

**TÜRK TELEVİZYONLARININ AZERBAYCAN'DAKİ  
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE  
YETİŞTİRME ROLÜNE İLİŞKİN ARAŞTIRMA**

**Doktora Tezi**

**KHURAMAN JAFARLI**

**Eskişehir 2023**

**TÜRK TELEVİZYONLARININ AZERBAJCAN'DAKİ  
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE  
YETİŞTİRME ROLÜNE İLİŞKİN ARAŞTIRMA**

**KHURAMAN JAFARLI**

**DOKTORA TEZİ**  
**Basın ve Yayın Anabilim Dalı**  
**Danışman: Prof. Dr. Ömer ÖZER**

**Eskişehir**  
**Anadolu Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü**  
**Şubat 2023**

## ÖZET

### TÜRK TELEVİZYONLARININ AZERBAYCAN'DAKİ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE YETİŞTİRME ROLÜNE İLİŞKİN ARAŞTIRMA

Khuraman JAFARLI

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şubat 2023

Danışman: Prof. Dr. Ömer ÖZER

Bu çalışma, Türk televizyonlarının Azerbaycan'daki üniversite öğrencileri üzerinde yetiştirme rolünü ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu nedenle çalışmada ilk önce George Gerbner tarafından geliştirilen Kültürel Göstergeler Projesi incelenmiş, sonrasında çalışmanın amacına uygun olarak Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi de yapılmıştır.

Mesaj Sistem Çözümlemesi 17-21 Ocak 2022 tarihleri arasında Azerbaycanlı öğrenciler tarafından en çok izlenen Atv, Kanal D, Star ve Show Tv kanallarının 19.00-23.00 saatleri arasındaki programlarına uygulanmıştır. Çözümleme, televizyon dünyasında suç, şiddet, ölüm, güvenlik güçleri, erkek egemenliği, iş yaşamından soyutlanmış kadın, aile, yoksulluk ve zenginlik, gibi öğelerin çok fazla yer aldığını ortaya çıkarmıştır. Mesaj Sistem Çözümlemesi sonucunda televizyonda en çok yinelenen mesajlar ve temsiller saptanmıştır. Bu bulgular doğrultusunda Yetiştirme Çözümlemesi'nde kullanılan anket soruları hazırlanmıştır.

Çalışmanın saha araştırması için Azerbaycan'da bulunan 5 üniversite seçilmiştir. Bunlar, Azerbaycan Tıp Üniversitesi, Azerbaycan Mimarlık ve İnşaat Üniversitesi, Azerbaycan Devlet Petrol ve Sanayi Üniversitesi, Bakü Mühendislik Üniversitesi, Azerbaycan Emek ve Sosyal İlişkiler Akademisi'dir. Bu üniversitelerden 300 kadın ve 200 erkek olmak üzere 500 kişiye ulaşılmıştır. Yetiştirme Çözümlemesi sonucunda televizyonun Azerbaycanlı öğrenciler üzerinde yetiştirme ve yaygın görüş haline getirme rolü olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Kültürel Göstergeler Projesi, Yetiştirme Kuramı, George Gerbner, Televizyon, Mesaj Sistem Çözümlemesi, Yetiştirme Çözümlemesi, Türkiye, Azerbaycan

## ABSTRACT

### RESEARCH ON THE CULTIVATION ROLE OF TURKISH TELEVISIONS ON UNIVERSITY STUDENTS IN AZERBAIJAN

Khuraman JAFARLI

Department of Journalism

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, February 2023

Supervisor: Prof. Dr. Ömer ÖZER

This study aims to reveal the cultivation role of Turkish televisions on university students in Azerbaijan. Therefore the Cultural Indicators Project developed by George Gerbner was analyzed first in the study, and following Message System Analysis and Cultivation Analysis was carried out with the purpose of the study. After all, a Widespread Opinion Analysis was also carried out.

The Message System Analysis was implemented to the programs of ATV, Kanal D, Star and Show TV channels, which are the most watched by Azerbaijani students, between 19.00 and 23.00 pm between dates 17-21 January, 2022. The analysis was revealed that elements such as crime, violence, death, security forces, male dominance, women isolated from business life, family, poverty and wealth are very common in the television world. As a result of the Message System Analysis, the most repeated messages and representations on television were determined. In accordance with these findings, the survey questions used in the Cultivation Analysis were arranged.

For the field research of the study, 5 universities in Azerbaijan were selected. These are Azerbaijan Medical University, Azerbaijan University of Architecture and Construction, Azerbaijan State Oil and Industry University, Baku Engineering University, Azerbaijan Labor and Social Relations Academy. 500 people were reached from these universities, including 300 women and 200 men. As a result of the cultivation analysis, it was revealed that television has the role of cultivation and mainstreaming on Azerbaijani students.

**Keywords:** Cultural Indicators Project, Cultivation Theory, George Gerbner, Television, Message System Analysis, Cultivation Analysis, Turkey, Azerbaijan.

## ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında George Gerbner'in hikâye anlatma kuramı olan Yetiştirme Kuramı incelenmiştir. Bu bağlamda televizyonun öğrenciler üzerinde yetiştirme rolüne ilişkin araştırmalar yapılmıştır. Söz konusu çalışmanın amacına ulaşmak için ilk aşamada kuramsal temel irdelenmiş, sonrasında ise Mesaj Sistem Çözümlemesi, Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri yapılmıştır. Yetiştirme Çözümlemesi Azerbaycan'daki üniversitelerde gerçekleştirilmiştir.

Çalışma sürecinde bana yol gösterici olup, bilgi ve birikimiyle çalışmama ışık tutan Tez Danışmanım Prof. Dr. Ömer ÖZER'e, olumlu ve yapıcı eleştirileriyle çalışmamın gerçekleşmesine katkı sağlayan, Tez İzleme Komitesi Üyeleri değerli hocalarım Prof. Dr Abdullah KOÇAK ve Prof. Dr Sibel ONURSOY'a derin teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca Azerbaycan'da gerçekleştirdiğim anket çalışması için Azerbaycan Tıp Üniversitesi, Azerbaycan Mimarlık ve İnşaat Üniversitesi, Azerbaycan Devlet Petrol ve Sanayi Üniversitesi, Bakü Mühendislik Üniversitesi, Azerbaycan Emek ve Sosyal İlişkiler Akademisi'nde çalışan ve yardımını esirgemeyen tüm hocalarıma ve saha araştırmasına katılımcı olarak destek veren öğrencilere teşekkürü borç bilirim.

Hayatımın her aşamasında yanımda olan, aldığım tüm kararları destekleyen, yalnızca bu çalışma için değil her konuda beni cesaretlendiren ve bana güvenen başta babam İlham Bey olmak üzere diğer aile üyelerime ve tüm sevdiğime sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

## İÇİNDEKİLER

BAŞLIK SAYFASI .....	
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI .....	
ÖZET .....	i
ABSTRACT.....	ii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
TABLoların DİZİNİ.....	vi
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Konunun Tanımlanması ve Problem .....	1
1.2 Amaç .....	12
1.3 Önem.....	13
1.4 Sınırlılıklar .....	13
2. ALANYAZIN.....	15
2.1 Yetiştirme Kuramı Bakımından George Gerbner'in Düşünceleri .....	15
2.1.1 İletişimden popüler kültüre doğru tarihsel bir süreç.....	15
2.1.2 Kültürel Göstergeler Projesinde hikâye anlatma ve televizyon .....	23
2.1.3 Televizyonda şiddetin sunumu .....	32
2.2 Yetiştirme Kuramının Bileşenleri ve Anahtar Kavramları .....	36
2.2.1. Yetiştirme Kuramının bileşenleri .....	36
2.2.1.1 Kurumsal Süreç Çözümlemesi.....	38
2.2.1.2 Mesaj Sistem Çözümlemesi.....	40
2.2.1.3 Yetiştirme Çözümlemesi.....	43

2.2.2 Yetiştirme Kuramı bakımından anahtar kavramlar .....	47
2.2.2.1 Yaygın Görüş Haline Getirme .....	47
2.2.2.2 Bulanıklaştırma, Harmanlama, Bükme, Rezonans ve Tavan Etki.....	49
2.2.2.3 Birinci Düzen Yetiştirme ve İkinci Düzen Yetiştirme.....	53
2.3 Yetiştirme Araştırmalarına Yapılan Eleştiriler Ve Yanıtları .....	60
2.3.1 Paul. M. Hirsch'ın Yetiştirme Kuramı ile ilgili eleştirel düşünceleri ve Gerbner'in yanıtları .....	60
2.3.2 Yetiştirme Kuramı ile ilgili Anthony N. Doob ve Glenn E. Macdonald'ın eleştirileri.....	64
2.3.3 Yetiştirme Kuramı ile ilgili eleştirilere James W. Potter'ın ekledikleri.....	65
2.3.4. Yetiştirme Kuramına Türkiye'den eleştiri: İrfan Erdoğan'ın görüşleri .....	68
3. YÖNTEM .....	71
3. 1. Mesaj Sistem Çözümlemesi Bakımından Yöntem.....	71
3.2 Yetiştirme Çözümlemesi Bakımından Yöntem .....	73
4. ÇALIŞMANIN BULGULARI .....	85
4.1 Yetiştirme Çözümlemesi Bulguları ve Yorumları .....	85
4.2 Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi Sonuçları ve Yorumları.....	113
5. SONUÇ .....	123
5.1 Mesaj Sistem Çözümlemesi Sonuçları ve Değerlendirmeleri.....	125
5.2 Yetiştirme Çözümlemesi Sonuçları ve Değerlendirmeleri .....	126
5.3 Yaygın Görüş Haline Getirme Sonuçları ve Değerlendirmeleri .....	129
5.4 Öneri.....	131
KAYNAKÇA.....	132
EKLER.....	
ÖZGEÇMİŞ.....	

## TABLULARIN DİZİNİ

<b>Tablo 1:</b> Birinci Yetiştirme Testi.....	85
<b>Tablo 2:</b> İkinci Yetiştirme Testi.....	85
<b>Tablo 3:</b> Üçüncü Yetiştirme Testi.....	86
<b>Tablo 4:</b> Dördüncü Yetiştirme Testi.....	87
<b>Tablo 5:</b> Beşinci Yetiştirme Testi.....	88
<b>Tablo 6:</b> Altıncı Yetiştirme Testi.....	88
<b>Tablo 7:</b> Yedinci Yetiştirme Testi.....	89
<b>Tablo 8:</b> Sekizinci Yetiştirme Testi.....	90
<b>Tablo 9:</b> Dokuzuncu Yetiştirme Testi.....	91
<b>Tablo 10:</b> Onuncu Yetiştirme Testi.....	91
<b>Tablo 11:</b> On Birinci Yetiştirme Testi.....	92
<b>Tablo 12:</b> On İkinci Yetiştirme Testi.....	93
<b>Tablo 13:</b> On Üçüncü Yetiştirme Testi .....	93
<b>Tablo 14:</b> On Dördüncü Yetiştirme Testi.....	94
<b>Tablo 15:</b> On Beşinci Yetiştirme Testi.....	95
<b>Tablo 16:</b> On Altıncı Yetiştirme Testi.....	96
<b>Tablo 17:</b> On Yedinci Yetiştirme Testi.....	96
<b>Tablo 18:</b> On Sekizinci Yetiştirme Testi.....	97
<b>Tablo 19:</b> On Dokuzuncu Yetiştirme Testi.....	98
<b>Tablo 20:</b> Yirminci Yetiştirme Testi.....	99
<b>Tablo 21:</b> Yirmi Birinci Yetiştirme Testi.....	99
<b>Tablo 22:</b> Yirmi İkinci Yetiştirme Testi.....	100



<b>Tablo 23:</b> Yirmi Üçüncü Yetiştirme Testi.....	101
<b>Tablo 24:</b> Yirmi Dördüncü Yetiştirme Testi.....	101
<b>Tablo 25:</b> Yirmi Beşinci Yetiştirme Testi.....	102
<b>Tablo 26:</b> Yirmi Altıncı Yetiştirme Testi.....	102
<b>Tablo 27:</b> Yirmi Yedinci Yetiştirme Testi.....	103
<b>Tablo 28:</b> Yirmi Sekizinci Yetiştirme Testi.....	103
<b>Tablo 29:</b> Yirmi Dokuzuncu Yetiştirme Testi.....	104
<b>Tablo 30:</b> Otuzuncu Yetiştirme Testi.....	105
<b>Tablo 31:</b> Otuz Birinci Yetiştirme Testi.....	106
<b>Tablo 32:</b> Otuz İkinci Yetiştirme Testi.....	107
<b>Tablo 33:</b> Otuz Üçüncü Yetiştirme Testi.....	107
<b>Tablo 34:</b> Otuz Dördüncü Yetiştirme Testi.....	108
<b>Tablo 35:</b> Otuz Beşinci Yetiştirme Testi.....	108
<b>Tablo 36:</b> Otuz Altıncı Yetiştirme Testi.....	109
<b>Tablo 37:</b> Otuz Yedinci Yetiştirme Testi.....	110
<b>Tablo 38:</b> Birinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	111
<b>Tablo 39:</b> İkinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	112
<b>Tablo 40:</b> Üçüncü Yaygın Görüş Haline Getirme Testi .....	113
<b>Tablo 41:</b> Dördüncü Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	114
<b>Tablo 42:</b> Beşinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	115
<b>Tablo 43:</b> Altıncı Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	116
<b>Tablo 44:</b> Yedinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	117

<b>Tablo 45:</b> Sekizinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	118
<b>Tablo 46:</b> Dokuzuncu Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	119
<b>Tablo 47:</b> Onuncu Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	120
<b>Tablo 48:</b> On Birinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi.....	121

# 1. GİRİŞ

## 1.1 Konunun Tanımlanması ve Problem

Bu çalışmanın konusunu televizyonun, insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırması ve dünya algılaması üzerindeki rolü oluşturmaktadır. Söz konusu rolü ortaya koymak için bir hikâye anlatma kuramı olan (ideolojik) Yetiştirme Kuramı'na dayandırılan bu çalışmada, Türkiye'deki bazı televizyon kanalları içerikleri üzerinde Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Bakü/Azerbaycan'da bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

İnsan varoluşunun kendine özgü yanlarının günümüze kadar ulaşmasını sağlayan çevre, sembollerin çevresidir. İnsanlar, sembolik çevreden çıkardığı anlamlarla öğrenir, yaşamını ona göre şekillendirir. Buradan yola çıkarak ortak ritüelleri ve mitolojileri, sembolik sosyalleşmenin ve kontrolün başlıca aracı olarak değerlendirmek mümkündür. Bunlar, uzun tarihi dönemden geçerek günümüze kadar ulaşan ve hâlâ süren genel görüş ve bakış açılarımızı yetiştiren, sosyal ilişkilerimizi düzenleyen mesaj sistemleri içerisinde en vazgeçilmez parçalardır. Sözü edilen mesaj sistemi, hikâye anlatma işlevleri ile birlikte insanlara sosyal düzene uygun olan her şeyi normal, gerçek, doğru gibi kabul ettirir. Bu mesaj sistemlerini üreten kurumsal süreçlerin gelişimi ile birlikte el işinden kitlesel üretime, geleneksel dinden eğitime ve kitle iletişim araçlarına doğru bir gelişim yaşanmıştır. Bu araçların en başında ise televizyon gelmektedir. Televizyon, uzun bir dönem en ücra köşelerde en ayrışık kitlesel kamuların ortak bilincini oluşturan mesaj içeriklerinin ana kaynağı olacaktır (Gerbner ve Gross, 2014: 333-334).<sup>1</sup>

Söz konusu televizyon izleyicileri doğal olarak farklı kültürlerden oluşmakta ve farklı demografik özelliklere sahip olmaktadır. Bu izleyicilerin ortak bakış açılarını ve kanaatlerini incelemek geleneksel medya araştırmalarından farklı bir şekilde, televizyonun kendi dinamiğine uygun olarak yapılmaktadır (Gerbner vd, 2014: 287). Kültürel Göstergeler Projesi/Yetiştirme Kuramı<sup>2</sup> bu noktada Kurumsal Süreç

---

<sup>1</sup>Gerbner ve Gross, bu düşüncelerini 1976'da açıklamıştır. Aradan 44 yıl geçmiştir. Dolayısıyla televizyon onların söylediği gibi ana kaynak olmuştur. Bu işlevinin Azerbaycan gibi bazı ülkelerde hâlâ sürdürdüğünü söylemek mümkündür. Nitekim aşağıda bulgularından söz edilen ve yazar tarafından yapılan bir anket uygulamasının sonuçları televizyonun Azerbaycan'da hâlâ egemen konumda olduğunu söylemektedir.

<sup>2</sup> Kültürel Göstergeler Projesi Şiddetin Nedenleri ve Önlenmesi Ulusal Komisyonu'nun desteğiyle 1967-1968 yıllarında başlatılmıştır. Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesi bileşenlerinden oluşan proje aynı zamanda Yetiştirme Kuramı olarak da tanımlanmaktadır.

Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesi bileşenleri ile televizyon dünyası ve bu dünyadan yansıyan içeriklere yoğun olarak maruz kalan izleyiciler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktadır. George Gerbner tarafından geliştirilmiş bu proje (Shanahan ve Morgan, 1999: 6-7) 1967 yılından sonraki yıllarda televizyonun dramatik içeriğindeki merkezi akışı izlerken, 1970'li yılların sonrasında ise (Gerbner vd, 2014: 282) ABD'de ülkenin yaygın olarak paylaşılan ve kültürel sembollerinden en önemlisi olan televizyonla büyümenin ve yaşamının rolüne odaklanmıştır (Shanahan ve Morgan, 1999: 6-7).

Televizyon, birçok insan için standartlaştırılmış rol ve davranışların içine sokuldukları iletişim aracıdır ve televizyonun tek yapması gereken izleyicilerine çevrenin kültürünü benimsetmektir (Gerbner ve Gross, 2014: 336). Aynı zamanda bir hikâye anlatan merkezi sistem olarak her bir eve bir imaj ve mesaj sistemi iletmektedir (Gerbner vd, 2014: 282). Gerbner ve arkadaşları televizyonun, bu mesaj içeriklerini bireylerin zihnine ekmekte olduğunu söylemektedirler. Dolayısıyla Kültürel Göstergeler Projesi'ne göre izleyiciler televizyondan izledikleri içerikler yönünde bir dünya görüşüne sahip olmaktadır (Özer, 2005: 76-77).

Yetiştirme Kuramı, üç yönlü bir araştırma stratejisi üzerine temellenmiştir:

1. Kurumsal Süreç Çözümlemesi (Institutional Process Analysis): Kültürel Göstergeler Projesi'nin birinci bileşeni olan Kurumsal Süreç Çözümlemesi kitle iletişim araçlarının diğer kurumlarla nasıl ilişkide olduğu, karar alma sürecinde nasıl bir yön izlediği, mesaj sistemlerinin nasıl oluştuğu ve toplum içinde işlevlerini nasıl yerine getirdiği gibi konuları araştırmaktadır (Özer, 2017: 13).
2. Mesaj Sistem Çözümlemesi: (Message System Analysis): Mesaj Sistem Çözümlemesi televizyon programları üzerinde yapılmaktadır ve içerikleri tek tek bölümler şeklinde değil, bir sistem olarak belirli zaman dilimlerinde incelenmektedir. Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin amacı ise sembolik dünyanın yapısını, bileşenlerini ve oluşumunu ortaya koymaktır. Aynı zamanda izleyicilerin televizyondan maruz kaldıkları içeriklerin tanımlanmasına ilişkin veriler toplar (Gerbner ve Gross, 2014: 347-348).<sup>3</sup>

---

Dolayısıyla bu çalışmada Kültürel Göstergeler Projesi ve Yetiştirme Kuramı dönüşümlü şekilde kullanılmıştır.

<sup>3</sup> Mesaj Sistem Çözümlemesi bir çeşit içerik çözümlemesidir. Ancak kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Örneğin tekrar görüntüler yeni bir öznenin devreye girmesiyle bir daha kodlanmaktadır.

3. Yetiştirme Çözümlemesi (Cultivation Analysis): Yetiştirme Çözümlemesi televizyonla büyüme ve yaşamının toplam sonuçlarına yoğunlaşmaktadır. Çözümleme, televizyonu çok seyreden izleyicilerin ortak ve yinelenen iletilerden oluşan televizyon dünyasının gerçeklerini içselleştirdiğini ve gerçek dünya olarak algıladığını ortaya koymaktadır (Özer, 2017: 14).

Kültürel Göstergeler Projesi'nin üçüncü bileşeni olan Yetiştirme Çözümlemesi, televizyonun izleyicilerin sosyal gerçeklik algılarına bağımsız katkısı üzerine yapılan çalışmalara dayanmaktadır. Kuramın temel hipotezi televizyon içeriklerine çok maruz kalan izleyicilerin bu içeriklere daha az maruz kalan izleyicilerle karşılaştırıldığında televizyon dünyasının en yaygın ve yinelenen mesajlarından yansıyan dünya algısına sahip oldukları yönündedir (Shanahan ve Morgan, 1999: 3). Ayrıca televizyonla ilgili araştırmaların çoğu herhangi bir zamanda güncel olan belirli konulara, sorunlara, tartışmalara ya da programlara odaklanmaktadır. Yetiştirme Çözümlemesi ise televizyona kısa dönemli bağlı kalma ile ilgilenmemektedir (Shanahan ve Morgan, 1999: 5). Bunun yerine televizyon dünyasına bağlı kalmanın uzun dönemli toplam rolünü araştırmaktadır. Bu nedenle de Yetiştirme, "destekleme" ya da "etki" kavramları ile açıklanamamaktadır. Daha açık söylemek gerekirse birkaç program izlemenin izleyicinin düşünce ve tutumlarında nasıl "değişiklik" yarattığıyla ilgilenmemekte, bunun yerine izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasıyla televizyon içeriğindeki en çok yinelenen imge ve ideolojiler arasındaki ilişkiyi incelemektedir (Özer, 2005: 77).

Yetiştirme Çözümlemesi tek tek seçilmiş program içerikleri ile değil, televizyon dünyasına toplu olarak maruz kalma ile ilgilenmektedir. Program tercihleri konusunda izleyiciler seçici olduklarını düşünseler de farklı program türlerinde bile çoğu zaman benzer tematik ve dramatik unsurlarla karşı karşıya kalmaktalar (Gerbner, 2014: 321-322). Bu noktada Yetiştirme Çözümlemesi izleyicilerin televizyon dünyası ile yaşamasını, onun bir parçası olmasını ve maruz kaldığı içeriklerden neyi ve nasıl özümlediğini açıklamaktadır. Aynı zamanda televizyonun toplumdaki değerler, kurallar, gerçeklerle ilgili yetiştirdiği varsayımları incelemektedir (Gerber ve Gross, 2014:348). Bu nedenle Yetiştirme, televizyonla izleyici arasındaki ilişkiye önem vermektedir. İnsanlar, programa bakmadan sezonluk, aylık, haftalık ya da günün belli bir zamanında izlemeye hazır gruplardır. Televizyon programlarının çoğu, ticari

---

Mesaj Sistem Çözümlemesi mesajları sistem olarak ele alır. Bu nedenle içerik çözümlenmeleri değil Mesaj Sistem Çözümlemesi olarak adlandırılmaktadır.

gerekliliğe göre düzenlenmekte; izleme ise bu programlara göre değil, toplam türlere göre yapılmaktadır. Örnek verecek olursak bütün diziler ve durum komedileri başlar ve son bulur. Buna karşın televizyon gün içerisinde ortalama yedi saat açık kalır ve izleyiciler yaklaşık üç saat izlerler. Dolayısıyla televizyonu çok seyredenler program seçimi yapmaksızın temel dramatik bileşenlerin karışımını izlerler. Bu nedenle Yetiştirme Çözümlemesi belirli tercihlerden çok toplam izleme ölçümleri ile ilgilenmektedir (Özer, 2017: 12-13).

Televizyon içeriklerinin sürekli yinelenen mesajlarına maruz kalmak çocukluktan başlayarak daha geniş bir dünya algısının oluşturulmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla televizyon, ideolojilerimizin, değerlerimizin, düşüncelerimizin yaratıcısı haline gelmektedir. Bunun bir göstergisi “Tehlikeli/Berbat Dünya Sendromu” olarak adlandırdığımız durumdur. Buna göre de, gerekirse televizyona uzun süre maruz kalmak mesaj içeriklerinde yer verilen şiddet görüntülerinden kaçmayı olanaksız kılmaktadır. Bu nedenle kişiler üzerinde berbat ve/veya tehlikeli bir dünya algısı yaratmaktadır (Gerbner, 2014: 298).

Televizyon gün içinde eve ortalama 7 saatten fazla giren, çocukların içine doğduğu ve onunla birlikte yaşlandığı tek iletişim aracıdır. Aynı zamanda okuryazarlık, herhangi bir hareketlilik, ekonomik statü gerektirmeyen televizyon, başarılı bir şekilde diğer kitle iletişim araçları ile rekabet eder (Gerbner, 2014: 319). Televizyon evdeki bireyler için diğer tüm kitle iletişim araçlarının tam tersine kullanıma hazır şekilde beklemektedir. Bu nedenle Yetiştirme Kuramı televizyona daha çok uygulanmaktadır. Bu çalışmanın konusunu belirtildiği gibi televizyonun yetiştirme rolü oluşturmaktadır. Yani çalışma Yetiştirme Kuramına dayandırılmıştır. Sözü edilen kuram Gerbner ve arkadaşları tarafından geliştirilen Kültürel Göstergeler Projesi’nin ikinci bileşeni olan Mesaj Sistem Çözümlemesi ve üçüncü bileşeni olan Yetiştirme Çözümlemesi bakımından ele alınmıştır. Yetiştirme Kuramı birçok kitle iletişim aracına uyarlanabilir de televizyon izleyicileri mesaj içeriklerine ortak bir şekilde uzun dönemli maruz kalmaktadır. Aynı zamanda son yıllarda yeni iletişim teknolojilerinin yaşamımıza fazlasıyla girmesine karşın televizyon hemen her evde var olan ve hızlı, ucuz, kolay ulaşılabilen bir araç olmayı sürdürmektedir. Bu nedenle çalışmada iletişim aracı olarak televizyon ele alınmıştır ve Türk televizyonlarının Azerbaycan’daki üniversite öğrencileri üzerinde yetiştirme rolüne ilişkin araştırma yapılmıştır.

Türkiye’de televizyonun yetiştirme rolüne yönelik yapılan ilk çalışma Prof. Dr. Oya Tokgöz’ün danışmanlığında Veysel Batmaz (1986) tarafından gerçekleştirilen “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Siyasal ve Toplumsal Etkileri: Ampirik Bir Model Denemesi” adlı doktora tezidir. Bu çalışmada Kültürel Göstergeler Projesi’nin üç bileşeninden yalnızca Yetiştirme Çözümlemesi uygulanmıştır. Araştırmanın amacı televizyondaki şiddet içeriklerini ve reklamların toplumsal ve siyasal algılardaki etkilerini incelemektir. Elde edilen sonuçlar, televizyondaki şiddet gösteriminin özellikle gençler üzerinde şiddet eylemlerine yol açtığı iddialarını desteklememiştir. Ancak reklamların gençlerin tüketim alışkanlıkları üzerinde etkisinin olduğu kanıtlanmıştır.

Ömer Özer’in 2004 yılında yine Prof. Dr. Oya Tokgöz danışmanlığında hazırladığı “Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi” adlı doktora tezi Türkiye’de Kültürel Göstergeler Projesi’nin her üç bileşeninin de çözümlendiği kapsamlı bir çalışmadır. İlk defa Kurumsal Süreç Çözümlemesi’nin yapıldığı bu araştırmada çapraz promosyon çözümlemesi, türdeşleşme çözümlemesi yapılmış ve sonrasında Ankara’daki muhabirler üzerinde anket uygulanmıştır. Bu çözümlemeden elde edilen sonuçlar tekelleşme olgusunun Türk medyası üzerinde büyük ölçekli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Mesaj Sistem Çözümlemesi için hafta içi beş günlük dönemde en çok izlenen beş kanaldaki 24 ana haber seçilmiştir. Bu çözümleme sonucunda ise şiddet görüntülerinin Türk televizyon programlarında yoğun olarak yer aldığı saptanmıştır. Son aşamada gerçekleştirilen Yetiştirme Çözümlemesi’nde 11 hipotezden 7’si doğrulanmış ve televizyonun izleyiciler üzerinde yetiştirme rolünün olduğu kanıtlanmıştır.

Prof. Dr. Ahmet Kalender danışmanlığında tamamlanan tezde Hasan Hüseyin Taylan(2011) televizyon programlarındaki şiddetin yetiştirme rolünü Gerbner ve arkadaşlarının Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında açıklamayı hedeflemiştir. Çalışmada bir zamanların en çok izlenen televizyon dizisi olan Kurtlar Vadisi Pusu’nun öğrencilerin sosyal gerçekliğe ilişkin algılamaları üzerindeki rolünün ortaya konması amaçlanmıştır. Bunun için Konya il merkezindeki ortaöğretim okullarını temsilen seçilen sekiz lisede öğrenim gören 640 öğrenci üzerine soru formu yardımıyla uygulanan saha araştırması yapılmış ve elde edilen veriler bir sıra çözümleme teknikleri ile yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda dizi içeriğinden yola çıkılarak Yetiştirme

rolünün olduğu saptanmıştır. Ancak tezle ilgili bazı eleştirel konulara dikkat çekmek gerekir. Daha önce de belirtildiği gibi Yetiştirme Kuramı'nın sonuçlarının doğruluğu adına ona temel olacak sorulara ulaşmak için Mesaj Sistem Çözümlemesi yapılmaktadır. Buna karşın yazar tezde Mesaj Sistem Çözümlemesi gerçekleştirmemiştir. Dolayısıyla saha araştırmasında kullanılan soruların kaynağı yoktur. Öte yandan yalnızca Kurtlar Vadisi dizisinin örnek alınması Yetiştirme Çözümlemesi açasından doğru değildir.

Prof. Dr. Arzu Kihir danışmanlığı ile Hediye Vicdan İrfanoğlu'nun (2017) "Televizyon Dizilerinin İzlenme Durumu ve Televizyon Dizilerindeki şiddet Eğiliminin İzleyici Üzerindeki Etkisi: Acımasız Dünya Sendromu Ekseninde Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tezinde şiddet kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Yazar araştırmasında "şiddet" olgusu ile izleyicilerin televizyon dizilerini izleme alışkanlıkları, şiddete olan eğilimleri, kavram hakkındaki farkındalık, algı ve tutumlarını belirlemeye ve aynı zamanda şiddet öğelerinin izleyicilerde dünyanın daha tehlikeli ve acımasız bir yer olduğu düşüncesini oluşturup oluşturmadığını ortaya koymaya çalışmıştır. Araştırma sonucunda Avrupa Yakası'nda yaşayan izleyicilerin Asya Yakası'nda yaşayanlarla karşılaştırıldığında dünyayı daha acımasız ve tehlikeli olarak algıladıkları ve bu algının izlenen dizi sayısı ile orantılı olduğu, yani izlenen dizinin artmasıyla acımasız ve tehlikeli dünya algısının da çoğaldığı kanıtlanmıştır. Öte yandan Gerbner ve arkadaşlarının araştırmalarında "televizyona uzun süre maruz kalan" izleyicilerde diğerlerine göre daha yoğun olarak "çoğu insana güvenilmeyeceği inancı" ve "korunma ihtiyacı" olduğu sonucuna da varılmıştır. Ancak belirtilmesi gereken bir nokta, çalışmada Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin kullanılmaması; bunun yerine nicel ve ilişkisel tarama modelinin tercih edilmesidir. İkinci bir nokta ise "Acımasız ve Tehlikeli Dünya Algısı"nı ölçmek için kullanılan soruların televizyonla ilgili sorulardan sonra yer almasıdır. Nitekim Yetiştirme çalışması sırasında izleyicilerin sorulara medyanın kaynaklık ettiğini bilmemeleri gerekmektedir.

Yrd. Doç. Dr. Pınar Özgökbel Bilis danışmanlığında Meerim Sydygalieva (2017) tarafından tamamlanan "George Gerbner'ın Kültürel Göstergeler Yaklaşımı Işığında Muhteşem Yüzyıl Dizisinin Kırgız Kökenli İzleyicilerin Kültür Anlayışları Üzerindeki Etkisi" adlı yüksek lisans tezi Türk dizilerinin Kırgız toplumu tarafından nasıl algılandığı ve izleyicisi üzerinde ne gibi bir etki yarattığı üzerine odaklanmıştır.



Araştırma Kültürel Göstergeler Projesi'ne dayansa da çözümleme bileşenlere uygun olarak gerçekleştirilmemiştir. Yazar bir dizinin seçilmesinin dizinin daha ayrıntılı incelenmesine olanak sağladığını savunsa da çözümlemenin yalnızca bir dizi üzerinde yapılması Yetiştirme çalışması açısından doğru değildir. Öte yandan Mesaj Sistem Çözümlemesi yerine Costanzo'nun 1992 yılında yayınladığı "Reading the Movies: Twelve Great Films on Video and How to Teach Them" adlı kitabındaki film çözümleme yöntemi uygulanmıştır. Bu çözümleme sonucunda ulaşılan veriler göz önünde bulundurularak hazırlanan anket soruları internet üzerinden 350 Kırgız izleyicisine ulaşılarak gerçekleştirilmiştir. Sorulara verilen yanıtlar betimleyici çözümleme yöntemiyle değerlendirilmekte ve böylelikle Muhteşem Yüzyıl dizisi örneğinde Kırgız izleyicisinin iletişim araçları ile nasıl bir kültürelme sürecine dâhil olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda televizyon dizileri aracılığıyla aktarılan kültürel göstergelerin izleyicilerin kültür anlayışları üzerinde etkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Ancak çalışmanın yöntemi Kültürel Göstergeler Projesi'ni anımsatmamaktadır.

Doç. Dr. Artun Avcı danışmanlığında Mehmet Akif Barış (2018) tarafından tamamlanan "Çocuk Televizyon Kanallarında Tüketimci Kimliğin İnşası" adlı doktora tezinde tüketim, tüketim toplumu, tüketim kültürü, tüketimcilik gibi kavramlar incelenmiş, çocuk televizyonlarının tüketimci kimliğin inşasındaki rolü açıklanmıştır. Yazar televizyon üzerinden tüketim kültürünün bir ideoloji olarak sunulduğunu, kültürel göstergelerin yardımıyla tüketimci bir yaşam tarzının benimsetilmeye çalışıldığını savunmuştur. Bu nedenle araştırma için Kültürel Göstergeler Projesi'nin bütün bileşenleri uygulanmaya çalışılmıştır. İlk aşama için Kurumsal Süreç Çözümlemesi Türkiye'de en çok izlenen 3 kanal üzerinden gerçekleştirilmiştir. Mesaj Sistem Çözümlemesi için ise çocuk televizyon kanallarının yayınları 1 gün hafta içi, 1 gün de hafta sonu olacak biçimde 2 gün boyunca izlenerek çözümlemeye tabi tutulmuştur. Çözümlemeden elde edilen bulgular doğrultusunda hazırlanan anket soruları Gaziantep ilinde yaşayan 9-11 yaşındaki çocuklar ve anne-babalarına yanıtlamaları için sunulmuştur. Katılımcılara yöneltilen soruların amacı, tüketim toplumunda tüketimciliği yaşayan çocuğun tutumlarını ve bu tutumlarda oluşan yetiştirme farkını ortaya çıkarmaya yönelik olmuştur. Araştırma sonuçları televizyonun mesaj içeriklerine çok maruz kalan izleyiciler üzerinde tüketimci bir kimliği inşa ettiği yönündedir.

Prof. Dr Abdullah Koçak danışmanlığında Başak İrem Özdemir 2019 tarafından tamamlanan “Kadın Sunumu Örneğinde Televizyonun Yetiştirme Rolü: Üniversite Öğrencileri Bakımından Bir Araştırma” adlı tezde yazar Yetiştirme Kuramı çerçevesinde televizyon dizilerinde sunulan kadın konumu açısından televizyonun insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmalarına ve dünya algılamalarına olan katkısını araştırmıştır. Ayrıca bu tez yine Yetiştirme açısından televizyon kanallarında yer alan dizilere dayalı olarak gerçekleştirilmiş kadın örneğinde yapılan ilk çalışmadır. İlk olarak 22 Ocak-26 Ocak 2018 arası dönemdeki 5 günlük televizyon dizileri üzerinde Gerbner ve arkadaşlarının geliştirdiği mesaj sistem formu kullanılarak Mesaj Sistem Çözümlemesi yapılmıştır. Yetiştirme Çözümlemesi için saha araştırmasında Selçuk Üniversitesi Alaaddin Keykubat Kampüsündeki fakültelerde okuyan öğrenciler seçilmiştir. Çözümleme sonucunda ulaşılan veriler doğrultusunda 16 yetiştirme testinden 7 tanesini anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte yaygın görüş haline getirme testlerinden ise 6 tanesi anlamlı olarak sonuçlanmıştır. Dolayısıyla bu verilere bağlı olarak televizyonun yetiştirme ve yaygın görüş haline getirme rolü olduğunu söylemek mümkündür.

Beyza Sargın’ın (2019) Prof. Dr. Ömer Özer danışmanlığındaki “Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Bingöl Devlet Hastanesi Personeline Yönelik Araştırma” adlı çalışmasında televizyonun uzun vadeli rolü incelenmiştir. Kültürel Göstergeler Projesi’nin bileşenlerinden Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesine ek olarak Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi de uygulanmıştır. Bingöl Devlet Hastanesinde çalışan bütün personele yönelik gerçekleştirilen çalışma sonucunda televizyonun yetiştirme ve yaygın görüş haline getirme rolü olduğu kanıtlanmıştır.

Faig Karimoghlu (2019) danışmanı Dr. Öğr. Üyesi Onur Önürmen’nin öncülüğünde “Ekme Kuramı Bağlamında Türkiye ve Azerbaycan Çocuk Televizyonlarının Karşılaştırılması” adlı yüksek lisans tez çalışması hazırlamıştır. Sözü edilen çalışmada Türkiye ve Azerbaycan’da yayınlanan tematik çocuk kanalları George Gerbner’in Ekme Kuramı bağlamında değerlendirilmiştir. Bunun için Türkiye’de yayın yapan TRT Çocuk ve Azerbaycan’da yayın yapan ARB Güneş televizyonunda sunulan çocuk programları üzerinde niteliksel içerik çözümlemesi uygulanmıştır. Bu araştırmalar sonucunda TRT Çocuk kanalının Azerbaycan’ın ARB Güneş kanalı ile

karşılaştırıldığında tarihi günlere ve milli kimlik olgusuna daha çok önem verdiği sonucuna varılmıştır. Yazar tezin kuramsal çerçevesinde Kültürel Göstergeler Projesi'nden söz etse de bu süreci yöntem kısmına yansıtamamıştır. Mesaj Sistem Çözümlemesi yapılmamış ve Yetiştirme çalışması için uygun olmayan nitel bir yöntem kullanılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın Ekme Kuramı bağlamında tamamlanmamış bir çalışma olduğunu söylemek mümkündür.

Gamze Ekmekçioğlu'nun (2019) Prof. Dr. Ali Murat Vural danışmanlığında tamamladığı yüksek lisans tezi Gerbner'in sözü edilen kuramı bağlamında ele alınmıştır. Ekmekçioğlu "Ekme-Yetiştirme Kuramı Bağlamında Kırşehir Örneğinde Medyada Kadın Algısı" adlı tez çalışmasında medya, algı, algı yönetimi, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet gibi kavramları açıklamış, algı yönetiminin uygulanmasında kullanılan yöntemler, medyanın algı yönetimindeki yeri, medya aracılığıyla oluşturulan kadın algısına ilişkin birtakım incelemeler yapmıştır. Nitekim çalışmada Gerbner'in Yetiştirme Kuramı yeteri kadar açıklanmamış, bunun yanı sıra kuram için önemli olan Mesaj Sistem Çözümlemesi tam olarak gerçekleştirilmemiştir. Dolayısıyla Yetiştirme'ye temel olacak soruların kaynağının tam olarak nereden geldiği açıklanmamıştır. Öte yandan çalışmanın amacına uygun olarak katılımcılara konuyla ilgili önceden bilgi verilmemesi gerekmesine karşın yazar soruları bu yönde hazırlamamıştır. Ayrıca Yetiştirme Çözümlemesi'nde az ve çok izleyen izleyicilerin yanıtlarının karşılaştırılması gerekirken yalnızca televizyonu çok izleyenlere değinilmesi kuramın yöntemine uymamaktadır.

Prof. Dr. Seçil Deren Van Het Hof danışmanlığında tamamlanan Hasan Cem Çelik'in (2019) "Şiddet, Genel Yaşam, Kişilik Özellikleri ve Yaş Bakımından Televizyonun Yetiştirme Rolü" adlı çalışmanın ilk bölümünde Kültürel Göstergeler Projesi, ikinci bölümünde medya ve yaşlılık konusu geniş bir şekilde incelenmiştir. Sonraki bölümlerde ise bu amaç doğrultusunda ana yayın kuşağında en yüksek reyting alan 7 ulusal kanalda, 2019 yılı Ekim ayının son haftası ile Kasım ayının ilk haftası arasında yayınlanan 24 televizyon dizisi üzerinde Mesaj Sistem Çözümlemesi uygulanmıştır. Çözümlemeden elde edilen bulgulara dayanarak anket soruları hazırlanmıştır. Bu doğrultuda öncelikle Yetiştirme Çözümlemesi, daha sonra cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş gibi kontrol değişkenleri devreye sokularak Yaygın Görüş Haline

Getirme Çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Sonuç bölümünde ise her iki çözümleme son derece anlamlı sonuçlar vermiştir.

Bu tez çalışması yukarıda sözü edilen tezlerden daha değişik olarak yapılmıştır. Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin Türk televizyonları üzerinde, Yetiştirme Çözümlemesi'nin ise Azerbaycanlı öğrenciler ile yapılmış olması çalışmanın önemli noktalarından biridir. Nitekim bu çalışmayla ilk kez Türk televizyonlarının Azerbaycan toplumu üzerindeki yetiştirme rolü açıklanmıştır. Ayrıca Türkiye'de ve diğer ülkelerde televizyonun yetiştirme rolüne yönelik araştırma yapılmasına karşın Azerbaycan'da hâlâ böyle bir çalışma yapılmamıştır. Bununla birlikte kitle iletişim araçlarının gelişmesine karşın televizyon, Azerbaycan toplumunda hâlâ büyük bir kesim tarafından izlenmektedir. Yazar bu sonuçlara Azerbaycanlı olması nedeni ile yaptığı gözlemler ve sonrasında uyguladığı anketler aracılığı ile ulaşmıştır.

Çalışmaya başlamadan önce 2020 yılının Şubat ayında Azerbaycan'da öğrenciler ve yaşlı kesim üzerinde anket uygulaması yapılmıştır. Sözü edilen anket araştırmasında katılımcılara günde ortalama kaç saat televizyon izledikleri, televizyonun evde kaç saat açık kaldığı, gün içinde hangi zaman diliminde televizyonu izledikleri, yabancı kanalları mı yoksa Türk kanallarını mı daha çok izledikleri ve Türk kanallarından hangi kanalları daha çok tercih ettikleri şeklinde sorular sorulmuştur.

Anket çalışması 50'si kadın, 50'si erkek olmak üzere İletişim Fakültesi dışındaki fakültelerde eğitim alan Azerbaycanlı üniversite öğrencilerine ve yine aynı şekilde 50'si kadın, 50'si erkek olmak üzere 45 yaş ve üstü bireylere uygulanmıştır. Toplam 200 kişinin yer aldığı ankette ulaşılan bulgular öğrencilerin Türk televizyon kanallarını daha çok izledikleri yönündedir. Bu oran azımsanmayacak kadar çoktur. Şöyle ki anketi yanıtlayan gençlerden yüzde 65'i en çok Türk televizyon programları izlediklerini belirtmiştir. Bu sayı ankete katılan gençlerin yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Öte yandan genç katılımcıların yüzde 47'sinin evinde televizyon 1 saat ile 7 saat aralığında açık kalırken 53 kişinin evinde ise televizyonun açık kalma süresi en düşük 8 saat en fazla 16 saat olmaktadır. Gençlerin günlük televizyon izleme oranına gelince 72 kişi gün içinde ortalama 1-2 saat aralığında televizyon izlerken 3 saat ve üzerinde (en fazla 11 saat) televizyon izleyen kişi sayısı ise 28'dir.

Anket sorularını yanıtlayan 45 yaş ve üstü bireylerden 54 kişinin evinde televizyonun açık kalma süresi 1 saat ile 7 saat aralığında iken, 8 saatle 16 saat arasında

televizyonun açık kaldığını belirten kişi sayısı ise 46'dır. Yine aynı grup bireylerden 28 kişi gün içerisinde 1 saat ile 2 saat aralığında televizyon izlerken, 72 kişi ise gün içinde 3 saat ve üzerinde (en fazla 16 saat) televizyon izlediğini belirtmiştir. Hem gençlerin hem de yaşlıların büyük çoğunluğu (gençlerde yüzde 60, yaşlılarda ise yüzde 73 oranında) televizyonu akşam saatlerinde izlemektedir. Bununla birlikte öğrenci kategorisinde yer alan katılımcılardan 65 kişi "en çok hangi ülkenin televizyon kanalını izliyorsunuz?" sorusuna Türk kanalları olarak yanıt vermiştir. Aynı soruyu yanıtlayan 45 yaş ve üstü katılımcılardan yalnızca 29 kişi Türk kanallarını tercih ettiğini söylemektedir. Öte yandan 26 kişi yerli kanalları, 25 kişi Rus kanallarını izlediğini belirtmiştir. Bununla birlikte en çok izlenen Türk kanalları içerisinde ilk sırada Atv sonrasında ise Kanal D, Star, Show kanalları yer almaktadır. Dolayısıyla bu anket sonuçlarından yola çıkarak televizyonu fazlasıyla izlemeyi sürdüren bir toplum üzerinde özellikle öğrenciler açısından Yetiştirme Çözümlemesi'nin yapılması uygun bulunmuştur.

Yetiştirme Çözümlemesi izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasıyla televizyon içeriğindeki en çok yinelenen imge ve ideolojiler arasındaki ilişkiyi incelemekte (Özer 2005:77) ve televizyonda sürekli yinelenen mesajlara, imgelere, hikâyelere odaklanmaktadır.

Yetiştirme sürecini ele alan kuram, televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına benzemeyen, egemen ve ayırt edici, sürekli yinelenen içeriklerini açıklamaya çalışmaktadır. Özetleyecek olursak televizyonla yaşamının ve büyümenin ortak ve dirençli sonuçlarına odaklanmaktadır (Gerbner vd, 2014: 307-308). Televizyonun ister erişimi ister kapsama alanı ister kendi izleyicisi ile organik bağ kurması onu diğer iletişim mecralarından farklılaştırmaktadır (Gerbner ve Gross, 2014, 337). Bu özelliklerinden dolayı Yetiştirme Çözümlemesi daha çok televizyon üzerinden yapılmaktadır.

Azerbaycan'da Sosyal İktisadi Araştırmalar Merkezi'nin yaptığı bir sıra araştırmalar sonrasında toplumun büyük çoğunluğunun (yüzde 66) yabancı programları seyrettiği ortaya çıkmıştır. Özellikle de Azerbaycan televizyonunda yabancı kanalların yasaklanması sonrasında insanların uydu ve kabloya olan talepleri bunu bir daha ortaya koymaktadır. Şirket bu durumu Azerbaycan toplumunun Türk dizilerine olan ilgi ve izleme oranı ile açıklamaktadır (<https://lent.az/news/42933>). Günümüzde ise bu oranın büyük bir kısmını özellikle genç kesim oluşturmaktadır. Katılımcıların yanıtlarına

dayanarak anket sonuçlarının şirket tarafından açıklanan sonuçlarla bağlantılı olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim televizyonun daha çok akşam saatinde izlenmesi ve bu saat aralığında kanallarda büyük oranda dizilerin sunulması rastlantısal değildir.

Daha önce sözü edilen anket uygulamasında Türk televizyonlarının Azerbaycan'da izlenme oranını ortaya çıkarmak için sorular sorulmuştur. Anket sonuçları Azerbaycan toplumunun genellikle yabancı kanallar izlediğini, büyük çoğunluğunun ise Türk programlarına üstünlük verdiğini ortaya koymuştur. Bu nedenle de çalışmanın Türk televizyonları üzerinden yapılması sonucuna varılmıştır.

Bu çalışmanın problemini, Gerbner'ın Yetiştirme Kuramı çerçevesinde Türk televizyonlarının Azerbaycan'daki üniversite öğrencileri üzerinde yetiştirme rolü var mıdır?" sorusu oluşturmaktadır.

