

**T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**10-18 YAŞ ARASI GENÇLERİN İZLEDİKLERİ DİZİLERİN
İÇERİK AÇISINDAN İNCELENMESİ**

Alev ÜSTÜNDAĞ

**Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Programı
DOKTORA TEZİ**

ANKARA

2017

**T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**10-18 YAŞ ARASI GENÇLERİN İZLEDİKLERİ DİZİLERİN
İÇERİK AÇISINDAN İNCELENMESİ**

Alev ÜSTÜNDAĞ

**Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Programı
DOKTORA TEZİ**

**TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Özcan DOĞAN**

**ANKARA
2017**

10-18 Yaş Arası Gençlerin İzledikleri Dizilerin İçerik Açısından İncelenmesi

Alev ÜSTÜNDAĞ

Bu çalışma 07.04.2017 tarihinde, jürimiz tarafından "Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Programı"nda doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı

Prof. Dr. Figen TURAN
Hacettepe Üniversitesi



Tez Danışmanı

Doç. Dr. Özcan DOĞAN
Hacettepe Üniversitesi



Üye

Doç. Dr. Arzu YÜKSELEN
İstanbul Medipol Üniversitesi



Üye

Doç. Dr. Fatma TEZEL ŞAHİN
Gazi Üniversitesi



Üye

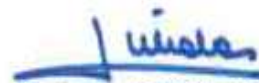
Doç. Dr. Zeynep ÇETİN
Hacettepe Üniversitesi



ONAY

Bu tez Hacettepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca yukarıdaki jüri tarafından uygun bulunmuş ve Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu kararıyla onaylanmıştır.

17 Nisan 2017



Prof. Dr. Diclehan ORHAN

Enstitüsü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

- **Tezimin/Raporumun tamamı dünya çapında erişime açılabilir ve bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir.**

(Bu seçenekle teziniz arama motorlarında indekslenebilecek, daha sonra tezinizin erişim statüsünün değiştirilmesini talep etmeniz ve kütüphane bu talebinizi yerine getirirse bile, teziniz arama motorlarının önbelleklerinde kalmaya devam edebilecektir)

- **Tezimin/Raporumun 17/04/2022 tarihine kadar erişime açılmasını ve fotokopi alınmasını (İç Kapak, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) istemiyorum.**

(Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir, kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir)

- **Tezimin/Raporumun.....tarihine kadar erişime açılmasını istemiyorum ancak kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisinin alınmasını onaylıyorum.**
- **Serbest Seçenek/Yazarın Seçimi**

17/04/2017

Alev ÜSTÜNDAĞ

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, Doç. Dr.Özcan DOĞAN danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

Alev ÜSTÜNDAĞ



TEŞEKKÜR

“...Yeniden seçme şansım olsa, yine bu mesleği seçerdim...”

Doktora eğitimim boyunca yardımını, desteğini esirgemeyen ve her aşamada yol gösteren değerli danışman hocam Doç. Dr. Özcan DOĞAN’a,

Tez sürecinde değerli fikirlerini paylaşıp beni cesaretlendiren, bilgi birikimi ve naifliğine hayranlık duyduğum çok değerli hocam Prof. Dr. Figen TURAN’a,

Lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimim boyunca örnek aldığım, samimiyetine, üretkenliğine, bilgisine, hocalığına ve insanlığına hayranlık duyduğum çok değerli hocam Doç. Dr. Arzu YÜKSELEN’e,

Tez jürimde olmayı kabul ettiği için değerli hocalarım Doç. Dr. Zeynep ÇETİN ve Doç. Dr. Fatma TEZEL ŞAHİN’e,

Onca yoğunluğunun arasında vakit ayırıp güvenilirlik çalışmasında çok büyük katkıları ve emeği bulunan canım dostum Psikolog Serap BİLGİN’e,

Örneklem seçimi konusunda yardımlarını esirgemeyip, vaktini ayıran değerli hocam Prof. Dr. Sinan TÜRKYILMAZ’a,

Hayatımın her anında yanımda olan, yardımını, desteğini esirgemeyip sürekli ümit ve güven veren kıymetlim, en değerlim ve en özelim anneme,

Çok teşekkür ederim.

ÖZET

Üstündağ, A., 10-18 Yaş Arası Gençlerin İzledikleri Dizilerin İçerik Açısından İncelenmesi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Doktora Tezi, Ankara, 2017. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin içerik açısından incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırma iki aşamalı olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın birinci aşamasında, 10-14 ve 15-18 yaş arası gençler tarafından en çok izlenen diziler tespit edilmiştir. Birinci aşamada, betimsel araştırma modeli ve anket yöntemi kullanılmıştır. Tabakalı örneklem yöntemiyle belirlenen 10-14 yaş arası 1530 genç ile 15-18 yaş arası 2124 genç araştırmanın örneklem grubunu oluşturmuştur. Gençlerin günde ortalama iki saatlerini televizyon izlemeye ayırdıklarını ve bu süreyi dizi izleyerek geçirdikleri görülmüştür. 10-14 yaş arası kızların en çok izledikleri dizi Kiralık Aşk ve en çok sevdikleri dizi oyuncusu Elçin Sangu, erkeklerin en çok izledikleri dizi Diriliş “Ertuğrul”, en çok sevdikleri dizi oyuncusu da Engin Altan Düzyatan; 15-18 yaş arası hem kızların hem de erkeklerin en çok izledikleri dizi Diriliş “Ertuğrul” ve en çok sevdikleri dizi oyuncusu da Engin Altan Düzyatan olarak belirlenmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında, ilk aşama sonucunda elde edilen ve gençler tarafından en çok izlenen ilk on dizinin içerikleri incelenmiştir. İkinci aşamada, betimsel araştırma modeli ve içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi formu olarak; “Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu” kullanılmıştır. İncelenen dizilerin içeriklerinde en fazla sosyal ve duygusal gelişim alanına yönelik içeriklerin bulunduğu ve akabinde şiddet içeriklerinin, bilişsel/algısal gelişim alanına yönelik içeriklerin ve model alma içeriklerinin yoğun olduğu görülmüştür. Fiziksel gelişim alanına yönelik içeriklerin ise yüzdesel olarak bir anlam ifade etmediği belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: televizyon, televizyon dizileri, gençler, gelişim alanları, dizi içerikleri, medya

ABSTRACT

Üstündağ, A., Review of the TV Series Watched by the Young People Between the Ages of 10-18 in Terms of Content, Hacettepe University Institute of Health Sciences Child Development and Education Doctoral Thesis, Ankara, 2017. This research was designed in two stages for purposes of content review that is the most watched TV series by young people between the ages 10-14 and 15-18. In the first stage of the research was determined the most watched TV series by young people between the ages 10-14 and 15-18. In the first stage was used the descriptive research model and survey method. Determined by the method of stratified sampling 1530 young people between the ages of 10-14 and 2124 young people between the ages of 15-18 has been the research's sample group. It has been seen that young people spend an average of two hours a day watching television and watching this time in a TV series. Girls of between the ages 10-14 are the most watched TV series is Kiralık Aşk and most loved TV series player is Elçin Sangu, boys are the most watched TV series is Diriliş "Ertuğrul" and most loved TV series player is Engin Altan Düzyatan; determined that not only girls but also boys of between the ages 15-18 are the most watched TV series is Diriliş "Ertuğrul" and most loved TV series player is Engin Altan Düzyatan.

In the second stage of the research was examined that the contents of the top ten most watched TV series by young people that obtained from as a result of the first stage. In the second stage was used the descriptive research model and content analysis method. As content analysis form; "Content Evaluation Form for Children's Programs" was used. It has been observed that the content of the examined TV series contains the most social and emotional content and then that the contents of violent content, cognitive/perceptual development and modeling contents are intense. It has been identified that content for the physical development area, however, does not mean a percentage.

Key words: television, television series, young people, development areas, TV series content, media

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI	iii
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	iv
ETİK BEYAN SAYFASI	v
TEŞEKKÜR	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER	ix
SİMGELER ve KISALTMALAR	xii
ŞEKİLLER	xiii
TABLolar	xiv
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	1
1.2. Araştırmanın Hipotezleri	3
1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	4
2. GENEL BİLGİLER	5
2.1. Medyanın Yeri ve Gençler Üzerindeki Etkileri	5
2.2. Yetiştirme Kuramı	6
2.3. Sosyal Öğrenme Kuramı	13
2.4. Yaş Grupları ve Televizyon	15
2.4.1. 7-11 Yaş ve Televizyon	15
2.4.2. 12-18 Yaş ve Televizyon	16
2.5. Dizilerin Gelişim Alanlarına Göre İçerikleri	17
2.5.1. Dizilerin Gençlerin Fiziksel Gelişim Alanına Yönelik İçerikleri	18
2.5.2. Dizilerin Gençlerin Bilişsel ve Algısal Gelişim Alanına Yönelik İçerikleri	19
2.5.3. Dizilerin Gençlerin Sosyal ve Duygusal Gelişim Alanına Yönelik İçerikleri	21
2.5.4. Dizilerin Gençlerin Gelişimine Yönelik Diğer İçerikleri	23
2.5.5. Dizilerin Gençlerin Dil Gelişimine Yönelik İçeriği	28
3. GEREÇ ve YÖNTEM	30
3.1. Araştırmanın Modeli	30

3.2. Araştırmanın Evreni	31
3.3. Araştırmanın Örneklemi	31
3.3.1. En Çok İzlenen Dizilerin Künye Bilgileri	33
3.4. Veri Toplama Araçları	45
3.5. Verilerin Toplanması ve Analizi	47
4. BULGULAR	50
4.1. Birinci Aşamaya İlişkin Bulgular	50
4.2. İkinci Aşamaya İlişkin Bulgular	75
5. TARTIŞMA	97
5.1. Birinci Aşamaya İlişkin Sonuçlar	97
5.2. İkinci Aşamaya İlişkin Sonuçlar	105
5.2.1. Fiziksel Gelişim	105
5.2.2. Bilişsel/Algısal Gelişim	108
5.2.3. Sosyal ve Duygusal Gelişim	110
5.2.4. Diğer İçerikler	112
5.2.5. Dil Gelişimi	123
6. SONUÇ ve ÖNERİLER	125
7. KAYNAKLAR	129
8. EKLER	155
EK-1: Tez Çalışması ile İlgili Etik Kurul İzni	
EK-2: Tez Çalışması ile İlgili Ankara İl Milli Eğitim Müdürlüğü İzni	
EK-3: Tez Çalışması ile İlgili ASPB İzni	
EK-4: Tez Çalışması Anket Formu	
EK-5: Tez Çalışması Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu	
EK-6: Tez Çalışması ile İlgili Yayın	
9. ÖZGEÇMİŞ	

SİMGELER ve KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AKSAV	Antalya Kùltür Sanat Vakfı
ASPB	Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı
EARGED	Milli Eğitim Bakanlığı Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MGD	Magazin Gazetecileri Derneği
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu



ŞEKİLLER

Şekil		Sayfa
2.1	Yetiştirme kuramının kavramsal modelinin şematik gösterimi	7



TABLOLAR

Tablo		Sayfa
3.1	Birinci aşamanın örneklem grubunun yaş ve cinsiyete göre dağılımı	31
3.2	10-14 yaş arası gençlerin en çok izledikleri ilk 10 dizinin dağılımı	32
3.3	15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri ilk 10 dizinin dağılımı	32
4.1	10-14 yaş arası gençlerin boş vakit etkinlikleri dağılımı	50
4.2	15-18 yaş arası gençlerin boş vakit etkinlikleri dağılımı	51
4.3	10-14 yaş arası gençlerin televizyon izleme durum dağılımları	52
4.4	15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme durum dağılımları	52
4.5	10-14 yaş arası gençlerin televizyon izleme saatlerine göre dağılım	52
4.6	15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme saatlerine göre dağılım	53
4.7	10-14 yaş arası gençlerin televizyon izledikleri saat dilimine göre dağılım	53
4.8	15-18 yaş arası gençlerin televizyon izledikleri saat dilimine göre dağılım	54
4.9	10-14 yaş arası gençlerin gün içinde dizi izleme sürelerine göre dağılım	54
4.10	15-18 yaş arası gençlerin gün içinde dizi izleme sürelerine göre dağılım	55
4.11	10-14 yaş arası gençlerin dizi oyuncularını sevme sebeplerine göre dağılım	55
4.12	15-18 yaş arası gençlerin dizi oyuncularını sevme sebeplerine göre dağılım	56
4.13	10-14 yaş arası gençlerin dizileri sevme sebeplerine göre dağılım	56
4.14	15-18 yaş arası gençlerin dizileri sevme sebeplerine göre dağılım	57
4.15	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin seçimini yapan kişiye göre dağılım	57
4.16	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin seçimini yapan kişiye göre dağılım	58

4.17	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizileri takip etme şekillerine göre dağılım	59
4.18	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizileri takip etme şekillerine göre dağılım	59
4.19	10-14 yaş arası gençlerin dizi tercihlerine göre dağılım	59
4.20	15-18 yaş arası gençlerin dizi tercihlerine göre dağılım	60
4.21	10-14 yaş arası gençlerin dizinin bir bölümünün tamamını izleme durumlarına göre dağılım	60
4.22	15-18 yaş arası gençlerin dizinin bir bölümünün tamamını izleme durumlarına göre dağılım	61
4.23	10-14 yaş arası gençlerin haftada izledikleri dizi sayısı dağılımı	61
4.24	15-18 yaş arası gençlerin haftada izledikleri dizi sayısı dağılımı	62
4.25	10-14 yaş arası gençlerin televizyon izleme sebepleri dağılımı	62
4.26	15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme sebepleri dağılımı	63
4.27	10-14 yaş arası gençlerin en çok izledikleri dizilerin dağılımı	64
4.28	15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri dizilerin dağılımı	66
4.29	10-14 yaş arası gençlerin tercih ettikleri dizi türü dağılımı	68
4.30	15-18 yaş arası gençlerin tercih ettikleri dizi türü dağılımı	69
4.31	10-14 yaş arası gençlerin sevdikleri dizi oyuncularını dağılımı	70
4.32	15-18 yaş arası gençlerin sevdikleri dizi oyuncularını dağılımı	72
4.33	10-14 yaş arası gençlerin büyüdüklerinde benzemek istedikleri dizi oyuncularını dağılımı	73
4.34	15-18 yaş arası gençlerin büyüdüklerinde benzemek istedikleri dizi oyuncularının dağılımı	74
4.35	Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu 10-14 yaş genel sonuç dağılımı	76
4.36	Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu 15-18 yaş genel sonuç dağılımı	76
4.37	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin psikomotor gelişim alanı içerikleri dağılımı	77
4.38	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin psikomotor gelişim alanı içerikleri dağılımı	78

4.39	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin cinsel gelişim alanı içerikleri dağılımı	78
4.40	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin cinsel gelişim alanı içerikleri dağılımı	79
4.41	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin bilişsel/algısal gelişim alanı içerikleri dağılımı	80
4.42	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin bilişsel/algısal gelişim alanı içerikleri dağılımı	81
4.43	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin duygusal/sosyal gelişim alanı içerikleri dağılımı	82
4.44	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin duygusal/sosyal gelişim alanı içerikleri dağılımı	84
4.45	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin şiddet içerikleri dağılımı	86
4.46	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin şiddet içerikleri dağılımı	87
4.47	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin tüketim kültürü içerikleri dağılımı	88
4.48	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin tüketim kültürü içerikleri dağılımı	89
4.49	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin model alma içerikleri dağılımı	90
4.50	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin model alma içerikleri dağılımı	90
4.51	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile yapısı içerikleri dağılımı	91
4.52	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile yapısı içerikleri dağılımı	92
4.53	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile değerleri içerikleri dağılımı	93
4.54	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile değerleri içerikleri dağılımı	94
4.55	10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin dil gelişim alanı içerikleri dağılımı	94
4.56	15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin dil gelişim alanı içerikleri dağılımı	95

1. GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İnsan, doğumundan itibaren duyu organları aracılığıyla içinde yaşadığı hayat ve sosyal çevresi hakkında bilgi toplamaya başlamaktadır. Medya ve medya araçları -özellikle de televizyon- sadece çocukları değil, tüm izleyicileri değişik şekillerde etkileyebilmektedir (1). Televizyon, hem içerdiği mesajları aynı anda birçok kişiye iletebilen etkili bir verici (2) hem çok kullanılan görsel medya aracı (3) hem de sosyalleşme aracı olarak kabul edilmektedir (3, 4). Medya, bireyleri etkileyen, çevrelerinde olup bitenden haberdar olmalarını ve model almalarını sağlayan, toplumun tüm katmanlarına hitap edip iletiler gönderebilen bir araçtır. (2).

Televizyon; her evde birden fazla olması, birçok yerli ve yabancı kanalının bulunması, kesintisiz yayın yapılması, tüm insanlara hitap etmesi, rahat izlenebilmesi, olayları görüntülerle aktarması, hem göze hem de kulağa aynı anda hitap etmesi, izlendiği için içerdiği olayların gerçek olarak algılanması sebebiyle kitle iletişim araçları arasında en etkili ve en çok kullanılanıdır (5, 6, 7, 8). Toplumun her kesiminden, her yaştan insanın kullandığı televizyon, en çok çocuklar ve gençler üzerinde etkilidir. Karacoşkun (9) televizyonun, toplumun diğer kesimlerine oranla çocuk ve gençler üzerinde daha fazla etkili olduğunu ifade etmektedir. Televizyonun her evde bulunması ve kolay ulaşılabilir bir araç olması, çocuklar ve gençler üzerinde çok etkili olmasına sebep olabilmektedir (10).

Televizyon çocukları ve gençleri olumlu etkileyebileceği gibi olumsuz da etkileyebilmektedir (6, 11). Televizyonun olumlu etkileri arasında; bilgilendirme, sosyalleştirme, bilgi üretimine katılmayı sağlama, dil ve bilişsel gelişimi teşvik edici olma, içerikte geçen olaya katılma, bireyin günlük yaşamında ulaşamayacağı görüntüleri getirerek çevresini zenginleştirme, çocuğun dış dünyayı tanınması ve anlamlandırmasını sağlama sayılabilir (11, 12, 13). Ayrıca; televizyonun çocukların ve gençlerin gelişimine ve eğitime katkıda bulunduğu, gençlerin olay örüntüsünü kavrayabilmeleri ve çıkarımda bulunabilmeleri için zekalarını kullanmaya, içinde yaşadıkları dünyayı yorumlamaya ve becerilerini geliştirmeye ittiği de ifade edilmektedir (12). Olumsuz etkileri olarak da; tüketimi teşvik edici olma, olumsuz cinsel kimlik, olumsuz cinsel içerik, karşı cinsle yaşlarına uygun olmayan ilişki,

olumsuz anne-baba ilişkisi, şiddet görüntüleri, şiddet eğilimi, okumaya-düşünmeye-başarıya olumsuz etki, kültürel yabancılaşma, dil yozlaşması, olumsuz beden imajı, madde ve istismar görüntülerine maruz kalma ve kimlik oluşumuna olumsuz etki durumları ifade edilebilir (11, 14, 15).

Televizyonun hem birey hem de toplum üzerinde etkileri ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların son zamanlarda model alma davranışını temel aldığı görülmektedir (16).

Ülkemiz açısından bakıldığında gençler tarafından hangi dizilerin daha çok izlendiğini ortaya çıkaran bir araştırmaya rastlanmamıştır. Milli Eğitim Bakanlığı Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı (EARGED) tarafından 2008 yılında "Öğrencilerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları" isimli bir araştırma yapılarak, ilköğretim ve ortaöğretim okullarında öğrenim gören öğrencilerin televizyon izleme alışkanlıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır (17). Benzer bir araştırma da 2006 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından "İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması" adı altında yapılmıştır (18). Her iki araştırmada da genel olarak ilköğretim ve ortaöğretim öğrencilerinin televizyon izleme alışkanlıkları ortaya çıkarılmış ancak hangi dizilerin daha fazla izlendiğine yer verilmemiştir. Bu nedenle yapılan araştırma iki aşamalı olarak ele alınmıştır. Araştırmanın birinci aşamasının temel amacı; 10-14 ve 15-18 yaş arası gençler tarafından en çok izlenen dizileri tespit etmektir. En çok izlenen dizilerin belirlenmesinin yanı sıra, gençlerin televizyon izleme alışkanlıkları ile ilgili de bilgiler elde edilmiştir. Belirlenen amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme sebepleri nelerdir?
2. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençler boş vakitlerini nasıl değerlendirir?
3. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin dizileri sevme nedenleri nelerdir?
4. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri diziler hangileridir?
5. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme özellikleri nasıldır?

Araştırmanın ikinci aşamasının temel amacı; 10-14 ve 15-18 yaş arası gençler tarafından en çok izlenen dizilerin gelişim alanlarına göre içeriklerinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin, gençlerin psikomotor gelişimine yönelik içerikleri nasıldır?
2. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin, gençlerin bilişsel ve algısal gelişimine yönelik içerikleri nasıldır?
3. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin, gençlerin sosyal ve duygusal gelişimine yönelik içerikleri nasıldır?
4. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri diziler, şiddet içeriği açısından nasıldır?
5. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri diziler, tüketim kültürü içeriği açısından nasıldır?
6. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri diziler, model alma içeriği açısından nasıldır?
7. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri diziler, aile yapısı içeriği açısından nasıldır?
8. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri diziler, aile değerleri içeriği açısından nasıldır?
9. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin, dil gelişimine yönelik içerikleri nasıldır?

1.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma kapsamında iki temel hipotez bulunmaktadır:

1. Bazı diziler gençler tarafından daha fazla izlenmekte olup, 10-14 ve 15-18 yaş arası gençler tarafından izlenen diziler ve bu dizilerin izlenme oranları kendi içinde farklılık göstermektedir.
2. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençler tarafından izlenen diziler, gençlerin fiziksel, bilişsel/algısal, sosyal-duygusal, dil ve diğer (model alma, şiddet, marka, aile içi ilişkiler ve arkadaş ilişkileri) gelişim özelliklerine yönelik mesajlar açısından çeşitlilik göstermektedir.

1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Bu araştırmanın birinci aşaması; araştırmacılar tarafından geliştirilen anket formunda bulunan sorular ile sınırlandırılmıştır.
2. Bu araştırmanın ikinci aşaması; birinci araştırma sonucunda belirlenen ilk on dizinin incelenmesi ile sınırlandırılmıştır.



2. GENEL BİLGİLER

2.1. Medyanın Yeri ve Gençler Üzerindeki Etkileri

Son yıllarda teknoloji ve medya araçları alanlarında çok hızlı gelişmeler olmaktadır. Bu gelişmeler günümüz gençliği üzerinde etkili olmakta ve hatta gençler üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Artık evlerde birden fazla medya aracının bulunması da bu durum üzerinde etkilidir. Gençler, evleri dışında gittikleri ortamlarda farklı medya araçları ile karşılaşabildikleri gibi; sahip oldukları, taşınabilir medya araçlarını yanlarından ayırmayarak sürekli medyanın etkisi altında bulunmaktadır: diz üstü bilgisayarlar, tabletler, akıllı cep telefonları... Gençler medya araçlarını genellikle; sosyal medya uygulamalarını kullanmak, müzik dinlemek, haberleri takip etmek, televizyon, dizi ve film izlemek için kullanmaktadır (19, 20).

Medya; dünya görüşü, inanç, kültürel değer ve yönelim geliştirilmesinde önemli bir role sahip olmasının yanı sıra, çoğunlukla klişeleşmiş görüntü ve değerlerin dünyaya yayılmasını da sağlamaktadır. Medya, kültürel yönelimin aynası olmakla birlikte toplumu yönlendirerek, toplumun temel unsuru olabilmektedir (21).

Medya araçlarının çocuklar ve gençler üzerindeki etkileri yeni tartışılan bir konu değildir. Bu konuda yerli ve yabancı pek çok araştırma yapılmıştır (16, 22). Yapılan araştırmalar (11, 16, 19, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28), medya araçlarının, özellikle de televizyonun, çocuklar ve gençler üzerinde hem olumlu, hem de olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymaktadır. Çocukları ve gençleri pasif hale getirme, kalıp yargıları öğretme, saldırgan ve şiddet eğilimli modeller sunma, gerçekte olmayan hayatları temsil etme, obezite ve hareketsiz yaşama sebep olma gibi olumsuz etkileri olabileceği gibi; etkili eğitim programları ile gençlerin gelişim sürecini destekleme, farklı yerler, uzak ülkeler ve dünya hakkında bilgilerini arttırma, olumlu davranışlar sergileyen modeller sunma gibi olumlu etkileri bulunmaktadır.

Çaplı (29) tarafından medyanın gençler üzerindeki etkisinin üç unsura bağlı olduğu ileri sürülmektedir. Bunlar; a) izleme süresi ve sıklığı, b) içerik ve c) izlenen programın özellikleridir. Gençler üzerinde olası olumsuz etkiye sahip içerik alanları ise; a) şiddet ve korku, b) kaba, argo ve küfürlü konuşma, c) olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar ve d) cinsellik olarak dört ana başlık altında toplanabilmektedir (23, 30).

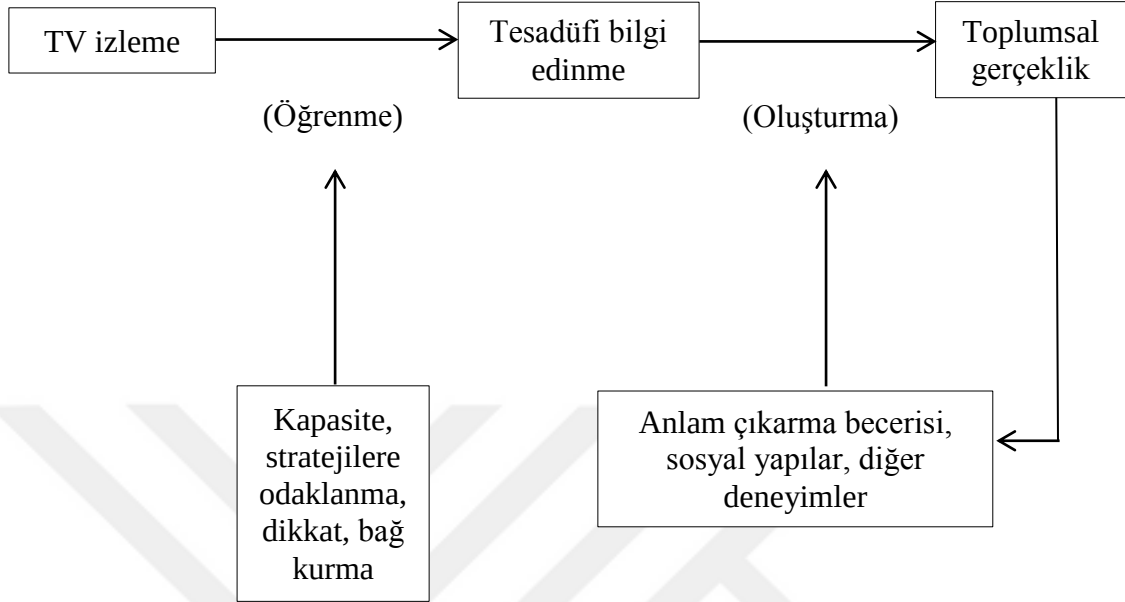
Medya araçları, özellikle de televizyon, bireylerin sembolik çevrelerine, yani gerçekte olmayan olay ve durumların sembolik ortamda var olması ve sanal ortamda nispeten iyi tanımlanmış bir anlam, tanım, formülasyon ve açıklama içermesinde etkili bir güce sahiptir (19). Perloff (31)'a göre gençler genellikle hem televizyonun hem de diğer medya araçlarının kendi üzerindeki etkisinden haberdar olmamakta ve medya kullanımının tutumlarını, inançlarını ve eylemlerini etkileyebileceğini düşünmemektedir. Nabi (32) medya araçlarının gençlerin hem biliş yapılarını hem de belirli koşullar altında sergiledikleri davranışları etkilediğini ileri sürmektedir. Yetiştirme ve sosyal öğrenme kuramı, medya araçlarının sunduğu toplumsal cinsiyet özelliklerinin gençlerin davranışları üzerinde nasıl ve neden önemli olduğunun anlaşılmasını sağlamaktadır (28).

2.2. Yetiştirme Kuramı

Yetiştirme Kuramı, George Gerbner tarafından 1960'ların sonunda geliştirilmiştir (33). Kuram, televizyonun uzun sürede birey üzerindeki etkilerini incelemektedir. Yetiştirme kuramının temel önermesi; insanların televizyon dünyasında çok fazla zaman harcamalarının, televizyonda resmedilen toplumsal gerçeğe inanma olasılıklarını izledikleri süre kadar attırmakta olduğudur (33, 34). Cohen ve Weimann (35) bu bakış açısıyla, medya ve popüler medya araçlarından televizyon aracılığı ile iletilen imgeler ve ideolojik mesajların, bireylerin dünyayı algılama yapılarını büyük oranda etkilediğini ifade etmektedir.

Yetiştirme Kuramına göre, medya araçları (özellikle de televizyon) tarafından oluşturulan mesajlara, değerlere ve standartlara uzun süre maruz kalma, bir seyircinin dünya görüşünü etkileyerek, bireyin kendi gerçekliğini televizyon geçekliğine dönüştürmekte ve ayrıca bu etkinin çok uzun süre seyredenlerde, az süre seyredenlere göre daha belirgin olduğunu ortaya koymaktadır (36). Yani, televizyon başında fazla zaman geçirenler, bir süre sonra, televizyonda yinelenen mesaj ve değerlerden yansıyan dünya görüşüne sahip olmaktadır (37).

Yetiştirme Kuramının kavramsal modeli aşağıdaki şekilde şematize edilmiştir (Şekil 2.1.).



Şekil 2.1. Yetiştirme kuramının kavramsal modelinin şematik gösterimi (38)

Gerbner ve Gross (33)'a göre televizyon insanların davranışlarının standartlaştırılmış rol ve davranışlara dönüştürülmesinin bir aracıdır. Televizyonun işlevi tek kelime ile “kültürel”dir. Yetiştirme Kuramında Gerbner üç kavrama dikkat çekmektedir. Bunlar; kurumlar, mesajlar ve halklar’dır. (39, 40). Yetiştirme Kuramında üç temel varsayım bulunmaktadır (33). Bunlar:

1. Televizyon, diğer kitle iletişim araçlarından temel olarak farklıdır.

Bu ilk varsayım televizyon ile diğer medya araçları arasındaki farklılıkları ifade etmektedir. Televizyon görsel ve işitsel bir araç olup, izleyicilerin okuryazar olması gerekmemektedir. Ayrıca herkesin evinde bulunan bir araçtır, kullanımı ve ulaşılması kolaydır. En önemli özelliği ise, televizyonda bulunan içeriklerin herkes tarafından kavranabilir olmasıdır (34).

Gerbner, Gross, Morgan ve Signorielli (41), eski zamanlarda din veya eğitimin sosyal eğilimler üzerinde daha büyük etkileri olmasına karşın, son

zamanlarda en yaygın şekilde paylaşılan imgelerin ve mesajların kaynağının televizyon olduğunu ileri sürmektedir. Bu araştırmacılara göre birey, bebeklik döneminden itibaren televizyon ile büyümekte ve televizyondan edindiği bilgi, mesaj ve değerlerle kendi beceri, yatkınlık ve tercihlerini geliştirmektedir. West ve Turner (42) televizyonun, basılı medya araçlarının tersine, kitlesel olarak üretilmiş mesaj ve görüntülerinin tekrar eden örüntüsü nedeniyle daha düşük bir maliyete sahip olduğunu ifade etmekte olup, Gerbner ve arkadaşlarına (34) göre ise televizyon; toplumumuzun merkezi kültürel silahı haline gelmiştir.

2. Televizyon, toplumdaki bireylerin birbirleri hakkındaki düşüncelerini ve birbirleriyle olan ilişkilerini şekillendirir.

Gerbner ve Gross (33)'a göre; televizyonun yetiştirdiği/yerleştirdiği bilincin özü, yaşamın gerçekleri ve yaşanılanların sonuçlarının dayandığı yargı standartları hakkında geliştirilen tutum ve düşünceler temel varsayımlarına dayanmamaktadır. Daha basit bir şekilde ifade etmek gerekirse; televizyon tarafından yaratılan gerçekler, gerçek gerçeklere değil spekülasyonlara dayanmaktadır. Gerbner, yaptığı gözlemler sonucunda, insanların günde ortalama yedi saatten fazla televizyon izlediklerini sonucuna ulaşmıştır. Televizyon izlerken, televizyon insanlara "hikayesini anlatan merkezi bir sistem" sunmaktadır (39).

Gebner (39), televizyonun temel kültürel işlevinin, sosyal kalıpları sağlamlaştırmak olduğunu savunmaktadır. Gebner (39)'a göre, televizyonda anlatılan hikayelerle yaşamaktayız ve televizyon insanlara bu hikayeleri çoğu kez haber, dizi ve reklam yoluyla anlatmaktadır. Yetiştirme Kuramına göre, şiddet içeren bir televizyon programını izledikten sonra tutumumuzun şiddete karşı olmak değil, şiddet programına maruz bırakıldıktan sonra şiddet dolu bir dünyada yaşadığımız endişe ve korkusunu barındırmamıza sebep olmaktadır (34).

3. Televizyonun etkileri sınırlıdır.

Üçüncü varsayıma göre televizyon, sosyokültürel sistemin bir parçasıdır. Bu nedenle, televizyon izlemenin etkileri bazen artmış veya azalmış olsa da, sürekli bir etki mevcuttur (34).

Gerbner'in buz devri benzetmesine göre, birkaç derecelik sıcaklık değişmesi buzul çağına yol açabileceği gibi, yapılan seçimlerin sonuçları hafif ayrımlarla da

değişebilmektedir. Bu nedenle de nispeten küçük, fakat yaygın etkisi önemli ve büyük bir fark yaratmaktadır (39, 43). Bu etkinin boyutu televizyonda izlenen program içeriklerine göre değişiklik göstermektedir (44). Televizyondaki şiddet içeriklerinin toplamına odaklanmak yerine seyircilerin geçmişlerinde izledikleri şiddet programlarının bir etkisi olduğu gerçeğine daha fazla odaklanılmalıdır (33, 45). West ve Turner (42) Gerbner'a göre televizyon izlemenin belirli bir davranışa neden olmadığını, televizyon izlemenin zamanla çevremizdeki dünyayı algılayışımızı değiştirdiğini savunduğunu ifade etmektedir.

Televizyon gerçeği, televizyon seyretmekten çok televizyon seyredenler üzerindeki etkilerinden bahsetmektedir. Yetiştirme kuramına göre; çok televizyon seyretme, bir televizyon gerçekliği, gerçeklerden ziyade televizyon içeriğine dayanan bir dizi olgu ve inanç üzerine etkili olduğunu desteklemektedir (46). Genel olarak, çok televizyon izleyenlerin gerçek dünyayla ilgili inançları, televizyonda sunulan, tekrar eden ve vurgulanan görüntüler ve temalar ile tutarlılık göstermektedir (43). Bu nedenle çok televizyon seyretme, "televizyon biçiminde" bir dünya görüşü geliştirmektedir (47).

Televizyon seyircilerinin demografik özellikleri birbirinden farklılık gösterirken, televizyon izleme süreleri ile toplumsal gerçeklik algısı oluşturmaları arasında da fark bulunabilmektedir (44). Wyer ve Unverzagt (48) çok televizyon izlemenin bireyler üzerine etkilerini incelemek, desteklemek ve televizyon gerçekliği kuramıyla ilişkisini açıklamak için birçok araştırma yapıldığını ifade etmektedir.

Yetiştirme Kuramı, televizyonun topluma etkilerini inceleyen üç aşamalı bir sürecin son adımıdır (40). Bu aşamaların ilki kurumsal süreç analizi, ikincisi mesaj sistemi analizi ve üçüncüsü de yetiştirme teorisidir (44). Yetiştirme teorisi televizyonun makro sistemlerine ve bir bütün olarak toplum üzerindeki etkisine odaklanırken, ilk iki adım medya mesajlarının oluşturulması ve bu mesajların bir kitleye nasıl görüntülendiğini ele almaktadır (49).

- 1. Aşama: Mesaj Sistem Analizi:** Kuramın ilk kısmı olarak bilinen mesaj sistem analizi, 1967'den beri medya içeriğindeki en kalıcı ve tekrar eden görüntüleri izlemek için kullanılmaktadır (44). Yerleştirme kuramı araştırmacıları mesaj sistem analizini temel alarak, çeşitli konular ya da gerçekler hakkında bildikleri her şeyin televizyonun baskın tasvirlerinden

türetildiği varsayıldığında, insanların kendi gerçekliklerinin çeşitli yönleri hakkında ne düşündüğü hakkında hipotezler geliştirmektedirler (50). Bu aşama, belirli bir medya içeriğindeki kalıcı görüntüler, temalar ve mesajlar hakkında ayrıntılı bir içerik analizi yapmayı gerektirmektedir (40). Gerbner (39) tarafından geliştirilen mesaj sistemi analizinin bir diğer özelliği, Griffin (51)'in "eşit şiddet, eşit olmayan risk" durumu ile örtüşmektedir. Griffin (51)'e göre, Gerbner tarafından yapılan araştırmalar, medya araçlarında gösterilen şiddet görüntüleri sayılarının kalıcı olduğunu ancak bu şiddetin yayılma durumunun hiçbir zaman eşit olmadığını göstermiştir. Örneğin; çocuklar ve yaşlılar şiddet konusuna genç ya da orta yaşlı erişkinlere göre daha duyarlıdır. Gerbner (43), yaptığı içerik analizlerinde azınlık gruplarına yönelik şiddet eğiliminin daha fazla olduğunu keşfetmiştir. Benzer bir eşitsizlik durumunu yaşayan bir diğer grup da kadınlardır. Televizyonda genellikle azınlık gruplar ve kadınlar şiddete uğramaktadır (41).

2. **Aşama: İzleyicilerin Sosyal Gerçekleri İle İlgili Sorular:** Bu yaklaşımın ikinci kısmı, insanların günlük yaşamlarını anlamak için insanların gerçeklerini nasıl algıladıklarına dair daha geniş bir anlayış kazanmak amacıyla sorular sorulmasını içermektedir (52).
3. **Aşama: Seyirciyi Araştırmak:** Bu yaklaşımın üçüncü aşaması, ikinci aşamayı harekete geçirmektedir. Seyircilerin hayatlarını anlamak için onlara sorular sorarken aynı zamanda televizyon izleme süreleri de araştırılmaktadır (52).
4. **Aşama: Yetiştirme Farkları:** Bu yaklaşımın son aşaması yetiştirme farkıdır. Bu durum, "az ve çok televizyon izleyenler arasında verilen yanıtların farklılığının yüzdesi" olarak tanımlanmaktadır (42). Griffin (51)'e göre, yetiştirme, özellikle ekrana yapışarak çok fazla televizyon izleyenleri, televizyon içeriğinin nasıl etkilediği ile ilgilenmekte olup yetiştirme kuramının temelinde geliştiği nokta da burasıdır. Gerbner (43), televizyonun seyircileri üzerindeki etkisinin tek yönlü olmadığını, televizyonun toplumsal

gerçeklik kavramına katkıda bulunma durumunun, tek yönlü ve tek parçalı bir süreç anlamına gelmediğini ifade etmektedir. Bu yapı karmaşıktır ve ince ayrıntılara sahiptir. Dolayısıyla kuram, televizyon içeriği ve seyirci arasındaki etkileşimi ifade etmektedir (41). Gerbner (39), çok uzun süre televizyon izleyen bireylerin medyada gördüklerinden etkilendiklerini ve bir süre sonra televizyonda verilen görüşle aynı görüşte oldukları durumunu ortaya koymak istemiştir. Griffin (51)'e göre Gerbner; kişinin hayatında “televizyondan önce” aşamasının olmadığını, medyanın doğduğu andan itibaren kişiyi etkilediğini ifade etmektedir. Griffin (51)'e göre Gerbner'in üzerinde durduğu dört durum bulunmaktadır. Bunlar; bireyin şiddet olayına karışma ihtimali, geceleri yalnız yürümekten korkma durumu, polisin hareket halinde olmasından korkma ve insanlara karşı genel bir güvensizliktir. Gerbner (43) bir kişinin çok televizyon seyrettiğinde, o kişinin kendi hayatında şiddete maruz kalacağını düşünme ihtimali olasılığının çok daha yüksek olduğunu savunmaktadır. Ayrıca bireyin geceleri yalnız yürümekten korkma ihtimalinin de daha yüksek olacağını belirtmektedir. Sonuç olarak, çok televizyon seyredenlerin, az veya orta seviyede televizyon seyredenlere göre insanlara daha az güvendiğini ifade etmektedir. Dünyadaki bu şüpheli görünümü de, ortalama dünya sendromu olarak tanımlamaktadır.

Yerleştirme kuramının iki anahtar terimi bulunmaktadır. Bunlar yaygın görüş haline getirme ve rezonans'tır (33).

1. Yaygın Görüş Haline Getirme

Yaygın görüş haline getirme; farklı gruplardan oluşan ve çok uzun süre televizyon izleyen seyircilerin, televizyonda aynı görüntü ve mesajlara uzun süre maruz kalmaları sonucunda ortak bir dünya bakış açısı geliştirdikleri bulaşma, uyum sağlama ve esneme işlemi olarak tanımlanmaktadır (44, 50). Televizyonun yaygınlaşması da toplumda merkezi olması açısından önemli bir rol oynamaktadır (51).

Yaygın görüş haline getirme, kitle iletişim araçlarının dengelendiği ve bakış açılarını karıştırdığı bir süreçtir (44). Çok fazla televizyon seyredenler, nadiren

televizyon seyredenlere göre televizyon programları tarafından çevrelenmiş dünyadan, özellikle izleyicinin ilk elden deneyim sahibi olduğu konulardan, daha fazla etkilenmektedir (41). Nadiren televizyon izleyenler çok fazla izleyenlere göre yaşadıkları problemlere daha fazla çözüm yolu bulmaktadır (4, 53).

2. Rezonans

Rezonans, televizyondaki görüntülerin gerçek günlük gerçeklerle uyduğu zaman ortaya çıkmaktadır (44). Gerbner (39), bu durumun, yani tekrarlayan mesajların yerleştirmeyi güçlendiren çift doz etki sağladığını belirtmektedir.

Yerleştirme kuramına göre, televizyonda yer alan mesajlar bireylerin davranışlarını etkilemektedir. Az televizyon izleyenler ile çok televizyon izleyenler arasında yerleştirme etkisi farkı bulunmaktadır (37). Bu durumla ilgili hipotezler aşağıdaki gibidir (54, 55):

H1: Televizyonda çok fazla şiddet programı izleyenlerin tutum, değer ve inançları az televizyon izleyenlere göre daha fazla şiddet içermektedir.

H2: Televizyonda moda programlarını daha fazla izleyen kadınlar zayıf olmanın iyi ve önemli olduğuna az televizyon izleyenlere göre daha fazla inanmaktadır.

H3: Televizyonda moda programlarını daha fazla izleyen kadınlar, az izleyenlere göre beden yapıları ve dış görünüşlerinden daha az memnundur.

H4: Yaşam tarzı ile ilgili programları çok daha fazla izleyenler, yaşam tarzı ile ilgili programları az izleyenler göre daha ileri bilgi düzeyine sahiptir.

H5: Yaşam tarzı ile ilgili programları çok daha fazla izleyenler, yaşam tarzı ile ilgili programları az izleyenlere göre sosyal davranışlarının daha gelişmiş olduğunu düşünmektedirler.

H6: Sağlık ile ilgili programları çok daha fazla izleyenler, az izleyenler göre sağlık durumları ile daha yakından ilgilidir.

H7: Çok fazla televizyon izleyen öğrenciler, az televizyon izleyen öğrencilere göre daha düşük okul başarıları göstermektedir.

H8: Çok fazla televizyon izleyenlerin tutum, değer ve inançları az televizyon izleyenlere göre farklılık göstermektedir.

Çeşitli araştırmalar (56, 57, 58, 59), uzun süre televizyon izleyenlerin depresif ve yalnız olma, yabancılaşma hissi, güvensizlik ve dünyayı kötü bir yer olarak düşünme eğilimi oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Özetle; televizyon, izleyicilerin düşüncelerini, inanışlarını, davranışlarını ve hatta kişiliklerini etkileme ve şekillendirme gücüne sahiptir (39). Kuram, medyanın genel olarak dünyayı yansıtmayan bir dünya imgesi sunduğunu savunmaktadır (41). Televizyon görüntüleri, gerçekte var olanın abartılı hali ya da fantezisidir. Televizyonda, çok sayıda yakışıklı erkek, güzel kadın, suç, servet ve şiddet bulunmaktadır (36). Sonuç olarak, insanlar gerçek dünyayı çarpıtılmış bir şekilde algılamakta ve bir "televizyon perspektifiyle" gerçekliği izlemektedir (51). Televizyon; ırk, cinsiyet ve cinsellik gibi çeşitli sosyal ve kültürel dinamikler üzerine birçok fikir ve düşünce sunmaktadır. Sunum süresince çeşitli insan gruplarının sabit bir görüntüsü oluşmakta ve izleyiciler bu fikirleri özümsemeye başlamaktadır (60, 61). Medya içeriğine sürekli maruz kalma, insanlardaki belirli değerleri, inançları, tutumları ve arzuları geliştirmektedir. Bu yeni önyargılı kavramlar, dünyayı algılamalarını şekillendirmekte ve nihai olarak başkalarının onları nasıl algıladıklarını da etkilemektedir. Günümüz dünyasında, yaşadığı toplumun normları, değerleri ve bakış açısının karmaşık ağını anlamak için insanlar giderek diğer medya araçlarından daha fazla televizyona bağımlı hale gelmeye başlamışlardır (60, 61, 62, 63). Yetiştirme kuramı araştırmaları, televizyonu mesajlar sistemi olarak görmekte ve seyirciler üzerindeki işlevini ve sonuçlarını anlamaya çalışmaktadır. Bu mesajlar birbirini tamamlamakla birlikte kendi yapılarında doğal ve tutarlıdır. Yetiştirme analizi, televizyona, eklenerek artan ve uzun süreli maruz kalmanın etkisine odaklanmaktadır (64).

2.3. Sosyal Öğrenme Kuramı

Seyirci, televizyondan, temel olarak model alma yoluyla etkilenmektedir. Model alma sosyal öğrenme kuramının temel kavramları arasında bulunmaktadır. Psikoloji, eğitim ve iletişim alanlarında kullanılan sosyal öğrenme kuramı, bireyin bilgi edinme yönteminin, başkaları ile kurduğu sosyal etkileşimler, deneyimler ve dış ortam etkileri bağlamında gözlemlenmesiyle doğrudan ilişkili olabileceğini kabul etmektedir (65). Sosyal öğrenme kuramına göre, insanlar, bir davranış sergileyen bir

modeli ve bu davranışın sonuçlarını gözlediklerinde olay dizisini hatırlamakta ve sonraki davranışlarını yönlendirmek için bu bilgiyi kullanmaktadır. Bir modelin gözlenmesi, izleyicinin, daha önce öğrendiği davranışları kullanmasını da sağlayabilmektedir (66, 67). Başka bir ifadeyle, insanlar yalnızca onları denemek, başarılı ya da başarısız olmak amacıyla yeni davranışlar öğrenmemekte, aksine, onaylanan ve kabul gören insan davranışlarının devam etmesi için başkalarının davranışlarını kopyalamaktadır. Gözlemci, davranışları ve davranışların sonucunda insanlara ödül ya da ceza verilmesine bağlı olarak, model aldıkları davranışları tekrar etmeyi seçebilmektedir (68, 69). Medya, birçok insan için farklı ortamda çok çeşitli modeller sunmaktadır (65).

Sosyal öğrenme kuramına göre, başkalarını gözlemleyerek öğrenilen davranışlar, kişiliğin merkezi olabilmektedir. Sosyal psikologlar, kişinin büyüdüğü ortamın sergilediği davranışlara etki ettiğini kabul etmekle birlikte, bireysel yapının (ve dolayısıyla biliş) da en az çevre kadar önemli olduğunu belirtmektedirler. İnsanlar çevreyi ve davranışları başkalarını gözlemleyerek öğrenmektedir. İnsan-çevre-davranış karşılıklı üçlü ilişki, öğrenmenin temel faktörünü oluşturmaktadır (69).

Çevre, kişinin davranışını etkileyebilecek faktörleri belirtmektedir. Çevre; sosyal ve fiziksel çevre olarak ikiye ayrılmaktadır. Sosyal çevre, aile üyeleri, arkadaşlar ve meslektaşları içermektedir. Fiziksel çevre ise, odanın büyüklüğü, ortam sıcaklığı veya yiyeceklerin bulunması anlamına gelmektedir. Çevre ve durum, insan davranışlarını anlamak için genel bir çerçeve oluşturmaktadır (70). Durum, çevrenin kişinin davranışını etkileyebilecek bilişsel ya da zihinsel sembollerini ifade etmektedir. Durum, bireyin zaman-fiziksel özellikler-aktivite arasındaki bağı algılamasıdır (71).

Çevre, insan ve davranış üçgeni birbirini sürekli etkilemektedir. Davranış, sadece çevre ve insanın sonucu olmadığı gibi, çevre de sadece insanın ve davranışın sonucu değildir (71). Çevre davranış için modeller sağlamaktadır. Gözlem yoluyla öğrenme, bir kişinin başka bir kişinin davranışlarını ve davranışlarının sonucunu izlediği zaman ortaya çıkmaktadır (72). Davranış, pek çok açıdan görülebilmektedir. Davranış yeteneği, bir kişi bir davranışı gerçekleştirebilmesi için davranışın ne

olduğunu bilmesi ve bunu gerçekleştirecek becerilere sahip olması anlamına gelmektedir (73).

Gözlem yoluyla öğrenme için dikkat, hafızada tutma, gerçekleştirme ve motive edici sonuç gerekmektedir. *Dikkat*; gözlemci, davranışa, davranışın işlevsel değerine, uygulanabilirliğine, erişilebilirliğe, karmaşıklığına ya da önyargı, bilgi, yetenek, değerler gibi bazı kişisel özelliklere bağlı olarak belirli bir sosyal davranışa seçici olarak dikkat etmesidir. *Hafızada tutma*; bir davranış ve sonuçlarının gözlemlenmesi ve daha sonra bu gözleme göre, davranışın gelecekte yeniden sergilenmesi için hafızada erişilebilen bir sembole dönüştürülmesidir. Olumlu bir davranış sergilendiği zaman olumlu bir sonuç olması davranışın uygulanma ihtimalini arttırmaktadır. Benzer bir durum olumsuz davranışlar için de geçerlidir. *Gerçekleştirme*; gözlemlenen davranışın hafızada tutulması yoluyla davranışın eyleme dönüştürülmesinin simgesel temsilini ifade etmektedir. Davranışın gerçekleştirilmesi sırasında, kişinin başkalarından olumlu geribildirim alması, davranışın gerçekleştirilme sıklığını arttırabilmektedir. *Motive edici sonuç*; gözlemcinin bu davranışını tekrar gerçekleştirirken çevresinden aldığı sonuçlara bağlı olarak bir davranış yeniden gerçekleştirmesidir (66, 67, 74).

2.4. Yaş Grupları ve Televizyon

2.4.1. 7-11 Yaş ve Televizyon

Piaget'in Bilişsel Gelişim Kuramına göre "Somut İşlemler Dönemi"nde yer alan bu çocuklarda mantıksal düşünme başlamakta olup, problemler somut işlemlere dayanılarak çözülmektedir (75). Çocuklar kendi bakış açıları ile başkalarının bakış açıları arasında bağ kurabilmekte, nedensellikten kaynaklanan farkları ayırt edebilmekte ancak mantıksal sonuçlar ortaya koymakta zorluk yaşanabilmektedir (76). Düşünme yapısı açısından bakıldığında bu yaş grubu çocuk ile yetişkin arasındaki tek fark; çocukların bu bilişsel işlemleri duyu organları ile algılanabilen, somut ve gerçekte var olan obje, olay ve kişiler üzerinden yapabilmesidir (77).