## **1.2 Amaç**

Araştırmalar gerçek dünyayla televizyon dünyası arasında farklılıkların olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim televizyon dünyası çoğu zaman "objektif gerçekliği" sunmamaktadır. Yani mesaj içeriklerinde daha çok egemen ideoloji ve değerleri barındırmaktadır. Bu nedenle televizyon dünyasının sürekli yinelenen içeriklerine maruz kalan bazı izleyiciler görüntüleri içselleştirmektedirler. Dolayısıyla Yetiştirme Çözümlemesi izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasıyla televizyon içeriğindeki en çok yinelenen imge ve ideolojiler arasındaki ilişkiyi incelemektedir (Özer, 2005: 77).

Bu çalışmanın yapılmasındaki temel amaç, Türk televizyonlarının Azerbaycan'daki üniversite öğrencilerinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamaları üzerindeki rolünü ortaya koymaktır.

Tezde bu amaca bağlı olarak aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Türk televizyonunda sürekli yinelenen mesajlar nelerdir?
2. Bu mesaj içerikleri ile izleyicinin sosyal gerçeklik algısı arasında ilişki var mıdır?
3. Televizyonun mesaj içerikleri ile izleyicinin sosyal gerçeklik algısı arasında ilişki varsa bu ilişki ne şekildedir?
4. Kuramın iddia ettiği gibi televizyon izleme süresi ile Tehlikeli/Berbat Dünya Sendromu algısına sahip olma arasında doğrusal bir ilişki var mıdır?

5. Televizyon içeriklerinden yola çıkarak yapılan Yetiştirme Çözümlemesi Azerbaycan'daki üniversite öğrencileri üzerinde ne kadar başarılı bir şekilde sonuç göstermektedir?

### **1.3 Önem**

Daha önce de belirtildiği gibi televizyon programlarından maruz kalınan içerikler basit imajlar, kanaatler, inançlar yaratmamaktadır. Bunun yerine kamuların gereksinimlerini, isteklerini, ideolojilerini yayar, toplumu bu değerler konusunda yönlendirir ve var olan sürecin sürekliliğini sağlar. Nitekim enformasyon ve eğlence kaynaklarının belirlediği içeriklere uzun dönem maruz kalmak, mesajın vermek istediği görüşleri onaylamak, yani yetiştirmeyi sağlamak anlamına gelmektedir (Gerbner vd, 2014: 289).

Yetiştirme, bu kadar önemli sonuçlar ortaya koyarken hem Türkiye hem de dünyanın birçok yerinde üzerine kapsamlı araştırmaların yapıldığı bir kuramdır ve çalışmaların çoğunda televizyonun yetiştirme rolünün olduğu kanıtlanmıştır. Buna karşın Azerbaycan'da hiç yapılmaması ve ilk defa araştırılacak olması çalışmanın önemini göstermektedir. Araştırma aynı zamanda Azerbaycan'da yapılacak diğer Yetiştirme Çözümleri için başlangıç olacaktır.

Diğer önemli konu, Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin Türk televizyonları üzerinde yapılmasına karşın Yetiştirme Çözümlemesi'nin Azerbaycan'da Azerbaycanlı öğrenciler üzerinde yapılmış olmasıdır. Bununla birlikte sonuçlar daha önce Türkiye'de yapılan diğer Yetiştirme araştırmalarıyla karşılaştırma olanağı sunacaktır.

### **1.4 Sınırlılıklar**

Bu çalışmada çözümlene için daha önce yapılan anket sonuçlarına dayanarak en çok izlenen Atv, Kanal D, Star ve Show kanalları seçilmiştir. Yetiştirme Çözümlemesi ise Azerbaycan'da İletişim Fakültesi dışındaki üniversitelerde eğitim alan öğrenciler ile sınırlandırılmıştır. Sözü edilen üniversiteler şunlardır: Azerbaycan Tıp Üniversitesi; Azerbaycan Mimarlık ve İnşaat Üniversitesi; Azerbaycan Devlet Petrol ve Sanayi Üniversitesi; Bakü Mühendislik Üniversitesi; Azerbaycan Emek ve Sosyal İlişkiler Akademisidir. Bu üniversitelerin seçilmesinin nedeni televizyonla ilgili araştırmanın yapılması açısından daha uygun olacaktır. Üniversitelerde yapılan saha araştırması 26 Nisan- 8 Mayıs arasındaki günleri kapsamaktadır. Ayrıca araştırma 500 katılımcı ile

sınırlandırılmıştır. 500 sayısı önceden belirlenmiştir. Katılımcıların eşit bir şekilde olması planlansa da bu sayıda gönüllü erkek katılımcıya ulaşamamıştır.



## 2. ALANYAZIN

### 2.1 Yetiştirme Kuramı Bakımından George Gerbner'in Düşünceleri

Bu bölüm 3 başlıktan oluşmaktadır. İlk başlıkta iletişimden popüler kültüre doğru tarihsel bir süreç izlenmiş ve George Gerbner'in iletişim, kitle iletişimi, kitle iletişim araçları, kültür ve popüler kültür ile ilgili düşüncelerine yer verilmiştir. İkinci başlık altında Kültürel Göstergeler Projesi'nde hikâye anlatma ve televizyonun rolü irdelenmiştir. Proje, çalışmalara televizyon dünyasında yer alan şiddet görüntülerini açıklamakla başlamıştır. Bu nedenle üçünü başlıkta ise televizyon dünyasında şiddetin sunumu ele alınmıştır.

#### 2.1.1 İletişimden popüler kültüre doğru tarihsel bir süreç

George Gerbner, 1967 yılında yayımladığı bir çalışmada iletişimi, en önemli "insancıllaştırıcı" unsur olarak nitelendirmiştir. İletişim; insanın ne olduğu, neyin önemli olduğu ve neyin doğru olduğu hakkındaki düşüncelerini taşıyan mesajların üretimi, algılanması ve kavranmasıdır (Gerbner, 1967: 41). Bununla birlikte Gerbner'a göre iletişim, semboller ve mesajlar aracılığıyla gerçekleşen toplumsal etkileşim olarak tanımlanmaktadır. İletişimsel eylem ise "istenen" tepkileri elde etmek için girişilen taktiklerden daha çok, genelleşmiş imajların istikrarlı yapılarını yetiştiren mesaj sistemlerinin üretilmesi ve algılanmasıdır (Gerbner, 1966a: 102). Bu nedenle yapılan iletişim çalışmaları insan gelişimi ve insan topluluklarının mesajlar aracılığı ile etkileşimini incelemek için temel sürece odaklanmaktadır. Nitekim iletişim yoluyla düşünceleri paylaşmak, farklı kültürlerde yaşayabilmek, hayal gücünü kişisel deneyimin çok daha ötesine götürmek mümkündür. Dolayısıyla iletişim çalışmalarının bu kadar titiz ve uzun bir dönemi kapsayacak şekilde incelenmesinin gerekliliğine şaşırılmamalıdır (Gerbner, 1990a: 358).

Gerbner, iletişimden söz ederken onu iki başlığa ayırmaktadır. Bunlardan biri doğrudan deneyimli iletişim diğeri ise dolaylı deneyimli iletişimdir (Gerbner, 1967: 43). Öte yandan özel ve kamu iletişimi olarak iki türlü iletişimin gerçekleşebileceğine değinmektedir. Eğer iletişim kamuya açık bir şekilde kurulursa bu iletişimi açık; otel lobisinde iki kişi arasında sessizce gerçekleşirse bu diyalogu özel iletişim diye adlandırmak mümkündür. Nitekim sözcüklerin çevredeki insanların duyabileceği kadar yüksek sesle konuşulması bir kamu iletişimidir ve herkes kamu iletişimine katılabilir

(Gerbner, 1966: 430). Bununla birlikte tarihsel süreç bakımından incelemek gerekirse iletişim, Endüstri Öncesi, Endüstriyel Çağı ve Telekomünikasyon Çağı olmakla birlikte 3 döneme ayrılmaktadır. İlk aşama olan Endüstri Öncesi Dönem, ritüel daha sonra ise din olarak adlandırılan genel bir topluluk, kültür ve yaşam felsefesi ile karakterize olmaktadır. Sözü edilen ritüeller kabile ve toplumlarda daha çok kutlamalar, değerler, gerekli bilgilerin yinelenmesi ile gerçekleşmektedir. Buna dayanarak dünya hakkında bildiklerimiz ya da bildiğimizi düşündüğümüz şeylerin uzun zamandır topluluklarda yüz yüze anlatılan hikâyeler olduğunu söylemek mümkündür. İlk aşamayı izleyen Endüstri Devrimi'nin gelişi ile matbaanın keşfi, hikâye anlatımının da hızlı bir şekil almasını sağlamıştır. Üçüncü dönem olan Telekomünikasyon Çağı ise aslında bir ritüel gibi kabul görülen televizyon ile anılmaktadır. Televizyon baskı ürünlerinin, filmlerin ve diğer tüm kitle iletişim araçlarının aksine seçmeden, göreceli olarak izlenmektedir (Gerbner, 1990b: 13).

İnsanlık tarihinde çocuklar (en azından Amerika Birleşik Devletleri'nde) televizyonun günde ortalama yedi saat açık olduğu bir evde doğmuştur. İnsanların büyük çoğunluğu televizyonu sabahları açmakta ve geceleri kapatmaktadır (Gerbner, 1990b: 13). Çocuk sahibi olan ebeveynler çoğu zaman “çocukları olmadan önce” zamanlarını nasıl değerlendirdiklerini merak etmişlerdir. Günümüzde ise bu soru televizyona yönelik sorulmaktadır. “Televizyon yokken biz ne yapardık?” Televizyon o dönemde daha 10 yıllık bir iletişim aracı iken ortalama bir insanın uyanık geçen zamanının beşte birini kapsamaktaydı. Sonuç olarak, toplumların kitle iletişim ürünlerinin tüketimine oyun ve uyku dışındaki her şeyden daha çok zaman harcadıklarını söylemek mümkündür (Gerbner, 2014: 126). Ancak belirtildiği gibi televizyon ve diğer iletişim araçlarının ortaya çıkmasından çok önce de diğer kamu iletişimi biçimlerinin ulaştığı "kitleler" yani büyük insan grupları var olmuştur. Dolayısıyla kitleler arasındaki iletişimin tarihsel öneminden söz ederken dikkat edilmesi gereken kavram “kitleler” değil iletişimdir (Gerbner, 1966: 431). Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse “kitle” kavramını ifade eden topluluklar basit olarak birbirinden kopuk olan gruplar değildir. Bu gruplar, üretim ve tüketim ilişkileri içerisinde olan ve ortak özellikler barındıran topluluklardan oluşmaktadır. Kitle iletişimi içerisinde yer alan “iletişim” kavramı ise bir diyalog, alışveriş, paylaşım gibi kavramları ifade eden bir ilişkiyi değil; bunun tersine kurumsallaşmış, örgütlü, yönetsel, sembolik, düşünsel içeriği planlamayı, üretmeyi ve dağıtmayı ifade etmektedir (Özkan, 2017: 133).

Gerbner, iletişimi “mesajlar aracılığı ile etkileşim” olarak nitelendirmiştir. Yine Gerbner’a göre en ilkel halkların bile akrabalık sistemlerini gözlemlemek, kabilelerinin işlerini yürütmek ve toplumda iletişim yoluyla ilişki kurmak için bir dilleri olmuştur. (Gerbner, 1974a: 58). Ancak giderek daha çok yaygınlaşan iletişim araçları artık daha geniş alanlara ulaşmayı, toplum içindeki ilişkileri geliştirmeyi sağlamıştır (Gerbner, 1986: 254).

Gerbner 1967 yılında yaptığı çalışmada sözünü ettiği kitle iletişim araçlarını mesajların özelliklerine sahip formları kabul edebilen ya da iletebilen, görsel, işitsel içeriklerin doğrudan izleyicilere iletildiği kişisel olmayan araçlar olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma ek olarak yalnızca seri üretim yöntemleri ile mümkün olan hızlarda ve miktarlarda üretilen (ya da üretilebilen) iletişimin oluşturulması, seçilmesi, işlenmesi ve dağıtımı ile uğraşan teknolojik kurumlar ve kurumsal kuruluşlar olarak da nitelendirmektedir (Gerbner, 1967: 44-45). Gerbner’a göre kitle iletişim araçları, ortaya çıktıkları endüstriyel düzenin ana kültürel kollarıdır. Bu araçlar yeni bir ortak bilinç biçimi olan modern halk kitlelerini ortaya çıkarmakta ve geliştirmektedir. Bu nedenle yüz yüze asla karşılaşmayan topluluklar farklı iletişim araçları aracılığıyla iletilen içeriklerle yaşamını sürdürmektedir. Başka bir şekilde söylemek gerekirse bu araçlar, etkileşime giremeyecek kadar çok sayıda ve çok dağınık insan grupları arasında topluluk bilincinin ve hükümetin temelini oluşturmaktadır (Gerbner, 1969: 206). Sözü edilen araçların toplumun iletişim sistemine hâkim olduğu noktaya kadar büyümesi son zamanların bir olgusudur. Nitekim her toplumun bir iletişim sistemi vardır ve her insan bir iletişim hayvanıdır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının büyümesi toplumların yaşam kalitesi üzerinde önemli değişikliklere yol açmaktadır (Gerbner, 1967: 47). Öte yandan iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler teknolojik araçların ortaya çıkması ve mesajların seri üretimi ve dağıtımı için sosyal örgütlerin oluşmasıyla mümkün olmaktadır. Örneğin Sanayi Devrimi’yle yakından ilgili olan seri üretimin devrimci yönü el sanatları üretiminin önceki sınırlamalarının ötesinde mal üretme ve dağıtma yeteneğine sahip olmasıdır.

Sözü edilen Endüstri Devrimi iki büyük dalı ile anılmaktadır. Bunlardan ilki fırsat eşitliği mücadelesinden doğan, asgari okuryazarlık, yetkinlik ve itaat talebiyle desteklenen herkes için halk eğitimi ya da örgün eğitim, bir diğer büyük dalı ise kitle iletişimidir (Gerbner, 1966: 431). Bununla birlikte Endüstri Devrimi’nin kültürel alana dâhil olması iletişim sürecinin değişmesine de olanak sağlamıştır. Artık iletişim, kitlesel

üretilecek toplumun diğer seviyelerine ve dünyanın ulaşılabilir yerleşim yerlerine bilgi, düşünce, görüntü ve bunun gibi ürünlerin neredeyse eş zamanlı tanıtımını yapmayı olanaklı kılmıştır (Gerbner, 1967: 41). Yani aslında Endüstri Devrimi, kendisi ile birlikte getirdiği kitle iletişim araçları ve onun kültür alanındaki uzanımları ile birlikte Homo Sapiens türüne dâhil birinin insancillaştığı fiziksel, sosyal ve sembolik çevreyi dönüştürmüştür (Gerbner, 2014b: 146).

Daha önce belirtildiği gibi kitle iletişim araçları yalnızca seri üretim yöntemi ile mümkün olan hızda ve miktarda üretilen ya da üretilebilen iletişimin oluşturulması, seçilmesi, işlenmesi ve dağıtımı ile uğraşan teknolojik kurumlar ve kuruluşlardır. Bu nedenle kitle iletişim araçları kamu etkileşiminin en geniş çaplı ortak akımlarını sağlamaktadır. İletişim araçlarının diğer bir önemi; kamu oluşturma, sorunları tanımlama, ortak kaynakları sağlama, dikkat ve güç tahsis etme yeteneği ve çok sayıda kuramsal katkıya neden olmasıdır (Gerbner, 1967: 45). Dolayısıyla iletişim araçlarının sembolik bir çevre ürettiğini, sunduğu mesaj içerikleri aracılığıyla büyük heterojen kitleler üzerinde belli düşünceleri oluşturduğunu, ayrıca kamusal söylemin gündemini belirlediğini söylemek mümkündür (Gerbner, 2014c: 163). Bu araçların “kamu oluşturma” yeteneği hem kendi hem de müşterilerinin hedeflerine ulaşılması doğrultusunda kullanılmaktadır. Nitekim iletişim araçlarının tarihsel önemi, kamunun ilgisinin saptanması, dağılımı ve belirli noktalara yönlendirilmesini sağlamaktadır. Oysa iş dünyasının medyaya yüklediği işlev, kamuların oluşturulması ve hedef kitle olarak reklamcılara, tanıtımcılara pazarlanmasıdır. Kitle iletişim araçları her ne kadar devlet kontrolünden uzak tutulmaya çalışılsa da tümüyle endüstriyel kuruluşların yasalarına ve bu yasalardan ortaya çıkan gelişmelere tabi tutulmaktadır (Gerbner, 2014b: 147). Nitekim bu kuruluşlar, iletişim araçları aracılığıyla daha önceleri ailelerin, kiliselerin ve okulların üstlendikleri görevleri yerine getirmektedirler (Gerbner, 2014c: 163). Öte yandan kitle iletişim araçları üzerinde özel denetimlerin yapılması, bu araçların endüstriyel düzenin kültürel orduları haline gelmesini sağlamaktadır (Gerbner, 2014b: 147).

Yukarıda iletişim araçlarının kamuların ilgisinin saptanması, dağılımı ve belirli noktalara yönlendirilmesi gibi işlevlerinden söz edilmiştir. Ancak bu araçlarla ilgili odaklanılması gereken önemli nokta düşünce ve davranışları nasıl değiştirdiği değil, bu araçların hangi kamu bakış açılarını, eylemlerini, kavramlarını geliştirme eğiliminde olduğudur. Gerbner, bu durumu kültürdeki imgelerin, kavramların, davranışların

oluşumunun genel bir yetiştirme süreci ile ilgili olduğu ancak onu tanımlayamayacağı şeklinde açıklamaktadır. Yani düşüncelerin, davranışların anlamı ve ölçüsü mesaj üretim sürecinin genel akışı, bileşimi ve yönü ile ilgilidir. Örneğin, X kişinin Noel Baba'ya inandığını bilmek; hangi kültürde, hangi zamanda ve hangi mesaj sistemlerinin bu tür inançları geliştirdiğini ya da engellediğini bilene kadar çok az önem taşımaktadır. Bu nedenle bir görüntünün, görüşün ya da eylemin anlamı, yetiştirme sürecine göre değerlendirilebilmektedir (Gerbner, 1966: 433).

Belirtilmesi gereken diğer bir nokta iletişim araçlarının uzun vadeli “etkisi” dolayısıyla bireyin dünya görüşünün yavaş bir şekilde yayılımı ve renklendirilmesidir. Daha açık bir şekilde söylemek gerekirse iletişim insanları keskin, iyi yönlendirilmiş bir direksiyonla değil, yavaş ve neredeyse algılanması güç olan bir değişikliklerle değiştirmektedir (Gerbner, 1960: 180). Yani yetiştirme süreci değişen yaşam koşulları ile desteklenmekte ve güçlendirilmektedir. Leon Festinger'in de belirttiği gibi ikna edici bir iletişimin anlık etkisi ile görüşler ya da tutumlar değiştiğinde bile çevresel ya da davranışsal bir değişiklik yapılmadığı sürece bu değişiklikler kendi başına sonuç vermemektedir. Nitekim kültür, bir toplumun görüntülerini yetiştiren mesaj sistemidir (Gerbner, 1966: 434). Örneğin, eğlence olarak nitelendirilen ve çoğu zaman hafif ve anlamsız olarak reddedilen içerikler bilgi aramayan insanların büyük çoğunluğunun temel bilgi kaynaklarıdır. Bu içeriklerden yola çıkarak Amerikan televizyon dünyasında erkeklerin kadınlardan üçe bir oranında daha fazla gösterildiğini söylemek mümkündür. Haber dünyasında ise yine erkekler kadınlardan altıya bir oranında daha fazla görülmektedir. İçeriklerin büyük bölümünü kapsayan şiddet ise özellikle sosyal statüsü daha aşağı olan kesimlerde savunmasızlık, güvensizlik ve tehlike duygusu yaratmaktadır (Gerbner, 1990b: 14). Televizyon içeriklerinde her hafta yaklaşık 23 suçlu karakter ile birlikte 12 doktor, 6 avukat ve 3 hâkim karakteri görüntülenmektedir. Erkekler kadınlardan daha fazla sunulmaktadır. 18 yaş altındaki gençlerin televizyondaki temsili ise gerçek nüfusun üçte biri kadardır. Yaşlılarda ise özellikle de 65 yaş ve üstü kişilere gerçek yaşamla karşılaştırıldığında beşte birinden daha az rastlanmaktadır. Televizyonun bu temsil dünyası yalnızca bir sayıdan oluşmamaktadır. İçeriklerde temsil olunan karakterlerin sayısı aynı zamanda bu kültürde yetişen insanların maruz kaldığı, öğrendikleri görüntülerdir. Örneğin içerikler eğer erkekseniz ve üstelik beyazsanız her şeyi yapabilirsiniz şeklinde mesaj vermektedir. Ama eğer kadınsanız genç ya da yaşlı herhangi bir anlamda azınlığın bir üyesiyse yalnızca

sayılarda değil, aynı zamanda fırsatlarda da yetersiz temsil edilmektesinizdir (Gerbner, 1985b: 826). Özetle kitle iletişim araçlarının faaliyet gösterdiği politikalar, kurallar, kodlar, çalışma varsayımları ve endüstriyel, pazar ve örgütsel ilişkiler kümesi, seri üretim için neyin seçileceğine ve nasıl ele alınacağına ilişkin kurumsallaşmış "imajları" oluşturmaktadır. Bu durum ise bir toplumdaki kamu imgelerinin yapısını geliştiren mesaj sistemlerini şekillendirir. Yani bir içerikte güvenilirlik ya da gerçekte "inanılan" şey ne olursa olsun mesaj sistemleri, yaşamın konularını ya da yönlerini sundukları kavramları geliştirmektedir. Bu kavramların geliştirilmesinin içeriğin tarzına, ilgili diğer içeriklerle anlaşma ya da anlaşmazlık, inanç ya da inançsızlığa, ya da bu görüntülerin muhtemelen gerçek ya da hayali olup olmadığına bağlı olduğunu varsaymak için hiçbir neden yoktur. Örneğin bir haberde sunulan gerçek rapora ya da güvenilir kaynağa perim masalı ile aynı oranda güven duyulmaktadır. Daha açık söylemek gerekirse genel bir görüntü oluşturma ve yetiştirme sürecinde hem "gerçek" hem "masal" eşit derecede önemli rol oynamakta ve ilişkilerini karşılıklı şekilde sürdürmektedir (Gerbner, 1966: 437-438). Bu nedenle, kitle iletişim araçları ile ilgili çalışmalar Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi, sosyal ve örgütsel yapı, imaj oluşumu ve kamu politikası arasındaki ilişkilerin araştırılması gibi konular çevresinde dönmektedir (Gerbner, 1967: 55).

Gerbner, kitle iletişim araçları ile ilgili düşüncelerini bu şekilde özetlemektedir. Toplumun bazı düşünceler konusunda ikna etmeyi ya da bazı görüşlere yönlendirmeyi amaçlayan görüntüler genellikle onları yaratan ve yayınlayanların politikalarına hizmet etmektedir. Öte yandan bütün bu hikâyeye anlatımları sembolik dünyada çalışmaktadır (Gerbner, 1974: 472). Örneğin ağaçlar "bilerek" büyümemekte ve aynı şekilde kimyasallar "bilerek" tepki vermemektedir. Buna karşın insan amaçları müdahale edilebilir ya da bir şeyi yapmaları konusunda yönlendirilebilir durumdadır. Açıklamak gerekirse bir dizi fiziksel olaylar gerçekleştiğinde yalnızca kısmi farkındalığa sahip olabilirsiniz ya da tüm zincir üzerinde çok az denetim yapabilirsiniz. Bununla birlikte, sembolik dünya tümüyle icat edilmiştir. Hiçbir şey insanın iradesinden bağımsız olarak gerçekleşmemekte ancak gerçekleşen çok şey yine bireysel farkındalıktan ya da incelemeden kaçabilmektedir. Yani şeylerin sembolik dünyada var olmasının nedenleri tümüyle yapaydır (Gerbner, 1974: 473). Nitekim sembolik dünya bütünüyle icat edilmiş bir dünyadır. Bu nedenle sembolik alanda gerçekleşen şeylerin çoğu insanlar tarafından fark edilmeyebilir ya da gözden kaçabilir ancak bu olayların hiçbiri insan iradesinden

bağımsız bir şekilde gerçekleşemez. Nitekim sembolik dünyada var olan şeyler, onların birbirleriyle karşılıklı ilişkileri ve sembolik sonuçları insan tarafından yapılmaktadır. Bu durum sembolik dünyanın fiziksel dünya ile karşılaştırıldığında daha ilginç ve zevkli olduğu anlamına gelmez. Yalnızca bütünüyle toplumsal ve kültürel olarak düzenlendiği anlamına gelir. Herhangi bir olayın sembolik dünyada yer alması bir nedene bağlı olarak gerçekleştirilir. Nitekim bir olayın, bir kişinin kurguya dâhil edilmesi ya da tam tersine çıkarılması belli fonksiyonel sonuçlara neden olur ve hikâyedeki diğer “gerçekler” in de değişmesine olanak sağlar. Dolayısıyla sembolik dünyayı oluşturan bütün bu sistem, insanların dayandığı mitoloji ve toplumu anlamlandırma organlarıdır. Daha açık söylemek gerekirse sembolik sistemler yaşamın ve toplumun görünmez güçlerine ilişkin kimi anlayışları yine toplumlar için görünür hale getirmektedir (Gerbner, 2014c: 165-166).

Gerbner’in düşüncelerine göre toplumdaki sosyal ilişkileri düzenleyen mesaj ve imgeler kültürle de bağlantılıdır. Nitekim kültür kendi başına mesaj ve imgeler sistemidir. İnsanlara toplumsal cinsiyet, yaş, sınıf, meslek rolleri aktarmaktadır. Örneğin, kişilere “özellikler” olarak tanımladığı bir dizi seçenekler sunmaktadır. Buna ek olarak düşman ve barbarlar ayırıştırmasına uygun olarak atanan ve bilinen insanların savaş çıkarmasını, kan dökmesini ya da toplumlara hükmetmesini kabullenmelerine olanak sağlamaktadır (Gerbner, 1990c: 250). Kültür insan topluluğunun var olmasını sağlarken kültürel güç ise belli toplumlara ait olan kişilerin doğal karşıladığı yaşam oyununun kurallarını tanımlamaktadır. Örneğin bir Amerikalı değil de bir Çinli olarak doğmak sorgulanamayacağı gibi bunun etkileri de pratikte sorgulanamaz. Bazı kişiler kültürel güce, onun kurallarına karşı gelmeye çalışsa da toplumun büyük çoğunluğu kültürün yapı ve özelliklerini doğal ve kaçınılmaz bir şekilde kabul etmektedir (Gerbner, 2014c: 168).

Kültürle birlikte popüler kültürün ne olduğunu açıklayan Gerbner, “Şimdi popüler kültür ile ne kastedilmektedir?” sorusuna yanıt olarak popüler kültürü toplu olarak dağıtılan ortak görüntüler olarak tanımlamaktadır. Gerbner’in sözünü ettiği görüntüler yalnızca kendilerini bir meta olarak satma amacıyla değil, aynı zamanda başka malları pazarlama aracı olarak da toplu bir şekilde üretilir. Yani reklamcılar tarafından başarılı bir şekilde kullanılan kitle iletişim araçları kitleleri toplar ve organize eder. Bu son amaç, popüler kültür için üretilen imgeler üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Yine Gerbner’in popüler kültürle ilgili görüşlerine göre savaş, nasıl ki genellere

birakılamayacak kadar ya da diğerk faaliyetlerin ve hırsların yan ürünü haline getirilemeyecek kadar ciddi ise kitlesel üretilen popüler kültürün insanileştirme süreçleri de bir o kadar ciddidir (Gerbner, 1963a: 3). Nitekim çoğu insan yaşamın birçok yönü konusunda çok az deneyime sahiptir ya da hiç deneyime sahip değildir. Gerçeklerin ne olduğu, olasılıkların ne olabileceği ve bunlar arasında nasıl bir bağlantı olduğunu sorgulamaktadırlar. Bu durum özellikle kimlik, rol yönelimi arayan kişiler için geçerlidir. Bu noktada “popüler kültür, toplumun diğerk kültürel kurumları tarafından yeni, uzak, ihmal edilmiş veya hatta yasaklanmış ancak gelişimsel ve sosyal görevlerle doğrudan kişisel bir ilgisi olan yaşamın birçok yönünün gerçekliğini tanımlamalarına yardımcı olmaktadır.” Popüler kültür aynı zamanda yaşanan sorunların her birine yönelik bazı yaklaşımlarda ve bakış açılarında deneyim kazanmak için fırsatlar sunar. Bu deneyimler insan sorunlarının canlı, dramatik ve büyük ölçüde hayali temsilleri yoluyla yapılmaktadır (Gerbner, 1960: 197).

Tarihsel süreç açısından bakılırsa ilk aşamada popüler kültürün temelini köyde günlük deneyimin parçası olan mesajlar ve imgeler oluşturmaktaydı. Dolayısıyla bu durum toplum içinde yetiştirme ve öğrenmeye yol açmıştır (Gerbner, 1967: 41). Ancak sözü edilen süreç ilk başlarda kişilerarasıydı ve onu yöneten yerel ve sınırlı koşullar sabit olduğu için yavaş ilerlemekteydi. Öte yandan ise süreç zamana, yere, duruma ve işleve göre ayarlanabilmekteydi. Yine de bu hikâyelerin dededen toruna aktarılması bir yüzyılı kapsayabilirdi. Farklı toplumların üyesi olan insanların kendi kabilesi ya da köyünün sınırlarını aşarak iletişim kurması olayların gelişme hızını da değiştirdi. Sonuç olarak insanlar, ortak kültürün Tanrı'nın ya da doğanın bir eylemi olmadığını, insan yapımı olan mesajlar ve imgeler aracılığıyla oluşturulduğunun farkına vardılar. Daha açık söylemek gerekirse insanlar onları çevreleyen popüler kültürün onlara düşünmeyi ve hareket etmeyi öğreten bir araç olduğunu gördüler. (Gerbner, 1963a: 2). Ancak bütün varoluş unsurlarını birbirine bağlayan ve neyin önemli, neyin doğru olduğuna ilişkin ortak bilinci ortaya koyan popüler kültürün dokusu, şimdi büyük ölçüde üretilmiş bir üründür. Bu durum, toplumdaki bireylerin “insancillaştırma” sürecinde kökten bir dönüşümüne neden olmaktadır. Sosyal yapı ve endüstriyel kurumlar ortak bilinç üzerinde her zamankinden daha merkezi, baskın ve doğrudan bir etkiye sahiptir (Gerbner, 1974: 470). Daha açık söylemek gerekirse kitlesel olarak üretilen popüler kültür, gençlerin dikkati ve zamanı üzerinde baskın bir etkiye sahiptir. Bu konu bazen endişelere neden olmaktadır. Edgar Dale konuyu "kitlesel eğlence üreticileri ve



reklamcılar bazen çocukların ve gençlerin gereksinim ve istekleriyle öğretmenlerinden daha yakın temas halindedir” şeklinde özetlemektedir (Gerbner, 1960: 181)

Reklam mesajlarının ve sembollerinin kitlesel dağıtım yoluyla seri üretimi için kitlesel pazarlar oluşturulmuştur. Sonuç olarak reklamcılar özellikle radyo ve televizyon başta olmak üzere popüler sanatın patronları olarak soylular, kilise ve devletin yetkilerini ele geçirmişlerdir. Televizyonun temel yeteneği onun neredeyse bütün dünyayı çevrelemesi, ayin yapar gibi izlenmesi, merkezi, standartlaştırılmış ve seçici olmayan kullanımında yatmaktadır. Bu doğrultuda televizyon, Endüstri Öncesi dinin işlevsel eşdeğeri haline gelmiş ve günümüzde ise kurumsal mesajları her haneye vaaz etmektedir. Yani modern güç bağlantısı artık kilise ve devlet değil, televizyon ve devlettir (Gerbner, 1977f: 10).

Gerbner’in popüler kültürle ilgili diğer bir tanımı popüler kültürü her gün paylaştığımız şeylerin nitelendirmesi olarak belirlemektedir. Örnek vermek gerekirse haber, kurgu, eğitim, mitoloji ya da yalnızca medya olarak adlandırılan ve insan davranışlarını yöneten eşsiz bir araca benzetmektedir. O zaman en üretken ve yorulmak bilmeyen hikâye anlatıcısı kimdir? Bu görevi, eskiden büyükbabalar, büyükanneler, ebeveynler yaparken şimdi ise televizyon üstlenmektedir. Televizyon, bütün imparatorların ve papaların yalnızca hayal edebileceği şeyi başarmıştır ve neredeyse her eve dâhil olarak merkezi bir hikâye anlatma sistemine dönüşmüştür. Toplumun bu büyük dönüşümünü sağlayan hikâyeler, popüler kültür kaynaklarını nasıl sağladığımız ve nasıl kullandığımızla ilgilidir (Gerbner, 1977f: 8).

### **2.1.2 Kültürel Göstergeler Projesinde hikâye anlatma ve televizyon**

Kültür, bizi sosyalleştiren ve doğrudan deneyimlediğimiz bir dünya hakkındaki düşüncelerimizi geliştiren sembolik bir organizasyondur. Aynı zamanda giderek daha fazla kitlesel olarak üretilen bir hikâye ve eserler sistemidir. Yeni bir olayla karşılaştığımızda, ilk önce onu sembolik bağlamda yorumlamakta daha sonra bir hayali düşünceye bağlamaktayız (Gerbner, 1988: 220). Nitekim kültür; insanlara doğrudan karşılaştığı şeyler hakkında yorum yapmak, karşılaşmadığı şeylerle ilgili hayal kurmak için genel bir çerçeve sağlamaktadır. Bütün bu deneyimler insan bilincini oluşturmaktadır. Bu nedenle kültür, hem varoluş hem de bilince katkıda bulunarak daha fazla kitlesel olarak üretilen hikâye sistemini oluşturmaktadır (Gerbner, 1990: 251). İnsan ise bilincinin zamanla oluşturduğu deneyimleri sayesinde diğer hayvanlardan

farklı görünmektedir. Dolayısıyla Gerbner, insan bilincini, bir sosyal düzenin ilişkilerini ortaya koyan ve onu düzenleyen bir kültürün yükselen sembolik yapılarından alınan görüntü ve mesajların bir dokusu olarak tanımlamaktadır. Sözü edilen bu ilişkiler değiştiğinde kültürel kalıplar da yeni düzene ayak uydurarak sistemin sürekliliğini sürdürmek için değişmektedir. Kültür ve toplum sistemleri ise çoğu zaman yavaş bir şekilde, genellikle bir çöküş ya da bir istilanın etkisi altında değişmektedir (Gerbner, 1977:145).

Gerbner, “biz anlattığımız hikâyeleriz” demektedir. Anlatılan bu hikâyeler ise sanat, bilim, din, yasa ve siyaset gibi içselleştirilmiş ve zorla benimsetilmiş olan hikâyelerdir. Bu süreç, dünyayı tanımlayan ve sosyal ilişkileri yönlendiren insan kültürlerinin kesintisiz ağını örmeğektir. Başka ne yaparlarsa yapsınlar, hikâyeler otoriteyi doğrular ve gücü birçok şekilde dağıtmaktadır. Hikâye anlatımı, insan gerçekliğini ve sosyal düzeni şekillendirmektedir (Gerbner, 1988a: 7-8). Öte yandan insanların müzik ve dans yoluyla sıra dışı zenginliklerin sırrını çözmesine, sanat yoluyla görünmeyenin görünen yanlarının ortaya çıkarmasına, şiir, şarkı ve hikâyeler aracılığıyla hayal gücü ve gerçek dünyalarını yaratmalarına olanak sağlamaktadır. Bu anlamda hikâye anlatımı bütün bu sırrın kısaltmasıdır. İnsanları Homo Sapiens türünün üyelerinden yapan şey de budur. Gerbner’a göre insanlar yakın çevrenin tehditlerinden ve ödülllerinden çok daha geniş bir dünyada yaşayan biricik varlıklardır (Gerbner, 1990: 250).

Tarihsel süreç bakımından eskiden el yapımı, ev yapımı olan şimdi ise seri bir şekilde üretilen hikâye anlatma, karmaşık bir üretim ve pazarlama sürecine dayanmaktadır. Bütün çevremizi çevreleyen hikâyeler üç farklı ama birbiriyle ilişkili işleve sahiptir:

1. Birinci tür hikâyeler, işlerin nasıl yürüdüğüyle ilgili hikâyelerdir ki bunlar çok önemlidir ve görünmez olan ilişki ağını aydınlatmaktadır. Bu tür hikâyeleri daha çok kurgu, drama, şiir ve diğer sanat biçimleri olarak nitelendirebilir.
2. İkinci tür hikâyeler, şeylerin ne olduğu hakkında hikâyelerdir ki bunlar işlerin nasıl yürüdüğü ile ilgili büyük mitolojiye bazı “gerçeklik” leri sunmaktadır. Bu yapay çerçeve seçilmiş gerçeklerle (haberler, fıkralar, açıklamalar, yorumlar) kuşatılır ve bir toplumun gerçekliğinin fantezisini doğrulamak için bazen mitolojiye karşı koymanın zor ve tehlikeli görevini üstlenmektedirler.

3. Üçüncü tür hikâyeler ise bize ne yapmamız hakkında yön veren değer ve seçim hikâyeleridir. Bunlar tüm zamanların öğütleri, vaazları ve talimatlarıdır. Bugün ise bunların çoğu reklam olarak nitelendirilmektedir. Bunlar, bize arzu edilen yaşam tarzlarını ve ona ulaşmak için yapılması gereken seçimleri sunmaktadır (Gerbner, 1988: 221).

Gerçekten bildiğimiz ya da bildiğimizi düşündüğümüz şeylerin çoğu aslında maruz kaldığımız hikâyelerin ve görüntülerin bir karışımıdır (Gerbner vd, 2002: 52). Dolayısıyla bütün insanları çevreleyen bu hikâye türlerini daha geniş bir şekilde açıklamak gerekmektedir. Şöyle ki işlerin nasıl yürüdüğünü ortaya çıkaran birinci türden hikâyeler, yaşamın tüm önemli ama görünmez ilişkilerini aydınlatmaktadır. Bu tür hikâyeler günlük gerçekliğin görünmez ve gizli dinamiklerini ortaya çıkarmaktadır. Peri masalları, romanlar, oyunlar, çizgi romanlar, çizgi filmler ve diğer imgeleme biçimleri, insan anlayışının temel yapı taşlarını oluşturmaktadır. Bütün bunlar hayali eylemi ön plana çıkararak karmaşık nedensellik göstererek ahlaki bir amacı ve sosyal işlevi olan bir sonuca varmaktadır. Örneğin Gerbner, “Kırmızı Başlıklı Kız’ın gerçeklerine inanmak zorunda değilsiniz.” demektedir. Ancak büyük kötü “kurtlar” yaşlı kadınları kurban etmekte ve küçük kızları kandırmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri, korku ve güç konusunda bir derstir. Bu tür hikâyeler bebeklikten başlayarak gerçeklik dediğimiz fanteziyi oluşturmaktadır. Gerbner, vahiylerin yanlış olduğu, olabileceği ya da olmadığı konusunda bir şey söylemediğini, ancak bunların çoğu zaman sentetik, seçici, efsanevi ve her zaman sosyal olarak inşa edilmiş olduklarını ileri sürmektedir (Gerbner, 1996: x). Gerbner, birinci tür hikâyelere şu düşüncelerini de eklemektedir: İki tür "kurgu", işlerin nasıl yürüdüğü ile ilgili bilgi verme işlevini yerine getirmektedir. Buluş yoluyla kurgu, romanlarda ve oyunlarda olduğu gibi işlerin nasıl yürüdüğünü göstermek için hikâye anlatıcısının "gerçekleri" ortaya çıkarmasını sağlamaktadır. Seçim yoluyla kurgu ise bir belgeselde, biyografide ya da tarihte olduğu gibi hikâye anlatıcısını gerçek olayları daha etkin ve amacını ortaya çıkaran bir hikâye bulmaya ve örmeye zorlamaktadır (Gerbner, 1988a: 10).

İkinci türden hikâyeler şeylerin ne olduğu ile ilgilenmektedir. Bu türden hikâyeler birinci tür hikâyelerin uydurduğu fantezilerdeki boşlukları "gerçekler" ile dolduran, toplam durumlardan soyutlanmış açıklamalar, yorumlar ve raporlardır. Şeylerin ne olduğuyla ilgili hikâyeler genellikle işlerin nasıl yürüdüğüne ilişkin bazı düşünceleri doğrulamaktadır. Hikâyelerin yüksek “gerçekliği” (yani hikâyeden

bağımsız olarak var olduğu varsayılan gerçek olaylara karşılık gelmeleri) onlara siyaset ve hukukta özel bir statü kazandırmaktadır (Gerbner, 1996: x). Öte yandan ikinci tür hikâyeler, "gerçek" olarak adlandırılan muhtemelen bağımsız olarak belirlenen bir olaya atıfta bulunan bilgileri iletme için tasarlanmıştır. Ancak, şeylerin nasıl çalıştığına ilişkin ilk hikâye türü tarafından yaratılan ve yetiştirilen sembolik yapı dışında hiçbir anlam taşımamaktadır. Gerçekler, onları anlamlı olarak kabul etmeden önce onlar, sentetik bağlamda bir amaca hizmet etmek zorundadır. Eski efsaneleri ve bugünün haberlerini, belirli ilgi alanlarına, amaçlara ve sosyal işlevlere hizmet eden son derece seçici bir şekilde yazılmış senaryolar oluşturmaktadır. Bu taslak, değer ve motivasyonları içermektedir. Aynı zamanda neyin gerçek olarak seçileceğini ve ne zaman seçileceğini de etkilemektedir (Gerbner, 1988a: 11).

Üçüncü tür hikâyeler ilk iki tür hikâyeleri kuşatarak, onları eyleme dönüştürmektedir. Genel olarak bize, değerli bir hedef, gereksinim ya da arzu önermektedir. Sonrasında ise bunlara ulaşmak için bir ürün, hizmet, aday, kurum ya da eylem sunmaktadır. Üçüncü tür hikâye, bir eylem hikâyesi olarak da nitelendirilmektedir (Gerbner, 1987b: 40). Gerbner'a göre üçüncü tür hikâyeler bizi harekete geçiren hikâyelerdir. Bu hikâye türü ilk iki hikâye türünün kendine özgü yönlerini de içine katmaktadır. Hikâyelerin temel işlevleri ise motive etmek, enerji vermek ve harekete geçirmektir. Vaazlar, uyarıcı hikâyeler, öğütler, talimatlar ve reklamlar üçüncü tür hikâyelere birer örnektir. Onlar genel olarak değerli bir şeyi (kişi veya amaç) ya da şeyleri sunmakta ve onlara ulaşmayı sağlamak için bir ürün, hizmet, aday, kurum ya da eylem önermektedir (Gerbner, 1988a: 11). Bu hikâyeler aynı zamanda bir değer ve seçim hikâyesidir. Bu tür hikâyelere, bir yaşam tarzı içinde arzu edilen hedefe ulaşmayı örnek olarak göstermek mümkündür (Gerbner, 1987b:40). Gerbner, bu hikâyelere örnek olarak durumu şöyle açıklamaktadır: Kurgusal Kırmızı Başlıklı Kız'ın içeriğinde sunulan mesajlar bize yalnızca güvenlik açığı, güvensizlik ve bağımlılık dersleri vermekle kalmaz; aynı zamanda bunlara karşı önlem almayı, hırsız alarmlarının, hapishanelerin çoğalmasını sağlarken, diğer taraftan da güç yapısına uyum sağlamayı kolaylaştırmaktadır (Gerbner, 2001: 6).

Sonuç olarak sözü edilen bu üç tür hikâye birbirlerini kontrol etmekte ve dengelemektedir. Ancak ticari olarak yönetilen bir kültürde, üçüncü tür hikâyeler ilk ikisinin çoğunu öder. Genel işlevi hikâyeler için konuksever ve etkili bir bağlam sağlamak olan üçüncü tür hikâyeler, tutarlı bir kültürel ortam yaratmaktadır. Elektronik

Çağ'ın gelmesiyle birlikte kültürel çevre giderek tekelleşmiş, homojenleşmiş ve küreselleşmiştir (Gerbner, 2001: 6).

İnsancillaştırma sürecinde anlatılan hikâyeler üç farklı grupta bir araya getirilmiştir: Baskı Öncesi Dönem, Baskı Dönemi ve şimdiki Telekomünikasyon Çağı. Temel olarak Telekomünikasyon Çağı dendiğinde Televizyon Çağı düşünülmektedir (Gerbner, 1987b: 40-41). İlk süreçte hikâyeler, insanlık tarihinde çok uzun bir zaman boyunca yüz yüze anlatılmıştır. Bir topluluk, ortaklaşa tutulan ritüeller, mitolojiler ve imgeler ile tanımlanmaktadır. Tüm yararlı bilgiler; aforizmalar, efsaneler, atasözleri, masallar ve törenlerde birikmiştir. Yazmak, nadir ve kutsal olduğu gibi köleler için de yasaklanmıştır. Zahmetli bir şekilde ele alınan bu yazılar tercümanlara, rahiplere ve bakanlara kutsal bir güç vermiştir. Devlet ve kilise, Orta Çağ karşılıklı bağımlılık ve gerilimin yaşandığı bir ilişki içinde yönetmiştir. Feodal soylulardan oluşan devlet, ekonomik ve politik düzen; kilise ise kültürel koldur. Ancak Endüstri Devrimi bütün bunları değiştirmiştir (Gerbner, 1996: x1). Nitekim insan yaşamının en belirleyici dönüşümü endüstriyel devrimdir. Bu, büyük ölçüde kültürel bir dönüşümdür. Nitekim baskı, hikâye anlatımının endüstriyelleşmesi ile başlamaktadır. Bu durum ise özyönetim için gerekli olduğu düşünülen okuryazar, basın temelli halkın oluşumuna olanak sağlamaktadır (Gerbner, 1990: 251). Baskı Çağı'nın en önemli katkılarından biri halk eğitiminin yaratılması olmuştur. Halk eğitimi, yüz yüze öğrenmenin bir sonucu olarak bireyi Orta Çağ bağımlılıklarından kurtarabilecek topluluk kurumudur (Gerbner, 2001: 7). Bu dönem için gerçekleşen en önemli olay standartlaştırılmış eserleri mühürleyen ilk makinelerden biri olan matbaanın keşfi olmuştur. Bu makineyle birlikte onun ürünü olan kitap, diğer bütün ayaklanmaların ortaya çıkması için bir ön koşul oluşturmuştur. Kitap; okuyabilen, eğitim sahibi olan, yeni bir okuryazar sınıfın ürünüdür (Gerbner, 1998b: 135). Aynı zamanda matbaa sembollerin, işaretlerin, hikâyelerin seri bir şekilde üretilmesini sağlarken, kitap ise reformasyonun ve daha başka dönüşümlerin oluşmasına da yön vermektedir (Gerbner, 1985a: 10) Öte yandan Endüstri Devrimi ile birlikte iktidarın ve toplumun yapısı da değişmeye başlamıştır. Seri üretim bilincinde sembolik bağlamını değiştirerek, modern hükümet yapıları için yeni kültürel koşullar yaratmıştır. Yani baskı, doğrudan bireylere ulaşabilen bilgi birikimine yol açmıştır. Diğer taraftan da güçlü dağıtıcılar, statü ve toplumun eski sınırlarını aşarak görüntü ve mesajları da seçici kılmayı başarmıştır (Gerbner, 1977: 146). Şunu da söylemek gerekir ki kültürel dönüşümün asıl anahtarı teknolojik ve endüstriyel gelişmelerle birlikte mesaj

sistemlerini oluşturan içeriklerin de seri üretilmeye başlamasıdır. (Gerbner, 1985: 16). Mesajın seri üretimi sırasında sosyal temellerinde ve ekonomik hedeflerinde yapılacak olan değişimler, zamanla kamusal alanın yönünü belirleyen sembolik ortamın da değişmesini sağlamaktadır (Gerbner, 1969a: 140).

İkinci büyük dönüşüm olan Elektronik Devrim, Telekomünikasyon Çağı ile başlamaktadır. Endüstri Devrimi'nden farklı olarak bu dönüşüm insanları evlerinden ayırmaz, tam tersine evlerine taşır. İnsanlık tarihinde ilk kez, çocuklar kitlesel iletişim aracılı hikâye anlatıcılarının günde ortalama yedi saatten fazla ulaştığı evlerde doğarlar (Gerbner, 2001: 7). Aslında Telekomünikasyon Dönemi'ni simgeleyen anaakım televizyon, baskı tabanlı kültür üzerine bindirilmiş ve yeniden düzenlenmiştir. Televizyonun kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Televizyon, birkaç pazarlama formülünün özelliklerine göre tasarlanırsa da tüm insanlar için uyumlu içerikler sunmaktadır. Elektronik Çağ'da kendinden önceki medyalardan farklı olarak bir din gibi işlev görmektedir. Çoğu televizyon izleyicisi seçmeden televizyon izlemektedir (Gerbner, 1985a: 11). Nitekim televizyonun selefi olan basılı yayın ve hatta radyo gibi değil, baskıdan da önce olan din gibi merkezi bir kültürel araçtır. Hiç kimse televizyon izlemeye zorlanmaz ancak buna karşın insanların televizyonu çok fazla izlediğini öne sürmek mümkündür. Gerbner bunun nedeninin televizyonun anlık doyum duygusu yaratma gücünde yattığını belirtmiştir. Bu yüzden televizyon milyonlarca insanı kültürel yaşamın ana akımında toplayan ilk iletişim aracıdır (Gerbner, 1987b: 40-41).

Televizyon merkezi bir hikâye anlatma sistemidir ve günlük yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olarak her eve ortak görüntü ve mesajlar sunmaktadır. Televizyon bütün tarihi engelleri aşarak birincil ortak kaynak haline gelmiştir (Gerbner, 1986: 259). Önceleri çocuklar, ebeveynlerinin hikâyeler anlattığı evde büyümekteydi. Bugün ise televizyon çoğu zaman çoğu insana ulaşarak hikâye anlatma görevini üstlenmiştir. En dikkat çekici şey şu ki, insanlar gece ve gündüz demeden televizyonun büyük topluluklar tarafından kapatılmayacağı bir dünyada yaşamaktadırlar (Gerbner, 1988: 224). Örnek olarak ortalama bir Amerikan evinde gün içinde televizyon 7 saatten daha fazla çalışmaktadır. İnsanların çoğu ise televizyonu açana kadar ne izleyeceğine bile karar verememektedir. Televizyon izleme alışkanlığı bireylerin yaşam tarzı ile uyumludur. Eğer televizyon içerikleri zengin ve çeşitliyse televizyonun bireyler üzerinde daha hafif bir rolü vardır. Tam tersine yinelenen televizyon, kültürel katılımı

pratik olarak tekelleştirmekte ve dinin baskı döneminden önce yaptığı gibi ortak bilincin yetiştirilmesini sağlamaktadır (Gerbner, 1988: 223).

Televizyon, bütün bölgelerde yaşayan farklı sınıflardaki milyonlarca insan için hem bilgilendirici hem ilgi çekici mesaj içeriklerini barındıran günlük yaşamda ortak bir ritüele dönüşmüştür. Aynı zamanda televizyon programları yaş, sınıf ve bölge sınırlarını ortadan kaldırarak izleyiciler için nispeten sınırlı seçenekler sunmaktadır (Morgan ve Signorielli, 1990: 22). Artık, televizyon ile yaşamaktayız ve televizyon yaşamın içine o kadar çok dâhil olmuş durumdadır ki bir mobilya parçası ya da bir aile bireyi olarak kabul edilmektedir. Çok az sayıda ebeveyn ve hatta büyükbaba ve büyükanne çocuklara televizyondan önce büyümenin nasıl bir şey olduğunu açıklayabilmektedir (Gerbner, 1986:17). Bebekler televizyonun hâkim olduğu sembolik bir ortamda doğmakta ve burada büyümektedir. Televizyon, homojen nüfus için günlük bilgi alışverişinin ve ortak kültürün ‘birincil’ kaynağı olmaktadır ve tüm izleyiciler için drama, reklam, haber ve diğer programları sunan yaygın ve merkezi bir sistemdir (Gerbner, 1984: 330). Öte yandan hiçbir ulusal başarı, kutlama ya da yas, televizyonda paylaşılmaya kadar toplum tarafından gerçek algılanmamaktadır. Dolayısıyla neredeyse hiçbir hareket, bu dünyada bir miktar görünürlük olmadan televizyonun saygınlığını yitirme, izole etme ya da azaltma gücüne uzun süre dayanmamaktadır (Gerbner ve Gross, 1976: 176).

Televizyon, dünyayı açıklamaya hizmet eden kitle iletişim araçlarından yalnızca bir tanesidir. Aslında televizyon dramasına gömülü olan görüntüler, diğer medyada sunulan içeriklerden kayda değer ölçüde farklı değildir. Bunun yanı sıra televizyonu diğer kitle iletişim araçlarından ayıran özellik; ortak kültürel normları standartlaştırma, sınırlama, büyütme ve hemen hemen tüm toplum türleriyle paylaşma yeteneğidir. Nitekim televizyon aynı anda bütün sınıflara, gruplara ve yaşlara seslenen görüntü sunmaktadır (Morgan ve Signorielli, 1990: 14). Dolayısıyla televizyon her ne kadar zaman zaman hafife alınsa da günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Televizyon seti ister salon ister mutfak isterse yatak odası olsun genellikle evlerin en önemli konumlarında yer almaktadır. Televizyondan önce nasıl bir yaşamın sürdürüldüğünü anımsayan çok az insan var ya da hiç yoktur. Bir Amerikan ailesinde televizyon ortalama 7 saat boyunca açık kalmaktadır. Bireysel bir aile üyesi ise yaklaşık olarak gün boyunca 3 saat televizyon izlemektedir. Televizyon içeriğine en çok çocuklar ve yaşlı insanlar maruz kalmaktadır. Televizyonu en az izleyenler gençler olsa da onlar bile bir hafta boyunca 20 ya da daha fazla saat televizyon içeriğini

görüntülemektedir. Amerikalıların çoğu günlük gazete okuduklarını belirtmelerine karşın yine de haber ve başka bilgileri edinmek için televizyonu kaynak olarak kullanmaktadırlar. Televizyon, ulusların ve aynı zamanda dünyanın en yaygın ve değişmez ortak bir alanını oluşturmaktadır. Televizyon, görüntülerin toptan dağıtıcısı ve anaakımın oluşturucusudur (Morgan ve Signorielli, 1990: 13). Konuyla ilgili şunu da belirtmek yerinde olacaktır ki, televizyonun izlenme süresi yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla azalmamış, tam tersine onlarca yıldır artmayı yüksek derecede sürdürmüştür (Gerbner vd, 1986: 17).

Televizyonla ilgili bilinmesi gereken önemli bir nokta onun baştan çıkarıcı bir şekilde ikna edici görüntü sunması ve bu görüntülerin, doğruluk ve çarpıtmanın bir karışımı olmasıdır. Nitekim televizyon dünyası gerçek dünya değil, çocukluğumuzdan beri öğrendiğimiz standart imgelerin bir uzantısıdır (Gerbner, 1976: 179). Dinde olduğu gibi televizyonun sosyal işlevi, dünyayı tanımlamaya ve belirli sosyal düzeni meşrulaştırmaya hizmet eden hikâyelerin (efsaneler, “gerçekler”, dersler, vb.) sürekli yinelenmesinde yatmaktadır (Gerbner vd, 2002: 44). Bütün bunlara karşın insanlar, televizyon izlemeye başka bir şey yapmaktan daha fazla zaman harcamaktadırlar ve muhtemelen okumadan ve konuşmadan önce televizyonda dolaşmayı tercih etmektedirler. Nitekim televizyon neredeyse kesintisiz çalışmakta, bunun için de evden çıkmaya gerek kalmamaktadır. Ancak zamanla “Televizyon bize ne yapıyor?”, “Televizyon çocukları nasıl saldırgan bir hale getirir ve öğrenmeye yardım ediyor mu?” gibi sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır (Morgan ve Signorielli, 1990: 14) .

2. Dünya Savaşı’ndan sonra kadınların iş hayatına daha çok atılması, ekonomik özgürlüklerle birlikte boşanmaların da çoğalmasına neden olmuştur. Dolayısıyla çocuklar artık, evde anne babaları ile birlikte değil, onlardan biriyle ve belli bir yaşta sonra da tek başına büyümek zorunda kalmışlardır. Bu durum bir taraftan çocukların ruhsal sağlığını etkilerken diğer taraftan ise onların televizyona doğru yönelmesine ve yalnızlıklarını bu şekilde gidermesine neden olmuştur. Gününün çoğunu televizyon önünde geçiren çocuklar üzerinde yapılan araştırmaların büyük kısmının sonucu, televizyonun çocuklar üzerinde olumsuz etkisinin olduğu yönündedir (Akbulut, 2001: 364). Bu konuda Michael Novak, televizyonun insanları nasıl etkileyebileceği sorusunu şu şekilde açıklamaya çalışmıştır: Her gün 20 dakika koşarsanız ruhunuz ince bir şekilde dönüşür, eğer bir yönetici ofisinde çalışıyorsanız yönetici gibi düşünmeye başlarsınız. O halde gün içerisinde 6 saat televizyon izlerseniz ne olur? İnsanlar çalışmak, uyumak



dışında günlerinin büyük bir kısmını televizyon izlemeye ayırmaktadır. Sonuç olarak, Novak'ın dediği gibi televizyon "ruhu şekillendirmektedir". Yani gün boyu saatlerce televizyon izlemek, haftalarca, aylarca, yıllarca maruz kaldığımız mesaj içeriklerinden bir şey edinmemizi sağlamaktadır (Shanahan ve Morgan, 1999: 2-3). Öte yandan televizyonu çok izleyenler televizyonun hayal dünyasına kapılarak yaşamın güçlüklerini, zorluklarını, sorunlarını, kırgınlıklarını, kızgınlıklarını, genel olarak sistemi görmezden gelerek bütün yaşadıklarını yaşaması gereken normal bir süreç olarak algılamaktadır (Özer, 2004: 88).

Televizyon, diğer medyalarla karşılaştırıldığında neredeyse sınırsız bir ilgi alanı sunarken halk için kısmen sınırlı bir dizi seçenek sunmaktadır. Nitekim program içerikleri izleyicilerin çoğu için neredeyse seçmeden izlenmek için tasarlanmıştır (Gerbner vd, 1986: 19). Bununla birlikte program yapısı içindeki her türlü programlama birbirini tamamlamakta ve güçlendirmektedir. Dolayısıyla, herhangi bir program içeriğini diğerlerinden ayrı olarak düşünmek ve değerlendirmek doğru değildir. İzleyiciler de aynı şekilde tüm programları izlemekte ve içerikler sistem olarak bilincin anaakımına yerleşmektedir (Gerbner, 1977: 148). Öte yandan seyirciler programlardan bağımsız olarak günün, haftanın, mevsimin belirli olan herhangi bir saatinde izlemeye hazır olan gruplardır. Çoğu izleyici ise ne izlediklerini bilmeden programları seçmek yerine daha çok yerleşik olan rutinleri izlemektedir (Gerbner vd, 1986: 19). Dolayısıyla izleme süresi bu kadar çok olduğu zaman izleyicinin içeriklerde seçicilik yapma oranı da azalmış olur. Yani insanlar televizyonu ne kadar çok izlerse bir o kadar az seçici olabilmektedirler (Gerbner vd, 1986: 19). Televizyonun en çok izlenme oranı aileye yönelik olduğu zaman olmaktadır. Örneğin televizyonun yüzde 70'ini oluşturan eğlence, drama ve yarışma programları çok büyük bir çoğunlukla aileyi odak noktası olarak görmektedir (Batmaz ve Aksoy, 1995: 4). Aslında bütün bu içeriklere maruz kalan normal bir yetişkin izleyici, televizyon dramasının kurgusal olduğunu bilmektedir. Örneğin herhangi bir televizyon programında karakterlerden birisi vurulduğu zaman izleyiciler ne polisi arar ne ambulans çağırır. İzleyiciler her ne kadar bu temel farkındalıktan haberdar olsalar da sembolik dünyanın gerçeklerine olan inançsızlıkları tartışmaya açıktır (Gerbner ve Gross, 1976: 178). Gerbner, bu noktada televizyonun rolünün ani bir değişiklik ya da bir benzerlik anlamında olmadığını ısrarlı bir şekilde belirtmektedir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenler arasındaki farktan yola çıkarak izleyicilerin sosyal gerçekliği kavramlaştırılmalarına odaklanmaktadır. Gerbner

ve arkadaşlarının bakış açısına göre televizyonla ilgili en önemli nokta, televizyonun “endüstriyel düzenin kültürel kolu” olduğudur. Bu bağlamda yine televizyon, bu düzenin sürekliliğini korumaya ve düzeni meşrulaştırmaya hizmet etmektedir (Özer ve Gerasimova, 2010: 325).

Sonuç olarak konuyla ilgili şunları söylemek mümkündür: Birincisi şimdiye kadar geliştirilen en güçlü ortam olan televizyon, halkın güvensizliği ve bilimin yanlış anlaşılmasından tümüyle sorumlu tutulamaz ancak tümüyle suçsuz da değildir (Gerbner, 1987: 109). İkincisi Kültürel Göstergeler Projesi, televizyon üzerine odaklanarak filizlenmiştir. Aslında George Gerbner’in düşüncesi ve ortaya koyduğu önermeler tüm kitle iletişim araçları bakımından geçerlidir. Ancak araştırmalar televizyon örneğinde ele alınmıştır. Nitekim televizyon, merkezi bir hikâye anlatma sistemidir. Gündelik yaşamımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen televizyon; reklamları, haberleri ve diğer programları ile birlikte mesaj dünyasını yaratmaktadır. Televizyon, okuryazarlık ve hareketliliğin tarihi engellerini aşarak bir taraftan heterojen bir nüfusun sosyalleşmesini sağlarken diğer taraftan günlük bilginin (daha çok eğlence programlarıyla) birincil, ortak kaynağı haline gelmektedir (Gerbner vd, 1986:18). Buna karşın Yetiştirme Kuramı’nın bir televizyon, şiddet ya da herhangi bir içerik türü kuramı olduğunu söylemek doğru değildir. Yetiştirme Kuramı yukarıda geniş bir şekilde açıklanmaya çalışılan hikâye anlatma kuramıdır (Özer, 2020: 35).

### **2.1.3 Televizyonda şiddetin sunumu**

Şiddet, belirli bir hedefe ulaşmak için gerekirse zarar vermek ya da öldürmek için tasarlanmış bir gücün ifadesidir. Savaşlardan soygunlara kadar sergilenen çoğu şiddetin temelinde mağdurun iradesine karşı gücünün güç göstergesi yatmaktadır (Gerbner, 1977c: 7-13). Gerbner şiddetle ilgili “Bu göstergeler bize bireylerin ne düşündüğünü ya da ne yaptığını söylemez ama kitlesel üretilmiş sembolik bağlam içinde ve aracılığıyla çoğu insanın ortak zeminde düşündüğü ve eylemde bulunduğu akımları açıklar.” şeklinde görüş belirtmektedir (Özer 2020:95). Sözü edilen şiddet, Yetiştirme Çözümlemesi’nin başlıca konularından biridir. Nitekim televizyon içeriklerinde şiddet görsellerinin yer alması, izleyicileri şiddete teşvik etme bakımından sağladığı işlevsellik boyutuyla önemlidir. Şiddet neredeyse bütün televizyon içeriklerinde kendine yer edinmektedir. Bu içeriklere maruz kalan izleyiciler; şiddeti

uygulayanlar ve bu şiddetin kurbanları üzerinden dünyanın tehlikeli bir yer olduğu düşüncesine kapılmaktadırlar (Ercan ve Demir, 2015: 134).

Televizyondaki şiddet, filmlerdeki ve kitaplardaki şiddetten farklı olmaktadır. Televizyondaki şiddet korku yaratmaktadır. Nitekim korku, endişe, önyargı gibi bu kavramlar şiddet içerikli televizyon programları aracılığıyla daha da güçlendirilmektedir. Televizyonun diğer toplumsal ve kültürel faktörlerle birlikte izleyicilerin sosyal gerçeklik algılamasında nasıl değişiklik yarattığı şiddet endeksi de dâhil olmak üzere Kültürel Göstergeler Projesi araştırmaları ile ortaya konmaktadır. Sonuçlar televizyon içeriklerine maruz kalan izleyicilerde güvensizlik, savunmasız ve tehlikeli bir durumda olma duygularının daha abartılı olduğunu göstermektedir. İçeriklerden bu şekilde etkilenen izleyiciler, korkularından kurtulmak ve daha fazla güvende hissetmek için yönetim tarafından daha çok korunma ve nihayetinde de baskı talep etmekte. Bu nedenle sembolik şiddet ile toplum üzerinde oluşturulan egemenlik ve kontrol gerçek şiddetin amacına ulaşmasını sağlamaktadır (Gerbner, 1977c: 7-13).

Daha önce de belirtildiği gibi insanlar televizyonu programlara göre değil, saatine göre izlemektedirler. Televizyon çevre gibidir. Her yerdedir, bölünmezdir ve kaçınılmazdır. Şiddet ise televizyondaki değerlerin ve gücün dağılımının bir sonucudur. Yaşadığımız dünya, şiddetin var olduğu bir dünya olabilir ancak televizyon, bu şiddet görüntülerini çarpık bir şekilde sunmaktadır. Yaralanma ve şiddetli ölümlerin başlıca nedeni karayolu ve endüstriyel kazalarken bunlar televizyon içeriğinde çok nadir görülmektedir. Nitekim televizyon, dramatik ve toplumsal işlevlere hizmet edebilecek şiddeti simgelemektedir (Gerbner, 1977e: 358-359). Bununla birlikte dünyadaki çoğu insan televizyonu, olağandışı istenmeyen olayların ve aynı zamanda şiddetin tanımlanmasında, büyük ölçüde katkıda bulunduğunu iddia etmektedir (Özer, 2004: 79).

Televizyon, genel olarak küçük bir ortak tema seti sunar ve şiddet bunların çoğunda işlenmektedir. Ağ izleyicilerinin çoğunluğu tematik bağlam ya da karakter türleri konusunda çok az seçeneğe sahiptir ve şiddetten kaçınma şansları neredeyse yoktur (Gerbner, 1994: 387). Örneğin haberlerde ölüm, şiddet ve terör sıkı bir şekilde yazılmış bir senaryo ile sunulmaktadır. Cinayetler, kazalar, "ceset sayımları " ve felâketler sembolik bir abartmayla aile gazetelerinin ve televizyon ekranlarının sayfalarında aşırı derecede sergilenmektedir (Gerbner, 1980: 66). Yani televizyondaki şiddet, "aile izleme" saati ve çocuk programı zamanı da dâhil olmak üzere tüm kategorilerde keskin bir şekilde gösterilmektedir (Gerbner, 1977d: 8). Özellikle 1972

yılından sonra şiddet profili çoğunlukla prime-time ve hafta sonu-gündüz dramatik programlarda sunulmaktadır (Gerbner, 1994: 393). Genel olarak, prime-time saat aralığında televizyon kısıtlı konu içerikleri sunar ki şiddet bu içeriklerin çoğuna işlenmiş durumdadır. Sonuç olarak çok az seçeneğe sahip izleyicilerin şiddet görüntülerinden kaçmaları mümkün değildir. Kanalların sürekli bir şekilde çoğalması ise sorunu çözmemektedir (Gerbner, 1994: 387).

Gerbner, çalışmalarında iki dünyadan söz etmektedir: Gerçek dünya ve televizyon dünyası. Gerçek dünya ile televizyondan yansıyan dünya arasında bazı eleştirel farklılıklar vardır. Şöyle ki, televizyon dünyası seyrek olarak “objektif gerçekliği” sunmaktadır (Özer, 2005: 76). Öte yandan, bu dünya gerçek dünyadan oldukça farklıdır. Örneğin televizyon dünyasında gerçek dünyadan daha fazla şiddete başvurulmaktadır. Diğer taraftan bazı meslek gruplarına fazla yer verilirken bazı meslek grupları ise orantısız olarak az sunulmaktadır (Shrum, 2017: 2). Buna örnek olarak televizyon dünyasında avukatlar, hâkimler, sağlık işçileri fazlasıyla gösterilmektedir. Çoğu kişinin neredeyse hiç görmediği ameliyathane, mahkeme salonu, polis karakolu gibi yerler ve orada nelerin olduğu bize yine televizyon dünyası aracılığı ile gösterilmektedir (Gerbner, 1987a: 4). Bu görüntülerde orta sınıf beyaz erkek karakterler sayıca fazla olmakla birlikte aynı zamanda güce de hâkimdir. Kadınlar her 3 karakterden birini, gençler nüfusun gerçek oranlarının üçte birini ve yaşlılar beşte birini oluşturmaktadır. Diğer azınlıklar ise daha az gösterilmektedir (Gerbner, 1994: 387). Yani bütün bu mağduriyet oranları, televizyon draması dünyasındaki erkeklerin ve kadınların, beyazların ve beyaz olmayanların göreceli güçlerini tanımlamaya yardımcı olmaktadır (Gerbner, 1972: 456). Bununla birlikte televizyonda erkek egemenliği sunulmaktadır. Erkeklerin farklı koşullar altında istediği gibi aldığı kararlar rekabet ve çatışma yaratmaktadır. Bu tür erkek egemen güç uygulaması yüksek şiddet olaylarına neden olan şeylerden biridir. Diğer taraftan sosyal mağduriyeti ise kadınlar yaşamaktadır. Eğer kadın beyaz tenli değilse, yaşlıysa ve herhangi bir şiddet olayına karışmışsa mağdur edilme şansı da çok yüksektir (Gerbner, 1981: 14).

Televizyon ve gerçek dünya arasındaki farklılıklara şunları da eklemek mümkündür: Televizyonda sergilenen suç, gerçek yaşamda sergilenen şiddet olayları ile karşılaştırıldığında 10 kat daha fazladır. Şiddet, her akşam programında 5 ya da 6 kez, çocukların gündüz programlarında ise 25 kez görülmektedir. Televizyonda, bu denli şiddete maruz kalmaktan çıkarılacak sonuç, içeriklerin saldırganlığı kışkırttığı değil;

insanlarda bir güvensizlik duygusu yarattığı olmalıdır (Gerbner, 1981: 14). Buna örnek olarak benzer özelliklere sahip olan gruplar arasında iletilere çok maruz kalan izleyicilerin şiddet olaylarını abartma olasılıklarının da daha yüksek olduğunu göstermek mümkündür. (Gerbner, 1994: 390). Özetlemek gerekirse televizyon içeriklerine daha çok maruz kalan izleyiciler, aynı demografik gruplardaki bu içeriklere daha az maruz kalan izleyicilerle karşılaştırıldığında izleyicilerin güvensizlik duygusuna sahip olduğu görülmektedir. Sonuçlar, ayrıca televizyonun “tehlikeli dünya algısı”nın ve sosyal gerçekliğin yaş, eğitim, gelir, gazete okuma, kiliseye gitme gibi özelliklerden önemli bir ölçüde etkilenip değişmediğini göstermektedir (Gerbner, 1977d: 8). Sonuç olarak sözü edilen güvensizlik, korku gibi duygular şiddet içerikli televizyon programları ile güçlendirilmekte ve halkın genel tutum ve davranışları üzerinde kapsamlı sonuçlar doğurmaktadır. Nihayetinde programdaki bu tür içeriklerden etkilenen vatandaşlar, korkularından kurtulmak, bunun için de yetkililer tarafından korunmak gereksinimi hissetmekte ve bu durum onların kendi istekleri ile baskı altına girmelerini sağlamaktadır (Gerbner, 1977e: 359).

Televizyonda sunulan şiddet, küresel pazarlama sisteminin ayrılmaz bir parçasıdır ve dünya ekranlarında giderek artan bir paya sahiptir (Gerbner, 1994: 385). Program üreticilerinin içerikleri en az maliyetle en çok izleyiciye sunmaktan başka seçeneği yoktur. Bunun için ise gerçek olmaktan uzak, canlı ve gerçekçi bir dünya olan televizyonun anaakım dünyası vardır (Gerbner, 1987a: 4). Bu nedenle büyük şirketler daha çok kâr elde etmek için çeviri gerektirmeyen, istenilen herhangi bir kültüre uyum sağlayan dramatik bir bileşene gereksinim duymaktadır. Böyle bir bileşen ise tartışmasız şiddettir. Örneğin bir şaka yaparsanız bunu herkes anlamayabilir ama kurşunun, birini nasıl yere sereceğini hangi dilde olursa olsun herkes anlayabilir (Gerbner, 1994: 388).

Son olarak şiddet içeriklerine dayanarak oluşturulan aile izleme saati, kavram olarak 1974 yılının sonlarında ortaya çıkmış, televizyonda yayınlanan şiddet ile topluma uygun olmayan davranışlar arasındaki ilişkiyi araştırmak ve düzenlemek için yapılan araştırmalar sırasında belirlenmiştir (Gerbner, 1976: 70-71). Bu kavram Ulusal Yayın Birliği koduna eklenmiştir. Bu tür içeriklerin genel bir aile kitlesi tarafından görüntülenmemesi için aile saati ve çocukların televizyon izledikleri saatlerde yayınlanmamasına karar verilmiştir. Ancak bu sefer de şiddetin aile saatinden kalan diğer saatlerde yeniden daha çok sunulduğu saptanmıştır (Gerbner, 1976: 70).

## **2.2 Yetiştirme Kuramının Bileşenleri ve Anahtar Kavramları**

Bu bölüm iki başlıktan oluşmaktadır. İlk başlıkta Kültürel Göstergeler Projesi'nin Bileşenleri olan Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi, Yetiştirme Çözümlemesi açıklanmıştır. İkinci başlıkta ise Yetiştirme Kuramı bakımından anahtar kavramlar olarak bilinen Yaygın Görüş Haline Getirme, Bulanıklaştırma, Harmanlama, Bükme, Rezonans, Tavan Etki, Birinci ve İkinci Düzen Yetiştirme incelenmiştir. Sözü edilen kavramların açıklanması Yetiştirme Kuramı'nı anlamak bakımından önem taşımaktadır.

### **2.2.1. Yetiştirme Kuramının bileşenleri**

Gerbner ve arkadaşları tarafından 1967 yılından sonra Pennsylvania Üniversitesi Annenberg İletişim Okulunda medya içeriği ve etkileri üzerine bilimsel bir çalışma yürütülmüştür. 1977 yılının Mart ayında ise süregelen çalışmanın bir parçası olarak şiddetle ilgili bir dizi rapor hazırlanmıştır. Bu rapor, 1967'den bu yana televizyon dramasında şiddetin kapsamını, doğasını ve sembolik işlevlerini (Gerbner, 1972: 455), 1976 yılında ise mesaj içerikleri ile izleyicilerin sosyal gerçeklik algıları arasındaki ilişkinin önemli noktalarına odaklanmıştır (Gerbner, 1977d: 8). Yine, sözü edilen yıllarda kurulan Şiddetin Nedenleri ve Önlenmesine İlişkin Ulusal Komisyon televizyon dramasında yer alan şiddet olaylarında televizyonun oynadığı rolü ortaya koymaya çalışmıştır. Araştırma, aynı zamanda şiddetin rolünün ve sembolik işlevlerinin yanı sıra kapsamını ortaya çıkarmıştır. 1973 yılının sonbaharında yapılan çalışmaların içerikleri daha da genişletilmiş ve Kültürel Göstergeler Projesi ortaya konmuştur. Proje, televizyon programlarının belli aralıklarla incelenmesinden ve televizyon izlemenin çocuk ve yetişkin izleyicilerde ortaya çıkardığı sosyal gerçeklik kavramlarının açıklanmasından oluşmaktadır (Gerbner ve Gross, 1976: 174).

Gerbner, çalışmalarında ilk olarak televizyondaki şiddetin doğasını ve televizyon dünyasını tanımlamak istemiştir. Bu nedenle uzun dönemli bir araştırmanın temelini oluşturmak için televizyon dünyasındaki dramatik içerikli programları ele almıştır. Kültürel Göstergeler Projesi, 1969 yılında Kongre'nin 1 milyon dolarlık destekle kurduğu bir kurum aracılığıyla 23 proje içinde yer alma şansı kazanarak televizyonda gösterilen şiddet içeriklerini araştırma fırsatı bulmuştur. O dönemde araştırma için ana yayın kuşağı ve hafta sonu gündüz programlarındaki mesaj içeriklerinin çözümlemesi yapılmıştır (Özer, 2020: 92).

Kültürel Göstergeler adı verilen araştırma projesi, televizyon dünyasının yinelenen içeriklerini izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasıyla ilişkilendiren bir veri tabanı ve bir dizi rapordur (Gerbner, 1994: 393). Proje, önermelerinin merkezine televizyonu almaktadır. Bu durumu şöyle açıklamak mümkündür: Televizyon diğer araçlardan farklı olarak daha kapsayıcı ve yinelenen mesaj içeriklerine sahiptir. Aynı zamanda diğer kitle iletişim araçlarına karşı açık bir egemenlik kurmuştur. İnsanlar, televizyona diğer kitle iletişim araçlarına ayırdıkları zamandan daha fazlasını ayırmaktadırlar (Özer, 2004: 77). Proje, televizyon dünyasını çözümlerken esas olarak prime-time ve hafta sonu-gündüz yayınlanan dramatik programların içeriğine odaklanmaktadır (Morgan ve Signorielli, 1990: 15). Gerbner'a göre televizyon içeriklerine çok maruz kalan izleyiciler, bu içeriklerden yansıyan değer ve gerçeklerden edindikleri görüşlerle ilişki içinde haberi izlerler ve bütün programlar izlenmesi gereken zamanda izlenir. Bu bir hipotezdir. Kültürel Göstergeler Projesi'nin temel amacı da bu hipotezi incelemektir (Özer, 2020: 93).

Kültürel Göstergeler, ilk yıllarında şiddet görüntülerine uzun dönemli maruz kalmanın sonuçları üzerine odaklansa da sonraki yıllarında kadının televizyonda sunumu, cinsel taciz, rol dağılımı, tektipleştirme, meslek seçimi, siyasal tutumlar, ölüm ve yaşlılık, okul başarısı, gençlerin özlem ve arzuları, sağlık konuları, dinsel konular ve reklamlar üzerine de yoğunlaşmıştır (Batmaz ve Aksoy, 1995: 24-27). Gerbner, 1973 yılında ele aldığı çalışmasında sözü edilen projeyi üç temel bileşene ayırmaktadır. Bunlar: Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesi'dir.

1. Kurumsal Süreç Çözümlemesi olarak nitelendirilen ilk süreç, medya mesajlarının büyük akışını yönlendiren politikaların kaynağının nasıl sağlandığını araştırmak için tasarlanmıştır. Doğrudan politika yönelimi nedeniyle bu araştırmanın finanse edilmesi en zor olanıdır ve bu nedenle daha az gelişmiştir (Gerbner vd, 1986: 22)
2. Mesaj Sistem Çözümlemesi, televizyon dramalarını kaydetmek ve çözümlmek için geliştirilmiştir. Mesaj Sistemi, izleyicinin bireysel ve seçici olarak tercih ettiği programları değil, televizyonun geniş ve temsil edici toplam çıktısını kapsamaktadır. Daha açık söylemek gerekirse televizyonda sunulan bütün içerikler mesaj sistemine dâhil olmaktadır (Özer, 2020: 103-104). Televizyon içeriklerini incelerken aynı zamanda televizyon dünyasının

tarihsel ve sosyal boyutlarını, içerikteki karakterleri, meslekleri, eylemleri de ele almaktadır. (Gerbner, 1994: 393)

3. Yetiştirme Çözümlemesi: Mesaj Sistem Çözümlemesi, televizyon dünyasının yıllık örneklerini kaydederken, Yetiştirme Çözümlemesi, televizyonu çok ve az izleyenlerin gerçek dünya algılamalarındaki farkını ortaya koymak ve televizyon dünyasının içeriklerini tanımlamak gibi sorulara yanıt aramaktadır (Gerbner, 1984 :331). Bir kültürün mesaj sistemleri yalnızca bilgilendirmekle kalmamakta, aynı zamanda ortak görüntülerin oluşmasını sağlamaktadır. Yetiştirme Çözümlemesi, kurumların ürettikleri mesaj içeriklerini incelemekte ve sonrasında bu sembolik işlevlerin dünyayla ilgili hangi varsayımları yetiştirdiği konusunda araştırmalar yürütmektedir (Gerbner, 1977a: 204).

### **2.2.1.1 Kurumsal Süreç Çözümlemesi**

Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Kültürel Göstergeler Projesi'nin birinci bileşenidir. Bu süreçte “insan bilincini yöneten kitlesel mesajların akışını kim, nasıl yönetmektedir?” sorusuna yanıt aranmaktadır. İnsanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmalarının gerisinde yatan kurumsal sürecin belirleyiciliğidir. Bu nedenle de Kurumsal Süreç Çözümlemesi önem taşımaktadır. Televizyonun sosyal gerçekliği çarpıttığı ve insanlara bu çarpıtılmış sosyal gerçekliği sunduğu, insanların da bunu kavramlaştırdıkları ortaya konya da bu mesajların nasıl ortaya çıktığı ve nereden kaynaklandığını vurgulamak, sonucu anlamak için önemli bir başlangıçtır (Özer, 2020: 96-98).

Kurumsal Süreç Çözümlemesi, mesaj içeriklerini üreten kurumlarda kararların nasıl alındığını, müşteri taleplerinin nasıl oluşturulduğunu, sembolik ürünlerin şekillenme sürecinin nasıl gerçekleştiğini incelemektedir. Diğer taraftan da Kurumsal Çözümleme, ortaya çıkan mesajların üretim sürecinde dayandığı güç ilişkilerini araştırmaktadır (Batmaz ve Aksoy, 1995: 24). Nitekim kitle iletişim politikaları yalnızca endüstriyel gelişimin bir aşamasını ve sosyal ilişkilerin genel yapısını değil, aynı zamanda belirli kurumsal ve endüstriyel güç ve baskı türlerini de yansıtmaktadır. Kanal varsa onları kısıtlayan yasaları ve kuralları, sağlayıcıları, dağıtıcıları, rakipleri, sermayeyi sağlayan patronları da vardır. Güçlerin sistematik olarak uygulanması, kurumsal rollerde ve güç merkezleri ile ilişkilerde yatmaktadır (Gerbner, 1977a: 200).



Örneğin üretilen mesaj içeriklerinden yalnızca bir kısmı seçilir ve seçilen küçük bir kısım formüle edilerek toplu dağıtım için hazırlanır. Bu nedenle de Kurumsal Süreç Çözümlemesi'nde mesajların nasıl seçileceği, formüle edileceği ve iletileceği üzerinde sistematik ve genelleştirilmiş bir etkiye sahip olan tüm önemli güçler, roller ve ilişkiler dikkate alınarak incelenmelidir. Gerbner burada 9 tür güç rolü ya da grubu olduğunu bildirmektedir (Gerbner, 1973: 559).

1. Otoriteler, iletişimciler üzerinde kısıtlamalar getirmek için yasal yetkilere sahiptir. Yasama, yürütme, yargı organları, düzenleyici komisyonlar, kamu yöneticileri, polis ve ordu da böyle bir otoriteye sahiptir. Otoriteler, patronların doğal hakka sahip olduğunu düşünmekte ve patronların uygulamayacakları ambargoları uygulamaktadır.

2. Patronlar; ekonomik, politik ya da kültürel çıkarlar karşılığında medya olaylarına doğrudan yatırım yapan veya sübvans eden kişilerdir. Medya patronları; bankalar, reklam verenler, diğer kurumsal ya da sivil kuruluşlar, dini veya askeri organlar ve hükümetler olabilmektedir. Esas patron türleri ve ana müşteri ilişkileri, her toplumun güç şemasındaki medya yönetiminin rolünü belirlemektedir. Müşteri ilişkileri aynı zamanda kurumun çoğu soruna yaklaşımını ve iletişimcinin karar verme aşamasını etkilemektedir.

3. Yönetim, organizasyondaki komuta zincirini oluşturan idari ve üst düzey yöneticilerden oluşmaktadır. Patron ve diğer güç grubu medyayı destekleyen grupların şartlarının yerine getirilmesi için gerekli olan politikaların uygulanmasını denetlemektedir. Dolayısıyla tüm personeli kontrol altında tutmaktadır. Yönetimin başlıca işlevleri (a) müşteri ilişkilerini geliştirmek ve (b) halkla ilişkileri yürütmektir. Yönetimin bakış açısından kurumun ürettiği mesajlar bu iki işlevi yerine getirmelidir.

4. Yardımcılar, yönetimin görevlerini yerine getirebilmesi için gerekli malzemeleri ve hizmetleri sağlamaktadır. Yardımcılar, örgütleri, ajansları ve sendikaları; hammadde sağlayıcıları; yetenek, sanatsal özellikler ve lojistik hizmetler; toptan ve perakende satış noktaları; ilgili üretim ve ticaret endişeleri, dernekler, sendikalar ve patent sahipleri, telif hakları ya da diğer mülkiyet hakları dağıtmaktalar.

5. Meslektaşlar, birbirleriyle dayanışma içerisinde olup mesajların oluşumu ve seçimi üzerinde kaldıraç uygulayabilen iletişimcilerdir.

6. Rakipler, halkla ilişkilerini sürdürmek için kurumu yenilikler yapmaya, taklit etmeye ve de her zaman uyanık kalmaya zorlayan bir medyadır.

7. Uzmanlar; gerekli kişisel becerilere, bilgiye, kritik ve diğer yeteneklere sahip olan kişilerdir. Aynı zamanda yazarlar, editörler, yaratıcı yetenekler, teknisyenler, eleştirmenler, araştırmacılar, konu uzmanları, danışmanlar ve iletişim için gerekli kişisel hizmetleri verebilecek diğer kişilerdir.

8. Örgütler; dikkat, koruma ya da hizmet gerektiren resmi olarak yapılandırılmış veya kurumsal gruplardır. Bunlar iş, siyaset, din ya da meslek birlikleri olabilir. Medya aracılığıyla halkla ilişkilere yapılan büyük örgütsel yatırımlar, medya içeriği üzerinde baskı uygulamakta ve medyayı serbestçe kullanarak örgütsel kaynaklara bağımlı hale getirmektedir.

9 Kamular- son olarak- medya çıktısının ürünleridir, mesajlar yoluyla oluşturulur ve yetiştirilir. Kamular, çok az ortak noktası olan insan gruplarıdır. Ancak paylaştıkları semboller diğer farklılıklarına karşın bir anlam ve yönelim yetiştirir. Yönetimin halkla ilişkileri, toplumu patronların ve kurumların çıkarları yönünde oluşturmaktadır (Gerbner, 1973: 560-561).

Yetkililer, siyasi baskı veya polis baskısı uygulayabilir; patronlar maddi açıdan destekleyebilir ya da tam tersi desteğinden mahrum bırakabilir, yönetimler işe alabilir ya da işten çıkarabilir, yardımcılar daha fazla mesai yapabilir ya da hizmet vermeyi bırakabilir, rakipler baskın yapabilir, meslektaşları grev yapabilir, uzmanlar hizmet vermeyi reddedebilir; kuruluşlar destekleyebilir, protesto edebilir, boykot edebilir ve kamu okuma, görüntüleme, satın alma ya da oy vermeyi durdurabilir. Farklı olarak gözükse de ne güç rolleri ne de şema türleri birbirinden ayrıdır, aksine genellikle birbiriyle bağlıdır (Gerbner, 1977a: 202-203).

### **2.2.1.2 Mesaj Sistem Çözümlemesi**

Gerbner, mesajı somut fiziksel ve sosyal ilişkilerin, sosyal ve tarihsel olarak belirlenmiş ifadesi şeklinde tanımlamaktadır. Mesajlar, ürettikleri toplumsal ilişkiler ve bağlamları dikkate alınarak anlaşılabilir bakış açısı, önermeler ve varsayımları incelemektedir. Aynı zamanda söz konusu mesajlar anılan ilişkiler ve bağlamları yeniden düzenlemektedir. Bu nedenle mesajlar, oluşturdukları pratikler ve yapılarla anlamlarını vermekte ve yinelenerek işlevlerini sürdürmektedirler (Morgan, 1995: 104).

Mesaj Sistem Çözümlemesi, 1967'den bu yana, televizyon içeriğinin birçok yönünü gözlemleyen ve kodlayan eğitimli çözümlemeciler tarafından yıllık örneklem haftaları ve gündüz ağ dramatik programları üzerinde gerçekleştirilmiştir (Gerbner ve Gross, 1976: 184). Çözümleme için televizyon içeriğinde en çok yinelenen, sabit ve

amacını aşan örnekler ele alınmaktadır. Sözü edilen bu içerikler, imgeler, değerler neredeyse çoğu program türlerinde yer almaktadır. Sonuç olarak televizyonu çok izleyen kişilerin bu görüntülerden kaçması mümkün değildir. Bu içerikler herhangi bir program ve tür gibi değil, televizyon dünyasına yerleştirilmiş olan toplam mesajlar olarak değerlendirilmektedir (Özer ve Gerasimova, 2010: 326). Dolayısıyla Mesaj Sistem Çözümlemesi, herhangi bir bireysel izleyicinin ya da izleyici grubunun neler görebileceğini belirlemek için değil, toplulukların uzun süre boyunca maruz kaldığı mesaj içeriklerinden en temsili ve çok yinelenen toplu kalıpları değerlendirmek için kullanılmaktadır (Gerbner vd, 1986: 25). Mesaj Sistemi Çözümlemesi, kitle iletişim araçlarının sunduğu sembolik dünyanın tanımlamasını yapmayı, içerikteki eğilimleri saptamayı hedeflemektedir. Tek tek programları ya da belirli grupların izledikleri belirli programları değil, tam tersine büyük ve heterojen kitleler tarafından izlenen bütün içerikleri ele almaktadır. Bu nedenle de Mesaj Sistemi Çözümlemesi'nden elde edilen sonuçlar kitle iletişim araçlarının içeriklerinin tekil ve benzersiz olan yönlerinden daha çok ortak yönlerini ortaya çıkarmaktadır (Batmaz ve Aksoy, 1995: 24-25). Sonuç olarak bu çözümleme; ne olduğu, neyin önemli olduğu, neyin doğru olduğu, neyin ne ile ilişkili olduğu gibi genel sorulara yanıt aramaktadır (Gerbner, 1969a:142-143).

Mesaj Sistem Çözümlemesi, işe uygun örneklerin seçilmesi, çözümleme birimlerinin belirlenmesi, çözümleme aracının geliştirilmesi (kodlama ve kayıt işlemleri gibi) ile başlamaktadır. Seçilecek olan örnek yaygın olan içeriklerin araştırılmasına ve dağılımdaki farklılıkların değerlendirilmesine izin verecek kadar büyük olmalıdır. Çözümleme birimleri, hikâyeler, sahneler, karakterler, gazeteler, sayfalar, filmler, programlar gibi üretim birimlerine karşılık gelmelidir. Çözümleme aracı ise güvenilir bir şekilde kodlamayı sürdürmek ve gözlemlerin kaydedilmesini sağlamak için yeterince kolay ve açık olmalıdır (Gerbner, 1985:21). Mesaj Sistem Çözümlemesi'nde yöntem kısmını oluşturan temel gereksinimler şunlardır: Çözümleme aygıtı, haber programlarının örnekleri, çözümleyicilerin eğitimi, kodlama işlemi ve gözlemin güvenilirliğini sağlamak. Aynı zamanda haberin çözümlemesi için kullanılan kayıt aracı ile televizyon dramasının dünyasını tanımlamak için kullanılan aygıtla karşılaştırılabilir olmalıdır. Bu sayede haberlerdeki “yaşamın kuralları, yaşam tarzı, sergilenenler ve dersler” dramatik programlarda sunulanlarla benzer olarak tanımlanabilir (Özer, 2020: 106).

Mesaj Sistem Çözümlemesi, büyük ve heterojen topluluklar için mesajın seri üretimindeki kurumsal davranışların kaydını gözlemleyerek güvenilir sonuçlar ortaya koymaktadır. Öte yandan mesaj içeriklerinde temsil edilen konuları, kişileri ve eylem türlerini kaydedebilmektedir (Gerbner, 1977e: 358). Aynı zamanda Yetiştirme Çözümlemesi'nde kullanılan sorular, geniş izleyici gruplarına bebeklikten başlayıp uzun zaman boyunca süren televizyonun mesaj sistemlerine yerleşmiş olan içeriklerden elde edilmektedir. Bu çözümleme sırasında yapılacak olan yanlış bir çözümleme, saha araştırmalarının da yanlış sonuçlanmasına neden olacaktır (Özer, 2005: 77).

Mesaj Sistem Çözümlemesi bilimsel bir girişim olarak gözlem, yorum, eleştiri gibi türlerden farklı olmaktadır. Mesaj Sistemi; kapsamlı, sistematik, genel olarak ortak bir kültürel yaşam kalıplarını incelemektedir. Özel ve seçici olanla ilgilenmemekte, "bilgi" ve "eğlence" ya da "yüksek kültür" ve "alt kültür" gibi geleneksel olarak sınırlandırılmış işlevler hakkında önceden varsayımlarda bulunmamaktadır. Mesaj Sistemi'nin özellikleri sistemi oluşturan 'bireysel' birimlerin özellikleri değildir. Sistem bütün özellikleri, süreçleri, ilişkileri karşılıklı ortaya koyarak incelemektedir (Gerbner, 1985: 18).

Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin üç temel işlevi vardır: İlk önce çevrede olanları, dünyanın nasıl sunulduğunu, doğru ve yanlış arasındaki farkı, kısacası eski dönemlerde mitolojide, dini içerikli metinlerde, kutlama ritüellerinde olduğu gibi, toplumda olup bitenleri, olması gerektiği şekillerde aktarma işlevlerini üstlenmektedir. Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin araştırma teknikleri de bu mesaj içeriklerini saptamayı amaçlamaktadır. İkincisi ise simgesel sistemler belirli biçimlerde bir araya getiriliyorsa belirli bağlamlarda belirli şekillerde sunuluyorsa, bunun bir amacı var demektir. Nitekim simgesel dünya "icat edilmiş" bir dünyadır ve Mesaj Sistem Çözümlemesi de bu dünyanın kurallarının, oluşum biçimlerinin ve amaçlarının ne olduğunu saptamaktadır. Mesaj Sistem Çözümlemesi herhangi bir olgunun varlığının diğerleri ile karşılaştırıldığında daha fazla vurgulandığına bakmaktadır. Nitekim mesaj iletilerinde bazı içeriklere yer verilmişse, bu mesajlar belirli durumları güçlendirmeye ya da tam tersine değiştirmeye çalışıyorsa burada belli amaçlara hizmet edildiğini söylemek mümkündür. Mesaj içeriğinde nelerin yer aldığını anlamak, toplumsal ve kültürel sistemi anlamak demektir (Batmaz ve Aksoy, 1995: 30, 33).

Mesaj Sistem Çözümlemesi Yetiştirme Kuramı bakımından önemli bir yere sahiptir. Yetiştirme Çözümlemesi'nde kullanılan sorular kaynağını Mesaj Sistemi'nden

almaktadır. Buradaki sorular, geniş izleyici gruplarına bebeklikten itibaren uzun zaman boyunca sunulan televizyonun mesaj sistemlerine yerleşmiş iletilerden elde edilmektedir. Bunun için ilk olarak Mesaj Sistem Çözümlemesi ile televizyonda en fazla sunulan örnekler saptanmaktadır. Sonrasında ise bu içeriklerin nasıl bir yetiştirme sergileyeceği düşünülmekte ve bu çerçevede sorular hazırlanmaktadır. Örneğin, televizyon programlarında çok fazla şiddete rastlanmaktadır. Bu görüntülerin yetiştirme boyutu incelendiğinde toplumda tehlikeli bir dünya algısının oluştuğu ortaya çıkmaktadır (Özer, 2017: 13-14).

Mesaj Sistemi Çözümlemesi, televizyonda hangi içeriklerin ne kadar ve hangi sıklıkla sunulduğunu, hangi konulara hangi bakış açısından önem verildiğini, hangi tür değer yargılarının hangi açıdan temel alındığını, semboller ve iletiler arasında ne tür bir mantıksal ve nedensel bağlantılar kurulduğunu incelemektedir (Batmaz ve Aksoy, 1995: 25).

Mesaj Sistem Çözümlemesi sorularının, önlemlerinin açıklanması için bazı kavramlar vardır. Bunlar: dikkat, vurgu, eğilim ve yapıdır (Gerbner, 1969).

1. Dikkat, mesaj sisteminde 'ne' olduğunu yani öznenin varlığını ve bu öznelere hangi sıklıkla görüldüğünü belirlemektedir. Bunlar farklı konu sınıflandırması, karakter tipolojisi ve çözümlemenin amacına uygun olarak farklı türler olabilmektedir.

2. Vurgu; bir konunun başlığı, büyüklüğü, nerede yerleştiği, sunum sırası, ses yüksekliği, ton, süre gibi farklı ayrıntılara dikkat çekmektedir. Vurgu, her zaman göreceli bir ölçü ve bağlam unsurudur. Bu nedenle rütbelere, ölçekler ve diğer göreceli değer ölçüleri, vurguyu belirtmek için uygun görülmektedir.