Bu dönemde soyut düşünce yapısı yavaş yavaş gelişmeye başlar. Soyut düşünce yapısının gelişmeye başlamasının da etkisiyle çocuklar televizyonda gördükleri içerikleri yetişkinlere benzer şekilde izlemeye çalışmaktadır. Çocuklar

ailelerinin ya da arkadaşlarının bakış açıları ve yaptıkları yorumlar ile kendi düşünce yapılarını şekillendirir (78). Yetişkinlerin ya da arkadaşlarının televizyon izlerken verdikleri korku ve kaygı tepkileri, çocuklara doğrudan yansır. Bu nedenle de çocuklar saldırı, savaş, vurulma, yaralanma, kan ve şiddet durumlarından korkabilir (79). Çocuklar gerçek olaylar ile kurgu olarak tasarlanmış olaylar arasındaki gerçeklik farkını ayırt etmekte zorluk yaşayabilirler. Ayrıca, bilişsel becerileri tam olarak gelişmediği için dağınık ve dolaylı yollarla verilen mesajları anlamakta ve bir bütün oluşturmakta da zorluk yaşayabilirler (80).

Bu dönemin bir diğer önemli özelliği de çocukların kadın ve erkek toplumsal cinsiyet rollerini ve kalıp yargılarını öğrenip, içselleştirmesidir. Televizyonda gördükleri içerikleri olması gereken olarak algılama ihtimalleri yüksektir. Ayrıca bu dönemde otorite koşulsuz kabul edilmektedir. Otoritenin davranışları sorgulanmadan kabul edildiğinden, televizyonda verilen yanlış mesajlar bu yaş grubunun olumsuz yönde etkilenmesine sebep olmaktadır (81).

7-11 yaş arası çocuklar davranışlarıyla, ailesi ve yakın çevresinin gözüne girmek ve takdir edilmek ister. Bu nedenle de doğru olmayan yollarla başarıya ulaşan ve takdir edilen modelleri izlemeleri sakıncalı olabilmektedir (78, 80).

2.4.2. 12-18 Yaş ve Televizyon

12-18 yaş arasında bulunan çocuklar Piaget'in kuramına göre "Soyut İşlemler Dönemi"nde yer almaktadır. Soyut işlemler döneminde yer alan çocuklarda soyut düşünme başlamakta olup, soyut kavramları anlayabilir ve soyut düşünceleri analiz edebilirler. Problemler mantıksal işlemlere dayanılarak çözülmektedir. Düşünce yapıları daha bilimsel boyuta taşınmıştır (82, 83).

Bir önceki gelişim döneminde düşünce yapısını duyu organları ile algılayabilen, somut, gerçekte var olan obje, olay ve kişiler üzerinde yapan (77) çocuklar, bu dönemde somut gerçeklere ihtiyaç duyarak kendilerini sınırlandırmayarak fikirler ve olaylar hakkında düşünmeye başlarlar. Düşünürken de sevgi, inanç, zaman, nefret gibi değerleri etkili şekilde kullanırlar. Ortalama 15 yaş civarındaki çocuklar zihinsel gelişimin en üst noktasına ulaşırlar (75).

Bu yaş grubu çocuklar dış görünüşlerine ve kıyafetlerine aşırı duyarlıdır. Giydikleri kıyafetlerin akran grubu tarafından beğenilmesi ve modaya uygun olması

onlar için son derece önemlidir. Model aldıkları oyuncular gibi giyinip, onlar gibi saçlarını yapmak için ayna karşısında saatlerini harcayabilirler (84).

Ergenlik döneminde bulunan gençlerin ruh hallerinin değişken olması bazı gençlerin sorun yaşamasına sebep olabilmektedir. Kurallardan hoşlanmadıkları için kuralları zorlamayı denemekte ve riskli davranışlarda bulunabilmektedirler (81). Son yıllarda kız ve erkek gençlerin suç işleme oranlarındaki artış da bu durumun somut göstergesi olarak kabul edilebilir (85). Bu nedenle televizyon içeriklerinin gençler üzerindeki etkisi dikkate alınmalıdır. Gençlerin tam olarak yetişkin düşünce yapısına sahip olmadıkları ve televizyondan izledikleri görüntüleri düşünmeden benimseyebilecekleri unutulmamalıdır. Ayrıca; riskli davranışların ilgi çekici sunulması, gençler tarafından davranışların model alınarak taklit edilmesi ihtimalini arttırabilir (86).

Bu yaş dönemi; karşı cinse ve cinselliğe ilginin de arttığı dönemdir. Bu nedenle gençler televizyonda aşk, kadın ve erkek ilişkileri ile ilgili dizi ve yapımları daha fazla takip etmeye başlarlar. Aşırı, yaşına uygun olmayan, yanlış cinsel mesajların verildiği ve şiddet görüntülerinin fazla olduğu yapımlar, gençlerin oyuncularla kurdukları özdeşim sonucunda değer ve algı yapılarını olumsuz yönde etkileyebilir (81).

2.5. Dizilerin Gelişim Alanlarına Göre İçerikleri

RTÜK tarafından yapılan kamuoyu araştırması sonucunda, çocukların ve gençlerin medya kullanımının eskiye oranla 5-10 kat arttığı tespit edilmiştir. Çocuklar ve gençler, günde ortalama 2-3 saatlerini televizyon ekranı karşısında geçirmektedir (18, 87). Gençlerin "ekran kullanımı" sonucunda harcadıkları zaman büyük oranda yüz yüze iletişim, aile ve arkadaşlarla etkileşim, ödev yapma, ev işlerine yardımcı olma, kitap okuma ve açık hava etkinlikleri gibi günlük diğer aktivitelerden, yeterli ve nitelikli uyku düzeninden alınmaktadır (88). Uzun süre televizyon izleyen çocuk ve gençlerde düzensiz uyku, gece uyanmaları, kabus ve uyurgezerlik gibi problemler görülebilmektedir. Yetersiz uyku durumunun bağışıklık sistemi ve metabolizma üzerinde olumsuz etkileri bulunmasının yanı sıra obezite, diyabet, okul başarısızlığı ve hiperaktivite gibi davranış sorunları ile ilişkili olduğu da belirtilmektedir (89).

2.5.1. Dizilerin Gençlerin Fiziksel Gelişim Alanına Yönelik İçerikleri

Fiziksel gelişim alanı; psikomotor gelişim ve cinsel gelişim olmak üzere iki alt boyutta ele alınmıştır.

2.5.1.1. Dizilerin Gençlerin Psikomotor Gelişim Alanına Yönelik İçerikleri

Ergenlik dönemi fiziksel gelişimin hızlı olduğu dönemlerden biri olup, fiziksel büyüme süresince kasları, kemikleri ve bedeni gelişen gencin hareket etme ihtiyacı bulunmaktadır. Çocuk ve gençlerin televizyon ekranı karşısında hareketsiz oturmaları, fiziksel gelişimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca; çok fazla ilgi gösterdiği bir program sebebiyle televizyonun önünden ayrılmayıp, hareket bile edemeyen gencin fiziksel gelişiminde gecikme de olabilmektedir. (90, 91). Televizyon izleyen pek çok çocuk ve genç daha düşük fiziksel aktivite seviyesine sahip olmaktadır. Normal ağırlıktaki çocuklar bile televizyon izleme sırasında düşük metabolik hıza sahiptir. Bu durum büyük olasılıkla gençlerin uzun süre televizyon karşısında hareketsiz kalmalarından kaynaklanmaktadır (92, 93).

13.000'den fazla çocuk üzerinde yapılan araştırma sonucunda, televizyon izlenen her bir saat için çocukluk çağındaki şişmanlık oranının %2'lik bir artış gösterdiğini kanıtlanmıştır (94, 95). Benzer bir çalışma Ulusal Sağlık ve Beslenme İnceleme Araştırması sonucunda elde edilmiştir. Araştırma 4-11 yaş arası 2964 çocuk üzerinde yapılmış ve artmış medya kullanımı ile yağlanmanın artması arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur (96). Düşük fiziksel aktivite ve yüksek düzeyde televizyon izleme gibi yerleşik davranışa sahip çocuklar ile kiloları arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırma sonuçlarında da düşük fiziksel aktivitenin kilolu olma ile arasında ilişki olduğu bulunmuştur (97, 98).

2.5.1.2. Dizilerin Gençlerin Cinsel Gelişim Alanına Yönelik İçerikleri

Televizyon dizilerinde açık, yanlış ve yanıltıcı olarak verilen cinsel mesajların, genellikle çocuklar ve gençler tarafından gerçeğe dönüştürülmesi ve gerçek olarak algılanması sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (99). Buckingham ve

Bragg (100) çocuk ve gençlerin televizyon dizilerinde gördükleri cinsellikle ilgili görüntüler ve konuşmalar hakkında sorular sorduklarını ve çocukların cinsellikle ilgili eleştiri yapma yeteneğinden yoksun olmaları sebebiyle bu görüntü ve sözcüklerin bilinçaltılarında "doğallaştırılmış" hale geldiğini belirtmektedir.

Dizilerde oldukça fazla cinsel içerik bulunmaktadır. Gençler, medyayı cinsel davranış hakkında ikinci en iyi bilgi kaynağı olarak değerlendirmektedir. Cinsel içeriği yüksek programları çok fazla izleyen gençlerin, önümüzdeki üç yıl içinde gebelik yaşama olasılığının, cinsel içeriği yüksek programları izlemeyen gençlere oranla iki kat daha yüksek olduğu araştırmalarla ortaya konmuş olup (101, 102, 103), bu araştırmalar gençlerin ne kadar çok cinsel içerikli televizyon programları izlerlerse, o kadar erken cinsel aktiviteye başladıklarını göstermektedir. Diğer çalışmalar da (101, 103), televizyonda cinsellikle ilgili programları ya da sahneleri izleyen gençlerin, gerçek bir cinsel ilişkiyi izleyen gençlerle benzer riskler taşıdığını göstermektedir.

O'Hara, Gibbons, Gerrard, Li ve Sargent (104) tarafından Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde 10-14 yaş arası 6522 ergen ile yapılan uzunlamasına araştırma sonucunda, sevilen ve fazla izlenme oranına sahip film ve dizilerde bulunan cinsel içeriğe erken dönemde maruz kalmanın gençlerin erken dönemde cinsel ilişkiye başlamalarına ve riskli cinsel davranışlarda bulunmalarına sebep olduğu tespit edilmiştir. Dizi ve filmdeki cinsel içeriğe uzun süre maruz kalma sonucunda gençlerin cinsel davranış ve tutumlarının değiştiği ve cinsel risk alma davranışlarında artış olduğu ortaya çıkmıştır. 14-21 yaş arasındaki 1058 genç ile yapılan bir başka araştırma (105) sonucunda da "medyada cinsel davranışları daha sık izleme ile erken yaşta cinsel ilişki yaşama, zorla cinsel ilişkiye girme ve taciz etme durumları arasında pozitif ilişki bulunmuştur. ABD'deki gençlerin dizi ve film aracılığı ile erken dönemde cinsel içeriklere maruz kalmalarının, erken dönemde cinsellik yaşamalarının yanı sıra riskli cinsel davranışlara da sahip olmalarında sebep etkili olduğu araştırmacılar (104) tarafından ifade edilmektedir.

2.5.2. Dizilerin Gençlerin Bilişsel ve Algısal Gelişim Alanına Yönelik İçerikleri

American College of Pediatricians (88)'a göre ayna nöronları, beyindeki empati ve vicdan gelişiminde etkili olan hücreler olup, ayna nöronları bir kişinin başkasının bakış açısını kavrayabilecek zihinsel beceriyi kullanarak "bilişsel empati" geliştirmesini sağlamaktadır. Beynin diğer alanlarında olduğu gibi ergenlik döneminde de ayna nöronlarında etkileyici değişiklikler olduğu ifade edilmektedir.

Christakis ve Zimmerman (106)'a göre, fazla televizyon izleme beyin yapısını etkilemekte, çocukluk döneminde gelişmesi gereken beyin bağlantılarının kopuk ve kesik olmasına sebep olmakta ve bunun sonucunda da gençlerin dikkat becerisi olumsuz yönde etkilenmektedir. Yani, gençlerin televizyon seyretmek için harcadıkları zaman ile gelecekte yaşayabilecekleri dikkat zorlukları arasında da ilişki bulunmaktadır. Gençlerin dikkatlerini toplamakta zorlanmalarının yanı sıra televizyonda görüntülerin de hızlı geçişi odaklanma sorunu yaşamalarına sebep olmaktadır (78). Swing ve Gentile (107) tarafından yapılan araştırma sonucu da, gençlerin televizyon karşısında uzun saatler geçirmelerinin dikkat sorunu yaşamalarında etkili olduğunu göstermiştir.

UCLA'da altıncı sınıf öğrencilerinin fotoğraf ve videolardaki insanların duygularını tanıma becerileri üzerine yapılan araştırma (108), medya ve cep telefonlarının duygular üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Araştırmada, öğrenciler iki gruba ayrılmış ve 5 gün süren bir kampa alınmıştır. Birinci grubun kamp boyunca ekran saati olmamıştır. 5 gün sonunda öğrencilere fotoğraf ve videolar gösterilerek duygular hakkında sorular sorulmuş ve iki grubun verdiği cevaplar karşılaştırılmıştır. Araştırmacılar, ekran saati bulunan öğrencilerin, hem fotoğraf ve videoda bulunan insanların duygusal ipuçlarına karşı duyarlılık düzeyinin, hem de başkalarının duygularını anlama yeteneklerinin diğer öğrencilere kıyasla azaldığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuçlar, gençlerin ekran karşısında uzun süre geçirmesinin sosyal becerilerini de zayıflattığını göstermektedir. Yapılan diğer araştırmalar da (109, 110) medyanın gençlerin karar verme davranışlarını olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, gençlerin medyada gördüklerini, doğru ve doğru olmayan ya da aldatıcı bilgi olarak ayırt edebilmeleri için gerekli eleştirel düşünme becerisine sahip olamadıklarını ifade eden araştırmacılar da bulunmaktadır (109, 110, 111).

Alkol, televizyon dizilerinde yer alan maddelerden olup, çoğu alkol kullanımı dizilerde normal olarak tasvir edilmektedir (109). Siegel ve arkadaşları (112) tarafından yapılan araştırma sonucunda, gençlerin alkol tüketimine maruz kalması ve son otuz günlük alkol tüketimi arasında güçlü bir ilişki olduğu kanıtlanmıştır. Dizilerde reklamı yapılan alkol ürünleri ve markalarının tüketilme oranlarını beş kat daha yüksek olduğu da Scull ve arkadaşları (113) tarafından yapılan araştırma sonucunda saptanmıştır. Scull ve arkadaşları (113)'na göre; alkol ve diğer maddelerle ilgili medya mesajlarının kullanımı imgesel tasvirlerle örneklendirilmekte olup, bunlar hem heyecan verici, büyüleyici, kötü sonuçları olmayan ve genellikle bedava olan ürünler olarak gösterilmekte hem de başkalarıyla uyum sağlamanın, işyerinde zor bir günün ardından dinlenmenin veya stresi hafifletmenin iyi bir yolu olarak gösterilmektedir. Sonuç olarak, medya, ergenlerin alkol ve diğer maddelere yönelik tutumlarını şekillendirmede ve toplumsallaştırmada önemli bir rol oynamakta (109) ve gençlerin çok beğenilen dizi karakterlerine yönelik olumlu ve taraflı tutumları mantıklı karar verme becerilerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (114).

Belirtilen olumsuz özelliklerin yanı sıra film ya da dizi karakterlerinden birinin davranışı, davranışının sonucu hakkında verdiği karar, davranışının sonucunu görme ve etkisine müdahale etme gibi olumlu durumlar göz önünde bulundurulduğunda; dizilerin gençlerin öğrenmelerini kolaylaştırdığı ve eleştirel izleme becerilerini geliştirdiği de söylenebilir (13, 115).

2.5.3. Dizilerin Gençlerin Sosyal ve Duygusal Gelişim Alanına Yönelik İçerikleri

Gençler, başkaları ile ilişki kurabilmek için duygusal becerilere ihtiyaç duymaktadır. Aslında başkalarının duygularını tanıma ve yorumlama becerisi, sosyal yeterliliğin temel yapı taşıdır (116). Hem gelişim psikologları hem de medya araştırmacıları, ekranın çocukların sosyal ve duygusal gelişiminde önemli rol oynadığını savunmaktadır (117). Duygusal gelişimin ilk becerilerinden biri, başkalarının duyguları tanıma becerisidir. Deutsch (118)'a göre; okul öncesi çocukları televizyon karakterlerinin yaşadıkları mutluluk, hüznün ve korku gibi temel duyguları tanımlayabilmekte ve ayırt edebilmektedir. Çok küçük çocuklar, daha karmaşık duyguları tanımlama konusunda zorluk yaşamalarına rağmen hareketli

karakterler tarafından gösterilen görüntüleri daha iyi hatırlama eğilimindedirler ve bir televizyon programında anlatılan durumun tekrar etme özelliğinin de olması sebebiyle çocuklar karakterlerin duygularına odaklanmaktadır (119). Çocuklar sekiz yaşına geldikleri zaman, özellikle de kız çocuklarının, televizyonda anlatılan bir hikayeyi yeniden dile getirirken, karakterlerin duygularından söz etmesi daha yüksek olasılıklıdır (120). 8 yaşından büyük çocuklar televizyon karakterlerinin çok daha karmaşık duygularını (kıskançlık gibi) anlamaya başlamaktadır (121). Bu yaş grubu çocuklar, daha küçük çocuklarda da olduğu gibi programları ve yaşanan olayları gerçek olarak algılamakta ve durumdan etkilenmektedir (120).

Araştırmacılar (122, 123), gençlerin televizyon dizilerinde yer alan duyguları öğrenebildiklerini bulmuşlardır. Calvert ve Kotler (124), altıncı sınıf öğrencilerinin, en sevdikleri dizilerden farklı bilgileri nasıl edindiklerini araştırmışlardır. Ülkenin dört bir yanındaki okullardan örneklem grubu seçilerek, öğrenciler için özel olarak tasarlanmış bir web sitesini ziyaret etmeleri istenmiştir. Araştırmacılar dizilerin belirli bölümlerini seçerek öğrencilerin bu bölümleri izlediklerinde nasıl etkilendiklerini öğrenmeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda; gençlerin gösterilen durumları hatırladıkları ve açıkça ifade edebildikleri bulunmuştur. Gençlere Eğitim/Bilgilendirici (E/B) olarak derecelendirilen programlar hakkında sorular sorulduğunda, bilişsel durumlara kıyasla sosyal duygusal durumları daha fazla öğrendikleri gözlemlenmiştir. Farklı bir ifadeyle, gençlerin izledikleri bir durum hakkında onlara sorular sorulduğunda, bilişsel özelliği olan durumları daha fazla öğrenip ifade etmeleri beklenirken, korkularının üstesinden gelme, duygularını ifade etme, saygı, paylaşma ve sadakat gibi kişilerarası becerileri daha fazla öğrenip ifade ettikleri bulunmuştur.

Yapılan bir diğer araştırma ise (125), gençlerin televizyondan öğrendikleri duygusal mesajları gerçek hayatlarına geçirebildiklerini göstermektedir. Ortaokula devam eden gençler arasında oluşturulan iki gruba, iki olumsuz durumu içeren dönemin popüler bir dizisi izlettirilmiştir. Olumsuz durumlar; karakterlerin birinin depresyon korkusu olması ve bisiklete binmeyi öğrenmeye çalışırken düşen genç bir karakterin duyduğu öfkedir. Gençlerin yarısı gerçek diziyi, diğer yarısı da gerçek temaya birçok komik sahnenin eklendiği diğer sürümü izlemişlerdir. Komik sahnelerin eklendiği kısmı izleyenlerin, gerçek dizide bulunan olumsuz duygulardan

etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır. Diziye eklenen komedi sahneleri gençlerin gerçekte olan duyguyu anlamalarına engel olmuştur.

İşbirliği, sorumluluk, paylaşım ve görgü kuralları gibi bazı sosyal davranışların desteklenmesi amacıyla bazı televizyon dizilerini izlemek, çocuklar ve gençler için yararlı olabilmektedir. Çocuklar ve gençler, televizyon dizileri aracılığıyla algı ve davranışlarını etkileyen iletilere karşı savunmasızdır. Birçok çocuk ve genç, gördükleri ile gerçeklerin arasında ayırım yapamamaktadır. Bu nedenle de görüntülerini “gerçek” olarak özümseme eğilimi göstermektedir (126).

Önder ve Dağal (127), bazı dizilerin gençlerde olumlu sosyal davranışlar, işbirliği, paylaşma, yardımlaşma, düşünme becerisini geliştirme, empati kurma, etkili ve çabuk öğrenmeyi kolaylaştırma, bilmediklerini keşfetme, dostluk, sorumluluk ve kelime dağarcığının gelişmesi gibi gencin gelişimine büyük katkıları olduğunu ifade etmektedir.

2.5.4. Dizilerin Gençlerin Gelişimine Yönelik Diğer İçerikleri

Gelişim alanlarına göre diğer içerikler; şiddet, tüketim kültürü, model alma, aile yapısı ve aile değerleri olmak üzere beş alt boyutta ele alınmıştır.

Şiddet

Medyada, özellikle televizyon dizilerinde yer alan şiddet ile ilgili çeşitli yöntemler kullanarak yerli ve yabancı araştırmalar yapılmıştır. Uzunlamasına yöntemlerin kullanıldığı bazı araştırmalar (128, 129, 130, 131, 132), katılımcıların çocukluk ve gençlik yıllarında izledikleri televizyon programlarındaki şiddet miktarının, uzun vadede bireyin saldırganlık düzeyini etkilediğini ortaya koymaktadır. Diğer araştırmacılar ise (133, 134, 135, 136), televizyon dizilerinde ve programlarında yer alan şiddet durumlarına maruz kalmanın kısa ve uzun süreli etkilerini belirlemek için deneysel araştırmalar yapmışlardır. Yapılan araştırmaların sonucunda; dizilerde yer alan şiddetin, çocuk ve gençlerde saldırgan tutum, saldırgan bakış açısı ve saldırgan davranışları ortaya çıkardığını göstermiştir. Ayrıca yapılan meta-analiz çalışmaları, şiddet davranışlarını izleme ve zararlı etkileri arasında nedensel bir ilişki olduğunu doğrulamıştır.

Televizyon dizilerinde yoğun olarak belirli (şiddet içeren, cinsel içerikli) içeriklere maruz kalmanın çocukların ve gençlerin inanç, değer ve davranışlarını nasıl etkileyebileceği kapsamlı şekilde araştırılmıştır. Araştırmacılar (43, 102, 137, 138, 139, 140, 141), bu ilişkiyi açıklayabilecek en az üç durum bulmuşlardır:

Bunlardan ilki *eğilim*dir. Belirli bir dizi içeriği, bir kişinin gerçek dünyadaki algısını değiştirebilir. Dizilerde çok fazla şiddet olayı görüntülerini izleyenler, gerçek dünyada daha fazla şiddet kullanabilir ya da bir şiddet olayına kurban olma korkusu yaşayabilir (43), kendilerini savunmasız hissedebilir (137) ve hatta insanların genel olarak şiddet eğilimli ve saldırgan olduklarına dair güçlü bir beklentiye sahip olabilirler (138). Dizilerde çok fazla cinsel içerik izleyenler de benzer şekilde etkilenmektedir. Bu bireylerin, akranlarını cinsel olarak aktif olarak algılama, erken yaşta cinsel ilişkiye hoşgörülü tutum geliştirme ve erken yaşta cinsel ilişki yaşama olasılıkları daha yüksektir (102, 139, 140).

İkinci durum *duyarsızlaşma*dır. Çocuklar ve gençler televizyon dizilerinde yer alan şiddet içeriklerine düzenli ve sıklıkla maruz kaldıklarında, şiddet durumları ve sonuçlarına daha az duyarlı hale gelmektedir (141). Dizilerde şiddet içerikli yapımları izleyen ve izlemeyenlerin tepkileri karşılaştırıldığında, izleyenlerin şiddet sahnelerine daha az tepki gösterdikleri (136, 142), gerçek hayattaki şiddet ve saldırganlığa karşı daha toleranslı oldukları (135, 143, 144), başkalarına daha az empati kurdukları (145), saldırgan düşünce ve duygu geliştirdikleri görülmüştür (146).

Üçüncü durum ise *taklit*dir. Televizyon dizilerinde gösterilen durumlar taklit edilmeyi kolaylaştırmaktadır. Bandura ve ark (68) tarafından geliştirilen kuram, çocukların saldırgan bir modele tanık olduktan sonra saldırgan davranışları öncelikle oyuncak bebeklerine vurarak taklit ettiklerini açıkça göstermiştir. Buna karşın, şiddet gösterimi durumuna maruz kalmayan çocuklar oyuncak bebeklerine karşı herhangi bir saldırgan eylem göstermemişlerdir. Benzer bir durum da çok sayıda cinsel içerikli dizi izleyen çocuklarda görülmektedir. Bu çocuklarda, erken dönemde cinsel deneyim yaşama eğilimi fazla olmaktadır (102, 140).

Şiddet içeriğinin bulunduğu, televizyon dizilerinin de içinde yer alan medya araçları, saldırgan davranışlar gösteren rol modellerle karşılaşmaya sebep olmaları nedeniyle son derece önemlidir (147). Çocuklar ve gençler dizilerde gördükleri

şiddet olaylarıyla insanlara zarar vermekte ve şiddet göstermenin yeni şekillerini öğrenip, bunları davranışlarında sergilemektedir (148). Araştırmacılara göre (149, 150) dizilerde şiddet ve saldırgan davranışlar sergileyen modellerle karşılaşmaları sonucunda, çocuk ve gençler şiddete maruz kalmasalar bile, model alma yoluyla, sorun çözme yolu olarak şiddet kullanmayı öğrenmekte ve bu tür şiddet davranışlarının sonuçlarına karşı duyarsızlaşmaları sebebiyle de saldırganlığa eğilimli hale gelmektedirler.

Medyada yer alan şiddetle ilgili araştırmalarda (151, 152), medya şiddeti ile gerçek hayatta saldırgan davranış gösterme ve sorunlarını şiddet yoluyla çözme davranışları arasında bağ olduğu belirtilmektedir. Comstock ve Strasburger (153)'e göre, gerçek hayatta gösterilen şiddet davranışlarının %10-20'sinin medya şiddeti etkisiyle olduğu söylenebilmektedir. ABD Ulusal Televizyon Şiddet Araştırması sonuçlarına göre; tüm programların neredeyse üçte ikisi şiddet içermekte olduğu; en fazla şiddet görüntüsünün çocuk ve gençlere yönelik programlarda bulunduğu; şiddet görüntülerinin genellikle etkileyici şekilde verildiği ve suçluların/şiddet uygulayanların genellikle cezasız kaldığı görülmektedir (154).

İnanlı (155) medyada izledikleri şiddet görüntüleri arttıkça çocuk ve gençlerin başkalarına karşı daha fazla şiddet davranışı sergilediklerini, daha fazla düşmanlık duygusu geliştirdiklerini, daha korkulu ve daha güvensiz olduklarını, başkalarının çektiği acı ve eziyete karşı duyarsızlaştıklarını, gittikçe şiddeti daha arzular hale geldiklerini, kaygı ve uyku bozuklukları gösterdiklerini belirtmektedir.

Tüketim Kültürü

Televizyon izleyici oranının artması sonucunda her yaştan insana yönelik ürünler sunan reklam sayılarında da artış olmuştur (156). Christakis (157), gündüz ve akşam kuşağında yer alan programların çok fazla izlenmesi sonucunda bu programların reklamlarının sürekli arttığına ve hedef izleyicilere yönelik tasarlanan reklamların bir saatlik gösterinin en az 16 dakikalık bir parçasını oluşturduğuna dikkat çekmektedir. Ayrıca gençlere yönelik televizyon programları ve diziler yayınlandığında, çoğunlukla gençler için özel olarak tasarlanmış kıyafet, makyaj ve kullanılan teknolojik aletlerle ilgili reklamlara yer verilmektedir (158, 159). Yapılan araştırmalar (156, 160), reklamların gençlerin tüketim davranışının artmasında etkili

olduğunu ortaya koymakla birlikte, gençlerin reklamı yapılan ürünleri bilinçli olarak algılayıp algılamadıkları konusundaki endişeleri de ortaya çıkarmaktadır.

Gençler dizilerde yer alan reklam ve ürün yerleştirmenin genellikle diziye para kazandırma, bilgilendirme, doğru bilgi verme ve eğlendirme amacıyla yapıldığını düşünmekte (156) ve genellikle dizi ya da film izlemeye başlar başlamaz farkında olmadan içeriğindeki reklamlardan etkilenmektedir (160). Buijzen ve Valkenburg (161), yerleştirmesi yapılan ürünlerin önemli olduğunu, güzellik, başarı ve mutluluk gibi çok arzulanan niteliklerin yalnızca tanıtımı yapılan ürünler tarafından elde edilebileceği fikrine odaklanıldığı için, aile ve çocuk arasında çatışma durumlarının ortaya çıkabileceğini vurgulamaktadır.

Dizi ve programlarda yer alan reklamcılığın çocuk ve genç üzerindeki etkileri konusunda en büyük endişe; reklamların gençlerin davranışlarına yönelik etkisidir. Araştırmacılar (162, 163), gençlerin reklam mesajlarına karşı kendilerini koruyacak bilişsel becerilerden yoksun olmaları sebebiyle, yetişkinlere göre reklam görüntülerinin düşünce yapıları üzerindeki etkisine karşı gençlerin daha savunmasız olmalarından endişe duymaktadır. Çünkü Levin ve diğerlerine göre (160) gençler televizyon izlemeye başlar başlamaz genellikle reklamdan etkilenmektedir.

Model Alma

Eski NBA basketbol yıldızı Charles Barkley'in 1993 yılında yer aldığı ünlü Nike reklam filminde "Ben rol modeli değilim. Rol model olmak için para almıyorum. Basketbol sahasına zarar vermemek için para aldım. Ebeveynler rol model olmalıdır. Çünkü sadece basketbol oynadım diye, bu çocuklarınızı yetiştirmem gerektiği anlamına gelmiyor" sözlerini ifade etmiştir (164). Bu reklam yayınlandıktan sonra, televizyonda görülen pek çok karakterin isteseler de istemeseler de rol model olduklarına dair çokça tartışma çıkmıştır. Kolayca etkilenen çocuklar, sevdikleri ve rol model aldıkları kişilerin, iyi ya da kötü olmasına bakmaksızın; ün, şöhret, zenginlik ve saygı duyulma durumundan etkilenmekte ve kahramanlarının davranışlarını taklit etmektedirler (123, 165). Veritas (166)'a göre; medya araçlarının yaygın olması, gençler tarafından model alınan kahramanların çevrelerinde her zaman bulunabilmesini sağlamaktadır: televizyon, film, bilgisayar, telefon ve tablet...

Televizyon dizilerinde olumsuz roller sergileyen karakterlerin çocuklar ve gençler tarafından rol model alınmasında, televizyonun bu karakterleri diziler aracılığıyla yansıtma biçimi etkili olmaktadır. Çünkü diziler, insanların duygu ve düşüncelerini etkileyen, belirli konularda tavır almalarını, kişiler ve olaylar ile ilgili şema oluşturmalarını sağlayan bir araçtır (167, 168). Verilmek istenen mesajlar karakterler aracılığı ile doğrudan ya da dolaylı olarak verilebilmekte olup, izleyici seçim yapma konusunda özgür değildir (169).

Aile Değerleri ve Aile Yapısı

Televizyonların yaygınlığı, ailelerin artık oturma odalarında tek bir televizyona sahip olmalarının yetmediği, mutfaklarında ve yatak odalarında da televizyona ihtiyaç duymaları sebebiyle ortaya çıkmıştır. Ev içinde televizyon sayısındaki bu artış, geleneksel ailelerde aile bireyleri ile etkileşimli olarak geçirilen aktif zamanın, daha pasif bir zamana değişmesine sebep olmuştur (170). Tubbs ve arkadaşlarına (170) göre, bu ailelerde televizyonun rolü, esas itibarıyla aile etkileşimini ve aile çevresini etkileyebilen, ailenin başka bir üyesi olarak düşünülmelidir.

Televizyon, özellikle çocuk ve gençlerin çoğunun her gün seyrettiklerini belirttikleri, hayatlarında önemli rol oynamaya devam eden medya aracıdır. Moawad ve Ebrahim (171) tarafından yapılan gençlerin televizyon izleme alışkanlıkları ile araştırma sonucunda, gençlerin çoğunun ebeveynlerinin televizyonda istedikleri programı izlemelerine izin verdiklerini ortaya koymaktadır. Çok az sayıda genç, ebeveynlerinin kendileriyle belirli bir programı veya diziyi izlemeye istekli olduklarını belirtmiştir.

Gençlerin ve ailelerinin izledikleri televizyon programlarının içeriği, aile içi ilişkilerin nasıl şekillendiğini belirlemekte önemli bir rol oynamaktadır. Dizilerde, değişen aile yapıları gerçek aile yapılarının birebir temsili değilken, normal aile içi ilişkileri olarak gösterilen durumlar gençlerin yanlış bir anlam çıkarmasına sebep olmaktadır (172). Gençler üzerindeki etkileri konusunda en önemli durum; aile çatışmalarının televizyon dizileri içinde yorumlanma şeklidir. Çoğu sahnede, aile yaşamında çatışma normal olarak gösterilmektedir ve bir dizinin akışına çatışma sahneleri eklendiği zaman özellikle çocukları ve gençleri etkileyebilecek bir sahne

olup olmadığı, yapımcılar ve senaristler tarafından önemsenmemektedir (173). Weiss ve Wilson (125) tarafından yapılan araştırmada, televizyon dizilerinde duygusal çatışma sahneleri izleyen çocukların, bu sahnelerin genel etkisiyle, gerçek olduğuna inandıkları ve kendi yaşamında da aynı çatışmayı yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Douglas (174) aile içinde çatışmaların olmasının normal ve gerekli olduğunun televizyon dizileri aracılığıyla kolaylıkla sağlanabildiğini vurgulayarak, aslında çoğu televizyon dizisinin, günümüzde ailelerin karşılaştıkları birçok sorunun kolayca çözümlenebilecek şekilde de tasvir edebileceğine dikkat çekmektedir. Wilson (175)'a göre de diziler kullanılarak aile bireylerine en şiddetli aile sorunlarının bile hızlıca çözüme ulaşabileceği fikri sunulabilir ve oldukça ideal bir aile tasvirinin yaratılmasına katkıda bulunulabilir.

Pahad, Karkare, ve Bhatt (176)'a göre; ebeveynler genellikle stresten uzaklaşmak ve boş vakitlerini değerlendirmek için televizyon seyretmektedir. Tüm aile birlikte izlenen dizilerde saldırganlık, küfürlü ve argo konuşma, kıskançlık ve rekabet gibi olumsuz durumlara ilişkin sahneler maruz kalmanın, aile bireylerinin zihinlerinde olumsuz algı oluşmasını sağlayabileceği ve bu durumlarda gençler ve aileleri arasında sorun yaşanmasına ve stres oluşmasına sebep olabileceği ifade edilmektedir.

Morley (177) dizilerin aile değerleri ve yapısına olan etkisini araştırmanın tam olarak mümkün olmayacağını, araştırılması gereken konunun dizilerin ailelere neler yaptığının değil, ailelerin televizyonu nasıl kullandığı ve hangi programları izlemeyi tercih ettiklerinin olması gerektiğini belirtmektedir. Morley (177)'e göre; genç-ebeveyn etki durumunu değerlendirmek için aile yapısı, ebeveyn bakış açısı ve ailenin dizi izleme ortamına göre bir değerlendirme yapılmalıdır.

2.5.5. Dizilerin Gençlerin Dil Gelişimine Yönelik İçeriği

Gençlerin konuşma yapılarının televizyondan etkilenmesi, televizyonun izlenme süresiyle doğrudan ilişkilidir. Televizyon izlenme süresi arttıkça gençlerin kullandıkları kelime sayısı ve sözcük dağarcıkları da artış göstermektedir (178, 179). Gençlerin televizyon izleme sürelerindeki artış, dil öğrenme aracı olarak en çok medyayı kullanma ve medyayı model alma eğilimine sebep olmaktadır. Duyarak öğrenilen dil karşısında gençler medya dilini günlük konuşma şekli olarak

algılamakta ve kullanmaktadır (180). Televizyondan etkilenme her zaman farkında olmadan gerçekleşmemekte, çoğu zaman gençlerin severek izledikleri dizi karakterlerini taklit etmelerinden dolayı kendi istekleri ile de gerçekleşebilmektedir. Böylece, dizilerde kullanılan dil, gençler tarafından yaygınca kullanılmakta ve hatta slogan haline gelebilmektedir (181, 182). Yani dizi karakterlerinden hızlı etkilenmelerinin gençler için hem olumlu hem de olumsuz yanları bulunmaktadır (183).

Gençlerin hem davranışları hem de konuşma biçimleriyle örnek aldıkları dizi karakterlerinin yanlış, uydurma ve hatalı sözcük kullanımları dili olumsuz yönde etkilemektedir. Dilin bozulması olarak da isimlendirilen bu durum, yaygın kullanım sebebiyle toplum dilini etkilemekte ve dili kurallarına aykırı bir değişime zorlamaktadır (184, 185). Aksan (186)'a göre dizi karakterleri tarafından söylenen her kelime gençler tarafından kullanılmaktadır. Eğer karakterler olumsuz konuşuyorsa olumsuz, olumlu konuşuyorsa da olumlu konuşma gençler arasında yaygın olarak görülmektedir.

Akbulut (20) televizyonun dil gelişimine olan bir diğer önemli etkisini çocukları ve gençleri çocuk ve genç edebiyatına yönlendirmemesi olarak ifade etmektedir. Akbulut (20)'a göre gençler, eski nesillerdeki geleneksel öykü ve hikâyeleri bilmemekte, genellikle ekran karşısında zaman geçirmekte, bir şey okuyacakları zaman da izledikleri dizi ya da film kahramanları hakkındaki eserleri tercih etmektedir.

Gençlerin çoğu, özellikle de erkekler kitap okumaktan hoşlanmadıkları için televizyon karşısında konuşmaya ihtiyaç duymadan oturmak onlar için cazip hale gelmektedir. Bu nedenle fazla televizyon izleyen gençlerin duygu ve düşüncelerini ifade etmek için kullandıkları dil de genellikle televizyon dili olmaktadır (187). Film ve dizilerde uydurma, hatalı, argolu ve şiveli kelimelerin kullanılması gençlerin konuşma dil yapılarını olumsuz etkilemektedir (188, 189).

Yapılan araştırmalar (168, 190) televizyonda ve dizilerde kullanılan dilin çocuklar ve gençler tarafından taklit edildiğini, televizyondaki karakterler gibi konuştukları zaman arkadaşları tarafından daha çok seviceceklerini düşündüklerini, gençlerin güzel konuşmayı karakterlerden daha iyi öğreneceklerini düşündükleri, televizyondan sözcük dağarcıklarının geliştirdiğini düşündüklerini, televizyonun

konuşma şekillerini bozduğunu düşünmediklerini ortaya koymaktadır. Bu durumun yanı sıra Işık ve ark (191) göre sadece olumsuz etkilerini düşünerek hem eğitici hem de eğlendirici yapımlardan gençleri uzak tutmak doğru bir davranış değildir.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Gençlerin izledikleri dizilerin içerik açısından incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırma iki aşamadan oluşmaktadır.

Birinci aşamada, 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme alışkanlıkları ve en çok izledikleri dizilerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için nicel araştırma yöntemlerinden betimleyici araştırma modeli kullanılmıştır.

Betimleyici araştırma, betimsel bir durum saptama niteliğinde olup, durum çalışmalarının "nasıl" ve "niçin" sorularını temel alarak, araştırmacının kontrol edemediği bir olgunun ya da olayın derinlemesine incelemesine olanak verdiğini söylemek mümkündür (192, 193).

Betimleyici araştırma yöntemlerinden anket yöntemi kullanılarak 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme alışkanlıkları ve en çok izledikleri diziler belirlenmiştir. Anket; herhangi bir konuyla ilgili durumu ve tutumu belirleyebilmek için düzenlenmiş ayrıntılı ve kapsamlı soru dizisi olup, sistematik veri toplanmasını sağlamaktadır (192).

Araştırmanın ikinci aşamasında, ilk aşama sonucunda elde edilen ve 10-14 ile 15-18 yaş arası gençler tarafından en çok izlenen ilk on dizinin içeriklerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için nicel araştırma yöntemlerinden betimleyici araştırma modeli kullanılmıştır. Betimleyici araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılarak, dizilerin farklı gelişim alanlarına göre içerikleri incelenmiştir.

İçerik analizi metin içeriğinin toplanmasını ve analiz edilmesini sağlamaktadır. Filmler içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenebilmektedir. Film analizlerinin sözlerin, jest ve mimiklerin saptanmasının sağlanması, farklı zamanlarda

ve birçok kez aynı davranışı izleyebilme olanağı sunması gibi avantajları bulunmaktadır (192, 194).

3.2. Araştırmanın Evreni

Araştırmanın birinci aşamasının evrenini Ankara kent merkezinde (Çankaya, Yenimahalle, Pursaklar, Sincan, Etimesgut, Keçiören, Altındağ ve Mamak) bulunan ve Ankara İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı ortaokul ve ortaöğretim okullarına devam eden gençler oluşturmaktadır.

Araştırmanın ikinci aşamasının evrenini 2015-2016 yılları arasına ulusal kanallarda ve uydu üzerinden yayınlanan tüm diziler oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın birinci aşamasının örneklemi, ortaokula devam eden 10-14 yaş arası 1530 genç ve ortaöğretime devam eden 15-18 yaş arası 2124 genç oluşturmaktadır. Araştırmada katılımcıların belirlenmesi için tabakalı örneklem seçimi yönteminden yararlanılmıştır. Tabakalı örneklem seçilmesinin amacı, evreni en iyi temsil eden örneklem yöntemi olmasıdır. Temel amacımız; Ankara kent merkezinde yer alan ilçelerde bulunan tüm ortaokul ve ortaöğretim okullarına eşit derecede seçilme şansı sunmak ve seçilen örneklem tüm evreni temsil edebilmesini sağlamaktır. Ankara kent merkezindeki ortaokul ve ortaöğretim okullarından, öğrenci sayılarına göre büyüklüğe orantısız olasılıklı seçim yöntemi kullanılarak 15 ortaokul ve 15 ortaöğretim okulu seçilmiştir. Örneklem grubunda yer alan gençlerin yaş ve cinsiyetlerine göre dağılımları Tablo 3.1.'de sunulmuştur.

Tablo 3.1. Birinci aşamanın örneklem grubunun yaş ve cinsiyete göre dağılımı.

Yaş	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
10	60	3,4	123	6,4	183	5,0
11	105	6,0	189	9,8	294	8,0
12	147	8,4	182	9,3	329	8,9
13	144	8,3	216	11,2	360	9,9

14	226	0,2	138	7,1	364	10,0
15	321	18,5	345	17,9	666	18,2
16	390	22,5	351	18,2	741	20,3
17	241	13,9	282	14,7	523	14,4
18	98	5,5	96	4,9	194	5,3
Toplam	1732	47,5	1922	52,5	3654	100,0

Araştırmanın ikinci aşamasının örneklem grubunu ise, birinci aşamanın örneklem grubunda yer alan gençler tarafından doldurulan anket sonucunda belirlenen, 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri ilk on dizi oluşturmaktadır. Örneklem grubunda yer alan dizilerin dağılımları Tablo 3.2. ve Tablo 3.3.'te sunulmuştur.

Tablo 3.2. 10-14 yaş arası gençlerin en çok izledikleri ilk 10 dizinin dağılımı.

En çok izlenen ilk 10 dizi	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Diriliş Ertuğrul	155	22,7	270	31,8	425	27,8
Kıralık Aşk	211	30,9	194	22,9	405	26,5
Tatlı İntikam	194	28,4	184	21,7	378	24,7
Kırgın Çiçekler	138	20,2	137	16,2	275	18,0
Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	105	15,4	158	18,6	263	17,2
Kara Sevda	128	18,8	133	15,7	261	17,1
Aşk Yeniden	122	17,9	124	14,6	246	16,1
Poyraz Karayel	111	16,3	113	13,3	224	14,6
Arka Sokaklar	89	13,0	129	15,2	218	14,2
The Flash	83	12,2	108	12,7	191	12,5

Tablo 3.3. 15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri ilk 10 dizinin dağılımı.

En çok izlenen ilk 10 dizi	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Diriliş Ertuğrul	242	23,0	297	27,7	539	25,4

Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	188	17,9	249	23,2	437	20,6
Tatlı İntikam	228	21,7	206	19,2	434	20,4
Kıralık Aşk	214	20,4	186	17,3	400	18,8
Walking Dead	178	17,0	183	17,0	361	17,0
The Flash	170	16,2	185	17,2	355	16,7
Kara Sevda	174	16,6	173	16,1	347	16,3
Game Of Thrones	172	16,4	174	16,2	346	16,3
Poyraz Karayel	160	15,2	173	16,1	333	15,7
Arrow	151	14,4	147	13,7	298	14,0

Tablo 3.2. ve Tablo 3.3. incelendiğinde 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri 7 dizinin ortak olduğu görülmektedir. Araştırmanın ikinci aşamasının örneklem grubunu 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri ilk on dizi oluşturduğu için örneklem grubunda toplamda 13 dizi bulunmaktadır.

3.3.1. En Çok İzlenen Dizilerin Künye Bilgileri

Televizyon dizilerinin çocuk ve gençleri gerçekten etkileyip etkilemediklerini değerlendirmeden önce, bir dizinin ne tür inanç, değer ve davranış kalıplarını içerebileceğinin tanımlanması gerekmektedir. Bu bölümde gençler tarafından en çok izlenen dizilerin künye bilgilerine yer verilmiştir.

Diriliş “Ertuğrul”

Diriliş “Ertuğrul”; yapımcılığını Tekden Film'in üstlendiği, yönetmenliğini Metin Günay'ın yaptığı, senaryosunu Mehmet Bozdağ, Atilla Engin ve Aslı Zeynep Peker Bozdağ'ın yazdığı, başrollerini Engin Altan Düzyatan, Esra Bilgiç, Kaan Taşaner, Didem Balçın ve Hülya Darcan'ın paylaştıkları, ilk bölümü 10 Aralık 2014 tarihinde TRT 1 ekranlarında yayınlanmaya başlayan ve halen devam eden dizidir (195).

Diriliş “Ertuğrul”; dünyanın kaderini belirleyen bir adamın hikâyesini anlatmaktadır: “O; güneşi bayrak, göğü çadır eyleyip kırsaklarını uçsuz bucaksız ovalara sürdü. Yağız yeri titretip, mavi göğü deldi. Pusatlarını yar eyleyip, ordularını

gür kıldı. Daha çok denize, daha çok toprağa ilahi mustuyu taşıdı. Dünyanın iki hükümdara dar geldiğine inandı ve dünyayı bir hükümdara yar kıldı. Süleymanşah oğlu Ertuğrul ümitlerin tükendiği bir çağda dirilişin adı oldu” sloganıyla yayın hayatına başlamıştır (195). İlk bölümün yayınlanmasının ardından yayınlandığı günün ve haftanın AB grubu reyting sıralamasında her hafta birinci sırada yer almıştır (196).

Dizi; 2015 yılının en iyi dizisi (197), 12. Uluslararası Kar Film Festivalinde de en iyi dizi ve en iyi senaryo dallarında 8 ödüle layık görülmüştür (198). Dünyada en çok konuşulan 10 televizyon programının yer aldığı “Social Wit List 2014” Aralık raporunda da 9. sırada yer almıştır (199). 43. Pantene Altın Kelebek Ödülleri’nde 2016 Yılı’nın En İyi Dizisi ödülünü kazanmış ve ödül gecesinde konuşma yapamadıkları gerekçesiyle yapımcı tarafından ödül iade edilmiştir (200). Dizi, okçuların başparmaklarına taktıkları milli icadımız okçu yüzüğü zihgire, kayı şapkalarına ve Ata sporumuz olan okçuluğa ilgiyi arttırmıştır (201).

Dizinin ilk sezonu, 13. yüzyılda Kayı Boyu’nun Tapınak Şövalyeleri’ne karşı olan mücadelelerini; ikinci sezonu, 13. yüzyılın ortalarında yine Kayı Boyu’nun bu kez Moğollar’a karşı olan mücadelelerini; üçüncü sezonu ise, 13. yüzyılın ortalarında Ertuğrul Bey’in önderliğinde Söğüt’e yerleşen Kayı Boyu’nun Bizans İmparatorluğu ve Candaroğulları Obasına karşı mücadelesini konu alan, içerisinde entrika, tehlike, ölüm, yoldaşlık, fedakârlık, cesaret, yiğitlik ve büyüleyici bir aşkın bulunduğu yapımdır (195).

Tatlı İntikam

Tatlı İntikam; yapımcılığını D Yapım’ın üstlendiği, yönetmenliğini Barış Erçetin’in yaptığı, senaryosunu Gülsev Karagöz, Zafer Özer Çetinel, Yasemin Özek ve Leyla Uslu Oter’in yazdığı, başrollerini Leyla Lydia Tuğutlu ve Furkan Andıç’ın paylaştıkları, ilk bölümü 26 Mart 2016’da yayınlanan ve 12 Kasım 2016’da final yapan, Kanal D ekranlarında yayınlanmış 30 bölümlük dizidir (202).

Tatlı İntikam; Pelin ve Tankut arasındaki intikam alma niyetiyle başlayan aşk hikâyesini anlatmaktadır. Hikaye; üniversite yıllarında Pelin’e aşık olan Tankut’un herkesin önünde Pelin tarafından aşağılanması ve hakarete uğraması ile başlamaktadır. Tankut yaşadığı olay sonucunda tıp eğitimini bırakıp yurtdışına gider.

Yıllar sonra aşçı olarak yurda döner ve kendi restoranını açar. Pelin'in ise aşkta bir türlü yüzü gülmemiştir. Hayallerindeki erkekle evlenmek üzereyken damat adayı nikah günü ortadan kaybolur ve Pelin aşık olduğu adam tarafından düğününde terk edilir. Falcıdan, yaşadıklarının sebebinin geçmişte üzdüğü birinin ahından kaynaklandığını öğrenen Pelin, Tankut'u bulup ondan özür dileyeceğini ve peşindeki bu kara büyüden kurtulacağını düşünmektedir. Ancak, Tankut için de artık intikam zamanı gelmiştir (202).

Furkan Andıç, kendisi için özel bir anlam taşıyan yüzüğünden 1000 adet ürettirip satmış ve gelen tüm geliri "İyilik Melekleri Derneği"ne bağışlamıştır. Yapılan bağış ile tüm masrafları karşılanan Şanlıurfa Kapıkaya İlköğretim Okulu etüt odasına genç oyuncunun adı verilmiştir (203). Leyla Lydia Tuğutlu ve Furkan Andıç 43. Pantene Altın Kelebek Ödülleri'nde 2016 Yılı'nın En İyi Dizi Çifti ödülünü kazanmışlardır (204).

Kiralık Aşk

Kiralık Aşk; yapımcılığını Ortaks Yapım'ın üstlendiği, yönetmenliğini Şenol Sönmez'in yaptığı, senaryosunu Meriç Acemi'nin yazdığı, başrollerini Elçin Sangu, Barış Arduç, Salih Bademci, Müjde Uzman, Seçkin Özdemir, Nergis Kumbasar, Levent Ülgen ve Onur Büyüktopçu'nun paylaştığı Star TV'nin 2015 yılında başlayıp 20 Ocak 2017'de final yapan romantik komedi dizisidir (205).

Kiralık Aşk; garsonluk yapan Defne'nin abisinin borcunu ödemek için kendisine yapılan aşk oyunu teklifini kabul ederek karmaşık bir işin içine girmesini konu edinmektedir. Zengin iş adamı Ömer'i kendisine aşık etmeye çalışan Defne'ye bu oyunda yardımcı olacak kişi ise Defne'nin gerçekten aşık olduğu adamdır. Ancak zamanla işler karışmaya başlar ve iş olarak başlayan bu oyun bir aşk üçgenine dönüşür (206).