3. Eğilim, her bir dikkat birimine atfedilen değerlendirici ve diğer niteliklerdir. Genellikle iyi-kötü, doğru-yanlış, pozitif-negatif, aktif-pasif, güçlü-zayıf, akıllı-aptal, başarılı-başarısız ya da amacına uygun olarak farklı sıfatlarla tanımlanan bir ölçektir.

4. Yapı, diğer belirlenmiş unsurlar arasındaki temel ilişkileri ortaya çıkarmaktadır. Yani yapı, dikkat kategorilerinin (varoluş) sistemdeki vurgu (önem) ve eğilim (değerler) arasında olan ilişkileri tanımlamaktadır. Tam ve kapsamlı bir çözümleme için dört boyutun da dâhil edilmesi gerekmektedir (Gerbner, 1985: 22-23).

### **2.2.1.3 Yetiştirme Çözümlemesi**

Yetiştirme Çözümlemesi, televizyonun katkılarını değerlendirmeye ve bununla ilgili sorulara yanıt aramaya çalışan bir yaklaşımdır. Çözümleme ile ilgili çalışmanın ilk örneğinde televizyonda şiddetin derecesi belirlenmeye çalışılmıştır ve şiddetin en

dramatik televizyon programlarına ne ölçüde hâkim olduğu belgelenmiştir. Söz konusu çalışma, bir taraftan şiddetin doğasını belirlerken diğer taraftan da televizyon dünyasının uzun vadeli izlenmesinin sonuçlarını ortaya koymak için bir temel oluşturmuştur. Televizyonun insanlar üzerindeki etkisi ile ilgili endişelerin daha da artması konu ile ilgili projelerin yapılmasını gerektirmiştir (Morgan ve Signorielli, 1990: 15). Bu nedenle yapılan araştırma ilk kez 1970’li yılların başlarında, daha net söylemek gerekirse 1972 yılında gerçekleştirilmiştir. Yetişkinler üzerinde saha araştırmasıyla uygulanan çalışma 1976 yılında yayımlanmıştır (Özer, 2020: 110-111). Nihayetinde ilk yetiştirme sonuçlarının açıklanmasından kısa bir süre sonra Yetiştirme Çözümlemesi, Kültürel Göstergeler Projesi’nin odak noktası haline gelmiştir (Morgan ve Signorielli, 1990: 24).

Yetiştirme araştırmaları çok sayıda kuramsal konuşma ve yöntemsel tartışmaya neden olmuştur. Buna karşın iletişim alanı yetiştirme bulgularının geçerliliğini kabul etmektedir. Yetiştirme Çözümlemesi bugüne dek yapılmış en önemli çalışmalardan biridir. Yine de Yetiştirme’nin varsayımları diğer araştırmacılar ve eleştirmenler tarafından yanlış değerlendirilmiştir. Televizyonla ilgili araştırmaların çoğu belirli konulara odaklanmaktadır. Yetiştirme Çözümlemesi ise yinelenen, yaygın ve neredeyse kaçınılmaz olan görüntü kalıplarını incelemektedir. Çözümlemenin odak noktası, uzun zaman boyunca televizyona toplu maruz kalmanın sonuçları üzerinedir (Shanahan ve Morgan, 1999: 5). Nitekim Yetiştirme çalışmalarının gelişimi sırasında televizyon, baskın hikâye anlatma aracı olduğu için kuramın gelişimi ve testlerin çoğu televizyon izleyicileri ile onların sosyal gerçeklik algıları arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Daha açık söylemek gerekirse insanların televizyon izlemek için harcadıkları zaman miktarı ile izleyicilerin dünya hakkında düşünceleri arasında bir ilişki vardır. Buradaki temel hipotez, televizyonu çok izleyenlerin dünya hakkındaki görüşlerinin, televizyonun baskın iletilerinden yansıdığı doğrultusundadır. Yani Yetiştirme Kuramı, televizyonun hikâye anlatma işlevinin son derece güçlü olduğunu savunmaktadır (Shrum, 2017: 1). Öte yandan Yetiştirme Çözümlemesi televizyon dünyasını anlamaya ve açıklamaya yönelik bir girişimdir. Bu nedenle televizyon için tasarlanmış yaygın ve yinelenen içerik ve görüntülere odaklanmaktadır. Yetiştirme televizyonla büyümenin ve yaşamının kalıcı ve ortak sonuçlarını incelemektedir (Gerbnervd, 1986: 38).

Yetiştirme Çözümlemesi, izleyicilerin sosyal gerçeklik kavramlarına televizyonun bağımsız katkısının incelenmesidir. Kuram, televizyon izlerken daha fazla

zaman harcayan bireylerin, televizyonu daha az izleyen kişilerle karşılaştırıldığında televizyondan yansıyan içerikleri gerçek dünya olarak algılama olasılığının daha yüksek olduğunu savunmaktadır (Shanahan ve Morgan, 1999: 3). Daha açık söylemek gerekirse televizyon dünyasının içeriklerine daha fazla maruz kalan izleyicilerin, aynı içeriklere daha az maruz kalan izleyicilerle karşılaştırıldığında sorulara verdiği yanıtlar televizyondan aldıkları bilgiler ya da izledikleri görüntülerle paralel olmaktadır. Sonuç olarak, televizyonun izleyicilere olan katkılarını tanımlamak için ‘yetiştirme’ kavramı kullanılmaktadır (Gerbner, 1984: 331).

Yetiştirme, kitle iletişim araçlarından yansıyan mesajlarla izleyiciler arasındaki ilişkilerin herhangi bir tür basit, doğrusal ‘uyarıcı-tepki’ modelini, daha açık söylemek gerekirse televizyona kısa vadeli maruz kalmayı ve içeriklerin bireysel yorumlarını değil, tam tersine yaygın ve yinelenen görüntülere uzun vadeli maruz kalmayı incelemektedir. Doğrudan değişimden daha çok sürekli, istikrarlı ve kademeli değişimlerle ilgilenmektedir. Bu nedenle yetiştirme süreci tek yönlü bir etki akışı değil, süregelen etkileşim sürecinin parçası olarak nitelendirilmektedir. İletişim araçlarına maruz kalmanın alışkanlıkları ve tarzları uzun süreler boyunca sabit olma eğilimindedir ve Yetiştirme Çözümlemesi, sabit yaşam şekillerinde ve ortamlarda televizyon varlığının sonuçlarını aydınlatmaya çalışmaktadır (Morgan ve Signorielli, 1990: 18-19).

İnsanların tutum ve davranışlarını değiştirme çabalarını açıklamak için yapılan araştırmalara çok fazla zaman, enerji, maddi destek verilmiştir. Bununla birlikte yapılan kısa vadeli “etki” araştırmaları televizyonun ayırt edici özelliklerini açıklamak için yeterli olmamıştır. Oysaki televizyon dünyasının özelliklerini açıklamak için büyük ve heterojen olan halkın merkezi olarak üretilen, kitlesel olarak dağıtılan ve yinelenen hikâye sistemlerine uzun vadeli ve ortak maruz kalması gerekmektedir (Gerbner vd, 2002: 47). Bu nedenle Yetiştirme Kuramı “destekleme” ya da “etki” kavramları ile açıklanamamaktadır. Nitekim bu kuram, birkaç program izlemenin izleyicinin düşünce ve tutumlarında nasıl değişiklik yarattığı ile ilgilenmek yerine, televizyon mesajlarının uzun dönemli ve yavaş değiştirme rolüne odaklanmaktadır (Özer, 2005: 77).

Kültürel göstergeler, televizyon dünyasını yansıtan kategoriler içinde toplanmaktadır. Dolayısıyla televizyonu çok izleyen izleyiciler, televizyonu az izleyen

izleyicilerle karşılaştırıldığında sorulara daha çok “televizyon yanıtı”<sup>4</sup> vermektedirler (Erdoğan, 1998: 151). Gerbner’a göre televizyon içeriklerinden yansıyan görüntüler izleyiciler üzerinde anlık etki yapmamaktadır. İzleyiciler, maruz kaldıkları bu görüntüleri hemen yaşam tarzlarına yansıtmamaktadır. Elbette ki onlar edindikleri içerikleri ilk önce tartışmakta, iletilere karşı direnç sağlayabilmektedirler. Bu nedenle televizyon içeriklerinin kısa dönemde değil, uzun dönemde etkili olduğu söylenmektedir (Özkan, 2017: 131).

Televizyon mesajları, insanlara isabet eden ya da ıskalayan ayrı ve dağınık "mermiler" şeklinde topluma zarar verebilen "objektifler" olarak düşünülebilmektedir. Buna karşılık olarak Yetiştirme Çözümlemesi, televizyon mesajlarına insanların içinde yaşadıkları, kendilerini ve başkalarını tanımladıkları ve sosyal gerçeklikle ilgili inançlarını ve varsayımlarını geliştirip sürdürdükleri bir ortam olarak bakmaktadır (Morgan ve Signorielli, 1990: 18). Dolayısıyla her bir izleyici, bu görüntülere farklı miktarda maruz kalmaktadır. Sözü edilen televizyonu izleme miktarı ise genel olarak bireyin bir günde ortalama televizyonu izlediği süredir. Görüntüleme miktarı göreceli bir kavram olduğu için günlük televizyon izleme süresi birbirine yakın olan saat aralıklarının bölünmesiyle belirlenmektedir. Yetiştirme Çözümlemesi’nde önemli olan nokta izleme miktarı değil, izleme seviyeleri arasında farklılıkların olmasıdır (Morgan ve Signorielli, 1990: 20). Herhangi bir örnekteki katılımcılar, televizyonu çok izleyenler, orta izleyenler ve az izleyenler olmak üzere 3 gruba bölünmektedir. Dolayısıyla Yetiştirme Çözümlemesi önemli demografik ve diğer özellikleri incelerken her üç görüntüleme grubundaki izleyicilerin yanıtlarını da karşılaştırmaktadır. Televizyon izleme süresi kişiye göre değişse de genel olarak televizyonu az izleyenlergünde 2 saatten az, orta düzeyde izleyenler 2 ila 3 saat arasında, çok izleyenler ise 3 saatten fazla izleyenlerdir (Gerbner, 1994: 390).

Yetiştirme Çözümlemesi’nde televizyonu çok izleyen izleyicilerle az izleyenlerin yanıtları arasında fark incelenmekte ve televizyonu çok izleyenlerin, televizyon içeriklerinden edindikleri görüşler doğrultusunda yanıtlama olasılıklarının daha yüksek olup olmadığı belirlenmeye çalışılmaktadır. Dolayısıyla, televizyonun izleyicilerin sosyal gerçeklik kavramlarına katkısını tanımlamak için “yetiştirme” kavramı kullanılmaktadır. Karşılaştırılabilir gruplar içerisinde az ve çok izleyenlerin

---

<sup>4</sup>Günlük yaşamının çoğunu televizyonla geçiren kişilerin Yetiştirme Çözümlemesi sorularını televizyon dünyasının potansiyel derslerini yansıtan şekillerde yanıtlama olasılıkları vardır. Söz konusu yanıtlar “televizyon yanıtı”nı oluşturmaktadır (Gerbner vd, 1982: 103).



verdikleri “televizyon yanıtının” yüzde farkı ise “Yetiştirme farkı” olarak adlandırılır (Gerbner vd, 1982: 103).

Sonuç olarak şunu da belirtmek gerekir ki Yetiştirme Kuramı'nın odaklandığı televizyon dünyasının sembolik yapısının sabit ve tutarlı olması içerik üreticilerinin yaratıcılık ve yetenek eksikliğinden kaynaklanmamaktadır. Bunun nedeni endüstri üzerindeki ticari kısıtlamaların istikrarlı ve tutarlı olmasıdır (Gerbner, 1990: 256).

## **2.2.2 Yetiştirme Kuramı bakımından anahtar kavramlar**

Bu başlıkta Yetiştirme Kuramı'nı açıklamaya yönelik geliştirilen Yaygın Görüş Haline Getirme, Bulanıklaştırma, Harmanlama, Bükme, Rezonans, Tavan Etki, Birinci ve İkinci Düzen Yetiştirme incelenmiştir. Söz konusu kavramların irdelenmesi kuramı daha anlaşılır kılacaktır.

### **2.2.2.1 Yaygın Görüş Haline Getirme**

Kültürel Göstergeler Projesi'nde kullanılan “mainstreaming” kavramı, “mainstream” kavramıyla karıştırılmamalıdır. Mainstream'i Türkçe'ye “anaakım” olarak çevrilirken, mainstreaming kavramını ise ‘anaakımlaştırma, anaakıma itme, merkezi görüş yapma/haline getirme, orta yola çekme, Yaygın Görüş Haline Getirme/Gelme’ anlamında çevirmek ve kullanmak mümkündür. Bu çalışmada ise Yaygın Görüş Haline Getirme'nin kullanılması daha uygun bulunmuştur. Bunun nedeni Yaygın Görüş Haline Gelme birleşmesinin daha çok bir şeyin doğal sürecinde gerçekleştiği anlamını vermesidir. Buna karşın Gerbner ve arkadaşlarının yaklaşımında mainstreaming sürecinde belli bir “kasıt” vurgusunun olduğu belirtilmektedir. Sonuç olarak, kasıt sözcüğünden yola çıkarak “Yaygın Görüş Haline Gelme” değil “Yaygın Görüş Haline Getirme” uygun olmaktadır (Özer, 2005: 79). Bu durumda anaakım, televizyon dünyasının özelliklerine ve dinamiklerine maruz kalma eğiliminde olan bakış açılarının ve değerlerin göreceli bir ortaklığı olarak düşünülebilmektedir. Yaygın Görüş Haline Getirme ise televizyonu çok izleyen izleyicilerin sahip olduğu ortak görüşleri temsil etmektedir (Gerbner vd, 1982: 104).

Gerbner ve arkadaşları 1980'li yıllarda Yetiştirme Kuramı'na yapılan eleştiriler sonrasında Yaygın Görüş Haline Getirme ve Rezonans olarak adlandırdığı iki yeni kavramı gündeme getirmiştir. Yaygın Görüş Haline Getirme diğer farklı gruplardaki mesaj içeriklerine çok maruz kalan izleyiciler arasında ortak dünya görüşlerinin paylaşılmasını ifade etmektedir. Başka bir şekilde söylendiğinde eğitim, gelir ya da

siyasi yönelim tarafından tanımlananlar gibi belirli demografik gruplardaki insanlar, dünyayla ilgili farklı görüşlere sahip olma eğilimindedirler. Ancak yoğun bir şekilde televizyon içeriklerine maruz kalmak (ekonomik gelir ya da eğitim bakımından farklı olsa da) bakış açılarının birbirine benzemesine neden olmaktadır. Sonuç olarak, Yaygın Görüş Haline Getirme gerçekleşmektedir. Rezonans, yaşam biçimlerinin televizyon dünyası ile uyumlu olan izleyicilerin televizyon içeriklerinden daha çok etkileneceğini öne sürmektedir. Örneğin, ortalama ve şiddetli bir dünyanın görüntülerini izlemek, suç ve şiddet ile doğrudan deneyime sahip olanlar için özellikle etkili bir şekilde televizyon mesajlarının çifte dozunu sağlamakta ve yetiştirmeyi önemli ölçüde arttırmaktadır (Shrum, 2017: 5).

“Mainstreaming”, Kültürel Göstergeler Projesi’nin en önemli bileşenlerinden biridir ve bileşenin kavramsal düzeydeki anlamı “ana görüş haline getirme” dir. Kültür, toplumların sosyal ilişkilerinin belirlenmesinde önemli bir kaynaktır. Bu durumda Yaygın Görüş ise kültürün hâkim karakteristiğini belirlemektedir. Gerbner ve arkadaşlarının Kültürel Göstergeler Projesi’nin temelinde inceledikleri, farklı program türleri, ortak mesajlar, görüntüler ve değerlerden oluşan genel sistemdir. Yaygın Görüş Haline Getirme ise ortak paylaşılan içeriklerin çokluğundan doğmaktadır (Batmaz ve Aksoy, 1995: 33).

Gerbner’in, Yaygın Görüş Haline Getirme ile ilgili temel tezi şöyledir: Televizyon, ortak bir bakış açısının kültürünü yerleştirmektedir. Televizyonu izleyenlerin sosyoekonomik statüleri, yaşadıkları bölge, cinsiyetleri, yaşları, iş konumları ve de geçmişleri ne olursa olsun, eğer onların büyük bir çoğunluğu olaylara ortak bir bakış açısından bakabiliyorsa yaygın bir görüşün varlığından söz etmek mümkündür. Televizyon, içeriklerine maruz kalan izleyiciler arasındaki farklılıkları yok ederek ortak görüşlerin oluşturulmasını sağlıyorsa, bu yine televizyonun yaygın görüş oluşturmadaki rolünün baskın olduğunu göstermektedir. Farklı görüşlere sahip olan izleyiciler homojen bir kültürel çember içinde eritilmektedirler (Batmaz ve Aksoy, 1995: 33). Şunu da belirtmek gerekir ki televizyonda yayınlanan içerikler herkes için aynı rolü üstlenmemektedir; yetiştirme süreci asıl olarak televizyonu çok izleyenler üzerinde sonuç vermektedir. Daha açık söylemek gerekirse Yetiştirme Kuramı, televizyonu az ve çok izleyen izleyiciler arasındaki görüşlerin “farklılığında” ortaya çıkmaktadır. Ancak hikâyeler, farklı demografik özelliklere ve görüşlere sahip olan izleyicileri “yaygın görüş” çevresinde toplayabilmektedir ve farklı da olsa belli

görüşlerin ortaya çıkmasına yol açabilmektedir. Bu, televizyonun seyirciler üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunun göstergesidir ve televizyon farklılıklar sergileyen izleyicilerin doğrudan yaygın görüş açısından bakmasını sağlamayı başarmışsa yetiştirme gerçekleşmiş demektir (Ercan ve Demir, 2015: 129).

Televizyon izleme, iyi eğitilmiş ve “elit” gruplar içerisinde yer alan izleyicilerin de sosyal gerçeklik algısını geliştirme eğilimine sahiptir. Televizyonu çok izleyen izleyiciler kendileri ile aynı yaş, cinsiyet, eğitim grubundaki televizyonu az izleyen diğer izleyicilerle karşılaştırıldığında endişeli ve başkalarına karşı daha güvensizdirler (Gerbner, 1977: 149). Ancak televizyon içerikleri ile izleyiciler arasındaki ilişki bazı gruplarda güçlüyken diğerlerinde daha zayıf olabilmektedir. Gruplar arasındaki bu farklılıklar Yaygın Görüş Haline Getirme olarak adlandırılan kavram ile harmanlanmaktadır (Gerbner, 1994: 390).

Televizyon, farklı insan gruplarının ayırt edici özellikleri olan demografik, coğrafik ve diğer özelliklerini yok etme eğilimindedir. Televizyon içeriklerine çok maruz kalan izleyiciler farklı gruplarda olsalar da televizyonun anaakımını fazla benimsemelerinden dolayı benzer görüşlere sahip olmaktadır (Gerbner, 1984: 60). Televizyon izleme farklı grupların yaşam biçimlerinde ve dünya görüşlerinde farklılık gösterse bile yine de tutarlı bir şekilde ilişkilidir. Bu tutarlı kalıplardan en genel olanını Yaygın Görüş Haline Getirme olarak nitelendirmek mümkündür. (Gerbner, 1982: 104).

#### **2.2.2.2 Bulanıklaştırma, Harmanlama, Bükme, Rezonans ve Tavan Etki**

Gerbner ve arkadaşları, Yetiştirme Çözümlemesi'nin temel özelliklerini açıklamak için 3B ‘Bulanıklaştırma (Blurring), harmanlama (Blending) ve Bükme (Bending) kavramlarını geliştirmiştir. Geleneksel sosyal farklılıklar bulanıklaştırılmaktadır, aksi takdirde farklı gruplar anaakımla harmanlanmakta ve anaakım, medyanın kâr, popülist politika ve iktidardaki çıkarları doğrultusunda bükülmektedir (Gerbner, 1990: 261). Daha geniş bir şekilde açıklamak gerekirse bulanıklaştırma, televizyonu az izleyen grupların aksine televizyon içeriklerini çok izleyen izleyicilerin olduğu bir süreçtir. Televizyonun siyasi, sosyal ve kültürel ayrımlarını bulanıklaştırma eğilimidir. Harmanlama, farklı görüşlerin ana akım tarafından özümsemesi ve harmanlanmasıdır (Gerbner, 1981: 15) Bükme ise anaakımı kendi kurumsal çıkarlarına, küresel yatırımcıların ve sponsorların hizmetine doğru bükülmektedir (Gerbner, 1990b). Televizyon ya siyasi farklılıkları bulanıklaştırır ya da

kitlelerin sosyal yönelimlerini kendi anaakımı doğrultusunda ve kendi kurumsal çıkarlarına doğru bükür. Bu sürecin bir ürünü de Yeni Pöplizmdir.

Gerbner, erkek ve kadın, genç ve yaşlı, zengin ve yoksul, eğitimli ve eğitimsiz, farklı deri rengi olan izleyiciler ve diğer sosyal gruplar üzerinde politika ile ilgili yaptığı anket araştırmalarından sonra televizyonu az izleyen izleyiciler arasında düşünce ve eylemle ilgili farklılıklar olduğunu saptamıştır. Buna karşın televizyon içeriklerine çok maruz kalan izleyiciler ortak bir görüş yansıtma eğilimindedir. Bu da Yaygın Görüş Haline Getirme'dir (Gerbner, 1987a: 4). Yaygın Görüş Haline Getirme, televizyonun ortak yönelimleri yetiştirdiği iddiasının, kuramsal sunumunu ve deneysel kanıtını temsil etmektedir. Bu süreç farklı görüşlerin emilmesini, dolayısıyla farklı grupların bir araya gelmesini, bir tür homojenleşmeyi ortaya koymaktadır. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse televizyon basılı kültür tarafından geliştirilerek günümüze kadar gelen bütün geleneksel farklılıkları öz dünyasında bulanıklaştırmaktadır. Yaygın Görüş, televizyonu çok izleyenlerin mesaj içeriklerini öteki etken ve etkilerden kaynaklanan davranış ve yönelimlerdeki farklılıkları yok ederek algıladığını savunmaktadır. Yani farklı izleyici gruplarının yanıtlarındaki farklılıklar, televizyon iletilerine çok maruz kalan izleyicilerin yanıtlarında azalmakta ya da yok olmaktadır (Özer, 2017: 14).

Yetiştirme Kuramı televizyonun izleme sıklığının izleyicilerin inançları üzerinde önemli bir rolü olduğunu varsaymaktadır. İzleme yoğunluğu bakımından televizyon içeriklerini çok görüntüleyen izleyiciler televizyon dünyasının mesajlarına daha çok maruz kalmaktadır. Özellikle şiddet içerikli olaylar, televizyonda gerçek yaşamda karşılaşılandan daha fazla sunulmaktadır (Shrum, 2009: 52). Kuram, bu açıdan televizyon mesajlarının neredeyse tüm yönleri ile ilgilense de odak noktası daha çok televizyon şiddetini izlemenin sonuçları üzerinedir. Yapılan çok sayıda içerik çözümlenmeleri de televizyon programlarında şiddet içeriklerinin yoğun olduğunu belgelemiştir. Gerbner ve arkadaşları ise televizyon içeriklerinde yoğun olarak şiddete maruz kalmanın izleyicilerin suç mağduru olma risklerine ilişkin algılarını arttırdığını iddia etmektedir. Televizyon, bu konuda diğer kaynaklarla karşılaştırıldığında daha baskın bir role sahiptir. Artan izleme süresi ve suç mağduriyeti riski arasındaki ilişki pozitif yönde olduğundan dolayı televizyon içeriklerine yoğun bir şekilde maruz kalan izleyiciler, daha az görüntüleyenlerle karşılaştırıldığında şiddetin yaygınlığı hakkında daha fazla tahminler ileri sürmekte ve diğer izleyicilere göre geceleri yalnız yürümekten daha fazla korktuklarını belirtmektedirler (Shrum ve Bischak, 2001: 188-189). Öte

yandan şehir merkezlerinde yaşayan sakinler için televizyon görüntülerinin gerçek yaşam deneyimleriyle uyumluluk içinde olduğunu söylemek mümkündür. Bununla ilgili insanlara geceleri kendi mahallelerinde yalnız dolaşırken kendilerini ne kadar güvende hissettikleri sorulmuş ve beklendiği gibi büyükşehirde yaşayan kişilerin kendi mahallerinde korkma olasılıklarının çok yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Gerbner vd, 1980: 18).

Genel olarak insanlar risk yargılarını çeşitli kaynaklardan gelen bilgilere dayanarak oluşturmaktadırlar. Bunlar, kişisel olarak yaşanan olaylar, yani doğrudan deneyim, ağızdan ağıza ve de kitle iletişim araçları (dolaylı deneyim) gibi kaynaklar olmaktadır (Shrum ve Bischak, 2001: 188). Bu noktada Yetiştirme Kuramı, televizyon betimlemelerinin hem yaygınlığının hem tutarlılığının insanların sosyal dünya hakkında algılarının oluşumunda birincil kaynak olduğu iddiasını öne sürmektedir. Yani Yetiştirme, dolaylı deneyimin sosyal gerçekliğin inşası üzerindeki rolünü aydınlatan bir süreçtir. Bu durumda kuram, televizyon içeriklerinden yola çıkarak elde edilen dolaylı deneyimin sosyal inançları geliştirmenin birincil temeli olarak bilinen doğrudan deneyimin yerini alacağını iddia etmektedir (Shrum ve Bischak, 2001: 188).

Gerbner ve arkadaşları 1980 yılında yukarıda açıklanan Yetiştirme Kuramı'na yine yukarıda açıklanan Yaygın Görüş Haline Getirme ile Rezonans gibi yeni kavramlar eklemiştir. Bunlar, televizyon izlemenin gerçeklik algısının inşası üzerindeki rolünün gerçek doğasını anlamada oldukça önemli kavramlardır. Örneğin Yaygın Görüş Haline Getirme televizyonun, kültürün anaakımındaki merkezi rolünü, sınıf, yaş, etnik ve diğer sınırlarını aşarak homojenliğini teşvik etmektedir. Yani televizyonun kitlesel üretilen mesajlarının ve imgelerinin yinelenen görüntüsü, en çok paylaşılan gerçeklik kavramlarını geliştiren ortak sembolik ortamın anaakımını oluşturmaktadır. "Rezonans" ise televizyon dünyasının belirli bir özelliği izleyicinin gerçek yaşam koşullarıyla en uyumlu olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır. Bunlar, belirli sorunların insanların günlük yaşamda karşılaştığı sorunlarla benzeştiği ve birleştiği durumlarda "rezonansa giren" ve yetiştirmeyi daha da güçlendiren örneklerdir (Gerbner vd. 1981: 43-44). Bu anlamda yaygın ve tutarlı televizyon mesajlarına maruz kalmanın farklı görüşlere sahip grupları birbirine doğru çektiği Yaygın Görüş Haline Getirme ve belirli grupların televizyonun korku geliştirmesi bakımından diğerlerinden daha fazla "risk altında" olduğu düşüncelerini ortaya koyan Rezonans, Yetiştirme'yi açıklamada önemli role sahiptir (Shrum ve Bischak, 2001: 207).

Rezonans, Yetiştirme Kuramı'nın sonuçlarını açıklamak için geliştirilmiştir. Kavram daha çok izleyicilerin yaşam deneyimleri ile yetiştirme arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Bununla birlikte Rezonans, yaşam deneyimleri televizyon dünyasının deneyimleriyle daha uyumlu olan kişilerin üzerinde televizyon mesajlarının daha çok rolü olduğunu öne sürmektedir. Bir izleyicinin kişisel deneyimleri, suç ve şiddet içerdiğinde suç görüntülerinin yer aldığı televizyon programlarının yoğun bir şekilde izlenmesi televizyon mesajının "çifte doz" olacak şekilde algılanmasına ve böylece yetiştirme de daha güçlü bir şekilde ortaya çıkmasına neden olacaktır. Şiddet içerikli görüntüler, doğrudan şiddet deneyimine sahip olanlar üzerinde bu deneyime daha az sahip olanlara göre daha güçlü bir role sahiptir. Dolayısıyla Rezonans, doğrudan deneyim ve dolaylı deneyimin suç örneklerini yüksek oranda erişilebilir kılmak için birleştiğini ileri sürmektedir. Herhangi bir şiddet olayı ile kişisel olarak karşılaşan kişilerin, suçun ayrıntılı ve erişilebilir bir temsiline sahip olmaları ve dolayısıyla televizyonda gördükleri suçla ilgili içerikleri bu simgeler açısından değerlendirmeleri olasıdır (Shrum ve Bischak, 2001: 191). Özetlemek gerekirse, insanların işledikleri suç olayının türü ne olursa olsun, televizyon ve Rezonans karşılıklı bir şekilde ilişkilidir ve suçla doğrudan deneyimi olanların suç riski tahminleri, suçla daha az doğrudan deneyimi olanlara göre daha çok yüksektir. Yani şiddeti kişisel olarak yaşayanlar, diğer insanlarla karşılaştırıldığında daha zengin ve daha erişilebilir bir suç simgesine sahip olacaklardır. Bu bağlamda doğrudan deneyime sahip olanların televizyon görsellerini bu simgeler bakımından kodlama olasılığı daha yüksek olmalıdır. Bu süreç, özellikle suç riski konusu birey için önemliyse ya da televizyon dünyasındaki suç içerikleri gerçekçi ve inandırıcıysa daha olası görülmektedir (Shrum ve Bischak, 2001: 205- 207).

Televizyon, merkezi ve yaygın olan kitle iletişim araçlarından biridir. Televizyon içerikleri ile tanışan birey onun güçlü mesaj ve görüntü akışı ile de tanışmaktadır. Hikâyelerin anlatıcısı görevini üstlenen televizyon, ailenin de bir üyesi olmaktadır. Şeylerin ne olduğunu, nasıl çalıştığını ve bunlarla ilgili ne yapılması gerektiğini gösteren çok geniş hikâyeye akışını sağlayan televizyon, modern yaşamın sembolik ortamına hâkimdir. Yetiştirme Çözümlemesi yaygın kültürel mesajlar sisteminin sonuçlarını araştırmaktadır. Televizyon mesajlarına maruz kalmanın miktarı ile düşünme ve hareket etme biçimleri arasında olumlu yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Televizyon, mesaj içeriklerine çok maruz kalan kişilerin bilgi, düşünce ve bilinç kaynaklarını sanal olarak tekelleştirmekte ve kapsamaktadır. Dolayısıyla birey,

televizyon dünyasında ne kadar çok “yaşarsa” toplumsal gerçeklik algıları da televizyondan sunulan içerikler yönünde şekillenmektedir (Gerbner vd., 1980: 14). Örneğin çözümleme sonucunda orta ve üst gelire sahip olan grupların çok televizyon izleyenlerinin yanıtları, televizyon yanıtları ile benzerlik oluşturmaktadır. Televizyonu çok izleyen yüksek gelirli izleyiciler, düşük gelirli izleyicilerle neredeyse aynı düzeyde algılanan risk sergilemektedirler. Gerbner ise bu durumu, "tavan etki" (Ceiling Effect) kavramıyla açıklamaktadır (Gerbner vd., 1980: 18).

Televizyonda sunulduğu şekliyle dünya, gerçek dünyadan önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Örneğin, televizyon dünyası daha varlıklı ve daha fazla şiddet içerikleri ile kapsanmış durumdadır. Doktorlar, avukatlar, polis memurları gerçek dünyaya oranla daha fazla temsil edilmektedir. Bütün bu görüntülere sık sık maruz kalmak mesajların içselleştirilmesiyle sonuçlanmaktadır. İçselleştirme, televizyon “gerçeklerinin” öğrenilmesi biçimidir. İnsanlar televizyonu ne kadar çok izlerse dünyayla o kadar çok tutarlı değerler, tutumlar, inançlar ve algılar geliştirmektedirler. Aynı zamanda, içeriklere yoğun maruz kalma kişilerarası güvensizlik, korku, endişe gibi karamsar düşüncelerin de çoğalmasında sonuçlanmaktadır (Shrum, vd., 2004: 179).

### **2.2.2.3 Birinci Düzen Yetiştirme ve İkinci Düzen Yetiştirme**

Televizyonda sunulan hikâyeler sürükleyici, tahrik edici, eğlenceli olduğu için tüm duyguları yönetebilmektedir. Dolayısıyla izleyiciler çoğu zaman bu hikâyelerin büyümesine kapılmaktadır. Genellikle kurgusal olan bu hikâyeler, izlerken ortaya çıkan anlık düşünce ve duyguların ötesinde çok az tesir gücüne sahiptir ya da en azından çoğu insan böyle düşünmektedir. Oysaki televizyondan yansıyan mesaj içerikleri, hatta kurgusal olanlar bile uzun dönemli, güçlü bir role sahiptir. Elde ettiğimiz bütün bilgiler daha sonraki kullanımlar için bellekte depolanmaktadır. Bu bilgilerin nasıl ve ne zaman kullanılacağı televizyon izleme sıklığı ve izleme deneyiminin özellikleri dâhil olmak üzere çeşitli faktörlere bağlıdır (Shrum ve Lee, 2012: 147).

Televizyonun izleyiciler üzerindeki rolünün altında yatan psikolojik süreçler ile ilgili araştırmalar başlangıç noktasını Yetiştirme Kuramı'ndan almaktadır. Yetiştirme Kuramı medya içeriğini belirli sonuçlarla ilişkilendiren geniş bir hipotezdir. Birincisi, televizyon içerikleri ister pembe diziler gibi "kurgu" ister haberler gibi "gerçek" olsun, hepsi gerçekliğin sistematik bir çarpıtılmasını sunmaktadır. Yani, televizyon dünyası ile gerçek dünya önemli ölçüde birbirinden farklıdır. İkincisi, bu görüntülere sık sık ve uzun dönemli maruz kalmak izleyicilerin bu içerikleri içselleştirilmesiyle

sonuçlanmaktadır. İnsanlar ne kadar çok televizyon izlerse o kadar çok dünyayla tutarlı olan değerler, tutumlar, inançlar ve algılar geliştirmektedirler. Televizyon mesajının içselleştirilmesi, televizyon "gerçeklerinin" öğrenilmesiyle sonuçlanabilmektedir. Önemli olan yalnızca televizyon izlemenin rolü değil, aynı zamanda bu rolün kafada nasıl oluştuğunu açıklayan bilişsel süreçleri de anlamaktır. Altta yatan psikolojik süreçlerin iki farklı türünü yansıtan iki ayrı tamamlayıcı model oluşturulmuştur (Shrum ve Lee, 2012: 148). Bunlar, Gerbner ve arkadaşları tarafından Birinci Düzen ve İkinci Düzen Yetiştirme olarak adlandırılmıştır (Chong, 2012: 954).

Psikologlar, Birinci ve İkinci Düzen Yetiştirme araştırmalarının temel anlamda birbirinden farklı olduklarını belirtmektedirler. Birinci Düzen, çoğunlukla olasılık ya da küme boyutu yargılarından oluşmaktadır. Bu gruptaki örnekler daha çok riski tahmin etmeye, ortaya çıkan durumların sayısını ya da yüzdesini ölçmeye yöneliktir. İkinci Düzen ise tipik olarak tutum, değer ya da inanç yargılarından oluşmaktadır (Shrum, vd., 2004: 183). Belleğe dayalı olarak oluşan Birinci Düzen Yetiştirme, bellekten bilgilerin geri çağırılması ve yargının gerçek zamanlı olarak oluşturulmasıyla ortaya çıkmaktadır. Tutumlar ve değerler olarak bilinen İkinci Düzen Yetiştirme ise çevrimiçi olma eğilimindedir. Bu nedenle de daha yaygındır ve kendiliğinden gelişmektedir. Birinci ve İkinci Düzen Yetiştirme, oluşum süreçleri bakımından farklılık gösterdiğine göre, televizyonun bu yargılar üzerindeki rolü ve altta yatan süreçler de farklılık gösterecektir (Shrum, 2009: 67).

Birinci Düzen Yetiştirme ve İkinci Düzen Yetiştirme araştırmaları televizyon izleniminin rolünü ölçmek için farklı yollar kullanmaktadır. Birinci tür araştırmalar gerçek dünyada belirli şeylerin ortaya çıkma sıklığını, insanların bir şeyin riskine ilişkin (örneğin suça karışma olasılığı) algılarını değerlendirmektedir. İkinci bir genel tip ise insanların ortalama bir insana olan güven düzeyleri, aynı zamanda kişisel inanç ve değerlerini ele almaktadır. Gerbner ve arkadaşları bu ölçümleri ortak bir temel kavramın bileşenleri olarak yorumlasa da Hawkins ve Pingree her iki kavramın farklı psikolojik durumları açıkladığını belirtmektedir. Birinci Düzen Yetiştirme araştırmaları sıklık ve olasılık ölçümlerini, genel olarak da gerçek yanıtları olan tahminleri incelemektedir. İkinci Düzen Yetiştirme araştırmaları ise kişisel tutumları, değerleri ve inançları ölçmektedir. Bu iki düzen araştırmalar, altında yatan süreçler dolayısıyla birbirinden farklıdır. Bu düzenler arasındaki ayırım, çevrimiçi ve belleğe dayalı süreçlere göre bölünmektedir. Birinci Düzen Yetiştirme, genel olarak belleğe dayalıdır ve bellekte



güncel olan toplam bilgilerin anımsanmasıyla gün yüzüne çıkmaktadır. İkinci Düzen Yetiştirme araştırmaları ise tam tersine çevrimiçi bir süreç aracılığıyla oluşturulmaktadır. Yani gerçek zamanlı olarak elde edilen bilgiler (gazete okumak, TV programı izlemek) var olan durumu güncellemek ve yenilerini oluşturmak için kullanılmaktadır. Dolayısıyla her iki düzen birbirinden ayrı işlemektedir ve aynı şekilde televizyonun her iki düzen üzerindeki rolü de farklıdır (Shrum ve Lee, 2012: 150- 151).

Birinci Düzen Yetiştirme araştırmaları iki genel önermeye dayanmaktadır: Birincisi izlemenin, tipik uygulama durumuna bağlı olarak (örneğin; şiddet, meslekler, refah) bellekte toplanan bilgilere erişilebilirliğin artmasıdır. Erişilebilirlik, yani bellekte toplanan bilgilerin gerekli durumlarda daha kolay bir şekilde anımsanması durumu olarak nitelenebilmektedir. İkinci genel önerme ise birinci düzen belleğe dayalı yargıların buluşsal işleme yoluyla yapılandırılmasıdır. İnsanlar, buluşsal olarak işlem yaparken düşüncelerini oluşturmadan önce bellekte toplanan bütün bilgileri dikkatli bir şekilde incelememekte, bunun yerine elde olan bilgilerin yalnızca küçük bir kısmını değerlendirmektedirler. Dolayısıyla insanlar tutumlarını bir şeyin ya da olayın hayal edilebilme kolaylığına dayandırmaktadır. Bir örneğin akla gelme sıklığı ne kadar yüksek ve anımsanması ne kadar kolaysa tahmin etme olasılığı da bir o kadar yüksektir. Örneğin, insanların yaklaşık %80'i kazaların felçten daha fazla ölüme neden olduğunu düşünmektedir. Oysaki bu durum tam tersinedir. Şöyle ki felçler, kazalardan yaklaşık %85 daha fazla ölüme neden olmaktadır. İnsanların bu şekilde düşünmesinin nedeni kazaları anımsamanın ya da hayal etmenin, felç olaylarından daha kolay olmasıdır (Shrum ve Lee, 2012: 152). Yani anımsanması ne kadar kolaysa tahmin edilmesi de bir o kadar yüksektir. Örneğin, insanlar İngilizcede K harfi ile başlayan sözcüklerin, üçüncü harfi K olan sözcüklerden daha fazla olduğunu tahmin etmektedir. Aslında ise durum tam tersidir. Küme boyutunu ya da olasılığını değerlendirirken gerekli olan bir örnek bellekte olmayabilir ya da erişilebilir değildir. Bu durumda insanlar kullanılabilirlik buluşsal yöntemi uygulayamaz, söz konusu yöntem yerine yanıtlarını kolayca hayal edilebilen örneklere dayandırır. Bu, simülasyon buluşsal yönteminin bir örneğidir (Shrum, vd., 2004: 185). İnsanların niçin kazalardan dolayı gerçekleşen ölümlerin sayısını çok fazla tahmin etme eğiliminde oldukları ve felçlerden kaynaklanan ölüm oranlarını ise hafife alma eğiliminde oldukları sorusu ortaya çıkmaktadır. Araştırmalar, kazalar ve cinayetler gibi dramatik olayların medyada yer almasının, felç gibi daha az dramatik ve halka açık ölüm nedenlerine oranla daha

erişebilir olduğu yönündedir. Bütün bu çalışmalar, medya tüketiminin yaygın olarak betimlenen yapıların erişilebilirliği üzerinde etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Buradan yola çıkarak Birinci Düzen Yetiştirme Araştırmaları için kullanılabilirlik ya da simülasyon buluşsal yöntemi kullanılıyorsa içeriklere yoğun olarak maruz kalan izleyicilerin, daha az maruz kalanlarla karşılaştırıldığında olasılık tahminlerinin daha yüksek olacağı sonucuna varmak mümkündür. Bu, tam olarak Yetiştirme Kuramı'nın öngördüğü durumdur (Shrum, vd., 2004: 185).

Erişilebilirlik ve buluşsal işleme ile ilgili genel önermelere dayanarak erişilebilirlik modelini oluşturan beş özel önerme formüle edilebilir:

Önerme 1: Televizyonu görüntüleme, erişilebilirliği arttırmaktadır. Daha açık söylemek gerekirse televizyonu izlemek, içeriklerde yer alan görüntülerin erişilebilirliğini arttırmaktadır (Shrum ve Lee, 2012: 154). Yapılan araştırmalar televizyonun erişilebilirliği etkilediğine ilişkin sonuçlar ortaya koymaktadır. Yani televizyonun izlenme sıklığı ile örneklerin anımsanma derecesi arasında pozitif bir ilişki vardır. Televizyon mesajlarına yoğun olarak maruz kalan izleyiciler, daha az maruz kalan izleyicilerden daha yüksek tahminlerde bulunmalarının yanı sıra, aynı zamanda yargılarını da daha hızlı oluşturmaktadırlar (Shrum, 2009: 59).

Önerme 2: Erişilebilirlik, yetiştirme rolüne aracılık etmektedir. Bu bağlamda izleme düzeyi ile yargıların büyüklüğü arasındaki ilişki erişilebilirlikten kaynaklanmaktadır. Yüksek erişilebilirlik yüksek tahminlere yol açmaktadır. Erişilebilirliğin yani tepki hızının kontrol edildiği durumlarda yetiştirme rolü çoğunlukla önemsizdir. Oysaki televizyon izleme, erişilebilirliğin etkisi kontrol edildiğinde bile tahminlerin büyüklüğü üzerinde hâlâ doğrudan bir role sahiptir (Shrum, 2009: 59- 60).

Önerme 3: Yetiştirme rolü bakımından anımsanan bir örnek muhtemelen televizyon örneği olacaktır. Bununla birlikte insanların gerçek yaşamda karşılaştığı olayları herhangi bir televizyon örneğinden yola çıkarak değerlendirip algılaması mantıklı değildir. Nitekim insanların televizyon dünyası ile gerçek dünyada karşılaştığı durumu ilişkili bir şekilde algılamasının yolu, insanların yargı oluşturdıkları sırada başvurdukları örneğin kaynağını dikkate almamasıdır. Bazı araştırmalar, katılımcıların kaynak ve ilişki ile ilgili herhangi bir hazırlanma süreci sonrasında yetiştirme rolü göstermediğini, televizyonu çok izleyen izleyicilerin hazırlanma koşulu altında

televizyonu az izleyen izleyicilerle aynı tahminlerde bulunduğu sonucunu ortaya koymuştur (Shrum, 2009: 60- 61 ).

Önerme 4: Bilgi işleme motivasyonu, yetiştirme rolünü yönetir. Bu önerme işleme motivasyonunu engelleyerek ve özellikle bazı katılımcıları doğru kararlar vermeye motive ederek test edilmiştir. Sonuç olarak insanlar, düşünce ve tutumlarını oluştururken buluşsal olarak işlem yaparlarsa onlara zaten yapacakları ile ilgili talimat vermenin bir anlamı yoktur. Tam tersine onları yargılarında doğru olmaya motive etmek, erişebilecekleri bilgilere ulaşmasını sağlamak, televizyon bilgisine olan bağımlılığı azaltacaktır (Shrum ve Lee, 2012: 157).

Önerme 5: Bilgiyi işleme yeteneği yetiştirme rolünü etkiler. Bilgiyi işleme motivasyonu ile birlikte bilgiyi işleme yeteneği de önemli bir konudur. Nitekim bilgiyi işleme yeteneği düşük olduğunda yani dikkatin dağılmasının, zamanın kısıtlı olmasının, içeriğin okunmasının ve anlaşılmasının zor olduğu durumlarda insanlar yeniden yargılama sürecini basitleştirmek için bilişsel kısa yollara yönelmektedirler. Örneğin insanlara hem telefon hem posta yolu ile yapılan anketler zamanı, katılımcılar telefonla yapılan anketleri yanıtlarken daha fazla zaman baskısı altında duyumsadıklarından, posta anketlerini yanıtlayanlara göre daha fazla yetiştirme rolü sergilemektedirler (Shrum ve Lee, 2012: 157- 158).

Birinci Düzen Yetiştirme araştırmaları için geliştirilen süreç modeli, yetiştirmeyle ilgili ayrıntıları açıklamak için gerekli bulgular sunmuştur. Bu model, aracı süreçleri açıklayarak ve test ederek yetiştirme rolünün geçerliliği için gereksinim duyulan desteği sağlamaktadır. Model ayrıca önemli sınır koşullarını ya da düzenleyici koşulları da belirlemektedir. Yetiştirme rolü, motivasyon ya da bilgiyi işleme yeteneği düşük olduğu durumlarda güçlü, tam tersi motivasyon ve bilginin yüksek olduğu durumlarda ise azalma ya da ortadan kalkma eğilimindedir (Shrum, 2009: 66). Bu nedenle Shrum, Birinci Düzen Yetiştirme'den söz ederken bellek temelli yargılar olduğunu, yani bu tür yargıların bellekten bilginin geri çağrılmasına dayalı olarak yapılandırıldığını öne sürmektedir. Bu tür yargılar gerekli olduğu zamanda gerçekleşmektedir. Buluşsal, belirli erişilebilirlik gibi yöntemler Birinci Düzen Yetiştirme'de karar verme sürecinde yoğun olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla televizyon, bir kişinin bir yargıda bulunması için anımsayabileceği örneklerin erişilebilirliğini yükselterek yetiştirmeyi etkilemektedir. Bu ise televizyon örneklerinin sıklığı, yeniliği, canlılığı ve ayırt edici diğer özellikleri ile ilgilidir. İkinci Düzen ise

çevrimiçi bir süreçte, bilgiyle karşılaştıkça oluşmaktadır. Örneğin, bir izleyici doktorlarla ilgili dizilerden onlarla ilgili bir izlenim oluşturabilmektedir. Bu süreç, belleğe dayalı Birinci Düzen Yetiştirme'den farklıdır. Nitekim bellek, böyle bir inanç ya da tutumun oluşturulması sürecinde bir rol oynamamaktadır. Bunun yerine insanlar tutumlarını anında oluşturmaktan çok, onlar hakkında sorulduğunda anımsamaktadırlar. İkinci Düzen araştırmalarda medyaya maruz kalma, belirli içeriklerin sık sık yinelenmesinden sonra tutumlar ve inançlar üzerinde etkiye sahip olabilecek ikna edici bir iletişim girişimi olarak da değerlendirilebilmektedir. Medyaya maruz kalma sırasında faktörlerin önemli olmasının nedeni yargıların çevrimiçi bir şekilde yapılmasıdır. Sözü edilen faktörler mesaj yinelenmesini, mesajların ayrıntılandırılması motivasyonunu ve yeteneğini içermektedir. Yani eğer dikkatimizi insanların bireysel görüntülerinden daha çok hikâyeyi nasıl işlediklerine odaklarsak o zaman yetiştirmenin altında yatan çevrimiçi süreçleri anlamış oluruz (Chong, 2012: 956). İzleme sırasında ortaya çıkabilecek bu faktörler, izleyicilerin ne kadar dikkatli olma eğiliminde oldukları, aynı zamanda televizyon içeriklerini ne ölçüde ayrıntılandırıdıkları gibi eğilimleri içermektedir. Konuyla ilgili elde edilen sonuçlar, mesaj içeriklerini daha dikkatle izleyenlerin ve ayrıntılandırılanların, bu içeriklere daha az dikkat edenlerle ve ayrıntılandırılanlarla karşılaştırıldığında daha fazla etkileneceği yönünde olmaktadır (Shrum, vd., 2004: 187).