Kiralık Aşk dizisi yayınlandığı gün izlenme oranı ile birinci sırada yer almaktadır. Arnavutluk Tring TV'de yayınlanan ve yüksek reyting oranı ile dikkat çeken Kiralık Aşk dizisinin ülkede yüksek bir fan kitlesi de bulunmaktadır. Kazakistan Astana TV'de yayınlanan dizi, kanalının izlenme oranlarını arttırmıştır. Ortadoğu Ülkeleri ve Makedonya satışları da tamamlanmış olan dizinin, bu ülkelerde de 2017 yılında yayın hayatına başlaması planlanmaktadır (207).

Kiralık Aşk dizisi yayınlandığı günden itibaren pek çok ödüle layık görülmüştür. MCD Gençlik Kulübü ve Dünya Gençlik Politikaları Derneği tarafından ABD, Çin, Brezilya, Mısır, Rusya, Almanya, Fransa ve Suudi Arabistan'ın da içinde olduğu 22 ülkede yapılan oylama sonucunda Kiralık Aşk dizisi En İyi Dizi Film seçilmiş, En İyi Erkek Dizi Oyuncusu ise Kiralık Aşk'ta Ömer'i canlandıran Barış Arduç olmuştur. Dizide Yasemin'i canlandıran Sinem Öztürk, En İyi Yardımcı Kadın Dizi Oyuncusu Ödülü'nü, Sinan'ı canlandıran Salih Bademci ise En İyi Yardımcı Erkek Dizi Oyuncusu seçilmiştir (208). Dizi 2015 yılında en iyi dizi dalında Kristal Fare Ödülü almıştır. 43. Pantene Altın Kelebek Ödülleri'nde En Çok Yakışan Çift ödülünü Elçin Sangu ve Barış Arduç almıştır. 43. Pantene Altın Kelebek Ödülleri'nde 2016 Yılı'nın En İyi Komedi Dizisi Kadın Oyuncu ödülünü Elçin Sangu, En İyi Komedi Dizisi Erkek Oyuncu ödülünü de Barış Arduç almıştır (209).

Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz

Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz, yapımcılığını Raci Şaşmaz'ın üstlendiği, yönetmenliğini Onur Tan'ın yaptığı, senaryosunu Raci Şaşmaz ve Bahadır Özdenler'in yazdığı, başrollerini Oktay Kaynarca, Deniz Çakır, Sanem Çelik, Ozan Akbaba ve Tarık Ünlüoğlu'nun paylaştıkları 2015 itibariyle ATV'de yayınlanan aksiyon, devlet ve mafya dizisidir (210, 211).

Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz, yeraltı dünyasının tepesine doğru tırmanmakta olan Hızır Çakırbeyli ve ailesinin hikâyesini anlatmaktadır. Hızır Çakırbeyli sevmeyi-sevilmeyi çok seven, tüm kadınların ilgi odağında olmak isteyen, ailesine düşkün, fedakâr bir baba ve ağabey, vefakâr bir dost, adil ve cömert bir reistir. Devlet, kontrol etmek istediği gayri meşru faaliyetleri yürütmek için Çakır'a en büyük olma teklifini sunar. Ancak bu teklifin kabulü mafya ailesine ihaneti, reddi ise ebediyen mahkûmiyetini ifade etmektedir. Bu durum da Hızır Çakırbeyli'nin etrafının ihanetle örülü bir ağla çevrilmesine sebep olur (210, 211).

Dizide çalan müziklerin çok beğenilmesi ve sosyal medyada çokça paylaşılmasının ardından dizi müziklerinden oluşan bir albüm yapılmıştır. Ayrıca yeni sezon tanıtımları Facebook, Twitter, YouTube fan sayfalarında 20 günde 1 milyon kez tıklanmıştır (211).

'Quality of Magazine' dergisinin 2016 yılı 'En Quality' dizi ödülünü "Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz" almıştır (212). Magazin Gazetecileri Derneği (MGD) Altın Objektif Ödüllerinde En İyi Erkek Oyuncu ödülünü Oktay Kaynarca, En İyi Kadın Oyuncu ödülünü Deniz Çakır, En İyi Dizi ödülünü Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz ve En İyi Yapımcı ödülünü de Raci Şaşmaz almıştır (213).

Kara Sevda

Kara Sevda; yapımcılığını Kerem Çatay'ın üstlendiği, yönetmenliğini Hilal Saral'ın yaptığı, senaryosunu Anıl Eke, Özlem Yılmaz ve Burcu Görgün'ün yazdığı, başrollerini Burak Özçivit, Neslihan Atagül ve Kaan Urgancıoğlu'nun paylaştıkları, ilk bölümü 14 Ekim 2015 tarihinde Star TV ekranlarında yayınlanmaya başlayan aşk dizisidir (214).

Kara Sevda otobüste tesadüfen tanışan Nihan ve Kemal'in aşkı ile başlamaktadır. Maden kazası sonrasında hayatı değişen maden mühendisi Kemal ile, kardeşi için kendi hayatını hiçe sayan Nihan'ın hikayesi anlatılmaktadır (215).

2015 Ayaklı Gazete Ödüllerinde, En İyi Kadın Oyuncu ödülünü Neslihan Atagül, En İyi Erkek Oyuncu ödülünü Burak Özçivit, En İyi Yardımcı Kadın Oyuncu ödülünü Zerrin Tekindor, En İyi Yardımcı Erkek Oyuncu ödülünü de Kaan Urgancıoğlu almıştır (216). 4. Bilkent Televizyon Ödüllerinde En İyi Drama Erkek Oyuncu ödülünü Burak Özçivit almıştır (217). 16. Magazinci.com İnternet Medyası Yılın Dizisi ödülünü Kara Sevda, Yılın Televizyon Performansı ödülünü Burak Özçivit, En İyi Kadın Oyuncu ödülünü de Neslihan Atagül almıştır (218). 2016 Seoul Drama Ödüllerinde En İyi Dizi ödülünü Kara Sevda ve En İyi Kadın Oyuncu ödülünü de Neslihan Atagül almıştır (219).

Poyraz Karayel

Poyraz Karayel; yapımcılığını Hayri Aslan'ın üstlendiği, yönetmenliğini 62. bölüme kadar Çağrı Vila Lostuvalı ve 63. bölüm sonrasını Osman Taşcı'nın yaptığı, senaryosunu Ertan Kurtulan ve Ethem Özışık'ın yazdığı, başrollerini İlker Kaleli, Burçin Terzioğlu ve Musa Uzunlar'ın paylaştıkları, ilk bölümü 07 Ocak 2015 tarihinde Kanal D ekranlarında yayınlanmaya başlayıp 01 Mart 2017'de final yapan polisiye, dram, aşk ve komedi dizisidir (220).

Poyraz Karayel; polis olan Poyraz karakteri üzerinde şekillenmektedir. Poyraz duygularını uç noktalarda yaşayan bir adamdır. Hayatta değer verdiği her şeyini kaybetmiştir. Dertlerinden kurtulmak için hayatla dalga geçmektedir. Eşinden ayrılmış ve oğlunun velayetini eski kayınpederinden almak için mafyanın içine sızmayı kabul etmiştir. Bu arada Ayşegül ile tanışmış ve ona aşık olmuştur, ancak Ayşegül'ün mafya babasının kızı olduğundan habersizdir. Hayatı sürekli sorunlarla dolu olan Poyraz, girdiği her belanın içine Ayşegül'ü de sürüklemektedir (220).

42. Pantene Altın Kelebek Ödülleri'nde En İyi Çocuk Oyuncu ödülünü Ataberk Mutlu; 43. Pantene Altın Kelebek Ödülleri'nde 2016 Yılı'nın En İyi Kadın Oyuncu ödülünü Burçin Terzioğlu ve En İyi Erkek Oyuncu ödülünü de İlker Kaleli almıştır (204).

The Flash

The Flash; yapımcılığını Warner Bros. Television'ın üstlendiği, yönetmenliğini David Nutter ve Jesse Warn'ın yaptığı, senaryosunu Kenneth Chisholm'un yazdığı, başrollerini Grant Gustin, Danielle Panabaker, Rick Cosnett, Candice Patton, Carlos Valdes, Tom Cavanagh ve Jesse L. Martin'in paylaştıkları, 2014 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yayınlanmaya başlayıp orijinal dili İngilizce olan aksiyon-macera, süper kahraman, fantastik ve bilim kurgu türünde dizidir. DC Comics çizgi romanından uyarlanmıştır (221).

The Flash yani Barry Allen'in, çocukluğunda esrarengiz sarı ve kırmızı bir ışık tarafından anne ve babasının öldürülmüştür. Barry, Merkezi Polis Müdürlüğünde oldukça mutlu hayatı olan bir adli bilim uzmanıdır. Laboratuvarında çalışırken ani parçacık hızlandırıcıya yıldırım çarpması sonucunda geçirdiği kaza sonucunda Barry'nin tüm hayatı değişmiştir. Kazadan 9 ay sonra komadan çıkmıştır. Barry ve arkadaşları S.T.A.R laboratuvarında çalışırken, Barry'nin artık insanüstü bir hızla hareket etme yeteneğine sahip olduğu keşfedilmiştir. Dahası Barry, bu tür kaza geçirenlerin çoğunun güçlerini kötülük yapmak için kullandığını fark etmiştir. Fark yaratmak isteyen Barry, The Flash olarak hayatını kötülüklere karşı savaştırmaya adanmıştır. Yanında destekçisi çok olmasa bile ona yardımcı ve destek olabilecek iyi bir arkadaş ekibine sahiptir (222).

Australia:M, Brazil:12,Canada:14A, Canada:G (Québec), Denmark:15, Finland:K-12, France:Tous publics, Germany:12, Ireland:12, Italy:T, Mexico:B, Netherlands:12, New Zealand:M, Norway:15, Poland:12, Russia:12+, South Korea:15, Spain:7, Sweden:15, UK:12 ve USA:TV-PG kanalları tarafından en popüler dizi olarak seçilmiştir (222). Teen Choice Awards 2015 En İyi Çıkış Yapan Oyuncu ödülünü ve 2016 En İyi Fantastik Dizi Oyuncusu ödülünü de Grant Gustin kazanmıştır (223).

The Walking Dead

The Walking Dead; yapımcılığını Frank Darabont, Gale Anne Hurd, David Alpert, Robert Kirkman, Charles H. Eglee ve Glen Mazzara'nın üstlendiği, yönetmenliğini David Boyd'un yaptığı, senaryosunu Contributors'un yazdığı, başrollerini Andrew Lincoln, Jon Bernthal, Sarah Wayne Callies, Laurie Holden, Jeffrey DeMunn, Steven Yeun, Chandler Riggs, Norman Reedus, Lauren Cohan, Danai Gurira, Michael Rooker, David Morrissey, Melissa McBride, Scott Wilson, Michael Cudlitz, Emily Kinney ve Chad Coleman'ın paylaştıkları, 2010 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yayınlanmaya başlayıp orijinal dili İngilizce olan korku türünde dizidir. Robert Kirkman, Tony Moore ve Charlie Adlard 'ın çizgi romanından uyarlanmıştır (224).

The Walking Dead; görev sırasında vurulup birkaç ay komada kalan eski şerif yardımcısı Rick Grimes'in hikâyesini anlatmaktadır. Rick komadan çıktığında, dünyanın kıyamet yeri gibi olduğunu, zombi salgını tarafından altüst edildiğini ve hayatta olan tek insanın kendisi olduğunu fark eder. Eşi ve oğlunun izini sürmeye başladığında hala hayatta olan Morgan ve oğlu ile karşılaşır. Morgan'dan yaşayanların Atlanta'da olduklarını öğrenir, ailesini bulmak için Atlanta'ya yola çıkar. Atlanta'ya giderken zombilerin saldırısına uğrar ve yaşayan diğer birkaç insandan yardım alır. Daha sonra zombilerle savaştan küçük bir insan grubu içinde ailesine kavuşur. Artık bu sert yeni dünyada hayatta kalmak için ne gerekiyorsa yapmaya hazırdır, hem zombilerle hem de hayatta kalan diğer gruplarla rekabet başlar (225).

The Walking Dead; kablolu televizyon kanalı dizisi olarak Nielsen reytingi elde etmiş ve üçüncü sezonun prömiyeri 10.9 milyon kişi tarafından seyredilerek,

tarihteki en çok izlenen kablo drama dizisi olmayı başarmıştır (226). Australia:MA15+, Australia:R18+ (sezon 6), Brazil:16, Canada:14A (Manitoba), Canada:18A (Nova Scotia/Ontario), Canada:13+ (Québec), Czech Republic:15, Denmark:15, Finland:K-18, France:16, Germany:18, Ireland:18, Italy:VM14, Mexico:B-15, Netherlands:16, New Zealand:R18, Norway:18, Poland:18, Portugal:16, Russia:18+, Singapore:M18, Singapore:PG13, South Korea:15, South Korea:18, Spain:12, Sweden:15, UK:18 ve USA:TV-MA kanalları tarafından en popüler diziler arasında gösterilmiştir (227). Dizi ABD'nin en çok izlenen dizileri arasında yer almaktadır (228). Zap2It (229) internet sitesinde yer alan habere göre; The Walking Dead'in son sezonunun yoğun şiddet sahneleri içermesi izleyicilerin diziden uzaklaşmasına sebep olmuştur. Çünkü haftalık reyting oranları incelendiğinde; dizi, yayın tarihinde ilk defa 6. sezonda izleyici oranını düşürmüştür. 6. sezonun ilk bölümü 17 milyon kişi tarafından izlenmiş, ikinci bölümde 13 milyon kişi izleyerek düşüş yaşanmıştır. Sonraki bölümlerde ise 11 milyona kadar düşüş devam etmiştir.

2012 Emmy Ödülleri'nde The Walking Dead En İyi Plastik Makyaj ödülünü kazanmıştır. Saturn Award for Best Television Presentation ve Satellite 2016 Yılın En İyi Dizisi ödülleri de kazanmıştır (230). IMDb'nin tüm zamanların en çok beğenilen TV dizilerini seçtiği listede The Walking Dead dizisi 38. sırada yer almaktadır (231).

Kırgın Çiçekler

Kırgın Çiçekler; yapımcılığını NTC Medya'nın üstlendiği, yönetmenliğini Serkan Birinci'nin yaptığı, senaryosunu Gül Abus Semerci ve Yelda Eroğlu'nun yazdığı, başrollerini İpek Karapınar, Özgür Çevik, Biran Damla Yılmaz, Gökçe Akyıldız ve Hazar Motan'ın paylaştıkları, 2015 yılında ATV ekranlarında yayınlanmaya başlayan dram, aile ve gençlik dizisidir (232).

Kırgın Çiçekler; Eylül karakterinin başına gelenlerden yola çıkarak 5 genç kızın hayatını konu edinmektedir. Eylül 16 yaşındadır ve 11 yaşındayken babasını kaybetmiştir. Gecekondu annesi, kız kardeşi ve üvey babası ile birlikte yaşamaktadır. Eylül üvey babası tarafından defalarca tacize uğrar ve durumu annesine anlatır. Annesi Eylül'ün anlattıklarına inanmayıp onu yetiştirme yurduna

verir. O günden sonra Eylül'ün yetiştirme yurdu günleri başlar. Eylül'ün kaldığı odada 4 kız daha vardır ve bu kızlar kader bağı ile birbirlerine bağlanır. Dizi, 5 genç kızın hayat mücadelelerini ve anne baba özlemlerini anlatmaktadır (232, 233).

Kırgın Çiçekler; Engelsiz Yaşam Vakfı 2016 En İyi Dram ödülünü, İstanbul Gelişim Üniversitesi tarafından yapılan ödül töreninde en iyi dizi ödülünü almıştır (234).

Game Of Thrones

Game Of Thrones; yapımcılığını HBO'nun üstlendiği, yönetmenliğinin Tim Van Patten, Brian Kirk, Daniel Minahan ve Alan Taylor'ın yaptığı, senaryosunu David Benioff, D. B. Weiss, George R. R. Martin ve Jane Espenson'un yazdığı, başrollerini Peter Dinklage, Nikolaj Coster-Waldau, Lena Headey, Emilia Clarke, Kit Harington, Iain Glen, Aidan Gillen, Natalie Dormer, Sophie Turner, Maisie Williams, Alfie Allen, Isaac Hempstead Wright, Carice van Houten, Liam Cunningham ve Rory McCann'ın paylaştıkları, 2011 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yayınlanmaya başlayan fantastik bir dizidir (235).

Game Of Thrones; efsanevi Westeros kıtasında, birkaç güçlü ailenin Yedi Krallık Demir Tahtını kontrol edip ele geçirmek için yaptıkları savaşı anlatmaktadır. Savaş; öfke, toprak kavgası, şehvet ve entrikaların ortaya çıktığı güneyden, genç kraliçenin bir ordu oluşturduğu engin ve vahşi doğu topraklarına kadar uzanmaktadır. Tüm bu savaş süresince ülke, donmuş kuzeyde, 800 fitlik buz dağı tehlikeli ve karanlık güçlerden korumaktadır. Krallar ve kraliçeler, şövalyeler ve hainler, yalancılar, efendiler ve dürüst insanların hepsi "Taht Oyunları" oynamaktadır. George R. R. Martin'in fantezi serisi Buz ve Ateşin Şarkısı'ndan uyarlanmış olan dizi, adını serinin ilk kitabından almaktadır (235, 236).

Game Of Thrones; 73 ülkede 95 kanalda yayınlanmakta olup reyting sonuçlarına göre dünyada en çok izlenen dizidir. 67. Primetime Emmy Ödüllerinde Yılın En İyi Drama Dizisi ödülü, Primetime Emmy Bir Drama Dizisinde En İyi Senaryo Ödülü, Primetime Emmy Bir Drama Dizisinde En İyi Yönetmenlik Ödülü, 68. Emmy Ödüllerinde, toplam 12 dalda ödül almış olup şimdiye kadar aldığı ödül sayısını geçen yıllarla birlikte 38'e çıkarmıştır. Böylelikle, Game of Thrones 70 yıldır dağıtılan Emmy Ödüllerinde bir rekor kırmıştır. Game of Thrones; En İyi Drama, En

İyi Senaryo ve En İyi Reji dallarında ödüle layık görülmüştür. HBO yapımı ayrıca 9 teknik dalda daha ödül kazanmıştır (237).

IMDb'nin tüm zamanların en çok beğenilen TV dizilerini seçtiği listede Game Of Thrones 3. sırada yer almaktadır (231). Dizi müziklerinden oluşan bir albüm de yapılmıştır. Ayrıca müzik telefon uygulamaları da bulunmaktadır. Dizi karakterlerinin oyuncakları da yapılmış olup lisanslı ürün olarak satılmaktadır (235).

Aşk Yeniden

Aşk Yeniden; yapımcılığını İnci Gündoğdu ve İsmail Gündoğdu'nun üstlendiği, yönetmenliğini Ersoy Güler'in yaptığı, senaryosunu Ersoy Güler, Eda Tezcan, Gülbike Sonay Üte ve Ramazan Demirli'nin yazdığı, başrollerini Özge Özpınır ve Buğra Gülsoy'un paylaştıkları, 2014 yılında başlayıp 2016 yılında biten, FOX TV'de yayınlanmış romantik komedi dizisidir (238).

Aşk Yeniden; sevdiği erkek uğruna ailesini, sevdiklerini ve hayatını geride bırakarak Amerika'ya giden Zeynep ile Amerika'ya eğitim için gidip hayal kırıklıkları ile ülkesine ve ailesine dönen Fatih'i konu almaktadır. Zeynep Amerika'dan hayal kırıklığı ve bebeği ile geri dönmüştür. Zeynep ve Fatih'in yolu uçakta kesişmiş ve aşkları başlamıştır (238).

Aşk Yeniden 3 ülkede, 3 kanalda yayınlanmaktadır (239). 42. Pantene Altın Kelebek Ödüllerinde En İyi Kadın Komedi Oyuncusu Ödülünü Özge Özpınır ve En İyi Dizi Senaryo Yazarı Ödülünü Ersoy Güler almıştır (240). Dizi ilk sezon reytinglerini yakalayamaması nedeniyle final yapmıştır (241).

Arka Sokaklar

Arka Sokaklar; yapımcılığını Türker İnanoğlu'nun üstlendiği, yönetmenliğini Orhan Oğuz'un yaptığı, senaryosunu Ozan Yurdakul, Sinan Yurdakul ve Ömer Genç'in yazdığı, başrollerini Zafer Ergin, Şevket Çoruh, Özgür Ozan, Oya Okar, Alp Korkmaz, Özlem Çınar, Ozan Çobanoğlu, Boğaç Aksoy, Figen Evren, Nazlı Tosunoğlu, Yüstra Geyik, Furkan Göksel, Onur Bay, Manolya Aşık, Efe Günay, Kerimhan Duman, İpek Yaylıoğlu Usta, Hülya Çelik, Kaan Uslu, Tunç Oğuz, Beste Şamcı ve Garip Kont'n paylaştıkları, 2006 yılında başlayıp Kanal D ekranlarında yayınlanan polisiye, aksiyon, dram, komedi ve macera dizisidir (242).

Arka Sokaklar; İstanbul'da görev yapan polis ekibinin aile yaşantılarını ve sokaklarında suçluların peşinde koşmalarını konu almaktadır. Dizi 2 ülkede, 2 kanalda yayınlanmaktadır (243).

Arka Sokaklar; Antalya Büyükşehir Belediyesi ile Antalya Kültür Sanat Vakfı'nca (AKSAV) düzenlenen 2011 Antalya Televizyon Ödülleri'nde en iyi polisiye dizi ödülünü, Magazin Gazetecileri Derneği (MGD) Altın Objektif Ödüllerinde Özel Başarı Ödülü'nü ve 10. Yılında En İyi Polisiye Dizisi Ödülünü almıştır (244).

Arrow

Arrow; yapımcılığını Warner Bros. Television'nun üstlendiği, yönetmenliğini David Nutter'ın yaptığı, senaryosunu Greg Berlanti, Marc Guggenheim, Andrew Kreisberg ve Mort Weisinger'in yazdığı, başrollerini Stephen Amell, Katie Cassidy, Emily Bett Rickards, David Ramsey, Willa Holland, Susanna Thompson, Paul Blackthorne ve Colton Haynes'in paylaştıkları, 2012 yılında başlayıp Amerika Birleşik Devletleri'nde yayınlanan süper kahraman, drama, gizem, aksiyon ve macera dizisidir (245).

Arrow; Oliver Queen ve babasının fırtınada lüks yatlarının batması ve denizde kaybolmaları ile başlamaktadır. Babası ölür, ancak Oliver bir adada 5 yıl kalır ve sonunda evine geri döner. Oliver, adada kaldığı sürece sadece nasıl savaşılabileceğini ve hayatta kalacağını değil, babasının yolsuzluklarını ve kanunlara aykırı iş ilişkilerini de öğrenmiştir. Oliver şehre işleri düzeltmek için kararlı bir şekilde döner. Kendini gizemli yeşil kapüşonu ile saklamakta ve silah aracı olarak da yay kullanmaktadır. Babasının son isteğini gerçekleştirmek için kentin düzenini bozan adam ve kadınları avlamaya başlamaktadır (246).

BMI Film & TV Awards 2013 En İyi Dizi Müziği Ödülünü Blake Neely, Canadian Society of Cinematographers Awards 2013 En İyi Görüntü Yönetmeni Ödülünü Glen Winter, IGN Summer Movie Awards 2014 En İyi Dizi Ödülünü, Leo Awards 2013 En İyi Görsel Efektli Dizi Ödülünü, TV Guide Awards 2013 ve 2014 En İyi Dizi Ödülünü kazanmıştır (245).

Televizyon yayınlarının içeriği hakkında bilgi verilmesini ve yayın içeriklerinden çocuk ve gençlerin olumsuz etkilenmemesini sağlamak amacıyla 2006 yılından itibaren RTÜK tarafından akıllı işaretler kullanılmaya başlanmıştır. Akıllı işaretler; genel izleyici kitlesi, 7 yaş ve üzeri için uygun, 13 yaş ve üzeri için uygun, 18 yaş ve üzeri için uygun, cinsellik içerir, korku ya da şiddet içerir ve olumsuz örnek oluşturabilecek davranış içerir olmak üzere 7 çeşit olarak kategorize edilmiştir (247). İncelenen yerli diziler akıllı işaretler açısından değerlendirildiğinde; Diriliş “Ertuğrul” dizisinde; birlik, beraberlik, aile bağları, vatanseverlik, liderlik, sorumluluk, dostluk gibi olumlu pek çok içerikle birlikte çok fazla savaş ve şiddet görüntüsünün yanı sıra, büyü, rekabet, ihanet, batıl inanç gibi gençleri olumsuz etkileyecek içeriklerin de bulunmasına rağmen sadece +7 akıllı işareti kullanılmaktadır (247). Tatlı İntikam dizisi; intikam, evlilik dışı ilişki, Türkçenin olumsuz kullanımı, zenginlik, aşağılama, kibir ve argo kullanımı gibi içerikler bulunmakla birlikte eğlenceli ve olumlu davranışların da bulunduğu bir romantik komedi dizisi olup, +7 ve olumsuz örnek oluşturabilecek davranış içerir akıllı işaretleri kullanılmaktadır (247). Kiralık Aşk dizisi; aşk, tutku, cinsellik, yalan, hırs, rekabet, argo, Türkçe olmayan kelimeler, aile bağları, kibir, başarı, dostluk gibi hem olumlu hem de olumsuz içeriğe sahip bir dizi olup genel izleyici akıllı işareti kullanılmaktadır (247). Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisi; şiddet, kan, korku, gerilim, mayfa, kanun dışı davranışlar, evlilik dışı ilişki, olumsuz aile yaşantısı gibi pek çok içeriğin bulunmasına rağmen sadece +7 akıllı işareti kullanılmaktadır (247). Kara Sevda dizisinde; aşk, cinsellik, ihanet, tehdit, kibir, küçümseme, aşağılama, entrika, rekabet, evlilik dışı cinsel ilişki, şiddet gibi içerikler bulunmakla birlikte +7, şiddet/korku ve olumsuz örnek oluşturabilecek davranış içerir akıllı işaretleri kullanılmaktadır (247). Poyraz Karayel dizisinde; şiddet, mafya, ihanet, yalan, dostluk, aile birliği, liderlik, sorumluluk, dostluk gibi içerikler bulunmakla birlikte +7, şiddet/korku ve olumsuz örnek oluşturabilecek davranış içerir akıllı işaretleri kullanılmaktadır (247). Kırgın Çiçekler dizisi; aile bağları, dostluk, vefa, sorumluluk, yardımlaşma gibi olumlu içeriklerin yanı sıra şiddet, hırsızlık, argo, anne ve babayı küçümseme, rekabet, intikam, umutsuzluk ve çaresizlik gibi olumsuz içeriklere de sahip bir dizi olmasına rağmen sadece genel izleyici kitlesi akıllı işareti kullanılmaktadır (247). Arka Sokaklar dizisi; suçları önleme, suçluları yakalama,

kanunlara uyma, vefa, yardımseverlik, aile ilişkileri gibi olumlu özelliklerin yanı sıra alkol tüketimi, argo, şiddet görüntüleri de içeren bir dizi olup +7, şiddet/korku ve olumsuz örnek oluşturabilecek davranış içerir akıllı işaretleri kullanılmaktadır (247). Aşk Yeniden dizisinde ise; yalan, ihanet, evlilik dışı ilişki, cinsellik, argo, şive, anlaşılma konuşma, şiddet, küçümseme, kibir, aşağılama, zenginlik, olumsuz aile ilişkisi, uygunsuz ahlaki değerler gibi olumsuz içeriklerin yanı sıra sevgi, aşk, dostluk, yardımseverlik gibi olumlu içerikler de bulunmakla birlikte gene izleyici kitlesi akıllı işareti bulunmaktadır (247).

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın birinci aşamasında kullanılan temel veri toplama aracı ankettir. Anket formu hazırlanırken konuya ilişkin literatürden ve daha önce çeşitli yüksek lisans ve doktora tezlerinde kullanılan televizyon ile ilgili değerlendirme anketlerinden faydalanılmıştır (17, 18, 87, 248, 249). Araştırmacılar tarafından geliştirilen anket formu, araştırmanın amaçları doğrultusunda “Kişisel Bilgiler” ve “Televizyon İzleme Alışkanlıklarına İlişkin Bilgiler” olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunda hem çoktan seçmeli sorulara, hem de açık uçlu sorulara yer verilmiştir.

"Kişisel Bilgiler" formu 13 çoktan seçmeli sorudan oluşmaktadır. Gencin ve ailesinin demografik özelliklerine ait bilgileri içermektedir. "Televizyon İzleme Alışkanlıklarına İlişkin Bilgiler" formu ise 10 çoktan seçmeli ve 9 açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Gençlerin günde kaç saat televizyon izledikleri, hangi saatler arasında televizyon izledikleri, neden televizyon izledikleri, günde kaç saat dizi izledikleri, en çok hangi diziyi izledikleri, en çok sevdikleri oyuncular ve dizileri sevmeye sebepleri gibi televizyon izleme alışkanlıklarına ait bilgileri içermektedir.

Araştırmanın ikinci aşamasında kullanılan temel veri toplama aracı ise “Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu”dur. Form, TC Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü tarafından geliştirilmiştir. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençler tarafından en çok izlenen ilk on dizinin içerikleri forma uygun olarak incelenerek kodlanmıştır. İçerik analizinde yapılar bir kodlama sistemi ile işlemsel hale getirilmektedir. Kodlama sistemi, metindeki bilgileri çeşitli

kurallar doğrultusunda, sistematik olarak gözlemlene ve kaydetmeyi ifade etmektedir. (194).

2008 yılında TC Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan “Çocuk Programları ve Bu Programlarda Yayımlanan Reklamların İçerik Analizi Araştırması” kapsamında geliştirilen “Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu” için ilgili literatür incelenmiş, çocuk programlarının içerikleri, çocukların farklı gelişim alanları da göz önünde bulundurularak aşağıda belirtilen kategoriler halinde gruplandırılmıştır:

1. Çocuğun Fiziksel Gelişimine Yönelik İçerikleri
 - a) Psikomotor Gelişimine Yönelik İçerikleri
 - b) Çocuğun Cinsel Gelişimine Yönelik İçerikleri
2. Çocuğun Bilişsel/Algısal Gelişimine Yönelik İçerikleri
3. Çocuğun Duygusal/Sosyal Gelişimine Yönelik İçerikleri
4. Çocuğun Gelişimine Yönelik Diğer İçerikler
 - a) Şiddet
 - b) Tüketim Kültürü
 - c) Model Alma
 - d) Aile Değerleri
 - e) Aile Yapısı
5. Çocuğun Dil Gelişimine Yönelik İçerikleri

Formun güvenilirliğinin sağlanması için birden fazla kişi tarafından doldurulmuştur. Formun geçerliğinin sağlanmasında kapsam ya da yapı geçerliği gösterge olarak kullanılmıştır. Bu nedenle formda bulunan ifadelerin amaca uygunluğu konusunda uzman görüşüne başvurulmuş ve uzman görüşlerinin uyumuna/tutarlığına dair hesaplamalarda da Lawshe formülasyonu kullanılmıştır (250).

Formun orijinal halinde, "Çocuk Programlarının Çocukların Fiziksel Gelişimine Yönelik İçerikleri" başlığı altında, 3 tanesi psikomotor gelişim alt başlığına ait, 5 tanesi de cinsel gelişim alt başlığına ait toplamda 8 madde yer almaktadır. "Çocuk Programlarının Çocuğun Bilişsel/Algısal Gelişimine Yönelik İçerikleri" başlığı altında 8 madde yer almaktadır. "Çocuk Programlarının Çocuğun Duygusal/Sosyal Gelişimine Yönelik İçerikleri" başlığı altında 20 madde yer

almaktadır. “Çocuk Programlarının Çocuğun Gelişimine Yönelik Diğer İçerikler” başlığı altında, 10 tanesi şiddet alt başlığına ait, 6 tanesi tüketim kültürü alt başlığına ait, 8 tanesi model alma alt başlığına ait, 10 tanesi aile yapısı alt başlığına ait, 3 tanesi aile değerleri alt başlığına ait toplamda 37 madde yer almaktadır. “Çocuk Programlarının Çocuğun Dil Gelişimine Yönelik İçerikleri” başlığı altında 7 madde yer almaktadır. Formda toplamda 80 madde bulunmaktadır. Ancak dizilerin içeriklerinin incelenmesi sürecinde form maddelerinin bazı gelişim alanlarında yetersiz kalması sebebiyle araştırmacılar tarafından madde eklemesi yapılmıştır. “Çocuk Programlarının Çocuğun Bilişsel/Algısal Gelişimine Yönelik İçerikleri” başlığı altına 8 madde, “Çocuk Programlarının Çocuğun Duygusal/Sosyal Gelişimine Yönelik İçerikleri” başlığı altına 17 madde, “Çocuk Programlarının Çocuğun Gelişimine Yönelik Diğer İçerikler” başlığı altında, şiddet alt başlığına 1 madde, aile yapısı alt başlığına 2 madde ve “Çocuk Programlarının Çocuğun Dil Gelişimine Yönelik İçerikleri” başlığı altına da 4 madde eklenmiştir. Form toplamda 112 madde olmuştur.

3.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın birinci aşamasında kullanılan temel veri toplama aracı ankettir. Araştırmaya başlanmadan önce, Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu’ndan Etik Kurul Onayı alınmıştır. Etik Kurul Onayı ile Ankara İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nden, öğrenci sayılarına göre büyüklüğe orantısız olasılıklı seçim yöntemi kullanılarak belirlenen 15 ortaokul ve 15 ortaöğretim okulu için araştırma izni alınmıştır. Verilerin toplanması 2016 yılının Nisan ayı içerisinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmacılar tarafından geliştirilen anket formu; 10-14 yaş arasında bulunan ve ortaokula devam eden 1530 genç ile 15-18 yaş arasında bulunan ve ortaöğretime devam eden 2124 gence uygulanmıştır. Her bir sınıftan (5., 6., 7., 8., 9., 10., 11. ve 12. sınıf) anket formunu dolduracak öğrencilerin belirlenmesi için sistematik örnekleme yönteminden yararlanılmış olup, öğrenci listesinin sonunda bulunan 5 kız ve 5 erkek öğrenci tarafından anket formu doldurulmuştur.

Araştırma sonucunda öğrencilerden elde edilen veriler ayrı ayrı incelenmiştir. Çoktan seçmeli soruların incelenmesinde betimsel istatistiksel yöntemler kullanılarak

her bir soru için frekans ve yüzde hesaplamaları yapılmış olup, sonuçlar tablolarla ifade edilmiştir. Açık uçlu soruların değerlendirilmesinde ise, öncelikle verilerin dökümü yapılmış, daha sonra dökümü yapılan veriler, araştırmanın amaçları ile ilişkilendirilerek kodlanıp, tablolar haline sunulmuştur.

Araştırmanın ikinci aşamasında kullanılan temel veri toplama aracı Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu'dur. Formun kullanılmadan önce Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nden izin alınmıştır. Daha sonra araştırmanın birinci aşaması sonucunda belirlenen, 10-14 yaş ve 15-18 yaş arası gençler tarafından en çok izlenen ilk on dizinin 2015-2016 sezonunda yayınlanan bölüm sayıları ve bir bölüm yayın süreleri listelenmiştir. Her bir diziden incelenecek bölümlerin belirlenebilmesi için sistematik örnekleme yönteminden yararlanılmış olup, dizi bölümlerinin ilk 5, orta 10 ve son 5 dakikaları form kullanılarak incelenmiştir. Diriliş "Ertuğrul" dizisinden 11, Tatlı İntikam dizisinden 6, Kiralık Aşk dizisinden 12, Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinden 13, Kara Sevda dizisinden 12, Poyraz Karayel dizisinden 12, The Flash dizisinden 8, Walking Dead dizisinden 5, Kırgın Çiçekler dizisinden 16, Game Of Thrones dizisinden 4, Aşk Yeniden dizisinden 9, Arka Sokaklar dizisinden 10 ve Arrow dizisinden de 8 bölüm izlenerek toplamda 126 bölüm incelenmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasının bulgularının değerlendirilmesi için içerik analizi yönteminin analiz türlerinden "frekans analizi" yöntemi kullanılmıştır. Frekans analizi yöntemi, belirli bir durumun sıklığını ortaya koymakta olup, öneminin anlaşılmasını sağlamaktadır (251).

Araştırma sonucunda formda bulunan maddelerin her biri ayrı ayrı incelenmiştir. Frekans analizi yapılabilmesi için öncelikle değerlendirme formunda bulunan her bir madde için verilerin dökümü yapılmış, daha sonra dökümü yapılan veriler, araştırmanın amaçları ile ilişkilendirilerek kodlanıp, tablolar haline sunulmuştur.

Araştırmanın ikinci aşamasının güvenilirliğini sağlamak amacıyla, incelenen diziler için gözlemciler arası güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Gözlemciler arası güvenilirlik; tek bir formun iki farklı gözlemci tarafından doldurulması ve iki gözlemcinin sonuçları arasındaki korelasyona bakılması ile ölçülmektedir. Ölçeğin evet/hayır gibi kategorize edilmiş ölçüm yapması durumunda, iki gözlemcinin

sonuçlarının ne kadar uyum sağladığına bakılmakta olup, gözlemcilerin aralarındaki uyum rapor edilmektedir (252). Diğer gözlemci tarafından örneklem grubunun %20'si incelenmiştir (toplamda 26 bölüm).

Gözlemciler arası güvenilirlik; "P (Uzlaşma Yüzdesi) = [Na (Görüş Birliği) / Na (Görüş Birliği) + Nd (Görüş Ayrılığı)] X 100 (Türnüklü, 2000) formülü kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu hesaplama sonucunda P: %92,0 bulunup, araştırma güvenilir olarak varsayılmıştır.



4. BULGULAR

4.1. Birinci Aşamaya İlişkin Bulgular

Araştırmanın birinci aşamasının bulgular kısmında; 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme alışkanlıkları ve en çok izledikleri diziler ile ilgili bulgular yer almaktadır. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin boş vakit etkinlikleri dağılımı Tablo 4.1. ve Tablo 4.2.'de sunulmuştur.

Tablo 4.1. 10-14 yaş arası gençlerin boş vakit etkinlikleri dağılımı.

Boş vakit etkinlikleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Bilgisayarda vakit geçiriyorum	369	54,1	486	57,3	855	55,9
Televizyon izliyorum	306	44,9	393	46,3	699	45,7
Kitap okuyorum	321	47,1	364	42,9	685	44,8
Dışarı çıkıyorum	221	32,4	297	35,0	518	33,9
Telefonla uğraşıyorum	215	31,5	240	28,3	455	29,7
Uyuyorum	149	21,8	247	29,1	396	25,9
Ders çalışıyorum	208	30,5	272	32,1	480	31,4
Müzik dinliyorum	194	28,4	185	21,8	379	24,8
Spor yapıyorum	86	12,6	117	13,8	203	13,3
Test çözüyorum	136	19,9	156	18,4	292	19,1
Maç izliyorum	61	8,9	125	14,7	186	12,2
Maket yapıyorum	11	1,6	32	3,8	43	2,8
Alışveriş merkezine gidiyorum	18	2,6	27	3,2	45	2,9
Kuran-ı Kerim okuyorum	17	2,5	26	3,1	43	2,8

Tablo 4.1. incelendiğinde boş vakitlerinde, kızların %54,1'inin, erkeklerin %57,3'ünün bilgisayarda vakit geçirdikleri; kızların %44,9'unun, erkeklerin %46,3'ünün televizyon izlediği; kızların %47,1'inin, erkeklerin %42,9'unun kitap okuduğu; kızların %32,4'ünün, erkeklerin %35,0'inin dışarı çıktığı; kızların %31,5'inin, erkeklerin %28,3'ünün telefonla uğraştığı; kızların %21,8'inin, erkeklerin %29,1'inin uyuduğu; kızların %30,5'inin, erkeklerin %32,1'inin ders

çalıştığı; kızların %28,4'ünün, erkeklerin %21,8'inin müzik dinlediği; kızların %12,6'sının, erkeklerin %13,8'inin spor yaptığı; kızların %19,9'unun, erkeklerin %18,4'ünün test çözdüğü; kızların %8,9'unun, erkeklerin %14,7'sinin maç izlediği; kızların %1,6'sının, erkeklerin %3,8'inin maket yaptığı; kızların %2,6'sının, erkeklerin %3,2'sinin alışveriş merkezine gittiği ve kızların %2,5'inin, erkeklerin de %3,1'inin Kuran-ı Kerim okuduğu görülmektedir.

Tablo 4.2. 15-18 yaş arası gençlerin boş vakit etkinlikleri dağılımı.

Boş vakit etkinlikleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Bilgisayarda vakit geçiriyorum	505	48,1	534	49,7	1039	48,9
Televizyon izliyorum	435	41,4	375	34,9	810	38,1
Kitap okuyorum	429	40,9	359	33,4	788	37,1
Dışarı çıkıyorum	305	29,0	351	32,7	656	30,9
Telefonla uğraşıyorum	295	28,1	322	30,0	617	29,0
Uyuyorum	285	27,1	275	25,6	560	26,4
Ders çalışıyorum	232	22,1	241	22,4	473	22,3
Müzik dinliyorum	260	24,8	204	19,0	464	21,9
Spor yapıyorum	200	19,0	237	22,1	437	20,6
Test çözüyorum	110	10,5	123	11,5	233	11,0
Maç izliyorum	116	11,0	147	13,7	263	12,4
Maket yapıyorum	28	2,7	29	2,7	57	2,7
Alışveriş merkezine gidiyorum	26	2,5	13	1,2	39	1,8
Kuran-ı Kerim okuyorum	11	1,0	14	1,3	25	1,2

Tablo 4.2. incelendiğinde boş vakitlerinde, kızların %48,1'inin, erkeklerin %49,7'sinin bilgisayarda vakit geçirdikleri; kızların %41,4'ünün, erkeklerin %34,9'unun televizyon izlediği; kızların %40,9'unun, erkeklerin %33,4'ünün kitap okuduğu; kızların %29,0'ının, erkeklerin %32,7'sinin dışarı çıktığı; kızların %28,1'inin, erkeklerin %30,0'ının telefonla uğraştığı; kızların %27,1'inin, erkeklerin %25,6'sının uyuduğu; kızların %22,1'inin, erkeklerin %22,4'ünün ders çalıştığı; kızların %24,8'inin, erkeklerin %19,0'ının müzik dinlediği; kızların %19,0'ının,

erkeklerin %22,1'inin spor yaptığı; kızların %10,5'inin, erkeklerin %11,5'inin test çözdüğü; kızların %11,0'mın, erkeklerin %13,7'sinin maç izlediği; kızların %2,7'sinin, erkeklerin %2,7'sinin maket yaptığı; kızların %2,5'inin, erkeklerin %1,2'sinin alışveriş merkezine gittiği ve kızların %1,0'mın, erkeklerin de %1,3'ünün Kuran-ı Kerim okuduğu görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme durumlarına göre dağılımları Tablo 4.3. ve Tablo 4.4.'te sunulmuştur.

Tablo 4.3. 10-14 yaş arası gençlerin televizyon izleme durum dağılımları.

Televizyon izleme durumları	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
İzlerim	661	96,9	812	95,8	1473	96,3
İzlemem	21	3,1	36	4,2	57	3,7
Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0

Tablo 4.4. 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme durum dağılımları.

Televizyon izleme durumları	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
İzlerim	996	94,9	1044	97,2	2040	96,0
İzlemem	54	5,1	30	2,8	84	4,0
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tablo 4.3. ve Tablo 4.4. incelendiğinde, ortaokula devam eden gençlerin %96,3 oranında, ortaöğretime devam eden gençlerin de %96,0 oranında televizyon izlediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme saatlerine göre dağılımları Tablo 4.5. ve Tablo 4.6.'da sunulmuştur.

Tablo 4.5. 10-14 yaş arası gençlerin televizyon izleme saatlerine göre dağılım.

Televizyon izleme saatleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%

1 Saat	250	36,7	265	31,2	515	33,7
2 Saat	210	30,8	324	38,2	534	34,9
3 Saat	177	26,0	189	22,3	366	23,9
4 saat ve daha fazla	45	6,6	70	8,3	115	7,5
Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0

Tablo 4.5. incelendiğinde, kızların %36,7'sinin 1 saat ve erkeklerin %38,2'sinin 2 saat televizyon izledikleri görülmektedir. Toplamda ise ortaokula devam eden gençlerin %34,9 oranında günde 2 saat televizyon izledikleri görülmektedir.

Tablo 4.6. 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme saatlerine göre dağılımı.

Televizyon izleme saatleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
1 Saat	396	37,7	363	33,8	759	35,7
2 Saat	378	36,0	415	38,6	793	37,3
3 Saat	187	17,8	179	16,7	366	17,2
4 saat ve daha fazla	89	8,5	117	10,9	206	9,7
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tablo 4.6. incelendiğinde, kızların %37,7'sinin 1 saat ve erkeklerin %38,6'sının 2 saat televizyon izledikleri görülmektedir. Toplamda ise ortaöğretime devam eden gençlerin, %37,3 oranında günde ortalama 2 saat televizyon izledikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin gün içinde en çok televizyon izledikleri saat dilimine göre dağılım Tablo 4.7. ve Tablo 4.8.'de sunulmuştur.

Tablo 4.7. 10-14 yaş arası gençlerin televizyon izledikleri saat dilimine göre dağılımı.

Saat aralıkları	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
07:00 - 10:00	36	5,3	45	5,3	81	5,3
10:01 - 13:00	18	2,6	33	3,9	51	3,3

13:01 - 16:00	78	11,4	82	9,7	160	10,5
16:01 - 19:00	171	25,1	237	27,9	408	26,7
19:01 - 22:00	361	52,9	421	49,6	782	51,1
22:01 –	18	2,6	30	3,5	48	3,1
Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0

Tablo 4.8. 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izledikleri saat dilimine göre dağılımı.

Saat aralıkları	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
07:00 - 10:00	27	2,6	21	2,0	48	2,3
10:01 - 13:00	6	0,6	12	1,1	18	0,8
13:01 - 16:00	13	1,2	12	1,1	25	1,2
16:01 - 19:00	287	27,3	159	14,8	446	21,0
19:01 - 22:00	579	55,1	671	62,5	1250	58,9
22:01 –	138	13,1	199	18,5	337	15,9
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tablo 4.7. ve Tablo 4.8. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin %51,1 oranında, 15-18 yaş arası gençlerin de %58,9 oranında en fazla 19:01-22:00 saatleri arasında televizyon izledikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin gün içinde dizi izleme sürelerine göre dağılımı Tablo 4.9. ve Tablo 4.10.'da sunulmuştur.

Tablo 4.9. 10-14 yaş arası gençlerin gün içinde dizi izleme sürelerine göre dağılımı.

Dizi izleme süresi	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Hiç izlemiyorum	21	3,1	42	5,0	63	4,1
1 Saat	189	27,7	280	33,0	469	30,7
2 Saat	293	43,0	303	35,7	596	39,0
3 Saat	140	20,5	166	19,6	306	20,0
4 saat ve fazlası	39	5,7	57	6,7	96	6,3

Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0
---------------	-----	-------	-----	-------	------	-------

Tablo 4.9. incelendiğinde, kızların %43,0'ının ve erkeklerin de %35,7'sinin gün içinde 2 saat dizi izledikleri görülmektedir.

Tablo 4.10. 15-18 yaş arası gençlerin gün içinde dizi izleme sürelerine göre dağılım.

Dizi izleme süresi	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Hiç izlemiyorum	42	4,0	45	4,2	87	4,1
1 Saat	407	38,8	450	41,9	857	40,3
2 Saat	398	37,9	371	34,5	769	36,2
3 Saat	137	13,0	145	13,5	282	13,3
4 saat ve fazlası	66	6,3	63	5,9	129	6,1
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tablo 4.10. incelendiğinde, kızların %38,8'inin ve erkeklerin %41,9'unun gün içinde 1 saat dizi izledikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin dizi oyuncularını sevmeye sebeplerine göre dağılım Tablo 4.11. ve Tablo 4.12.'de sunulmuştur.

Tablo 4.11. 10-14 yaş arası gençlerin dizi oyuncularını sevmeye sebeplerine göre dağılım.

Dizi oyuncularını sevmeye sebepleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Güzel rol yaptıkları için	425	62,3	527	62,1	952	62,2
Yakışıklı oldukları için	110	16,1	81	9,6	191	12,4
Komik oldukları için	88	12,9	189	22,3	277	18,1
Başrol oldukları için	66	9,7	96	11,3	162	10,5
Güzel oldukları için	45	6,6	12	1,4	57	3,7
Fantastik olduğu için	3	0,4	12	1,4	15	0,9

Tablo 4.11. incelendiğinde, kızların %62,3'ünün, erkeklerin %62,1'inin güzel rol yaptıkları için; kızların %16,1'inin, erkeklerin %9,6'sının yakışıklı oldukları için; kızların %12,9'unun, erkeklerin %22,3'ünün komik oldukları için; kızların %9,7'sinin, erkeklerin %11,3'ünün başrol oldukları için; kızların %6,6'sının, erkeklerin %1,4'ünün güzel oldukları için ve kızların %0,4'ünün, erkeklerin de %1,4'ünün fantastik oldukları için dizi oyuncularını sevdikleri görülmektedir.

Tablo 4.12. 15-18 yaş arası gençlerin dizi oyuncularını sevmeye sebeplerine göre dağılım.

Dizi oyuncularını sevmeye sebepleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Güzel rol yaptıkları için	718	68,4	855	79,6	1573	74,0
Yakışıklı oldukları için	233	22,2	108	10,1	341	16,0
Komik oldukları için	50	4,8	72	6,7	122	5,7
Başrol oldukları için	36	3,4	48	4,5	84	3,9
Güzel oldukları için	21	2,0	0	0,0	21	0,9
Fantastik olduğu için	3	0,3	9	0,8	12	0,5

Tablo 4.12. incelendiğinde, kızların %68,4'ünün, erkeklerin %79,6'sının güzel rol yaptıkları için; kızların %22,2'sinin, erkeklerin %10,1'inin yakışıklı oldukları için; kızların %4,8'inin, erkeklerin %6,7'sinin komik oldukları için; kızların %3,4'ünün, erkeklerin %4,5'inin başrol oldukları için; kızların %2,0'ının güzel oldukları için ve kızların %0,3'ünün, erkeklerin de %0,8'inin fantastik oldukları için dizi oyuncularını sevdikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin dizileri sevmeye sebeplerine göre dağılım Tablo 4.13. ve Tablo 4.14.'te sunulmuştur.

Tablo 4.13. 10-14 yaş arası gençlerin dizileri sevmeye sebeplerine göre dağılım.

Dizileri sevmeye sebepleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Eğlenceli/komik	323	47,4	390	46,0	713	45,0
Güzel	222	32,6	275	32,4	497	31,4

Yapacak başka bir şeyim yok	134	19,6	135	15,9	269	17,0
Eski zamanları öğretiyor	18	2,6	79	9,3	97	6,1
Çok uzun yıllar sürüyor	0	0,0	9	1,1	9	0,3

Tablo 4.13. incelendiğinde, kızların %47,4'ünün, erkeklerin %46,0'ının eğlenceli/komik oldukları için; kızların %32,6'sının, erkeklerin %32,4'ünün güzel oldukları için; kızların %19,6'sının, erkeklerin %15,9'unun yapacak başka bir şeyi olmadığı için; kızların %2,6'sının, erkeklerin %9,3'ünün eski zamanları öğrettiği için ve erkeklerin %1,1'inin çok uzun yıllar sürdüğü için dizileri sevdikleri görülmektedir.

Tablo 4.14. 15-18 yaş arası gençlerin dizileri sevme sebeplerine göre dağılım.