İkinci Düzen Yetiştirme Araştırmaları için oluşturulan ikna modelinde televizyon betimlemeleri ikna edici bir iletişim gibi işlemektedir. Televizyonun mesaj içeriklerinde sunulan görüntüler (örneğin; özgürlük, kendine güvenme, adil dünya, tehlikeli dünya, para başarıyı gösterir) izleyicilerin tutumları, değerleri, inanç ve algıları üzerinde role sahiptir. Televizyonun rolü ile izleme miktarı orantılı şekilde ilişkilidir. Bu nedenle de insanlar ne kadar çok televizyon içeriklerine maruz kalırsa o kadar çok televizyon dünyasından yansıyan görüntüler doğrultusunda değer ve tutumlara sahip olmaktadır. Bu ikna modeline göre, İkinci Düzen Yetiştirme Araştırmaları'ndan birtakım sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bunlardan biri aynı mesajların sık sık izlenmesiyle izleyici tutumlarının bu mesajlardan yansıyan dünya algıları yönünde değişeceği (Shrum ve Lee, 2012: 160).

Her ne kadar süreç araştırmaları, güvenilir oldukları düşünüldüğünden, daha çok Birinci Düzen Yetiştirme Araştırmaları'na odaklansa da televizyonun değerler, tutumlar ve inançlar üzerindeki rolünü değerlendiren İkinci Düzen Araştırmalar kuşkusuz daha

önemlidir. Birinci Düzen Yetiştirme yargıları nadiren kendiliğindedir. Buna karşın İkinci Düzen Yetiştirme ise kendiliğinden ve günlük yargılardır (Shrum, 2009: 67).

Çevrimiçi işleme modelinin testi, erişilebilirlik modelinin testi kadar kapsamlı olmasa da bu modelin farklı yönlerini test eden iki grup çalışma vardır. Bunlardan ilki, televizyon izleme sürecinde hem motivasyonun hem de bilgiyi işleme yeteneğinin İkinci Düzen yetiştirme rolünü hafiflettiği yönündeki iddiaları araştırmaktadır (Shrum ve Lee, 2012: 161). Sonuçlar izleme sırasında içeriklere daha çok odaklanan izleyicilerin daha fazla ayrıntılandırma eğiliminde olduklarını, daha olumlu bilişlere sahip olduklarını ve düşük biliş gereksinimi olan izleyicilere göre anlatıya daha fazla katılma eğiliminde olduklarını ortaya çıkarmıştır. Biliş gereksinimi, insanların bilgiyi işlemekten ve bilişsel olarak yoğun olmaktan ne kadar keyif aldıklarını gösteren kavramdır. Mesajlara odaklanan izleyiciler kendilerini hikâyelere kaptırmaktadırlar. Dolayısıyla içeriklere yüksek oranda dâhil olmakta ve bilişsel olarak yoğun olmaktadır. Sonuç olarak mesaj içeriklerine duygusal olarak tepki vermeye başlamaktadırlar. İzleyicilerin anlatılara odaklanması onların görüntüleri sorgulamalarını engellemektedir ve anlatının verdiği mesajla çelişebilecek gerçekleri görmezden gelmelerini sağlamaktadır. Araştırmalar iletilere yüksek derecede odaklanan bireyler üzerinde yetiştirme rolünün olduğunu ortaya çıkarmıştır. Televizyon izleme sırasında oluşan düşünceler kendiliğinden oluşmakta, içsel olarak üretilmekte ve izleyicinin katılımı, dikkati ve anlatıya odaklanması ile orantılı olarak değişmektedir (Shrum ve Lee, 2012: 163).

Daha önce de belirtildiği gibi Çevrimiçi Yetiştirme Düzeni'nde ana tema, içerikleri yoğun izlemenin televizyon mesajları yönünde tutum, değer ve algıya sahip olacağı şeklindedir. Bu durumda televizyon izleme ikna edici bir iletişim olarak kavramsallaştırılabilir. Eğer iddia edildiği gibi tutumlar, değerler ve inançlar çevrimiçi ortamda oluşturuluyorsa buradan birtakım sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Birincisi, televizyonun yargılar üzerindeki rolü izleme sırasında belirlemektedir. Bu durum Birinci Düzen Yetiştirme sırasında televizyon bilgisinin bellekten geri çağırılması ile karıştırılmamalıdır. İkincisi, yetiştirme ikna edici bir iletişim olarak değerlendirilirse ikna sürecini kolaylaştıran ya da engelleyen unsurların aynı şekilde yetiştirme rolünü de kolaylaştıracağı ve engelleyeceği sonucuna varmak mümkündür (Shrum, 2009: 67).

Son olarak şunu da belirtmek gerekir ki Birinci Düzen Yetiştirme için kullanılan bütün yöntemler İkinci Düzen için uygulandığı zaman çok farklı sonuçlar ortaya

çıkmaktadır. Birinci Düzen Yetiştirme Araştırmaları'nda insanlara herhangi bir araştırma ile ilgili soru yönelttiklerinde insanların sorulara yönelik yanıtları belleklerinde saklamaları olası değildir. Bunun yerine, kendi yanıtlarını ilgili örnekleri ya da senaryoları anımsayarak oluşturacaklardır. İkinci Düzen tutumların ve inançların belleğe dayanarak oluşturulması mümkündür. Örneğin, belirli bir nesneye yönelik bir tutum belirtmeleri istendiğinde, kişiler ilgili bilgileri anımsamaya çalışabilmekte ve ardından gerçek zamanlı olarak tutumlarını oluşturabilmektedirler. Bu durum insanların kolayca erişebilir tutumları olmadığı zamanlarda ortaya çıkmaktadır. Nitekim insanların kolayca erişilebilen tutumları ve inançları olsaydı daha önceden var olan söz konusu örnekleri anımsarlardı (Shrum, vd., 2004: 186).

### **2.3 Yetiştirme Araştırmalarına Yapılan Eleştiriler Ve Yanıtları**

Çalışmanın bu bölümü dört başlıktan oluşmaktadır. Söz konusu başlıklar altında sırasıyla Paul. M. Hirsch'ün, Anthony. N. Doob ve Glenn E. Macdonald'ın, James. W. Potter'ın ve İrfan Erdoğan'ın Yetiştirme Kuramı'na yaptığı eleştiriler ve bu eleştirilerin yanıtları yer almaktadır.

#### **2.3.1 Paul. M. Hirsch'in Yetiştirme Kuramı ile ilgili eleştirel düşünceleri ve Gerbner'in yanıtları**

Hirsch, genel olarak Gerbner'a karşı dört temel suçlamada bulunmaktadır. Bu suçlamalar, ilk olarak, “az” “orta” ve “çok” izleyenler tanımının farklı katılımcı örnekleri arasında farklılık gösterdiği, ikincisi televizyonu izlemeyenler ve çok fazla izleyenler (günde sekiz saatten fazla) az ve çok izleyenler olarak sınıflara ayrıldığında izleme miktarı ve tutumlar arasında ortaya çıkan ilişkilerin doğrusal olmadığı, üçüncüsü belli öğelerin gözden kaçırıldığı ve kuramı desteklemek için seçici bulguların rapor edildiği ve sonuncusu, çoklu kontrollerin uygulanmasının televizyon izlemenin toplumsal gerçeklik kavramlarına herhangi bir genel, bağımsız katkısına ilişkin kanıtları ortadan kaldırdığı yönündedir (Gerbner vd., 1981: 42).

Hirsch, yetiştirme rolünün yokluğuna ilişkin düşüncelerini bu şekilde savunmaktadır. Birincisi, Yetiştirme Kuramı ile ilgili çalışma yapmıştır ve anket sonuçlarından elde ettiği bilgilere göre yetiştirme hipotezini destekleyecek herhangi kanıt bulamamıştır. İkincisi, çok kontrollü çözümlerdir. Bir bireyin radyo dinlemek

için harcadığı saat aralığının Gerbner'in yaklaşımının bazı maddelerinde "televizyon yanıtı" ile olumlu ve önemli ölçüde ilişkili olduğu saptanmaktadır. Bu nedenle, televizyon izleme ile çoklu kontrollerin uygulanmasından önce ortaya çıkan korku, kuşku ya da yabancılaşma arasındaki herhangi bir ilişki, televizyon izleme ile ortak değişkenin bir sonucu olabilmektedir. Ancak başlı başına televizyonun neden olduğu ve "geliştirdiği" bir yetiştirme kanıtı olarak sunulamamaktadır. Aynı zamanda televizyon izleme miktarı orantısız bir şekilde ev kadınları, hasta insanlar, aldatılmamış ve düşük gelirli aileler için farklılık gösterebilmektedir. Diğer taraftan ise televizyon içeriklerine bu kadar çok maruz kalan izleyicilerin izole olması ve televizyonu kendilerine bir arkadaş olarak görmelerinden kaynaklanması da mümkündür. Üçüncüsü, sosyologların ve sosyal psikologların "statü tutarsızlığı" olarak adlandırdığı durumdur. Yani konuyla ilgili yapılan araştırmalar, başkaları tarafından karşılıklı olarak uyumsuz görülen farklı sosyal durumları işgal eden bireylerin rol gerilimi, statü kararsızlığı ve yüksek kaygı yaşadıklarını göstermektedir. Örneğin, televizyonu yoğun olarak izleyen yüksek statülü, gelirli ve eğitilmiş bireyler televizyonu izlemeyen ya da çok az izleyen düşük statülü, gelirli ve eğitilmiş bireyler gibi durum tutarsızlığı yaşayabilmektedir. Hirsch'ün yaptığı araştırmalar "etkilerin" daha çok "statü tutarsızlığı" yaşayan bireyler arasında olduğudur (Hirsch, 1981: 32-33).

Gerbner'in yaklaşımına göre televizyon içeriklerine çok maruz kalan izleyiciler, aynı gruptan bu içeriklere daha az maruz kalan izleyicilerle karşılaştırıldığında dünyayı daha "korkutucu" ve "tehlikeli" yer olarak algılamaktadırlar (Hirsch, 1981: 7). Yetiştirme Kuramı, televizyonda gösterilen "yaşam gerçeklerinin", televizyon içeriklerine çok maruz kalan izleyicilerin tutum ve algılarında orantısız bir şekilde ortaya çıkacağını ileri sürmektedir. Nitekim bu gruba dâhil olan izleyicilerin ortamın iletmediği mesajlar bakımından sosyal gerçekliği anlama olasılığı daha yüksektir. Bu durumda televizyon izleyicileri televizyonda sunulan dramatik, komik ve diğer kurgusal eğlencelerden gerçek dünya hakkında çıkarımlar yaptığında bu sürecin nasıl gerçekleştiği konusunda sayısız olasılık ortaya çıkmaktadır. Televizyon izleyicilerinin dünya algılarını şekillendirme yeteneği ile ilgili süreç, televizyon karakterleriyle, kişisel kimlikleri ile ilgili bazı konularla doğal olarak bağlantılıdır. Şiddet ve mağduriyet görüntülerinin oldukça yer aldığı dizi karakterleri demografik (yaş, cinsiyet, vb.) nitelikleri bakımından kodlanmaktadır. Oysaki nezaket ya da fedakârlık gibi örnekler

kodlanmamaktadır ve bunların şiddet eylemlerine dağılımı ve oranı hakkında hiçbir düşünce yoktur. Aynı zamanda sözlü taciz, şiddet olarak kodlanmamaktadır. Bireysel programlar birimler ya da anlatı bütünü olarak ele alınmamaktadır. İzleyici kimliğinin, yalnızca televizyon karakterleriyle paylaşılan brüt demografik özellikler temelinde birebir işlediği varsayılmaktadır. Örneğin, beyaz erkek izleyiciler, tüm beyaz erkek televizyon karakterleriyle eşit olarak özdeşleşmektedir (Hirsch, 1981: 9-10).

Hirsch, Gerbner'in görüşlerini eleştirdiği makalesinde bazı çözümler yaparak yetiştirme kanıtı bulmaya çalışmıştır. Bu yaklaşımdan yola çıkarak, televizyonda en çok mağdur olarak gösterilen grupların, daha az mağdur olan gruplardan daha fazla yetiştirme örneği göstermesi gerekmektedir. Örneğin, kadınlar televizyondaki erkeklerden daha fazla mağdur olduklarından, izlemenin artmasıyla birlikte kadınların verdikleri "televizyon yanıtı" erkeklerle karşılaştırıldığında daha yüksek olması gerekmektedir. Bunun yerine, her iki cinsiyet arasındaki oranın aynı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır (Hirsch, 1981: 18).

Hirsch'ün yaptığı diğer bir eleştiri, az ve çok izleyenler kavramının örneğe göre değişmesidir. Hirsch, Gerbner ve arkadaşlarının kullandığı saat aralıklarının yetersiz olduğunu düşünerek izleme aralığını az, orta ve çok olarak değil; hiç izlemeyenler (0 saat), az izleyenler (1-2 saat), orta izleyenler (3 saat), çok izleyenler (4-7 saat) ve en çok izleyenler olarak (8 saat ve daha fazlası) gruplaştırmaktadır (Hirsch, 1981: 35). Gerbner ise bu kavramları yalnızca örnekteki yanıtların dağılımıyla belirlenen görecelik olarak tanımladığı suçlamalarını kabul etmemektedir. Gerbner, standart olarak belirlenen izleme oranlarının farklı yaştaki örneklere uygulandığı zaman başarısızlığa uğrayabileceği düşüncesindedir. Örneğin, bazı ergenler üzerine yapılan araştırmalarda üç yönlü bir bölünme sırasında bile günde üç saate kadar izleme az görüntüleme kategorisine girmiştir. Bu nedenle de ayarlamalar yapılabilmektedir. Sonuç olarak görüntüleme miktarı belirli sıralamalar için önemlidir. Hirsch'ün aksine Gerbner, maruz kalma saatlerine odaklanmaktan daha çok gün içinde 4 saatten daha fazla televizyon izleyenlerle 2 saatten az izleyenler arasındaki farkla ve çok izleyenlerin tutarlı izlenimleri ile ilgilenmektedir. Hirsch, eleştiri yaparken iki görüntüleme kategorisine odaklanmaktadır. Bunlar: "hiç izleyemeyenler" (nonviewers) ve "en çok izleyenler" (extremeviewer) grubuna dâhil olanlardır. Bu, ateistlerle tutucu dindarları karşılaştırıp dini görüşleri incelemeye benzer bir durumdur (Gerbner vd., 1981: 46).



Hirsch'un düşüncelerine göre Gerbner, belirli mesaj içeriklerinin izleyiciler üzerindeki rolünden kendilerinin haberdar olduğunu iddia etmektedir. Buna karşılık olarak Gerbner, "izleyicinin yorumlayıcı zihnine" hiçbir şeyi zorla dayatmadıklarını savunmaktadır. Daha çok televizyon dünyasındaki yaş ve cinsiyet rolleri, meslekler, belirli yaygın eylem türleri ve diğer kalıplar basitçe belirlenmekte ve gerçek dünya ile ilgili varsayımları görüşleri ortaya çıkarmak için sorular sorulmaktadır. Ayrıca sorularda televizyondan söz edilmemektedir. Sonuç, izlenme miktarı ile bu sorulara verilen yanıtlar arasındaki ilişkilere bakılarak yorumlanmaktadır (Gerbner vd., 1981: 41).

Hirsch, yaklaşıma izleyicilerin televizyon karakterleriyle özdeşleştiği düşüncesini de katmaktadır. Oysa Gerbner, televizyon içeriklerinin geçerli olmasının nedenini izleyicilerin içeriklerin anlamını bilinçli olarak algılamalarından dolayı olmadığını bildirmektedir. Nitekim zaten izleyiciler bu görüntüleri bilinçsiz bir şekilde kabul etmektedir (Gerbner vd., 1981: 58) Öte yandan yine Hirsch, Yetiştirme Kuramı ile ilgili araştırma yaparken oluşturduğu soruyu daha çok "geceleri yalnız yürümekten korkacağınız bir alan var mı?" şeklinde (evet ya da hayır) sormaktadır. Bu şekilde televizyonun "korku" geliştirdiğine ilişkin hiçbir kanıt olmadığı sonucuna varmaktadır. Gerbner ise insanların daha çok gerçek kaygılarına odaklanan bir soru sormaktadır. "Kendi mahallenizde yalnız başına dolaşmanın ne kadar güvenli olduğunu düşünüyorsunuz? Çok güvenli, biraz güvenli ya da hiç güvenli değil?" Hirsch'in sorusuna zayıf yanıt almasının nedeni yeterince açık ve duyarlı olmayan yanıt kategorisi ve sorunun odak dışı olması olabilmektedir. Çoğu insan büyük olasılıkla geceleri yalnız yürümekten korkacağı bir alan düşünebilmektedir. Ancak bu herkesin yürürken mutlaka korktuğu anlamına da gelmemektedir. İnsanların kendi mahallelerinde yaşadığı korku ise kendi başına yetişmemektedir. Televizyon, bu durumda bazı görüntüleri yetiştirmek için temel bir görev üstlenmektedir. Mesaj Sistem Çözümlemeleri'nin sonucu her yıl şiddete karışan karakterlerin yarısından fazlasının gösterildiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, televizyonun çok sayıda insanın şiddete karıştığı inancını yetiştirmesi mümkündür (Gerbner vd., 1981: 59).

Hirsch, Gerbner'in eleştirilerden sonra formüle ettiği Yaygın Görüş Haline Getirme ve Rezonans kavramlarının çeliştiğini iddia etmektedir. Gerbner ise Yetiştirme Kuramı'nın neredeyse dünya çapında bir olgu olduğunu ve sözü edilen kavramların

daha çok istisnalarla ilgilendiğini belirtmektedir. Hirsch'ün yetiştirme sorularının büyük çoğunluğunun çoğu grup için tutarlı ve sağlam sonuçlar gösterdiğine ilişkin gözlemleri göz ardı etmesinin nedeni, uyumsuz sonuçlar gösteren, hemen hemen tek bir veri tabanından bir dizi sorunlu maddeyi kullanmasına dayanmaktadır ( Gerbner vd., 1981: 61).

Hirsch'ün, Yetiştirme Kuramı ile ilgili eleştirilerinden biri de Gerbner ve arkadaşlarının, içerik çözümlemesi amacıyla izleyicilerin zihnine belirli kategorileri dayatmaya çalıştığı iddiasıdır. Yine Hirsch'e göre Gerbner, belirli mesajların izleyiciler üzerinde etkisi olduğunu ve izleyicilerin de bu etkilerin farkında olduğunu savunmaktadır. Gerbner ise bu imayı, ne izleyicilerin zihnine kategori ne de farkındalık dayattığını iddia ederek reddetmektedir. Yalnızca televizyon dünyasının yaş, cinsiyet rolleri, meslekler, belirli yaygın eylem türleri ve buna benzer diğer kalıplarını tanımladıklarını, sonrasında izleyicilerin gerçeklik olarak algıladıkları inançları ortaya çıkarmayı hedeflediklerini belirtmektedir. Araştırma için hazırlanan sorular televizyondan söz etmemektedir. Aynı zamanda Yetiştirme Kuramı yanıtlayanların bilgilerinin kaynağına ilişkin farkındalıkları ile ilgilenmemektedir. Bunun yerine, izleme miktarı ile sorulara verilen yanıtlar arasındaki ilişki diğer faktörler de sabit tutulduğunda, televizyon içeriklerinin izleyicilerin gerçeklik algılarını nasıl değiştirdiği ile ilgilenmektedir ( Gerbner vd., 1981: 41).

### **2.3.2 Yetiştirme Kuramı ile ilgili Anthony N. Doob ve Glenn E. Macdonald'ın eleştirileri**

Kanadalı araştırmacılar Doob ve Macdonald'ın eleştirilerini burada yazmak doğru olacaktır. Nitekim bu eleştiriler sonucunda yukarıda anlatılan Rezonans kavramı üretilmiştir. Yetiştirme çalışmaları ile ilgili eleştirilerin çoğu kontroller sorununa odaklanmıştır. Doob ve Macdonald, mahallelerdeki suç seviyesini kontrol ettikleri araştırmalarında katılımcıların ortamlarının görüntüleme ile suç korkusu arasında herhangi bir ilişkiyi tümüyle sahte hale getirdiği sonucunavarmışlardır. Bununla birlikte sözü geçen ilişkinin şehir sakinleri, özellikle de suç oranlarının yüksek olduğu yerde yaşayanlar için güçlü bir şekilde devam ettiğini kabul etmeyi ihmal etmişlerdir. Oysaki Gerbner, bu çalışmada kendi verilerine uyumlu olan diğer sonuçlara ulaşmaktadır. Örneğin, televizyon izleme ile suç korkusu arasındaki ilişki düşük gelirli ve yüksek suç olaylarının yaşandığı yerde daha güçlü şekilde gelişmektedir. Bu durum “Rezonans”

denen kavramdır. Yani belirli özel durumlar televizyonun izleyiciler üzerindeki rolünü arttırabilmektedir. Dolayısıyla Gerbner, Hughes ve Hirsch'ün bir dizi kontrol değişkeni aynı anda sabit tutulduğunda görüntüleme miktarı ile bazı tutumlar arasındaki basit ilişkilerin silindiği iddiasını reddetmektedir. Gerbner "genel ilişki yok" sonucunun da değerli olduğunu ve belirli alt gruplar için anlamlı ve açık olmayan ilişkilendirmeler olabileceğini savunmuştur. Aynı zamanda bu değişimlerin rastgele yorumlanmadığı, genellikle "Rezonans" ve "Yaygın Görüş Haline Getirme" kavramlarından biri ile açıklanabileceğini belirtmektedir (Gerbner vd., 1981: 42-43).

Ömer Özer'in 2005 yılında Ankara'da gerçekleştirdiği yetiştirme çalışması Doob ve Mcdonald'ın yukarıda sözü edilen eleştirileri dikkate alınarak yapılmış ve çalışma sonucunda Gerbner ve arkadaşlarının önermeleri doğru bulunmuştur. Araştırmada insanların tehlikeli dünya algılamaları ve kişisel güvensizlik duyumsamalarının, yaşadıkları yerlerde gerçekleşen şiddet olaylarına mı yoksa televizyonun rolüne mi bağlı olduğu incelenmiştir. Bunun için Ankara Çin Çin Bağları semtinde yer alan Yıldırım Beyazıt Lisesi ile Tefvik Fikret Lisesi öğrencileri üzerinde saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, Gerbner'in televizyonda yayınlanan şiddet içeriklerinin özellikle şiddet olaylarının daha çok yaşandığı yerlerde ikamet edenler üzerinde "çifte doz" etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla televizyonun böyle yerlerde tavan etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür.

### **2.3.3 Yetiştirme Kuramı ile ilgili eleştirilere James W. Potter'ın ekledikleri**

Gerbner, Yetiştirme Kuramı ile ilgili araştırmalarında belirli mesaj içeriklerinin etkileri ile ilgilenmek yerine tam tersine bütün medya ortamında yaygınlaşan mesajların anlamları ile ilgilenmektedir. Aynı şekilde insanların maruz kaldığı mesajları nasıl seçtikleri, mesaj içeriklerini nasıl işledikleri ya da içeriklere maruz kalma sırasında veya sonrasında insanlar üzerinde nasıl etkiler yaratması ile ilgilenmek yerine yalnızca insanların günlük yaşamlarında medya mesajlarına maruz kaldıkça daha geniş kapsamlı olan mesajların halk üzerinde kademeli olarak oluşturduğu etkiyle ilgilenmektedir. Nitekim Gerbner, medyada sunulan geniş boyuttaki mesaj içeriklerinin kamu inançlarını geliştirdiğini iddia etmektedir. Yani kitlesel olarak üretilen bu mesajlar, "toplulukların gerçekler, değerler ve insan varlığının olasılıkları hakkında paylaşılan ve kamusal kavramları geliştirdiği ortak bir kültür" oluşturmaktadır. Kısaca belirtmek gerekirse

Gerbner, geliştirdiği kuram için bütün dikkatini geniş ölçekli kurumsal uygulamalara, yaygın anlam ve uzun vadeli kültürleşmenin makro<sup>5</sup> düzeyine odaklamıştır (Potter, 2014: 1016-1017).

Yetiştirme Kuramı'nın temel özelliklerinden biri, makro düzeydeki odak noktasıdır. Gerbner, mikro düzeydeki araştırmaların değerini reddetmese de Yetiştirme Kuramı'nın sınırları dışında olduğunu belirtmiştir. Toplam görüntüleme ölçütleri yerine program odaklı yapılan çalışmalardan elde edilen yanıtların büyük olasılıkla çelişkili, yanıltıcı ve kafa karıştırıcı olacağını savunmuştur. Bütün bu sınırlamalara karşın birçok araştırmacı toplam televizyon görüntülerine odaklanmak yerine, mikro ölçüme yönelmeyi tercih etmiştir. Örneğin, bu araştırmacılar Tehlikeli Dünya Sendromu ya da şiddet içerikleri ile ilgili inançları test etmek için televizyon dünyasının toplam içeriklerini araştırmak yerine yalnızca şiddet içeren programları incelemeyi üstün tutmaktadır. Sonuç olarak, bilim insanlarının Yetiştirme Kuramı'nı reddettiği ya da kurama bir şeyler eklemeye çalıştığı dönem, yerini Gerbner'in temel iddialarından en az birinin reddedildiği ya da kendi iddialarının yer aldığı döneme doğru değişmiştir. Bu şekilde Yetiştirme ile ilgili yapılan çalışmalar Gerbner'in belirlediği sınırların dışına taşmıştır. Bu yönelmelerden biri makro odaktan mikro odağa geçiş, diğerisi ise medya iletilerindeki anlam odağından alıcılardaki anlam odağına doğru olan değişimdir (Potter, 2014: 1021).

Gerbner ve arkadaşları Yetiştirme Kuramı için yapılan ilk mesaj sistemi çalışmalarında, bütün dikkati kitle iletişim araçları içerisinden yalnızca televizyon üzerine odaklamışlardır. Dolayısıyla televizyon ortamını yansıtacak bir şekilde içerik çözümlenmesi yapılmıştır. Gerbner ise bu durumu ticari televizyonların diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak organik bir şekilde oluşturulmuş olması ve birbiriyle ilişkili olarak üretilmiş (hem drama hem de haber) toplam bir dünyası olduğu şeklinde

---

<sup>5</sup>Gerbner, mikro düzey araştırmaların Yetiştirme Kuramı'nın sınırlarının dışında olduğunu savunarak makro düzey araştırmalara odaklanmıştır. Yine Gerbner, bu durumu "toplam görüntüleme ölçütleri yerine şu ve bu tür programlamayı (belirli bir tür) tercih ettiğini ya da izlediğini iddia edenlerin yanıtlarının karşılaştırılması muhtemelen kafa karıştırıcı, yanıltıcı ve çelişkili olacaktır" şeklinde açıklamıştır (Gerbner, 1990c: 257). Gerbner buna ek olarak şu düşüncelerini dile getirmiştir: "Belirli programların, seçici dikkat ve algının, özel olarak hedeflenen iletişimin, bireysel ve grup farklılıklarının, bireysel tutum ve davranış değişikliği araştırmalarının önemini küçümsemiyoruz. Ancak birincil dikkati bu yönlere ve kavramlara veriyoruz. Geleneksel medya etkileri araştırması, çağımızın ortak hikâye anlatıcısı olarak televizyonla ilgili en belirgin ve önemli olan şeyleri gözden kaçırmaya riski taşıyor" (Gerbner vd., 2002: 44). Özetle Gerbner, belirlenmiş mesaj içeriklerinin anlık etkisiyle ilgilenmek yerine tüm medya ortamındaki yaygın anlamlarla ilgilenmektedir.

savunmuştur. Nitekim o dönem baskın üç ticari televizyon ağı tarafından sağlanan prime time ve çocuklara yönelik hafta sonu sabah programlarında sunulan içerikleri inceleyerek içerik çözümlemesinin kapsamını sınırlandırmışlardır. Gerbner ve arkadaşları bu programların zaten en geniş izleyici kitlesine sahip olduklarını, dolayısıyla bu programların genelinden yola çıkabileceklerini düşünmüşlerdir. Daha sonrasında yalnızca eğlence içerikli programları içerik çözümlemesine tabi tutsalar da bu kararını desteklemek için hiçbir gerekçe sunmamışlardır (Potter, 2014: 1018).

Potter'a göre Gerbner ve arkadaşları mesajların seri üretimi ve hızlı dağıtımının onları ileten kurumların yapısını ve işlevini yansıtan yeni sembolik ortamlar yarattığını savunsalar da bu iddialarını test etmek için herhangi bir araştırma yayınlamamışlardır. Yetiştirme ile ilgili kurumsal çözümlemenin önemi her zaman ön planda tutulsa da bu alandaki çalışmalara nadiren atıfta bulunulmuştur. Potter'ın kuramla ilgili yaptığı eleştirilerinden biri de Gerbner'in tüm kitle iletişim araçları bir yana, televizyon ortamında yaygın anlamlar olduğuna ilişkin ikna edici kanıtlar sunmadığı yönündedir. Aynı zamanda Mesaj Sistem Çözümlemesi ilgili çalışmalarda boşluklar olduğunu iddia etmiştir. Televizyon içeriklerini inceleyen birçok çalışma varken haber, bilgilendirici programlar ve reklamlar gibi diğer içerikleri inceleyen çalışmalar ise oldukça azdır. Diğer taraftan Gerbner, içerik çözümlemesi sırasında bulguları sentezlemenin öneminden söz ederken çalışmalar türler, gün bölümleri, kanallar, medya, kültürler arası bulguyu düzenlemek için gerekli sentezlerden yoksundur. Böyle bir sentez olmadan, anlamların medyada yaygın olduğu iddiasında bulunmanın hiçbir temeli yoktur (Potter, 2014: 1024-1025).

Yetiştirme ile ilgili araştırmalar yapılsa da Yetiştirme Kuramı'nın televizyonun kamu inançları üzerindeki rolü olduğunu destekleyen kanıtları ısrarla zayıf kalmıştır. Bu konu kuramın ilk eleştirmenleri tarafından da ele alınmıştır. Gerbner, bu zayıf ilişkilerin farkında olsa da söz konusu durumu yetiştirme rolünün uzun dönemli ilişkilere dayanması şeklinde savunmaktadır. Ancak Potter'a göre bu savunma hatalıdır. Nitekim yetiştirme rolünün uzun dönemli ortaya çıktığına ilişkin çok az kanıt vardır. Bunun tersine kanıtlar, Yetiştirme'nin uzun dönemli olmadığını göstermektedir. Bu eleştirilere karşın Yetiştirme araştırmacıları 20 yılı aşkın bir süredir bu konuyla ilgili ek araştırmalar yapmamıştır. Ayrıca yetiştirme rolünün yaygın olmadığı ancak nüfusun yalnızca küçük bir yüzdesini temsil ettiği görülmektedir (Potter, 2014: 1026- 1027).

Yetiştirme Kuramı'nın araştırmacıların kurumlar, mesajlar ve etkiler arasındaki ilişkileri incelemelerine yol göstermek için iyi bir rehber olması gerekmektedir. Bunun için örneğin, basit sıklık sayımları yerine anlama dayalı iddialar oluşturmalı, anlamlı Şeylerin birleşimi yoluyla yaygın olan anlamlar gösterilmeli, söz edilen yaygın mesaj içeriklerinin kişilerin inançlarını nasıl Őekillendirdiđi, zamanla bu inançları nasıl güçlendirdiği konusunda net bir bilgi sağlanmalı, yetiştirmenin medyanın rolünü açıklama konusunda olan gücünü göstermek için ilave çalışmalar yapılmalıdır. Buna ek olarak üretilen mesaj içeriklerinin artık parçalı olduğunu, anlamların hızlı bir Şekilde değiştiğini, yeni medya ortamının dayattığı zorlukları kabul ederek yapması gerekmektedir (Potter, 2014: 1030).

#### **2.3.4. Yetiştirme Kuramına Türkiye'den eleştiri: İrfan Erdoğan'ın görüşleri**

İrfan Erdoğan, Gerbner'in geliştirdiği yaklaşımı hem kuramsal bakımdan hem de yöntem bakımından eleştirmektedir. İlk olarak Erdoğan'ın kuramsal çerçeveyle ilgili eleştiriler düşünceleri incelenmiştir. Erdoğan'a göre Gerbner'in yaklaşımı geliştirdiği niceliksel yöntemle yalnızca bir takım ideolojik denekleri açıklayabilmektedir. Nitekim ideolojinin çözümlenmesi için siyasi ve ekonomik incelenme bakımından nitelik araştırması da gerekmektedir. Alan araştırması ve içerik çözümlemesinden ulaşılan bulgular sınırlı sonuçlar ortaya koymaktadır. Oysaki bu sınırlanma, pozitivist-ampirik kuramsal çerçevenin ötesine gidilerek verilerin niteliksel çözümlenmeye tabi tutulmasıyla aşılabilir. Buna karşın Gerbner, çalışmalarında "anaakım" etkisini öne sürerek söz konusu nitelikselliğe kendi yaklaşım Şekliyle ulaşmaktadır (Erdoğan, 1998:156).

Kültürel Göstergeler Projesi ile ilgili yapılan eleştirilerden biri de "kültürel göstergeler" ile "izleyici tutumları" arasındaki ilişkinin ele alınma Őeklidir. Yetiştirme Kuramı araştırmaları az sayıda televizyon değişkenine ve sosyo demografik verilere dayanarak açıklanmıştır. Erdoğan, bu Şekilde bir açıklamayı yetersiz bulmaktadır. Nitekim herhangi bir tutumun öznel anlamı açıklanmadan, kişinin ya da grubun nasıl tepki vereceği önceden belirlenmemektedir. Sözü edilen tutum ve inançları yalnızca televizyona bağlı olarak düşünmek doğru değildir. Bu görüşler diğer kitle iletişim araçları ve sosyal ağlar aracılığıyla da oluşmaktadır (Erdoğan, 1998:158).

Projeyle ilgili diğer bir eleştiri, bu projenin televizyonun rolünü, kùltùrle ilişkili ana yapısal etkenlere değinmeden açıkladığı yònùndedir. Ayrıca kuramda mesaj içerikleri ve bu içeriklerin algılanması sòz konusu algıları etkileyen tarihsel, siyasal ve ekonomik koşullar dikkate alınmadan araştırılır. Nitekim televizyon içeriklerine maruz kalma ile izleyicilerin gòrùř ve inançlarını òlmek ve sonuçlardan yola çıkarak neden-sonuç ilişkisini açıklamak yeterli değildir. Bu nedenle kuramsal nedensellik bağının kurulması ve açıklama sùrecine en azından siyasal ekonominin katılması gerekmektedir (Erdoğan, 1998:159).

Gerbner'in projesindeki toplumsal denetim modeli, farklı izleyicilerin yaşadıkları başka yaşam şekillerine gòre televizyon mesajlarını nasıl çòzümlediđini ve bu içeriklerin farklı alt kùltùrlerin inanç sistemlerine ulaştığında onları nasıl etkileyeceğini ve değiştireceğini açıklamamaktadır. Televizyon dùnyası bir uyum için çalışabilmekte ya da uyum sağlayabilmektedir. Ancak mesaj içeriklerinin onaylanmamasıyla ortaya çıkan kùltùrel ayrılıklar ve değişimler açıklanamamaktadır. Òte yandan Gerbner, bu kuramı yalnızca iki şekilde ele almaktadır: Televizyona maruz kalan izleyici, sunulan içerikleri ya kabul etmekte ya da etmemektedir. Ancak bu sınırlamalara karşın Yetiştirme, televizyonun kùltùrlerde baskıcı rol oynadığını ortaya çıkarmıştır (Erdoğan, 1998:160).

Erdoğan, Gerbner'in, Yetiştirme Kuramı ile ilgili bazı temel soruları gòrmezden geldiğini belirtmiştir. Sòz konusu sorular şunlardır: "Dıştan gelen kùltùrel mesajlar yerel toplumun kùltùrünü mù eker", "Mesajın geldiği kùltùrün değerlerini mi eker?" yoksa "İkisini birlikte mi eker?" ya da "Aralarında egemenlik ve mùcadele, yok etme, kendine benzetme gibi ilişkiler var mıdır?". Gerbner, ya bu soruları karşılıklı bağımlılıktan sòz ederek çòzümlenmeye çalışmakta ya da soruların alakasız olduğunu belirtmektedir (Erdoğan, 1998: 161).

Erdoğan, Kùltùrel Gòstergeler Projesi'ni yòntem bakımından da eleştirmektedir. Òrneđin onun dùřüncelerine gòre televizyon izleme ile izleyicilerin dùnya gòrùřü arasındaki ilişkide yalnızca televizyon izlemeyi bağımsız, onun dışındakileri ise bağımlı değişken olarak gòstermek geçerli bir yaklaşım değildir. Nitekim neden-sonuç ilişkisi Gerbner'in iddialarının tam tersi yònünde olabilmektedir. Òrneđin televizyonu çok izleyenler saldırgan ya da korkak değil, saldırgan veya korkak olan kişiler diğer insanlarla karşılaştırıldığında daha fazla televizyon izleyebilir. Òte

yandan televizyon mesajlarına çok maruz kalan izleyicilerin saldırgan görüntüleri tercih etmeleri, televizyon dünyasından yansıyan görüntüler doğrultusunda düşünmeleri bu içeriklere bağlı olmayan nedenlerden dolayı da olabilmektedir. Yani izleyicilerin belirli görüntüleri çok izlemesi farklı nedenlerden dolayı olabilmekle birlikte dünya görüşlerine destek aramalarından da kaynaklanabilmektedir (Erdoğan, 1998:163).

Yönteme dayalı yapılan bir diğer eleştiri Gerbner'in "şiddet indeksine" kattığı bazı dramatik eylemlerin sunulmasının seyircide olumsuz etkiler yaratmadığı yönündedir. Buna örnek olarak televizyonda deprem nedeniyle yaşanan olayları ve yaralanmaları göstermek mümkündür. Öte yandan niceliksel sayım yöntemi, tek bir şiddeti çoklu saymayla hesaplamaktadır. Ayrıca Gerbner'in yalnızca bir hafta boyunca sunulan içerikleri örnek alması yeterli değildir. Ancak bütün bunlara karşın Gerbner, yöntemin geçerli olduğunu savunmaktadır (Erdoğan, 1998:165).

Şiddet konusu ile ilgili farklı alt grup kişilerin saldırgan ya da kurban oranlarını gösteren "risk oranı" unsuru eleştirilmiştir. Burada kadınlar çoğu zaman kurban olarak sunulmaktadır. Bu, Gerbner'in şiddette yalnızca seçkin gruplara yüksek puan vermesinden kaynaklanmaktadır. Örneğin Blank'e göre "Sorumlu vatandaşların" zararlı olarak tanımladıkları bazı kaza olaylarının ya da komik eylemlerin şiddet endeksine katılmaması gerekmektedir. Buna karşın Gerbner, bu unsurların şiddet endeksine katılması gerektiği yönünde düşünmektedir. Öte yandan Erdoğan'a göre şiddet görüntülerinin her bir katılımcının katılmasıyla tekrar baştan sayılması yanlış sayıma neden olacaktır (Erdoğan, 1998:165).

Şiddetle ilgili kavramları izleyicilerin tahminleri yönünde niceliksel yöntemle hesaplamak izleyicilerin sözü edilen kavramlarla ilgili inanç, tutum ve dünya görüşlerinin değerlendirmesi bakımından yeterli değildir. Nitekim aynı sayı herkes için şiddetin ölçüsünü ve niteliksel yoğunluğunu açıklamayabilir. Buna örnek olarak farklı izleyicilerden kaç kişinin evinde hırsızlık yaşandığı ve yine izleyicilerin o semtte yaşanan şiddetin derecesi ile ilgili bilgileri, semtteki şiddet ve suç olaylarını ölçmede yeterli ve hatta geçerli bile değildir (Erdoğan, 1998:166).



### 3. YÖNTEM

Çözümleme iki aşamalı gerçekleştirilmiştir. Bunlardan birincisi Mesaj Sistem Çözümlemesi, ikincisi de Yetiştirme Çözümlemesi'dir. Yetiştirme Çözümlemesi'ne bağlı olarak Yaygın Görüş Haline Getirme için de çözümler yapılmıştır. Nitekim bir kez daha anımsatılacak olursa Kültürel Göstergeler Projesi üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşama Kurumsal Süreç Çözümlemesi'dir. Bu ilk aşama için tezde çözümler gerçekleştirilmemiştir. Dolayısıyla burada yalnızca Mesaj Sistem ve Yetiştirme Çözümleri bakımından yöntem açıklanmıştır.

İkinci bileşen Mesaj Sistem Çözümlemesi'ne ilişkin çözümleme, üçüncü bileşen Yetiştirme Çözümlemesi'ne temel oluşturmaktadır. Bu anlamda ikinci bileşen olan Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin yöntemi açıklandıktan sonra bulguları da verilmek zorundadır. Nitekim bu yapılmadığında Yetiştirme Çözümlemesi yönteminde sunulan soruların temelsiz olma ya da öyle anlaşılma riski doğacaktır. Dolayısıyla aşağıda önce Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin yöntemi açıklanmış, buna yönelik yapılan çözümlemede elde edilen bulgular sunulmuş ve Yetiştirme Çözümlemesi yöntemine geçilmiştir. Belirtildiği gibi bu, bir zorunluluktur. Nitekim Yetiştirme Çözümlemesi için yapılan saha araştırmasında kullanılan sorulara ilişkin geliştirilen hipotezler o başlık altında sunulmuştur.

#### 3. 1. Mesaj Sistem Çözümlemesi Bakımından Yöntem

Gerbner ve arkadaşları 1967 yılından başlayarak televizyon içeriklerini kaydetmekte ve bunları çözümlemektedir. Söz konusu çözümlemenin yapılmasının başlıca nedeni televizyon dünyasının özelliklerini ortaya çıkarmaktır. Dolayısıyla Mesaj Sistem Çözümlemesi, kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulan içerikleri incelemektedir. Daha açık söylemek gerekirse Mesaj Sistem Çözümlemesi ne olduğu, neyin önemli olduğu ve neyin neyle ilişkili olduğu konusunda kitlesel olarak üretilmiş mesaj içeriklerini tanımlamaktadır. Bu çözümleme aracılığıyla televizyonda sunulan içeriklerden en çok yinelenen, sabit ve amacını aşan örneklere ulaşılmaktadır. Nitekim televizyon görüntülerine çok maruz kalan izleyicilerin sözü edilen mesajlardan kaçması neredeyse mümkün değildir. Dolayısıyla Kültürel Göstergeler Projesi'nin ikinci aşaması olan Mesaj Sistem Çözümlemesi, Yetiştirme Çözümlemesi'nde kullanılan soruların temelini oluşturmaktadır (Özer, 2020: 103-108).

Mesaj Sistem Çözümlemesi, 2022 yılının Ocak ayının üçüncü haftasındaki televizyon programları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu hafta, bu tarihten 6 ay önce rastlantısal olarak belirlenmiştir. Bir başka ifadeyle çözümleme, 17-21 Ocak 2022 tarihleri arasındaki 5 günlük hafta içi ana yayın kuşağındaki tüm programları kapsamaktadır. Tez çalışması için yazarın Azerbaycanlı olması dolayısıyla genel gözlem olarak orada yaşayan Azerbaycanlı gençlerin Türk televizyonlarını daha çok izledikleri kanısına varılmıştır. Bundan emin olmak için 2020 yılında Azerbaycan'da bir saha araştırması yapılmıştır. Bu araştırmada, üniversite öğrencilerine o dönemde Türkiye'deki kanalları mı yoksa Azerbaycan'daki kanalları mı daha çok izledikleri sorulmuştur. Elde edilen bulgular Azerbaycanlı öğrencilerin daha çok Türk televizyon kanallarını tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Öğrenciler ayrıca en çok Atv, Kanal D, Star ve Show Tv kanallarını izlemektedirler. Bunlar anaakım televizyon kanalları olarak belirmektedir. Dolayısıyla Mesaj Sistem Çözümlemesi bu kanalların programları üzerinde yapılmıştır. Ana yayın kuşağı olarak 19.00-23.00 saatleri arası alınmış ve çözümleme bu süreye denk getirilmeye çalışılmıştır. Ancak bu tam olarak gerçekleştirilememiştir. Örneğin bir dizi 23.25'te bitmişse bu saate kadar çözümleme sürdürülmüştür. Nitekim film ve dizilere kanalların web sayfalarından ulaşılmıştır. Aynı anda tüm kanallarda gösterilen diziler vs. çözümlenemediğinden ve bu programların hangi anının saat 23.00'e denk geldiği tam olarak saptanamadığından tüm programlar ele alınmıştır. Programların tüm şekilde ele alınmasının bir diğer nedeni reklamların içeriklerde ne kadar süre yer aldığına belirlenememesidir.

Çözümlemede 20 ana haber, 11 dizi, 6 yerli film, 3 yerli komedi programı, 1 yabancı film ve 1 bilgi yarışması incelenmiştir. Ana haber çözümlemesinde haberi sunan spikerin ilk haberle ilgili ilk sözcüğünden veya ilk görüntüden başlayarak, aynı şekilde son haberdeki son görüntü veya son sözcüğe kadarki zaman kullanılmıştır. Dizi ve programlar ise görüntünün ilk dakikasından son dakikasına kadar olan süreyi kapsamaktadır. Bu çözümlemenin gerçekleşmesi için Gerbner ve arkadaşları tarafından geliştirilen Mesaj Sistem Çözümlemesi formu kullanılmıştır. Mesaj Sistem Çözümlemesi toplam olarak 3 hafta sürmüştür. Elde edilen çözümleme verileri aynı gün SPSS'e girilmiştir. Televizyon görüntülerine ilişkin çözümleme bitirildiğinde frekans dağılımlarına SPSS'te bakılmıştır. Bu bulgulardan hareketle Yetiştirme Çözümlemesi için sorular hazırlanmıştır. Dolayısıyla Yetiştirme Çözümlemesi'nde kullanılan sorulara

temel oluşturan ya da kaynaklık eden bulgulara Mesaj Sistem Çözümlemesi aracılığıyla ulaşılmıştır.

### **3.2 Yetiştirme Çözümlemesi Bakımından Yöntem**

Mesaj Sistem Çözümlemesi televizyon dünyası ile ilgili bazı verilerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla burada ilk önce Mesaj Sistem Çözümlemesi sonucunda televizyon dünyasından elde edilen bulguları sunmak yararlı olacaktır. Nitekim Yetiştirme Çözümlemesi'nde kullanılan sorular bu veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

Mesaj Sistem Çözümlemesi için Atv, Kanal D, Star ve Show Tv kanallarının öncelikle haber içerikleri daha sonra dizi ve program içerikleri incelenmiştir. Televizyon içeriğinden elde edilen bulgular karşılaştırılmıştır. Sonuçlara göre 17-21 Ocak hafta içi 5 günü kapsayan toplam 265 haberden 70'i Atv, 82'si Kanal D, 72'si Show ve 41'i ise Star Tv'de yayınlanmıştır. Aynı tarih aralığında Atv ve Kanal D ekranlarının her birinde 5'er program gösterilirken Star ve Show Tv kanallarında ise 6'şar program ekranlara sunulmuştur. Burada belirtilmesi gereken önemli bir nokta haber ve dizi içeriklerinden ulaşılan sonuçların birbirini destekler nitelikte olmasıdır.

Mesaj Sistem Çözümlemesi'nden elde edilen bulgulara göre televizyon dünyasında yaşanan olayların büyük çoğunluğu Türkiye'de gerçekleşmektedir. Konum olarak şehirler içerisinde özellikle ilk sırada İstanbul, sonrasında ise Ankara yer almaktadır. Ankara'nın ikinci sırada yer almasının en büyük nedeni başkent olmasından dolayı politik haberlerin daha çok burada sunulmasıdır.