Dizileri sevme sebepleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Eğlenceli/komik	457	43,5	525	48,9	982	46,0
Güzel	241	23,0	261	24,3	502	23,6
Yapacak başka bir şeyim yok	343	32,7	261	24,3	604	28,4
Eski zamanları öğretiyor	9	0,9	30	2,8	39	1,6

Tablo 4.14. incelendiğinde, kızların %43,5'inin, erkeklerin %48,9'unun eğlenceli/komik oldukları için; kızların %23,0'ının, erkeklerin %24,3'ünün güzel oldukları için; kızların %32,7'sinin, erkeklerin %24,3'ünün yapacak başka bir şeyi olmadığı için ve kızların %0,9'unun, erkeklerin de %2,8'inin eski zamanları öğrettiği için dizileri sevdikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin seçimini yapan kişiye göre dağılım Tablo 4.15. ve Tablo 4.16.'da sunulmuştur.

Tablo 4.15. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin seçimini yapan kişiye göre dağılım.

İzlenen dizinin seçimini yapan kişi	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%

Diziye göre değişir	476	69,8	545	64,3	1021	66,7
Çocuklar (ben)	51	7,5	48	5,7	99	6,5
Baba	62	9,1	113	13,3	175	11,4
Hep birlikte	57	8,4	112	13,2	169	11,0
Anne	36	5,3	30	3,5	66	4,3
Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0

Tablo 4.15. incelendiğinde, kızların %69,8'inin, erkeklerin %64,3'ünün diziye göre değişir; kızların %7,5'inin, erkeklerin %5,7'sinin çocuklar (yani ben); kızların %9,1'inin, erkeklerin %13,3'ünün baba; kızların %8,4'ünün, erkeklerin %13,2'sinin hep birlikte ve kızların %5,3'ünün, erkeklerin de %3,5'inin anne yanıtını verdikleri görülmektedir.

Tablo 4.16. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin seçimini yapan kişiye göre dağılım.

İzlenen dizinin seçimini yapan kişi	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Diziye göre değişir	775	73,8	699	65,1	1474	69,4
Çocuklar (ben)	134	12,8	153	14,2	287	13,5
Baba	51	4,9	120	11,2	171	8,1
Hep birlikte	24	2,3	42	3,9	66	3,1
Anne	66	6,3	60	5,6	126	5,9
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tablo 4.16. incelendiğinde, kızların %73,8'inin, erkeklerin %65,1'inin diziye göre değişir; kızların %12,8'inin, erkeklerin %14,2'sinin çocuklar (yani ben); kızların %4,9'unun, erkeklerin %11,2'sinin baba; kızların %2,3'ünün, erkeklerin %3,9'unun hep birlikte ve kızların %6,3'ünün, erkeklerin de %5,6'sının anne yanıtını verdikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizileri takip etme şekillerine göre dağılım Tablo 4.17. ve Tablo 4.18.'de sunulmuştur.

Tablo 4.17. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizileri takip etme şekillerine göre dağılım.

Dizileri takip etme şekilleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Televizyon	399	58,5	583	68,8	982	64,2
İnternet	175	25,7	133	15,7	308	20,1
Her ikisi de	108	15,8	132	15,6	240	15,7
Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0

Tablo 4.18. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizileri takip etme şekillerine göre dağılım.

Dizileri takip etme şekilleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Televizyon	388	37,0	511	47,6	899	42,3
İnternet	566	53,9	435	40,5	1001	47,1
Her ikisi de	96	9,1	128	11,9	224	10,5
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tablo 4.17. ve Tablo 4.18. incelendiğinde, 10-14 yaş hem kızların (%58,5) hem de erkeklerin (%68,8) %64,2 oranla dizileri televizyondan takip ettikleri; 15-18 yaş kızların dizileri (%53,9) internetten, erkeklerin de (%47,6) televizyondan takip ettikleri, toplamda ise %47,1 oranında internetten takip ettikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin dizi tercihlerine göre dağılım Tablo 4.19. ve Tablo 4.20.'de sunulmuştur.

Tablo 4.19. 10-14 yaş arası gençlerin dizi tercihlerine göre dağılım.

Dizi tercihleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Yerli Dizi	471	69,1	568	67,0	1039	67,9
Yabancı dizi	148	21,7	184	21,7	332	21,7
Her ikisi de	63	9,2	96	11,3	159	10,4

Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0
---------------	-----	-------	-----	-------	------	-------

Tablo 4.20. 15-18 yaş arası gençlerin dizi tercihlerine göre dağılım.

Dizi tercihleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Yerli Dizi	388	37,0	478	44,5	866	40,8
Yabancı dizi	563	53,6	459	42,7	1022	48,1
Her ikisi de	99	9,4	137	12,8	236	11,1
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tablo 4.19. ve Tablo 4.20. incelendiğinde, 10-14 yaş hem kızların (%69,1) hem de erkeklerin (%67,0) %67,9 oranında yerli dizi izlemeyi tercih ettikleri; 15-18 yaş kızların (%53,6) yabancı dizi izlemeyi tercih ederken, erkeklerin (%44,5) yerli dizi izlemeyi tercih ettikleri görülmektedir. Toplamda ise %48,1 oranında yabancı dizileri tercih ettikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin dizinin bir bölümünün tamamını izleme durumlarına göre dağılım Tablo 4.21. ve Tablo 4.22.'de sunulmuştur.

Tablo 4.21. 10-14 yaş arası gençlerin dizinin bir bölümünün tamamını izleme durumlarına göre dağılım.

Bir bölümün tamamını izleme durumu	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Evet	463	67,9	529	62,4	992	64,8
Hayır	219	32,1	319	37,6	538	35,2
Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0

Tamamını izlemeyenlerin izleme durumu	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Reklama kadar	210	95,9	306	95,9	516	96,0
Sadece özetini	9	4,1	13	4,1	22	4,0
Toplam	219	100,0	319	100,0	538	100,0

Tablo 4.22. 15-18 yaş arası gençlerin dizinin bir bölümünün tamamını izleme durumlarına göre dağılım.

Bir bölümün tamamını izleme durumu	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Evet	898	85,5	930	86,6	1828	86,1
Hayır	152	14,5	144	13,4	296	13,9
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tamamını izlemeyenlerin izleme durumu	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Reklama kadar	143	94,1	144	100,0	287	97,0
Sadece özetini	9	5,9	0	0,0	9	3,0
Toplam	152	100,0	144	100,0	296	100,0

Tablo 4.21. ve Tablo 4.22. incelendiğinde, hem ortaokula (%64,8) hem de Ortaöğretime (%86,1) devam eden gençlerin (%62,4) %77,2 oranla dizilerin bir bölümünün tamamını izledikleri görülmektedir. Bir bölümün tamamını izlemeyen 10-14 yaş kızların %95,9'u, erkeklerin de %95,9'u reklama kadar izledikleri yanıtını vermişlerdir. Bir bölümün tamamını izlemeyen 15-18 yaş kızların ise %94,1'i, erkeklerin de tamamı reklama kadar izledikleri yanıtını vermişlerdir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin haftada izledikleri dizi sayısına göre dağılım Tablo 4.23. ve Tablo 4.24.'te sunulmuştur.

Tablo 4.23. 10-14 yaş arası gençlerin haftada izledikleri dizi sayısı dağılımı.

Haftada izlenen dizi sayısı	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
1	63	9,2	108	12,7	171	11,2
2	120	17,6	157	18,5	277	18,1
3	130	19,1	173	20,4	303	19,8
4	80	11,7	111	13,1	191	12,5
5 ve daha fazla	289	42,4	299	35,3	588	38,4
Toplam	682	100,0	848	100,0	1530	100,0

Tablo 4.24. 15-18 yaş arası gençlerin haftada izledikleri dizi sayısı dağılımı.

Haftada izlenen dizi sayısı	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
1	107	10,2	102	9,5	209	9,8
2	143	13,6	169	15,7	312	14,7
3	193	18,4	212	19,7	405	19,1
4	163	15,5	132	12,3	295	13,9
5 ve daha fazla	444	42,3	459	42,7	903	42,5
Toplam	1050	100,0	1074	100,0	2124	100,0

Tablo 4.23. ve Tablo 4.24. incelendiğinde, hem 10-14 (%38,4) hem de 15-18 yaş grubunda bulunan gençlerin (%42,7) bir haftada 5 ve daha fazla dizi izledikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme sebeplerine göre dağılım Tablo 4.25. ve Tablo 4.26.'da sunulmuştur.

Tablo 4.25. 10-14 yaş arası gençlerin televizyon izleme sebepleri dağılımı.

Televizyon izleme sebepleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
TV seyretmeyi seviyorum	357	52,3	439	51,8	796	52,0
Olacakları merak ediyorum	250	36,7	301	35,5	551	36,0
Yapacak başka bir şeyim yok	175	25,7	201	23,7	376	24,6
Hayal dünyamı geliştirdiği için	110	16,1	145	17,1	255	16,7
Bilmiyorum	69	10,1	79	9,3	148	9,7
Annem-babam da izliyor	26	3,8	51	6,0	77	5,0
Dışarıda oynama imkanım yok	26	3,8	31	3,7	57	3,7
Arkadaşım yok	13	1,9	24	2,8	37	2,4
Annem-babam benimle yeterince ilgilenmiyor	6	0,9	8	0,9	14	0,9

Tablo 4.25. incelendiğinde, kızların %52,3'ünün, erkeklerin %51,8'inin televizyon seyretmeyi sevdiğim için; kızların %36,7'sinin, erkeklerin %35,5'inin olacakları merak ediyorum; kızların %25,7'sinin, erkeklerin %23,7'sinin yapacak

başka bir şeyim olmadığı için; kızların %16,1'inin, erkeklerin %17,1'inin hayal dünyamı geliştirdiği için; kızların %10,1'inin, erkeklerin %9,3'ünün bilmiyorum; kızların %3,8'inin, erkeklerin %6,0'ının annem-babam da izlediği için; kızların %3,8'inin, erkeklerin %3,7'sinin dışarıda oynama imkanım olmadığı için kızların %1,9'unun, erkeklerin %2,8'inin arkadaşım olmadığı için ve kızların %0,9'unun, erkeklerin de %0,9'unun annem-babam benimle yeterince ilgilenmediği için yanıtını verdikleri görülmektedir.

Tablo 4.26. 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme sebepleri dağılımı.

Televizyon izleme sebepleri	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
TV seyretmeyi seviyorum	441	42,0	458	42,6	899	42,3
Olacakları merak ediyorum	345	32,9	395	36,8	740	34,8
Yapacak başka bir şeyim yok	294	28,0	276	25,8	570	26,8
Hayal dünyamı geliştirdiği için	133	12,7	145	13,5	278	13,1
Bilmiyorum	112	10,7	99	9,2	211	9,9
Annem-babam da izliyor	67	6,4	70	6,5	137	6,5
Dışarıda oynama imkanım yok	34	3,2	38	3,5	72	3,4
Arkadaşım yok	10	1,0	16	1,5	26	1,2
Annem-babam benimle yeterince ilgilenmiyor	5	0,5	5	0,5	10	0,5

Tablo 4.26. incelendiğinde, kızların %42,0'ının, erkeklerin %42,6'sının televizyon seyretmeyi sevdiğim için; kızların %32,9'unun, erkeklerin %36,8'inin olacakları merak ediyorum; kızların %28,0'ının, erkeklerin %25,8'inin yapacak başka bir şeyim olmadığı için; kızların %12,7'sinin, erkeklerin %13,5'inin hayal dünyamı geliştirdiği için; kızların %10,7'sinin, erkeklerin %9,2'sinin bilmiyorum; kızların %6,4'ünün, erkeklerin %6,5'inin annem-babam da izlediği için; kızların %3,2'sinin, erkeklerin %3,5'inin dışarıda oynama imkanım olmadığı için; kızların %1,0'ının, erkeklerin %1,5'inin arkadaşım olmadığı için ve kızların %0,5'inin, erkeklerin de %0,5'inin annem-babam benimle yeterince ilgilenmediği için yanıtını verdikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri dizilerin dağılımı Tablo 4.27 ve Tablo 4.28’de sunulmuştur.

Tablo 4.27. 10-14 yaş arası gençlerin en çok izledikleri dizilerin dağılımı.

Diziler	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Diriliş Ertuğrul	155	22,7	270	31,8	425	27,8
Tatlı İntikam	194	28,4	184	21,7	378	24,7
Kiralık Aşk	211	30,9	194	22,9	405	26,5
Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz	105	15,4	158	18,6	263	17,2
Kara Sevda	128	18,8	133	15,7	261	17,1
Poyraz Karayel	111	16,3	113	13,3	224	14,6
The Flash	83	12,2	108	12,7	191	12,5
Walking Dead	78	11,4	92	10,8	170	11,1
Kırgın Çiçekler	138	20,2	137	16,2	275	18,0
Game Of Thrones	50	7,3	85	10,0	135	8,8
Arka Sokaklar	89	13,0	129	15,2	218	14,2
Teen Wolf	69	10,1	81	9,6	150	9,8
Arrow	57	8,4	73	8,6	130	8,5
Aşk Yeniden	122	17,9	124	14,6	246	16,1
Kehribar	57	8,4	98	11,6	155	10,1
Supernatural	69	10,1	68	8,0	137	9,0
Kurtlar Vadisi Pusu	58	8,5	117	13,8	175	11,4
Hayat Şarkısı	84	12,3	84	9,9	168	11,0
The Originals	51	7,5	57	6,7	108	7,1
Sherlock Holmes	59	8,7	74	8,7	133	8,7
Baba Candır	90	13,2	99	11,7	189	12,4
Kertenkele	66	9,7	109	12,9	175	11,4
The Vampire Diaries	56	8,2	59	7,0	115	7,5
Doctor Who	60	8,8	67	7,9	127	8,3
Mr. Robot	51	7,5	51	6,0	102	6,7
Filinta	39	5,7	92	10,8	131	8,6

The 100	47	6,9	44	5,2	91	5,9
İlişki Durumu Karışık	84	12,3	81	9,6	165	10,8
Yeter	48	7,0	67	7,9	115	7,5
If I Stay	52	7,6	62	7,3	114	7,5
Seksenler	37	5,4	74	8,7	111	7,3
The Big Bang Theory	33	4,8	42	5,0	75	4,9
How I Met Your Mother?	38	5,6	38	4,5	76	5,0
Güneşin Kızları	60	8,8	52	6,1	112	7,3
46 Yok Olan	23	3,4	31	3,7	54	3,5
My Mad Fat Diary	47	6,9	48	5,7	95	6,2
Yeşil Deniz	37	5,4	55	6,5	92	6,0
Merlin	38	5,6	36	4,2	74	4,8
Beni Unutma	52	7,6	48	5,7	100	6,5
İnadına Aşk	49	7,2	43	5,1	92	6,0
Çifte Saadet	48	7,0	59	7,0	107	7,0
Paramparça	40	5,9	42	5,0	82	5,4
Aile İşi	29	4,3	36	4,2	65	4,2
Yunus Emre	26	3,8	37	4,4	63	4,1
O Hayat Benim	42	6,2	36	4,2	78	5,1
Dr. House	21	3,1	22	2,6	43	2,8
Kördüğüm	15	2,2	15	1,8	30	2,0
Muhteşem Yüzyıl	12	1,8	13	1,5	25	1,6
Yedi Güzel Adam	4	0,6	3	0,4	7	0,5
Kerbela	0	0,0	1	0,1	1	0,1

Tablo 4.27. incelendiğinde, 10-14 yaş grubu gençlerin toplamda 50 diziyi en çok izledikleri diziler olarak belirttikleri görülmektedir. Açıklama kısmında ilk 10 dizi sonucuna yer verilmiştir. Kızların %22,7'sinin, erkeklerin %31,8'inin Diriliş Ertuğrul; kızların %30,9'unun, erkeklerin %22,9'unun Kiralık Aşk; kızların %28,4'ünün, erkeklerin %21,7'sinin Tatlı İntikam; kızların %20,2'sinin, erkeklerin %16,2'sinin Kırgın Çiçekler; kızların %15,4'ünün, erkeklerin %18,6'sının Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz; kızların %18,8'inin, erkeklerin %15,7'sinin Kara Sevda;

kızların %17,9'unun, erkeklerin %14,6'sının Aşk Yeniden; kızların %16,3'ünün, erkeklerin %13,3'ünün Poyraz Karayel; kızların %13,0'ının, erkeklerin %15,2'sinin Arka Sokaklar; kızların %12,2'sinin, erkeklerin %12,7'sinin The Flash dizisini izledikleri görülmektedir.

Tablo 4.28. 15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri dizilerin dağılımı.

Diziler	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Diriliş Ertuğrul	242	23,0	297	27,7	539	25,4
Tatlı İntikam	228	21,7	206	19,2	434	20,4
Kiralık Aşk	214	20,4	186	17,3	400	18,8
Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz	188	17,9	249	23,2	437	20,6
Kara Sevda	174	16,6	173	16,1	347	16,3
Poyraz Karayel	160	15,2	173	16,1	333	15,7
The Flash	170	16,2	185	17,2	355	16,7
Walking Dead	178	17,0	183	17,0	361	17,0
Kırgın Çiçekler	119	11,3	101	9,4	220	10,4
Game Of Thrones	172	16,4	174	16,2	346	16,3
Arka Sokaklar	113	10,8	145	13,5	258	12,1
Teen Wolf	148	14,1	143	13,3	291	13,7
Arrow	151	14,4	147	13,7	298	14,0
Aşk Yeniden	100	9,5	80	7,4	180	8,5
Kehribar	110	10,5	150	14,0	260	12,3
Supernatural	135	12,9	142	13,2	277	13,0
Kurtlar Vadisi Pusu	92	8,8	140	13,0	232	10,9
Hayat Şarkısı	118	11,2	84	7,8	202	9,5
The Originals	131	12,5	127	11,8	258	12,1
Sherlock Holmes	117	11,1	102	9,5	219	10,3
Baba Candır	70	6,7	69	6,4	139	6,5
Kertenkele	64	6,1	86	8,0	150	7,1
The Vampire Diaries	103	9,8	101	9,4	204	9,6
Doctor Who	108	10,3	68	6,3	176	8,3

Mr. Robot	97	9,2	92	8,6	189	8,9
Filinta	76	7,2	84	7,8	160	7,5
The 100	96	9,1	99	9,2	195	9,2
İlişki Durumu Karışık	68	6,5	52	4,8	120	5,6
Yeter	77	7,3	65	6,1	142	6,7
If I Stay	74	7,0	64	6,0	138	6,5
Seksenler	64	6,1	74	6,9	138	6,5
The Big Bang Theory	86	8,2	83	7,7	169	8,0
How I Met Your Mother?	84	8,0	77	7,2	161	7,6
Güneşin Kızları	46	4,4	44	4,1	90	4,2
46 Yok Olan	74	7,0	73	6,8	147	6,9
My Mad Fat Diary	58	5,5	36	3,4	94	4,4
Yeşil Deniz	44	4,2	46	4,3	90	4,2
Merlin	57	5,4	51	4,7	108	5,1
Beni Unutma	41	3,9	40	3,7	81	3,8
İnadına Aşk	43	4,1	31	2,9	74	3,5
Çifte Saadet	25	2,4	27	2,5	52	2,4
Paramparça	32	3,0	41	3,8	73	3,4
Aile İşi	51	4,9	31	2,9	82	3,9
Yunus Emre	37	3,5	45	4,2	82	3,9
O Hayat Benim	32	3,0	17	1,6	49	2,3
Dr. House	32	3,0	37	3,4	69	3,2
Kördüğüm	23	2,2	20	1,9	43	2,0
Muhteşem Yüzyıl	19	1,8	19	1,8	38	1,8
Yedi Güzel Adam	7	0,7	4	0,4	11	0,5
Kerbela	2	0,2	3	0,3	5	0,2

Tablo 4.28. incelendiğinde, 15-18 yaş grubu gençlerin toplamda 50 diziyi en çok izledikleri diziler olarak belirttikleri görülmektedir. Açıklama kısmında ilk 10 dizi sonucuna yer verilmiştir. Kızların %23,0'ının, erkeklerin %27,7'sinin Diriliş Ertuğrul; kızların %17,9'unun, erkeklerin %23,2'sinin Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz; kızların %21,7'sinin, erkeklerin %19,2'sinin Tatlı İntikam; kızların

%20,4'ünün, erkeklerin %17,3'ünün Kiralık Aşk; kızların %17,0'nın, erkeklerin %17,0'nın Walking Dead; kızların %16,2'sinin, erkeklerin %17,2'sinin The Flash; kızların %16,6'sının, erkeklerin %16,1'inin Kara Sevda; kızların %16,4'ünün, erkeklerin %16,2'sinin Game of Thrones; kızların %15,2'sinin, erkeklerin %16,1'inin Poyraz Karayel; kızların %14,4'ünün, erkeklerin %13,7'sinin de Arrow dizisini izledikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin tercih ettikleri dizi türü dağılımı Tablo 4.29. ve Tablo 4.30.'da sunulmuştur.

Tablo 4.29. 10-14 yaş arası gençlerin tercih ettikleri dizi türü dağılımı.

Dizi türü	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Aksiyon	268	39,3	400	47,2	668	43,7
Macera	234	34,3	314	37,0	548	35,8
Komedi	244	35,8	283	33,4	527	34,4
Aşk	190	27,9	198	23,3	388	25,4
Bilimkurgu	149	21,8	162	19,1	311	20,3
Tarihi	124	18,2	172	20,3	296	19,3
Fantastik	131	19,2	155	18,3	286	18,7
Şiddet	100	14,7	161	19,0	261	17,1
Romantik Komedi	127	18,6	118	13,9	245	16,0
Korku	96	14,1	114	13,4	210	13,7
Eğitici	92	13,5	96	11,3	188	12,3
Gençlik	92	13,5	95	11,2	187	12,2
Dram	60	8,8	78	9,2	138	9,0
Polisiye	64	9,4	82	9,7	146	9,5
Aile	58	8,5	61	7,2	119	7,8
Dini	41	6,0	55	6,5	96	6,3

Tablo 4.29. incelendiğinde, kızların %39,3'ünün, erkeklerin %47,2'sinin aksiyon; kızların %34,3'ünün, erkeklerin %37,0'ının macera; kızların %35,8'inin, erkeklerin %33,4'ünün komedi; kızların %27,9'unun, erkeklerin %23,3'ünün aşk;

kızların %21,8'inin, erkeklerin %19,1'inin bilimkurgu; kızların %18,2'sinin, erkeklerin %20,3'ünün tarihi; kızların %19,2'sinin, erkeklerin %18,3'ünün fantastik; kızların %14,7'sinin, erkeklerin %19,0'ının şiddet; kızların %18,6'sının, erkeklerin %13,9'unun romantik komedi; kızların %14,1'inin, erkeklerin %13,4'ünün korku; kızların %13,5'inin, erkeklerin %11,3'ünün eğitici; kızların %13,5'inin, erkeklerin %11,2'sinin gençlik; kızların %9,4'ünün, erkeklerin %9,7'sinin polisiye; kızların %8,8'inin, erkeklerin %9,2'sinin dram; kızların %8,5'inin, erkeklerin %7,2'sinin aile ve kızların %6,0'ının, erkeklerin de %6,5'inin dini türde dizleri tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.30. 15-18 yaş arası gençlerin tercih ettikleri dizi türü dağılımı.

Dizi türü	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Aksiyon	415	39,5	547	50,8	962	45,3
Macera	347	33,0	413	38,5	760	35,8
Komedi	278	26,5	248	23,1	526	24,8
Aşk	263	25,0	211	19,6	474	22,3
Bilimkurgu	270	25,7	280	26,1	550	25,9
Tarihi	202	19,2	235	22,0	437	20,7
Fantastik	196	18,7	203	18,9	399	18,8
Şiddet	166	15,8	235	22,0	401	19,0
Romantik Komedi	192	18,3	149	13,9	341	16,1
Korku	139	13,2	134	12,5	273	12,9
Eğitici	146	13,9	121	11,2	267	12,5
Gençlik	149	14,2	114	10,6	263	12,4
Dram	116	11,0	124	11,5	240	11,3
Polisiye	94	9,0	116	10,8	210	9,9
Aile	75	7,1	76	7,1	151	7,1
Dini	45	4,3	48	4,5	93	4,4

Tablo 4.30. incelendiğinde, kızların %39,5'inin, erkeklerin %50,8'inin aksiyon; kızların %33,0'ının, erkeklerin %38,5'inin macera; kızların %26,5'inin,

erkeklerin %23,1'inin komedi; kızların %25,0'mının, erkeklerin %19,6'sının aşk; kızların %25,7'sinin, erkeklerin %26,1'inin bilimkurgu; kızların %19,2'sinin, erkeklerin %22,0'mın tarihi; kızların %18,7'sinin, erkeklerin %18,9'unun fantastik; kızların %15,8'inin, erkeklerin %22,0'mın şiddet; kızların %18,3'ünün, erkeklerin %13,9'unun romantik komedi; kızların %13,2'sinin, erkeklerin %12,5'inin korku; kızların %13,9'unun, erkeklerin %11,2'sinin eğitici; kızların %14,2'sinin, erkeklerin %10,6'sının gençlik; kızların %11,0'mın, erkeklerin %11,5'inin dram; kızların %9,0'mın, erkeklerin %10,8'inin polisiye; kızların %7,1'inin, erkeklerin %7,1'inin aile ve kızların %4,3'ünün, erkeklerin de %4,5'inin dini türde dizleri tercih ettikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin en çok sevdikleri dizi oyuncularının dağılımı Tablo 4.31. ve Tablo 4.32.'de sunulmuştur.

Tablo 4.31. 10-14 yaş arası gençlerin sevdikleri dizi oyuncuları dağılımı.

Dizi türü	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Engin Altan Düzyatan	121	17,7	228	26,9	349	22,8
Elçin Sangu	190	27,9	155	18,3	345	22,5
Barış Arduç	187	27,4	155	18,3	342	22,4
İlker Kaleli	125	18,3	122	14,4	247	16,1
Burak Özçivit	125	18,3	116	13,7	241	15,8
Dyla O'Brean	92	13,5	87	10,3	179	11,7
Leyla Lydia Tuğutlu	95	13,9	83	9,8	178	11,6
Burçin Terzioğlu	86	12,6	90	10,6	176	11,5
Gürkan Uygun	49	7,2	96	11,3	145	9,5
Serkan Çayoğlu	94	13,8	88	10,4	182	11,9
Onur Tuna	61	8,9	117	13,8	178	11,6
Oktay Kaynarca	53	7,8	71	8,4	124	8,1
Cem Uçar	55	8,1	103	12,1	158	10,3
Barış Bağcı	55	8,1	103	12,1	158	10,3
Emilia Clarke	41	6,0	58	6,8	99	6,5
Necati Şaşmaz	50	7,3	83	9,8	133	8,7

Seçkin Özdemir	69	10,1	53	6,2	122	8,0
Erdal Beşikçioğlu	25	3,7	30	3,5	55	3,6
Hande Doğandemir	73	10,7	59	7,0	132	8,6
Kit Harington	15	2,2	22	2,6	37	2,4
Berna Kuraltürk	66	9,7	52	6,1	118	7,7
Uraz Kaygıaroğlu	56	8,2	51	6,0	107	7,0
Yurdaer Okur	20	2,9	41	4,8	61	4,0
Deniz Çakır	26	3,8	26	3,1	52	3,4
Burcu Biricik	5	0,7	20	2,4	25	1,6
Pelin Karahan	14	2,1	17	2,0	31	2,0
Brad Pitt	5	0,7	8	0,9	13	0,8
Cansel Erçin	5	0,7	3	0,4	8	0,5

Tablo 4.31. incelendiğinde, kızların %17,7'sinin, erkeklerin %26,9'unun Engin Altan Düzyatan; kızların %27,9'unun, erkeklerin %18,3'ünün Elçin Sangu; kızların %27,4'ünün, erkeklerin %18,3'ünün Barış Arduç; kızların %18,3'ünün, erkeklerin %14,4'ünün İlker Kaleli; kızların %18,3'ünün, erkeklerin %13,7'sinin Burak Özçivit; kızların %13,8'inin, erkeklerin %10,4'ünün Serkan Çayoğlu; kızların %13,5'inin, erkeklerin %10,3'ünün Dyla O'Brean; kızların %13,9'unun, erkeklerin %9,8'inin Leyla Lydia Tuğutlu; kızların %8,9'unun, erkeklerin %13,8'inin Onur Tuna; kızların %12,6'sının, erkeklerin %10,6'sının Burçin Terzioğlu; kızların %8,1'inin, erkeklerin %12,1'inin Cem Uçar; kızların %8,1'inin, erkeklerin %12,1'inin Barış Bağcı; kızların %7,2'sinin, erkeklerin %11,3'ünün Gürkan Uygun; kızların %7,3'ünün, erkeklerin %9,8'inin Necati Şaşmaz; kızların %10,7'sinin, erkeklerin %7,0'ının Hande Doğandemir; kızların %7,8'inin, erkeklerin %8,4'ünün Oktay Kaynarca; kızların %10,1'inin, erkeklerin %6,2'sinin Seçkin Özdemir; kızların %89,7'sinin, erkeklerin %6,1'inin Berna Kuraltürk; kızların %8,2'sinin, erkeklerin %6,0'ının Uraz Kaygıaroğlu; kızların %6,0'ının, erkeklerin %6,8'inin Emilia Clarke; kızların %2,9'unun, erkeklerin %4,8'inin Yurdaer Okur; kızların %3,7'sinin, erkeklerin %3,5'inin Erdal Beşikçioğlu; kızların %3,8'inin, erkeklerin %3,1'inin Deniz Çakır; kızların %2,2'sinin, erkeklerin %2,6'sının Kit Harington; kızların %2,1'inin, erkeklerin %2,0'ının Pelin Karahan; kızların %0,7'sinin,

erkeklerin %2,4'ünün Burcu Biricik; kızların %0,7'sinin, erkeklerin %0,9'unun Brad Pitt ve kızların %0,7'sinin, erkeklerin de %0,4'ünün Cansel Erçin'i sevdikleri görülmektedir.

Tablo 4.32. 15-18 yaş arası gençlerin sevdikleri dizi oyuncularını dağılımı.

Dizi türü	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Engin Altan Düzyatan	192	18,3	233	21,7	425	20,0
Elçin Sangu	164	15,6	122	11,4	286	13,5
Barış Arduç	155	14,8	131	12,2	286	13,5
İlker Kaleli	162	15,4	172	16,0	334	15,7
Burak Özçivit	156	14,9	149	13,9	305	14,4
Dyla O'Brean	187	17,8	171	15,9	358	16,9
Leyla Lydia Tuğutlu	144	13,7	128	11,9	272	12,8
Burçin Terzioğlu	129	12,3	132	12,3	261	12,3
Gürkan Uygun	106	10,1	147	13,7	253	12,0
Serkan Çayoğlu	116	11,0	100	9,3	216	10,2
Onur Tuna	93	8,9	114	10,6	207	9,7
Oktay Kaynarca	84	8,0	159	14,8	243	11,4
Cem Uçar	84	8,0	103	9,6	187	8,8
Barış Bağcı	81	7,7	98	9,1	179	8,4
Emilia Clarke	109	10,4	125	11,6	234	11,0
Necati Şaşmaz	68	6,5	106	9,9	174	8,2
Seçkin Özdemir	86	8,2	67	6,2	153	7,2
Erdal Beşikçioğlu	84	8,0	113	10,5	197	9,3
Hande Doğandemir	47	4,5	62	5,8	109	5,1
Kit Harington	88	8,4	92	8,6	180	8,5
Berna Kuraltürk	58	5,5	41	3,8	99	4,7
Uraz Kaygıaroğlu	47	4,5	37	3,4	84	4,0
Yurdaer Okur	54	5,1	57	5,3	111	5,2
Deniz Çakır	38	3,6	48	4,5	86	4,0
Burcu Biricik	30	2,9	27	2,5	57	2,7

Pelin Karahan	20	1,9	21	2,0	41	1,9
Brad Pitt	12	1,1	13	1,2	25	1,2
Cansel Erçin	8	0,8	9	0,8	17	0,8

Tablo 4.32. incelendiğinde, kızların %18,3'ünün, erkeklerin %21,7'sinin Engin Altan Düzyatan; kızların %17,8'inin, erkeklerin %15,9'unun Dyla O'Brean; kızların %15,4'ünün, erkeklerin %16,0'mın İlker Kaleli; kızların %14,9'unun, erkeklerin %13,9'unun Burak Özçivit; kızların %15,6'sının, erkeklerin %11,4'ünün Elçin Sangu; kızların %14,8'inin, erkeklerin %12,2'sinin Barış Arduç; kızların %13,7'sinin, erkeklerin %11,9'unun Leyla Lydia Tuğutlu; kızların %12,3'ünün, erkeklerin de %12,3'ünün Burçin Terzioğlu; kızların %10,1'inin, erkeklerin %13,7'sinin Gürkan Uygun; kızların %8,0'mın, erkeklerin %14,8'inin Oktay Kaynarca; kızların %10,4'ünün, erkeklerin %11,6'sının Emilia Clarke; kızların %11,0'mın, erkeklerin %9,3'ünün Serkan Çayoğlu; kızların %8,9'unun, erkeklerin %10,6'sının Onur Tuna; kızların %8,0'mın, erkeklerin %10,5'inin Erdal Beşikçioğlu; kızların %8,0'mın, erkeklerin %9,6'sının Cem Uçar; kızların %8,4'ünün, erkeklerin %8,6'sının Kit Harington; kızların %7,7'sinin, erkeklerin %9,1'inin Barış Bağcı; kızların %6,5'inin, erkeklerin %9,9'unun Necati Şaşmaz; kızların %8,2'sinin, erkeklerin %6,2'sinin Seçkin Özdemir; kızların %5,1'inin, erkeklerin %5,3'ünün Yurdaer Okur; kızların %4,5'inin, erkeklerin %5,8'inin Hande Doğandemir; kızların %5,5'inin, erkeklerin %3,8'inin Berna Kuraltürk; kızların %3,6'sının, erkeklerin %4,5'inin Deniz Çakır; kızların %4,5'inin, erkeklerin %3,4'ünün Uraz Kaygıaroğlu; kızların %2,9'unun, erkeklerin %2,5'inin Burcu Biricik; kızların %1,9'unun, erkeklerin %2,0'mın Pelin Karahan; kızların %1,1'inin, erkeklerin %1,2'sinin Brad Pitt ve kızların %0,8'inin, erkeklerin de %0,8'inin Cansel Erçin'i sevdikleri görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin büyüdülerinde benzemek istedikleri dizi oyuncularının dağılımı Tablo 4.33. ve Tablo 4.34.'te sunulmuştur.

Tablo 4.33. 10-14 yaş arası gençlerin büyüdülerinde benzemek istedikleri dizi oyuncularını dağılımı.

Benzemek istenen dizi	Kız	Erkek	Toplam
------------------------------	------------	--------------	---------------

oyuncusu	n	%	n	%	n	%
Hiç kimseye	395	57,7	500	59,1	895	58,5
Engin Altan Düzyatan	0	0,0	142	16,8	142	9,3
Elçin Sangu	169	24,7	0	0,0	169	11,0
Necati Şaşmaz	0	0,0	85	10,0	85	5,6
İlker Kaleli	0	0,0	73	8,6	73	4,8
Demet Özdemir	71	10,4	0	0,0	71	4,6
Oktay Kaynarca	0	0,0	66	7,8	66	4,3
Açelya Topaloğlu	68	9,9	0	0,0	68	4,4
Hande Erçel	88	12,9	0	0,0	88	5,8
Serenay Sarıkaya	43	6,3	0	0,0	43	2,8
Burak Özçivit	0	0,0	65	7,7	65	4,2
Ceren Moray	67	9,8	0	0,0	67	4,4
Onur Tuna	0	0,0	60	7,0	60	3,9
Grant Gustin	0	0,0	48	5,2	48	3,1
Uraz Kaygıaroğlu	0	0,0	35	4,7	35	2,3
Yurdaer Okur	0	0,0	24	3,1	24	1,6

Tablo 4.33. incelendiğinde, kızların %57,7’sinin, erkeklerin %59,1’inin hiç kimseye; kızların %24,7’sinin Elçin Sangu; erkeklerin %16,8’inin Engin Altan Düzyatan; kızların %12,9’unun Hande Erçel; erkeklerin %10,0’inin Necati Şaşmaz; erkeklerin %8,6’sının İlker Kaleli; kızların %10,4’ünün Demet Özdemir; kızların %9,9’unun Açelya Topaloğlu; kızların %9,8’inin Ceren Moray; erkeklerin %7,8’inin Oktay Kaynarca; erkeklerin %7,7’sinin Burak Özçivit; erkeklerin %3,9’unun Onur Tuna; erkeklerin %3,1’inin Grant Gustin; kızların %6,3’ünün Serenay Sarıkaya; erkeklerin %2,3’ünün Uraz Kaygıaroğlu ve erkeklerin %1,6’sının da Yurdaer Okur yanıtını verdikleri görülmektedir.

Tablo 4.34. 15-18 yaş arası gençlerin büyüdüklerinde benzemek istedikleri dizi oyuncularının dağılımı.

Benzemek istenen dizi oyuncusu	Kız		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%

Hiç kimseye	692	66,0	676	62,8	1368	64,4
Engin Altan Düzyatan	0	0,0	160	14,9	160	7,5
Elçin Sangu	120	11,5	0	0,0	120	5,6
Necati Şaşmaz	0	0,0	189	17,6	189	8,8
İlker Kaleli	0	0,0	191	17,8	191	9,0
Demet Özdemir	154	14,7	0	0,0	154	7,3
Oktay Kaynarca	0	0,0	140	13,0	140	6,6
Açelya Topaloğlu	88	8,4	0	0,0	88	4,1
Hande Erçel	63	6,0	0	0,0	63	3,0
Serenay Sarıkaya	98	9,4	0	0,0	98	4,6
Burak Özçivit	0	0,0	71	6,6	71	3,3
Ceren Moray	69	6,6	0	0,0	69	3,2
Onur Tuna	0	0,0	73	6,8	73	3,4
Grant Gustin	0	0,0	50	4,6	50	2,4
Uraz Kaygıaroğlu	0	0,0	44	4,1	44	2,1
Yurdaer Okur	0	0,0	33	3,1	33	1,6

Tablo 4.34. incelendiğinde, kızların %66,0'ının, erkeklerin %62,8'inin hiç kimseye; erkek öğrencilerin %14,9'unun Engin Altan Düzyatan; kızların %11,5'inin Elçin Sangu; erkeklerin %17,6'sının Necati Şaşmaz; erkeklerin %17,8'inin İlker Kaleli; kızların %14,7'sinin Demet Özdemir; erkeklerin %13,0'ının Oktay Kaynarca; kızların %8,4'ünün Açelya Topaloğlu; kızların %6,0'ının Hande Erçel; kızların %9,4'ünün Serenay Sarıkaya; erkeklerin %6,6'sının Burak Özçivit; kızların %6,6'sının Ceren Moray; erkeklerin %6,8'inin Onur Tuna; erkeklerin %4,6'sının Grant Gustin; erkeklerin %4,1'inin Uraz Kaygıaroğlu ve erkeklerin %3,1'inin de Yurdaer Okur yanıtını verdikleri görülmektedir.

4.2. İkinci Aşamaya İlişkin Bulgular

Araştırmanın ikinci aşamasının bulgular kısmında; birinci aşama sonucunda elde edilen ve 10-14 ile 15-18 yaş arası gençlerin en çok izledikleri ilk on dizinin gelişim alanlarına göre içeriklerinin incelenmesine ait sonuçlar yer almaktadır. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin Çocuk Programlarına Yönelik İçerik

Değerlendirme Formu genel sonuçları dağılımı Tablo 4.35. ve Tablo 4.36.'da sunulmuştur.

Tablo 4.35. Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu 10-14 yaş genel sonuç dağılımı.

Gelişim alanları içerikleri	n	%
Fiziksel Gelişim		
Psikomotor Gelişim	27	0
Cinsel Gelişim	955	3
Bilişsel/Algısal Gelişim	2616	9
Duygusal/Sosyal Gelişim	13894	47
Diğer		
Şiddet	5934	20
Tüketim Kültürü	525	2
Model Alma	1983	7
Aile Yapısı	1091	4
Aile Değerleri	280	1
Dil Gelişimi	2108	7
Toplam	29413	100

Tablo 4.35. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde gelişim alanlarına ait 29.413 içeriğin bulunduğu görülmektedir. Bu içeriklerin %3'ünün cinsel gelişim, %9'unun bilişsel/algısal gelişim, %47'sinin duygusal/sosyal gelişim, %20'sinin şiddet, %2'sinin tüketim kültürü, %7'sinin model alma, %4'ünün aile yapısı, %1'inin aile değerleri ve %7'sinin de dil gelişimi alanına ait olduğu ve psikomotor gelişim alanına ait içeriklerin yüzdesel olarak anlamlı sonuç ifade etmediği görülmektedir.

Tablo 4.36. Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu 15-18 yaş genel sonuç dağılımı.

Gelişim alanları içerikleri	n	%
Fiziksel Gelişim		

Psikomotor Gelişim	47	0
Cinsel Gelişim	731	3
Bilişsel/Algısal Gelişim	2594	11
Duygusal/Sosyal Gelişim	11751	48
Diğer		
Şiddet	5202	21
Tüketim Kültürü	312	1
Model Alma	1550	6
Aile Yapısı	882	4
Aile Değerleri	180	1
Dil Gelişimi	1053	4
Toplam	24302	100

Tablo 4.36. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde gelişim alanlarına ait 24.302 içeriğin bulunduğu görülmektedir. Bu içeriklerin %3'ünün cinsel gelişim, %1'inin bilişsel/algısal gelişim, %48'inin duygusal/sosyal gelişim, %21'inin şiddet, %1'inin tüketim kültürü, %6'sının model alma, %4'ünün aile yapısı, %1'inin aile değerleri ve %4'ünün de dil gelişimi alanına ait olduğu ve psikomotor gelişim alanına ait içeriklerin yüzdesel olarak anlamlı sonuç ifade etmediği görülmektedir.

Fiziksel gelişim alanı; psikomotor gelişim ve cinsel gelişim olmak üzere iki alt boyutta incelenmiştir. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin psikomotor gelişim alanı içerikleri dağılımı Tablo 4.37. ve Tablo 4.38.'de sunulmuştur.

Tablo 4.37. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin psikomotor gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Psikomotor gelişim alanı içerikleri	n	%
Çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek ifade veya görsel sunum vardır	19	70
Çocuklar, sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler içerisinde gösterilmektedir	2	7
Çocuğun fiziksel öz bakımını geliştirici iletiler vardır	6	22

Toplam

27 100

Tablo 4.37. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 27 psikomotor gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %70'inde çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek ifade veya görsel sunumların olduğu, %7'sinde çocukların sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler içerisinde gösterildiği, %22'sinde de çocukların fiziksel öz bakımını geliştirici içeriklerin bulunduğu görülmektedir.

Tablo 4.38. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin psikomotor gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Psikomotor gelişim alanı içerikleri	n	%
Çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek ifade veya görsel sunum vardır	45	96
Çocuklar, sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler içerisinde gösterilmektedir	2	4
Çocuğun fiziksel öz bakımını geliştirici iletiler vardır	0	0
Toplam	47	100

Tablo 4.38. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 47 psikomotor gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %96'sında çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek ifade veya görsel sunumların olduğu, %4'ünde çocukların sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler içerisinde gösterildiği içeriklerin bulunduğu ve çocukların fiziksel öz bakımını geliştirici içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin cinsel gelişim alanı içerikleri dağılımı Tablo 4.39. ve Tablo 4.40.'da sunulmuştur.

Tablo 4.39. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin cinsel gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Cinsel gelişim alanı içerikleri	n	%
Evlilik dışı ilişkileri içerir	282	30

Fiziksel cinselliğe (sarılma, öpüşme vs.) ait unsurlar içerir	422	44
Cinselliği vurgulayıcı kıyafet görüntüleri içerir	208	22
Çocuğun gelişim düzeyine uygun olmayan cinsel modeller içerir	43	5
Çocuklar arası arkadaşlıklar cinsel çağrışımlarla verilmektedir	0	0
Toplam	955	100

Tablo 4.39. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 955 cinsel gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %30'unda evlilik dışı ilişkilerin, %44'ünde fiziksel cinselliğe (sarılma, öpüşme vs.) ait unsurların, %22'sinde cinselliği vurgulayıcı kıyafet görüntülerinin, %5'inde de çocuğun gelişim düzeyine uygun olmayan cinsel modellerin bulunduğu ve çocuklar arası arkadaşlıkların cinsel çağrışımlarla verildiği içeriğinin bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 4.40. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin cinsel gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Cinsel gelişim alanı içerikleri	n	%
Evlilik dışı ilişkileri içerir	249	34
Fiziksel cinselliğe (sarılma, öpüşme vs.) ait unsurlar içerir	293	40
Cinselliği vurgulayıcı kıyafet görüntüleri içerir	162	22
Çocuğun gelişim düzeyine uygun olmayan cinsel modeller içerir	27	4
Çocuklar arası arkadaşlıklar cinsel çağrışımlarla verilmektedir	0	0
Toplam	731	100

Tablo 4.40. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 731 cinsel gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %34'ünde evlilik dışı ilişkilerin, %40'ında fiziksel cinselliğe (sarılma, öpüşme vs.) ait unsurların, %22'sinde cinselliği vurgulayıcı kıyafet görüntülerinin, %4'ünde çocuğun gelişim düzeyine uygun olmayan cinsel modellerin bulunduğu ve çocuklar arası arkadaşlıkların cinsel çağrışımlarla verildiği içeriğinin bulunmadığı görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin bilişsel/algısal gelişim alanı içerikleri dağılımı Tablo 4.41. ve Tablo 4.42.'de sunulmuştur.

Tablo 4.41. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin bilişsel/algısal gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Bilişsel/algısal gelişim alanı içerikleri	n	%
Olaylar, çocuğun benzerlerine kendi yaşamında rastlayabileceği türdendir	222	8
Karakterler, problemlerini doğaüstü güçler kullanarak çözmektedir	76	3
Karakterler, problemlerini şiddet kullanarak çözmektedir	447	17
Görüntülerde çocuğun algılamasını zorlaştıran hızlı geçişler vardır	45	2
Seslerde çocuğun algılamasını zorlaştıran ani değişiklikler vardır	25	1
Çocuğun düş kurma gücünü etkileyecek olumlu görüntüler vardır	19	1
Fiziksel özelliklerin (güzel ve yakışıklı olma) önemi vurgulanmaktadır	209	8
Karakterler gerçekte olamayacak özelliktedirler	150	6
Zengin olmanın çok önemli ve gerekli olduğu vurgulanmaktadır	118	5
Saldıran kişilik yapısını normalleştiren iletiler vardır	132	5
Hırsızlığı normalleştiren iletiler bulunmaktadır	48	2
Çocuğu düşündürmeye yöneltici iletiler taşır	103	4
Çocuğu karar vermeye yöneltici iletiler taşır	55	2
Kanunlara karşı gelmeyi normalleştiren ifadeler/görüntüler vardır	444	17
Mafyayı özendirici iletiler/görüntüler vardır	168	6
Çocuğa aktardığı ileti, haklıdan yana olmayı özendirir	355	14
Toplam	2616	100

Tablo 4.41. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 2.616 bilişsel/algısal gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %8’inde çocuğun benzerlerine kendi yaşamında rastlayabileceği türden olayların olduğu, %3’ünde problemlerin doğaüstü güçler kullanılarak çözüldüğü, %17’sinde problemlerin şiddet kullanılarak çözüldüğü, %2’sinde görüntülerde çocuğun algılamasını zorlaştıran hızlı geçişlerin olduğu, %1’inde seslerde çocuğun algılamasını zorlaştıran ani değişikliklerin olduğu, %1’inde çocuğun düş kurma gücünü etkileyecek olumlu görüntülerin olduğu, %8’inde fiziksel özelliklerin (güzel

ve yakışıklı olma) öneminin vurgulandığı, %6'sında karakterlerin gerçekte olamayacak özellikte olduğu, %5'inde zengin olmanın çok önemli ve gerekli olduğu, %5'inde saldıran kişilik yapısının normalleştirildiği, %2'sinde hırsızlık yapmanın normalleştirildiği, %4'ünde çocuğu düşündürmeye yöneltici iletilerin olduğu, %2'sinde çocuğu karar vermeye yöneltici iletilerin olduğu, %17'sinde kanunlara karşı gelmenin normalleştirildiği, %6'sında mafyaya özendiren ve %14'ünde de çocuğa haklıdan yana olmayı özendiren içeriklerin olduğu görülmektedir.

Tablo 4.42. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin bilişsel/algısal gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Bilişsel/algısal gelişim alanı içerikleri	n	%
Olaylar, çocuğun benzerlerine kendi yaşamında rastlayabileceği türdendir	139	5
Karakterler, problemlerini doğaüstü güçler kullanarak çözmektedir	188	7
Karakterler, problemlerini şiddet kullanarak çözmektedir	561	22
Görüntülerde çocuğun algılamasını zorlaştıran hızlı geçişler vardır	51	2
Seslerde çocuğun algılamasını zorlaştıran ani değişiklikler vardır	27	1
Çocuğun düş kurma gücünü etkileyecek olumlu görüntüler vardır	12	0
Fiziksel özelliklerin (güzel ve yakışıklı olma) önemi vurgulanmaktadır	140	5
Karakterler gerçekte olamayacak özelliktedirler	551	21
Zengin olmanın çok önemli ve gerekli olduğu vurgulanmaktadır	3	0
Saldıran kişilik yapısını normalleştiren iletiler vardır	17	1
Hırsızlığı normalleştiren iletiler bulunmaktadır	19	1
Çocuğu düşündürmeye yöneltici iletiler taşır	75	3
Çocuğu karar vermeye yöneltici iletiler taşır	47	2
Kanunlara karşı gelmeyi normalleştiren ifadeler/görüntüler vardır	325	13
Mafyayı özendirici iletiler/görüntüler vardır	130	5
Çocuğa aktardığı ileti, haklıdan yana olmayı özendirir	309	12
Toplam	2594	100

Tablo 4.42. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 2.594 bilişsel/algısal gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %5’inde çocuğun benzerlerine kendi yaşamında rastlayabileceği türden olayların olduğu, %7’inde problemlerin doğaüstü güçler kullanılarak çözüldüğü, %22’inde problemlerin şiddet kullanılarak çözüldüğü, %2’sinde görüntülerin çocuğun algılamasını zorlaştıran hızlı geçişleri olduğu, %1’inde seslerde çocuğun algılamasını zorlaştıran ani değişikliklerin olduğu, %5’inde fiziksel özelliklerin (güzel ve yakışıklı olma) öneminin vurgulandığı, %21’inde karakterlerin gerçekte olamayacak özellikte oldukları, %1’inde saldıran kişilik yapısının normalleştirildiği, %1’inde hırsızlık yapmanın normalleştirildiği, %3’ünde çocuğu düşündürmeye yöneltici iletilerin olduğu, %2’sinde çocuğu karar vermeye yöneltici iletilerin olduğu, %13’ünde kanunlara karşı gelmenin normalleştirildiği, %5’inde mafyaya özendiren ve %12’sinde de çocuğa haklıdan yana olmayı özendiren içeriklerin bulunduğu, çocuğun düş kurma gücünü etkileyecek olumlu görüntülerin olduğu ve zengin olmanın çok önemli ve gerekli olduğunun vurgulandığı içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin duygusal/sosyal gelişim alanı içerikleri dağılımı Tablo 4.43. ve Tablo 4.44.’te sunulmuştur.

Tablo 4.43. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin duygusal/sosyal gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Duygusal/sosyal gelişim alanı içerikleri	n	%
Sorumluluk duygusunu geliştirici iletiler vardır	1162	8
Yardımseverlik duygusunu geliştirici iletiler vardır	700	5
Adalet duygusunu geliştirici iletiler vardır	487	4
Özgüven duygusunu geliştirici iletiler vardır	317	2
İntikam duygusunu geliştirici iletiler vardır	593	4
Erkek çocukların ağlamayacağı ifadesi vardır	5	0
Öfke/Şiddet duygusunu geliştirici iletiler vardır	719	5
Kıskançlık duygusunu geliştirici iletiler vardır	381	3
Sevgi duygusunu geliştirici iletiler vardır	1010	7
İhanete uğrama duygusunu geliştirici iletiler vardır	542	4

Hayal kırıklığı duygusunu geliştirici iletiler vardır	648	5
Çaresizlik duygusunu geliştirici iletiler vardır	302	2
Tehdit edici ifadeler vardır	796	6
Alkol tüketimi model olarak sunulmaktadır	84	1
Rekabet duygusunu geliştirici iletiler vardır	489	4
Yalan söyleme davranışını destekleyen iletiler vardır	692	5
Dedikodu yapmayı özendirici iletiler vardır	185	1
Kibir duygusunu geliştirici iletiler vardır	209	2
Liderlik duygusunu geliştirici iletiler vardır	253	2
Dostluk duygusunu geliştirici iletiler vardır	741	5
Doğruluk duygusunu geliştirici iletiler vardır	660	5
Sabır duygusunu geliştirici iletiler vardır	269	2
Saygı duygusunu geliştirici iletiler vardır	296	2
Hayvan sevgisi iletileri bulunmaktadır	34	0
Pişmanlık duygusunu geliştirici iletiler vardır	318	2
Özdenetim duygusunu geliştirici iletiler vardır	292	2
Özeleştirici duygusunu geliştirici iletiler vardır	459	3
Empati duygusunu geliştirici iletiler vardır	291	2
Dinî değerleri geliştirici iletiler vardır	112	1
Toplumsal kurallar konusunda bilinçlendirici iletiler taşır	190	1
Ahlâk kuralları konusunda bilinçlendirici iletiler taşır	62	0
Kaderci bir bakış açısı mevcuttur	75	1
Batıl inançlar içermektedir	66	0
Boyun eğmeyi yücelten bir iletiye sahiptir	54	0
Bireyci bir mesaja sahiptir	70	1
Farklı sosyal sınıflar birbirlerinden ayrıştırılarak sunulmaktadır	205	1
Giyim biçimleri farklı sosyal sınıflarla ilgili kalıp yargılar oluşturacak şekilde kurgulanmıştır	126	1
Toplam	13894	100

Tablo 4.43. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 13.894 duygusal/sosyal gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %8’inde sorumluluk duygusunu geliştirici, %5’inde yardımseverlik duygusunu geliştirici,

%4'ünde adalet duygusunu geliştirici, %2'sinde özgüven duygusunu geliştirici, %4'ünde intikam duygusunu geliştirici, %5'inde öfke/şiddet duygusunu geliştirici, %3'ünde kıskançlık duygusunu geliştirici, %7'sinde sevgi duygusunu geliştirici, %4'ünde ihanete uğrama duygusunu geliştirici, %5'inde hayal kırıklığı duygusunu geliştirici, %2'sinde çaresizlik duygusunu geliştirici, %6'sında tehdit edici ifadelerin, %1'inde alkol tüketimini destekleyici, %4'ünde rekabet duygusunu geliştirici, %5'inde yalan söyleme davranışını destekleyici, %1'inde dedikodu yapmayı özendirici, %2'sinde kibir duygusunu geliştirici, %2'sinde liderlik duygusunu geliştirici, %5'inde dostluk duygusunu geliştirici, %5'inde doğruluk duygusunu geliştirici, %2'sinde sabır duygusunu geliştirici, %2'sinde saygı duygusunu geliştirici, %2'sinde pişmanlık duygusunu geliştirici, %2'sinde özdenetim duygusunu geliştirici, %3'ünde özeleştirme duygusunu geliştirici, %2'sinde empati duygusunu geliştirici, %1'inde dinî değerleri geliştirici, %1'inde toplumsal kurallar konusunda bilinçlendirici, %1'inde kaderci bakış açısı geliştirici, %1'inde bireyci mesajın bulunduğu, %1'inde farklı sosyal sınıfların birbirlerinden ayrıştırılarak sunulduğu, %1'inde giyim biçimlerinin farklı sosyal sınıflarla ilgili kalıp yargılar oluşturacak şekilde kurgulandığı içeriklerin olduğu; erkek çocukların ağlamayacağını, hayvan sevgisini geliştiren, ahlâk kuralları konusunda bilinçlendirici, batıl inançlar içeren ve boyun eğmeyi yücelten iletilere sahip içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 4.44. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin duygusal/sosyal gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Duygusal/sosyal gelişim alanı içerikleri	n	%
Sorumluluk duygusunu geliştirici iletiler vardır	1014	9
Yardımseverlik duygusunu geliştirici iletiler vardır	673	6
Adalet duygusunu geliştirici iletiler vardır	300	3
Özgüven duygusunu geliştirici iletiler vardır	327	3
İntikam duygusunu geliştirici iletiler vardır	552	5
Erkek çocukların ağlamayacağı ifadesi vardır	5	0
Öfke/Şiddet duygusunu geliştirici iletiler vardır	641	5
Kıskançlık duygusunu geliştirici iletiler vardır	278	2
Sevgi duygusunu geliştirici iletiler vardır	759	6

İhanete uğrama duygusunu geliştirici iletiler vardır	466	4
Hayal kırıklığı duygusunu geliştirici iletiler vardır	559	5
Çaresizlik duygusunu geliştirici iletiler vardır	275	2
Tehdit edici ifadeler vardır	620	5
Alkol tüketimi model olarak sunulmaktadır	54	0
Rekabet duygusunu geliştirici iletiler vardır	399	3
Yalan söyleme davranışını destekleyen iletiler vardır	481	4
Dedikodu yapmayı özendirici iletiler vardır	91	1
Kibir duygusunu geliştirici iletiler vardır	184	2
Liderlik duygusunu geliştirici iletiler vardır	314	3
Dostluk duygusunu geliştirici iletiler vardır	684	6
Doğruluk duygusunu geliştirici iletiler vardır	567	5
Sabır duygusunu geliştirici iletiler vardır	211	2
Saygı duygusunu geliştirici iletiler vardır	271	2
Hayvan sevgisi iletileri bulunmaktadır	9	0
Pişmanlık duygusunu geliştirici iletiler vardır	314	3
Özdenetim duygusunu geliştirici iletiler vardır	275	2
Özeleştirici duygusunu geliştirici iletiler vardır	398	3
Empati duygusunu geliştirici iletiler vardır	253	2
Dinî değerleri geliştirici iletiler vardır	100	1
Toplumsal kurallar konusunda bilinçlendirici iletiler taşır	171	1
Ahlâk kuralları konusunda bilinçlendirici iletiler taşır	51	0
Kadere bir bakış açısı mevcuttur	59	1
Batıl inançlar içermektedir	74	1
Boyun eğmeyi yücelten bir iletiye sahiptir	37	0
Bireyci bir mesaja sahiptir	46	0
Farklı sosyal sınıflar birbirlerinden ayrıştırılarak sunulmaktadır	132	1
Giyim biçimleri farklı sosyal sınıflarla ilgili kalıp yargılar oluşturacak şekilde kurgulanmıştır	107	1
Toplam	11751	100

Tablo 4.44. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 11.751 duygusal/sosyal gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %9'unda

sorumluluk duygusunu geliştirici, %6'sında yardımseverlik duygusunu geliştirici, %3'ünde adalet duygusunu geliştirici, %3'ünde özgüven duygusunu geliştirici, %5'inde intikam duygusunu geliştirici, %5'inde öfke/şiddet duygusunu geliştirici, %2'sinde kıskançlık duygusunu geliştirici, %6'sında sevgi duygusunu geliştirici, %4'ünde ihanete uğrama duygusunu geliştirici, %5'inde hayal kırıklığı duygusunu geliştirici, %2'sinde çaresizlik duygusunu geliştirici, %5'inde tehdit edici ifadelerin, %3'ünde rekabet duygusunu geliştirici, %4'ünde yalan söyleme davranışını destekleyici, %1'inde dedikodu yapmayı özendirici, %2'sinde kibir duygusunu geliştirici, %3'ünde liderlik duygusunu geliştirici, %6'sında dostluk duygusunu geliştirici, %5'inde doğruluk duygusunu geliştirici, %2'sinde sabır duygusunu geliştirici, %2'sinde saygı duygusunu geliştirici, %3'ünde pişmanlık duygusunu geliştirici, %2'sinde özdenetim duygusunu geliştirici, %3'ünde özeleştirici duygusunu geliştirici, %2'sinde empati duygusunu geliştirici, %1'inde dinî değerleri geliştirici, %1'inde toplumsal kurallar konusunda bilinçlendirici, %1'inde kaderci bakış açısı geliştirici, %1'inde batıl inançları geliştirici, %1'inde farklı sosyal sınıfların birbirlerinden ayrıştırılarak sunulduğu, %1'inde giyim biçimlerinin farklı sosyal sınıflarla ilgili kalıp yargılar oluşturacak şekilde kurgulandığı içeriklerin olduğu; erkek çocukların ağlamayacağını, alkol tüketimini teşvik edici, hayvan sevgisini geliştiren, ahlâk kuralları konusunda bilinçlendirici, boyun eğmeyi yücelten ve bireyci iletilere sahip içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

Gençlerin izledikleri dizilerin gelişim alanına yönelik diğer içerikleri; şiddet, tüketim kültürü, model alma, aile yapısı ve aile değerleri olmak üzere beş alt boyutta incelenmiştir. 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin şiddet içerikleri dağılımı Tablo 4.45. ve Tablo 4.46.'da sunulmuştur.

Tablo 4.45. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin şiddet içerikleri dağılımı.

Şiddet içerikleri	n	%
Çocuklarda korku yaratacak görüntüler/sözler vardır	678	11
Çocuklarda kaygı yaratacak görüntüler /sözler vardır	611	10
Şiddet uygulayanların eylemleri özentili oluşturabilecek bir çerçevede verilmektedir	376	6
Şiddet kültürü belirli bir sosyal sınıfa özgülendirilmektedir	135	2
Kahramanlar, fiziksel şiddet (vurma, yaralama, öldürme vs.)	925	16

kullanmaktadır		
Kahramanlar, sözel şiddet (bağırma, hakaret vs.) kullanmaktadır	1163	20
Kahramanlar, psikolojik şiddet (küçümseme, karalama, dışlama, alay etme vs.) kullanmaktadır	896	15
Kötü ve haksız kahramanlar, şiddet yoluyla ceza görmektedir	278	5
Şiddet aracı olarak ateşli silah kullanılmaktadır	450	8
Şiddet aracı olarak ateşsiz silah kullanılmaktadır	296	5
Şiddet aracı olarak doğaüstü güçler kullanılmaktadır (radyoaktif, şimşek, yıldırım)	126	2
Toplam	5934	100

Tablo 4.45. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 5.934 şiddet içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %11’inde çocuklarda korku yaratacak görüntülerin/sözlerin bulunduğu, %10’unda çocuklarda kaygı yaratacak görüntülerin/sözlerin bulunduğu, %6’sında şiddet uygulayanların eylemlerinin özenti oluşturabilecek bir çerçevede verildiği, %2’sinde şiddet kültürünün belirli bir sosyal sınıfa özgülendirildiği, %16’sında kahramanların fiziksel şiddet (vurma, yaralama, öldürme vs.) kullandığı, %20’sinde kahramanların sözel şiddet (bağırma, hakaret vs.) kullandığı, %15’inde kahramanların psikolojik şiddet (küçümseme, karalama, dışlama, alay etme vs.) kullandığı, %5’inde kötü ve haksız kahramanların şiddet yoluyla cezalandırıldığı, %8’inde şiddet aracı olarak ateşli silahın kullanıldığı, %5’inde şiddet aracı olarak ateşsiz silahın kullanıldığı ve %2’sinde de şiddet aracı olarak doğaüstü güçlerin (radyoaktif, şimşek, yıldırım) kullanıldığı içeriklerin olduğu görülmektedir.

Tablo 4.46. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin şiddet içerikleri dağılımı.

Şiddet içerikleri	n	%
Çocuklarda korku yaratacak görüntüler/sözler vardır	958	18
Çocuklarda kaygı yaratacak görüntüler /sözler vardır	514	10
Şiddet uygulayanların eylemleri özenti oluşturabilecek bir çerçevede verilmektedir	281	5
Şiddet kültürü belirli bir sosyal sınıfa özgülünmektedir	123	2
Kahramanlar, fiziksel şiddet (vurma, yaralama, öldürme vs.)	843	16

kullanmaktadır		
Kahramanlar, sözel şiddet (bağırma, hakaret vs.) kullanmaktadır	598	11
Kahramanlar, psikolojik şiddet (küçümseme, karalama, dışlama, alay etme vs.) kullanmaktadır	572	11
Kötü ve haksız kahramanlar, şiddet yoluyla ceza görmektedir	224	4
Şiddet aracı olarak ateşli silah kullanılmaktadır	396	8
Şiddet aracı olarak ateşsiz silah kullanılmaktadır	475	9
Şiddet aracı olarak doğaüstü güçler kullanılmaktadır (radyoaktif, şimşek, yıldırım)	218	4
Toplam	5202	100

Tablo 4.46. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 5.202 şiddet içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %18'inde çocuklarda korku yaratacak görüntülerin/sözlerin bulunduğu, %10'unda çocuklarda kaygı yaratacak görüntülerin/sözlerin bulunduğu, %5'inde şiddet uygulayanların eylemlerinin özenti oluşturabilecek bir çerçevede verildiği, %2'sinde şiddet kültürünün belirli bir sosyal sınıfa özgülendirildiği, %16'sında kahramanların fiziksel şiddet (vurma, yaralama, öldürme vs.) kullandığı, %11'inde kahramanların sözel şiddet (bağırma, hakaret vs.) kullandığı, %11'inde kahramanların psikolojik şiddet (küçümseme, karalama, dışlama, alay etme vs.) kullandığı, %4'ünde kötü ve haksız kahramanların şiddet yoluyla cezalandırıldığı, %8'inde şiddet aracı olarak ateşli silahın kullanıldığı, %9'unda şiddet aracı olarak ateşsiz silahın kullanıldığı ve %4'ünde de şiddet aracı olarak doğaüstü güçlerin (radyoaktif, şimşek, yıldırım) kullanıldığı içeriklerin olduğu görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin tüketim kültürü içerikleri dağılımı Tablo 4.47. ve Tablo 4.48.'de sunulmuştur.

Tablo 4.47. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin tüketim kültürü içerikleri dağılımı.

Tüketim kültürü içerikleri	n	%
Karakterlerin kullandıkları ürünlerle, üstünlük sağladığı duygusu/mesajı verilmektedir	199	38
Tüketim, haz kaynağı olarak sunulmaktadır	6	1
İsrafi teşvik edici iletiler vardır	9	2

Marka ismi, görsel olarak yer almaktadır	247	47
Marka ismi, sözel olarak yer almaktadır	34	6
Anlatı, tüketim nesnesini elde etme hedefine yönelik olarak kurgulanmıştır	30	6
Toplam	525	100

Tablo 4.47. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 525 tüketim kültürü içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %38'inde karakterlerin kullandıkları ürünlerle üstünlük sağladığı duygusunun/mesajının verildiği, %1'inde tüketimin haz kaynağı olarak sunulduğu, %2'sinde israfı teşvik edici iletilerin bulunduğu, %47'sinde marka isminin görsel olarak yer aldığı, %6'sında marka isminin sözel olarak yer aldığı ve %6'sında da anlatının tüketim nesnesini elde etme hedefine yönelik kurgulandığı içeriklerin bulunduğu görülmektedir.

Tablo 4.48. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin tüketim kültürü içerikleri dağılımı.

Tüketim kültürü içerikleri	n	%
Karakterlerin kullandıkları ürünlerle, üstünlük sağladığı duygusu/mesajı verilmektedir	105	34
Tüketim, haz kaynağı olarak sunulmaktadır	1	0
İsrafı teşvik edici iletiler vardır	1	0
Marka ismi, görsel olarak yer almaktadır	155	50
Marka ismi, sözel olarak yer almaktadır	33	11
Anlatı, tüketim nesnesini elde etme hedefine yönelik olarak kurgulanmıştır	17	5
Toplam	312	100

Tablo 4.48. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 312 tüketim kültürü içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %34'ünde karakterlerin kullandıkları ürünlerle üstünlük sağladığı duygusunun/mesajının verildiği, %50'sinde marka isminin görsel olarak yer aldığı, %11'inde marka isminin sözel olarak yer aldığı ve %5'inde de anlatının tüketim nesnesini elde etme hedefine yönelik kurgulandığı içeriklerin bulunduğu; tüketimin haz kaynağı olarak sunulduğu ve israfı teşvik edici iletilerin bulunmadığı görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin model alma içerikleri dağılımı Tablo 4.49. ve Tablo 4.50.'de sunulmuştur.

Tablo 4.49. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin model alma içerikleri dağılımı.

Model alma içerikleri	n	%
Çocukların örnek alabileceği olumlu davranışlar sergilenmektedir	333	17
Davranışların doğurduğu sonuçlara ilişkin, uygun modeller sunulmaktadır	238	12
Olumsuz davranış sergileyen kahramanlar, model olarak sunulmaktadır	691	35
Karakterler, tek bir cinsiyetten oluşmaktadır	404	20
Karakterler, belli bir sosyal sınıfı temsil etmektedir	292	15
Karakterlerin kıyafetlerinde milli ya da dinî sembollere yer verilmektedir	18	1
Karakterlerin ırksal özellikleri belirli bir ırk lehine olacak şekilde vurgulanmaktadır	4	0
Farklı milletlere dair kalıp yargılara (sterotiplere) göndermeler vardır	3	0
Toplam	1983	100

Tablo 4.49. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 1.983 model alma içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %17'sinde çocukların örnek alabileceği olumlu davranışların sergilendiği, %12'sinde davranışların doğurduğu sonuçlara ilişkin uygun modellerin sunulduğu, %35'inde olumsuz davranış sergileyen kahramanların model olarak sunulduğu, %20'sinde karakterlerin tek bir cinsiyetten oluştuğu, %15'inde karakterlerin belli bir sosyal sınıfı temsil ettiği ve %1'inde de karakterlerin kıyafetlerinde milli ya da dinî sembollere yer verilen içeriklerin bulunduğu; karakterlerin ırksal özelliklerinin belirli bir ırk lehine olacak şekilde vurgulandığı ve farklı milletlere dair kalıp yargılara (sterotiplere) göndermelerin olduğu içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 4.50. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin model alma içerikleri dağılımı.

Model alma içerikleri	n	%
------------------------------	----------	----------

Çocukların örnek alabileceği olumlu davranışlar sergilenmektedir	233	15
Davranışların doğurduğu sonuçlara ilişkin, uygun modeller sunulmaktadır	135	9
Olumsuz davranış sergileyen kahramanlar, model olarak sunulmaktadır	606	39
Karakterler, tek bir cinsiyetten oluşmaktadır	332	21
Karakterler, belli bir sosyal sınıfı temsil etmektedir	219	14
Karakterlerin kıyafetlerinde milli ya da dinî sembollere yer verilmektedir	18	1
Karakterlerin ırksal özellikleri belirli bir ırk lehine olacak şekilde vurgulanmaktadır	4	0
Farklı milletlere dair kalıp yargılara (sterotiplere) göndermeler vardır	3	0
Toplam	1550	100

Tablo 4.50. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 1.550 model alma içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %15'inde çocukların örnek alabileceği olumlu davranışların sergilendiği, %9'unda davranışların doğurduğu sonuçlara ilişkin uygun modellerin sunulduğu, %39'unda olumsuz davranış sergileyen kahramanların model olarak sunulduğu, %21'inde karakterlerin tek bir cinsiyetten oluştuğu, %14'ünde karakterlerin belli bir sosyal sınıfı temsil ettiği ve %1'inde de karakterlerin kıyafetlerinde milli ya da dinî sembollere yer verilen içeriklerin bulunduğu; karakterlerin ırksal özelliklerinin belirli bir ırk lehine olacak şekilde vurgulandığı ve farklı milletlere dair kalıp yargılara (sterotiplere) göndermelerin olduğu içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile yapısı içerikleri dağılımı Tablo 4.51. ve Tablo 4.52.'de sunulmuştur.

Tablo 4.51. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile yapısı içerikleri dağılımı.

Aile yapısı içerikleri	n	%
Kadın ve erkek rolleri ayrıştırılarak işlenmektedir	117	11
Aile yapısı, çocuklu aile biçimindedir	177	16
Ailede ileri yetişkinlere yer verilmemektedir	0	0
Aile, ev dışındaki ortamlarda da gösterilmektedir	112	10

Ailede çocuk çalışmaktadır	7	1
Ailede sadece anne çalışmaktadır	1	0
Ailede sadece baba çalışmaktadır	33	3
Ailede anne ve baba çalışmaktadır	10	1
Tek ebeveynli (evlenmemiş) aile modeli sunulmaktadır	2	0
Yaşlılar aile dışında kurumsal yapılarda (örneğin huzurevi) sunulmaktadır	0	0
Erkek çocuk sahibi olmayı özendirici mesajlar vardır	28	3
Aile bağlarını güçlendirici ifadeler vardır	604	55
Toplam	1091	100

Tablo 4.51. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 1.091 aile yapısı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %11'inde kadın ve erkek rollerinin ayrıştırılarak işlendiği, %16'sında aile yapısının çocuklu aile biçiminde olduğu, %10'unda ailenin ev dışındaki ortamlarda da gösterildiği, %1'inde ailede çocuğun çalıştığı, %3'ünde ailede sadece babanın çalıştığı, %1'inde ailede anne ve babanın çalıştığı, %3'ünde erkek çocuk sahibi olmayı özendirici mesajların olduğu ve %55'inde aile bağlarını güçlendirici içerikler bulunurken; ailede ileri yetişkinlere yer verilmediği, ailede sadece annenin çalıştığı, tek ebeveynli (evlenmemiş) aile modelinin sunulduğu ve yaşlıların aile dışında kurumsal yapılarda (örneğin huzurevi) sunulduğu içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 4.52. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile yapısı içerikleri dağılımı.

Aile yapısı içerikleri	n	%
Kadın ve erkek rolleri ayrıştırılarak işlenmektedir	86	10
Aile yapısı, çocuklu aile biçimindedir	166	19
Ailede ileri yetişkinlere yer verilmemektedir	0	0
Aile, ev dışındaki ortamlarda da gösterilmektedir	102	12
Ailede çocuk çalışmaktadır	1	0
Ailede sadece anne çalışmaktadır	1	0
Ailede sadece baba çalışmaktadır	16	2
Ailede anne ve baba çalışmaktadır	6	1

Tek ebeveynli (evlenmemiş) aile modeli sunulmaktadır	6	1
Yaşlılar aile dışında kurumsal yapılarda (örneğin huzurevi) sunulmaktadır	0	0
Erkek çocuk sahibi olmayı özendirici mesajlar vardır	16	2
Aile bağlarını güçlendirici ifadeler vardır	482	55
Toplam	882	100

Tablo 4.52. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 882 aile yapısı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %10'unda kadın ve erkek rollerinin ayrıştırılarak işlendiği, %19'unda aile yapısının çocuklu aile biçiminde olduğu, %12'sinde ailenin ev dışındaki ortamlarda da gösterildiği, %2'sinde ailede sadece babanın çalıştığı, %1'inde ailede anne ve babanın çalıştığı, %1'inde tek ebeveynli (evlenmemiş) aile modelinin sunulduğu, %2'sinde erkek çocuk sahibi olmayı özendirici mesajların olduğu ve %55'inde aile bağlarını güçlendirici içerikler bulunurken; ailede ileri yetişkinlere yer verilmediği, ailede çocuğun çalıştığı, ailede sadece annenin çalıştığı ve yaşlıların aile dışında kurumsal yapılarda (örneğin huzurevi) sunulduğu içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile değerleri içerikleri dağılımı Tablo 4.53. ve Tablo 4.54.'te sunulmuştur.

Tablo 4.53. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile değerleri içerikleri dağılımı.

Aile değerleri içerikleri	n	%
Türk aile değerleri içinde yer almayan değerler işlenmektedir	179	64
Aile kararlarında çocuğun katılımı özendirilmektedir	60	21
Anne/babayı küçümseyici mesajlar vardır	41	15
Toplam	280	100

Tablo 4.53. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 280 aile değerleri içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %64'ünde Türk aile değerleri içinde yer almayan değerlerin işlendiği, %21'inde aile kararlarında çocuğun katılımının özendirildiği ve %15'inde de anne/babayı küçümseyici mesaj içeriklerinin bulunduğu görülmektedir.

Tablo 4.54. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin aile değerleri içerikleri dağılımı.

Aile değerleri içerikleri	n	%
Türk aile değerleri içinde yer almayan değerler işlenmektedir	128	71
Aile kararlarında çocuğun katılımı özendirilmektedir	23	13
Anne/babayı küçümseyici mesajlar vardır	29	16
Toplam	180	100

Tablo 4.54. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 180 aile değerleri içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %71’inde Türk aile değerleri içinde yer almayan değerlerin işlendiği, %13’ünde aile kararlarında çocuğun katılımının özendirildiği ve %16’sında da anne/babayı küçümseyici mesaj içeriklerinin bulunduğu görülmektedir.

10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin dil gelişim alanı içerikleri dağılımı Tablo 4.55. ve Tablo 4.56.’da sunulmuştur.

Tablo 4.55. 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin dil gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Dil gelişim alanı içerikleri	n	%
Çocuğun anlamayacağı türden karmaşık cümle yapıları içerir	89	4
Anlatımda, ağız ve şive özellikleri kullanılmaktadır	449	21
Türkçe olmayan uydurulmuş kelimeler/ifadeler kullanılmıştır	69	3
Argo sözcükler kullanılmıştır	901	43
Anlatımda anlaşılması zor ifadeler kullanılmıştır	129	6
Türkçe dışındaki dillerin üstünlüğü vurgulanmaktadır	71	3
Karakterlerin dil kullanımları, sosyal ayrışmayı besleyecek şekilde verilmektedir	30	1
Kızların erkeksi konuşma şekli vurgulanmaktadır	114	5
Erkeklerin maço tavrılı konuşma şekli vurgulanmaktadır	256	12
Büyük dili kullanılmaktadır (gerçekte olmayan karışık ifadeler)	0	0
İngilizce dışında farklı bir dil kullanılmaktadır	0	0
Toplam	2108	100

Tablo 4.55. incelendiğinde, 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 2.108 dil gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %4'ünde çocuğun anlamayacağı türden karmaşık cümle yapılarının bulunduğu, %21'inde anlatımda, ağız ve şive özelliklerinin kullanıldığı, %3'ünde Türkçe olmayan uydurulmuş kelimelerin/ifadelerin kullanıldığı, %43'ünde argo sözcüklerin kullanıldığı, %6'sında anlatımda anlaşılması zor ifadelerin kullanıldığı, %3'ünde Türkçe dışındaki dillerin üstünlüğünün vurgulandığı, %1'inde karakterlerin dil kullanımlarının sosyal ayrışmayı besleyecek şekilde verildiği, %5'inde kızların erkeksi konuşma şeklinin vurgulandığı ve %12'sinde de erkeklerin maço tavırlı konuşma şeklinin vurgulandığı içeriklerin bulunduğu; büyü dilinin ve İngilizce dışında farklı bir dilin kullanıldığı içeriklerin bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 4.56. 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin dil gelişim alanı içerikleri dağılımı.

Dil gelişim alanı içerikleri	n	%
Çocuğun anlamayacağı türden karmaşık cümle yapıları içerir	87	8
Anlatımda, ağız ve şive özellikleri kullanılmaktadır	93	9
Türkçe olmayan uydurulmuş kelimeler/ifadeler kullanılmıştır	38	4
Argo sözcükler kullanılmıştır	470	45
Anlatımda anlaşılması zor ifadeler kullanılmıştır	114	11
Türkçe dışındaki dillerin üstünlüğü vurgulanmaktadır	49	5
Karakterlerin dil kullanımları, sosyal ayrışmayı besleyecek şekilde verilmektedir	19	2
Kızların erkeksi konuşma şekli vurgulanmaktadır	0	0
Erkeklerin maço tavırlı konuşma şekli vurgulanmaktadır	131	12
Büyü dili kullanılmaktadır (gerçekte olmayan karışık ifadeler)	20	2
İngilizce dışında farklı bir dil kullanılmaktadır	32	3
Toplam	1053	100

Tablo 4.56. incelendiğinde, 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde 1.053 dil gelişim alanı içeriğinin bulunduğu ve bu içeriklerin %8'inde çocuğun

anlamayacağı türden karmaşık cümle yapılarının bulunduğu, %9’unda anlatımda, ağız ve şive özelliklerinin kullanıldığı, %4’ünde Türkçe olmayan uydurulmuş kelimelerin/ifadelerin kullanıldığı, %45’inde argo sözcüklerin kullanıldığı, %11’inde anlatımda anlaşılması zor ifadelerin kullanıldığı, %5’inde Türkçe dışındaki dillerin üstünlüğünün vurgulandığı, %2’sinde karakterlerin dil kullanımlarının sosyal ayrışmayı besleyecek şekilde verildiği ve %12’sinde erkeklerin maço tavırlı konuşma şeklinin vurgulandığı, %2’sinde büyü dilinin kullanıldığı ve %3’ünde de İngilizce dışında farklı bir dilin kullanıldığı içeriklerin bulunduğu; kızların erkeksi konuşma şeklinin vurgulandığı içeriğin bulunmadığı görülmektedir.



5. TARTIŞMA

5.1. Birinci Aşamaya İlişkin Sonuçlar

Elde edilen bulgular incelendiğinde; 10-14 ve 15-18 yaş arası kız ve erkeklerin boş vakitlerini geçirmek için benzer etkinlikler yaptıkları görülmektedir (Bkz. Tablo 4.1. ve Tablo 4.2.). Tokgöz ve arkadaşları (253) da benzer şekilde ortaokul öğrencilerinin serbest zaman tercihlerini cinsiyet değişkenine göre incelemiş ve serbest zaman tercihlerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşmışlardır. Cinsiyetler arasında yapılan etkinliklerin farklılık göstermemesine karşın, sıralamaya bakıldığı zaman, kızların boş vakitlerinde yaptıkları etkinlikler ile erkeklerin boş vakitlerinde yaptıkları etkinlikler arasında sıralama farkı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, Tablo 4.1. ve Tablo 4.2. incelendiğinde hem kızların hem de erkeklerin boş vakitlerinde en çok bilgisayarda vakit geçirdikleri görülmektedir. Yapılan diğer araştırma sonuçlarında da (254, 255), ortaokul ve ortaöğretime devam eden öğrencilerinin okul dışı zamanlarında en çok bilgisayarda vakit geçirdikleri ve internette dolaşp video izleyerek oyun oynadıkları belirlenmiştir. Ayrıca gençlerin spor yapma, televizyon seyretme, ders çalışma, kitap, dergi ve gazete okuma, gezme, müzik dinleme, müzik aleti çalma, aile ve arkadaşlarla vakit geçirme, spor yarışmalarını izleme ve müzik aleti çalma gibi aktiviteler yaptıkları tespit edilmiştir (256, 257, 258, 259, 260, 261, 262). Bu sonuçlar elde edilen bulgular ile tutarlılık göstermektedir.

Yapılan araştırmalar (263, 264) televizyon izleme süresi ile obezitenin gelişme riski arasında güçlü bir nedensel ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Obezite açısından gençlerin günlük besin alımı, fiziksel aktivite ve günlük yaşam davranışlarının incelendiği bir araştırma sonucunda (265); normal kiloya sahip gençlere göre obez gençlerin okul dışında daha az fiziksel aktivite yaptıkları ve daha fazla televizyon izledikleri bulunmuştur. Araştırmada, televizyon izleme günlük etkinlikler arasında yaşamın vazgeçilmez bir parçası olarak tanımlanmış ve beden kitle indeksi ile arasında pozitif ilişki olduğu kanıtlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde lise öğrencilerinin televizyon izleme alışkanlıkları ile obezite, günlük yaşam tarzı ve yetersiz sebze-meyve tüketimi arasında ilişki olup olmadığının incelenmesi amacıyla yapılan bir diğer araştırma sonucunda da (266), lise

öğrencilerinin %10'unun obez olduğu, televizyon izlemenin obezite üzerinde baskın etkisinin bulunduğu ve gençlerin fiziksel aktiviteyi daha az yaptıkları saptanmıştır. Ayrıca dizilerin obezite üzerine etkisinin, gençleri hedef alan sağlıksız gıda mesajları yoluyla da olabileceğini savunan çalışma da bulunmaktadır (267). Sağlık Bakanlığı ve Hacettepe Üniversitesi'nin 2010 yılında yapmış oldukları "Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması" sonuçlarına göre; 12 yaş üzerinde bulunan gençlerin %71.9'unun fiziksel aktivite yapmadığı, % 9.7'sinin haftada 1-2 kez ve % 10.8'inin her gün fiziksel aktivite yaptığı sonucuna ulaşılmıştır (268). Ergenlik döneminde ekran başında geçirilen sürenin artması sonucunda; hamstring kısılığı, obezite, beden kitle indeksinin normal olmaması (269), haftalık fast food tüketimlerinin yüksek olması (270) ve fiziksel aktivite ile günlük hareketli yaşam sürelerinin az olması (271) durumlarının bulunması da göz önünde bulundurulduğunda; gençlerin takip ettikleri dizilerdeki karakterlerin fiziksel aktivite açısından da rol model olabilecekleri içeriklerin bulunması, spor ve spor dallarını konu alan dizilerin sunulması gerekmektedir.

Bu bulguların yanı sıra ders çalışmak ve test çözmek gibi akademik etkinliklerin ve uyumanın gençler tarafından boş zaman etkinliği olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu durumun; toplum baskısı nedeniyle akademik olarak başarılı olmanın, gençler için önemli ve öncelikli hale gelmesi ve yoğun geçen eğitim hayatı nedeniyle dinlenmeye olan günlük ihtiyaçlarının artmasından kaynaklandığını düşünebiliriz. Yapılan çalışmalar da (272, 273) gençlerin yeterince uyumadıklarını göstermektedir. Ergenlik döneminde az uyuma ile iştahsızlık, yorgunluk, odaklanma sorunu yaşama, gün içinde uykulu olma, risk alma davranışlarında artış, depresif belirtiler, sinirlilik, arkadaş ilişkilerinde bozulma, aile içi ilişkilerde bozulma ve akademik başarıda düşme gibi belirtiler arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir (272, 274, 275). Kış saati uygulamasının kaldırılmasının en çok öğrencileri etkilediğini söyleyebiliriz. Karadüker (276)'in haberine göre sabah güneş doğmadan önce evden çıkıp, akşam da karanlıkta eve dönmeleri, geç uyuyup erkek kalkmaları sebebiyle gençler ve aileleri çeşitli sorunlar yaşamakta ve genellikle ilk dersi uyuyarak geçirmektedirler.

10-18 yaş arası gençler televizyon izlemekte ve televizyon izlemeyi sevmektedir. Ayrıca günde en az 2 saat televizyon izledikleri Tablo 4.3. ve Tablo

4.4.'te de görülmektedir. Yapılan araştırmalar da (26, , 277, 278, 279, 280, 281) benzer şekilde, gençlerin günde ortalama 2-3 saat televizyon izlediklerini ortaya koymuştur. Gauntlett ve Hill (282)'in ev halkının (öğrenciler, aileler, yaşlılar, yalnız yaşayanlar ve çocuklu aileleri kapsayan) televizyon izleme alışkanlıklarını belirlemek için yaptıkları araştırma sonucunda da televizyon ve günlük yaşam aktiviteleri arasında karmaşık bir ilişki olduğu ve ev halkının tamamının günlük yaşam aktiviteleri arasında mutlaka televizyon izlemeye vakit ayırdıkları belirtilmiştir. Coşgun (248) yaptığı araştırma sonucunda 16-18 yaş arası gençlerin okul dışındaki vakitleri en fazla (%40,3) televizyon izleyerek geçirdiklerini saptamıştır. Özkan (259) da yaptığı araştırmada, lise öğrencilerinin kitle iletişim aracı olarak en çok televizyon izlemeyi tercih ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Bu araştırma sonuçları gençlerin neredeyse tamamının televizyon izlediğini ifade etmesi bulgusu ile tutarlılık göstermektedir. Bu sonuç gençlerin hayatında televizyonun önemli bir yeri olduğu ve gençlerin günlük rutinleri arasında mutlaka bulunduğu sonucuna ulaşmamızı da sağlamaktadır.

Elde edilen bulgular 10-18 yaş arası gençlerin en çok 19:01-22:00 saatleri arasında televizyon izlediklerini göstermektedir (Bkz. Tablo 4.7. ve Tablo 4.8.). Yapılan araştırmalar (17, 18, 283, 284,) sonucunda da, 10-24 yaş arası gençlerin 18:00-23:00 saatleri arasında en fazla televizyon izledikleri bulunmuştur. Gençlerin eğitimlerinin devam etmesi, gündüz okulda olmaları, TEOG ve üniversite için de çeşitli kurslara gitme durumları göz önünde bulundurulduğunda elde edilen sonuç, gençlerin daha çok akşamları evde olma durumlarıyla örtüşmektedir. Ayrıca; okulların çoğunlukla tam gün eğitim vermesi nedeniyle gündüzleri gençlerin evde olmaması, dizilerin ve programların genellikle akşam kuşağında yer alması durumuyla da açıklanabilir.

Gençler, günde 2 saatlerini dizi izlemeye ayırmaktadır. Tablo 4.5. ve Tablo 4.6.'da gençlerin günde ortalama 2 saat televizyon izledikleri sonucu, gençlerin televizyonu dizi izlemek için kullandıklarını da göstermektedir. Gençlerin günlük televizyon izleme süreleri ve tercih ettikleri program türlerinin incelendiği araştırma sonuçlarına göre (25, 190, 248); gençler en çok dizi/sinema türünde programları izlemeyi sevmekte ve dizi izlemeyi tercih etmektedir. Bu araştırma sonucu, elde edilen bulgularla tutarlılık göstermektedir. Gençlerin televizyonu çoğunlukla dizileri

izlemek için kullanmaları sonucunun; günlük yoğun tempodan uzaklaşma, dinlenme, eğlenme ve rahatlama ihtiyaçlarından kaynaklandığını da düşündürebilir.

Gençlere dizi oyuncularını sevmeye sebeplerinin 10-14 ve 15-18 yaş grupları arasında fark olmadığı ancak sıralama farkının olduğu görülmektedir. Genel olarak gençler; güzel rol yaptıkları için, yakışıklı oldukları için, komik oldukları için, başrol oldukları için, güzel oldukları için ve fantastik oldukları için yanıtlarını vermişlerdir (Bkz. Tablo 4.11. ve Tablo 4.12.). Özkan (259), rollerini iyi yaptıkları için gençlerin dizi oyuncularını model aldıkları sonucuna ulaşmıştır. Bu durum gençlerin dizi oyuncularını sevmeye sebepleri ile tutarlılık göstermektedir. Ayrıca, oyuncuların güzel rol yapmalarının, komik ve yakışıklı olmalarının oynadıkları dizilerin gençler tarafından takip edilme ihtimalini arttırdığı ve bu tür dizileri izlemeyi tercih ettikleri sonucuna da ulaşabiliriz.

Gençlere dizileri sevmeye sebepleri sırasıyla; eğlenceli/komik oldukları için, güzel oldukları için, yapacak başka bir şeyim olmadığı için, eski zamanları öğrettiği için ve çok uzun yıllar sürdüğü için şeklindedir (Bkz. Tablo 4.13. ve Tablo 4.14.). 10-14 yaş grubunda bulunan erkeklerin dizileri sevmeye sebepleri arasında %1,1 oranında çok uzun yıllar sürdüğü için yanıtı bulunurken, kızlar tarafından bu yanıtın verilmediği; 15-18 yaş grubunda bulunan hem kız hem de erkeklerin çok uzun yıllar sürdüğü için yanıtını vermedikleri de görülmektedir. Ayrıca, Tablo 4.13. ve Tablo 4.14. incelendiğinde hem 10-14 ve hem de 15-18 yaş arası kız ve erkeklerin %45,0 ve %46,0 oranında eğlenceli/komik oldukları için dizileri sevdikleri görülmektedir. Elde edilen bu bulgu Tablo 4.11. ve Tablo 4.12.'de elde edilen iyi rol yapan, komik ve eğlenceli oyuncuları sevmeleri sonucu ile tutarlılık göstermektedir. Yapılan araştırmalar (283) gençlerin, dizileri keyifli olması (eğlence), merak etmeleri ve zaman geçirmek için izledikleri; gençlerin izledikleri programlarda aradıkları temel özelliğin “eğlendirme” olduğunu (285) ve gençlerin televizyonu en çok eğlence-rahatlama-alışkanlık sebebiyle izlediklerini ortaya koymaktadır (281). Elde edilen bulgudan, gençlerin eğitim hayatlarının yoğun geçmesi, farklı fiziksel aktiviteler yapmaya zaman bulamamaları sebebiyle daha çok eğlenceli ve komik yapımları tercih ederek rahatlama çabalarını düşündürebilir. Gençlerin, eğlenceli/komik olduğu için dizileri sevmeleri; stresten uzaklaşma, rahatlama ve eğlenme ihtiyaçlarının olduğu genel kanısını da desteklemektedir.

İzlenecek dizilerin seçiminin diziye göre değiştiği yanıtı; birlikte yaşayan aile bireylerinin ortak izlediği dizilerin olduğu gibi farklı dizileri de takip etme ihtimallerinin bulunduğunu ve/veya farklı izleme alternatiflerini (bir diğer televizyonun olma durumu, gencin odasında televizyonun olması, bilgisayar, tablet gibi) kullanabildikleri gibi, izlenecek dizi konusunda anlaşılabildikleri sonucuna varmamızı sağlamaktadır (Bkz. Tablo 4.15. ve Tablo 4.16.). Dizilerin genellikle kadınlar –özellikle de ev hanımları- tarafından daha fazla izlendiği ve takip edildiği ile ilgili genel bir kanı bulunmaktadır. Elde edilen sonuçlar göstermektedir ki; diziler tüm aile bireyleri tarafından izlenmekte ve seçim yapılacağı zaman babaların görüşü annelerin görüşünden daha etkili olmaktadır.

10-14 yaş grubunda bulunan hem kız hem de erkekler izledikleri dizileri televizyondan takip etmekten, 15-18 yaş grubunda bulunan kızlar dizileri internetten, erkekler de televizyondan takip etmektedir. 15-18 yaş grubu genel toplamında ise internetin daha çok kullanıldığı görülmektedir (Bkz. Tablo 4.17. ve Tablo 4.18.). Güner ve arkadaşları (286) yaptıkları araştırma sonucunda, ortaokul öğrencilerinin en sık kullandıkları medya aracının televizyon olduğunu ifade etmişlerdir. 15-18 yaş arası gençlerin içinde bulunduğu yaş döneminin sosyal ve duygusal gelişim özellikleri dikkate alındığında, bu yaş grubunun daha çok yalnız kalmak istemeleri, kendi odalarında vakit geçirmek istemeleri ve kendilerine ait eşyaları (internet bağlantısı olan televizyon, bilgisayar ya da tablet) kullanmak istemeleri beklenen bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

10-14 yaş grubunda bulunan hem kız hem de erkekler yerli dizileri tercih etmekten, 15-18 yaş grubunda bulunan kızlar yabancı, erkekler de yerli dizileri tercih etmektedir (Bkz. Tablo 4.19. ve Tablo 4.20.). RTÜK (87) tarafından yapılan araştırma sonucunda televizyon programlarının izlenme sıklığı ile ilgili verilere bakıldığında, %76.7 ile yerli dizilerin ilk sırada olduğu görülmektedir. Ayrıca televizyonlarda öncelikli olarak yayınlanması istenilen program türleri arasında da %86.3 oranında yerli diziler ilk sırada yer almaktadır. Tablo 4.17.'de 10-14 yaş arası gençlerin dizileri daha çok televizyondan takip ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç yerli dizilerin daha fazla izlenmesini açıklayabilmekte ve gençlerin yerli dizileri daha fazla tercih etmeleri de en çok kullandıkları medya aracının televizyon olması ve televizyonda yerel kanalların daha fazla izlenmesi durumuyla

açıklanabilmektedir. Genel sonuca bakıldığında zaman, 15-18 yaş arası gençlerin yabancı dizileri tercih ettikleri görülmektedir. İnternet ve uydu kanalları aracılığıyla yabancı ülkelerde yayınlanan dizilere rahatlıkla ulaşılabilmesi, gençlerin ilgilerini çeken dizileri takip etmelerini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, dizilerin yayınlandığı gün ve saat zorunluluğu bulunmadan istediği zaman izleyebilme olanağı da hem yerli hem de yabancı dizilerin internetten izlenmesini daha cazip hale getirebilmektedir. Elde edilen sonuç aynı zamanda Tablo 4.17. ve Tablo 4.18. sonuçları ile de tutarlılık göstermektedir.

Hem 10-14 hem de 15-18 yaş arasında bulunan gençler dizinin bir bölümün tamamını izlemektedir. Bir bölümün tamamını izlemeyenlerin de reklama kadar izledikleri görülmektedir (Bkz. Tablo 4.21. ve Tablo 4.22.). Koçak (281) tarafından yapılan araştırma sonucunda da benzer şekilde televizyon izleyicilerinin en yüksek oranla (%57.4'ünün) reklam başladığı zaman kanalı değiştirdikleri bulunmuştur. Aytuğ (287)'a göre reklamların toplum ve gençler tarafından izleme keyfini bölen, çekilmez, sıkıcı ve abartılı olarak algılanması izlenme oranını düşürmektedir. Gençlerin büyük çoğunluğunun dizileri internetten takip etmeleri reklam ile karşılaşmamalarını da sağlamaktadır. Ayrıca, 15-18 yaş arasında bulunan gençlerin dizileri televizyon yerine internetten takip etme oranlarının daha fazla olmasında (Bkz. Tablo 4.18.) reklamların etkisi olduğu da düşünülebilir.

Hem 10-14 hem de 15-18 yaş arasında bulunan gençler bir haftada en az 5 dizi izlemektedir (Bkz. Tablo 4.23. ve Tablo 4.24.). Elde edilen bulgu, gençlerin hergün en az bir diziyi takip ettiklerini göstermektedir. Kanal sayısının fazla olması ve her kanalda hergün en az bir dizinin yayınlanmasının, gençleri hergün dizi izlemeye yönlendirdiği düşünülebilir. Ayrıca, Tablo 4.13. ve Tablo 4.14.'te elde edilen sonuçlar da göz önünde bulundurulduğunda, rahatlamak, gülmek ve eğlenmek için her gün en az bir dizi izlediklerini de söyleyebiliriz.

Gençlere televizyon izleme sebepleri sırasıyla; televizyon seyretmeyi sevdiğim için, olacakları merak ediyorum, yapacak başka bir şeyim olmadığı için, hayal dünyamı geliştirdiği için, bilmiyorum, annem-babam da izlediği için, dışarıda oynama imkanı olmadığı için, arkadaşım olmadığı için ve annem-babam benimle yeterince ilgilenmediği için şeklindedir (Bkz. Tablo 4.25. ve Tablo 4.26.). 10-14 ve 15-18 yaş arasında bulunan gençlerin televizyon izleme sebepleri arasında sıralama

farkı görülmemiştir. Ayrıca, tablolar incelendiğinde gençlerin televizyon izlemeyi sevmeleri ilk sırada yer almaktadır. RTÜK (18) tarafından yapılan kamuoyu araştırması sonucunda da hem kız hem de erkek öğrenciler en yüksek oranda televizyon izlemeyi sevdiğim için yanıtını vermişlerdir. Çetin ve Bilgin Aksu (288)'ya göre de çocuklar televizyonu daha ilgi çekici bulduklarından izlemektedirler. MEB (17) tarafından yapılan araştırma sonucunda da öğrencilerin “Televizyon izlemeyi seviyor musunuz?” sorusuna %86,3 oranında evet yanıtını vermişlerdir. Araştırma sonuçları elde edilen bulgu ile tutarlılık göstermektedir. Ayrıca elde edilen bu bulgu, gençlerin her gün iki saatlerini televizyon izlemeye ayırdıkları ve bu süreyi de dizi izleyerek geçirdikleri sonucuyla tutarlılık göstermekte olup (Bkz. Tablo 4.5., Tablo 4.6., Tablo 4.9. ve Tablo 4.10.), televizyonun en çok kullanılan eğlence ve rahatlama aracı olduğu genel görüşünü de desteklemektedir.

Gençlere en çok izledikleri diziler olarak 50 dizi belirtmişlerdir (Bkz. Tablo 4.27. ve Tablo 4.28.). Belirtilen dizilerde 10-14 yaş arasında bulunan gençler arasında cinsiyete göre bir fark bulunmaktadır. Kızların hiç izlemediği Kebela dizisi erkekler tarafından %0,1 oranında izlenmektedir. Ayrıca sıralamaya bakıldığında hem cinsiyetler arasında, hem de genel sonuç sıralamasında fark olduğu görülmektedir. Ayrıca; gençlerin en çok tercih ettikleri dizi türleri (Bkz. Tablo 4.29. ve Tablo 4.30.) ile en çok tercih ettikleri dizilerin birbiri ile tutarlı olduğu da görülmektedir.

Gençlere tercih ettikleri dizi türleri aksiyon, macera, komedi, aşk, bilimkurgu, tarihi, fantastik, şiddet, romantik komedi, korku, eğitici, gençlik, dram, polisiye, aile ve dini tür olarak elde edilmiştir (Bkz. Tablo 4.29. ve Tablo 4.30.). 10-14 ve 15-18 yaş grubunda bulunan kız ve erkeklerin izlemeyi tercih ettikleri dizi türünde fark görülmemiştir. Ancak, cinsiyetlere göre sıralamaya bakıldığı zaman kızlar ve erkekler arasında fark olduğu görülmektedir. MEB (17) tarafından yapılan araştırma sonucunda da gençlerin en çok aksiyon ve macera türündeki yapımlardan hoşlandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Cesur ve Paker (25) yaptıkları araştırma sonucunda da ilköğretim öğrencilerinin televizyonda en çok macera türü dizi ve filmleri izlemeyi tercih ettikleri ifade edilmiştir. Taylan (284) yaptığı çalışmada, lise öğrencilerinin en çok tercih ettikleri televizyon program içeriğini incelemiş ve en çok şiddet, aksiyon ve macera, komedi ve mizah içerikli televizyon programlarını

tercih ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen bu bulgu gençlerin en çok izledikleri diziler açısından değerlendirildiğinde, en çok izlenen diziler ile tercih edilen dizi türlerinin sonuçlarının tutarlı olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 4.27. ve Tablo 4.28.).

Gençlerin büyüdülerinde benzemek istedikleri dizi oyuncularını sorusuna, hem 10-14 (%58.5) hem de 15-18 yaş arasında bulunan gençlerin (%64.4) en yüksek oranla dizi oyuncularından hiç kimseye benzemek istemedikleri yanıtını verdikleri görülmektedir (Bkz. Tablo 4.33. ve Tablo 4.34.). 10-14 yaş arasında bulunan kızların ikinci tercileri Elçin Sangu, erkeklerin de Engin Altan Düzyatan olmuştur. Bu sonuç, hem kızların ve erkeklerin en çok sevdikleri dizi oyuncusu sonucuyla (Bkz. Tablo 4.31.) hem de en çok izledikleri dizi sonucuyla (Bkz. Tablo 4.27.) tutarlılık göstermektedir. Gençlerin büyüdülerinde kimseye benzemek istememeleri; kendileri ile barışık olduklarını ve kendilerini sevdiklerini düşünmemizi sağlayabilmektedir. Ancak içinde bulundukları gelişim dönemi ve özellikleri göz önünde bulundurulduğunda; takip ettikleri, benzemek istedikleri, beğendikleri ve model aldıkları ünlülerin olması normal bir durum olarak değerlendirilebilir.