Televizyon dünyasındaki haber ve program içerikleri karşılıklı şekilde incelendiğinde suç ve yolsuzluk konulu görüntülerin diğer konulardan çok daha fazla sunulduğu ve yinelendiği ortaya çıkmıştır. Bulgulara göre haber çözümlemesi sırasında elde edilen 265 haberden 142'sinde; dizi ve programlarda ise 38 içerikten 17'sinde suç ve yolsuzluk sunulmaktadır. Dolayısıyla içeriklerde suç ve şiddetle ilgili görüntülerin fazla yer aldığını söylemek mümkündür. Ayrıca görüntülenen şiddet olaylarının tonu çoğunlukla ciddidir ve eylemler büyük oranda suç sayılmaktadır. Aynı zamanda çözümleme sonuçları şiddetin daha çok erkekler arasında yaşandığını ortaya çıkarmıştır. Nitekim televizyon dünyasında erkekler kadınlarla karşılaştırıldığında daha fazla sunulmaktadır. Örneğin film çözümlemesi sırasında ulaşılan 82 ana karakterden 31'ini kadınlar temsil ederken 51 kişi ise erkeklerden oluşmaktadır. Bu oran haber

çözümlemesinden elde edilen sonuçlarda daha fazladır. Çözümleme verilerine göre 236 ana karakterden yalnızca 68'ini kadınlar oluşturmaktadır. Aynı görüntülerde erkeklerin sayısı kadınların sayısından ortalama 3 kat daha çoktur. Belirtilmesi gereken diğer nokta erkek karakterlerin iş sahibi gibi gösterilmesi ve çoğunlukla çalışma ortamında sunulmasıdır. Buna karşın kadınlar sayıca az olmakla birlikte çoğu içerikte de ev kadını olarak temsil edilmektedir. Ayrıca bu oranlar yardımcı karakterler için de geçerlidir. Hem haber hem film çözümlemesinden ulaşılan yardımcı karakter sayısı 667 kişidir. Bunlardan 220'si kadınlardan, 447'si erkeklerden oluşmaktadır. Bu karakterler arasından büyük ya da küçük çocuğu olan kişi sayısı da azımsanmayacak kadar çoktur.

Televizyon dünyası sunduğu içeriklerde bazı kesimleri çok bazılarını daha az temsil ederken belli kategoride yer alan kişilere ise neredeyse hiç yer vermemiştir. Bunlara daha önce ifade edildiği gibi yaşlı insanları, bununla birlikte fiziksel ve zihinsel hastalıklı olan kişileri, fiziksel engeli olan bireyleri örnek göstermek mümkündür. Ayrıca LGBTİ+1 üyeleri de televizyonda sunulmayan kişilikler arasında ilk sırada gelmektedir.

Televizyon dünyasının yer verdiği görüntüler özellikle haberlerde yüzde 98.5 oranında ciddi içeriklerden oluşmaktadır. Bu oran dizi ve program içeriklerinde ise yüzde 59.1'e denk gelmektedir. Görüntülerde genellikle suç, şiddet, kolluk kuvvetleri, polis, politika ile ilgili konular yer almaktadır. Özellikle dizi içeriklerinde sözlü ve fiziksel cinsel temasın aktarıldığı görüntüler de vardır. Karakterler arasında şiddet içermeyen cinsel etkileşim yaşanmaktadır. Sevgilerini açıkça ifade edebilen karakterlerin cinsel betimleme türü yalnızca heteroseksüel olarak kodlanmıştır. Sözü edilen karakterlerden evli ve bekâr olanlarının yüzdeleri birbirine çok yakınken ailesiyle birlikte yaşayanların sayısı ise oldukça fazladır. Bu nedenle televizyon görüntülerinde özellikle dizi içeriklerinde ailenin birlikte yemek yediği sahneler sıklıkla rastlanmıştır.

Belirlenen tarih aralığında çözümlenen 4 kanaldan elde edilen sonuçlar, televizyon dünyasındaki zengin aileleri çok varlıklı sunarken yoksul aileleri ise bir o kadar varlıksız sunduğu yönündedir. Örneğin içeriklerde zengin kesim villa ve şirketlerde, yoksul kesim ise küçük evlerde gösterilmektedir. Bu veriler televizyon dünyası bakımından zengin ve yoksul arasındaki yaşam farkını açıklamaktadır. Öte yandan çözümleme sonuçlarında meslek olarak iş adamı ve hizmetçi kategorisinin fazla çıkması bu bilgiyi destekler niteliktedir. Bununla birlikte polis, hırsız, mafya üyesi, öğrenci gibi diğer kategoriler de yüksek oranda yer alan gruplar arasındadır. Bütün bu

verilere televizyon dünyasının en çok yinelenen mesaj içeriklerinden ulaşılmıştır. Mesaj Sistem Çözümlemesi sonucu elde edilen tablolardan Yetiştirme sorularına kaynaklık edenleri ise ekte sunulmuştur. <sup>6</sup>

Yetiştirme Çözümlemesi televizyon dünyasının en çok yinelenen içerikleri doğrultusunda hazırlanan soruların kullanıldığı saha araştırmasından elde edilen veriler üzerinde yapılmaktadır. Çözümleme, televizyon dünyasına yoğun olarak maruz kalmanın izleyicilerin dünya alguları üzerinde nasıl bir role sahip olacağını araştırmaktadır. Daha açık söylemek gerekirse Yetiştirme, sosyal gerçeklik kavramlaştırması bağlamında yoğun izleyicilerin mesaj içeriklerinden ne öğrendiğini açıklamaktadır. Bu nedenle çok izleyenlerin “televizyon yanıtı”, görüntülere daha az maruz kalanların ise farklı şekilde yanıt vermeleri beklenmektedir (Özer, 2020: 110).

Bu çalışmanın saha araştırması için Azerbaycan’daki 5 devlet üniversitesi seçilmiş ve bu üniversitelerin öğrencilerine anket uygulaması yapılmıştır. Bunlar, Azerbaycan Tıp Üniversitesi, Azerbaycan Mimarlık ve İnşaat Üniversitesi, Azerbaycan Devlet Petrol ve Sanayi Üniversitesi, Bakü Mühendislik Üniversitesi, Azerbaycan Emek ve Sosyal İlişkiler Akademisi’dir. Bu üniversitelerin seçilmesinin nedeni televizyonla ilgili araştırmanın yapılması bakımından daha uygun olacaklarıdır. Girişte de belirtildiği gibi söz konusu üniversitelerde iletişim fakültesi bulunmamaktadır. Nitekim iletişim fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin kitle iletişim araçlarına daha çok maruz kaldıkları ve bunun yanı sıra konuyla ilgili önceden bilgi sahibi olabilecekleri söylenebilir.

Sözü edilen üniversitelerde yapılan saha araştırması 26 Nisan-8 Mayıs arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma için öncelikle kurallar, üniversite öğrencilerine açıklanmış, yanıtlamaları için anketler dağıtılmış ve bu sırada özellikle soruları sırayla yanıtlamaları için gerekli kontroller sağlanmış ve daha sonrasında ise anketler toplanmıştır. Sürecin bu şekilde ilerlemesi anketlerin herkes tarafından aynı anda ve daha düzenli yanıtlanmasına olanak sağlamıştır. Anket uygulamasına 5 üniversiteden 300 kadın ve 200 erkek katılmıştır. 500 sayısı önceden belirlenmiştir. Katılımcıların eşit bir şekilde olması planlansa da bu sayıda gönüllü erkek katılımcıya ulaşılamamıştır.

---

<sup>6</sup> Ek 3.

Çözümlemenin amacına uygun olarak izleme saati az, orta, çok olarak gruplaştırılmıştır. İzleme süresi bakımından 60 dakika ve altı “az”, 61 dakika ve 179 dakika arası “orta”, 180 dakika ve üstü “çok” olarak nitelendirilmiştir. İzleme süresinin bu şekilde bölünmesi George Gerbner ve arkadaşları tarafından uygun görülmektedir. Çözümlenmeler SPSS 26 programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Çözümleme sırasında anket sorularında yer alan “Tümüyle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum ve tümüyle katılmıyorum” 5’li likert ölçeği yeniden kategorileştirilmiştir. Buna göre, tümüyle katılıyorum ve katılıyorum yanıtları “katılıyorum” şikkında, kararsızım yanıtı olduğu gibi, tümüyle katılmıyorum ve katılmıyorum yanıtları ise “katılmıyorum” şikkında birleştirilerek 3’ü likert ölçeğine geçilmiştir. SPSS analizi sonrasında testlerin ki kare dağılımına bakılmıştır. Bununla birlikte az izleyenlerle çok izleyenler arasındaki yüzde farkının çok izleyenler lehine çıkması üzerinden testler anlamlandırılmıştır. Ayrıca,  $r$ : 0.25 altı zayıf,  $r$ : 0.26-39 arası orta derecede güçlü,  $r$ : 0.40 ve üstü güçlü ilişki olarak tanımlanmıştır.

Bu çalışmanın varsayımına göre televizyon içeriklerine çok maruz kalan izleyiciler daha az maruz kalan izleyicilerle karşılaştırıldığında bu içeriklerden yansıyan dünya görüşüne yönelik bir algıya sahip olacaktır. Yetiştirme Çözümlemesi için oluşturulan hipotezler aşağıda sunulmuştur.

1. Çözümlemenin sonuçlarına göre televizyon dünyasında evli olan karakterlerin sayısı azımsanmayacak kadar çoktur. Bu nedenle, Yetiştirme Kuramı bakımından “*Genel olarak söylersek günümüzde evlilik hâlâ önemini korumaktadır*” sorusu sorulmuştur. Bu soru için şu varsayım geliştirilmiştir.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde evlilik hâlâ önemini korumaktadır ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

2. Televizyon dünyasını temsil eden kadın karakterler erkek karakterlerle karşılaştırıldığında daha çok ev ortamında sunulmaktadır. Daha açık söylemek gerekirse erkek karakterlerin çalıştıkları işe ve işyerine ilişkin görüntüler izlenirken kadınlar daha çok ev kadını şeklinde gösterilmektedir. Bu nedenle çalışmanın amacı için “*Genel olarak söylersek günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*” şeklinde soru hazırlanmıştır. Sorunun varsayımı şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

3. Mesaj Sistem Çözümlemesi'nden elde edilen sonuçlar karşılaştırıldığında ister dizi ve programlarda isterse de haber içeriklerinde sunulan ailelerden çocuk sahibi olanların daha fazla yer aldığı dikkat çekmektedir. Sözü edilen çocuklar ergen ya da daha küçük yaş grubunu temsil etmektedir. Bu nedenle çözümlemede kullanılan "*Genel olarak söylersek günümüzde çocuklar ailenin devamı için önemlidir, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*" sorusunun hipotezi şu şekildedir.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde çocuklar ailenin devamı için önemlidir, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

4. Televizyon dünyasında yer alan karakterler, özellikle erkekler farklı meslek sahibi olarak sunulmaktalar. Bu meslekler arasında cumhurbaşkanı, milletvekili gibi kategoriler haber çözümlemesinden dolayı fazla yer alsa da bununla birlikte hem haber hem dizi çözümlemesinde gösterilen polis sayısı oldukça fazladır. Dolayısıyla, katılımcılara sorulan diğer bir soru "*Genel olarak söylersek günümüzde polislerin sayısı giderek artmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*" olmuştur. Soruyla ilgili şu hipotez geliştirilmiştir.

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde polislerin sayısı giderek artmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

5. Televizyonun en çok izlendiği saat aralığında yer alan içeriklerde, özellikle de dizilerde sunulan aileler çok zengin ya da çok yoksul olarak gösterilmektedir. Bu nedenle karakterlerin birçoğu iş insanını temsil ederken kalanı ise hizmetçi olarak çalışmaktadır. Bu bulgulardan yola çıkarak Yetiştirme bakımından "*Genel olarak söylersek günümüzde zengin ve yoksul arasındaki fark giderek açılmaktadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*" şeklinde soru hazırlanmıştır. Soruya ilgili geliştirilen hipotez şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüz de zengin ve yoksul arasındaki fark giderek açılmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

6. Mesaj Sistem Çözümlemesi sonuçlarına göre olayların büyük çoğunluğu Türkiye'de gerçekleşmektedir. Şehirler bakımından incelendiğinde ise olayların yüksek oranda İstanbul'da yaşandığı ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bu sonuçlar İstanbul'un Türkiye

bakımından önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Bu nedenle katılımcılara yöneltilen altıncı soru şu şekildedir: “*Genel olarak söylersek günümüzde Türkiye’nin kalbi İstanbul’da atmaktadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*” Soru bakımından geliştirilen hipotez ise şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde Türkiye’nin kalbi İstanbul’da atmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.  
7. Türk televizyonlarında politika içerikli haberler fazlasıyla sunulmaktadır. Bu nedenle katılımcılara yönelik “*Genel olarak söylersek günümüzde politik açıdan merkezi bir yapı söz konusudur, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*” şeklinde soru hazırlanmıştır. Soruya ilişkin şu hipotez geliştirilmiştir:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, günümüzde politik açıdan merkezi bir yapı söz konusudur, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

8.Yetiştirme Çözümlemesi’nde kullanılmak üzere hazırlanan diğer soru “*Genel olarak söylersek günümüzde Ankara Hükümeti merkezi bir konumdadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*” olmuştur. Katılımcılara bu şekilde soru yönlendirilmesinin nedeni politika ile ilgili haberlerin yoğun oranda Ankara’da gerçekleştirilmiş olmasıdır. Sorunun hipotezi ise şudur:

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde Ankara hükümeti merkezi bir konumdadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

9. Televizyon dünyasında sunulan yüzlerce karakter arasında neredeyse engelli bireylere hiç rastlanmamaktadır. Prime time saat aralığında gösterilen dizilerden yalnızca birinde fiziksel ve zihinsel engelli karaktere yer verilmiştir. Bu sonuç televizyonda engelli bireylerin temsil edilmediği anlamına gelmektedir. Bu konuyla ilgili katılımcılara “*Genel olarak söylersek günümüzde engelli bireylere gereken önem verilmemektedir, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*” şeklinde soru sorulmuştur. Bu sorudan yola çıkarak şu hipotez hazırlanmıştır:

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde engelli bireylere gereken önem verilmemektedir, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

10. Karakterlerin çözümlemesi sırasında ulaşılan bulgular hem haber hem program içeriklerinde ortalama olarak aynı orandadır. Şöyle ki kadınların sayısı olarak daha az temsil edildiği içeriklerde erkekler ise 2 kat daha fazla sunulmaktadır. Aynı zamanda erkekler baskın, güçlü karakteri oynamaktadır. Dolayısıyla Yetiştirme’nin amacını



ortaya çıkarmak için araştırmada kullanılan sorulardan biri de “*Genel olarak söylersek günümüzde hâlâ erkek egemen yapı söz konusudur, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*”dir. Söz konusu sorunun hipotezi ise aşağıdakidir.

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde hâlâ erkek egemen yapı söz konusudur, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

11. Mesaj Sistem Çözümlemesi’nden elde edilen sonuçlara göre evli olmak, çocuk sahibi olmak, aile ile yaşamak ve aile ile birlikte yemek yemek gibi görüntüler yinelenen mesajlar arasında yer almaktadır. Televizyon dünyasında en çok yinelenen görüntüler Yetiştirme Çözümlemesi için temel oluşturmaktadır. Buradan yola çıkarak saha araştırmasında sorulmak üzere hazırlanan on birinci soru şu şekildedir: “*Genel olarak söylersek günümüzde Türk toplumunda aile kutsaldır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*” Sorunun hipotezi ise şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde Türk toplumunda aile kutsaldır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

12. “*Genel olarak söylersek günümüzde birlikte yemek yemek ailenin birliğinin sürmesine katkıda bulunur.*” sorusu Yetiştirme Çözümlemesi’nin on birinci sorusuyla bağlantılı şekilde hazırlanmıştır. Ailelerin özellikle akşam yemeklerini birlikte yediği sahneler yinelenen mesaj içerikleri arasındadır. Soruyla ilgili hazırlanan hipotez şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde birlikte yemek yemek ailenin birliğinin sürmesine katkıda bulunur, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

13. Televizyon dünyasının prime time saat aralığında cinsel betimleme içerikleri yeteri kadar sunulmaktadır. Özellikle karakterler arasında sevgi belirtileri, sözlü ve fiziksel temaslar açık bir şekilde yer almaktadır. Bu durumda televizyon içeriklerine yoğun olarak maruz kalan izleyiciler daha az maruz kalan izleyicilerle karşılaştırıldığında “*Günümüzde insanlar karşı cinse sevgilerini rahatça açığa vurabilmekteler.*” düşüncesine sahip olabilirler. Bunun için aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde insanlar karşı cinse sevgilerini rahatça açığa vurabilmekteler, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

14. Televizyon dünyasını temsil eden karakterler çoğunlukla genç yetişkin yaş grubuna dâhildir. Buna karşın içeriklerde yaşlı kesim çok az sunulmaktadır. Bu nedenle katılımcılara konuyla ilgili farklı sorular sorulmuştur. Sorulardan birincisi bu şekildedir:

*Genel olarak söylersek günümüzde genç yetişkin gruplar sayısal olarak egemen konumdadırlar.*” Bu soruyla ilgili hazırlanan hipotez ise böyledir:

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde genç yetişkin gruplar sayısal olarak egemen konumdadırlar, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

15.“*Genel olarak söylersek günümüzde yaşlılara gereken önem verilmemektedir.*” sorusu Yetiştirme Çözümlemesi'nin on dördüncü sorusu ile ilişkili bir şekilde hazırlanmıştır. Bu sorunun hipotezi ise şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde yaşlılara gereken önem verilmemektedir, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

16. Mesaj Sistem Çözümlemesi sonucunda ulaşılan veriler televizyon karakterlerinin herhangi bir mafya grubu ile bağlantılı olduğu ortaya çıkarmaktadır. Bunun yanı sıra bazı dizi içeriklerinde ise ana karakterler mafya babası olarak sunulmaktadır. Bu nedenle çözümleme sonucunda en çok ulaşılan kategorilerden biri de mafya olmuştur. Konuyla ilgili Yetiştirme'nin amacını ortaya koymak için katılımcılara “*Genel olarak söylersek günümüzde herhangi bir mafya grubuna üye olanların sayısı giderek artmaktadır.*” şeklinde soru sorulmuştur. Söz konusu sorunun şu hipotezi bulunmaktadır:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde herhangi bir mafya grubuna üye olanların sayısı giderek artmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

17. Haber çözümlemesi sonucunda 103 içerikten 90'ında; dizi çözümlemesi sonucunda ise 188 haberden 145'inde yapılan eylem suç olarak kodlanmıştır. Bu sonuçlar suç ile ilgi olayların televizyonda fazlasıyla yer aldığını göstermektedir. Yinelenen bu içerikler doğrultusunda katılımcılara “*Genel olarak söylersek günümüzde suç oranı giderek artmaktadır.*” sorusu hazırlanmıştır. Sorunun hipotezi ise şudur:

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde suç oranı giderek artmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

18. Daha önce belirtildiği gibi suç eylemlerinin çok fazla yer aldığı televizyon dünyasında bulunan suçlu karakter sayısı da oldukça fazladır. Bu nedenle Mesaj Sistem Çözümlemesi sonuçları, suç oranının artmasıyla birlikte yolsuzluk yapanların sayısının da çoğaldığını ortaya koymaktadır. Bununla ilgili katılımcıların yanıtladığı bir diğer Yetiştirme sorusu “*Genel olarak söylersek günümüzde yolsuzluk yapanların sayısı*

giderek artmaktadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” olmuştur. Soru için geliştirilen hipotez şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde yolsuzluk yapanların sayısı giderek artmaktadır, ifadesine katılım katılmama bakımından etkisi vardır.

19. Dizi ve program içeriklerinin yoğun olarak izlendiği prime time saat aralığında ekranda sunulan görüntülerde, özellikle dizilerde karakterler arasında cinsel yakınlaşma açık ve rahat bir şekilde yaşanmaktadır. Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin ortaya çıkardığı bu sonuçlar doğrultusunda Yetiştirme için “*Genel olarak söylersek günümüzde insanlar cinsellik konusunda daha özgür davranabilmektedir.*” sorusu hazırlanmıştır. Sorunun hipotezi şudur:

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde insanlar cinsellik konusunda daha özgür davranabilmektedir, ifadesine katılım katılmama bakımından etkisi vardır.

20. Çözümleme sonuçları bazı özelliklere sahip olan kişilerin televizyon dünyasında sunulmadığını ortaya çıkarmıştır. Yaşlıların, fiziksel ve zihinsel engeli olan kişilerin yer almadığı içeriklerde *LGBTİ+1* üyeleri de görüntülenmeyen kategoriler arasındadır. Bu nedenle Yetiştirme'nin amacına ulaşmak için “*Genel olarak söylersek günümüzde LGBTİ+1 üyeleri kendilerini yeterince temsil edememektedir.*” şeklinde soru hazırlanmıştır. Soru için geliştirilen hipotez şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde *LGBTİ+1* üyeleri kendilerini yeterince temsil edememektedir, ifadesine katılım katılmama bakımından etkisi vardır.

21. Televizyonda sunulan şiddet içeriklerine bakıldığında çoğunlukla kavga, dövme, kasten adam öldürme ve yaralama gibi kategorilerin yer aldığını görmek mümkündür. Aynı zamanda suç eylemleri yalnızca gece değil, gündüz saatlerinde de yaşanabilmektedir. Bu nedenle katılımcılara “*Genel olarak söylersek günümüzde insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir.*” şeklinde soru hazırlanmıştır. Sorunun hipotezi ise şudur:

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir, ifadesine katılım katılmama bakımından etkisi vardır.

22. Çözümleme sonuçları televizyonda şiddet olaylarının fazla sunulduğunu ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte suç eylemlerinin ve şiddetin her sosyoekonomik statü üyeleri arasında yaşandığı görülmektedir. Çözümle için hazırlanan Yetiştirme sorularından biri de “*Genel olarak söylersek günümüzde şiddet her sosyal ekonomik*

*statü üyeleri arasında yaşanmaktadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”* olmuştur. Hipotezi ise şöyledir.

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde şiddet her sosyal ekonomik statü üyeleri arasında yaşanmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

23. Erkeklerin kadınlardan fazla sunulduğu dizi ve haber içeriklerinde gerçekleşen şiddet olayları daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır. Çalışma için önemli olan sorulardan biri de *“Genel olarak söylersek günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”* şeklinde hazırlanmıştır. Sorunun hipotezi ise şöyledir.

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

24. Mesaj Sistem Çözümlemesi sonuçlarına göre şiddet olayları yalnızca geceleri değil, gündüzleri de yaşanmaktadır. Dolayısıyla Yetiştirme Kuramı bakımından yoğun izleyiciler artık, gündüz saatlerinin de tehlikeli olduğunu düşünebilirler. Bunu kontrol etmek için katılımcılara yönetilen başka bir Yetiştirme sorusu ise *“Genel olarak söylersek artık günümüzde gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”* sorusudur. Soruyla ilgili geliştirilen hipotez şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

25. Şiddeti uygulayan kesimin daha çok erkek olduğu görüntüde şiddete maruz kalanlar ise kadınlardır. Bununla ilgili *“Genel olarak söylersek günümüzde çok sayıda kadın şiddete uğramaktadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”* şeklinde soru hazırlanmıştır. Soru için geliştirilen hipotez aşağıdakidir.

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde çok sayıda kadın şiddete uğramaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

26. *“Genel olarak söylersek günümüzde artık, kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir.”* sorusu yukarıdaki soru ile bağlantılı bir şekilde hazırlanmıştır. Soruya yönelik geliştirilen hipotez ise şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

27. Televizyon dünyasında kadınlar yalnızca özel alanlarda değil, aynı zamanda kamusal alanlarda da şiddete maruz kalmaktadır. Bu nedenle katılımcıların dünya algısını

öğrenmek amacıyla sorulan sorulardan bir diğeri şudur. “*Genel olarak söylersek günümüzde artık, kadına yönelik şiddet kamusal alanda da uygulanmaktadır.*” Bu sorunun hipotezi ise şudur:

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde kadına yönelik şiddet kamusal alanda da uygulanmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

Çözümleme verilerine göre yaşanan şiddet ve diğeri olayların çoğunluğu büyükşehirlerde gerçekleşmektedir. Bu konuda birinci sırada İstanbul, ikinci sırada Ankara yer almaktadır. Öte yandan şehir merkezleri olayların yaşandığı asıl yerler olarak görüntülenmektedir. Bu sonuçlardan yola çıkarak Yetiştirme Çözümlemesi’nde kullanılmak üzere sorular hazırlanmıştır. Sözü edilen sorular ve hipotezleri şu şekildedir.

28. “*Genel olarak söylersek günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*”

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

29. “*Genel olarak söylersek günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*”

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

30. “*Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*”

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

31. Televizyonda gerçekleşen şiddet olayları daha çok tanınmamış insanlar arasında yaşanmaktadır. Bu nedenle Yetiştirme Çözümlemesi için hazırlanan başka bir soru bu şekildedir. “*Genel olarak söylersek günümüzde şiddet tanınmamış insanlar arasında yoğun olarak yaşanmaktadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.*” Soruya yönelik hazırlanan hipotez ise şudur:

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde şiddet tanınmamış insanlar arasında yoğun olarak yaşanmaktadır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

Çalışmanın amacını ortaya çıkarmak için katılımcılara Mesaj Sistem Çözümlemesi’nden elde edilen sorularla birlikte Gerbner ve arkadaşlarının hazırladığı

Yetiştirme soruları da sorulmuştur. Söz konusu sorular, hipotezleri ile birlikte şu şekilde sunulmaktadır:

32. *“Genel olarak söylersek günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”*

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

33. *“Genel olarak söylersek günümüzde insanlara güvenilemez, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”*

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde insanlara güvenilemez, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

34. *“Genel olarak söylersek günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”*

H1:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

35. *“Genel olarak söylersek günümüzde gece dışarıda zaman geçirmek tehlikelidir, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz”*

H1: H0:Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde gece dışarıda zaman geçirmek tehlikelidir, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

36. *“Genel olarak söylersek günümüzde birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine sizden yararlanmaya çalışır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”*

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine sizden yararlanmaya çalışır, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

37. *“Genel olarak söylersek günümüzde insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz.”*

H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının günümüzde insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler, ifadesine katılıp katılmama bakımından etkisi vardır.

## 4. ÇALIŞMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu bölümünde Yetiştirme Çözümlemesi'nin ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi'nin bulguları sunulmuştur. İlk başlık altında Yetiştirme Çözümlemesi sonucunda ulaşılan tüm tablolar yorumları ile birlikte verilmiştir. İkinci başlıkta yer alan Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi'nde ise boyut sorunu nedeniyle yalnızca anlamlı çıkan tablolar aktarılmıştır.

### 4.1 Yetiştirme Çözümlemesi Bulguları ve Yorumları

Aşağıdaki bulgular tablolar eşliğinde sunulmuştur. Bunun için önce tablo, sonrasında ise tablonun yorumuna ver verilmiştir.

**Tablo 1:** Birinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	46	64	158	268
		Yüzde	17,2%	23,9%	59,0%	100,0%
	Orta	Adet	30	20	85	135
		Yüzde	22,2%	14,8%	63,0%	100,0%
	Çok	Adet	22	10	65	97
		Yüzde	22,7%	10,3%	67,0%	100,0%
Toplam	Adet	98	94	308	500	
	Yüzde	19,6%	18,8%	61,6%	100,0%	

$\chi^2$ : 11.100 sd. 4 p: 0.02 r: 0.05

1. “Genel olarak söylersek, günümüzde evlilik hâlâ önemini korumaktadır, ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili birinci test anlamlı çıkmıştır (p: 0.02). Buna göre, izleme yoğunluğu ile evlilik durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Katılıyorum diyenlerden az grubunun payı yüzde 59’dur. Çok diyenler (yüzde 67) ise az diyenlerden yüzde 8 yüksek çıkmıştır. Söz konusu yüzde 8’lik fark, yetiştirme delilidir. Dolayısıyla bu soru bakımından test, televizyonun insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırması ve dünya algılamasına olan katkısını sunmuştur. Burada belirtilmesi gereken bir nokta ki kare değerinin yüksek olmasına karşın, ilişkinin gücünün zayıf çıkmasıdır. Elbette bu sonuçlar anlamlılık durumunu değiştirmemektedir.

**Tablo 2:** İkinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	38	35	195	268
		Yüzde	14,2%	13,1%	72,8%	100,0%
	Orta	Adet	31	12	92	135
		Yüzde	23,0%	8,9%	68,1%	100,0%
	Çok	Adet	9	8	80	97
		Yüzde	9,3%	8,2%	82,5%	100,0%
Toplam	Adet	78	55	367	500	
	Yüzde	15,6%	11,0%	73,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 11.382 sd. 4 p: 0.02 r: 0.07

2. “Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili ikinci test de anlamlı çıkmıştır (p: 0.02). Bu durumda izleyicilerin izleme yoğunluğu ile bir işte çalışmayan kadın sayısının oldukça fazla olduğu düşüncesi arasında anlamlı ilişki olduğunu söylemek mümkündür. Katılıyorum diyenlerden az grubunun aldığı pay yüzde 72.8’dir. Buna karşın çok izleyenlerin yüzdesi 82.5’dir. Gruplar arasında çok izleyenlerin lehine yüzde 9.7’lik fark vardır. Bu fark, yapılan testin sunduğu yetiştirme delili olarak belirmektedir. Bununla birlikte ki kare değeri incelendiğinde oranın yüksek olduğunu görmek mümkündür. Her ne kadar ilişkinin gücü zayıf olsa da bu bulgu, yetiştirme delili olduğu sonucunu değiştirmemektedir.

**Tablo 3:** Üçüncü Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	26	40	202	268
		Yüzde	9,7%	14,9%	75,4%	100,0%
	Orta	Adet	20	12	103	135
		Yüzde	14,8%	8,9%	76,3%	100,0%
	Çok	Adet	13	14	70	97
		Yüzde	13,4%	14,4%	72,2%	100,0%
Toplam	Adet	59	66	375	500	
	Yüzde	11,8%	13,2%	75,0%	100,0%	

$\chi^2$ : 5.007 sd. 4 p: 0.3 r: -0.05

3. “Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.3). Katılıyorum seçeneğinde az izleyenlerin yüzdesi 75.4, çok izleyenlerin ise 72.2’dir. Gruplar arasında 2.2 oranında fark vardır. Katılıyorum diyen az grubunun katılıyorum grubu içindeki payı yüzde 53.9 çıkmıştır. Buna karşılık çok izleyenler ise



18.7 olarak belirlemiştir. Kararsızlar da 27.5 olarak görülmektedir. Dolayısıyla az izleyenlerin yüzdesi diğer ikisinin yüzdesinin toplamından 7.7 fazladır. Bu sonuçlar testin anlamsız çıkmasını açıklamaktadır. Ancak bu test George Gerbner’ı, çok-az izleyicinin enformasyon alışverişi konusundaki düşüncesi bakımından doğrulamıştır. Nitekim Gerbner’ın “bireyler arası iletişimin kaynağının kitle iletişimi olabileceğine” ilişkin düşüncesi oldukça önemlidir (Özer, 2020: 180). Bu testi Gerbner’ın düşünceleri bağlamında bu şekilde açıklamak mümkündür. Tablodan da görüldüğü gibi çok izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdeleri ile az izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdeleri arasında yalnızca 3.2 oranında fark vardır. Gruplar arası yakınlaşma söz konusudur. Aynı grup olmaları bakımından katılımcıların bireyler arası etkileşime girdikleri düşünülebilir.

**Tablo 4:** Dördüncü Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	29	99	140	268
		Yüzde	10,8%	36,9%	52,2%	100,0%
	Orta	Adet	15	40	80	135
		Yüzde	11,1%	29,6%	59,3%	100,0%
	Çok	Adet	9	33	55	97
		Yüzde	9,3%	34,0%	56,7%	100,0%
Toplam	Adet	53	172	275	500	
	Yüzde	10,6%	34,4%	55,0%	100,0%	

$\chi^2$ : 2.473 sd. 4 p: 0.6 r: 0.08

4. “Genel olarak söylersek, günümüzde polislerin sayısı giderek artmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.6). Bu testin sonucuna göre izleme yoğunluğu ile polislerin sayısının artması arasında ilişki bulunmamaktadır. Katılıyorum diyen az izleyenlerin katılıyorum grubu içindeki payı yüzde 50.9 çıkmıştır. Buna karşılık çok izleyenlerin toplam içindeki payı, 20.0 olarak belirlemiştir. Kararsızların yüzdesi ise 29.1 olarak görülmektedir. Tabloya bakıldığında katılmıyorum’dankatılıyorum’a doğru hiyerarşik bir düzen olduğunu görmek mümkündür. Bununla birlikte her üç grubun yüzdeleri birbirine yakındır. Katılıyorum diyenlerin az, orta ve çok izleyenlerinin birlikte yüzdesi 55.0’dır. Katılmayanların ise toplam içindeki yüzdesi 10.6’dır. Aralarında yüzde 44.4’lük fark söz konusudur. Bu testin sonuçlarını Gerbner’ın yukarıda sözü edilen düşüncesi bakımından açıklamak mümkündür. Nitekim az grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 52.2 oranındadır.

Çok grubunun katılıyorum diyenlerinin oranı ise 56.7 olarak belirmiştir. Grupların yüzdeleri arasında yalnızca 4.5’lik fark vardır. Bu nedenle söz konusu grupların bireyler arası etkileşime girdikleri düşünülebilir.

**Tablo 5:** Beşinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	23	26	219	268
		Yüzde	8,6%	9,7%	81,7%	100,0%
	Orta	Adet	13	12	110	135
		Yüzde	9,6%	8,9%	81,5%	100,0%
	Çok	Adet	17	5	75	97
		Yüzde	17,5%	5,2%	77,3%	100,0%
Toplam	Adet	53	43	404	500	
	Yüzde	10,6%	8,6%	80,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 7.450 sd. 4 p: 0.1 r: -0.09

4. “Genel olarak söylersek, günümüzde zengin ve yoksul arasındaki fark giderek açılmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.1). Test sonuçlarına göre katılıyorum seçeneğinde az izleyenlerin yüzdesi 81.7, çok izleyenlerin yüzdesi ise 77.32’dir. Az izleyenlerin oranı çok izleyenlerin oranından 4.38 fazladır. ‘Katılıyorum’ diyen az grubunun katılıyorum yanıtı içindeki payı yüzde 54.2 çıkmıştır. Buna karşılık çok izleyenlerin katılıyorum içindeki payı, 18.6 olarak belirmiştir. Kararsızların yüzde oranı ise 27.2 olarak görülmektedir. Dolayısıyla az izleyenlerin yüzdesi diğer ikisinin yüzdesinin toplamından 8.4 fazladır. Bu sonuçlar testin anlamsız çıkmasına neden olmaktadır. Öte yandan her ne kadar Azerbaycan’da zengin ve yoksul arasındaki fark artsa da katılımcılar orta ve orta alt kesimden olduğu için sonuçları, yakın çevreyi Azerbaycan içi olarak belirleyip buradaki zengin ve yoksul aralığının genişlemesi bakımından açıklamak mantıklı görünmemektedir. Nitekim katılımcılar aynı seviyeye yakın olmaları nedeni ile aralarında iletişime geçmiş ve etkileşimde bulunmuş olabilir. Dolayısıyla bu iletişimde belirleyici olan kitle iletişim içerikleri olmuş denebilir. Bu da Yetiştirme Kuramı’nın önerilerini reddetmekten öte doğrulamaktadır.

**Tablo 6:** Altıncı Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	31	52	185	268
		Yüzde	11,6%	19,4%	69,0%	100,0%
	Orta	Adet	16	33	86	135
		Yüzde	11,9%	24,4%	63,7%	100,0%
	Çok	Adet	15	16	66	97
		Yüzde	15,5%	16,5%	68,0%	100,0%
Toplam			62	101	337	500
			12,4%	20,2%	67,4%	100,0%

$\chi^2$ : 3.250 sd. 4 p: 0.5 r: -0.05

6. “Genel olarak söylersek, günümüzde Türkiye’nin kalbi İstanbul’da atmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.5). Test sonuçlarına göre yetiştirme delili görülmemektedir. Dolayısıyla izleyicilerin izleme yoğunluğu ile İstanbul’un Türkiye’nin kalbi olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. ‘Katılıyorum’ diyenlerden az grubunun yüzdesi 69.0, çok grubunun yüzdesi 68.0 ve kararsızların yüzdesi ise 63.7’dir. Yüzdeler birbirine oldukça yakın çıkmıştır. Bu arada katılıyorum diyenlerin az, orta ve çok izleyenlerinin birlikte yüzdesi 67.4’dür; katılmayanların toplam yüzdesi ise 12.4’dür. Aralarında yüzde 55.0 oranında fark vardır. Tablodan da görüldüğü gibi izleme oranları katılmıyorum’dankararsızım’a az artarken, katılıyorum’a çok yükselmiştir. Test sonucuna göre katılıyorum diyen az grubunda 185 kişi, katılmıyorum diyen az grubunda ise 31 kişi yer almaktadır. Bu grupta katılıyorum diyenlerinin sayısı katılmıyorum yanıtı verenlerin sayısından 6 kat daha fazladır. Az ve çok izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdeleri arasındaki yüzde 1’lik fark, grupların kitle iletişim araçlarından sunulan içerikler ile ilişkili olarak iletişim halinde olduğunu gösterebilir.

**Tablo 7:** Yedinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	27	73	168	268
		Yüzde	10,1%	27,2%	62,7%	100,0%
	Orta	Adet	17	30	88	135
		Yüzde	12,6%	22,2%	65,2%	100,0%
	Çok	Adet	8	32	57	97
		Yüzde	8,2%	33,0%	58,8%	100,0%
Toplam			52	135	313	500
			10,4%	27,0%	62,6%	100,0%

$\chi^2$ : 3.892 sd. 4 p: 0.4 r: -0.02

7. “Genel olarak söylersek, günümüzde politik açıdan merkezi bir yapı söz konusudur ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamsız çıkmıştır (p: 0.4). Tabloya göre az izleyenlerin katılıyorum diyenleri 62.7’lik yüzde oluştururken, çok izleyenler yüzde 58.8 oranındadır. Bununla birlikte az izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin bu grup içindeki yüzdesi 53.7, çok izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 18.2, kararsızların yüzde oranı ise 28.1’dir. Az izleyenlerin yüzdesi ile diğer iki grubun yüzdesi arasında 7.4’lik bir fark söz konusudur. Bütün grupların katılıyorum yanıtı verenleri ile katılmıyorum şeklinde yanıtlayanları arasında ise 52.2 oranında bir fark vardır. Bu test, teknik bakımdan yetiştirme delili sunmamıştır. Bunu kabul etmek zorunludur. Ancak tabloyu Gerbner’in düşüncesine bağlı kalarak yorumlamak mümkündür. Nitekim 313 katılımcı katılıyorum yanıtı vermiştir. Bunun yüzdesi neredeyse katılmıyorum yanıtı verenlerin 6, katılmıyorum ve kararsızım diyenlerin toplamının da 2 katıdır. Çok izleyenlerin katılıyorum grubu ile az izleyenlerin katılıyorum grubunun yüzdeleri arasında 3.9 oranında fark vardır. Bu oran, katılıyorum diyen az izleyenlerle çok izleyenlerin kitle iletişiminin içeriğine bağlı olarak bireyler arası iletişime girdiğini gösterebilir. Katılımcıların öğrenci olmalarından dolayı aynı şehirde ve benzer mekânlarda zaman geçirmesi bu sonuçların nedenlerinden biri olabilir.

**Tablo 8:** Sekizinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	45	113	110	268
		Yüzde	16,8%	42,2%	41,0%	100,0%
	Orta	Adet	28	54	53	135
		Yüzde	20,7%	40,0%	39,3%	100,0%
	Çok	Adet	15	36	46	97
		Yüzde	15,5%	37,1%	47,4%	100,0%
Toplam	Adet	88	203	209	500	
	Yüzde	17,6%	40,6%	41,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 2.550 sd. 4 p: 0.6 r: 0.03

8. “Genel olarak söylersek, günümüzde Ankara Hükümeti merkezi bir konumdadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamsız çıkmıştır (p: 0.6). Bu testin sonuçlarına göre katılıyorum diyenlerden az izleyenlerin yüzdesi 41.0, çok izleyenlerin yüzdelik içindeki payı ise 47.4’dür. Dolayısıyla burada çok izleyenlerin lehine 6.4’lük bir pay görülmektedir. Bu yüzdeler, katılıyorum grubu içinde değerlendirilecek olursa, yine katılıyorum diyenlerden az izleyenlerin payı 52.6, çok izleyenlerin payı 22.0 ve kararsızların payı ise 25.3’dür. Bu durumda az izleyenlerin

yüzdesi ile çok izleyenlerin ve kararsızların toplam yüzdesi arasında yüzde 5.2’lik bir fark vardır. Bu sonuçlar, testin anlamsız çıkmasını açıklar niteliktedir. Tablodan görüldüğü gibi az grubunun katılmıyorum yanıtı verenleri 45 kişi, katılıyorum yanıtı verenleri ise 110 kişidir. Katılmıyorum yönünde düşünenlerin sayısı azımsanmayacak kadar çok olabilir. Ancak bu durumu yakın çevre etkisiyle açıklamak gerçekçi olmaz. Nitekim çok grubunun katılıyorum yüzdesi (47.4) az grubunun katılıyorum yüzdesinden (41.0) 6.4 oranında daha fazladır. Bu durum, televizyon dünyasının bireyler arasındaki iletişime konu olduğuna ilişkin görüşle açıklanmayı mantıklı kılabilir.

**Tablo 9:** Dokuzuncu Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	59	48	161	268
		Yüzde	22,0%	17,9%	60,1%	100,0%
	Orta	Adet	29	24	82	135
		Yüzde	21,5%	17,8%	60,7%	100,0%
	Çok	Adet	19	12	66	97
		Yüzde	19,6%	12,4%	68,0%	100,0%
Toplam	Adet	107	84	309	500	
	Yüzde	21,4%	16,8%	61,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 2.368 sd. 4 p: 0.7 r: 0.07

9. “Genel olarak söylesek, günümüzde engelli bireylere gereken önem verilmemektedir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili dokuzuncu test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.7). Dolayısıyla bu test de yetiştirme delili vermemiştir. Yani izleyicilerin izleme yoğunluğu ile engelli bireylere önem verilmemektedir düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Test sonuçlarına bakılırsa katılıyorum diyenlerin az izleyenlerinin yüzdesi 60.1’dir. Buna karşın çok izleyenlerin yüzdesi ise 68.0 olarak çıkmıştır. Katılıyorum diyen kararsızlar ise yüzde 60.7’lik bir paya sahiptir. Tabloya bakıldığında her üç grubun yüzdesinin birbirine yakın olduğunu görmek mümkündür. Bu grupların üçünün birlikte toplam içindeki yüzdesi 61.8’e denk gelmektedir. Bununla birlikte katılmayanların toplam içindeki yüzdesi 21.4’dür. Bu gruplar arasında yüzde 40.4 oranında bir fark vardır. Bir başka deyişle 500 katılımcının 309’u katılıyorum derken 107’si de katılmıyorum demektedir. Ayrıca 161 az izleyen katılımcı 66 çok izleyen katılımcıdan televizyon içeriklerine bağlı enformasyon sağlamış olabilir. Bunun bir diğer göstericisi çok grubunun yüzdesinin (68.0) az grubunun yüzdesinden (60.1) 7.9 oranında yüksek olmasıdır.

**Tablo 10:** Onuncu Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	40	45	183	268
		Yüzde	14,9%	16,8%	68,3%	100,0%
	Orta	Adet	29	21	85	135
		Yüzde	21,5%	15,6%	63,0%	100,0%
	Çok	Adet	28	10	59	97
		Yüzde	28,9%	10,3%	60,8%	100,0%
Toplam		Adet	97	76	327	500
			19,4%	15,2%	65,4%	100,0%

$\chi^2$ : 10.305 sd. 4 p: 0.04 r: -0.15

10. “Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ erkek egemen yapı söz konusudur ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmıştır (p: 0.04). Bu testin anlamlı çıkması televizyon içeriklerine yoğun olarak maruz kalan izleyici grubu ile erkek egemen yapı konusu arasında anlamlı bir ilişki olduğunu kanıtlamaktadır. Dolayısıyla testin sunduğu sonuca göre televizyon dünyasından yansıyan görüntüler Yetiştirme Kuramı’nın hipotezinde olduğu gibi insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına katkıda bulunmuştur.

**Tablo 11:** On Birinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	31	36	201	268
		Yüzde	11,6%	13,4%	75,0%	100,0%
	Orta	Adet	17	17	101	135
		Yüzde	12,6%	12,6%	74,8%	100,0%
	Çok	Adet	13	11	73	97
		Yüzde	13,4%	11,3%	75,3%	100,0%
Toplam		Adet	61	64	375	500
		Yüzde	12,2%	12,8%	75,0%	100,0%

$\chi^2$ : 0.471 sd. 4 p: 0.1 r: -0.01

11. “Genel olarak söylersek, günümüzde Türk toplumunda aile kutsaldır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.1). Test sonuçlarına bakılacak olursa az grubunun katılıyorum yanıtı verenlerinin yüzdesi 75.0’dır. Buna karşın yine katılıyorum diyen çok grubunun yüzdesi ise 75.3’dür. Kararsızların katılıyorum yanıtı verenler içindeki payı 74.8 olarak belirlemiştir. Tablodan yola çıkarsak her üç grubun katılıyorum diyenlerinin yanıtları neredeyse aynı orandadır. Bu grupların birlikte katılıyorum içindeki yüzdesi 75.0’a denk gelmektedir. Bununla birlikte az grubunun katılıyorum içindeki yüzdesi 53.6, çok grubunun yüzdesi 19.5,

kararsızların yüzdesi ise 27.0'dır. Bu durumda az grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi, kararsızların ve çok izleyenlerin yüzdesinden 7.1 oranda daha fazladır. Dolayısıyla bu sonuçlar, yetiştirme delili olmadığını göstermektedir. Nitekim tablodan da görüldüğü gibi az izleyenlerin katılıyorum grubu ile çok izleyenlerin katılıyorum grubu arasında yalnızca 0.3'lük fark vardır. Aynı grubun yüzdelerinin bu kadar yakın olması kitle iletişiminin bireyler arası iletişime yansıma olasılığının fazla olduğunu gösterebilir.

**Tablo 12:** On İkinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	53	31	184	268
		Yüzde	19,8%	11,6%	68,7%	100,0%
	Orta	Adet	30	10	95	135
		Yüzde	22,2%	7,4%	70,4%	100,0%
	Çok	Adet	19	10	68	97
		Yüzde	19,6%	10,3%	70,1%	100,0%
Toplam	Adet	102	51	347	500	
	Yüzde	20,4%	10,2%	69,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 1.873 sd. 4 p: 0.8 r: 0.02

12. “Genel olarak söylersek, günümüzde birlikte yemek yemek ailenin birliğinin sürmesine katkıda bulunur ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır. Bu testin anlamsız çıkmasına yüzdeler arasındaki dengesiz dağılım neden olmuştur. Şöyle ki, katılıyorum diyen az grubunun yüzdesi 68.7, çok grubunun yüzdesi 70.1 ve kararsızların yüzdesi ise 70.4'dur. Bu pay oranı katılıyorum grubu içinde incelenirse az grubunun payı 53.0, çok grubunun payı 19.6 ve kararsızların pay oranı ise 27.3'dür. Bu durumda az grubu diğer iki grubun toplam oranından 6.1 kadar daha fazladır. Bu sonuçları üçüncü soruda sözü edilen Gerbner'ın düşünceleri yönünde yorumlamak için, az izleyenlerin katılıyorum grubu ile çok izleyenlerin katılıyorum grubu arasındaki yüzde farkına bakmak gerekecektir. Nitekim katılıyorum diyen grupların yüzdeleri birbirine çok yakındır. Söz konusu gruplar arasında yalnızca 1.4'lük bir fark vardır. Dolayısıyla aynı grubu temsil eden katılımcıların kitle iletişim içerikleri doğrultusunda bireysel iletişimde olduğu düşünülebilir.

**Tablo 13:** On Üçüncü Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	86	66	116	268
		Yüzde	32,1%	24,6%	43,3%	100,0%
	Orta	Adet	54	27	54	135
		Yüzde	40,0%	20,0%	40,0%	100,0%
	Çok	Adet	35	20	42	97
		Yüzde	36,1%	20,6%	43,3%	100,0%
Toplam	Adet	175	113	212	500	
	Yüzde	35,0%	22,6%	42,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 2.956 sd. 4 p: 0.6 r: -0.05

13. “Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar karşı cinse sevgilerini rahatça açığa vurabilmekteler ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.6). Televizyonu az izleyenlerin katılıyorum cevabı verenler içindeki yüzdesi 43.3’dür. Bununla birlikte çok izleyenlerin yüzdesi de yine 43.3 oranına denk gelmektedir. Kararsızların katılıyorum içindeki yüzdesi ise 40.0 olarak belirmiştir. Bu oranlar diğer bir açıdan incelenirse eğer az grubunun katılıyorum grubu içindeki yüzdesi 54.7, çok grubunun payı ise 19.8, kararsızların yüzdesi ise 25.4 şeklindedir. Bu üç grubun toplam içindeki yüzdesi 42.4’dür. Buna karşın katılmayanların yüzdesi ise 35.0’dır. Bu durumda katılanların ve katılmayanların toplam yüzdeleri arasında katılıyorum diyenlerin lehine 7.4 oranında fark vardır. Bu sonuçlar yetiştirme delili olmadığını ortaya koymaktadır. Şunu da belirtmek gerekir ki, Azerbaycan’da hala muhafazakâr bir toplum söz konusudur. Dolayısıyla katılımcılar üniversite öğrencileri olduklarından dolayı yaşadıkları toplumda sevgilerini açık bir şekilde ifade edememektedirler. Bu durumda soruya katılmayanların sayısının çok olması olağandır. Buna karşın az grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi (43.3) ile çok grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi (43.3) eşit olarak belirmiştir. Bu durum, kitle iletişiminin bireyler arası iletişime konu olduğu biçiminde açıklanabilir.



**Tablo 14:** On Dördüncü Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	13	72	183	268
		Yüzde	4,9%	26,9%	68,3%	100,0%
	Orta	Adet	13	33	89	135
		Yüzde	9,6%	24,4%	65,9%	100,0%
	Çok	Adet	6	19	72	97
		Yüzde	6,2%	19,6%	74,2%	100,0%
Toplam	Adet	32	124	344	500	
	Yüzde	6,4%	24,8%	68,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 5.331 sd. 4 p: 0.2 r: 0.03

14. “Genel olarak söylesek, günümüzde genç yetişkin gruplar sayısal olarak egemen konumdadırlar ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.2). Nitekim az izleyenlerin katılıyorum grubu içindeki yüzdesi 53.1 oranındadır. Ancak çok izleyenlerin aynı grup içindeki oranı ise 20.9 denkle gelmektedir. Bu nedenle az izleyen grubun oranı çok izleyen ve kararsızların oranından yüzde 6.32’lik farkla daha fazladır. Gruplar arasında sözü edilen fark, yetiştirme delili olmadığını göstermektedir. Öte yandan Mesaj Sistem Çözümlemesi sonucunda hem haberlerde hem dizilerde genç yetişkin grubun daha fazla sunulduğu ortaya çıkmıştır. Yetiştirme Çözümlemesi sonucunda ise çok izleyen gruptan 72 kişinin televizyon dünyası doğrultusunda yanıt verdiği görülmektedir. Nitekim az izleyenlerin de katılıyorum yönünde cevap verenlerinin sayısı oldukça yüksektir. Hatta bu oran katılmıyorum diyenlerden 13 kat daha fazladır. Türkiye’de kişi sayısının Azerbaycan’la karşılaştırıldığında oldukça fazla olduğu, dolayısıyla genç kesimin de çok olduğu düşünülebilir. Ancak buna karşın Azerbaycan’da kişi sayısı azdır ve her evde ortalama 2 çocuğun olduğu düşünülürse genç kesimin de daha az olduğu kanısına varmak mümkündür. Öte yandan çok izleyenlerin katılıyorum grubu ile az izleyenlerin katılıyorum grubu arasında çok izleyenlerin lehine olacak şekilde 5.9 oranında fark vardır. Bu test, her iki grubun kitle iletişim içerikleri bağlamında bilgi alışverişinde bulunmuş olması ile açıklanabilir.

**Tablo 15:** On Beşinci Yetiştirme Testi:

		Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
İzleme	Az	Adet	74	59	135	268
		Yüzde	27,6%	22,0%	50,4%	100,0%
	Orta	Adet	45	25	65	135
		Yüzde	33,3%	18,5%	48,1%	100,0%
	Çok	Adet	32	17	48	97
		Yüzde	33,0%	17,5%	49,5%	100,0%
Toplam	Adet	151	101	248	500	
	Yüzde	30,2%	20,2%	49,6%	100,0%	

$\chi^2$ : 2.343 sd. 4 p: 0.7 r: -0.05

15. “Genel olarak söylersek, günümüzde yaşlılara gereken önem verilmemektedir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.7). Dolayısıyla çok izleyen izleyici kitlesi ile yaşlılara verilen önem durumu arasında yetiştirme delili bulunmamaktadır. Katılıyorum diyen az grubunun yüzdesi 50.4, çok grubunun yüzdesi ise 49.5’dir. Bu durumda kararsızların yüzde oranı ise 48.1 olarak belirmiştir. Az grubunun katılıyorum grubu içindeki payı 54.4, çok izleyenlerin 19.3, kararsızların oranı ise 26.2’dir. Sonuç olarak az izleyenlerle çok izleyenlerin ve kararsızların toplamı arasındaki yüzde 8.9’luk fark, yetiştirme delili olmadığını gösterir. Bu testte toplam 248 kişi katılıyorum yönünde yanıt vermiştir. Bunlardan 135 kişi az izleyenler grubunu temsil etmektedir. Katılmıyorum yönünde cevap verenlerin sayısı ise 74 kişidir. Yukarıdaki testte de belirtildiği gibi Azerbaycan’da genç kesimle karşılaştırıldığında yaşlı kesim daha fazladır. Bununla birlikte Azerbaycan kültüründe yaşlı kesim büyük çoğunlukla çocuklarının yanında yaşamaktadır. Dolayısıyla eğer katılımcılar çevreden etkilenmiş olsalardı yaşlılara gereken önemin verilmediği konusunda katılmıyorum yönünde daha fazla yanıt vermiş olurlardı. Ancak az izleyenlerin bile televizyon içerikleri yönünde yanıt vermesi, öte yandan az ve çok izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdeleri arasındaki yalnızca 0.9’luk fark, katılımcıların içeriklere çok maruz kalmasalar bile, çok maruz kalan kişilerle kitle iletişim içeriklerine dayalı bireysel iletişimde olduğunu gösterebilir.

**Tablo 16:** On Altıncı Yetiştirme Testi:

		Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
İzleme	Az	Adet	41	111	116	268
		Yüzde	15,3%	41,4%	43,3%	100,0%
	Orta	Adet	22	65	48	135
		Yüzde	16,3%	48,1%	35,6%	100,0%
	Çok	Adet	16	35	46	97
		Yüzde	16,5%	36,1%	47,4%	100,0%
Toplam	Adet	79	211	210	500	
	Yüzde	15,8%	42,2%	42,0%	100,0%	

$\chi^2$ : 4.243 sd. 4 p: 0.4 r: -0.01

16. “Genel olarak söylersek, günümüzde her hangi bir mafya grubuna üye olanların sayısı giderek artmaktadır” ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.4). Az izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdelik oranı 43.3, katılıyorum yanıtı veren çok grubunun oranı 47.7, kararsızların oranı ise 35.6’dır. Tabloya bakıldığında dengeli bir dağılım olduğunu görmek mümkündür. Bununla birlikte katılıyorum diyenlerden az grubunun katılıyorum grubu içindeki yüzdesi 55.2, çok grubunun 21.9, kararsızların payı ise 22.8 şeklindedir. Dolayısıyla az grubunun payı diğer iki grubun toplam payından 10.5 oranında daha fazladır. Tablodan da görüldüğü üzere az izleyenlerin katılıyorum diyenleri 116 kişi, katılmıyorum diyenleri ise 41 kişidir. Katılımcıların öğrenci olduğu ve üniversite okudukları için daha güvenli yerleri tercih ettikleri, dolayısıyla daha önce mafya grupları ile karşılaşmadıklarını söylemek mümkündür. Bu nedenle az izleyenlerden 41 kişi katılmıyorum yönünde yanıt vermiş olabilir. Nitekim az izleyen 116 kişi ise mafya grubuna üye olanların sayısının giderek arttığını düşünmektedir. Katılımcıların çevreden etkilendiğini söylemek gerçekçi olmayacaktır. Öte yandan az ve çok grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdeleri arasındaki 4.1 oranındaki fark, gruplar arasında kitle iletişim araçlarından sunulan içerikler bağlamında iletişimin olduğunu açıklayabilir.

**Tablo 17:** On Yedinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	15	24	229	268
		Yüzde	5,6%	9,0%	85,4%	100,0%
	Orta	Adet	8	14	113	135
		Yüzde	5,9%	10,4%	83,7%	100,0%
	Çok	Adet	9	9	79	97
		Yüzde	9,3%	9,3%	81,4%	100,0%
Toplam	Adet	32	47	421	500	
	Yüzde	6,4%	9,4%	84,2%	100,0%	

$\chi^2$ : 1.907 sd. 4 p: 0.7 r: -0.10

17. “Genel olarak söylersek, günümüzde suç oranı giderek artmaktadır.” ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.7). Test sonucunun anlamsız çıkmasına yüzdeler arasındaki dengesiz dağılım neden olmaktadır. Nitekim katılıyorum diyenlerin az grubunun yüzdesi 85.4, çok izleyenlerin yüzdesi ise 83.7 oranındadır. Bu durumda az izleyenler ve çok izleyenler grubunun yüzdeleri arasında çok fark olmamakla birlikte, katılıyorum diyenlerin yüzdeleri diğerleri ile karşılaştırılınca çok fazladır. Bu test sonucunda az grubunun katılıyorum diyenleri katılmıyorum diyenlerinden 15 kat daha fazladır. Yani az grubunun katılıyorum diyenleri 229 kişi, katılmıyorum diyenleri ise 15 kişi olmaktadır. Yukarıdaki test sonucunda belirtildiği gibi katılımcılar öğrenci olduklarından dolayı daha güvenilir semtleri tercih etmektedir. Bununla birlikte az ve çok izleyenlerin katılıyorum grupları arasında az izleyenlerin lehine olacak şekilde yüzde 4’lük bir fark vardır. Dolayısıyla bu test, aynı grubu temsil eden katılımcıların kitle iletişim içerikleri doğrultusunda bireysel iletişimde olduğu şeklinde açıklanabilir.

**Tablo 18:** On Sekizinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	16	25	227	268
		Yüzde	6,0%	9,3%	84,7%	100,0%
	Orta	Adet	6	14	115	135
		Yüzde	4,4%	10,4%	85,2%	100,0%
	Çok	Adet	10	10	77	97
		Yüzde	10,3%	10,3%	79,4%	100,0%
Toplam	Adet	32	49	419	500	
	Yüzde	6,4%	9,8%	83,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 3.614 sd. 4 p: 0.5 r: -0.09

18. “Genel olarak söylersek, günümüzde yolsuzluk yapanların sayısı giderek artmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.5). Testin anlamsız çıkmasının nedenlerinden biri tablodaki dengesiz dağılımdır. Aynı zamanda katılıyorum diyen az, orta, çok gruplarının yanıtları arasında çok fark yoktur. Şöyle ki, az izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin oranı 84.7, kararsızların katılıyorum diyenlerinin payı 85.2 ve çok izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin oranı ise 79.4’dür. Bu durumda çok izleyenlerin katılıyorum oranı ile az izleyenlerin katılıyorum oranı arasında yüzde 5.3 fark vardır. Bu fark, Yetiştirme’nin anlamlı çıkmamasının göstergelerinden biridir. Buna karşın katılıyorum diyen az grubu 227 kişi, katılmıyorum diyen az grubu ise 16 kişiden oluşmaktadır. Katılıyorum diyenler katılmıyorum diyenlerden 14 kat daha fazladır. Dolayısıyla öğrencilerin zamanlarının büyük çoğunluğunu diğer öğrencilerle geçirdikleri göz önünde bulundurulursa, yolsuzluk yapanlarla karşılaşmadıklarını söylemek mümkündür. Buna karşın katılımcıların az izleyenlerinin çok izleyenlerle aynı görüşte olması onlarla bilgi alışverişinde bulduklarını gösterebilir.

**Tablo 19:** On Dokuzuncu Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	71	71	126	268
		Yüzde	26,5%	26,5%	47,0%	100,0%
	Orta	Adet	34	33	68	135
		Yüzde	25,2%	24,4%	50,4%	100,0%
	Çok	Adet	29	26	42	97
		Yüzde	29,9%	26,8%	43,3%	100,0%
Toplam	Adet	134	130	236	500	
	Yüzde	26,8%	26,0%	47,2%	100,0%	

$\chi^2$ : 1.265 sd. 4 p: 0.9 r: -0.02

19. “Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar cinsellik konusunda daha özgür davranabilmektedir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamsız çıkmıştır (p: 0.9). Bu test sonuçlarına göre az izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin katılıyorum grubu içindeki yüzdesi 53.4, kararsızların 28.8, çok izleyenlerin yüzdesi 17.8 oranındadır. Bununla birlikte az izleyenlerin katılıyorum yüzdesi diğer iki grubun toplam yüzdesinden 6.8’lik farkla daha fazladır. Yetiştirme Kuramı’nın temel hipotezinde olduğu gibi televizyon içeriklerine çok maruz kalan kişiler, bu içeriklere daha az maruz kalan kişilerle karşılaştırıldığında televizyon dünyasından yansıyan görüntüler doğrultusunda dünya görüşü ve sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına sahip

olmaktadırlar. Bu durumda insanların cinsellik konusunda daha özgür davranması varsayımı ile yoğun izleme oranı arasında anlamlı ilişki bulunmamaktadır. Günümüz Azerbaycan toplumunda süregelen korumacı bir yapı söz konusudur. Bu nedenle “İnsanlar cinsellik konusunda daha özgür davranabilmektedir” sorusuna katılmıyorum diyenlerin sayısı azımsanamayacak kadar çoktur. Ancak kararsız kalan katılımcılar da katılmıyorum diyenlerle aynı oranı paylaşmaktadır. Her iki grubu temsil eden kişi sayısı 71’dir. Buna karşın az izleyenlerin katılıyorum diyenleri ise 126 kişiden oluşmaktadır. Dolayısıyla katılıyorum diyenler oran olarak yine de katılmıyorum diyenlerden 55 kişi daha fazladır. Bu durumda korumacı bir çevrede yaşadıklarından dolayı öğrencilerin katılmama oranı yüksek olabilir. Ancak az izleyenlerin daha fazla oranda katılması televizyon mesajları bağlamında çok izleyenlerle düşünce alışverişinde olduğunu gösterebilir.

**Tablo 20:** Yirminci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	70	92	106	268
		Yüzde	26,1%	34,3%	39,6%	100,0%
	Orta	Adet	35	47	53	135
		Yüzde	25,9%	34,8%	39,3%	100,0%
	Çok	Adet	26	29	42	97
		Yüzde	26,8%	29,9%	43,3%	100,0%
Toplam	Adet	131	168	201	500	
	Yüzde	26,2%	33,6%	40,2%	100,0%	

$\chi^2$ : 0.805 sd. 4 p: 0.9 r: 0.02

20. “Genel olarak söylersek, günümüzde LGBTİ üyeleri kendilerini yeterince temsil edememektedir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamsız çıkmıştır (p: 0.9). Tabloya göre katılıyorum diyenlerin katılıyorum grubu içindeki yüzdesi az izleyen gruplar için 52.7, kararsızların yüzdesi 26.4 ve çok izleyenlerin yüzdesi ise 20.9 şeklindedir. Bu nedenle az izleyen grubun yüzdesi diğer grupların yüzdesinden 5.4 oranında daha fazladır. Aynı zamanda bu soruda katılmayanların ve kararsızların oranı çok fazla gözükmemektedir. Buna karşın az grubunda katılıyorum diyen 106 kişi katılmayanlardan 36 kişi daha fazladır. Daha önce Azerbaycan’da sözü edilen grupların kendilerini toplumda ifade etmek için yaptığı protestolar bağlamında soruya katılmayanlar olsa da, az izleyenlerin sayı olarak daha fazla olması durumun çevre etkisiyle açıklanamayacağı göstermektedir. Öte yandan katılıyorum diyen çok grubunun yüzdesi katılıyorum diyen az grubunun yüzdesinden yalnızca 3.7’lik farkla daha

fazladır. Aynı grubun yüzdelerinin yakın olması kitle iletişiminin bireyler arası iletişime yansıma olasılığının fazla olduğunun belirtisi olabilir.

**Tablo 21:** Yirmi Birinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	19	28	221	268
		Yüzde	7,1%	10,4%	82,5%	100,0%
	Orta	Adet	18	17	100	135
		Yüzde	13,3%	12,6%	74,1%	100,0%
	Çok	Adet	11	13	73	97
		Yüzde	11,3%	13,4%	75,3%	100,0%
Toplam	Adet	48	58	394	500	
	Yüzde	9,6%	11,6%	78,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 5.712 sd. 4 p: 0.2 r: -0.12

21. “Genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamsız çıkmıştır (p: 0.2). Bu test sonucuna göre çok ve orta izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdesi birbirine çok yakındır. Çok grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 75.3, orta izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdesi ise 74.1 oranındadır. Buna karşın televizyonu daha az izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdesi (82.5) ise diğer iki grubun yüzdesine göre daha fazladır. Tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız sorusuna bütün gruplar az, orta ve çok izleyenler olarak yüksek oranda katıldıklarını belirtmektedirler. Bu grupların katılıyorum grubu içindeki değerlerine bakılacak olursa az izleyenlerin payı 56.0, orta izleyenlerin payı 25.4, çok izleyenlerin payı ise 18.5 şeklindedir. Nitekim katılıyorum diyen az grubunun 221 kişi, katılmıyorum yanıtı verenlerin ise 19 kişi olduğuna bakılırsa Gerbner’ın, Yetiştirme Kuramı ile ilgili televizyonun düşsel dünyasına bağlı kalmanın uzun dönemli toplam rolüne odaklandığı ve kişilerin bilgi alışverişinde bulunabildikleri sözlerini hatırlatmak yerinde olacaktır.

**Tablo 22:** Yirmi İkinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	22	30	216	268
		Yüzde	8,2%	11,2%	80,6%	100,0%
	Orta	Adet	7	17	111	135
		Yüzde	5,2%	12,6%	82,2%	100,0%
	Çok	Adet	12	7	78	97
		Yüzde	12,4%	7,2%	80,4%	100,0%
Toplam	Adet	41	54	405	500	
	Yüzde	8,2%	10,8%	81,0%	100,0%	

$\chi^2$ : 5.182sd. 4 p: 0.3 r: 0.004

22. “Genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilemez ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamsız çıkmıştır (p: 0.3). Bu test sonuçlarında az izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 80.6, çok izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin payı ise 80.4olarak belirmiştir. Burada ilginç olan durum, orta derecede izleyen grubun katılıyorum diyenlerinin yüzdesinin (82.2) az ve çok izleyen grupların katılıyorum diyenlerinin yüzdesinden daha fazla olmasıdır. Toplamda bu soruya 405 kişi katılıyorum yönünde yanıt vermiştir. Katılmıyorum diyen 22 kişi katılıyorum diyen 216 kişiden 10 kat daha azdır. Bu testte tablodan da görüldüğü üzere katılıyorum diyen az ve çok grubunun yüzdeleri birbirine çok yakındır. Nitekim gruplar arasındaki yüzde farkı yalnızca 0.2 oranındadır. Bu durum, aynı grupların izledikleri içeriklerle ilişkili bireysel iletişimde olduğu şeklinde açıklanabilir.

**Tablo 23:** Yirmi Üçüncü Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	11	33	224	268
		Yüzde	4,1%	12,3%	83,6%	100,0%
	Orta	Adet	11	17	107	135
		Yüzde	8,1%	12,6%	79,3%	100,0%
	Çok	Adet	8	12	77	97
		Yüzde	8,2%	12,4%	79,4%	100,0%
Toplam	Adet	30	62	408	500	
	Yüzde	6,0%	12,4%	81,6%	100,0%	

$\chi^2$ : 3.744 sd. 4 p: 0.4 r: -0.12

23. “Genel olarak söylersek, günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.4). Burada az grubunun katılmıyorum diyenlerinin yüzdesi 4.1, yine aynı grubun



katılıyorum diyenlerinin yüzdesi ise 83.6'dır. Buna karşın çok grubunun katılmıyorum diyenlerinin yüzdesi 8.2, katılıyorum diyenlerinin yüzdesi ise 79.4 oranındadır. Televizyon içeriklerini az izleyen grubun katılmıyorum ve katılıyorum oranlarının çok izleyenlerin yüzdelerinden daha fazla olması yetiştirme delilinin bulunmamasının nedenini açıklamaktadır. Bu soruya toplamda 30 kişi katılmadığını belirtmektedir. Ancak az izleyenlerin katılmıyorum diyenlerinin sayısı ise sadece 11 kişidir. Buna karşın az izleyenlerin katılıyorum diyenleri ise 20 kat daha fazladır. Yani toplamda 224 kişiye denk gelmektedir. Bu test sonucunda katılıyorum diyen az grubu ile katılıyorum diyen çok grubunun yüzdeleri arasındaki fark 4.2 oranında çıkmıştır. Bu sonuçlar, aynı gruplar olmaları dolayısıyla kitle iletişim araçlarından sunulan görüntüler doğrultusunda iletişimde oldukları şeklinde açıklanabilir.

**Tablo 24:** Yirmi Dördüncü Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	18	28	222	268
		Yüzde	6,7%	10,4%	82,8%	100,0%
	Orta	Adet	7	20	108	135
		Yüzde	5,2%	14,8%	80,0%	100,0%
	Çok	Adet	14	9	74	97
		Yüzde	14,4%	9,3%	76,3%	100,0%
Toplam	Adet	39	57	404	500	
	Yüzde	7,8%	11,4%	80,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 9.428 sd. 4 p: 0.05 r: -0.14

24. “Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmıştır (p: 0.05).

Test sonuçlarına göre katılımcılar insanların saldırıya uğradıklarını düşünmektedirler.

**Tablo 25:** Yirmi Beşinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	44	33	191	268
		Yüzde	16,4%	12,3%	71,3%	100,0%
	Orta	Adet	27	30	78	135
		Yüzde	20,0%	22,2%	57,8%	100,0%
	Çok	Adet	14	14	69	97
		Yüzde	14,4%	14,4%	71,1%	100,0%
Toplam	Adet	85	77	338	500	
	Yüzde	17,0%	15,4%	67,6%	100,0%	

$\chi^2$ : 9.580 sd. 4 p: 0.05 r: -0.07

25. “Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet her sosyoekonomik statü üyeleri arasında yaşanmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmıştır (p: 0.05). Bu testin sonucuna göre televizyon mesajlarına çok maruz kalan kişilerle, şiddetin bütün sosyoekonomik statü üyeleri arasında yaşandığı düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 26:** Yirmi Altıncı Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	42	39	187	268
		Yüzde	15,7%	14,6%	69,8%	100,0%
	Orta	Adet	29	23	83	135
		Yüzde	21,5%	17,0%	61,5%	100,0%
	Çok	Adet	23	14	60	97
		Yüzde	23,7%	14,4%	61,9%	100,0%
Toplam	Adet	94	76	330	500	
	Yüzde	18,8%	15,2%	66,0%	100,0%	

$\chi^2$ : 4. 816 sd. 4 p: 0.3 r: -0.14

26. “Genel olarak söylersek, günümüzde gece dışarıda zaman geçirmek tehlikelidir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.3). Bu test sonuçlarına göre katılmıyorum diyen çok grubunun yüzdesi (23.7) az izleyen grubun yüzdesine (15.7) göre daha fazladır. Aynı şekilde katılıyorum diyen gruplardan az izleyenlerin yüzdesi (69.8) çok izleyenlerin yüzdesinden (61.9) 7.9 oranında daha fazladır. Bu durum yetiştirme deliline ulaşamama nedenini açıklamaktadır. Tablodan da görüldüğü gibi bu testte toplam 330 kişi katılıyorum yönünde yanıt vermektedir. Bunlardan 187 kişi az grubuna, 60 kişi ise çok grubuna dâhildir. Katılmıyorum yönünde düşünen az grubu ise 42 kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların öğrenci olduğundan dolayı sakin bir semtte yaşadığı göz önünde bulundurulursa, gece dışarıda zaman geçirmenin tehlikeli olmadığını düşünmüş olabilirler. Ancak az izlemesine karşın çok izleyen grupla aynı dünya görüşüne sahip olan katılımcıların televizyon içeriklerine ilişkin çok maruz kalan kişilerle enformasyon alışverişinde olabilecekleri söylenebilir.

**Tablo 27:** Yirmi Yedinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	86	64	118	268
		Yüzde	32,1%	23,9%	44,0%	100,0%
	Orta	Adet	40	32	63	135
		Yüzde	29,6%	23,7%	46,7%	100,0%
	Çok	Adet	39	21	37	97
		Yüzde	40,2%	21,6%	38,1%	100,0%
Toplam	Adet	165	117	218	500	
	Yüzde	33,0%	23,4%	43,6%	100,0%	

$\chi^2$ : 3. 182 sd. 4 p: 0.5 r: -0.05

27. “Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.5). Tabloya göre az grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 44.0, çok grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 38.1 ve orta izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdesi ise 46.7 oranındadır. Bu tabloda ilginç olan durum orta izleyenlerin katılıyorum diyenlerinin yüzdesinin diğer iki grubun yüzdesinden daha fazla olmasıdır. Bu pay oranına katılıyorum grubu içinde bakılacak olursa az grubunun yüzdesi 54.1 şeklindedir. Buna karşın çok izleyenlerin toplam içindeki yüzdesi ise 17.0 olarak belirmiştir. Dolayısıyla az grubunun yüzdesi, çok ve orta izleyenlerin oranının toplamından 8.2’lik bir farkla daha fazladır. Bu test sonuçlarına göre az grubunun katılmayanları 86 kişi, katılanları ise 118 kişiden oluşmaktadır. Dolayısıyla günümüzde şiddetin daha çok erkekler arasında yaşandığına katılmayan öğrenci sayısı oldukça fazladır. Ancak bunun nedeni katılımcılardan 300 kişinin kadın, 200 kişinin ise erkek olması ve kız öğrencilerin erkekler arasında yaşanan şiddeti daha önce gözlemlememesi olabilir. Aynı zamanda katılımcılar öğrenci olduğundan şiddet olaylarına çok karışmamış olabilirler. Öte yandan katılıyorum grubunun lehine olacak şekilde 32 kişinin fazla olması az grubunun çok grubundan televizyon dünyası yönünde bilgi alışverişinde bulunduğu şeklinde açıklanabilir. Dolayısıyla test sonuçlarını çevre etkisiyle açıklamak doğru olmayacaktır.

**Tablo 28:** Yirmi Sekizinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	14	31	223	268
		Yüzde	5,2%	11,6%	83,2%	100,0%
	Orta	Adet	9	13	113	135
		Yüzde	6,7%	9,6%	83,7%	100,0%
	Çok	Adet	9	8	80	97
		Yüzde	9,3%	8,2%	82,5%	100,0%
Toplam		Adet	32	52	416	500
		Yüzde	6,4%	10,4%	83,2%	100,0%

$\chi^2$ : 2. 720 sd. 4 p: 0.6 r: -0.02

28. “Genel olarak söylersek, günümüzde birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.6). Bu testin anlamsız çıkmasının nedeni tablodan da görüldüğü gibi yüzdeler arasındaki dengesiz dağılım olabilir. Katılıyorum diyen grupların yüzdeleri bir birine çok yakınken, katılmıyorum diyen çok izleyenlerin oranı (9.3), az (5.2) ve orta izleyenlerin oranlarından (6.7) daha fazladır. Öte yandan katılıyorum diyen toplam katılımcı sayısı ise 416 kişidir. Katılmıyorum diyen katılımcı sayısı ise toplamda 32 kişiden oluşmaktadır. Bu durumda teknik açıdan anlamlı bir yetiştirme delili bulunmamaktadır. Bu tabloda az grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 83.2, çok grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi ise 82.5’dir. Söz konusu grupların yüzdeleri arasında yalnızca 0.7 oranında fark vardır. Bu durum, aynı grup olmaları dolayısıyla izledikleri içeriklerle ilişkili bireysel iletişimde olduğu şeklinde açıklanabilir

**Tablo 29:** Yirmi Dokuzuncu Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	29	20	219	268
		Yüzde	10,8%	7,5%	81,7%	100,0%
	Orta	Adet	7	11	117	135
		Yüzde	5,2%	8,1%	86,7%	100,0%
	Çok	Adet	7	7	83	97
		Yüzde	7,2%	7,2%	85,6%	100,0%
Toplam		Adet	43	38	419	500
		Yüzde	8,6%	7,6%	83,8%	100,0%

$\chi^2$ : 3. 970 sd. 4 p: 0.4 r: 0.14

29. “Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla

ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.4). Bu test sonucunda az grubunun katılıyorum diyenlerinin payı 81.7, çok grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 85.6, orta izleyenlerin aynı grubunun yüzde oranı ise 86.7'ye denk gelmektedir. Bu durumda katılıyorum diyen gruplar arasında orta izleyenlerin oranı diğer iki grubun oranı ile karşılaştırıldığında daha fazladır. Aynı zamanda katılmıyorum'dankatılıyorum'a doğru dengeli olmayan bir dağılım mevcuttur. Burada dikkat edilmesi gereken diğer nokta katılıyorum diyen az grubunun katılmıyorum diyen gruptan 7 kat daha fazla olmasıdır. Şöyle ki az grubunun katılanları 219 kişi, katılmayanları ise 29 kişiden oluşmaktadır. Öte yandan az ve çok grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdeleri arasında 3.9'luk fark vardır. Dolayısıyla aynı grup olmaları itibariyle bunların bireyler arası etkileşimden etkilendikleri söylenebilir.

**Tablo 30:** Otuzuncu Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	49	55	164	268
		Yüzde	18,3%	20,5%	61,2%	100,0%
	Orta	Adet	37	23	75	135
		Yüzde	27,4%	17,0%	55,6%	100,0%
	Çok	Adet	28	12	57	97
		Yüzde	28,9%	12,4%	58,8%	100,0%
Toplam	Adet		114	90	296	500
	Yüzde		22,8%	18,0%	59,2%	100,0%

$\chi^2$ : 8. 430 sd. 4 p: 0.08 r: -0.10

30. “Genel olarak söylersek artık, günümüzde gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.08). Bu test sonuçlarında ki kare değerinin yüksek olmasına karşın yetiştirme delili bulunamamıştır. Katılıyorum diyen bütün grupların toplam içindeki yüzdesi 59.2 şeklindedir. Katılmıyorum diyen grupların toplam içindeki yüzdesi ise 22.8 olarak belirlemiştir. Dolayısıyla bu gruplar arasında 36.4 oranında katılıyorum diyenlerin lehine olacak şekilde fark vardır. Test sonuçlarına göre katılmıyorum diyen kişi sayısı azımsanmayacak kadar çoktur. Nitekim az grubunun katılmayanları 49 kişiden oluşmaktadır. Buna karşın az grubunun katılanlarının sayısı ise 164 kişidir. Bu durumda katılıyorum diyen az grup 3 kat daha fazladır. Dolayısıyla öğrenciler, gündüzleri üniversitede daha çok zaman geçirdiği düşünülürse gündüz saatlerinin tehlikeli olmadığı kanısına varmış olabilirler. Tabloya bakıldığında katılıyorum diyen

çok grubunun (61.2) katılıyorum diyen az grubundan (58.8) 2.4 oranında fazla olduğu görülmektedir. Bu nedenle katılıyorum diyen az ve çok gruplarının kitle iletişim araçlarının içerikleri doğrultusunda bilgi alışverişinde oldukları düşünülebilir.

**Tablo 31:** Otuz Birinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	14	21	233	268
		Yüzde	5,2%	7,8%	86,9%	100,0%
	Orta	Adet	9	11	115	135
		Yüzde	6,7%	8,1%	85,2%	100,0%
	Çok	Adet	10	3	84	97
		Yüzde	10,3%	3,1%	86,6%	100,0%
Toplam	Adet	33	35	432	500	
	Yüzde	6,6%	7,0%	86,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 5.462 sd. 4 p: 0.2 r: -0.04

31. “Genel olarak söylersek, günümüzde çok sayıda kadın şiddete uğramaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.2). Bu test sonuçlarına göre katılıyorum diyen az grubunun yüzdesi 86.9, çok grubunun katılıyorum diyenlerinin yüzdesi 86.6 olarak belirmiştir. Bu durumda az grubunun katılıyorum grubu içindeki payı 52.9’a denk gelirken, çok grubunun yüzdesi 19.4, orta derece izleyenlerin toplam içindeki payı ise 26.6 olacak şekildedir. Dolayısıyla az izleyenlerin yüzdesi çok ve orta derece izleyenlerin yüzdesinden 6.9 kadar fazladır. Bu sonuç yetiştirme delili için yeterli değildir. Çok izleyenlerin katılıyorum grubu ile az izleyenlerin katılıyorum grubunun yüzdeleri neredeyse eşittir. Söz konusu grupların yüzdeleri arasında yalnızca 0.3 oranında fark vardır. Bu oran, aynı grubu temsil eden katılımcıların kitle iletişim içerikleri bağlamında enformasyon alışverişinde bulduklarını gösterebilir.

**Tablo 32:** Otuz İkinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	44	28	196	268
		Yüzde	16,4%	10,4%	73,1%	100,0%
	Orta	Adet	20	23	92	135
		Yüzde	14,8%	17,0%	68,1%	100,0%
	Çok	Adet	15	12	70	97
		Yüzde	15,5%	12,4%	72,2%	100,0%
Toplam	Adet	79	63	358	500	
	Yüzde	15,8%	12,6%	71,6%	100,0%	

$\chi^2$ : 3. 570 sd. 4 p: 0.5 r: -0.03

32. “Genel olarak söylersek günümüzde artık, kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.5). Katılıyorum diyen az grubunun yüzdesi (73.1) ile çok grubunun yüzde oranları (72.2) bir birine yakinken, orta derece izleyenlerin yüzdesi (68.1) diğer iki grubun oranından daha azdır. Katılmıyorum diyenlerden az grubunun toplam içindeki yüzdesi 55.7, orta derece izleyenlerin yüzdesi 25.3 ve çok izleyenlerin yüzdesi ise 19.0 olarak belirmiştir. Her üç grup için katılmıyorum diyenlerin toplam yüzdesi 15.8, aynı şekilde katılıyorum diyenlerin yüzdesi ise 71.6 şeklindedir. Bu yüzdeler arasında 55.8’lik bir fark vardır. Katılıyorum diyen az grubunu 196 kişi, katılmıyorum diyen az grubunu ise 44 kişiden oluşturmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi öğrencilerin kadına yönelik şiddetle karşılaşmaması katılmıyorum diyen kişi sayısının 44 olmasına neden olabilir. Ancak katılıyorum diyen 196 kişi sayısının bu orandan 5 kat daha fazla olması sonuçların çevre etkisiyle açıklanmayacağını ortaya koyar. Öte yandan bu durum, az izleyenlerin çok izleyenlerle iletişim araçlarının içeriklerine bağlı bilgi alışverişinden kaynaklanabilir. Nitekim grupların yüzdeleri arasındaki oran yalnızca 0.9’dur.

**Tablo 33:** Otuz Üçüncü Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	63	47	158	268
		Yüzde	23,5%	17,5%	59,0%	100,0%
	Orta	Adet	26	24	85	135
		Yüzde	19,3%	17,8%	63,0%	100,0%
	Çok	Adet	12	16	69	97
		Yüzde	12,4%	16,5%	71,1%	100,0%
Toplam	Adet	101	87	312	500	
	Yüzde	20,2%	17,4%	62,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 6. 216 sd. 4 p: 0.2 r: 0.16

33. “Genel olarak söylersek günümüzde artık, kadına yönelik şiddet kamusal alanda da uygulanmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.2). Bu test sonuçlarını tablonun dikey yönünde yorumlamak gerekirse televizyon içeriklerine az maruz kalan izleyicilerden çok maruz kalan izleyicilerin yanıtlarına doğru dengeli bir değişim söz konusudur. Şöyle ki, katılmıyorum diyen izleyicilerin yüzde oranı az izleyenden çok izleyene doğru azalırken, katılıyorum diyenlerin yanıtları ise az’dançok’a doğru yükselmektedir. Aynı zamanda sonuçlardan

da görüldüğü gibi testin ki kare değeri de yüksektir. Ancak test sonuçlarında yetiştirme delili bulunmamaktadır. Günümüzde kamusal alanda kadına yönelik şiddetin yaşanmadığını düşünen kişi sayısı yeteri kadar fazladır. Buna karşın az grubunun katılıyorum diyenleri ise 158 kişiden oluşmaktadır. Dolayısıyla katılanlar katılmayanlardan 2 kat daha fazladır. Öğrencilerin üniversitede fazla zaman geçirmesi ve burada daha çok öğrencilerle ve öğretmen kesimle bir arada bulunması katılıyorum yönünde düşünenlerin sayısının fazla olmasına neden olabilir. Buna karşın katılanların sayısının çok olması durumu çevre etkisiyle açıklamanın doğru olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte katılıyorum diyen çok grubunun yüzdesi (71.1) katılıyorum diyen az grubunun yüzdesinden (59.0) 12.1 oranında daha fazladır. Dolayısıyla bu sonuçlar söz konusu gruplar arasında zaten kitle iletişim araçlarına bağlı bireysel iletişimin olduğunu gösterebilir.

**Tablo 34:** Otuz Dördüncü Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	34	107	127	268
		Yüzde	12,7%	39,9%	47,4%	100,0%
	Orta	Adet	23	55	57	135
		Yüzde	17,0%	40,7%	42,2%	100,0%
	Çok	Adet	17	32	48	97
		Yüzde	17,5%	33,0%	49,5%	100,0%
Toplam	Adet	74	194	232	500	
	Yüzde	14,8%	38,8%	46,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 3. 578 sd. 4 p: 0. 5r: -0.04

34. “Genel olarak söylersek günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.5). Test sonuçlarına göre katılıyorum diyen az grubunun katılıyorum grubu içindeki yüzdesi 54.7, çok grubunun yüzdesi 20.7, orta derece izleyenlerin yüzdesi 24.6 olacak şekildedir. Bu durumda az izleyenlerin yüzdesi çok ve orta izleyenlerin yüzdesinden 8.7 oranda daha fazladır. Bu nedenle yetiştirme delili bulunmamaktadır. Öte yandan İstanbul’un tehlikeli bir şehir olduğuna katılmayan kişi sayısı 34’dür. Buna karşın 127 kişi ise İstanbul’un tehlikeli olduğunu düşünmektedir. Tablodan da görüldüğü gibi katılıyorum diyen çok izleyenlerin yüzdesi (49.5) katılıyorum diyen az izleyenlerin yüzdesinden (47.4) 2.1 oranında fazladır. Bu oran, grupların televizyondan yansıyan içerikler bağlamında iletişimde olması ile açıklanabilir.



**Tablo 35:** Otuz Beşinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	39	55	174	268
		Yüzde	14,6%	20,5%	64,9%	100,0%
	Orta	Adet	18	42	75	135
		Yüzde	13,3%	31,1%	55,6%	100,0%
	Çok	Adet	21	21	55	97
		Yüzde	21,6%	21,6%	56,7%	100,0%
Toplam	Adet	78	118	304	500	
	Yüzde	15,6%	23,6%	60,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 8. 997 sd. 4 p: 0. 06 r: -0.13

35. “Genel olarak söylersek günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.06). Bu test sonucunda ki kare değeri yüksek çıkmasına karşın p: 0.05 üzeri anlamlı kabul edilmediği için yetiştirme delili bulunamamıştır. Test sonuçlarına göre toplam 500 kişiden 304 kişi katılıyorum, 78 kişi katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir.

**Tablo 36:** Otuz Altıncı Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	64	91	113	268
		Yüzde	23,9%	34,0%	42,2%	100,0%
	Orta	Adet	40	42	53	135
		Yüzde	29,6%	31,1%	39,3%	100,0%
	Çok	Adet	19	29	49	97
		Yüzde	19,6%	29,9%	50,5%	100,0%
Toplam	Adet	123	162	215	500	
	Yüzde	24,6%	32,4%	43,0%	100,0%	

$\chi^2$ : 4. 649 sd. 4 p: 0.3 r: -0. 04

36. “Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.3). Test sonuçlarının anlamsız çıkmasının nedenlerinden biri tablodaki dengesiz dağılım olabilir. Bununla birlikte orta derece izleyenlerin katılmıyorum diyenlerinin yüzdesi (29.6) diğer iki grubun az (23.9) ve çok (19.6) izleyenlerinin ayrılıkta yüzdesinden daha fazladır. Tablodan da görüldüğü gibi bu test sonuçlarına göre katılmıyorum diyen kişi sayısı 64’dür. Buna karşın az izleyenlerin katılıyorum diyenleri ise 113 kişiden oluşmaktadır. Yinede katılıyorum diyenlerin oranı katılmıyorum yanıtı verenlerden 2 kat daha fazladır. Azerbaycan’da üniversitelerin daha çok şehir merkezlerinde yerleşmesi ve katılımcıların da üniversite içinde fazla zaman harcaması

onlarda şehir merkezlerinin tehlikeli olmadığı yönünde düşünce oluşturmuş olabilir. Bu testte katılıyorum diyen çok grubunun yüzdesi 50.5, az grubunun yüzdesi ise 42.2'dir. Sonuçlardan da görüldüğü gibi gruplar arasında çok grubunun lehine olacak şekilde yüzde 8.5 fazlalık vardır. Söz konusu fark, zaten aynı grupta yer alan katılımcıların kitle iletişim araçlarından sunulan bilgiler doğrultusunda bireysel iletişimde olduğu şeklinde açıklanabilir.

**Tablo 37:**Otuz Yedinci Yetiştirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	50	88	130	268
		Yüzde	18,7%	32,8%	48,5%	100,0%
	Orta	Adet	27	39	69	135
		Yüzde	20,0%	28,9%	51,1%	100,0%
	Çok	Adet	21	31	45	97
		Yüzde	21,6%	32,0%	46,4%	100,0%
Toplam	Adet	98	158	244	500	
	Yüzde	19,6%	31,6%	48,8%	100,0%	

$\chi^2$ : 1.056 sd. 4 p: 0.9 r: -0.02

37. “Genel olarak söylersek günümüzde şiddet tanınmamış insanlar arasında yoğun olarak yaşanmaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test anlamlı çıkmamıştır (p: 0.9). Bu testin anlamsız çıkmasının nedenlerinden biri katılmıyorum diyen grubun çok izleyenlerinin yüzdesinin, az izleyen grubunun yüzdesinden 2.9 oranında daha fazla olmasıdır. Aynı şekilde katılıyorum diyen grubun çok izleyenlerinin yüzdesi az izleyen grubun yüzdesinden 2.1 oranında daha azdır. Dolayısıyla gruplar arasındaki sözü edilen fark, Yetiştirme'nin anlamsız çıkmasına neden olmaktadır. Katılmıyorum yönünde yanıt verenlerin sayısı 50 kişi olsa da, az grubunun katılıyorum yanıtı verenleri 80 kişi daha fazladır. Dolayısıyla az izleyen katılımcılarçok izleyen diğer katılımcılarla kitle iletişim araçları özellikle televizyon içerikleri konusunda bireysel iletişimde olmuş olabilirler. Nitekim çok grubunun yüzdesi ile (46.4), az grubunun yüzdesinin (48.5) birbirine yakın olması bunun bir göstergesi olabilir.

#### 4.2 Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi Sonuçları ve Yorumları

Bu çalışmada Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi, Yetiştirme soruları kapsamında ara değişkenler katılarak yapılmıştır. Çözümlemeye göre toplamda 11 test anlamlı sonuçlanmıştır. Şunu da belirtmek gerekir ki, Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi sonucu Yetiştirme Çözümlemesi'nde anlamsız çıkan bazı testlerin anlamlı çıkması iki çözümlemenin farklı amaçlara hizmet ettiğini göstermez. Nitekim daha önce de belirtildiği gibi çözümlenmeler birbirini tamamlamaktadır. Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi yalnızca televizyonun yetiştirme rolünü açıklamaya yönelik daha ayrıntılı yapılan araştırmadır.

Çözümlemelerde yaş, cinsiyet ve haftalık harçlık miktarı değişken olarak esas alınmaktadır. Cinsiyete ve öğrencilerin haftalık harcama miktarına göre 2'şer test anlamlı çıkarken, yaş değişkenine göre ise 7 Yaygın Görüş Haline Getirme hipotezi anlamlı sonuçlanmıştır. Katılımcılar cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkek olarak ayrılmaktadır. Yaş değişkenine göre birinci grubu temsil eden katılımcılar 19 yaş ve altı olan öğrencilerdir. İkinci gruba dâhil olan katılımcılar ise 20 yaş ve üstünü temsil etmektedir. Harcama oranlarına göre yine iki gruba bölünen öğrencilerden birinci grupta yer alanlar haftalık 1000 Türk lirasının altında harcama yapanlar, ikinci grupta yer alanlar ise haftalık 1000 Türk lirası ve üzeri harcama yapanlardır.

**Tablo 38:** Birinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

				Katılmıyoru m	Kararsızım	Katılıyoru m	Toplam	
Birinci grup	Az	Adet		33	48	113	194	
		Yüzde		17,0%	24,7%	58,2%	100,0 %	
	Orta	Adet		22	15	61	98	
		Yüzde		22,4%	15,3%	62,2%	100,0 %	
	Çok	Adet		17	7	49	73	
		Yüzde		23,3%	9,6%	67,1%	100,0 %	
	Toplam			Adet	72	70	223	365
				Yüzde	19,7%	19,2%	61,1%	100,0 %
	İkinci grup	Az	Adet		13	16	45	74
			Yüzde		17,6%	21,6%	60,8%	100,0 %
Orta		Adet		8	5	24	37	

			Yüzde	21,6%	13,5%	64,9%	100,0%
		Çok	Adet	5	3	16	24
			Yüzde	20,8%	12,5%	66,7%	100,0%
	Toplam		Adet	26	24	85	135
			Yüzde	19,3%	17,8%	63,0%	100,0%
Total	İzleme	Az	Adet	46	64	158	268
			Yüzde	17,2%	23,9%	59,0%	100,0%
		Orta	Adet	30	20	85	135
			Yüzde	22,2%	14,8%	63,0%	100,0%
		Çok	Adet	22	10	65	97
			Yüzde	22,7%	10,3%	67,0%	100,0%
	Toplam		Adet	98	94	308	500
			Yüzde	19,6%	18,8%	61,6%	100,0%

$\chi^2$ : 9.674 sd. 4 p: 0.05 r: 0. 05

38. “Genel olarak söylersek, günümüzde evlilik hâlâ önemini korumaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test yaş bakımından ikinci grup kontrol edildiğinde birinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.05). Birinci grubun katılıyorum diyen çok grubunun yüzdesi 67.1, ikinci grubun katılıyorum diyen çok grubunun yüzdesi 66.7 olarak belirmiştir.

**Tablo 39:** İkinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

			Katılmıyorm	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
Birinci grup	İzleme	Az	Adet	24	28	142	194
			Yüzde	12,4%	14,4%	73,2%	100,0%
	Orta	Adet	23	8	67	98	
			Yüzde	23,5%	8,2%	68,4%	100,0%
	Çok	Adet	7	5	61	73	
			Yüzde	9,6%	6,8%	83,6%	100,0%
	Toplam		Adet	54	41	270	365

			Yüzde	14,8%	11,2%	74,0%	100,0%
İkinci grup	İzleme	Az	Adet	14	7	53	74
			Yüzde	18,9%	9,5%	71,6%	100,0%
		Orta	Adet	8	4	25	37
			Yüzde	21,6%	10,8%	67,6%	100,0%
		Çok	Adet	2	3	19	24
			Yüzde	8,3%	12,5%	79,2%	100,0%
		Toplam	Adet	24	14	97	135
			Yüzde	17,8%	10,4%	71,9%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	38	35	195	268
			Yüzde	14,2%	13,1%	72,8%	100,0%
		Orta	Adet	31	12	92	135
			Yüzde	23,0%	8,9%	68,1%	100,0%
		Çok	Adet	9	8	80	97
			Yüzde	9,3%	8,2%	82,5%	100,0%
		Toplam	Adet	78	55	367	500
			Yüzde	15,6%	11,0%	73,4%	100,0%

$\chi^2$ : 12.271 sd. 4 p: 0.01 r: 0. 07

39. “Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test yaş bakımından ikinci grup kontrol edildiğinde birinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.01). Bu test sonuçlarında belirtilmesi gereken nokta, ki kare değerinin yüksek olmasına karşın ilişkinin gücünün zayıf çıkmasıdır.

**Tablo 40:** Üçüncü Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Birinci grup	İzleme	Az	Adet	12	18	164	194
			Yüzde	6,2%	9,3%	84,5%	100,0%
		Orta	Adet	16	12	70	98
			Yüzde	16,3%	12,2%	71,4%	100,0%
		Çok	Adet	8	12	53	73
			Yüzde	11,0%	16,4%	72,6%	100,0%

Toplam			Adet	36	42	287	365
			Yüzde	9,9%	11,5%	78,6%	100,0%
İkinci grup	İzleme	Az	Adet	7	10	57	74
			Yüzde	9,5%	13,5%	77,0%	100,0%
		Orta	Adet	2	5	30	37
			Yüzde	5,4%	13,5%	81,1%	100,0%
		Çok	Adet	3	1	20	24
			Yüzde	12,5%	4,2%	83,3%	100,0%
		Toplam	Adet	12	16	107	135
			Yüzde	8,9%	11,9%	79,3%	100,0%
Total	İzleme	Az	Adet	19	28	221	268
			Yüzde	7,1%	10,4%	82,5%	100,0%
		Orta	Adet	18	17	100	135
			Yüzde	13,3%	12,6%	74,1%	100,0%
		Çok	Adet	11	13	73	97
			Yüzde	11,3%	13,4%	75,3%	100,0%
		Toplam	Adet	48	58	394	500
			Yüzde	9,6%	11,6%	78,8%	100,0%

$\chi^2$ : 11.171 sd. 4 p: 0.02 r: -0.27

40. “Genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test yaş bakımından ikinci grup kontrol edildiğinde birinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p:0.02).