Kız ve erkek öğrencilerin en çok sevdikleri dizi oyuncuları arasında cinsiyet açısından bir fark bulunmamıştır. Ancak sıralamaya bakıldığında zaman, hem kız ve erkek öğrenciler arasında hem de genel sonuç ile cinsiyetler arasında sıralamanın farklı olduğu görülmektedir. 10-14 yaş arasında bulunan kızların en çok sevdikleri ilk üç dizi oyuncusu Elçin Sangu (%27,9), Barış Arduç (%27,4), İlker Kaleli (%18,3) ve Burak Özçivit (%18,3) iken, erkeklerin en çok sevdikleri ilk üç dizi oyuncusu Engin Altan Düzyatan (%26,9), Elçin Sangu (%18,3), Barış Arduç (%18,3) ve İlker Kaleli (%14,4) olarak tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 4.31.). Kızların en çok izledikleri dizi %30,9 oranında Kiralık Aşk dizisidir (Bkz. Tablo 4.27.) ve en çok sevdikleri ilk iki dizi oyuncusunun da Kiralık Aşk dizisinin başrol oyuncularından olduğu görülmektedir. Erkeklerin en çok izledikleri ilk iki dizi %31,8 oranında Diriliş “Ertuğrul” ve %22,9 oranında Kiralık Aşk dizisidir (Bkz. Tablo 4.27.) ve en çok sevdikleri ilk üç dizi oyuncusunun da Diriliş “Ertuğrul” ve Kiralık Aşk dizilerinin başrol oyuncularından olduğu görülmektedir. 15-18 yaş arasında bulunan kızların en çok sevdikleri ilk üç dizi oyuncusu Engin Altan Düzyatan (%18,3), Dyla O’Brean (%17,8) ve Elçin Sangu (%15,6) iken, erkeklerin en çok sevdikleri ilk üç dizi

oyuncusu Engin Altan Düzyatan (%21,7), İlker Kaleli (%16,0) ve Dyla O'Brean (%15,9) olarak tespit edilmiştir. Kızların en çok izledikleri dizi %23,0 oranında Diriliş “Ertuğrul” dizisidir (Bkz. Tablo 4.28.) ve en çok sevdikleri dizi oyuncusunun da Diriliş “Ertuğrul” dizisinin başrol oyuncusu olduğu görülmektedir. Erkeklerin en çok izledikleri dizi %27,7 oranında Diriliş “Ertuğrul” dizisidir (Bkz. Tablo 4.28.) ve en çok sevdikleri dizi oyuncusunun da Diriliş “Ertuğrul” dizisinin başrol oyuncusu olduğu görülmektedir. İlhan (283) yaptığı araştırma sonucunda 14-15 yaş grubu gençlerin dizi oyuncularına yoğun ilgisi olduğunu saptamıştır. Ayrıca, oyuncuların güzel rol yapmalarının dizilerin izlemesini sağlaması (Bkz. Tablo 4.11. ve Tablo 4.12.) sonucu da elde edilen bulgu ile tutarlılık göstermektedir. Araştırmaya katılan gençlerin tamamının sevdikleri oyuncuyu belirtmeleri, dizileri takip ettikleri kadar dizi oyuncularını da takip ettikleri sonucuna ulaşmamızı sağlamaktadır. Ayrıca; gençlerin sevdikleri dizi oyuncularını model alma eğilimi gösterebileceklerini de ortaya koymaktadır. Benzer bir araştırmayla (289) uyumlu olarak, oyuncuların sosyal medya hesaplarının gençler tarafından yakından takip edilmesi ve takipçi sayılarının fazla olması da bu sonuç ile açıklanabilmektedir.

5.2. İkinci Aşamaya İlişkin Sonuçlar

Araştırmanın ikinci aşamasında, birinci aşama sonucunda elde edilen ve gençler tarafından en çok izlenen dizilerin içeriklerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Dizi içerikleri Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu kullanarak incelenmiş olup, bu bölümde elde edilen bulgular tartışılmıştır.

5.2.1. Fiziksel Gelişim

Fiziksel gelişim alanı psikomotor gelişim ve cinsel gelişim alanları olmak üzere iki alt boyutta incelenmiştir.

Psikomotor Gelişim

Psikomotor gelişim alanında çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek ifade veya görsel sunumlara daha fazla yer verilirken (10-14 yaş gençlerde %70 ve 15-18 yaş arası gençlerde %96), gençlerin sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler içerisinde gösterildiği (%7 ve %4) ve fiziksel özbakımlarını geliştirici

içeriklere (%22 ve %0) çok az yer verildiği ve hatta 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde fiziksel özbakımlarını geliştirici içeriklerin hiç bulunmadığı görülmektedir (Bkz. Tablo 4.37. ve Tablo 4.38.). Çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek ifade ve görsel sunumlara; intihar etme sahneleri, hırsızlık, cinayet, kavga, süper kahramanlıklar, alkol kullanımı ve ölümsüzlük gibi sahneler örnek olarak gösterilebilir. Sosyal öğrenme kuramına (68) göre çocuklar model alma yolu ile öğrenmektedir. Gençler tarafından izlenen dizilerin içeriğinin tehlikeli durumlar açısından yoğun olması, gençlerin davranışları model alarak öğrenmesine ve denemek istemelerine sebep olabileceğini düşündürmektedir. Ayrıca; kurama göre gençler dizilerde gördükleri olumlu fiziksel davranışları da kendilerine model alacaklardır. Bu nedenle; fiziksel gelişimin hızlı olduğu dönemde bulunmaları sebebiyle fiziksel aktivitenin öneminin vurgulandığı, bisiklete binme, yürüyüş yapma, dans etme ve yüzme gibi sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler içinde gösterilmeleri ve sık sık duş alma, temiz kıyafetler giyme, bedensel temizliğine özen gösterme, ellerini yıkama gibi içeriklerin varlığı da model alma sebebiyle önem arz ettiği düşünülmektedir. Çünkü diziler hem gençlere sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler ve fiziksel özbakımlarını geliştirici içerikler sunmamakta hem de ekran karşısında uzun süre hareketsiz kalmalarına sebep olmaktadır.

Cinsel Gelişim

Sarıлма ve öpüşme gibi fiziksel cinselliğe ait içeriklere (%44 ve %40), evlilik dışı ilişkilere (%30 ve %34) ve cinselliği vurgulayıcı kıyafet görüntülerine (%22 ve %22) daha fazla yer verilirken, dizilerin çocuğun gelişim düzeyine uygun olmayan cinsel modelleri (%5ve %4) az oranla da olsa içerdiği; çocuklar arası arkadaşlığın cinsel çağrışımlarla verildiği içeriklerin ise hiç bulunmadığı görülmektedir (Bkz. Tablo 4.39. ve Tablo 4.40.). Çocuğun gelişim düzeyine uygun olmayan cinsel modellere; eşcinsellik, ensest ilişki, evlilik dışı ilişki, 7 yaşındaki oğlunun önünde iki seksi kıyafet giyerek hangisinin daha güzel olduğunu-buluşacağı adamın hangisini beğenebileceğini sorma ve tanıştığı adam gece eve getirme ve sevgilisini karısının evine getirme gibi örnekler verilebilir. RTÜK (290) tarafından hazırlanıp Resmi Gazete’de yayımlanan 2 Kasım 2011 tarihli ve 28103 sayılı Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte; “*Cinsel duyguları sömürmeye yönelik, bireyleri*

cinsel meta olarak gösteren, insan bedenini cinsel tahrik unsuruna indirgeyen, toplumsal yaşam alanı içinde sergilenemeyecek mahrem söz ve davranışlar içeren, toplumda yaşayan bireylerin ar ve utanma duygularını örseleyen ve cinsel isteklerini tahrik ve istismar eder nitelikte” yayınların yapılmaması ve “Çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği korumalı saatlerde, koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamayacağını ve korumalı saatlerdeki program tanıtımlarında çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde şiddet, cinsellik ve benzeri unsurlar taşıyan içeriklere yer verilemeyeceğini” açıkça belirtilmesine karşın elde edilen bulguların yönetmelikle örtüşmediği görülmektedir. Ayrıca RTÜK tarafından (18) yapılan araştırma sonucunda da ilköğretim öğrencilerinin televizyonda izlemekten en çok rahatsız oldukları görüntüler; açık saçık ve çıplaklık içeren görüntüler olarak tespit edilmiştir. Collins ve arkadaşları (291) 12-17 yaş arasındaki 1792 genç ile yapmış olduğu araştırma sonucunda; televizyonda cinsel içerikli programları izlemenin, gençlerin cinsel davranışlarını tetiklediğini saptamıştır. Ayrıca; dizilerde cinsellikle ilgili içeriklerin fazla olmasına ve cinselliğe önem verilmesine karşın, cinselliğe başlama yaşı, güvenli cinsel yaşam, güvenli cinsel ilişki, cinsel sağlık, kondom kullanma ve cinsel yolla bulaşan hastalıklardan korunma gibi konuların yayınlanan dizi içeriklerinde yer almadığı saptanmış olup, bu durum yapılan araştırmalarla da ortaya konmuştur (292, 293). Cinsellik bir çok ülkede tabu olan konular arasında yer almaktadır ve gençler cinsellikle ilgili bilgileri en çok akranlarından, daha sonra medyadan, ailesinden ve okuldan almaktadır (294). Toplumumuz açısından değerlendirdiğimizde anne ve babalar cinsel gelişim, cinsel sağlık ve üreme sağlığı konularında çocuklarına ya hiç bilgi vermemekte, ya çok kısıtlı bilgi vermekte ya da tabu sayıp hiç bilgi vermemektedir (288, 289, 290). Yetişkinlerin çocuklarıyla cinsel konularda konuşmak için kendilerini rahat hissetmemeleri ve bu konuda yapılan yasaklar, çocukların farklı kaynaklardan bilgi almalarına yol açabilmektedir (295, 296). Gençlerin arkadaşlarından sonra rehber olarak kullandıkları bilgi kaynakları medya ve diziler olarak karşımıza çıkmaktadır. Henry (297)’e göre gelişim süreci boyunca gençler izledikleri görüntülerle ahlaki ve etik kurallarını geliştirir, cinsel gelişimleri hakkında bilgi edinir, değişen bedenleriyle uyumlu bir model seçer, cinsiyet rol

kavramlarını açıklığa kavuşturur ve gelecekteki mesleki tercihlerine hazırlanırlar. Bu nedenle de gençlerin doğru kaynaklardan bilgilendirilmeleri gerekmektedir (298). Cinsel sağlık ve üreme sağlığı konularında bilgilendirilmiş gençler nasıl davranmaları gerektiğini bilebilir, döneme ve meydana gelecek değişikliklere daha rahat uyum sağlayabilir ve sorunlarını daha kolay çözebilir. Bu nedenle gençlerin cinsel gelişimleri için eğitim almaları ve uygun modellerin sunulması açısından dizilerin de büyük sorumluluklarının bulunduğu düşünülmektedir.

5.2.2. Bilişsel/Algısal Gelişim

10-14 yaş arası gençler tarafından takip edilen dizilerde en fazla karakterlerin problemlerini şiddet kullanarak çözdüğü (%17) ve kanunlara karşı gelmeyi normalleştiren ifadeler/görüntülerin olduğu (%17); 15-18 yaş arası gençler tarafından takip edilen dizilerde ise; yine karakterlerin problemlerini şiddet kullanarak çözdüğü (%22) ve karakterlerin gerçekte olamayacak özelliklere sahip oldukları (%21) içeriklerin bulunduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 4.41. ve Tablo 4.42.). 15-18 yaş arası gençlerin yabancı dizileri daha fazla izlemesinin bu sonuç ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Çünkü izlenen diziler arasında köpekbalığı adam, kedi kadın, yıldırım adam, meta adam, taş adam, ateş adam, goril adam, kaplumbağa adam ve zombiler gibi fantastik karakterler bulunmaktadır. Diğer içerikler incelendiğinde ise; dizilerin çocuğa aktardığı iletinin haklıdan yana olmayı özendirdiği (%14 ve %12) ve olayların çocuğun benzerlerine kendi yaşamında rastlayabileceği türden olduğu (% 8 ve %5) gibi olumlu içeriklerin orta düzeyde bulunmasının yanı sıra; mafyayı özendirici iletiler/görüntülerin olduğu (%6 ve %5), güzel ve yakışıklı olma gibi fiziksel özelliklerin vurgulandığı (%8 ve %5), karakterlerin problemlerini doğaüstü güçler kullanarak çözdüğü (%3 ve %7), görüntülerde çocuğun algılamasını zorlaştıran hızlı geçişlerin olduğu (%2 ve %2), seslerde çocuğun algılamasını zorlaştıran ani değişikliklerin olduğu (%1 ve %1), zengin olmanın çok önemli ve gerekli olduğunun vurgulandığı (%5 ve %0), saldıran kişilik yapısını normalleştiren iletilerin olduğu (%5 ve %1) ve hırsızlığı normalleştiren görüntülerin bulunduğu (%2 ve %1) gibi olumsuz olarak değerlendirilebilecek içeriklerin de orta ve az düzeyde bulunduğu; çocuğu düşündürmeye (%4 ve %3), karar vermeye yöneltici iletilerin olduğu (%2 ve %2) ve çocuğun düş kurma gücünü etkileyecek olumlu görüntülerin olduğu (%1 ve %0) gibi mutlaka olması gereken içeriklerin çok az bulunduğu

görülmektedir (Bkz. Tablo 4.41. ve Tablo 4.42.). Olayların çocuğun benzerlerine kendi yaşamında rastlayabileceği türden olduğu içeriklere; hastalanma, evlenme, maça gitme, boşanma, mısır patlatıp film izleme, taşınma, doğum, evlilik teklifi, hasta bakıcılık, denize düşme, aşık olma, maç kazanma, ödül alma ve sinemaya gitme; kahramanların doğa üstü güçler kullanmalarına da; büyü, yüz değiştirme, büyü ile ölüyü canlandırma ve sihirli ok örnek olarak verilebilir. Dizi içeriklerinde gençlere olumlu ve iyi değerler ile olumsuz değerler bir arada verilerek gençleri düşünmeye, karar vermeye ve gençlerin iyi ve doğru olan durumu kendi kendine bulabilmesi sağlanabilir. Hem de böylelikle bazı toplumsal değerlerin gençlere aktarılabilceği de düşünülmektedir.

Piaget'in bilişsel gelişim kuramına göre çocuklar bilişsel olarak farklı bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, soyut kavramları daha fazla düşünebilirler, daha karmaşık problemleri çözebilirler ve başkalarının bakış açılarını alabilirler (299). Flannery (300) ergenlik döneminde uzun süre şiddet, stress, kaygı ve korku ortamına maruz kalan ve beyin gelişimi de bu olumsuz deneyimlerle gelişen gençlerin dürtülerinin şiddet eğilimli olma riskinin çok daha yüksek olacağını ifade etmektedir. Gül ve Güneş (301)'e göre de bu dürtü süregelen bir içgüdü olup, şiddet durumlarına fazla maruz kalmanın beyinde şematize olmasıyla başlamaktadır. Gençler ekranda izledikleri ile gerçek yaşamda karşı karşıya kaldıkları durumlar arasında ayrım yapamayabilir. Bu nedenle de, dizilerde sorunların çözüm yolu olarak en fazla şiddetin kullanılması ve kanunlara karşı gelmenin normal ve cezasız olarak gösterilmesinden etkilenebilirler. Böylelikle de, hırsızlık, sosyal medya hesaplarının çalınması, hackerlık ve sorunlarını emniyet güçlerine bildirmek yerine şiddet kullanarak çözme gibi suçların normalleşmesi sorununun ortaya çıkma ihtimalinin yüksek olduğu düşünülmektedir. Durmuş ve Gürkan (302) yapılan istatistiksel çalışmaların gençlerin suça eğilimlerinin daha fazla olduğunu ve şiddet olaylarının gençler tarafından daha çok gerçekleştirildiğini ortaya koyduğunu ileri sürmektedir. Yapılan araştırmalar (152, 303) dizilerin birincil olumsuz etkilerinin şiddet ve saldırgan davranışlar olduğunu ortaya koymuştur. Lopez ve Emmer (304)'e göre gençlerin saldırgan davranışları çeteye katılma, çete ile ya da başka arkadaşları ile hırsızlık yapma, okuldan kaçma ve kanunlara aykırı davranma gibi davranışları içermektedir. Araştırmacılar tarafından (305, 306) bu tür olumsuz davranışların daha

çok 15-17 yaş arasında ortaya çıktığı ve ergenlik dönemi sonunda azaldığı da belirtilmektedir. Araştırmacılar (307, 308, 309), gençlik döneminde bu tür sorunların ortaya çıkmasında; gençlerin ergenlik dönemindeki değişikliklerden etkilenmeleri, soyut düşüncenin tam olarak gelişmemiş olması, bir gruba dahil olma istekleri, kimlik arayışı, sosyal becerilerin tam olarak gelişmemiş olması, öfke kontrol sorunu yaşamaları, sorunları ve çatışmaları çözmede becerikli olmamalarının etkili olduğunu ifade etmektedir. Tablo 4.41. ve Tablo 4.42. incelendiğinde de izlenen dizilerde aynı olumsuz içeriklerin yoğun şekilde bulunduğu görülmektedir.

5.2.3. Sosyal ve Duygusal Gelişim

Dizilerin gelişim alanı içerikleri incelendiğinde; sosyal ve duygusal gelişim alanına ait içeriklerin, diğer gelişim alanlarına oranla çok daha fazla olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 4.35. ve Tablo 4.36.). İçeriklerde; sorumluluk (%8 ve %9), sevgi (%7 ve %6), dostluk (%5 ve %6), yardımseverlik (%5 ve %6), doğruluk (%5ve %5) ve adalet (%4ve %3) duygusunu geliştirici iletilerin yüksek oranda olmasının (Bkz. Tablo 4.43. ve Tablo 4.44.), gençlerde iyi ve olumlu değer ve davranışların gelişmesi, olumsuz değer ve davranışların kontrol altına alınabilmesi ve durumlar arası çıkarımda bulunabilmeleri açısından önem taşıdığını düşündürmektedir. Özgüven (%2 ve %3), liderlik (%2 ve %3), sabır (%2 ve %2), saygı (%2 ve %2), özdenetim (%2 ve %2), özeleştirici (%3 ve %3), pişmanlık (%2ve %3) ve empati (%2 ve %2) duygusunu geliştirici gibi iyi ve olumlu özellikleri geliştirici içerikler orta düzeyde bulunurken; dini değerleri geliştirici (%1 ve %1) ve toplumsal kurallar konusunda bilinçlendirici (%1 ve %1) içeriklerin çok az bulunduğu, hayvan sevgisi ve ahlaki kurallar konusunda bilinçlendirici içeriklerin yüzdesel olarak bir anlam ifade etmediği görülmektedir (Bkz. Tablo 4.35. ve Tablo 4.36.). İncelenen dizilerde toplumsal kurallar konusunda bilinçlendirici içeriklere; suçluyu ihbar etme, özür dileme, dua etme ve teşekkür etme gibi davranışlar örnek olarak verilebilir. Empati duygusunu geliştirici içeriklere; *“Seni anlamıyor değilim, sana destek olmak için buradayım”* ve *“Buraya kadar geldiğin için teşekkür ederim. Zira yolculuğun ne kadar zor ve dayanılmaz olduğunu bizzat deneyimledim”* örnek olarak verilebilir. Kaderci bakış açısı geliştirici içeriklere; *“Her şey tanrının buyruğudur!”*; batıl inanç geliştirici içeriklere; büyü, şaman ve falcı; tehdit edici ifadeler de; *“Yiyebileceğin kadarını ısırsın, yoksa senin dişlerini tek tek söker tesbih*

yapar sülalene çekerim”, “*Ciğeri beş para etmez ama böbrekleri belki işe yarar*”, “*Amcan senin ağlamalarına dayanamayıp da bir şey yaparsa, onu da gittiği kadınların birinin evinde bulur vururum. Kadına ne yaparım, bilmem. O an bakarım. Ben plan yapmayı da sevmem*” ifadeleri örnek olarak verilebilir. Pahad ve arkadaşlarına (176) göre dizilerde verilen mesajlar, çevremiz ile ilgili bakış açımızı değiştirme ve etkileme özelliğine sahiptir ve bu nedenle dizilerin düşüncelerimiz, inançlarımız, değerlerimiz ve davranışlarımızın üzerinde olumlu etkisinin olması gerektiği ifade edilmektedir. Doğan (310) da televizyon programlarında içki, sigara, madde, cinsellik ve şiddet öğelerinin bulunduğu dizi, film ve programlar yerine sevgi, yardımseverlik, merhamet, adalet, doğruluk ve şefkat gibi öğeler içeren programlara ağırlık verilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Dizi kahramanlarının ilişkilerinde paylaşma, yardımlaşma, işbirliği, dostluk ve sorumluluk gibi olumlu sosyal davranışlarıyla gençlere model olmalarının, gençlerin bu tür davranışlarını pekiştirerek olumlu sosyal gelişimlerini destekleyeceği düşünülmektedir. Krebs (311)’e göre; model alınan kişiler, olumlu sosyal davranışların geliştirilmesi üzerinde etkilidir. Bu nedenle; iyi ve olumlu sosyal davranış modellerinin daha fazla sunulması, gençlerin bu davranışları içselleştirmesini ve uygulamasını sağlayabilecektir.

Tüm bu iyi ve olumlu olarak nitelendirilebilecek değerlerin yanı sıra dizilerin duygusal ve sosyal içeriklerinde, tehdit edici (%6 ve %5) iletiler, hayal kırıklığı (%5 ve %5), öfke/şiddet (%5 ve %5), yalan söyleme (%5 ve %5), intikam (%4 ve %5), ihanete uğrama (%4 ve %4) ve rekabet (%4 ve %3) duygusu gibi olumsuz duygu ve düşünceleri geliştirici içerikler daha fazla bulunurken; kıskançlık (%3 ve %2), çaresizlik (%2 ve %2) ve kibir (%2 ve %2) duygusunu geliştirici içerikler orta düzeyde; alkol tüketimi (%1 ve %0), dedikodu yapma (%1 ve %1), kadercilik (%1 ve %1), batıl inanç (%0 ve %1), bireyci mesaj (%1 ve %0), farklı sosyal sınıfların birbirlerinden ayrıştırılması (%1 ve %1) ve giyim biçimlerinin farklı sosyal sınıflarla ilgili kalıp yargılar oluşturmaları (%1 ve %1) içeriklerin çok az bulunduğu ve erkek çocuklarının ağlamayacağı ve boyun eğmeyi yücelten içeriklerin yüzdesel olarak bir anlam ifade etmediği görülmektedir (Bkz. Tablo 4.35. ve Tablo 4.36.). Televizyon diziler aracılığıyla, duyguları gözlemlemek ve yaşamak için gençlere çok çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Götz (312) tarafından gençlerin dizi izlerken; heyecan,

zevk, korku ve heyecanlar yaşayıp karakterlerle duygusal bağlar kurdukları ve genellikle de duygusal olarak etkilendikleri karakterleri tercih etme eğiliminde oldukları ifade edilmektedir. Valkenburg ve Buijzen (161)'e göre de duygular dizilerde büyük rol oynamakla birlikte bu alanda yapılan araştırmalar çoğunlukla korku ve şiddet ile ilgili olmuştur. Günümüze kadar dizilerin gençler üzerindeki olumlu duygu etkisi ile ilgili yapılan tek araştırma konusu "empati"dir (313). Feshbach ve Feshbach (314)'a göre empati; bir etkileşim sırasında nesne ya da konu arasındaki ortak hislerin gözlemci ve gözlemlenen arasında paylaşılmasıyla oluşan bir duygu olarak tanımlanmaktadır. Çalışmalar (175, 314) yaşları arttıkça çocukların empati kurma yeteneklerinin arttığını ve sonuç olarak da dizi içerikleri ile ilgili algı geliştirip empatik tepkileri olduğunu göstermiştir. Wilson (175) dizi izlerken empatik duygular geliştirmenin göstergesi olarak, gençlerin kahramanların davranışlarını yargılaması durumunu kabul etmektedir. Yani; eğer genç bir kahramanı olumlu şekilde yargılsa ya da kahramanın davranışlarıyla kendi davranışları arasında benzerlikler keşfederse, duygusal bağ kurma ve empati düzeyinin daha yüksek olacağını ifade etmektedir. Gençler davranışlarını geliştirirken çevrelerini gözlemlemekte, taklit etmekte ve o davranışları gerçekleştirmektedir. Bu nedenle de izledikleri diziler gençlerin davranış örüntülerini olumlu ya da olumsuz etkilemektedir. Gençler, bazen de dizilerde yer alan mesajlarla sunulan durum, tutum ve davranışlara hemen uyum sağlayabilmektedir (30, 99, 126, 189, 315). Bu nedenle gençlerin eleştirel düşünme ve karar verme becerilerinin önemli hale geldiği düşünülmektedir. Araştırmacılara göre (316, 317) karar verme becerisi öğrenilmiş bir beceridir ve eleştirel düşünme yeteneğini geliştiren gençlerin daha iyi, daha doğru ve daha sağlıklı karar verme eğiliminde oldukları öne sürülmektedir. Bu nedenle de eleştirel düşünme becerisi geliştiren gençlerin, dizi içeriklerinde yer alan mesajları anlama ve çözme becerisi geliştirmelerinin yanı sıra içeriklerde yer alan olumlu ve olumsuz mesajları da ayırt edebilecekleri düşünülmektedir.

5.2.4. Diğer İçerikler

Çocukların gelişimine yönelik diğer içerikler; şiddet, tüketim kültürü, model alma, aile yapısı ve aile değerleri olmak üzere beş alt boyutta incelenmiştir.

Şiddet

10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde kahramanların bağırma ve hakaret gibi sözel şiddet (%20), vurma, yaralama ve öldürme gibi fiziksel şiddet (%16) ve küçümseme, karalama, dışlama ve alay etme gibi psikolojik şiddet (%15) yüksek oranda bulunurken (Bkz. Tablo 4.45.), 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde en yüksek oranda korku ve kaygı yaratacak görüntüler/sözler (%18) ve fiziksel şiddet (%16) öğelerinin bulunduğu (Bkz. Tablo 4.46.) görülmektedir. Ayrancı ve arkadaşları (318) tarafından yapılan araştırma sonucunda da; dizilerde en fazla fiziksel şiddet, sözel şiddet ve psikolojik şiddet içeriklerinin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca; her iki tablo da incelendiğinde, kaygı yaratacak görüntüler/sözler (10-14 yaş gençlerde %10 ve 15-18 yaş gençlerde %10), korku ve kaygı yaratacak görüntüler/sözler (10-14 yaş gençlerde %11), kahramanların bağırma ve hakaret gibi sözel şiddet (15-18 yaş gençlerde %11), küçümseme, karalama, dışlama ve alay etme gibi psikolojik şiddet (15-18 yaş gençlerde %11), şiddet aracı olarak ateşli silah kullanılması (%8 ve %8), şiddet aracı olarak ateşsiz silah kullanılması (%5 ve %9), şiddet uygulayanların eylemlerinin özenti oluşturabilecek şekilde verilmesi (%6 ve %5) ve kötü ve haksız kahramanların şiddet yoluyla ceza görmesi (%5 ve %4), orta düzeyde bulunurken, radyoaktif, şimşek, yıldırım gibi doğaüstü şeylerin şiddet aracı olarak kullanılması (%2 ve %4) ve şiddet kültürünün belirli bir sosyal sınıfa özgülmesi (%2 ve %2) içeriklerinin düşük düzeyde bulunduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 4.45. ve Tablo 4.46.). Şiddet aracı olarak doğa üstü güçlerin kullanılmasına; elle ateş topu yapma, sihirli ok, elektromanyetik kurşun ve zamanı yavaşlatma; fiziksel şiddet kullanımına da; uyuşturucu tüccarlarını yakarak öldürme, parmak kesme, adam kaçırma, eşyaları kırma, kurşuna dizme ve adam asma örnek olarak verilebilir. Elde edilen bulgular dizi içeriklerinde şiddetin yoğun olarak işlendiğini göstermektedir. Şiddet içeriklerinin yoğun olması dizilerin olumsuz özelliği olarak nitelendirilebilir. Araştırmacılar (135, 319), dizilerde şiddet içeriğinin yoğun olmasının saldırgan davranışların öğrenilip uygulanması ve kışkırtıcı olmasında etkili olduğunu ifade etmektedir. Çünkü şiddet uygulayan kişiler gençler tarafından model olarak alınabilir. Gençler şiddet sahneleri nedeniyle insanlara, kendilerine ya da diğer canlılara zarar vermenin yeni yöntemlerini öğrenip davranışlarına katabilirler (132, 320). Dizilerde sunulan şiddet görüntülerinin en

olumsuz yönü; yakın çekim olması, yoğun olması ve ilgi çekici şekilde sunulmasıdır (146, 321). Ayrıca; Kapıcıoğlu (147)'na göre; dizilerde bulunan şiddet görüntüleri sonucunda, kişi kendisi şiddete maruz kalmasa bile model alma yoluyla davranışları öğrenebilir, sorun çözme yöntemi olarak kullanabilir ve şiddet davranışının sonuçlarına karşı duyarsızlaşabilir. Yapılan araştırmalar (322, 323, 324, 325, 326, 32), olumlu davranışlar ile saldırganlık durumu arasında olumsuz yönde ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle, gençlere uygun davranış sergileyen modellerin sunulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü gençlerin dizi ve filmlerde seyrettikleri şiddet sahnelerini ve davranışlarını model almaları, olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına sebep olabilecektir. Örneğin; 1999 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde iki lise öğrencisi okulu basarak 12 öğrenci ve bir öğretmeni öldürmüştür. Bu saldırı öncesinde iki öğrencinin birçok kez “Katil Doğanlar” filmini seyrettikleri ortaya çıkmıştır (328). Karaman’da özel yurttaki kalan öğrencilerin kendi aralarında çete kurup, yurttaki kalan diğer öğrencilerden zorla para topladıkları ve para vermeyen öğrencileri dövdükleri ortaya çıkmıştır. Bu öğrenciler ifadelerinde “Kurtlar Vadisi gibi bir araya geldik” açıklamasında bulunmuşlardır (329).

Araştırmacılara göre (85, 115, 330) diziler hemen ortaya çıkmayan etkisiyle, yavaş yavaş ve farkında olmadan yaşama yön vermektedir. Çünkü dizilerde maruz bırakılıp pekiştirilen değer ve davranışlar zamanla gençler tarafından kabul edilebilir bir hal alabilmektedir. Sergilenen davranış bir süre sonra yaygınlaşıp, popüler hale gelebilmektedir. Yani diziler, kurgusal olarak suç içeriklerinin en fazla olduğu medya aracı olarak belirtilmektedir. Dizilerde suç durumu; iyi ve kötü karşıtlığı üzerine kurularak verilmektedir. Mutlu (115)'ya göre, dizi içeriklerindeki kötü: suç ve suçludur. İncelenen dizilerden Diriliş”Ertuğrul”, Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz, The Flash, Arrow, The Walking Dead, Game of Thrones, Arka Sokaklar ve Poyraz Karayel dizileri, içerikleri nedeniyle bu duruma örnek olarak verilebilir. Bu dizilerde ateşli ve ateşsiz silah kullanma, adam öldürme, kötülerin şiddet yoluyla cezalandırılması, kanunlara karşı gelme ve şiddet uygulayanların eylemlerinin özenti oluşturacak şekilde verilmesi nedeniyle şiddet izleyicilerin –yani gençlerin- gözünde meşru hale getirilmekte; haksızların cezalandırılması, mağdurdan yana olmak, vatanseverlik, birlik ve beraberliğin savunulması nedeniyle şiddetin kullanımı haklılaştırılmaktadır. Bu karakterleri oynayan oyuncuların da yakışıklı ve popüler

olmaları, şiddetin haklı ve uygulanabilir hale getirilmesinde etkili olabilmektedir. Poyraz Karayel ve Arka Sokaklar dizileri polisiye dizi olmaları sebebiyle farklı açıdan değerlendirilmelidir. Arka Sokaklar dizisinde polisler kendi görevlerini yapmakta, görevleri nedeniyle şiddet ve silah kullanmakta ve suçlularla mücadele etmektedir. Bu nedenle silah kullanmaları yasalıdır. Ancak bu dizide de polis uygulamaları ile ilgili, sorgu odasında bulunan kameraların kapatılarak sorguya alınanların fiziksel işkence ve şiddete maruz bırakılması, varsa işkence ve şiddet görüntülerinin kayıtlarının silinmesi ve bu uygulamaların amirler tarafından da hoş görülmesi ve üstünün kapatılması gibi uygun olmayan içerikler mevcuttur. Polisin görevi suçluları yakalamak ve adalet önüne çıkarılmalarını sağlamaktır. Dizide ise polislerin çoğu zaman suçluları kendileri cezalandırma yolunu seçtikleri görülmektedir. Poyraz Karayel dizisinde, Poyraz hem polislik hem de mafyalık yapmaktadır. Farklı bir polis karakterini oynayan Poyraz'ın silah kullanması yasalıdır, ancak dizide mafya karakterleri de silah kullanmaktadır. Ayrıca; Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisindeki neredeyse kadın ve erkek tüm karakterler silah kullanmaktadır. Özellikle Hızır karakteri ve ailesi vatansever, dürüst, güvenilir ve cesur gibi değerlere sahip olarak gösterilmektedir. Ancak hiçbiri kanun adamı olmadığı için karakterlerin silah kullanması yasal değildir. Hızır karakterinin yasal işi araba kiralama, alım ve satımı olan ancak gerçekte mafya babalığı yapan bir silah tüccarıdır. Karakterlerin hem mayfa olmaları hem de diğer mayfa liderlerine karşı kendilerini savunma ihtiyaçları nedeniyle dizi gereği silah ve şiddet kullanmaları meşru hale getirilmektedir. İzlenen yabancı diziler bu açıdan değerlendirildiğinde; hepsinde fantastik öğelerin bulunması, kahramanların gerçekte olmayacak özellikte olmaları ve gerçek dışı silah aracı kullanıyor olmaları nedeniyle gençleri gerçeklik algısından uzaklaştırabileceğini düşündürmektedir. Ancak yine de şiddet görüntülerinin yoğun olması olumsuz bir durumdur. Ortaya çıkan bu sonuç; dizilerin sorun çözmek için kanun dışı eylemleri ve şiddeti etkili bir yöntem olarak gösterdiğini ortaya koymaktadır. Belirtilen tüm durumlar; gençlerin şiddet uygulamayı model almaları ile kendi adaletlerini kendilerinin yerine getirebileceği, suçlu gördükleri kişileri şiddet uygulayarak cezalandırabilecekleri ve şiddet uygulamanın normal olduğu mesajlarını verdiğini de düşündürmektedir.

Tüketim Kültürü

Bautirillard (331) tüketim kültürünü; küreselleşme sonucunda ürünlerin tüketilmesiyle oluşan kültürel bir olgu olarak tanımlamaktadır. İncelenen dizilerin tüketim kültürü içeriklerine bakıldığında; marka isimlerinin görsel olarak yer aldığı içeriklerin çok fazla olduğu (%7 ve %50) ve karakterlerin kullandıkları ürünlerle üstünlük sağladığı duygusu/mesajının verilmesinin onu izlediği (%38 ve %34) görülmektedir (Bkz. Tablo 4.47. ve Tablo 4.48.). Marka isminin sözel olarak yer alması (%6 ve %11) ve içeriğin tüketim nesnesini elde etme hedefine yönelik olarak kurgulanması (%6 ve %5) içerikleri orta düzeyde bulunurken, israfın teşvik edilmesi (%2 ve %0) ve tüketimin haz kaynağı olarak sunulması (%1 ve %0) içeriklerinin düşük düzeyde bulunduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar (332, 333, 334, 335) gençlerin markalarla ilgili olumlu tutum ve davranış geliştirmesinde görsel medya araçlarının -özellikle de dizilerin- etkili olduğunu ve gençlerin kendilerini iyi hissetme, itibar kazanma ve statülerini arttırma sebebiyle kullandıkları markaları önemsediklerini ortaya koymuştur. Kellner (336)'e göre moda, tüketim kültürünün önemli bir ögesi olup; moda tarzı yaratılarak gençler tüketime alıştırılmakta, kendilerini ifade etmek ve kanıtlamak için modayı takip etmekte ve zamanla bu algı toplum geneline yansıtılmaktadır. Gençlerin tüketim alışkanlıkları ve tüketim kimlikleri televizyon aracılığıyla biçimlendirilmekte olup, medya ve diziler tüketim kültürünün şekillenmesinde önemli paya sahiptir (337, 338, 339, 340). Genel tüketim kültürünü inceleyen Topçuoğlu (341), ülkemizde taklit eğiliminin fazla olduğunu ve insanların reklamlarda, dizilerde ve programlarda gördükleri her şeyi elde etmeye yöneldiklerini ifade etmektedir. İncelenen dizilerde aileler genellikle çok zengin olup, büyük evlerde, yalılarda, hizmetçilerle ve lüks eşyalarla yaşamaktadır. Karakterlerin kullandıkları bilgisayar, televizyon, cep telefonu ve saat gibi teknolojik eşyaların, kıyafetlerin ve kullandıkları aksesuarların satışına yönelik sitelerin (342, 343, 344) oluşturulması da gençlerin bu markalara ilgi gösterip almak istediklerini düşündürmektedir. Gençlerin dizi karakterleri tarafından kullanılan ürünler ve markaları hakkında fikir sahibi oldukları durumu göz önünde bulundurulduğunda, ürün yerleştirme ya da dizi içindeki ürün tanıtımlarının çoğunlukla çocuk ve gençlere yönelik yapıldığı da söylenebilir. Dizilerde ürün yerleştirmeye tüketici olumlu bakmakta (345), diziler aracılığı ile tüketim artmakta (346) ve diziler tüketim kültürü

değerlerini yeniden egemen hale getirmektedir (347). Dizilerin bu dolaylı etkileri sebebiyle gençlerin tüketim davranışlarını normal olarak algılayabilecekleri düşünülmektedir. Nielsen Media (278) tarafından yapılan araştırma sonucunda da, dizilerde, filmlerde ve programlarda kullanılan ürün yerleştirme uygulamalarının marka bağımlılığını arttırdığı görülmüştür. Ayrıca; satın alma davranışlarında ürün yerleştirmenin, sponsorluktan daha etkili olduğu da Çakır ve Kınıt (348) tarafından kanıtlanmıştır.

Game of Thrones dizisinde Daenerys Targaryen karakterinin platin sarı-gümüş saç rengi, Jon Snow karakterinin sakalları, Diriliş “Etuğrul” dizisinde Kayı Boyu Armasının simgesinin yüzük, çanta, cüzdan gibi aksesuarlarda kullanılması, Ertuğrul karakterinin sakalları, Tatlı İntikam dizisinde Pelin karakterinin kıyafetleri ve kullandığı makyaj malzemeleri markası, Sinan karakterinin sakalları ve kıyafet sponsoru, Kırallık Aşk dizisinde Defne karakterinin makyajı, kullandığı ruj markası ve kıyafetleri, Ömer karakterinin evi, kıyafetleri, Kara Sevda dizisinde Kemal karakterinin saç şekli, sakalı ve arabası, Nihan karakterinin ayakkabıları, kıyafeti, telefon melodi sesi gibi özelliklerin gençler tarafından yoğun olarak kullanılması, araştırılması ve takip edilmesi tüketim kültürünün sadece kıyafet ve kullanılan teknolojik araçlarla sınırlı olmadığını düşündürmektedir. Yani tüketim kültürünün kahramanların yaşam biçimlerine göre şekillenebildiği de söylenebilir. Yapılan haberlerde (349, 350) gençlerin dizi karakterleriyle kendilerini özleştirmesi sonucunda isimlerini değiştirdikleri ve ailelerin yeni doğan çocuklarına sevdikleri dizi karakterlerinin isimlerini verdiği görülmektedir. Ayrıca; Britanya Ulusal İstatistik Ofisi tarafından açıklanan raporda en fazla Game of Thrones dizi karakterlerinin isimlerinin yeni doğan çocuklara verildiği ve en fazla da Arya isminin koyulduğu belirtilmiştir (351). Ülkemizde de son yıllarda Arya isminin fazla koyulduğu ve ismin koyulmasının dinen caiz olup olmadığına dair açıklamaların bulunduğu da görülmektedir (352).

Model Alma

Olumsuz davranış sergileyen kahramanların model olarak sunduğu (%35 ve %39), karakterlerin tek bir cinsiyetten oluştuğu (%20 ve %21), çocukların örnek alabileceği olumlu davranışların sergilendiği (%17 ve %15), karakterlerin belli bir sosyal sınıfı temsil ettiği (%15 ve %14) ve davranışların doğurduğu sonuçlara ilişkin

uygun modellerin sunulduğu (%12 ve %9) içerikler yüksek oranda bulunurken, karakterlerin kıyafetlerinde milli ya da dinî sembollere yer verildiği (%1 ve %1) içeriklerin az olduğu ve karakterlerin ırksal özelliklerinin belirli bir ırk lehine olacak şekilde vurgulandığı (%0 ve %0) ve farklı milletlere dair kalıp yargılara göndermelerin bulunduğu (%0 ve %0) içeriklerin yüzdesel olarak bir anlam ifade etmediği görülmektedir (Bkz. Tablo 4.49. ve Tablo 4.50.). Olumsuz davranış sergileyen kahramanların model olarak sunulması davranışlarına; mafya olan babasının başka bir mafya üyesine etek giydirmesi sonucunda lise öğrencisi olan oğlunun da sınıf arkadaşına etek giydirmesi, bir kız öğrencinin okulda erkekler soynuma odasına girerek erkek öğrenciye tekme atması, yüzme dersinde gizlice arkadaşının kıyafetlerini alıp çöpe atma, kopya çekme, okuldan kaçma, sevgilisiyle yetiştirme yurdundan kaçıp eve çıkma, büyü yapma, sevgilisine onu sevdiğini kanıtlamak için silahla mekan basma ve kapı dinleme gibi içerikler örnek olarak verilebilir. Çocukların örnek alabileceği olumlu davranışlara; dostluk, dostunu savunma, muhtaçları koruma, arkadaşını kurtarma, gönüllü resim dersi verme, kardeşini hastaneye götürme, arkadaşına yardım etme, hastalara yardım etme, hediye alma, özür dileme, kitap okuma, süt içme ve kütüphaneye gitme gibi içerikler örnek olarak verilebilir.

Araştırmacılara (16, 353, 354, 355, 356) göre gençler izledikleri dizilerde bulunan kahramanlardan etkilenmekte ve onların davranışlarını model almaktadır. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda; davranışların doğurduğu sonuçlara ilişkin uygun modeller sunulduğunda gençlerde olumlu ve istendik davranışların gelişmesine katkı sağlanacağını, olumsuz davranış sergileyen kahramanların model olarak sunulduğu içeriklerin yoğun olmasının da olumsuz davranışların geliştirilmesinde etkili olabileceğini düşündürmektedir. Örneğin Kırgın Çiçekler dizisinde Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (ASPB)'nin yetiştirme yurdunda kalan beş lise öğrencisi kız bulunmaktadır. Eylül karakteri üvey babası tarafından sürekli taciz edilmektedir. Eylül bir gece üvey babası onu yurdun bahçesinde taciz ederken bıçak ile yaralıyor ve öldürdüğünü düşünüyor. Bu olayı gören diğer kızlar Eylül'e yardım ediyor ve adamı yurdun bahçesine gömerek suç işliyorlar. Birkaç gün sonra adamın ölmediği ortaya çıkıyor ve intikam almak istiyor. Bir diğer örnekte de Songül karakteri hiç paraları olmadığı ve paraya ihtiyaçları olduğu için Kader karakteri ile

lüks bir villaya hırsızlık yapmak için giriyorlar. Ev sahipleri gelince Kader kaçıyor ve Songül içeride kalıyor. Yurtta kaldığını, çok ihtiyaçları olduğunu söyleyince ev sahipleri tarafından affediliyor ve Songül'ün koruyucu ailesi oluyorlar. Dizide benzer içerikte pek çok örnek bulunmaktadır. Her iki örnekte de suç, sonucunda cezasız kalmakta hatta bazı durumlarda ödüllendirilmektedir. Dizi içeriğinde genel olarak; ASPB yurtlarının güvensiz olduğu, yurtlarda kalan çocukların takip edilmediği, aç ve parasız bırakıldığı, bu çocukların suç işleme oranlarının yüksek olduğu, anne-babasız kalan çocukların yetiştirme yurduna gittiğinde başına her türlü kötü olayın gelebileceği ve bu duruma hazırlıklı olmaları gerektiği mesajının verildiği düşünülmektedir. Toplum tarafından yurttan çıkan çocuklarla ilgili de, bu çocuklara güvenilmez, bu çocuklardan başarı ve iyi niyet beklenmez ve bu çocuklara karşı sürekli temkinli olmalısınız mesajları verilerek ötekileştirmeye sebep olduğu düşünülmektedir. Yapılan araştırmalar (260, 357, 358) gençlerin dizilerin gerçeği yansıttığını düşündüklerini ortaya koymuştur. Bu nedenle medya okuryazarlığının gençler tarafından özümsemesinin önemli olduğu söylenebilir. Medya okuryazarlığının pek çok tanımı olmakla birlikte, Aufderhide (359)'e göre medya okuryazarlığı; bir kişinin geniş kitlelere ulaşan iletişim araçlarını ve formlarını kullanarak mesajlara erişme, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir. Medya okuryazarlığı, gençlerin eleştirel düşünme becerlerini geliştirmek, medya ve dizi mesajlarında bulunan sağlıksız ve aldatıcı bilgilerin/içeriklerin etkisini ortadan kaldırmak için etkili bir yol olarak pek çok uzman (109, 113, 360, 361, 362, 363) tarafından da önerilmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi, eleştirel düşünme becerilerini geliştirerek medya mesajlarının olumsuz etkilerini azaltmak için bireylerin medya mesajlarına karşı şüpheciliğini artırmaya yardımcı olmaktadır (114, 364, 365). Brown ve Bobkowski (109)'ye göre tarafsız medya okuryazarlığı eğitimi programlarının amacı; bireylerin -çoğunlukla gençlerin- medya mesajlarının gerçeklik durumunun değerlendirilmesi ve karar vermede bu durumun etkili bir şekilde kullanılması için ihtiyaç duydukları yeterliliği geliştirmelerini sağlamaktır. Medya okuryazarlığı eğitiminin kabul görmesi, anlaşılması ve desteklenmesinde sağlık ve eğitim alanında çalışan meslek elemanlarına büyük sorumluluk düşmektedir (366). Gençlerin televizyon izleme alışkanlıklarını ve izledikleri içerikleri takip etmenin, gençleri yaşlarına uygun programları izlemeye teşvik

etmenin, olumlu ve sağlıklı davranış içeriklerinin yoğun olduğu dizileri tercih etmelerine rehberlik etmenin gençlerin gelişimleri üzerinde olumlu etkileri olabileceğini düşündürmektedir. Araştırmacılar da (188, 189) medya içeriklerinden eğitici, yaratıcılığı ve olumlu düşüncüyü harekete geçirici programların seçilmesinin, çocuk ve gençlerin eğitiminde yararlı olacağını ve gençlerde şiddet davranışlarının azalmasını sağlayacağını belirtmektedir.

Aile Yapısı ve Aile Değerleri

Aile yapısı alt başlığında; aile bağlarını güçlendirici ifadelerin en yüksek oranla bulunduğu (%55 ve %55); aile yapısının çocuklu aile biçiminde olduğu (%16 ve %19), ailenin ev dışındaki ortamlarda da gösterildiği (%10 ve %12), kadın ve erkek rollerinin ayrıştırılarak işlendiği (%11 ve %10) içeriklerin orta düzeyde bulunduğu ve ailede sadece babanın çalıştığı (%3 ve %2), erkek çocuk sahibi olmayı özendirici mesajların bulunduğu (%3 ve %2), ailede anne ve babanın çalıştığı (%1 ve %1) içeriklerin az bulunduğu ve ailede çocuğun çalıştığı (%1 ve %0), evlenmemiş-tek ebeveynli aile modelinin sunulduğu (%0 ve %1), ailede ileri yetişkinlere yer verilmediği (%0 ve %0), yaşlıların aile dışında kurumsal yapılarda (örneğin huzurevi) sunulduğu (%0 ve %0) ve ailede sadece annenin çalıştığı (%0 ve %0) içeriklerin bulunmadığı ve/veya yüzdesel olarak bir anlam ifade etmediği görülmektedir (Bkz. Tablo 4.51. ve Tablo 4.52.).

Aile değerlerinde ise; Türk aile değerleri içinde yer almayan değerlerin işlendiği (%64 ve %71) içeriklerin en yüksek oranda olduğu, aile kararlarında çocuğun katılımının özendirildiği (%21 ve %13) ve anne/babayı küçümseyici mesajların bulunduğu (%15 ve %16) içeriklerin de orta düzeyde yer aldığı görülmektedir (Bkz. Tablo 4.53. ve Tablo 4.54.). Dizi içeriklerinde Türk aile değerleri içinde yer almayan değerlere; ebeveyne ismiyle hitap etme, ailesinden izin almadan aradaşında kalma, üvey kızını taciz etme, annenin çocuğunu yalan söyleyerek zor durumda bırakması, eşini aldatma, enstest ilişki, komşuların nikahsız ilişkisi, kayınvalideyi evden kovma, eşini aldatmayı normal görme, yapılacak işin karşılığında cinsel ilişki teklif etme, kocasıyla birlikte olan kadını cezalandırmak için kiralık katil tutma, kardeşini kendini öldürmeye zorlama, evli olduğu halde eski sevgilisiyle dağ evinde gece geçirme, evliyken evlilik dışı ilişkisinden çocuk sahibi olma, kayınbiraderinin eşi ile gizli ilişki yaşama ve çocuk sahibi olma, kızını

kaçırtma, torununu öldürtmeye çalışma, oğluna iftira atma, tehdit etme ve kocasına cinsel ilişki yaşaması için başka kadın bulma gibi davranışlar örnek olarak verilebilir. Anne ve babayı küçümseyici mesajlara da; “*Senin gibi anne olmaz olsun, Allah seni kahretsin*”, “*Milli Piyango satıcısı gibi giyinmişsin, çok kötü*”, “*Anne, öğretmenine yalakalık yapan çocuk gibisin, utanıyorum senden*”, “*Başımıza gelen bu durumlar hep senin suçun, hep senin aptallığın yüzünden*”, 9 yaşındaki karakterin vefat etmiş olan annesi için: “*Annem sıradan bir kadındı. Hiçbir özelliği yoktu. Güzel de değildi, savaşı hiç değildi*” ifadeleri örnek olarak verilebilir.

Aile bağlarını güçlendirici ifadeler (%55 ve %55) ile Türk aile değerleri içinde yer almayan değerlerin işlendiği (%64 ve %71) içeriklerin yüksek oranlarda bulunması çelişkili bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Diriliş “Ertuğrul” dizisi; büyükbaba, büyükanne ve geniş akrabalı bir yaşam tarzının bulunduğu, aile büyüklerine büyüklere saygı ve hürmet gösterilen, küçüklerin sevilip, merhamet edildiği bir yapım olarak değerlendirilebilir. Çünkü dizinin aile değerleri ve aile bağları açısından olumlu pek çok özelliğe sahip olduğu gözlemlenmiştir. Dizinin olumsuz içeriklerinin de bulunmasına karşın, olumlu içeriklerinin yoğun olduğu Yalçın (367) tarafından yapılan araştırma ile de desteklenmektedir. Ancak incelenen dizilerde işlenen konular genel olarak değerlendirildiğinde; aile ve toplumsal ahlak yapısına uygun içeriklerin bulunmadığı gözlemlenmiştir. Model olarak sunulan karakterler genellikle eşlerini aldatmakta, gayri meşru çocuk sahibi olmakta, çarpık ilişkiler yaşamakta ve aile büyüklerine karşı saygısızca davranmaktadır. Ayrıca, dizi içeriklerinin gençler üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda; gayri meşru ilişkilerin aşk olarak ifade edilmesinin gençlerin yanlış algı ve tutum geliştirilmesine sebep olabileceğini düşündürmektedir. Örneğin; Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde Hızır karakteri, evli ve iki çocuk babası iken Nazlı karakteri ile gayri meşru ilişki yaşayıp çocuğu olmaktadır. Aradan geçen zaman ve olaylar sonucunda çocuk resmi nikahlı eş Meryem tarafından kabul edilmiş ve eve getirilmiştir. Daha sonra Hızır karakterinin, Ceylan karakteri ile de evlenmeden önce ilişki yaşadığı ve 24 yaşında bir oğlu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu genç de resmi nikahlı eş Meryem tarafından kabul edilmiştir. Kara Sevda dizisinde Nihan karakteri evlidir ve Kemal karakteri ile yaşadığı gayri meşru ilişki sonucunda çocuğu olmuştur. Nihan karakterinin kocası Emir karakteri de Kemal karakterinin kız kardeşi Zeynep ile

gayri meşru ilişki yaşaması sonucunda Zeynep karakteri hamile kalmıştır. Bu arada Zeynep karakteri, Nihan karakterinin ikiz kardeşi Ozan ile evlidir. Ozan karakterinin, çocuğun kendinden olmadığını öğrenmesi üzerine, eşi Zeynep karakteri tarafından yastıkla boğularak öldürülmüş ve Zeynep karakteri yaşadığı stresten dolayı çocuğunu düşürmüştür. Emir karakterinin evliyken bir diğer gayri meşru ilişkisi ise sekreteriyledir ve sekreteri de Kemal karakterinin abisiyle evlidir. Nihan karakterinin annesi, ablasının nişanlısıyla yaşadığı gayri meşru ilişki sonucunda Nihan ve Ozan’a hamile kalmış ve ablasına durumu nikah günü itiraf ederek nişanlısıyla ayrılmalarına sebep olmuştur. Türlü entrikalar yaşanmış ve aradan geçen yıllar ve Ozan’ın öldürülmesi sonucunda iki kız kardeş birbirini affetmiştir. Poyraz Karayel dizisinde Poyraz karakteri ve Ayşegül karakteri gayri meşru ilişki yaşamış, Ayşegül karakteri hamile kalmış ve çocuğu Poyraz karakterinin babasının tuttuğu bir doktor tarafından şantaj zoruyla kürtaj yaptırılmıştır. Ayşegül karakteri, Poyraz karakterinin öldüğünü düşünüp Çınar karakteriyle sahte bir evlilik yapmış, ancak Poyraz’ın ölmediğini öğrendikten sonra yeniden ilişki yaşamaya başlamışlardır. Ayşegül karakterinin abisi Sadrettin evlidir ve çocuğu olmamaktadır. Mafyanın başında olan babası torun istediği için eşi Songül başkasından hamile kalarak çocuk doğurmuştur. Sadrettin karakterinin çocuğun kendisinden olmadığını öğrenmesi üzerine eşi Songül tarafından ayarlanan İpek karakteriyle bir süre gayri meşru ilişki yaşamıştır. Daha sonra Poyraz’ın eski eşi Begüm karakteriyle ilişki yaşamıştır. Songül karakteri ise yarım bıraktığı üniversiteye geri dönmüş ve orada tanıştığı bir öğrenci ile gayri meşru ilişki yaşamaya başlamıştır. Aşk Yeniden dizisinde Zeynep karakteri ve Fatih karakteri gayri meşru bir ilişki yaşamakta ve ailelerine evli oldukları yalanını söylemektedir. Aradan geçen uzun süre sonunda gerçekten evlenip çocuk sahibi olmuşlardır. The Walking Dead dizisinde Lori karakteri, Rick karakteriyle evlidir. Rick ve Shane ortaklırlar. Lori karakteri ve Shane karakteri gayri meşru bir ilişki yaşamaktadır. Game of Thrones dizisinde kardeş olan Jaime ve Cersei karakterleri enstest ilişki yaşamakta olup üç çocuğa sahiptir. Kardeşlerin bu ilişki durumu dizide “birbirlerine aşık” olarak gösterilmektedir. Kırgın Çiçekler dizisinde Eylül karakteri üvey babası Kemal karakterinin sürekli tacizine uğramakta ve tecavüze yeltenme sahneleri fazlaca gösterilmektedir. Dizilerde aldatma, gayri meşru ilişki yaşama, gayri meşru çocuk sahibi olma, zinanın “normal” olarak gösterilmesi, temanın “aşk”

ile verilmesi, yapılanların affedilmesi, eşlerin bağışlanması ve nikahsız doğan çocukların kabul görmesi sonucunda Türk aile yapısı ve değerlerinin yıpranacağı düşünülmektedir. Tablo 4.51., Tablo 4.52., Tablo 4.53. ve Tablo 4.54.'ten elde edilen sonuçlar, olumsuz olarak nitelendirilebilecek içeriklerin çok daha yoğun olduğunu göstermektedir. RTÜK 2015 yılı şikayet istatistikleri incelendiğinde de; 82.922 şikayette bulunulduğu, bu şikayetlerin en çok “Dizi Filmler” türü hakkında olduğu (%23.86 oranla) ve şikayetlerin “Genel Ahlak, Manevi Değerler ve Ailenin Korunması İlkesine Aykırılık” inceleme kriterinde olduğu açıklanmıştır (368). Dizi içeriklerinin en fazla şikayet oranına sahip olması durumu; halkın aile değerlerini ve aile yapısını koruma çabası olarak ele alınabileceği gibi bu yapımların en fazla reytinge sahip olması durumunun da bir çelişki olarak karşımıza çıktığı ifade edilebilir.

5.2.5. Dil Gelişimi

Hem 10-14 hem de 15-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerde argo sözcüklerin kullanıldığı (%43 ve %45) içeriklerin en yüksek oranda olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 4.55. ve Tablo 4.56.). 10-14 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin %21’inde anlatımda, ağız ve şive özelliklerinin kullanımı da yüksek oranda bulunmaktadır. İçeriklerde yer alan argo sözcüklere; lavuk, it, manyak, metres, korkak, hain, mal, aptal, hayvan, gerizekalı, hıyar, çatlak, şerefsiz, ayı, haysiyetsiz, oha, deli, beceriksiz, salak, iğrenç insan, fitne, ahmak, soysuz, çirkef ve köpek örnek olarak gösterilebilir. Yapılan araştırmalar da (30, 188), dizilerde ya da filmlerde kullanılan konuşma dilinin argo içerikli, şiveli olduğunu ve bu durumun da çocuk ve gençlerin dil gelişimlerini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca her iki tablo incelendiğinde; erkeklerin maço tavırlı konuşma şeklinin vurgulandığı (%12 ve %12), anlatımda anlaşılması zor ifadelerin kullanıldığı (%6 ve %11), çocuğun anlamayacağı türden karmaşık cümle yapılarını içeren (%4 ve %8) ve Türkçe dışındaki dillerin üstünlüğünün vurgulandığı (%3 ve %5) içeriklerin orta düzeyde bulunduğu ve Türkçe olmayan uydurulmuş kelimeler/ifadelerin kullanıldığı (%3 ve %4), karakterlerin dil kullanımlarının sosyal ayrışmayı besleyecek şekilde verildiği (%1 ve %2), kızların maço tavırlı konuşma şeklinin üstünlüğünün vurgulandığı (%5 ve %0), büyü dilinin kullanıldığı (%0 ve %2) ve İngilizce dışında farklı bir dilin kullanıldığı (%0 ve %3) içeriklerin bulunmadığı ve/veya yüzdesel olarak bir anlam

ifade etmediği görülmektedir (Bkz. Tablo 4.55. ve Tablo 4.56.). Dizi içeriklerinde Türkçe olmayan uydurulmuş kelimeler/ifadelere; Nörom, canistan, canom, aşkoşkom, ben öperce ve kardo gibi ifadeler örnek olarak verilebilir.

Ayduttu (369)'ya göre diziler gençleri etkilemekte ve dizilerde kullanılan yanlış dil, günlük konuşma diline de yansımaktadır. Gençlerin dizilerdeki konuşma şeklini taklit ettikleri (190), televizyonun tekrar etme durumunun fazla olması nedeniyle hataların konuşma dilinde kalıcı hale getirme etkisinin olduğu (185), ana dilin öğrenilmesinde televizyonun diğer her şeyin önüne geçtiği (370) ve kelime dağarcığını geliştirdiği (179) araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır. Şubatlı ve arkadaşları (371) tarafından yapılan araştırma sonucunda; gençlerin izledikleri film ve dizilerin kahramanlarına benzemeye çalıştıkları, aile ortamında ve okulda akran grupları içerisinde model aldıkları kahramanlara özgü davranışlar sergileyip konuşma dili geliştirdikleri saptanmıştır. Şuataman (372) tarafından dizilerin Türkçe'ye gereken özeni göstermediği, yabancı ifadelerin sıklıkla kullanıldığı, dil kullanım hatalarının fazla olduğu ve bunların dilimizin yapısını bozduğu belirtilmekte olup, önemli olan durumun ise; gençlerin dizilerde kullanılan dili doğru olarak algılamaları, dil kullanım hatalarından rahatsızlık duymamaları ve günlük konuşma dillerinde repliklere sıkça yer vermeleri olduğu belirtilmektedir. Kavalcı Göktepe (373) lise öğrencilerinin izledikleri dizilerin günlük dile yansımalarını incelemiş ve gençlerin duygu ve düşüncelerini ya da duygusal tepkilerini ifade ederken takip ettikleri dizilerde kullanılan pek çok kelime, kelime grubu, sıfat ve cümleyi kullandıkları sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca öğrencilerle yaptığı görüşmeler sırasında öğrencilerin dizilerdeki dilden etkilendiklerini ve dizilerden öğrenerek kullandıkları kelimeler/cümleler olduğunu belirtmiştir. Bu kullanım durumunun gençler tarafından farkında olmadan gerçekleştiği araştırmacı tarafından vurgulanmaktadır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

10-18 yaş arası gençlerin izledikleri dizilerin içeriklerinin incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırma iki aşamadan oluşmaktadır. Araştırmanın birinci aşamasında; gençlerin izledikleri diziler ve televizyon izleme alışkanlıkları ile ilgili sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmanın birinci aşama sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde; tercih edilen boş zaman etkinlikleri açısından cinsiyetler arasında farklılık olmadığı söylenebilir. Bu yorum diğer araştırmacıların (253) yorumları ile de tutarlıdır. Benzer çalışmalarla (254, 255, 257, 258, 262) uyumlu olarak, gençlerin en çok tercih ettikleri etkinlikler; bilgisayarda vakit geçirmek, televizyon izlemek ve kitap okumak olarak sıralanabilir. Kitap okuma oranlarının düşük olduğuna yönelik genel algının aksine, kitap okumanın kızlarda en çok tercih edilen etkinlik olarak ikinci sırada ve erkeklerde ise üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Gençlerin spor ve müzik gibi etkinlikleri daha az tercih ettikleri söylenebilir. Bu değerlendirme, son dönemde yaygın olan gençlerin spor, kültür ve sanat etkinliklerine katılımlarının düşük olduğu yönündeki genel kanı ile de tutarlıdır. Bunun yanı sıra, ders çalışmak ve test çözmek gibi akademik etkinliklerin gençler tarafından boş zaman etkinliği olarak değerlendirildikleri görülmektedir. Gençlerin bu algılarında akademik başarının toplumsal bir beklenti olarak ön sırada gelmesinden kaynaklandığı düşünülebilir. Bu araştırma sonuçları, diğer birçok çalışmada (26, 277, 278, 279) da iddia edildiği gibi, gençlerin günde ortalama iki saatlerini televizyon izlemeye ayırdıklarını göstermektedir. Ayrıca bu sürenin dizi izleyerek geçirildiği görülmüştür. Bu durum gençlerin haftada en az 14 saatlerini televizyon karşısında geçirdiklerini düşünmemizi de sağlamaktadır.

10-14 yaş arası gençlerin yerli dizi, 15-18 yaş arası gençlerin de daha çok yabancı dizileri izlemeyi sevdikleri söylenebilir. Gençlerin en çok tercih ettikleri dizi türü; aksiyon, macera ve komedi olarak sıralanabilir. Dizileri sevme sebeplerinin de yüksek oranda eğlenceli/komik olması, gençlerin gülmeye ve rahatlamaya ihtiyaçları olduğunu; televizyon ve bilgisayarın da bu amaçla kullandıkları söylenebilir.

Genel olarak gençlerin en çok izledikleri dizi Diriliş “Ertuğrul”, en çok sevilen dizi oyuncusu da Diriliş “Ertuğrul”un başrol oyuncusu Engin Altan Düzyatan olarak belirlenmiştir. 10-14 yaş arası kızların en çok izledikleri dizi Kırallık Aşk ve en çok sevdikleri dizi oyuncusu Elçin Sangu, erkeklerin en çok izledikleri dizi Diriliş

“Ertuğrul”, en çok sevdikleri dizi oyuncusu Engin Altan Düzyatan iken; 15-18 yaş arası hem kızların hem de erkeklerin en çok izledikleri dizi Diriliş “Ertuğrul” ve en çok sevdikleri dizi oyuncusu da Engin Altan Düzyatan olarak belirlenmiştir. Bu sonuç ile gençlerin, izledikleri dizilerden etkilendikleri ve başrol oyuncularını sevdikleri söylenebilir.

Araştırmanın ikinci aşaması sonucunda gençlerin izledikleri dizilerin gelişim alanlarına göre içerikleri incelenmiştir. İkinci aşamanın sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde; dizilerde sosyal ve duygusal gelişim alanına yönelik içeriklerin çok fazla olduğu söylenebilir. Sosyal ve duygusal gelişim alanında sorumluluk, yardımseverlik, sevgi, liderlik, dostluk ve doğruluk gibi iyi ve olumlu duyguları geliştiren içerikler ile öfke/şiddet, hayal kırıklığı, tehdit, rekabet, yalan söyleme ve intikam duygusunu geliştirici içeriklerin benzer oranlara sahip olmalarının çelişkili bir sonuç olarak karşımıza çıktığı ifade edilebilir.

Sosyal duygusal gelişim alanı sonrasında şiddet içeriklerinin, sonrasında da bilişsel/algısal gelişim ve model alma içeriklerinin yoğun olduğu görülmektedir. Fiziksel gelişim alanına yönelik içeriklerin ise yüzdesel olarak bir anlam ifade etmediği belirlenmiştir. Çocukların sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler içerisinde gösterildiği içeriklerin bulunmaması, içinde bulundukları gelişim özellikleri nedeniyle olumsuz bir durum olarak belirtilebilir. Yapılan araştırmalar (51, 124, 373) gençlerin izledikleri dizilerden etkilendiklerini ortaya koymuştur. Bu nedenle yapılacak yeni sezon dizileri arasında fiziksel aktivitenin ve hareketli yaşamın öneminin vurgulandığı, spor yapmayı ve sporcuyu sevdiren ve spor dallarını öğreten dizilerin de bulunmasının, olumlu ve iyi modellerin sunulması açısından önemli olduğu söylenebilir. Bu açıdan olumlu bir gelişme olarak yeni sezonda basketbol, boks ve dövüş alanlarında üç spor dizisinin başlayacağı da açıklanmıştır (374). Yukarıda belirtilen durumlar göz önünde bulundurulduğunda, spor dizilerinin, olumlu ve iyi içeriklerin fazla bulunması koşuluyla, fiziksel aktivite ve sporun gençlerin hayatında olması açısından atılan önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

Dizi içeriklerinde iyi ve olumlu içeriklere nazaran olumsuz içeriklerin yoğun olması, genellikle şiddet, dram ve çaresizlik temalarının işlenmesi, suç işlemenin sorun çözme yöntemi olarak kullanılması, işlerin yasal yollarla

çözülmemesi, aile kurumu ve değerlerinin önemsenmemesi ve devlet kurumlarının itibarsızlaştırılması, dizilerin olumsuz etkileri olarak değerlendirilebilir. Elde edilen sonuçlara göre; olumsuz içeriklerin oranlarının, iyi ve olumlu içeriklerin oranlarına göre daha fazla olduğu söylenebilir. Böylelikle elde edilen bu sonuçlar, dizilerin olumsuz içeriklerinin olduğu genel kanısının bilimsel verilerle ortaya konulmasına imkan sağlamıştır.

İncelenen yerli diziler genel olarak değerlendirildiğinde; başarı, çalışma ve azmetme hikayelerinin hiç olmadığı söylenebilir. Gençlere; başarılı olmalıyım, çabalarsam iyi sonuçlar elde edebilirim, hayat ne kadar zor olursa olsun mücadele edersem üstesinden gelebilirim ve hayatımı değiştirebilirim bakış açısını kazandırarak özgüven veren içeriklerin olduğu yapımlara ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu nedenle; verilen mesajların ve içeriklerin mutlaka kontrol edilmesi ve verilen mesajların çoğunluğunu olumsuz içeriklerin oluşturmamasına dikkat edilmesi gerektiği önerilebilir. Birinci araştırma sonucunda belirlenen ve gençlerin en çok izledikleri yabancı diziler genel olarak değerlendirildiğinde ise; çalışırsan başarılı olursun, birlikte hareket edersen kazanırsın, devlet her zaman arkadadır ve sana sahip çıkar, kahramanlar mutlaka ödüllendirilir, kötüler ve kötülükler mutlaka cezalandırılır, hep başarıya ulaşılır, her hikaye mutlaka iyi şekilde sonuçlanır ve hikayede iyi şeylerin yapılması için adımlar atılır mesajlarının çok daha yoğun olduğu söylenebilir. İncelenen yabancı dizilerin hepsinin bir konusu olduğu ve bu konudan sapmadıkları da gözlemlenmiştir. İyi karakterler hep iyi, iyi olmayan karakterler de hep kötüdür. Geneli de kahramanlık hikayesidir. Çoğu dizide karakterlerin fantastik olmasına karşın, yine başarı ve haklıdan yana olma mesajları yoğun olarak işlenmiştir. Özel güçlere sahip kahramanlar yine özel güçlere sahip diğer kötü kahramanlarla mücadele etmekte, sonuçta başarılı olmakta ve kötüler cezalandırılmaktadır. Ancak bu dizilerde de şiddet, korku-kaygı verici görüntüler ve uygun olmayan cinsel mesajların yoğun olması sebebiyle içerik açısından mutlaka kontrol edilmesi gerektiği söylenebilir. Dizilerde verilen hak, adalet ve savunma gibi mesajların gençler tarafından bu dizilerin tercih edilmesinde etkili olduğu düşünülmektedir. Gençlerin içinde bulundukları ahlak gelişimi ve soyut düşünme dönemi göz önünde bulundurulduğunda, bu kavramların gençler için önemli olduğu söylenebilir.

Yapılan araştırma ile, programcılarının ve dizi yapımcılarının, dizilerin içeriği ve gençlere olası etkileri hakkında bilimsel açıdan geri bildirimde bulunulmasına yardımcı olduğu da düşünülmektedir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda;

1. Gençlerin ekran başında geçirdikleri vakit ve boş zamanlarında yaptıkları etkinlikler dikkate alındığında, fiziksel gelişimin hızlı olduğu dönemde bulunmaları ve fiziksel aktivite yapmamaları sebebiyle, fiziksel aktivitenin öneminin vurgulanmasının faydalı olduğu düşünülmektedir.
2. Gençlerin izledikleri dizilerin şiddet içeriğinin yoğun olmasından dolayı, öğretmenlerin medya okur-yazarlığı konusunda çeşitli etkinlikler yaptırarak gençlerin bilinçlenmesine katkı sağlamalarının önemli olduğu düşünülmektedir.
3. Velilerin bu konuda bilinçlenmesine yönelik çalışmalar planlanabilir. Velilerin, çocuklarının ve kendilerinin dizi izleme alışkanlıklarını gözden geçirmeleri ve dizilerin içeriklerine dikkat etmeleri konusunda toplumsal mesajlar verilebilir.
4. Yapılan inceleme sırasında bazı dizilerin içerikleri ile kullanılan akıllı işaretlerin zaman zaman uyumsuzlukları olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle dizilerin akıllı işaretler konusunda yeniden değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

7. KAYNAKLAR

1. Mutlu, E. Televizyon ve toplum. Ankara: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu; 1999.
2. Pembecioğlu N. TRT çocuk/çocuklar için eğitim hedeflerinin eğlenceli içeriğe dönüşmesi sürecinin araştırılması. Yavuzer H, Şirin, MR, editörler. I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi; 14-15 Kasım 2013; İstanbul. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları; 2013. s.473-511.
3. Signorielli N. Aging on television: message relating to gender, race, and occupation in prime time. Journal of Broadcasting and Electronic Media. 2004;48(2):279-301.
4. Özer, Ö. Yetiştirme kuramı: Televizyonun kültürel işlevlerinin incelenmesi [Doktora Tezi]. Ankara: Ankara Üniversitesi; 2004.
5. Ayaşlı Z. Televizyonun popüler kültürü oluşturma ve yayma etkisi [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul: Maltepe Üniversitesi; 2006.
6. Kalan GÖ. Medya okuryazarlığı ve okul öncesi çocuk: Ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci üzerine bir araştırma. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi. 2010;1(39):59-73.
7. Gürün OA. Çocuğumuzu tanıyalım. İstanbul: İnkılap Yayınevi; 1984.
8. Sayın Ö. Aile ortamında televizyonun çocuğun toplumsallaşmasındaki tek yönlü belirleyiciliği. İletişim Ortamlarında Çocuk Birey Sempozyumu; 13-15 Nisan 1999; Eskişehir. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
9. Karacoşkun MD. Televizyon yayınlarının çocuk ve gençler üzerindeki olumsuz etkileri. Somuncu Baba Dergisi. 2006;185(67):52-58.
10. Aral N, Aktaş Y. Çocukların televizyon ve diğer etkinliklere harcadıkları sürenin incelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 1997;13:99-105.
11. Büyükbaykal G. Televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri. İletişim Fakültesi Dergisi. 2007;28:31-44.
12. Akyüz E. Çocuğun bilgi edinme ve zararlı yayınlara karşı korunma hakkı. Yavuzer H, Şirin MR, editörler. I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi; 14-15 Kasım 2013; İstanbul. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları; 2013. s.115-132.
13. Mutlu E. Globalleşme, popüler kültür ve medya, Ankara: Ütopya Yayınevi; 2005.
14. Wake M, Hesketh K, Waters E. Television, computer use and body mass index in australian primary school children. J. Paediatric Child Health. 2003;39:130-134.

15. Batmaz V, Aksoy A. Türkiye’de televizyon ve aile. Ankara: T.C. Başbakanlık Aile ve Araştırma Kurumu; 1995.
16. Erjem Y, Çağlayanereli M. Televizyon ve gençlik: Yerli dizilerin gençlerin model alma davranışı üzerindeki etkisi. Sosyal Bilimler Dergisi. 2006;30(1):15-30.
17. Milli Eğitim Bakanlığı Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı. Öğrencilerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları. [İnternet] 2008 [Erişim Tarihi 10 Ocak 2016]. Erişim adresi: http://www.meb.gov.tr/earged/earged/TV_izleme.pdf
18. RTÜK. İlköğretim çağındaki çocukların televizyon izleme alışkanlıkları kamuoyu araştırması [İnternet] 2006 [Erişim Tarihi 15 Ocak 2016]. Erişim adresi: www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=57ce5022-fd71-442a-6567ae4a9e9b
19. Arslan A. Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. Journal of Human Sciences. 2006;1(1):1-12.
20. Akbulut N. Televizyon çocukları. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 2001;11:363-367.
21. Groebel J. The UNESCO global study on media violence. Study for UNESCO. Paris; 1998.
22. Balıkçioğlu B, Volkan P. Sosyal medya, televizyon ve akran iletişiminin materyalizm ve gösteriş tüketimi üzerindeki etkisi: tüketici sosyalleşmesi perspektifi. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2016;13(35):299-319.
23. Zorlu Y. Medyadaki şiddet ve etkileri. Humanities Sciences. 2016;11(1):13-32.
24. Karaca A, Turnagöl HH. Çalışan bireylerde üç farklı fiziksel aktivite anketinin güvenilirliği ve geçerliği. Spor Bilimleri Dergisi. 2007;18(2):68-84.
25. Cesur S, Paker O. Televizyon ve çocuk: Çocukların tv programlarına ilişkin tercihleri. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. 2007;6(19):106-125.
26. Aksaçoğlu AG, Yılmaz B. Öğrencilerin televizyon izlemeleri ve bilgisayar kullanmalarının okuma alışkanlıkları üzerine etkisi. Türk Kütüphaneciliği. 2007;21(1):3-28.
27. Weintraub Austin E, Pinkleton BE. The viability of media literacy in reducing the influence of misleading media messages on young people’s decision-making concerning alcohol, tobacco, and other substances. Current Addiction Reports. 2016;3(2):175-181.
28. Mastro DE, Sink AC. Phenotypically bias on television? A quantitative content analytic examination of primetime programming. Cepeda M, Casillas D, editors.

- The Routledge Companion to Latina/o Media. New York: Routledge Press; 2016.
29. Çaplı B. Televizyon karşısında çocuk: Türkiye örneği. Onur B., Editör. 3. Ulusal Çocuk Kültürü Kongresi: Dünyada ve Türkiye’de Değişen Çocukluk; 16-18 Ekim 2000; Ankara: Çocuk Kültürü Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları; 2001. s.215-228.
 30. American Academy of Pediatrics Committee on Public Education. Children, Adolescents, and Television. *Pediatrics*.2001;107(2): 423-426
 31. Perloff RM. The third-person effect. Bryant J, Zillmann D, editors. *Media effects: Advances in theory and research*. New York: Routledge Press; 2002.
 32. Nabi RL. The SAGE handbook of media processes and effects. Oliver MB, editor. Thousand Oaks, CA: Sage; 2009.
 33. Gerbner G, Gross L. Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*. 1972;26(2):172-194.
 34. Gerbner G, Gross L, Jackson-Beeck M, Jeffries-Fox S, Signorielli N. Cultural indicators violence profile no. 9. *Journal of Communication*. 1978;28(3):176-207.
 35. Cohen J, Weimann G. Cultivation revisited: some genres have some effects on some viewers. *Communication Reports*. 2000;13(2):99-114.
 36. Gerbner G, Gross L, Morgan M, Signorielli N, Shanahan J. Growing up with television: Cultivation processes. Bryant J, Zillmann D, editors. *Media effects: Advances in theory and research*. New York: Routledge Press; 2002.
 37. Morgan M, Shanahan J. Comparative cultivation analysis television and adolescents in argentina and taiwan. *Mass media effects across cultures*. Korzenny F, Ting-Toomey S, editors. Newbury Park CA: Sage Publication; 1992.
 38. Hawkins RP, Pingree S. Television's influence on social reality. *Mass communication review yearbook*. 1983;5:53-76.
 39. Gerbner G. Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*. 1998;3(4):175-194.
 40. Morgan M, Shanahan J. The State of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2010;54(2):337-355.
 41. Gerbner G, Gross L, Morgan M, Signorielli N. Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on media effects*. Bryant J, Zillman D, editors. Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates; 1986.
 42. West R, Turner LH. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Fourth Edition. New York, NY: McGraw Hill Education; 2014.

43. Gerbner G. The politics of media violence: some reflections, in Mass Communication Research: On problems and policies. The art of asking the right questions. Halloran JD, Hamelink CJ, Linne O, editors. Norwood NJ: Ablex; 1994.
44. Gerbner G, Gross L, Signorielli N, Morgan M. Aging with television: Image on television drama and conceptions of social reality. *Journal of Communication*. 1980;30:37-47.
45. Gerbner G, Gross L, Morgan M, Signorielli N. The mainstreaming of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*. 1980;30(3):10-29.
46. DeMars TR. Modeling behavior from images of reality in television narratives. USA: The Edwin Mellen Press, Ltd; 2000.
47. Hawkins RP, Pingree S, Alter I. Searching for cognitive processes in the cultivation effect: Adult and adolescent samples in the United States and Australia. *Human Communication Research*. 1987;13(4):553-557.
48. Wyer, RS. Unverzagt, WU. Effects of instructions to disregard information on its subsequent recall and use in making judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1985;48(3):533-549.
49. Potter WJ. A critical analysis of cultivation theory. *Journal of Communication*. 2014;64(6):1015–1036.
50. Morgan M, Shanahan J. Television and its viewers: Cultivation theory and research. United Kingdom: Cambridge University Press; 1999.
51. Griffin E. Communication communication communication. 8th edition. New York: McGraw-Hill; 2012.
52. Morgan, M. A different road of taken. Lent JA editör. The Critical Contribution of George Gerbner. WestviewPress; 1995.
53. Perse ME. Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research. Signorielli N, Morgan M, editors. Cultivation and involvement with local television news. Sage Publication; 1990.
54. Moon K, Blaney J. Cultivation theory definition. Final paper [Internet]. 2007 [Erişim Tarihi 25 Aralık 2016]. Erişim adresi: <https://pdfs.semanticscholar.org/dfd4/ca391731cdd56871e4e6c9efc0d8d0786136.pdf>
55. Potter WJ. Cultivation theory and research. *Human Communication Research*. 1993;19(4):564-601.
56. Shrum LJ. Processing strategy moderates the cultivation effect. *Human Communication Research*. 2001;27(1):94-120.

57. Bushman BJ, Huesmann LR. Short-term and long-term effects of violent media on aggression in children and adults. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*. 2006;160(4):348-352.
58. Kottak CP. *Prime-time society: An anthropological analysis of television and culture*. Routledge; 2016.
59. Greenfield PM. *Mind and media: The effects of television, video games, and computers*. New York: Psychology Press; 2014.
60. Dominick, JR. *The dynamics of mass communication*. New York: McGraw-Hill; 1990.
61. McQuail D, Windahl S. *Communication models for the study of mass communication*. London: Longman; 1993.
62. Hammermeister J, Brock B, Winterstein D, Page R. Life without TV? Cultivation theory and psychosocial health characteristics of television-free individuals and their television-viewing counterparts. *Health communication*. 2005;17(3):253-264.
63. Evra JV. *Television and child development*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum; 1990.
64. Communication Theory [Internet] 2012 [Erişim Tarihi 18 Ekim 2016]. Erişim adresi: <http://communicationtheory.org/cultivation-theory/>
65. Bandura A. Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*. 1977;84(2):191-215.
66. Bandura A. Social cognitive theory of mass communication. Bryant J, Oliver MB editors. *Media effects: advances in theory and research*. New York: Routledge; 2002.
67. Bandura A. *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall; 1986.
68. Bandura A, Ross D, Ross SA. Imitation of film-mediated aggressive models. *J.Abnorm. Soc. Psychol*. 1963;66:3-11.
69. Bandura A. Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*. 2001;3(3):265-299.
70. Parraga IM. Determinants of food consumption. *Journal of American Dietetic Association*. 1990;90:661-663.
71. Glanz K, Rimer BK, Lewis FM. *Health behavior and health education. theory, research and practice*. San Fransisco: Wiley & Sons; 2002.
72. Bandura A. *Self-efficacy: the exercise of control*. New York: Freeman; 1997.

73. Bussey K, Bandura A. Social cognitive theory of gender development and differentiation. *Psychology Review*. 1999;106:676-713.
74. Pajares F, Schunk DH. Self-beliefs and school success: Self-efficacy, self-concept, and school achievement. *Self-perception*. Riding R, Rayner S, editors. London: Ablex Publishing; 2001.
75. Charles CM. Öğretmenler için Piaget ilkeleri. 2. Baskı. Ankara: Anı Yayıncılık; 1999.
76. Bacanlı H. Gelişim ve öğrenme. Ankara: Nobel Yayınları; 2005.
77. Yapıcı Ş, Yapıcı M. Çocukta bilişsel gelişim. *Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi*. 2006;6(1):1-3.
78. Ertürk YD, Akkor Gül A. Çocuğunuzu televizyona teslim etmeyin. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım; 2006.
79. San Bayhan P, Artan İ. Çocuk gelişimi ve eğitimi. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları; 2004.
80. Bülbül AR. İletişim ve etik. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım; 2001.
81. Öktem F, Sayıl M, Çelenk Özen S. RTÜK Görsel-işitsel programların sınıflandırılması sisteminin geliştirilmesi ve küçüklerin korunmasına yönelik simgelerin benimsenmesi: Akıllı işaretler sınıflandırma sistemi. Ankara: RTÜK Yayınları; 2006.
82. Wade C, Tavis C. *Psychology*. Second Edition. New York: Harper and Row; 1990.
83. Woolfolk AE. *Educational psychology*. Boston: Allyn and Bacon; 1993.
84. Arı R. Eğitim psikolojisi gelişim ve öğrenme. 5. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım; 2010.
85. Uğur Tanrıöver H. Vadi'de büyüyen erkek çocuklar. *Medya ve Çocuk Rehberi*. Giritli İnceoğlu Y, Akıner N, editörler. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları; 2008.
86. Turam E. Televizyonla yetişen nesil ekranaltı çocukları. İstanbul: İrfan Yayıncılık; 1996.
87. RTÜK. Televizyon izleme eğilimleri araştırması [İnternet] 2012 [Erişim Tarihi 25 Haziran 2016]. Erişim adresi: www.rtuk.org.tr/Icerik/DownloadReport/13 adresinden erişildi.
88. American College of Pediatricians. The Impact of media use and screen time on children, adolescents and families. [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 01 Kasım 2016]. Erişim adresi: <https://www.acped.org/the-college-speaks/position-statements/parenting-issues/the-impact-of-media-use-and-screen-time-on-children-adolescents-and-families>

89. Zimmerman FJ. Children's media use and sleep problems: Issues and unanswered questions. Research Brief, Kaiser Family Foundation. 2008.
90. Öcel N. İletişim ve çocuk: İletişim ortamlarında çocuk ve reklam iletişimi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları; 2002.
91. Uskun E, Öztürk M, Kişioğlu AN, Kırbıyık S. İlköğretim öğrencilerinde obezite gelişimini etkileyen risk faktörleri. SDÜ Tıp Fakültesi Dergisi. 2005;12(2):19-25.
92. Klesges RC, Shelton ML, Klesges LM. Effects of television on metabolic rate: Potential implications for childhood obesity. Pediatrics. 1993;91:281-286.
93. Vandewater EA, Shim M, Caplovitz AG. Linking obesity and activity level with children's television and video game use. Journal of Adolescence. 2004;27:71-85.
94. Ballard KD. Media habits and academic performance: elementary and middle school students' perceptions. ERIC. 2003;1-21.
95. Braithwaite I, Stewart AW, Hancox RJ, Beasley R, Murphy R, Mitchell EA. The worldwide association between television viewing and obesity in children and adolescents: cross sectional study. PloS one. 2013;8(9):1-8.
96. Anderson DR, Huston AC, Schmitt KL, Linebarger DL, Wright JC. Early childhood television and adolescent behavior: The Recontact study. Monographs of the Society for Research in Child Development. 2001;66(1):154-162.
97. Anderson DR, Pempek TA. Television and very young children. The American Behavioral Scientist. 2005;48(5):505-522.
98. Rey-Lopez JP, Vicente-Rodríguez G, Biosca M, Moreno LA. Sedentary behaviour and obesity development in children and adolescents. Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases. 2008;18(3):242-251.
99. American Academy of Pediatrics Committee on Public Education. Sexuality, contraception, and the media. Pediatrics. 2001;107(1):191-194.
100. Buckingham D, Bragg S. Young people, sex and the media: the facts of life? New York: Palgrave Macmillan; 2004.
101. Collins R. Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior. Pediatrics. 2004;144(39):280-289.
102. Escobar-Chaves SL, Tortolero SR, Markham CM, Low BJ, Eitel P, Thickett P. Impact of the media on adolescent sexual attitudes and behaviors. Pediatrics. 2005;116(1):303-326.
103. Manlove J, Moore K. Sex Between Young Teens and Older Individuals: A Demographic Portrait. Child Trends Research Brief; 2005.

104. O'Hara RE, Gibbons FX, Gerrard M, LZ, Sargent JD. Greater exposure to sexual content in popular movies predicts earlier sexual debut and increased sexual risk taking. *Psychol Sci.* 2012;23(9):984-993.
105. Ybarra ML, Strasburger VC, Mitchell KJ. Sexual media exposure, sexual behavior, and sexual violence victimization in adolescence. *CLIN PEDIATR.* 2014;53:1239-1247.
106. Christakis DA, Zimmerman FJ, et al. Early television exposure and subsequent attentional problems in children. *Pediatrics.* 2004;113:708-713.
107. Swing EL, Gentile DA, et al. Television and video game exposure and the development of attention problems. *Pediatrics.* 2010;126:214-221.
108. Uhls YT, Michikyan M, Morris J, Garcia D, Small GW, Zgourou E, Greenfield PM. Five days at outdoor education camp without screens improves preteen skills with nonverbal emotion cues. *Computers in Human Behavior.* 2014;39:387-392.
109. Brown JD, Bobkowski PS. Older and newer media: patterns of use and effects on adolescents' health and well-being. *J Res Adolesc.* 2011;21(1):95-113.
110. Primack BA, Kraemer KL, Fine MJ, Dalton MA. Media exposure and marijuana and alcohol use among adolescents. *Subst Use Misuse.* 2009;44(5):722-39.
111. Collins RL, Martino SC, Elliott MN, Miu A. Relationships between adolescent sexual outcomes and exposure to sex in media: robustness to propensity-based analysis. *Dev Psychol.* 2011;47(2):585.
112. Siegel M, Ross CS, Albers AB, DeJong W, King III C, Naimi TS, et al. The relationship between exposure to brand-specific alcohol advertising and brand-specific consumption among underage drinkers—United States, 2011–2012. *The American journal of drug and alcohol abuse*; 2015.
113. Scull TM, Kupersmidt JB, Parker AE, Elmore KC, Benson JW. Adolescents' media-related cognitions and substance use in the context of parental and peer influences. *J Youth Adolesc.* 2010;39(9):981-998.
114. Austin EW, Pinkleton BE, Chen Y, Austin BW. Processing of sexual media messages improves due to media literacy effects on perceived message desirability. *Mass Commun Soc.* 2015;18(4):399-421.
115. Mutlu E. *Televizyonu anlamak.* Ankara: Gündoğan Yayınları; 1991.
116. Halberstaadt A, Denham S, Dunsmore J. Affective Social Competence. *Social Development.* 2001;79: 79-119.
117. Dorr A. Television and affective development and functioning in television and behavior: ten years of scientific progress and implications for the eighties. *Pearl*

- D, Bouthilet L, Lazar J editors. Washington D.C.: U.S. Government Printing Office, 1982.
118. Deutsch F. Observational and sociometric measures of peer popularity and their relationship of egocentric communication in female preschoolers. *Developmental Psychology*. 1974;10(5):745–747.
 119. Hayes D, Casey D. Young children and television: the retention of emotional reactions. *Child Development*. 1992;63(6):1423–1436.
 120. Huston A, Wright J, Alvarez M, Truglio R, Fitch M, Piemyat S. Perceived television reality and children's emotional and cognitive responses to its social content. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 1995;16:231–251.
 121. Knowles A, Nixon M. Children's comprehension of a television cartoon's emotional theme. *Australian Journal of Psychology*. 1990;42(2):115-121.
 122. Weiss A, Wilson B. Emotional portrayals in family television series that are popular among children. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 1996;40(1):1-29.
 123. Coats EJ, Feldman S. The role of television in the socialization of nonverbal behavioral skills. *Basic and Applied Social Psychology*. 1995;17:327-341.
 124. Calvert S, Kotler J. Lessons from children's television: The impact of the children's television act on children's learning. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 2003;24:275-335.
 125. Weiss A, Wilson B. Children's cognitive and emotional responses to the portrayal of negative emotions in family-formatted situation comedies. *Human Communication Research*. 1996;24:584-609.
 126. American Academy of Pediatrics Committee on Public Education. Media violence. *Pediatrics*. 2001;108(5):122-126.
 127. Önder A, Dağal BA. Okul öncesi çocukların annelerinin 'benimle oynar mısın?' çocuk programını kalite kriterlerine göre değerlendirmesi. II. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi; 4-6 Nisan 2005; İstanbul. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları; 2006. s.171-184.
 128. Eron LD, Huesmann LR. Adolescent aggression and television. *Ann. N. Y. Acad. Sci.* 1980;347:319-331.
 129. Anderson CA, Bushman BJ. Human aggression. *Annu. Rev. Psychol.* 2002;53:27-51.
 130. Johnson JG, Cohen P, Smailes EM, Kasen S, Brook JS. Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood. *Science*. 2002;295(5564):2468-2471.

131. Huesmann R, Moise-Titus J, Podolski CL, Eron LD. Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood:1977–1992. *Dev. Psychol.* 2003;39:201–221.
132. Gentile DA, Lynch PJ, Linder JR, Walsh DA. The effects of violent video game habits on adolescent hostility, aggressive behaviors, and school performance. *Journal of Adolescence.* 2004;27:5-22.
133. Kiewitz C, Weaver JB. Trait aggressiveness, media violence, and perceptions of interpersonal conflict. *Pers. Individ. Dif.* 2001;31:821–835.
134. Anderson CA, Carnagey NL, Flanagan M, Benjamin AJ, Eubanks J, Valentine JC. Violent video games: specific effects of violent content on aggressive thoughts and behavior. *Adv. Exp. Soc. Psychol.* 2004;36:200-251.
135. Carnagey NL, Anderson CA, Bushman BJ. The effect of video game violence on physiological desensitization to real-life violence. *J. Exp. Soc. Psychol.* 2007;43:489-496.
136. Krahé B, Möller I, Huesmann LR, Kirwil L, Felber J, Berger A. Desensitization to media violence: links with habitual media violence exposure, aggressive cognitions, and aggressive behavior. *J. Pers. Soc. Psychol.* 2011;100:630-646.
137. Reid P, Finchilescu G. The disempowering effects of media violence against women on college women. *Psychol. Women Q.* 1995;19:397-411.
138. Bushman BJ, Anderson CA. Violent video games and hostile expectations: a test of the general aggression model. *Pers. Soc. Psychol.* 2002;28:1679-1686.
139. Escobar-Chaves SL, Anderson CA. Media and risky behaviors. *Future Child.* 2008;18:147-180.
140. Martino SC, Collins RL, Kanouse DE, Elliott M, Berry SH. Social cognitive processes mediating the relationship between exposure to television's sexual content and adolescents' sexual behavior. *J. Pers. Soc. Psychol.* 2005;89(6):914-924.
141. Anderson CA, Berkowitz L, Donnerstein E, Huesmann LR, Johnson JD., Linz D, et al. The influence of media violence on youth. *Psychol. Sci. Public Interest.* 2003;4:81-110.
142. Bartholow, BD, Bushman BJ, Sestir MA. Chronic violent video game exposure and desensitization to violence: behavioral and event-related brain potential data. *J. Exp. Soc. Psychol.* 2006;42:532-539.
143. Drabman RS, Thomas MH. Exposure to filmed violence and children's tolerance of real life aggression. *Pers. Soc. Psychol.* 1974;1(1):198-199.

144. Molitor F, Hirsch KW. Children's toleration of real-life aggression after exposure to media violence: a replication of the Drabman and Thomas studies. *Child Study Journal*. 1994;24:191-207.
145. Konrath SH, O'Brien EH, Hsing C. Changes in dispositional empathy in American college students over time: a meta-analysis. *Pers. Soc. Psychol. Rev.* 2011;15:180-198.
146. Funk JB, Baldacci HB, Pasold T, Baumgardner J. Violence exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: is there desensitization? *Journal of Adolescence*. 2004;2:23-39.
147. Kapıcıoğlu İ. Üniversite öğrencilerinin şiddet algısı [Yüksek lisans tezi]. Konya: Selçuk Üniversitesi; 2008.
148. Paik H, Comstock G. The effects of television violence on antisocial behavior: a meta-analysis 1. *Commun. Res.* 1994;21:516-546.
149. Dill, KE, Dill JC. Video game violence: are view of the empirical literature. *Aggress. Violent Behav.* 1999;3:407-428.
150. Zillmann D, Weaver JB. Effects of prolonged exposure to gratuitous media violence on provoked and unprovoked hostile behavior1. *J. Appl. Soc. Psychol.* 1999;29:145-165.
151. Strasburger VC. Adolescents and the media: Medical and psychological impact. Thousand Oaks CA: Sage; 1995.
152. Willis E, Strasburger VC. Media violence. *Pediatr Clin North Am.* 1998;45:319-331.
153. Comstock GC, Strasburger VC. Media violence. *Adolesc Med.* 1993;4:495-509.
154. Federman J, National television violence study. vol 3. Seawell M editor. Thousand Oaks CA: Sage; 1998.
155. İnanlı MS. Televizyondaki çocuk programlarının beş-altı yaş çocukları için sözel şiddet ve anti sosyal sözcükler içerme durumunun incelenmesi [Yüksek lisans tezi]. Ankara: Gazi Üniversitesi; 2009.
156. Chan K, McNeal JU. Children's understanding of television advertising: a revisit in the chinese context. *Journal of Genetic Psychology.* 2004;165(1):28-36.
157. Christakis DA. The hidden and potent effects of television advertising. *Journal of American Medical Association.* 2006;295(14):1698-1699.
158. Feshbach ND, Dillman AS, Jordan TS. Children and television advertising: some research and some perspectives. *Journal of Clinical Child Psychology.* 1979; 8(1):26-30.

159. Greer D, Potts R, Wright JC, Huston AC. The effects of television commercial form and commercial placement on children's social behavior and attention. *Child Development*. 1982;53:611-619.
160. Levin SR, Petros TV, Petrellsa FW. Preschools' awareness of television advertising. *Child Development*. 1982;53:933-937.
161. Valkenburg PM, Buijzen M. Fear responses to media entertainment. Calvert, S, Wilson B, editors. *The handbook of children, media, and development*. Malden: Blackwell; 2008.
162. Larson MS. Gender, race, and aggression in television commercials that feature children. *ProQuest Education Journals Sex Roles*. 2003;48(1/2):67-75.
163. Buijzen M, Valkenburg PM. The effects of television advertising on materialism, parent-child conflict, and unhappiness: A review of research. *Applied Developmental Psychology*. 2003;24:437-456.
164. Nike "I Am Not a Role Model" commercial w/Charles Barkley – 1993 [İnternet] 1993 [Erişim Tarihi 19 Kasım 2016]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=4gqk4WPnrm>
165. Chen JL, Kennedy C. Cultural variations in children's coping behavior, TV viewing and family functioning. *International Nursing Review*. 2005;52:186-199.
166. Veritas S. Helping our children choose role models. American College of Pediatricians. [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 22 Kasım 2016]. Erişim adresi: <https://www.acpeds.org/helping-our-children-choose-role-models>.
167. Busby G, Klug J. Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*. 2001;7(4):316-332.
168. Karaman K. Çizgi/dizi film karakterlerinin çocukların tüketim alışkanlıkları üzerine etkisi. *Karadeniz-Black Sea*. 2010;2:66-84.
169. Batmaz V. Televizyonlar MGK Gündemine Alınmalı. *Radikal Gazatesi*. 1998.
170. Tubbs C, Roy K, Burton L. Family ties: Constructing family time in low-income families. *Family Process*. 2005;44:77-91.
171. Moawad GE, Ebrahim GGS. The relationship between use of technology and parent-adolescents social relationship. *Journal of Education and Practice* 2016;7(14):168-178.
172. Mares ML. The role of source confusions in television's cultivation of social reality judgements. *Human Communication Research*. 1996;23:278-297.
173. Wilson BJ. 2004. The mass media and family communication. *Handbook of family communication*. 2004;563-591.

174. Douglas W. The fall from Grace? the modern family on television. *Communication Research*. 1996;23:675-702.
175. Wilson B. Media and children's aggression, fear, and altruism. *The Future of Children*. 2008;18(1):87-118.
176. Pahad A, Karkare N, Bhatt M. Influence of reality television shows on society. *Social Science*. 2015;5(4):703-705.
177. Morley D. *Family television: Cultural power and domestic leisure*. England: Routledge; 2005.
178. Aydın Yılmaz Z, Uzman E. Televizyonun çocukların dil gelişimine etkileri. *Türk Dili*. 2005;643:16-27.
179. Yılmaz E. *Türkiye Türkçesi üzerine araştırmalar*. Ankara: Pegem A Akademi; 2009.
180. Tandaçgüneş N. Çocukluğun kültürel yabancılaşmasında televizyon: İlköğretimde dil algılaması üzerine bir örnek olay. 1. Uluslararası Çocuk ve İletişim Konferansı Milenyumda Çocuk ve İletişim; 13-15 Ekim 2003; İstanbul. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları; 2004. S.197-211.
181. Meinhof U. *Language learning in the age of satellite television*. Oxford: Oxford University Press, 1998.
182. Bell A. *The language of news media. Language in society*. 16th ed. Oxford: Blackwell; 1991.
183. Zülfikar H. *Doğru yazma ve konuşma bilgileri* 1. 2. Baskı. Ankara: Zerpä Yayını; 2009.
184. Karahan L. Radyo ve televizyon yayınlarında yöresel söyleyiş sorunu. Radyo ve televizyon yayınlarında Türk dilinin kullanımı tebliğler. Ankara: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu; 1998.
185. Tombul I. Kültürel yozlaşmanın göstergesi olarak televizyonda dilin kullanımı: Televizyon sunucuları örneği [Yüksek lisans tezi]. İzmir: Ege Üniversitesi; 2006.
186. Aksan D. *Türkiye Türkçesinin dünü, bugünü, yarını* (4. Basım). Ankara: Bilgi Yayınevi; 2005.
187. Öztürk Ş. Televizyonda şiddet içerikli yayınlar karşısında çocuğun durumu. II. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi, 2006. s.3-22.
188. Bar-on ME. The effects of television on child health: implications and recommendations. *Arch Dis Child*. 2000;83:289-92.
189. American Academy of Pediatrics Committee on Public Education. Media education. *Pediatrics*. 1999;104(2):341-343.

190. Göçen G. Televizyonun konuşma eğitimine etkileri [Yüksek lisans tezi]. Sakarya: Sakarya Üniversitesi; 2011.
191. Işık M, Erdem A, Güllüoğlu Ö, Akbaba E. Televizyon ve çocuk. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları; 2007.
192. Yıldırım A, Şimşek H. Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları; 2005.
193. Karasar N. Bilimsel araştırma yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım; 2015.
194. Neuman WL. Toplumsal araştırma yöntemleri. Ankara: Yayın Odası Yayıncılık; 2013.
195. Diriliş “Ertuğrul” [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 28 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://dirilisdizisi.com/>
196. Diriliş “Ertuğrul” Reyting Rekoru Kırdı [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 28 Ekim 2016]. Erişim adresi: http://www.haber10.com/televizyon/dirilis_ertugrul_reyting_rekoru_kirdi-663451
197. Diriliş Ertuğrul Yılın “En”i Seçildi [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 8 Ocak 2016]. Erişim adresi: <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/magazin/337332.aspx>
198. Diriliş Ertuğrul’a dadaş ödülü [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 12 Mart 2016]. Erişim adresi: <http://www.ermurumgazetesi.com.tr/haber/Dirilis-Ertugrul-a-dadas-odulu/99467>
199. Social Wit List - December 2014 [İnternet]. 2014 [Erişim Tarihi 5 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.thewit.com/>
200. Diriliş Ertuğrul'un yapımcısı ödülünü iade ettiğini açıkladı, Semercioğlu yaşananları yazdı [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 15 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.hurriyet.com.tr/dirilis-ertugruldand-altin-kelebekte-teпки-ve-semercioglunun-yaniti-40277397>
201. Diriliş Zihgir'i de diriltti! [İnternet]. 2015 [Erişim Tarihi 17 Ocak 2016]. Erişim adresi: http://www.haber10.com/siyaset/dirilis_zihgiri_de_diriltti-541937
202. Hikaye ve Künye [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi: 10 Kasım 2016]. Erişim adresi: <https://www.kanald.com.tr/tatli-intikam/hikaye-ve-kunye>
203. Furkan Andıç'a anlamlı ödöl! [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 17 Nisan 2016]. Erişim adresi: <https://www.kanald.com.tr/tatli-intikam/haber/furkan-andica-anlamlı-odul>
204. Altın Kelebek Ödülleri sahiplerini buldu [İnternet]. 2016 [Erişim Tarihi 15 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.hurriyet.com.tr/43-pantene-altin-kelebek-odulleri-sahiplerini-buldu-40276830>

205. Oyuncular ve Künye [İnternet]. 2015 [Erişim Tarihi 18 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.startv.com.tr/dizi/kiralik-ask/oyuncular>
206. Kiralık Aşk Dizisi Oyuncuları ve Konusu - Star TV [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 18 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.dizileroyuncular.com/2015/05/kiralik-ask-dizisi-oyuncular-ve-konusu.html>
207. Her Bölüm Zirvede! [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 18 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.startv.com.tr/dizi/kiralik-ask/haber/her-bolumu-zirvede>
208. Kiralık Aşk Ödülleri Topladı [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 18 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.magazingo.com/ekran/kiralik-ask-odulleri-topladi>
209. Elçin Sangu'dan 'Altın Kelebek' açıklaması [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 17 Kasım 2016]. Erişim adresi: http://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/elcin-sangudan-altin-kelebek-aciklamasi%2chDWdSOt_qEG3Wn4JBafKXg
210. Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 20 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.atv.com.tr/diziler/eskiya-dunyaya-hukumdar-olmaz/hakkinda>
211. Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 20 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://eskiya.tv/>
212. Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz 'En Quality' dizi seçildi [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 20 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.mynet.com/magazin/detay/dizi/eskiya-dunyaya-hukumdar-olmaz-en-quality-dizi-secildi/83665/>
213. Karaoğlu T. MGD ödülleri sahiplerini buldu [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 20 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.hurriyet.com.tr/galeri-40111512?p=22>
214. Oyuncular ve Künye [İnternet]. 2015 [Erişim Tarihi 25 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.startv.com.tr/dizi/kara-sevda/oyuncular>
215. Kara Sevda Oyuncuları, Konusu, Fragmanı [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 25 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://kara-sevda.com/>
216. Ayaklı Gazete TV Yıldızları Ödülleri' sahiplerini buldu [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 25 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.ayakligazete.com/>
217. Ay Yapım Ödüllerimiz [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 25 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://www.ayyapim.com/odullerimiz>
218. Magazinci.Com Ödülleri Sahiplerini Buldu [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 25 Kasım 2016]. Erişim adresi: http://www.magazinci.com/icerikler/magazin/magazinci-com-odulleri-sahiplerini-buldu_53217.html

219. 2016 Seul Uluslararası Drama Ödülleri Sahiplerini Buldu [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 25 Kasım 2016]. Erişim adresi: <http://guneykoresinemasi.com/haberler/2595-2016-seul-uluslararasi-drama-odulleri-sahiplerini-buldu.html>
220. Hikaye ve Künye [İnternet]. 2015 [Erişim Tarihi: 1 Aralık 2016]. Erişim adresi: <https://www.kanald.com.tr/poyraz-karayel/hikaye-ve-kunye>
221. The Flash [İnternet] 2014 [Erişim Tarihi 3 Aralık 2016]. Erişim adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/The_Flash_\(dizi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/The_Flash_(dizi))
222. The Flash [İnternet] 2014 [Erişim Tarihi 3 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.imdb.com/title/tt3107288/>
223. Winners Of “Teen Choice 2016” Announced [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 8 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.fox.com/teen-choice/article/winners-of-%E2%80%9Cteen-choice-2016%E2%80%9D-announced>
224. The Walking Dead [İnternet] 2010 [Erişim Tarihi 15 Aralık 2017]. Erişim adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/The_Walking_Dead_\(dizi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/The_Walking_Dead_(dizi))
225. The Walking Dead [İnternet] 2010 [Erişim Tarihi 15 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.amc.com/shows/the-walking-dead>
226. Hibberd J. "Walking Dead" premiere gets fall's biggest rating. Entertainment Weekly; 2012;15.
227. The Walking Dead [İnternet] 2010 [Erişim Tarihi 15 Aralık 2017]. Erişim adresi: <http://www.imdb.com/title/tt1520211/>
228. Dalak B. The Walking Dead'in reytingleri düşüşe geçti [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 15 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.log.com.tr/the-walking-deadin-reytingleri-dususe-gecti/>
229. Sunday cable ratings: ‘The Librarians’ returns slightly lower ‘Walking Dead’ dips a bit more [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 26 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/daily-ratings/sunday-cable-ratings-nov-20-2016/>
230. The Walking Dead [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 15 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.walkingdeadtr.com/>
231. En iyi televizyon serileri [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 25 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.haberturk.com/kultur-sanat/haber/1320764-en-iyi-televizyon-serileri/4>
232. Kırgın Çiçekler [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 20 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.atv.com.tr/diziler/kirgin-cicekler/hakkinda>
233. Kırgın Çiçekler [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 20 Aralık 2016]. Erişim adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/K%C4%B1rg%C4%B1n_%C3%87i%C3%A7ekler

234. Kırgın Çiçekler [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 20 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.hurriyet.com.tr/index/kirgin-cicekler>
235. Game Of Thrones [İnternet] 2011 [Erişim Tarihi 25 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.hbo.com/game-of-thrones>
236. Game Of Thrones [İnternet] 2011 [Erişim Tarihi 25 Aralık 2016]. Erişim adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Game_of_Thrones#Konu
237. Game of Thrones Emmy Ödülleri'nde rekor kırdı [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 25 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.bbc.com/turkce/haberler-37405870>
238. Aşk Yeniden [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 2 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.fox.com.tr/Ask-Yeniden/bolumler>
239. Aşk Yeniden [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 2 Ocak 2017]. Erişim adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/A%C5%9Fk_Yeniden_\(dizi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/A%C5%9Fk_Yeniden_(dizi))
240. Aşk Yeniden [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 2 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.sinematurk.com/film/59952-ask-yeniden/>
241. Aşk Yeniden [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 2 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.askyeniden.tv.tr/>
242. Hikaye ve Künye [İnternet]. 2015 [Erişim Tarihi: 8 Aralık 2016]. Erişim adresi: <https://www.kanald.com.tr/arka-sokaklar/hikaye-ve-kunye>
243. Arka Sokaklar [İnternet] 2006 [Erişim Tarihi 7 Ocak 2017]. Erişim adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Arka_Sokaklar_\(dizi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Arka_Sokaklar_(dizi))
244. Arka Sokaklar [İnternet] 2006 [Erişim Tarihi 7 Ocak 2017]. Erişim adresi: <https://www.kanald.com.tr/arkasokaklar/haberler/kanal-d-odule-doymuyor/28918.aspx>
245. Arrow [İnternet] 2012 [Erişim Tarihi 15 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.imdb.com/title/tt2193021/>
246. Arrow [İnternet] 2012 [Erişim Tarihi 15 Ocak 2017]. Erişim adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Arrow_\(dizi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Arrow_(dizi))
247. Akıllı İşaretler Nedir? [İnternet] 2006 [Erişim Tarihi 14 Ocak 2017]. Erişim adresi: <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3>
248. Coşgun M. Gençlerin kimlik gelişimi ve sosyalleşme sürecine televizyon dizilerinin etkisi (Sakarya ili Kocaali ilçesi örneği). Akademik Bakış Dergisi. 2012;28:1-21.
249. Rideout VJ, Foehr UGD, Roberts DF. Generation media in the lives of 8- to 18-year-olds. A Kaiser Family Foundation Study. California: Menlo Park; 2010.
250. Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü. Çocuk Programları ve Bu Programlarda Yayımlanan Reklamların İçerik Analizi Araştırması [İnternet]

- 2008 [Erişim Tarihi 5 Ocak 2016]. Erişim adresi: http://ailetoplum.aile.gov.tr/data/54292ce0369dc32358ee2a46/rapor_tum1.pdf
251. Tavşancıl E, Aslan AE. Sözel, yazılı ve diğer materyaller için içerik analizi ve uygulama örnekleri. İstanbul: Epsilon Yayınları; 2001.
252. Aktürk Z, Acemoğlu H. Tıbbi araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlilik. Dicle Tıp Dergisi. 2012;39(2):316-319.
253. Tokgöz M, Demiroğlu B, Aslan Y. Ortaokul öğrencilerinin serbest zaman tercihlerinin cinsiyet değişkenine göre incelenmesi. Uluslararası Multidisipliner Akademik Araştırmalar Dergisi. 2015;2(3):29-44.
254. Arslan Cansever B. Ergenlerin internet kullanımının aile ve okul bağlamında yarattığı sorunlar [Doktora tezi]. İzmir: Ege Üniversitesi; 2010.
255. Gökçearslan Ş, Seferoğlu SS. Ortaokul öğrencilerinin internet kullanım biçimleri: riskli davranışlar ve fırsatlar. Kastamonu Eğitim Dergisi. 2015;24(1):383-404.
256. Hekim M, Eraslan M. Ortaöğretim öğrencilerinin rekreatif tercihlerinin incelenmesi (Burdur USO Anadolu Lisesi örneği). Şimşek KY, Tütüncü Ö, editörler. III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi; 5-7 Kasım 2015; Eskişehir. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi; 2015. s.453-460.
257. Aslan N, Arslan Cansever B. Ergenlerin boş zaman değerlendirme algısı. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 2012;42:23-35.
258. Hekim M, Yüksel Y. Kırsal kesimde yaşayan ortaokul öğrencilerinin rekreatif tercihlerinin incelenmesi (Ağlasun ilçesi örneği). Şimşek KY, Tütüncü Ö, editörler. III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, 5-7 Kasım 2015; Eskişehir. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi; 2015. s.439-446.
259. Özkan N. Şiddet içerikli yerli dizilerin gençler üzerindeki etkisi: Ankara ili örneği [Yüksek lisans tezi]. Ankara: Polis Akademisi; 2013.
260. Güner B. Türkiye’de lise ve üniversite öğrencilerinin rekreatif tercihlerinin değerlendirilmesi: Bir literatür taraması. Şimşek KY, Tütüncü Ö, editörler. III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi; 5-7 Kasım 2015; Eskişehir. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi; 2015. s.518-522.
261. Aktekin S, Pata A. Ortaöğretim öğrencilerinin boş zamanlarında tarih öğrenmeye yönelik eğilimleri (Trabzon Örneği). Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi. 2013;14(2):20-37.
262. İlhan V, Çetinkaya Ç. İlkokul öğrencilerinin tematik çocuk kanallarındaki çizgi filmleri izleme alışkanlıkları. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi. 2013;2(1):317-326.

263. Dietz WH, Gortmaker SL. Do we fatten our children at the television set? Obesity and television viewing in children and adolescents. *Pediatrics*. 1985;75:807-812.
264. Kuriyan R, Bhat S, Thomas T, Vaz M, Kurpad AV. Television viewing and sleep are associated with overweight among urban and semi-urban South Indian children. *Nutr J*. 2007;6:25-28.
265. Patrick K, Norman GJ, Calfas KJ, Sallis JF, Zabinski MF, Rupp J, Cella J. Diet, physical activity, and sedentary behaviors as risk factors for overweight in adolescence. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*. 2004;158(4):385-390.
266. Lowry R, Wechsler H, Galuska DA, Fulton JE, Kann L. Television viewing and its associations with overweight, sedentary lifestyle, and insufficient consumption of fruits and vegetables among us high school students: differences by race, ethnicity, and gender. *Journal of School Health*. 2002;72(10):413-421.
267. Lewis MK, Hill AJ. Food advertising on British children's television: a content analysis and experimental study with nine-year olds. *Int J Obes Relat Metab Disord*. 1998;22:206-214.
268. Sağlık Bakanlığı. Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması 2010. Beslenme durumu ve alışkanlıklarının değerlendirilmesi sonuç raporu [İnternet]. 2014 [Erişim Tarihi 25 Aralık 2016]. Erişim adresi: http://www.sagem.gov.tr/TBSA_Beslenme_Yayini.pdf
269. Berber M, Karadibak D, Uçurum SG. Adolesan dönemde ekrana bağlı aktivitelerin hamstring kas uzunluğu, reaksiyon zamanı ve vücut kitle indeksi üzerine etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*. 2014;28(1):1-6.
270. Muhderem N, Demirkol M, Topçu B, Beldek K, Nergiz M, Çömlek B, Özcan S. Effect of use of mobile phone and electronic devices in the childhood and adolescence on body mass index and sleep time as well as fast-food consumption and physical activity. *International Journal of Basic and Clinical Medicine*. 2014;2(3): :113-117.
271. Uçar M. Konya ili yetiştirme yurtlarında barınan 14-18 yaş grubu kız ve erkek öğrencilerin fiziksel aktivite ve uygunluk düzeylerinin değerlendirilmesi [Doktora tezi]. Konya: Selçuk Üniversitesi; 2014.
272. Şenol V, Soyuer F, Pekşen Akça R, Argün M. Adolesanlarda uyku kalitesi ve etkileyen faktörler. *Kocatepe Tıp Dergisi*. 2012;14:93-102.
273. Wolfson AR, Carskadon MA. Sleep schedules and daytime functioning in adolescents. *Child Development*. 1998;69(4):875-87.
274. Akdemir D. Ergenlikteki gelişimsel faktörlerle ilgili uyku sorunları. 21. Ergen Günleri. 2016;16.

275. Dawson P. Sleep and adolescents. *Principal Leadership*. 2005;5:11-15.
276. Karadüker OÖ. İlk Derste Uyuyoruz [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 12 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.milliyet.com.tr/-ilk-derste-uyuyoruz--gundem-2358028/>
277. Aral N, Ceylan R, Bıçakçı MY. Çocukların televizyon seyretme alışkanlıklarının yaş ve cinsiyete göre incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*. 2011;19(2):489-498.
278. AC Nielsen Media. AC Nielsen Media Radio Ratings 1999 Metropolitan Survey Results. [İnternet] 1999 [Erişim Tarihi 28 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.nielsenmedia.co.nz/en/pdf/mri/13/TotalMetropolitanmarketsSurvey6-1999.pdf>
279. Kann L, Kinchen S, Shanklin SL, Flint KH, Hawkins J, Harris WA, et al. Youth risk behavior surveillance-United States, 2013. *Morbidity and Mortality Weekly Report*; 2014.
280. Eurodata TV Worldwide. Young adults report-september 2014-April 2015 15-34 years old: Flagship shows, events and new viewing habits. Press Release; 2015.
281. Koçak A. Televizyon izleyici davranışları, televizyon izleyicilerinin tercihleri ve doyumları üzerine teorik ve uygulamalı bir çalışma [Doktora tezi]. Konya: Selçuk Üniversitesi; 2001.
282. Gauntlett D, Hill A. TV living: television, culture and everyday life. England: Routledge; 2002.
283. İlhan V. Medya ve gençlik: 15-24 yaş arası gençlerin televizyon dizilerini izleme pratiklerindeki dönüşüm [Doktora tezi]. Kayseri: Erciyes Üniversitesi; 2010.
284. Taylan HH. Televizyon programlarındaki şiddetin yetiştirme etkisi: Konya lise öğrencileri üzerine bir araştırma [Doktora tezi]. Konya: Selçuk Üniversitesi; 2011.
285. Saçan S, Adıbelli D. Üniversite öğrencilerinin medya okur-yazarlık düzeylerinin bazı faktörler ile ilişkisi. *Global Media Journal TR Edition*. 2016;6(12):27-43.
286. Güner F, Topaloğlu N, Genç SZ. Medya iletilerinin gerçeği yansıtırma düzeylerinin öğrenci görüşlerine göre tespiti. *Bilgisayar ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*. 2014;2(3):69-90.
287. Aytuğ Y. Reklamlar niye izlenmiyor? [İnternet]. 2013 [Erişim Tarihi 15 Haziran 2016]. Erişim adresi:

<http://www.sabah.com.tr/yazarlar/gunaydin/aytug/2013/08/11/reklamlar-niye-izlenmiyor>

288. Çetin N, Bilgin Aksu M. İlköğretim 4-8. sınıf (10-14 yaş) öğrencilerinin televizyon izleme profili. Millî Eğitim Dergisi. 2010;187:122-137.
289. Babacan ME. Sosyal medya ve gençlik. İstanbul: Açılım Kitap; 2015.
290. RTÜK. Resmi Gazete’de yayımlanan 2 Kasım 2011 tarihli ve 28103 sayılı Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik [İnternet] 2011 [Erişim Tarihi 6 Aralık 2016]. Erişim adresi: [http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/11/20111102-14.htm\(2011\)](http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/11/20111102-14.htm(2011))
291. Collins RL, Elliott MN, Berry SH, Kanouse DE, Kunkel D, Hunter SB, Miu A. Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior. Pediatrics. 2004;114(3):280-289.
292. Vessey J, Yim-Chiplis P, MacKenzie N. Effects of television viewing on children’s development. Pediatric Nursing. 1998;24(5):483-486.
293. Güney N, Erten C, Atalan D, Çok F. Ergenlikte risk almanın televizyon üzerinden incelenmesi. Türk HIV/AIDS Dergisi. 2006;9(1):17-22.
294. Akın A, Bahar Özvarış Ş. Adolesanların/gençlerin cinsel ve üreme sağlığını etkileyen faktörler’projesi (rapor). HÜTF Halk Sağlığı Anabilim Dalı. 2003:1-183.
295. Kerimoğlu G, Üstündağ A. Ergenlik döneminde cinsel eğitimin önemi. Sağlık ve Toplum Dergisi. 2014;24(1):8-14.
296. Savaşer S. Knowledge and attitudes of high school students about AIDS: A Turkish perspective. Public Health Nurs. 2003;20:71-79.
297. Henry J. Reflections of girls in the media: A two-part study on gender and media. Summary of key findings. Kaiser Family Foundation, Menlo Park, CA; Children Now, Oakland, CA; 1997.
298. Artan İ. Cinsel eğitimde televizyonun rolü. Eğitim ve Bilim. 2001;26(120):50-54
299. Piaget J. The role of action in the development of thinking. In Knowledge and development. 1977:17–42.
300. Flannery D. Violence and mental health in everyday life. Lanham, MD editor. USA: AltaMira Press; 2006.
301. Gül SK, Güneş İD. Ergenlik dönemi sorunları ve şiddet. Sosyal Bilimler Dergisi. 2009;XI(1):79-102.
302. Durmuş E, Gürkan U. Lise öğrencilerinin şiddet ve saldırganlık eğilimleri. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi. 2005;3(3):253-269.

303. Strasburger VC. Sex, drugs, rock'n'roll, and the media: Are the media responsible for adolescent behavior? *Adolesc Med.* 1997;8:403-414.
304. Lopez VA, Emmer ET. Influences of beliefs and values on male adolescents' decision to commit violent offenses. *Psychology of Men & Masculinity.* 2002;3:28-40.
305. Aydın B. Çocuk ve ergen psikolojisi. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayıncılık; 2005.
306. Ögel K, Tarı I, Ek, CY. Okullarda suç ve şiddeti önleme klavuzu. İstanbul: Yeniden Yayınları; 2006.
307. Namka L. The dynamics of anger in children [İnternet] 1997 [Erişim Tarihi 25 Kasım 2016]. Erişim adresi: www.forteachersthedynamicsangerin children.htm
308. Weir E. Preventing violence in youth. *Canadian Medical Association Journal.* 2005;172(10):1291-1292.
309. Morganet RS. Yaşam becerileri ergenler için grupla psikolojik danışma uygulamaları. 1. Baskı. Çev: Güçray S, Kaya A, Saçkes M. Ankara: Pegem A Yayıncılık; 2005.
310. Doğan M. Türkiye'de aileye ve aile fertlerine tesirleri açısından kitle yayın araçları. *Türk Aile Ansiklopedisi.* Ankara: AAK Yayınları; 1991.
311. Krebs DL. Altruism-an examination of the concept and review of the literature. *Psychological Bulletin.* 1970;73:258-303.
312. Götz M. What makes them so special? The utility value of children's favourite heroes and heroines. *TelevIZion.* 2011;24:27-32.
313. Cantor J, Byrne S, Moyer-Guse E, Riddle K. Descriptions of media-induced fright reactions in a sample of US elementary school children. *Journal of Children and Media.* 2010;4(1):1-17.
314. Feshbach ND, Feshbach S. Children's empathy and the media. Realizing the potential of television. Kirschner S, et al. editors. *Perspectives on psychology and the media.* Washington: American Psychological Assoc; 1997.
315. Villani S. Impact of media on children and adolescents: A 10-year review of the research. *J Am Acad Child Adolesc Psychiatry.* 2001;40(4):392-401.
316. Elias MJ, Branden-Muller LR, Sayette MA. Teaching the foundations of social decision making and problem solving in the elementary school. Baron J, Brown RV, editors. *Teaching decision making to adolescents.* Hillside: Lawrence Erlbaum Associates; 1991.
317. Fischhoff B. Assessing adolescent decision-making competence. *Dev Rev.* 2008;28(1):12-28.

318. Ayrancı Ü, Köşgeroğlu N, Günay Y. Televizyonda çocukların en çok seyrettikleri saatlerde gösterilen filmlerdeki şiddet düzeyi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*. 2004;5:133-140.
319. Williams R. Televizyon, teknoloji ve kültürel biçim. Ankara: Dost Kitabevi; 2003.
320. Griffiths M. Violent video games and aggression: a review of the literature. *Aggression and Violent Behavior*. 1999;4(2):203-212.
321. Bourdieu P. Televizyon üzerine. Çev: Ilgaz T. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları; 1997.
322. Eisenberg N, Fabes RA. Prosocial development. Damon W, Eisenberg N, editors. *Handbook of child psychology, Vol.3: Social, emotional, and personality development* 5th ed. New York: John Wiley; 1998.
323. Öğretir AD. Televizyonun okul öncesi çocuklara etkileri: Aile değerlendirme ölçeği ve televizyon izleme süreleri üzerine bir araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*. 2009;4(3):881-891.
324. Chapell M, CaseyD, De La Cruz C, Ferrell J, Forman J, Lipkin R, Newsham M, Crick NR, Bigbee MA, Howes C. Gender differences in children's normative beliefs about aggression: How do hurt thee? Let me count the ways. *Child Development*. 1996;67:1003-1014.
325. Carlo G, Hausmann A, Christiansen S, Randall BA. Sociocognitive and behavioral correlates of a measure of prosocial tendencies for adolescents. *Journal of Early Adolescence*. 2003;23(1):107-134.
326. Epstein NB, Bolwin LM, Bishop DS. The mcmaster family assessment device. *Marital and Family Therapy*. 1983;9:171-180.
327. Schonert-Reichl KA. Relations of peer acceptance, friendship adjustment, and social behavior to moral reasoning during early adolescence. *Journal of Early Adolescence*. 1999;19(2):249-279.
328. Hasgür İ. İletişimle gelen şiddet. *Sızıntı Dergisi*. 1999;251:498-501.
329. Bahadır A. Çocukluk dönemi din ve değer yapılanmasında TV yayınlarının olumsuz etkileri ve çözüm önerileri. *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 2005;20(20):29-64.
330. Oktay A. Kültür ve ideoloji. İstanbul: Gür Yayınları; 1987.
331. Bautirillard J. Tüketim toplumu. Çev: Deliçaylı H, Keskin F. İstanbul: Ayrıntı Yayınları; 1997.
332. Moschis, GP, Moore RL. Decision making among the young: a socialization perspective. *Journal of Consumer Research*. 1979;6(2):101-112.

333. Wörsching M. Promotional culture in german magazines-re/fashioning gender difference? *Debatte*. 2000;8(2):177-198.
334. Dursun Y. Gençlerin tüketici rolü kazanmaları [Doktora tezi]. Kayseri: Erciyes Üniversitesi; 1993.
335. Sönmez E. Giyimde marka bağlılığı ve marka duyarlılığı: Gençler üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2010;28(1):67-91.
336. Kellner D. Theorizing globalization. *Sociological Theory*. 2002;20(3):285-305.
337. Özdemir S. Medya emperyalizmi ve küreselleşme. İstanbul: Timaş Yayınları; 1998.
338. Robertson R. Küreselleşme. Çev: Yolsal H. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları; 1999.
339. Steger MB. Globalization: A very short introduction. New York: Oxford University; 2003.
340. Tomlinson J. Küreselleşme ve kültür. Çev: Eker A. İstanbul: Ayrıntı Yayınları; 2004.
341. Topçuoğlu N. Basında reklam ve tüketim olgusu. Ankara: Vadi Yayınları; 1995.
342. Dizi Kıyafetleri [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 3 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.dizikiyafet.com/>
343. Dizilerde Takı Modası [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 3 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.modamanya.net/dizilerde-taki-modasi-bendis-marka-takilar/>
344. Dizilerde Kullanılan Cep Telefonları 2016 [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 3 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://cepkolik.com/dizilerde-kullanilan-cep-telefonlari-2016-132293/>
345. Akgül D. Dizi ve filmlerde ürün yerleştirmeye tüketicinin bakışı. 12.Ulusal İşletmecilik Kongresi; 02 -04 Mayıs 2013; Muğla. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları; 2013. s.593-606.
346. Kula N. TV dizileri yoluyla yeniden üretilen tüketim kültürü. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*. 2012;1(4):507-530.
347. Kükrer Aydın Ö. Televizyon reklamlarında dizi karakteri kullanımıyla sunulan tüketim kültürü değerleri: Yalan Dünya örneği. *Journal of Yasar University*. 2014;9(36):6261-6380.
348. Çakır V, Kınıt E. Televizyon dizilerinde ürün yerleştirme ve sponsorluğun sonuçları. *Global Media Journal: TR Edition*. 2014;5(9):19-47.
349. Türk Oyuncularının İsimleri Yabancı Çocuklara Veriliyor [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 3 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.haberler.com/turk-oyuncularinin-isimleri-yabanci-cocuklara-8210537-haberi/>

350. Diziler çocuk isimlerinde etkili [İnternet] 2007 [Erişim Tarihi 3 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.hurriyet.com.tr/diziler-cocuk-isimlerinde-etkili-6191184>
351. 10 pop culture influences on baby names: Game of Thrones, Marvel, Frozen and more [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 5 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://visual.ons.gov.uk/baby-names/>
352. Arya İsmi Caiz Mi? [İnternet] 2015 [Erişim Tarihi 15 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.ismicaizmi.com/arya-2741>
353. Bütün E. Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmeni öğrenci ve veli görüşleri Samsun ili örneği [Yüksek lisans tezi]. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi; 2010.
354. Doğan A, Göker G. Tematik televizyon ve çocuk: ilköğretim öğrencilerinin televizyon izleme alışkanlıkları. Milli Eğitim Dergisi. 2012;194:5-30.
355. Semiz L. Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı yeterlilikleri ve medya okuryazarlığı dersini yürüten öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar [Yüksek lisans tezi]. Rize: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi; 2013.
356. Sevim Y, Şen BG. (2009). İletişim fakültesi öğrencilerinin ‘sosyalleşme aracı olarak televizyonun çocuklarda kimlik oluşumu süreci üzerindeki etkisi’ konusuna ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. Medya ve Etik Sempozyumu; 7-9 Ekim 2009; Elazığ: Fırat Üniversitesi; 2009. S.321-333.
357. Güner F. İlköğretim II. kademe öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi [Yüksek lisans tezi]. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi; 2011.
358. Kartal OY. Ortaöğretim 10. sınıf öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarında medya okuryazarlığının etkisi [Yüksek lisans tezi]. Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi; 2007.
359. Aufderhide P. National leadership conference on media literacy. Conference report. Washington, D.C.: Aspen Institute; 1993.
360. Hanewinkel R, Isensee B, Sargent JD, Morgenstern M. Cigarette advertising and teen smoking initiation. Pediatrics. 2011;127(2):271–278.
361. Chen Y. The effectiveness of different approaches to media literacy in modifying adolescents’ responses to alcohol. J Health Commun. 2013;18(6):723-739.
362. Hobbs R, RobbGrieco M. African-American children’s active reasoning about media texts as a precursor to media literacy in the United States. J Child Media. 2012;6(4):502-519.

363. Primack BA, Douglas EL, Land SR, Miller E, Fine MJ. Comparison of media literacy and usual education to prevent tobacco use: a cluster-randomized trial. *J Sch Health*. 2014;84(2):106-115.
364. Pinkleton BE, Austin EW, Chen Y, Cohen M. The role of media literacy in shaping adolescents' understanding of and responses to sexual portrayals in mass media. *J Health Commun*. 2012;17(4):460-476.
365. Pinkleton BE, Austin EW, Chen Y, Cohen M. Assessing effects of a media literacy-based intervention on US Adolescents' responses to and interpretations of sexual media messages. *J Child Media*. 2013;7(4):463-479.
366. Duyan Çamurdan A. Görsel medyanın çocuk sağlığına etkileri. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*. 2007;16(2):25-31.
367. Yalçın M. Popüler kültür ürünü olarak türk televizyon dizilerinde etnografik iletişim kodların kullanımı: Diriliş "Ertuğrul" dizisi örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. 2016;5(7):2332-2341.
368. RTÜK. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 2015 faaliyet raporu [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 22 Aralık 2016]. Erişim adresi: file:///C:/Users/alev/Desktop/2015%20YILI%20FAAL%C4%B0YET%20RAPORU_1026.pdf
369. Ayduttu S. Dizilerin Türk diline olumsuz etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 2011;1(1):31-34.
370. Sis N. Medya dili sorunu. *Türkçenin çağdaş sorunları*. 2. Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi; 2006.
371. Şubatlı T, Akgöngür İ, Öztürk H, Uruş A, İnan M, Aydoğdu B. (2006). Liselerde neler oluyor? [İnternet] 2013 [Erişim Tarihi 28 Aralık 2016]. Erişim adresi: <http://www.gazetevatan.com/>
372. Şuataman Ö. "Ana dili kullanımına verilen önem: basın-yayında Türk dili." *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*. 2013;5(2):407-416.
373. Kavalcı Göktepe Ö. Television viewing habits of teenagers in high school and wish it daily reflection. *Route Educational and Social Science Journal*. 2015;2:630-639.
374. Yeni Sezonda 3 Spor Dizisi Yayında Olacak [İnternet] 2016 [Erişim Tarihi 2 Ocak 2017]. Erişim adresi: <http://www.sondakika.com/haber/haber-yeni-sezona-iddiali-gelen-3-dizi-reyting-savasina-9013265/>

8. EKLER

EK-1: Tez Çalışması İle İlgili Etik Kurul İzni



T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
Rektörlük

Sayı : 35853172/431-487

20 Şubat 2016

SAĞLIK BİLİMLERİ FAKÜLTESİ DEKANLIĞINA

Fakülteniz Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Özcan DOĞAN danışmanlığında doktora programı öğrencisi Alev ÜSTÜNDAĞ tarafından yürütülen "10-18 Yaş Arası Gençlerin İzledikleri Dizilerin İçerik Açısından İncelenmesi" başlıklı tez çalışması, Üniversitemiz Genişletilmiş Etik Komisyonunun 09 Şubat 2016 tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.


Prof. Dr. A. Haluk ÖZEN
Rektör

Görevi	Görevi	Paraf
Memur	19.02/2016	ET
Şef	19.02/2016	ET
So. Md.	19.02/2016	ET
Gen. Sek. Yrd.	19.02/2016	ET
Gen. Sek.	21.2/2016	ET

Hacettepe Üniversitesi Rektörlük 06100 Sıhhiye-Ankara
Telefon: 0 (312) 305 3001 - 3002 • Faks: 0 (312) 311 9992
E-posta: yazim@hacettepe.edu.tr • www.hacettepe.edu.tr

Ayrıntılı Bilgi için:
Fazlî İşleri Müdürlüğü
0 (312) 305 1008

EK-2: Tez Çalışması ile İlgili Ankara İl Milli Eğitim Müdürlüğü İzni



T.C.
ANKARA VALİLİĞİ
Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 14588481-605.99-E.3229988
Konu : Araştırma İzni

21.03.2016

.....KAYMAKAMLIĞINA
(İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü)

İlgi: a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü'nün 2012/13 nolu Genelgesi,
b) Hacettepe Üniversitesi'nin 15/03/2016 tarihli ve 623 Sayılı yazısı.

Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi doktora öğrencisi Alev ÖSTÜNDAG'ın "10-18 Yaş Arası Gençlerin İzledikleri Dizilerin İçerik Açısından İncelenmesi" konulu tez kapsamında uygulama talebi Araştırma Komisyonumuzca incelenmiş olup; ilçenize bağlı ekli listede belirtilen okullarda çalışmanın yapılması Müdürlüğümüzce uygun görülmüştür.

Görüşme formunun (4 sayfa) uygulama yapılacak sayıda araştırmacı tarafından çoğaltılarak, araştırmanın ilgi (a) genelge çerçevesinde, ilçe milli eğitim müdürlüklerinin sorumluluğunda okul ve kurum yöneticileri de uygun gördüğü takdirde gönüllülük esasına göre uygulanmasını rica ederim.

Müberra OĞUZ
Müdür a.
Şube Müdürü

EK:
1-Görüşme formu (4 sayfa)
2-Okul listesi (1 sayfa)
DAĞITIM:
Çankaya-Altındağ
Etimesgut-Keçiören
Mamak-Sincan
Yenimahalle

Konya yolu Halkent Öğretmen Evi arkaa Beşevler ANKARA
e-posta: istatistik@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için
Tel: (0 312) 321 02 17/133

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <http://evrak.sorgu.meb.gov.tr> adresinden 204a-070b-305c-8aff-0704 koda ile teyit edilebilir.

EK-3: Tez Çalışması ile İlgili ASPB İzni



T.C.
AİLE VE SOSYAL POLİTİKALAR BAKANLIĞI
Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü



Sayı: 94582304-622.01-189105
Konu: Alev ÜSTÜNDAĞ'ın Dilekçesi

23/12/2015

Uzm. Alev ÜSTÜNDAĞ
(Ahi Mesud Bulvarı Topçu Mah. 1495. cad. İlk Amaç 90 Sitesi 106/E Blok No:7)
Etimesgut/ANKARA

21/12/2015 tarihli dilekçeniz incelenmiş olup Bakanlığımız Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü (mülga/T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü) tarafından yapılan "Çocuk Programları ve Bu Programlarda Yayımlanan Reklamların İçerik Analizi Araştırması" internet sitenizde yer almaktadır ve erişime açıktır. Söz konusu Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formunun yer aldığı yayın, kanunoyu ile de paylaşılması nedeniyle kullanılabilir niteliktedir.

Bilgilerinize rica ederim.

Emre ERTEKİN
Bakan a.
Daire Başkan V.

Bu evrak 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'na göre elektronik olarak imzalanmıştır.

Adres : Etiler Yolu Sığirci Mahallesi 2177.Sokak No:10/A
Çankaya/ANKARA
Telefon : 0 312 705 56 29
e-posta : pmar.ank@ale.gov.tr

Ayrıntılı Bilgi : P. EROL, Uzman Yardımcısı
Fax : 0 312 705 56 21
Elektronik Ağ: www.ale.gov.tr

EK-4: Tez Çalışması Anket Formu**KİŞİSEL BİLGİLER****1. Cinsiyetin:** 1. Kız () 2. Erkek ()**2.Yaşın:** 1. 10 () 2. 11 () 3.12 () 4. 13 () 5. 14 () 6. 15 () 7.16 () 8. 17 () 9. 18 ()**3.Sınıfın:** 1.() 5. Sınıf 2.() 6. Sınıf 3.() 7. Sınıf 4.() 8. Sınıf 5.() 9. Sınıf 6.() 10. Sınıf 7.() 11. Sınıf 8.() 12. Sınıf**4.Anne ve baban;** 1.() Birlikte 2.() Boşanmış**5.Annen;** 1. () Sağ 2.() Vefat etmiş**6.Annenin öğrenim düzeyi nedir?**

() 1. Okur-yazar değil

() 2. Sadece okur-yazar

() 3. İlkokul mezunu

() 4. Ortaokul mezunu

() 5. Lise mezunu

() 6. Yüksekokul veya üniversite mezunu

7. Annenin Mesleği:**8.Baban;** 1.()Sağ 2.() Vefat etmiş**9.Babanın öğrenim düzeyi nedir?**

() 1. Okur-yazar değil

() 2. Sadece okur-yazar

() 3. İlkokul mezunu

() 4. Ortaokul mezunu

() 5. Lise mezunu

() 6. Yüksekokul veya üniversite mezunu

10. Babanın Mesleği:**11. Kaç kardeşin var?**

1.()0 2.() 1 3.()2 4.() 3 5.() 4 6.() 4'ten fazla

12.Ailenin yaşadığı ev kime ait?

() 1. Kendimizin

() 2. Kiralık

() 3. Diğer (.....)

13.Ailenin yaşadığı ev tipi nedir?

- ☐ 1. Gecekondu
☐ 2. Apartman dairesi
☐ 3. Müstakil ev
☐ 4. Diğer (.....)

TELEVİZYON İZLEME ALIŞKANLIĞINA İLİŞKİN BİLGİLER

1. Televizyon izler misin?

- ☐ 1. Evet ☐ 2. Hayır

2. Evet ise, günde kaç saat televizyon izlersin?

- ☐ 1. 1 Saat
☐ 2. 2 Saat
☐ 3. 3 Saat
☐ 4. 4 Saat ve daha fazla

3. Gün İçinde en çok hangi saatler arasında televizyon izlersin?

- ☐ 1. 07:00 - 10:00
☐ 2. 10:01 - 13:00
☐ 3. 13:01 - 16:00
☐ 4. 16:01 - 19:00
☐ 5. 19:01 - 22:00
☐ 6. 22:01 –

4. Neden televizyon izlersin?

- ☐ 1. Televizyon seyretmeyi sevdiğim için
☐ 2. Hayal dünyamı geliştirdiği için
☐ 3. Yapacak başka bir şeyim olmadığı için
☐ 4. Dışarıda oynama imkanım olmadığı için
☐ 5. Annem-babam da izlediği için
☐ 6. Arkadaşım olmadığı için
☐ 7. Annem-babam benimle yeterince ilgilenmediği için
☐ 8. Diğer (.....)
☐ 9. Bilmiyorum

5. Televizyonda günde kaç saat dizi film izlersin?

- ☐ 1. Hiç izlemiyorum
☐ 2. En fazla 1 saat
☐ 3. 2 saat
☐ 4. 3 saat

() 5. 4 saat ve daha fazla

6. Evde izlenecek dizinin seçimini kim yapar?

()1. Baba ()2. Anne ()3. Çocuklar ()4. Diziye göre değişir ()5. Hep birlikte

7. En çok izlediğin dizi filmleri yazar mısın? (Dizi Film Adları)

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

9. En çok sevdiğin dizi film oyuncularını yazar mısın?

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

10. Yukarıda yazdığın dizi film oyuncularını sevme sebebin;

1.
2.
3.
4.
5.

11. TV dizilerini sevme sebebin;

1.
2.

3.

12. Büyüdüğünde TV dizilerinde gördüklerinden kime benzemek istersin?

1.

2.

3.

4.

5.

13. Dizileri televizyondan mı yoksa internetten mi takip ediyorsun?

a) Televizyon b) İnternet c) Her ikisi de

14. Yerli dizileri mi yoksa yabancı dizileri mi daha çok seviyorsun?

a) Yerli Dizi b) Yabancı Dizi c) Her ikisi de

15. Dizinin tamamını izliyor musun?

a) Evet b) Hayır

hayır ise, ne kadarını izlediğinizi açıklayınız.....

16. Boş vakitlerinizde neler yapıyorsun?

1.

2.

3.

4.

17. Bir haftada kaç tane dizi izliyorsun?

.....

18. Nasıl diziler (hani konularda) yapılmasını isterdin?

1.

2.

3.

4.

5.

EK-5: Çocuk Programlarına Yönelik İçerik Değerlendirme Formu

**ÇOCUK PROGRAMLARINA YÖNELİK İÇERİK DEĞERLENDİRME
FORMU**

I. Çocuk Programlarının Çocukların Fiziksel Gelişimine Yönelik İçerikleri

I.I. Çocuk Programlarının Çocukların Psikomotor Gelişimine Yönelik İçerikleri

1. Çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek ifade veya görsel sunum vardır.
2. Çocuklar, sağlıklarını olumlu etkileyecek fiziksel etkinlikler içerisinde gösterilmektedir.
3. Çocuğun fiziksel öz bakımını geliştirici iletiler vardır.

I.II. Çocuk Programlarının Çocukların Cinsel Gelişimine Yönelik İçerikleri

1. Evlilik dışı ilişkileri içerir.
2. Fiziksel cinselliğe (sarılma, öpüşme vs.) ait unsurlar içerir.
3. Cinselliği vurgulayıcı kıyafet görüntüleri içerir.
4. Çocuğun gelişim düzeyine uygun olmayan cinsel modeller içerir.
5. Çocuklar arası arkadaşlıklar cinsel çağrışımlarla verilmektedir.

II. Çocuk Programlarının Çocukların Bilişsel/Algısal Gelişimine Yönelik İçerikleri

1. Olaylar, çocuğun benzerlerine kendi yaşamında rastlayabileceği türdendir.
2. Karakterler, problemlerini doğaüstü güçler kullanarak çözmektedir.
3. **Karakterler, problemlerini şiddet kullanarak çözmektedir*.**
4. Görüntülerde çocuğun algılamasını zorlaştıran hızlı geçişler vardır.
5. Seslerde çocuğun algılamasını zorlaştıran ani değişiklikler vardır.
6. Çocuğun düş kurma gücünü etkileyecek olumlu görüntüler vardır.
7. **Fiziksel özelliklerin (güzel ve yakışıklı olma) önemi vurgulanmaktadır*.**
8. **Karakterler gerçekte olamayacak özelliktedirler*.**
9. **Zengin olmanın çok önemli ve gerekli olduğu vurgulanmaktadır*.**
10. **Saldıran kişilik yapısını normalleştiren iletiler vardır*.**
11. **Hırsızlığı normalleştiren iletiler bulunmaktadır*.**
12. Çocuğu düşündürmeye yöneltici iletiler taşır.
13. Çocuğu karar vermeye yöneltici iletiler taşır.
14. **Kanunlara karşı gelmeyi normalleştiren ifadeler/görüntüler vardır*.**

* Araştırmacılar tarafından eklenen maddeleri göstermektedir.

15. Mafyayı özendirici iletiler/görüntüler vardır*.

16. Çocuğa aktardığı ileti, haklıdan yana olmayı özendirir.

III. Çocuk Programlarının Çocukların Sosyal ve Duygusal Gelişimine Yönelik İçerikleri

1. Sorumluluk duygusunu geliştirici iletiler vardır.

2. Yardımseverlik duygusunu geliştirici iletiler vardır.

3. Adalet duygusunu geliştirici iletiler vardır.

4. Özgüven duygusunu geliştirici iletiler vardır.

5. İntikam duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

6. Erkek çocukların ağlamayacağı ifadesi vardır*.

7. Öfke/Şiddet duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

8. Kıskançlık duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

9. Sevgi duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

10. İhanete uğrama duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

11. Hayal kırıklığı duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

12. Çaresizlik duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

13. Tehdit edici ifadeler vardır*.

14. Alkol tüketimi model olarak sunulmaktadır*.

15. Rekabet duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

16. Yalan söyleme davranışını destekleyen iletiler vardır*.

17. Dedikodu yapmayı özendirici iletiler vardır*.

18. Kibir duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

19. Liderlik duygusunu geliştirici iletiler vardır.

20. Dostluk duygusunu geliştirici iletiler vardır.

21. Doğruluk duygusunu geliştirici iletiler vardır.

22. Sabır duygusunu geliştirici iletiler vardır.

23. Saygı duygusunu geliştirici iletiler vardır.

24. Hayvan sevgisini geliştirici iletiler vardır*.

25. Pişmanlık duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

26. Özdenetim duygusunu geliştirici iletiler vardır.

27. Özeleştirici duygusunu geliştirici iletiler vardır*.

28. Empati duygusunu geliştirici iletiler vardır.

29. Dinî değerleri geliştirici iletiler vardır.
30. Toplumsal kurallar konusunda bilinçlendirici iletiler taşır.
31. Ahlâk kuralları konusunda bilinçlendirici iletiler taşır.
32. Kaderci bir bakış açısı mevcuttur.
33. Batıl inançlar içermektedir.
34. Boyun eğmeyi yücelten bir iletiye sahiptir.
35. Bireyci bir mesaja sahiptir.
36. Farklı sosyal sınıflar birbirlerinden ayırıştırılarak sunulmaktadır.
37. Giyim biçimleri farklı sosyal sınıflarla ilgili kalıp yargılar oluşturacak şekilde kurgulanmıştır.

IV. Çocuk Programlarında Çocuğun Gelişimine Yönelik Diğer İçerikler

IV.I. Şiddet

1. Çocuklarda korku yaratacak görüntüler/sözler vardır.
2. Çocuklarda kaygı yaratacak görüntüler/sözler vardır.
3. Şiddet uygulayanların eylemleri özentî oluşturabilecek bir çerçevede verilmektedir.
4. Şiddet kültürü belirli bir sosyal sınıfa özgülendirilmektedir.
5. Kahramanlar, fiziksel şiddet (vurma, yaralama, öldürme vs.) kullanmaktadır.
6. Kahramanlar, sözel şiddet (bağırma, hakaret vs.) kullanmaktadır.
7. Kahramanlar, psikolojik şiddet (küçümseme, karalama, dışlama, alay etme vs.) kullanmaktadır.
8. Kötü ve haksız kahramanlar, şiddet yoluyla ceza görmektedir.
9. Şiddet aracı olarak ateşli silah kullanılmaktadır.
10. Şiddet aracı olarak ateşsiz silah kullanılmaktadır.
- 11. Şiddet aracı olarak doğaüstü şeyler kullanılmaktadır (radyoaktif, şimşek, yıldırım)*.**

IV.II. Tüketim Kültürü

1. Karakterlerin kullandıkları ürünlerle, üstünlük sağladığı duygusu/mesajı verilmektedir.
2. Tüketim, haz kaynağı olarak sunulmaktadır.
3. İsrafi teşvik edici iletiler vardır.
4. Marka ismi, görsel olarak yer almaktadır.

5. Marka ismi, sözel olarak yer almaktadır.
6. Anlatı, tüketim nesnesini elde etme hedefine yönelik olarak kurgulanmıştır.

IV.III. Model Alma

1. Çocukların örnek alabileceği olumlu davranışlar sergilenmektedir.
2. Davranışların doğurduğu sonuçlara ilişkin, uygun modeller sunulmaktadır.
3. Olumsuz davranış sergileyen kahramanlar, model olarak sunulmaktadır.
4. Karakterler, tek bir cinsiyetten oluşmaktadır.
5. Karakterler, belli bir sosyal sınıfı temsil etmektedir.
6. Karakterlerin kıyafetlerinde milli ya da dinî sembollere yer verilmektedir.
7. Karakterlerin ırksal özellikleri belirli bir ırk lehine olacak şekilde vurgulanmaktadır.
8. Farklı milletlere dair kalıp yargılara (sterotiplere) göndermeler vardır.

IV.IV. Aile Yapısı

1. Kadın ve erkek rolleri ayrıştırılarak işlenmektedir.
2. Aile yapısı, çocuklu aile biçimindedir.
3. Ailede ileri yetişkinlere yer verilmemektedir.
4. Aile, ev dışındaki ortamlarda da gösterilmektedir.
5. Ailede çocuk çalışmaktadır.
6. Ailede sadece anne çalışmaktadır.
7. Ailede sadece baba çalışmaktadır.
8. Ailede anne ve baba çalışmaktadır.
9. Tek ebeveynli (evlenmemiş) aile modeli sunulmaktadır.
10. Yaşlılar aile dışında kurumsal yapılarda (örneğin huzurevi) sunulmaktadır.

11. Erkek çocuk sahibi olmayı özendirici mesajlar vardır*.

12. Aile bağlarını güçlendirici ifadeler vardır*.

IV.V. Aile Değerleri

1. Türk aile değerleri içinde yer almayan değerler işlenmektedir.
2. Aile kararlarında çocuğun katılımı özendirilmektedir.
3. Anne/babayı küçümseyici mesajlar vardır.

V. Çocuk Programlarının Çocukların Dil Gelişimine Yönelik İçeriği

1. Çocuğun anlamayacağı türden karmaşık cümle yapıları içerir.
2. Anlatımda, ağız ve şive özellikleri kullanılmaktadır.

3. Türkçe olmayan uydurulmuş kelimeler/ifadeler kullanılmıştır.
4. Argo sözcükler kullanılmıştır.
5. Anlatımda anlaşılması zor ifadeler kullanılmıştır.
6. Türkçe dışındaki dillerin üstünlüğü vurgulanmaktadır.
7. Karakterlerin dil kullanımları, sosyal ayrışmayı besleyecek şekilde verilmektedir.
- 8. Kızların maço tavırlı konuşma şeklinin üstünlüğü vurgulanmaktadır*.**
- 9. Erkeklerin maço tavırlı konuşma şeklinin üstünlüğü vurgulanmaktadır*.**
- 10. Büyü dili kullanılmaktadır (gerçekte olmayan karışık ifadeler)*.**
- 11. İngilizce dışında farklı bir dil kullanılmaktadır*.**



EK-6: Tez Çalışması ile İlgili Yayın

Üstündağ A, Doğan Ö. 10-14 Yaş Arası Gençlerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Çok İzledikleri Diziler. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. 2016;43:77-97.



9. ÖZGEÇMİŞ

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı Alev ÜSTÜNDAĞ
E-Mail Adresi alevustundag@gmail.com

MESLEKİ DENEYİMİ:

- Kasım 2013 – Halen TC Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu
- Mayıs 2010 – Kasım 2013 Eskişehir Halk Sağlığı Müdürlüğü
- Mart 2010 – Mayıs 2010 Eskişehir Yunus Emre Devlet Hastanesi
- Mart 2009 – Temmuz 2009 Karabük Devlet Hastanesi

EĞİTİMİ

- 2013-2017: Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Doktora Programı
- 2006-2009: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi İlköğretim Bölümü Okulöncesi Eğitim Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı
- 2001-2006: Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Bölümü Lisans Programı
- 1998-2001: Etimesgut Anadolu Lisesi
- 1990-1998: Nene Hatun İlköğretim Okulu

BİLİMSEL FAALİYETLERİ

1. **Üstündağ, A.** (2017). Cinsel Sağlık ve Üreme Sağlığı Eğitiminin Gençler Üzerinde Etkisinin Değerlendirilmesi. Başkent University Journal of Education, 4(1), s. 1-10.
2. **Üstündağ, A.** ve Doğan, Ö. (2016). 10-14 Yaş Arası Gençlerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Çok İzledikleri Diziler. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 43, s. 77-97
3. **Üstündağ, A.** ve Tezel, B. (2016). Gençlik Danışmanlık ve Sağlık Hizmet Merkezlerinde Çocuk Gelişimcinin Yeri ve Önemi. Uluslararası Katılımlı 4. Sosyal Pediatri Kongresi bildiri özet kitabı, s. 178
4. Çaylan, N., **Üstündağ, A.**, Tezel, B., Gülşen, M., Çalışkan, D., Özcebe, H.

- (2016). Okulda Sağlığın Korunması ve Geliştirilmesi Programı. Uluslararası Katılımlı 4. Sosyal Pediatri Kongresi bildiri özet kitabı, s. 172
5. Çetin, Z., **Üstündağ, A.**, Kerimoğlu, G. ve Beyazıt, U. (2015). Ülkemizde ve Dünyada Çocuklarda Yaratıcılığın Ölçülmesinde Kullanılan Testlerin İncelenmesi. H.Ü. Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt:2, Sayı:2, s.31-49
 6. **Üstündağ, A.** ve Alataş, E. (2015). Çocuk İzlem Merkezleri. 7. Risk Altında ve Korunması Gereken Çocuklar Sempozyumu. s. 287-294 Antalya.
 7. **Üstündağ, A.**, Şenol, F. B. ve Mağden, D. (2015). Ebeveynlerin Çocuk İstismarına Yönelik Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi ve Bilinçlendirilmesi. Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal. Vol 1, suppl 2. s. 212-227.
 8. **Üstündağ, A.** (2014). Yapısal Aile Danışmanlığı ve Bir Olgu Örneği. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi. Sayı: 33, s. 113-126.
 9. Kerimoğlu, G. ve **Üstündağ, A.** (2014). Ergenlik Döneminde Cinsel Eğitimin Önemi. Sağlık ve Toplum Dergisi yıl 24, sayı 1, s. 8-14
 10. Akalın, T., **Üstündağ, A.** (2012). 10-12 Yaş Danışmanlık Hizmeti Alan Çocukların Durumlarının Belirlenmesinde Resmin Önemi. 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi, Cilt 1. Sayı 3, S:73-86, Kış 2012, Ankara.
 11. **Üstündağ, A.**, Haktanır, G. (2009). Mobil Anaokulu Projesinin Çocukların Bilişsel ve Dil Gelişimi Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi. Uluslararası Katılımlı II Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongresi “Sağlık, Gelişim ve Eğitimde Çocuk”, Ankara.