**Tablo 41:** Dördüncü Yaygın Haline Getirme Testi:

				Katılmıyoru m	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Birinci grup	İzleme	Az	Adet	11	19	164	94
			Yüzde	5,7%	9,8%	84,5%	100,0%
		Orta	Adet	6	16	76	98
			Yüzde	6,1%	16,3%	77,6%	100,0%
		Çok	Adet	11	8	54	73
			Yüzde	15,1%	11,0%	74,0%	100,0%
		Toplam	Adet	28	43	294	365
			Yüzde	7,7%	11,8%	80,5%	100,0%
İkinci grup	İzleme	Az	Adet	7	9	58	74
			Yüzde	9,5%	12,2%	78,4%	100,0%
		Orta	Adet	1	4	32	37
			Yüzde	2,7%	10,8%	86,5%	100,0%
		Çok	Adet	3	1	20	24
			Yüzde				

			Yüzde	12,5%	4,2%	83,3%	100,0%
	Toplam		Adet	11	14	110	135
			Yüzde	8,1%	10,4%	81,5%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	18	28	222	268
			Yüzde	6,7%	10,4%	82,8%	100,0%
		Orta	Adet	7	20	108	135
			Yüzde	5,2%	14,8%	80,0%	100,0%
		Çok	Adet	14	9	74	97
			Yüzde	14,4%	9,3%	76,3%	100,0%
		Toplam	Adet	39	57	404	500
			Yüzde	7,8%	11,4%	80,8%	100,0%

$\chi^2$ : 9.821 sd. 4 p: 0.04 r: -0.23

41. "Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz" sorusuyla ilgili test yaş bakımından ikinci grup kontrol edildiğinde birinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.04).

**Tablo 42:** Beşinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Birinci grup	İzleme	Az	Adet	29	45	120	194
			Yüzde	14,9%	23,2%	61,9%	100,0%
		Orta	Adet	27	17	54	98
			Yüzde	27,6%	17,3%	55,1%	100,0%
		Çok	Adet	23	7	43	73
			Yüzde	31,5%	9,6%	58,9%	100,0%
		Toplam	Adet	79	69	217	365
			Yüzde	21,6%	18,9%	59,5%	100,0%
İkinci grup	İzleme	Az	Adet	20	10	44	74
			Yüzde	27,0%	13,5%	59,5%	100,0%
		Orta	Adet	10	6	21	37
			Yüzde	27,0%	16,2%	56,8%	100,0%
		Çok	Adet	5	5	14	24
			Yüzde	20,8%	20,8%	58,3%	100,0%
		Toplam	Adet	35	21	79	135
			Yüzde	25,9%	15,6%	58,5%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	49	55	164	268
			Yüzde	18,3%	20,5%	61,2%	100,0%
		Orta	Adet	37	23	75	135
			Yüzde	27,4%	17,0%	55,6%	100,0%
		Çok	Adet	28	12	57	97
			Yüzde	28,9%	12,4%	58,8%	100,0%

Toplam	Adet	114	90	296	500
	Yüzde	22,8%	18,0%	59,2%	100,0%

$\chi^2$ : 14.750sd. 4 p: 0.005 r: -0.14

42. “Genel olarak söylersek artık, günümüzde gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test yaş bakımından ikinci grup kontrol edildiğinde birinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.005). Öncelikle şunu belirtmek gerekir ki, bu test sonucunda ki kare değerinin yüksek çıkmasıyla birlikte ilişkinin gücü de güçlü çıkmıştır. Birinci ve ikinci grubun katılıyorum diyen gruplarının az ve çok izleyenlerinin oranları birbirine çok yakındır.

**Tablo 43:** Altıncı Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Birinci grup	İzleme	Az	Adet	26	79	89	194
			Yüzde	13,4%	40,7%	45,9%	100,0%
	Orta	Adet	19	37	42	98	
		Yüzde	19,4%	37,8%	42,9%	100,0%	
	Çok	Adet	11	29	33	73	
		Yüzde	15,1%	39,7%	45,2%	100,0%	
	Toplam	Adet	56	145	164	365	
		Yüzde	15,3%	39,7%	44,9%	100,0%	
İkinci grup	İzleme	Az	Adet	8	28	38	74
			Yüzde	10,8%	37,8%	51,4%	100,0%
	Orta	Adet	4	18	15	37	
		Yüzde	10,8%	48,6%	40,5%	100,0%	
	Çok	Adet	6	3	15	24	
		Yüzde	25,0%	12,5%	62,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	18	49	68	135	
		Yüzde	13,3%	36,3%	50,4%	100,0%	
Toplam	İzleme	Az	Adet	34	107	127	268
			Yüzde	12,7%	39,9%	47,4%	100,0%
	Orta	Adet	23	55	57	135	
		Yüzde	17,0%	40,7%	42,2%	100,0%	
	Çok	Adet	17	32	48	97	
		Yüzde	17,5%	33,0%	49,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	74	194	232	500	
		Yüzde	14,8%	38,8%	46,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 9.753 sd. 4 p: 0.05 r: -0.03



43. “Genel olarak söylersek günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test yaş bakımından birinci grup kontrol edildiğinde ikinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.05).

**Tablo 44:** Yedinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
Birinci grup	İzleme	Az	Adet	31	40	123	194	
			Yüzde	16,0%	20,6%	63,4%	100,0%	
	Orta	Adet	9	33	56	98		
		Yüzde	9,2%	33,7%	57,1%	100,0%		
	Çok	Adet	17	19	37	73		
		Yüzde	23,3%	26,0%	50,7%	100,0%		
	Toplam	Adet	57	92	216	365		
		Yüzde	15,6%	25,2%	59,2%	100,0%		
	İkinci grup	İzleme	Az	Adet	8	15	51	74
				Yüzde	10,8%	20,3%	68,9%	100,0%
Orta		Adet	9	9	19	37		
		Yüzde	24,3%	24,3%	51,4%	100,0%		
Çok		Adet	4	2	18	24		
		Yüzde	16,7%	8,3%	75,0%	100,0%		
Toplam		Adet	21	26	88	135		
		Yüzde	15,6%	19,3%	65,2%	100,0%		
Toplam		İzleme	Az	Adet	39	55	174	268
				Yüzde	14,6%	20,5%	64,9%	100,0%
	Orta	Adet	18	42	75	135		
		Yüzde	13,3%	31,1%	55,6%	100,0%		
	Çok	Adet	21	21	55	97		
		Yüzde	21,6%	21,6%	56,7%	100,0%		
	Toplam	Adet	78	118	304	500		
		Yüzde	15,6%	23,6%	60,8%	100,0%		

$\chi^2$ : 11. 334 sd. 4 p: 0.02 r: -0. 14

44. “Genel olarak söylersek günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test yaş bakımından ikinci grup kontrol edildiğinde birinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.02).

**Tablo 45:** Sekizinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Erkek	İzleme	Az	Adet	12	16	80	108
			Yüzde	11,1%	14,8%	74,1%	100,0%
	Orta	Adet	9	5	40	54	

			Yüzde	16,7%	9,3%	74,1%	100,0%
		Çok	Adet	4	5	29	38
			Yüzde	10,5%	13,2%	76,3%	100,0%
	Toplam		Adet	25	26	149	200
			Yüzde	12,5%	13,0%	74,5%	100,0%
Kadın	İzleme	Az	Adet	26	19	115	160
			Yüzde	16,3%	11,9%	71,9%	100,0%
	Orta	Adet	22	7	52	81	
		Yüzde	27,2%	8,6%	64,2%	100,0%	
	Çok	Adet	5	3	51	59	
		Yüzde	8,5%	5,1%	86,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	53	29	218	300	
		Yüzde	17,7%	9,7%	72,7%	100,0%	
Toplam	İzleme	Az	Adet	38	35	195	268
			Yüzde	14,2%	13,1%	72,8%	100,0%
	Orta	Adet	31	12	92	135	
		Yüzde	23,0%	8,9%	68,1%	100,0%	
	Çok	Adet	9	8	80	97	
		Yüzde	9,3%	8,2%	82,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	78	55	367	500	
		Yüzde	15,6%	11,0%	73,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 11. 666 sd. 4 p: 0.02 r: 0. 10

45. “Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test cinsiyet bakımından erkek grubu kontrol edildiğinde kadın grubu bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.02).

**Tablo 46:** Dokuzuncu Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Erkek	İzleme	Az	Adet	12	17	79	108
			Yüzde	11,1%	15,7%	73,1%	100,0%
	Orta	Adet	9	13	32	54	
		Yüzde	16,7%	24,1%	59,3%	100,0%	
	Çok	Adet	8	6	24	38	
		Yüzde	21,1%	15,8%	63,2%	100,0%	
	Toplam	Adet	29	36	135	200	
		Yüzde	14,5%	18,0%	67,5%	100,0%	
Kadın	İzleme	Az	Adet	28	28	104	160
			Yüzde	17,5%	17,5%	65,0%	100,0%
	Orta	Adet	20	8	53	81	
		Yüzde	24,7%	9,9%	65,4%	100,0%	

		Çok	Adet	20	4	35	59
			Yüzde	33,9%	6,8%	59,3%	100,0%
	Toplam		Adet	68	40	192	300
			Yüzde	22,7%	13,3%	64,0%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	40	45	183	268
			Yüzde	14,9%	16,8%	68,3%	100,0%
	Orta	Adet	29	21	85	135	
		Yüzde	21,5%	15,6%	63,0%	100,0%	
	Çok	Adet	28	10	59	97	
		Yüzde	28,9%	10,3%	60,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	97	76	327	500	
		Yüzde	19,4%	15,2%	65,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 10.277 sd. 4 p: 0.04 r: -0.11

46. “Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ erkek egemen yapı söz konusudur ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test cinsiyet bakımından erkek grubu kontrol edildiğinde kadın grubu bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.04).

**Tablo 47:** Onuncu Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Birinci grup	İzleme	Az	Adet	39	62	148	249
			Yüzde	15,7%	24,9%	59,4%	100,0%
	Orta	Adet	26	20	79	125	
		Yüzde	20,8%	16,0%	63,2%	100,0%	
	Çok	Adet	21	10	61	92	
		Yüzde	22,8%	10,9%	66,3%	100,0%	
	Toplam	Adet	86	92	288	466	
		Yüzde	18,5%	19,7%	61,8%	100,0%	
İkinci grup	İzleme	Az	Adet	7	2	10	19
			Yüzde	36,8%	10,5%	52,6%	100,0%
	Orta	Adet	4	0	6	10	
		Yüzde	40,0%	0,0%	60,0%	100,0%	
	Çok	Adet	1	0	4	5	
		Yüzde	20,0%	0,0%	80,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	12	2	20	34	
		Yüzde	35,3%	5,9%	58,8%	100,0%	
Toplam	İzleme	Az	Adet	46	64	158	268
			Yüzde	17,2%	23,9%	59,0%	100,0%
	Orta	Adet	30	20	85	135	
		Yüzde	22,2%	14,8%	63,0%	100,0%	
	Çok	Adet	22	10	65	97	
		Yüzde	28,9%	10,3%	60,8%	100,0%	

	Yüzde	22,7%	10,3%	67,0%	100,0%
Toplam	Adet	98	94	308	500
	Yüzde	19,6%	18,8%	61,6%	100,0%

$\chi^2$ : 10.853 sd. 4 p: 0.03 r: 0.03

47. “Genel olarak söylersek, günümüzde evlilik hâlâ önemini korumaktadır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test harçlık bakımından ikinci grup kontrol edildiğinde birinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.03).

**Tablo 48:** On Birinci Yaygın Görüş Haline Getirme Testi:

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
Birinci grup	İzleme	Az	Adet	34	32	183	249
			Yüzde	13,7%	12,9%	73,5%	100,0%
	Orta	Adet	28	12	85	125	
		Yüzde	22,4%	9,6%	68,0%	100,0%	
	Çok	Adet	8	8	76	92	
		Yüzde	8,7%	8,7%	82,6%	100,0%	
	Toplam	Adet	70	52	344	466	
		Yüzde	15,0%	11,2%	73,8%	100,0%	
İkinci grup	İzleme	Az	Adet	4	3	12	19
			Yüzde	21,1%	15,8%	63,2%	100,0%
	Orta	Adet	3	0	7	10	
		Yüzde	30,0%	0,0%	70,0%	100,0%	
	Çok	Adet	1	0	4	5	
		Yüzde	20,0%	0,0%	80,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	8	3	23	34	
		Yüzde	23,5%	8,8%	67,6%	100,0%	
Toplam	İzleme	Az	Adet	38	35	195	268
			Yüzde	14,2%	13,1%	72,8%	100,0%
	Orta	Adet	31	12	92	135	
		Yüzde	23,0%	8,9%	68,1%	100,0%	
	Çok	Adet	9	8	80	97	
		Yüzde	9,3%	8,2%	82,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	78	55	367	500	
		Yüzde	15,6%	11,0%	73,4%	100,0%	

$\chi^2$ : 10.242 sd. 4 p: 0.04 r: 0.06

48. “Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla ilgili test harçlık bakımından ikinci grup kontrol edildiğinde birinci grup bakımından anlamlı çıkmıştır (p: 0.04).

## 5. SONUÇ

Bu çalışma, George Gerbner'in Yetiştirme Kuramı çerçevesinde yapılan araştırmalarına dayandırılmıştır. Araştırma, Türk televizyonlarında sunulan içeriklerin Azerbaycan'daki öğrenciler üzerinde yetiştirme rolü olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu amaca ulaşmak için kuramın bileşenlerinden Mesaj Sistem Çözümlemesi, Yetiştirme Çözümlemesi ve bunlara ek olarak Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi gerçekleştirilmiştir.<sup>7</sup>

Gerbner'in Yetiştirme Kuramı ile ilgili ileri sürdüğü düşünceler tüm kitle iletişim araçları bakımından geçerlidir. Buna karşın, televizyonun araştırmalarda daha çok yer alması merkezi bir hikâye anlatma sistemi olması ile ilgilidir. Nitekim televizyon, iletişim aracı olarak hayatımızın ayrılmaz bir parçasıdır ve reklamlar, haberler ve diğer programlarla birlikte mesaj dünyasını yaratmaktadır. Günümüz Azerbaycan toplumunda ise televizyon yeni kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasına karşın işlevselliğini sürdürmektedir. Çalışmanın giriş bölümünde de belirtildiği gibi yazar, Azerbaycanlı olması dolayısıyla Azerbaycan'da önce gözlemler yapmış, sonrasında ise bu gözlemlerden yola çıkarak ön anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Bu anket sonuçları yazarın gözlemlerini doğrular niteliktedir. Nitekim Azerbaycanlı gençlerin yüzde 65'i Türk televizyon kanallarını izlediklerini belirtmiştir. Bu nedenle Mesaj Sistem Çözümlemesi, Türk televizyon kanalları üzerinde; Yetiştirme Çözümlemesi ise Azerbaycan'daki üniversite öğrencileri üzerinde uygulanmıştır.

George Gerbner, hayvanların deneyimden öğrendiğini, insanların ise nasıl deneyime sahip olacaklarını öğrendiğini söylemektedir. Yine Gerbner'in düşüncesine göre insanlar anlattığı hikâyelerden oluşmaktadır (Gerbner, 1986:254). Kültürel çevreyi tanımlayan bu hikâyeler üç gruba bölünmektedir: Birinci tür hikâyeler işlerin nasıl yürüdüğünü, ikinci tür hikâyeler şeylerin ne olduğunu, üçüncü tür hikâyeler ise ne yapılması gerektiğini açıklamaktadır (Gerbner, 2002: 126). İnsanlık tarihinde ilk hikâye anlatımı yüz yüze gerçekleşmiştir ve bu tür anlatma şekli uzun bir tarihi dönemi kapsamıştır. Söz konusu dönemde yalnızca önemli bilgiler zahmetli bir şekilde elle yazılmıştır. Bu nedenle yazı yazmak kutsal olduğundan köleler için yasaklanmıştır. Yazıyı bilenler insanlara rehberlik etmiş, onlara yol göstermiştir. Ancak Sanayi Devrimi

---

<sup>7</sup> Bu çalışmada Kültürel Göstergeler Projesi'nin bileşenlerinden olan Kurumsal Süreç Çözümlemesi yapılmamıştır. Türkiye'de Kurumsal Süreç Çözümlemesi'nin uygulandığı tek çalışma 2004 yılında Ömer Özer tarafından gerçekleştirilmiştir.

ile birlikte bütün süreç değişmiştir. Nitekim Sanayi Devrimi matbaa makinesinin keşfi ile anılmaktadır. Matbaayla birlikte kitap ve tüm diğer ürünlerin insanlara ulaşması daha da hızlı bir şekil almıştır. Bütün bu gelişmeler gerçekleşecek ayaklanmalar için başlangıç oluşmuştur. Özetle, matbaa hikâye anlatımının endüstriyellesmesini başlatmıştır (Gerbner, 2002:126).

Baskıya dayalı kültürün daha da gelişmesi Telekomünikasyon Çağı'nı başlatmıştır. Şöyle ki söz konusu çağ, insanları evlerinden ayırmak yerine onların evlerinde daha çok zaman geçirmelerini sağlamaktadır (Gerbner, 2002: 127). Gerbner'a göre insanlık tarihinde ilk kez çocuklar gün içinde ortalama 7 saatten fazla kitlesel olarak üretilmiş hikâyelere maruz kalmıştır. Sözü edilen hikâyeler ailelerden, okullardan, kiliselerden, mahallelerden ve hatta kendi ülkelerinden bile gelmemektedir. Bu hikâyeler pazarlanmak için üretilmiş içeriklerden oluşmaktadır. Devlet ve kilise arasındaki tarihsel bağ yerini devlet ve televizyon arasındaki yeni ortak yaşama devretmiştir. Örneğin devletler kendi seçtikleri kamu kuruluşu ve özel kuruluşlarla birlikte yasal sınırlılıklar getirebilmektedir. Aynı zamanda dev endüstriler anaakım için kendi mesajlarını oluşturabilmektedir. Bir taraftan kanallar çoğalsa ve yeni teknolojiler yaşamın her alanına dâhil olsa da öte yandan bu gelişmeler seçeneklerin ortadan kalkmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bütün bunlar yerel ve dar görüşlü ufukları genişletiyor gibi gözükse de aslında bakış açılarının homojenleşmesini sağlamaktadır. Bilim insanları ve sanatçılar insanları bu konuda aydınlatabilir ya da bu gelişmelere meydan okuyabilir. Ancak dönemin pazarlama stratejilerine ve önceliklerine uymak zorundadırlar (Gerbner, 1998a: 23).

Gerbner'a göre bunlarla başa çıkmanın yolu, ilk olarak evdeki içerikleri seçici olarak görüntülemektir. Aynı zamanda seçilen içerikler saate göre değil, programa göre tercih edilmelidir. Öte yandan kamu ve yükseköğretim kurumları konuyla ilgili gerekli eğitimleri vererek katkı sağlamalıdır. Bunun en önemli yolu ise kitle iletişim araçlarının çözümlemesidir. Bu çözümleme Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesi bileşenlerinden oluşan Kültürel Göstergeler Projesi'dir (Gerbner,1998a: 29-30).

Gerbner, Kültürel Göstergeler Projesi ile ilgili ilk çalışmalarında televizyondaki şiddetin doğasını ve televizyon dünyasını açıklamak istemiştir. Bu nedenle uzun dönemli bir araştırmanın temelini oluşturmak için televizyon içerikleri üzerinde gerekli

incelemeler gerçekleştirmiştir (Özer, 2020: 92). Gerbner'a göre insanlar tarih boyu farklı savaşları ve şiddet olaylarını deneyimlemiş olabilirler. Ancak hiçbir dönem, televizyon dünyasında sunulan içeriklerdeki kadar şiddet görüntüleri ile dolu olmamıştır. Şiddet, bir güç göstergesidir. Şiddet, devletlerin toplumlar üzerindeki baskısını daha kolay hale getirmektedir. Medya şiddeti ise devletlerin, kurumların işlevlerini daha ucuz, daha kolay ve eğlenceli bir şekilde gerçekleştiren sembolik güç göstergesidir (Gerbner, 2002: 128). Ancak bütün bu sonuçlardan yola çıkarak Yetiştirme Kuramı'nın bir şiddet ya da televizyon kuramı olduğu düşünülmemelidir. Yetiştirme, bütün kitle iletişim araçlarına uygulanabilen bir hikâye anlatma kuramıdır.

### **5.1 Mesaj Sistem Çözümlemesi Sonuçları ve Değerlendirmeleri**

Televizyon dünyasının özellikleri ile ilgili temel bulgulara ulaşmak için yapılan Mesaj Sistem Çözümlemesi gençlerin en çok tercih ettikleri Atv, Kanal D, Star ve Show Tv kanalları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bulgular sonucunda televizyon dünyası ile ilgili birtakım verilere ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, genellikle içeriklerin ciddi formatta yayınlandığı, görüntülerde suç ve şiddet olaylarının fazla sunulduğu, söz konusu olayların neredeyse tamamının büyükşehirlerde ya da şehir merkezlerinde yaşandığı, bu şehirler içerisinde özellikle İstanbul sonrasında ise Ankara'nın yer aldığı şeklindedir. Yine bu sonuçlara göre kadınlar, yaşlılar, fiziksel ve zihinsel engelli bireyler ve cinsel azınlıklar neredeyse hiç sunulmamaktadır. Ayrıca içeriklerde heteroseksüel kimlikler dışında herhangi farklı bir cinsel kimlik temsil olunmamaktadır.

Mesaj Sistem Çözümlemesi televizyon dünyasında şiddet, ölüm, suç, cinayet, cinsel ilişkiler gibi konuların diğer konularla karşılaştırıldığında daha fazla sunulduğunu ortaya çıkarmıştır. Nitekim bu görüntüler tüm ulusal kanallarda yayınlanabilen ve herkes tarafından aynı şekilde anlaşılabilen ve ticari olarak en fazla kâr ettiren içeriklerdir. Öte yandan şiddet içeriklerinin sıklıkla sunulması toplumda korku yaratmakta ve insanların kendi rızaları ile belli güçlerin kontrolü altına girmesini sağlamaktadır. Bu nedenle kanal sayısının fazla olmasına karşın program içerikleri birbiriyle örtüşmektedir. Çözümlemeye dayanarak tüm kanallarda benzer saatlerde benzer içerikler sunulmaktadır. Haber programlarının ve dizilerin ortalama olarak aynı saatte sunulması buna örnektir.

Çözümleme bulgularından ulaşılan bir diğer sonuç daha önce belirtildiği gibi erkek egemen yapının temsilidir. Erkekler, hem ana karakter hem de yardımcı

karakterler bakımından sayıca üstündür. Çoğunlukla genç yetişkin grubu temsil eden erkekler maddi olarak daha iyi durumda olmakla birlikte iş insanıdır ve başarılıdır. Buna karşın kadınlar ise iş hayatından soyutlanmış, daha çok yardıma ihtiyaç duymakta ve çoğu zaman çocukları ile birlikte sunulmaktadır. Dolayısıyla televizyon dünyası ile gerçek dünyanın örtüşmediğini söylemek doğru olacaktır.

Bütün bu sonuçlar Gerbner'in televizyon dünyası ile ilgili düşüncelerini destekler niteliktedir. Nitekim Gerbner (1985) yaptığı çalışmalarda televizyonda erkeklerin kadınlardan fazla sunulduğunu, 65 yaş üstü kişilerin gerçek yaşamla karşılaştırıldığında daha az görüntülediğini ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte televizyon içerikleri izleyicilere "Eğer erkekseniz her şeyi yapabilirsiniz, ancak kadınsanız genç ya da yaşlı fark etmeden herhangi bir anlamda azınlığın bir üyesiyse yalnızca sayılarda değil, aynı zamanda fırsatlarda da yetersiz temsil edilmektesiniz" şeklinde mesaj vermektedir. Bu nedenle Gerbner, televizyon dünyasının yalnızca bir sayıdan oluşmadığını, görüntülerde sunulan karakter sayılarının bu kültürde yetişen insanların maruz kaldığı ve öğrendiği iletiler olduğunu belirtmiştir.

## **5.2 Yetiştirme Çözümlemesi Sonuçları ve Değerlendirmeleri**

Yetiştirme Çözümlemesi için saha araştırmasında kullanılmak üzere 37 soru hazırlanmıştır. Söz konusu sorular, Yetiştirme Kuramı'nın doğasına uygun bir şekilde Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin bulgularına dayanarak oluşturulmuştur. Araştırma için Azerbaycan'da, İletişim Fakültesinin olmadığı 5 üniversiteden 300 kadın ve 200 erkek olmak üzere 500 kişiye ulaşılmıştır. Kuramın temel hipotezinden yola çıkarak televizyon içeriklerine çok maruz kalan katılımcıların televizyon dünyasından yansıyan görüntüler doğrultusunda sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına ve dünya algısına sahip olup olmadığı araştırılmıştır. Katılımcılara yöneltilen sorulardan Yetiştirme Çözümlemesi sonucunda 5 test anlamlı sonuçlanmıştır. Anlamlı çıkan testler şunlardır: "Evlilik hâlâ önemini korumaktadır.", "Bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır.", "Hâlâ erkek egemen yapı söz konusudur." "İnsanlar her an bir saldırıya uğrayabilir." "Şiddet her sosyoekonomik statü üyeleri arasında yaşanmaktadır." Dolayısıyla Yetiştirme Çözümlemeleri sonucunda televizyonu izleme yoğunluk oranlarının yukarıdaki varsayımlar bakımından etkili olduğunu söylemek mümkündür. Başka bir şekilde açıklamak gerekirse Azerbaycan'da gerçekleştirilen Yetiştirme Çözümlemesi sonuçlarına göre televizyonu çok izleyen öğrenciler, az izleyen



öğrencilerle karşılaştırıldıklarında hâlâ evliliğin önemli olduğunu, çalışmayan kadın sayısının fazla olduğunu, erkek egemen yapının söz konusu olduğunu, insanların her an bir saldırıya uğrayabileceğini, şiddetin her sosyoekonomik statü üyeleri arasında yaşandığını düşünmektedirler.

Yetirme Çözümlemesi sonucunda anlamlı çıkan testlerle birlikte anlamsız testler de çıkmıştır. Söz konusu soruların anlamlı sonuçlanmaması farklı nedenlerden kaynaklanabilmektedir. Bu nedenlerden birincisi katılımcıların Azerbaycanlı öğrenciler olmalarından dolayı yalnızca Türk televizyon kanallarını değil aynı zamanda yerel ve farklı ülkelerin kanallarını da izlemeleridir. Nitekim daha önce de belirtildiği gibi uygulanan ön anket çalışmasında öğrencilerden yüzde 65'i Türk kanallarını izlediklerini belirtmiştir. Dolayısıyla yüzde 35 oranında kesimin diğer kanalları izlemesi yetiştirme sorularına verdikleri yanıtlar üzerinde etkili olabilmektedir. Bunun yanı sıra anlamsız çıkan yetiştirme sorularını Azerbaycan'daki sosyokültürel durumla açıklamak mümkündür. Örneğin yaşlılara gereken önem verilmiyor sorusunun anlamsız çıkmasının nedeni genel olarak Azerbaycan'da yaşlı ebeveynlerin bakımını çocuklarının üstlenmesidir. Dolayısıyla üniversite öğrencisi olan katılımcıların anne ve babaları dışında ailenin diğer büyük üyeleri ile birlikte yaşıyor olmaları bu durumu açıklayabilir. Anlamsız çıkan "Günümüzde birlikte yemek yemek ailenin birliğinin sürmesine katkıda bulunur." sorusu bu şekilde açıklanabilir. Azerbaycan'da üniversitelerin büyük çoğunluğu Bakü'de bulunmaktadır. Bu nedenle öğrencilerin içerisinde Bakü'de yaşayanlarla birlikte başka şehirlerden gelenler de bulunmaktadır. Söz konusu katılımcılar öğrenci olduğu için ailelerinden uzakta yaşadıkları ve onlarla birlikte çok zaman geçiremedikleri düşünülürse bu şekilde yanıt vermeleri olağandır.

Yetiştirme testleri arasında anlamsız çıkan "Günümüzde insanlar karşı cinse sevgilerini rahatça açığa vurabilmektedirler ve günümüzde insanlar cinsellik konusunda daha özgür davranabilmektedirler." soruları içerik anlamında birbiri ile bağlantılı sorulardır. Dolayısıyla testlerin anlamsız çıkma nedeniyle de ilişkili olduğu düşünülebilir. Bu testler, Azerbaycan toplumunda süregelen kültürel yapı ile açıklanabilir. Nitekim Azerbaycan'da hâlâ muhafazakâr bir toplum söz konusudur. Bu nedenle de katılımcılar yaşadıkları çevrede sevgilerini açık bir şekilde ifade edememekte ve cinsellik konusunda özgür davranmamaktadırlar. Öğrencilerin bu şekilde düşünmesi söz konusu testlere verdikleri yanıtlarla örtüşmektedir. Nitekim insanların sevgilerini

açıkça ifade edemediklerini düşünen kişi sayısı kararsız katılımcılarla birlikte 288'dir. İnsanların cinsellik konusunda özgür davranmadığını düşünen kişi sayısı ise yine kararsız katılımcılarla birlikte 264 kişidir. Her iki soru için katılımcıların yüzde 50 oranından fazlasının bu şekilde yanıt vermesi durumun çevre etkisine bağlı olarak açıklanabileceği düşüncesini oluşturmaktadır.

Yetiştirme Kuramı'nın temel varsayımlarından olan "Günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız." testi Yetiştirme Çözümlemesi bakımından anlamsız sonuçlanmıştır. Ancak tablo sonuçlarına bakıldığında toplam 500 katılımcıdan 394 kişinin söz konusu soruya katıldığı görülmektedir. Bu testin anlamsız çıkması Gerbner'in "bireyler arası iletişimin kaynağının kitle iletişimi olabileceğine" ilişkin düşüncesi doğrular niteliktedir. Ayrıca "Günümüzde insanlara güvenilemez ve günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur." soruları da bu bağlamda değerlendirilebilir. Nitekim katılımcılardan yalnızca 30 kişi insanlara güvenebileceğini düşünürken, bunun tersi yönde düşünen kişi sayısı ise 405'dir. İkinci testin sonuçlarına göre ise katılımcılardan 408 kişi insanların kendilerini güvende hissetmediklerini düşünmektedir. Dikkat edilmesi gereken nokta her 3 testin yanıt oranlarının birbirine oldukça yakın olmasıdır. Bu sonuçlara dayanarak katılımcıların çoğunun dünyanın tehlikeli olduğu, başka insanlara güvenilmeyeceği ve insanların güvende hissetmediği yönünde bir dünya algısına sahip olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan test sonuçlarını çevre etkisiyle açıklamak doğru olmayacaktır. Nitekim katılımcılar bu şekilde düşünmüş olsalardı katılmıyorum diyenlerin yanıt oranları da fazla olurdu.

Yetiştirme çalışması için saha araştırmasında katılımcılara yöneltilen "Günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur ve şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir." soruları da anlamlı olmayan testler içerisindedir. Bu sorularda katılanlarla katılmayanların yüzdesi karşılaştırıldığında oranların katılıyorum yönünde daha yüksek olduğunu görmek mümkündür. Bu bağlamda test sonuçları katılımcıların yukarıda sözü edildiği gibi kitle iletişiminin bireyler arası iletişime konu olduğu şeklinde açıklanabilir. Öte yandan oranların birbirine yakın olması öğrencilerin Bakü'nün ve diğer merkezi bölgelerin güvenli olduğunu düşünebileceği varsayımını oluşturmaktadır.

Sonuç olarak televizyonla ilgili belli testlerin anlamsız olmasına karşın 5 anlamlı testin çıkması televizyonun, içeriklere çok maruz kalan öğrenciler üzerinde yetiştirme rolü olduğunu göstermektedir.

Ayrıca şunu da belirtmek gerekir ki bu çalışmada Yetiştirme tabloları katılımcıların yüzde oranları bağlamında açıklanmıştır. Örneğin katılıyorum kategorisindeki az ve çok izleyenlerin oranlarının birbirine yakın olması ya da çok izleyenler yönünde yüksek olması kitle iletişiminin bireyler arası iletişime yansıdığına göstergesi olabilir. Bu şekilde yorumlamanın yapılması Gerbner'in düşünceleri ile bağdaşmakta ve dolayısıyla Yetiştirme Kuramı'na katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

### **5.3 Yaygın Görüş Haline Getirme Sonuçları ve Değerlendirmeleri**

Yetiştirme çalışmalarının yayınlanmasından sonra çözümlenmeye yönelik eleştiriler doğrultusunda oluşturulan Yaygın Görüş Haline Getirme ve Yetiştirme Çözümlemeleri birbirinden ayrı düşünülmemelidir. Nitekim bu çözümlenmeler birbirini tamamlamaktadır. Yaygın Görüş Haline Getirme televizyon içeriklerine çok maruz kalan izleyicilerin televizyon mesajlarını diğer etkilerden kaynaklanan davranışları ve yönelimleri yok ederek kavraması demektir. Daha açık söylemek gerekirse çözümlenme farklı görüşlere sahip olan izleyicilerin bir araya gelmesini sağlamaktadır. Yetiştirme Çözümlemesi farklı değişkenlerle etkileşimde görülebilmektedir. Bu nedenle Yaygın Görüş Çözümlemeleri Yetiştirme'nin bazı alt gruplar için zayıf, bazıları için güçlü, bazıları için ise hiç olmadığı belirli etkileşimleri açıklamaktadır (Özer, 2004; 71-75).

Bu çalışmada yetiştirme sorularıyla aynı olan sorular üzerinden yaş, cinsiyet ve öğrencilerin harcama oranlarına göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi yapılmıştır. Çözümleme sonucunda cinsiyete ve öğrencilerin haftalık harcama oranına göre 2'şer test anlamlı çıkarken, yaş değişkenine göre ise 7 Yaygın Görüş Haline Getirme varsayımı anlamlı sonuçlanmıştır. Yaş değişkenine göre anlamlı çıkan hipotezler şunlardır: "Evlilik hâlâ önemini korumaktadır.", "Bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır.", "İnsanlar her an bir saldırıya uğrayabilir.", "Tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.", "Gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır.", "İstanbul tehlikeli bir şehirdir.", "Büyükşehirler tehlikeli olmuştur." Şunu da belirtmek gerekir ki anlamlı testlerin çoğu yaş ara değişkeninin katılmasıyla birlikte çıkmıştır. Bu testlerden İstanbul'un tehlikeli şehir olduğuyla ilgili olanı ikinci grup bakımından, yani yaşları 20

ve üstü olan katılımcılar tarafından anlamlı kabul edilmiştir. Yaş ara değişkeni ile ilgili olan diğer 6 anlamlı Yaygın Görüş Haline Getirme testi ise 17, 18 ve 19 yaş gruplarını kapsamaktadır. Dolayısıyla 20 yaşın altında olan öğrencilerin günümüzde evliliğin hâlâ önemini koruması, çalışmayan kadın sayısının oldukça fazla olması, insanların her an bir saldırıya uğraması, Tehlikeli Dünya Sendromu, ayrıca gündüzlerin de tehlikeli olmaya başlaması, İstanbul'un ve genellikle büyükşehirlerin tehlikeli olması gibi dünya algıları televizyon dünyasının sunduğu içerikler yönündedir. Cinsiyet ara değişkenine bağlı olarak gerçekleştirilen Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri'nde ise "Günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısını oldukça fazladır." testi ile "Günümüzde hâlâ erkek egemen yapı söz konusudur." testleri erkek grupları kontrol edildiğinde kadınlar bakımından anlamlı sonuçlanmıştır. Öte yandan öğrencilerin haftalık harcama oranının ara değişken olarak kullanıldığı testlerde ise anlamlı çıkan "Günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır." ve "Günümüzde evlilik hâlâ önemini korumaktadır." testleri ekonomik anlamda daha düşük olan gruplar bakımından anlamlı sonuçlanmıştır.

Genel olarak Yetiştirme Çözümlemesi ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri bakımından toplamda 16 test anlamlı sonuç vermiştir. Burada önemli olan Tehlikeli Dünya Sendromuna yönelik varsayımın anlamlı çıkmasıdır. Nitekim Tehlikeli Dünya Sendromu Yetiştirme Kuramı'nın bulguları açısından önem taşımaktadır. Söz konusu Tehlikeli Dünya Sendromu 20 yaş altı öğrenci grupları bakımından anlamlı sonuçlanmıştır. Bu durum televizyonu çok izleyen Azerbaycanlı öğrencilerin bir grubunun genel olarak kendilerini tehlikede hissettiklerini göstermektedir. Ayrıca aynı grup öğrenciler gündüz saatlerinin de tehlikeli olduğunu ve her an saldırıya uğrayabileceklerini düşünmektedirler.

Sonuç olarak, çalışmada Gerbner'in Yetiştirme Kuramı bakımından televizyonun rolünün olduğu görülmektedir. Yani daha açık söylemek gerekirse Türk televizyon kanallarının Azerbaycanlı üniversite öğrencilerinin dünya algılamaları üzerinde yetiştirme rolü vardır. Her ne kadar yetiştirme çözümlemesi için oluşturulan hipotezlerden hepsi anlamlı sonuç vermese de yalnızca bir yetiştirme sorusunun anlamlı çıkması televizyonun yetiştirme rolü olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla Azerbaycan'da Türk kanallarının çok izlendiğini ve söz konusu içeriklerin çok izleyen öğrencilerin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına ve dünya görüşüne katkı sağladığını söylemek mümkündür.

#### 5.4 Öneri

Günümüzde televizyona rakip olabilecek yeni teknolojilerin ortaya çıkmasına karşın televizyon, Yetiştirme Kuramı için geçerliliğini hâlâ korumaktadır. Buna karşın teknolojik gelişmeler göz ardı edilmemeli ve yeni medya araçlarının insanların yaşamındaki rolü küçümsenmemelidir. Nitekim son yıllarda sosyal medya araçlarının kullanımına artan ilgi sosyal medyanın insanlar üzerinde yetiştirme rolü olup olmadığını sorusunu ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca Gerbner ve arkadaşları tarafından geliştirilen Kültürel Göstergeler Projesi'nin tüm kitle iletişim araçları için geçerli olduğu düşünülürse, sosyal medya araçları bakımından gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Nitekim Yetiştirme araştırmaları Türkiye ve dünyanın birçok yerinde hâlâ yapılmakta ve gün geçtikçe çoğalmaktadır. Ayrıca unutulmaması gerekir ki, yetiştirmenin sürekli olması nedeniyle araştırmaların da sürekli yapılması gerekmektedir. Özellikle Azerbaycan gibi yetiştirme çalışmalarının daha önce hiç yapılmadığı ülkelerde söz konusu çözümlerinin gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır. Bu çalışma Türk televizyonlarının Azerbaycanlı öğrenciler üzerinde rolüne odaklandığı için Mesaj Sistem Çözümlemesi Türk kanalları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bir sonraki çalışmalarda hem Kurumsal Süreç Çözümlemesi'nin hem diğer tüm çözümlerinin Azerbaycan'da yapılması önerilmektedir. Ayrıca şunu da belirtmek gerekir ki ön anket çalışması sonucunda Azerbaycanlı yaşlı kesimin Rus televizyon kanallarını çok fazla izlediği sonucuna varılmıştır. Bu nedenle Mesaj Sistem Çözümlemesi'nin Rus kanalları üzerinde, Yetiştirme Çözümlemesi'nin ise Azerbaycan'daki yaşlı bireyler üzerinde gerçekleştirilmesi önemli sonuçlar ortaya koyacaktır. Bu araştırmalar daha sonrasında Azerbaycanlı bireylerin hangi ülkenin televizyon kanallarını daha çok izledikleri veya hangi ülkenin televizyon içeriklerinin insanların sosyal gerçeklik algıları üzerindeki rolünün daha yoğun olduğu, yabancı ülkelerin televizyon kanalları ile yer kanalların mesaj içeriklerinde en çok sunulan görüntülerin neler olduğu gibi bilgilere ulaşılmasına ve bu doğrultuda değerlendirmelerin yapılmasına olanak sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, N. (2001). "TV çocukları", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 11. 363-7.
- Batmaz, V. ve Aksoy, A. (1995). *Türkiye’de Televizyon ve Aile*, T.C Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.
- Barış, A.M. (2018). "Çocuk Televizyon Kanallarında Tüketimci Kimliğin İnşası ( Gaziantep Örneğinde Bir Yetiştirme Çözümlemesi)", Yayımlanmamış Doktora Tezi, T.C Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Tv Sinema Anabilim Dalı, İletişim Bilimleri bilim dalı, İstanbul.
- Chong, Y. M. G vd. (2012) "Cultivation Effects of Video Games: A Longer-Term Experimental Test of First- and Second-Order Effects", *Journal of Social and Clinical Psychology*, 31(9), 952-971.
- Çelik, H.C. (2019). "Şiddet, Genel Yaşam, Kişilik Özellikleri ve Yaş Bakımından Televizyonun Yetiştirme Rolü", Yayımlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Erdoğan, İ. (1998). "Gerbner’in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme", *Kültür ve İletişim*, 1(2): 149-180.
- Ercan, E. E. ve Demir, F.N. (2015). " Yetiştirme Kuramı: Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesinde Yapılan Araştırma", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(1): 127-144.
- Ekmekçioğlu, G. (2019). "Ekme \_Yetiştirme Kuramı Bağlamında Kırşehir Örneğinde Medyada Kadın Algısı" Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel Gazetecilik Anabilim dalı, İstanbul.
- Gerbner, G. (1959). "Popular Culture and Images of the Family", *This article is an adaptation of his presentation at the 1959 meeting of the Illinois Council on Family Relations: 31–37.*

- Gerbner, G. (1960). "Mass Communications and the Citizenship of Secondary School Youth" içinde *The Adolescent Citizen*, Ed. Franklin Patterson, Glencoe IL: The Free Press: 179–205
- Gerbner, G. (1960a). "The Individual in a Mass Culture", *Saturday Review*, 43 (25): 11–13 ve 36–37
- Gerbner, G. (1963). "A Theory of Communication and its Implications for Teaching", Reprinted from "*The Nature of Teaching*", a symposium published by the University of Wisconsin -Milwaukee School of Education, 1963, The University of Wisconsin -Milwaukee School of Education: 1-15.
- Gerbner, G. (1963a). "Mass Communication and The Humanisation of Homo Sapiens" *AAUW Jurnal*, March 1–3.
- Gerbner, G. (1966). "An Institutional Approach to Mass Communications Research" içinde *Communication: Theory And Research*, Ed. Lee Thayer, Springfield, IL: Charles C. Thomas 429 – 445.
- Gerbner G. (1966a) "*On Defining Communication: Still Another View*" *Journal of Communication*: 99-103
- Gerbner, G. (1967). "Mass Media and Human Communication Theory" içinde *Human Communication Theory: Original Essays*, Ed. F.E.X.Dance, Holt, Rinehart and Winston: 40–69.
- Gerbner, G.(1969). "Institutional Pressures Upon Mass Communicators", *The Sociological Review Monograph*, 13: 205 –248
- Gerbner, G. (1969a). "Toward "Cultural Indicators": The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems" *AV Communication Review*, 17(2):137-148.
- Gerbner, G. (1972). "The Violence Profile: Some Indicators of Trends in and the Symbolic Structure of Network Television Drama 1967-1971", *Surgeon General's Report by the Scientific Advisory Committee on Television And Social Behavior, Appendix A*, US Government Printing Office: 453-526.

- Gerbner, G. (1973). "Cultural Indicators: The Third Voice" içinde *Communications Technology and Social Policy*, ed. George Gerbner, vd., John Wiley and Sons: 555–573.
- Gerbner, G. (1974). "Teacher Image in Mass Culture: Symbolic Functions of the Hidden Curriculum" içinde *Media and Symbols: the Forms of Expression, Communication and Education*, Ed. David R. Olson, The University of Chicago Press: 470–497
- Gerbner, G. (1974a). "Communication: Society is the Message", *Communication*, 1: 57-64.
- Gerbner, G. (1976). "Second Thoughts: The Family Hour and Beyond" *Human Behavior*, November: 70–71.
- Gerbner, G. (1977). "Television: The New State Religion?", *Et Cetera*, June: 145-150.
- Gerbner, G. (1977a). "Comparative Cultural Indicators" içinde *Mass Media Policies in Changing Culture*, Ed. George Gerbner, New York: Wiley Interscience :199-205.
- Gerbner, G. (1977 b). "Institutional Forces and the Mass Media" içinde *The Social Uses of Mass Communication*, Ed. Mary B. Cassata, Molefi K. Asante, State University of New York at Buffalo: 1-4.
- Gerbner, G. (1977c). "The Ultimate Menace of TV Violence: the Manipulation of Fear", *IN These Times*, September: 7-13.
- Gerbner, G. (1977d). "Proliferating Violence", *Society*, September/October: 8–14.
- Gerbner, G. (1977e). "The Real Threat of Television Violence" içinde *TV Book, The Ultimate Television Book*, ed. Judy Fireman, New York: Workman Publishing Company: 358-359.
- Gerbner, G. (1977f). "Popular Culture: Who Pays?", *Popular Culture* (Courses by Newspaper. University of California San Diego, Distributed by United Press International). Del Mar, Calif.: Publishers Inc.: 8–10.



- Gerbner, G. (1980). "Death in Prime Time: Notes on the Symbolic Functions of Dying in the Mass Media", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 447, January 64-70.
- Gerbner, G. (1981). "Television: The Mainstreaming of America", *Business & the Media*: 12–15.
- Gerbner, G. (1984). "Political Functions of Television Viewing: A Cultivation Analysis" içinde *Cultural Indicators. An International Symposium*, Verlag Der, Oster-Reichischen Akademie Der Wissenschaften Wien: 329-343.
- George, G. (1985). Mass Media Discourse: Message System Analysis as a Component of Cultural Indicators, *Discourse and Communication*, Ed. Teun A. Van Dijk Walter de Gruyter Berlin New York: 13-25.
- Gerbner, G. (1985a). "Telling Stories in the Information Age, draft", Written for *"Information and Behavior"*, Ed. Brent D. Ruben: 1-15
- Gerbner, G. (1985b). "Children's Television: A National Disgrace", *Pediatric Annals*, 14(12): 822–823 ve 826–827.
- Gerbner, G. (1986). "The Symbolic Context of Action and Communication" içinde *Contextualism and Understanding in Behavioral Science*, Ed. Ralph L. Rosnow and Marianthi Georgoudi, New York: Praeger Publisher: 251–268
- George, G. (1987). "Science on Television: How it Affects Public Conceptions" *Issues in Science and Technology*, Spring: 109 –115.
- George, G. (1987 a). "Television's Populist Brew: The Three Bs", *Et cetera*, Vol. 44 (1): 3-7
- Gerbner, G. (1987b). "Television: Modern Mythmaker", *Media & Values*, Summer/Fall: 40-41
- Gerbner, G. (1988). "Continuity and Change: Cross Cultural Communications Research in the Age of Telecommunications" içinde *The World Community in Post – Industrial Society*, Ed Christian Academy, Woosick Publishing Co. : 220-231

- Gerbner, G. (1988a). “ Telling Stories in the Information Age” *Information and Behaviour Volume 2*, Ed. Brent D. Ruben, Transaction Books New Brunswick (U.S.A) and Oxford (U.K.): 3-12.
- George, G. (1990). “The Second American Revolution”, *Adbusters Quarterly*, 2(1):1.
- Gerbner, G. (1990a). “Communications Study of” *International Encyclopedia of Communications*, 16(1): 358–368.
- Gerbner, G. (1990b). “ A New Environmental Movement in Communication and Culture” *Media Development*, April 13–14.
- Gerbner G. (1990c) “Epilogue: Advancing on the Path of Righteousness (Maybe), Cultivation Analysis: *New Directions in Media Effects Research*, ed. Nancy Signorieli ve Michael Morgan, Sage Publications, 249-262
- Gerbner, G. (1994). “Television Violence: The Art of Asking the Wrong Questions”, *The World & I: The Chronicle of Our Changing Era*, July: 384-397.
- Gerbner, G. (1996). “ Foreword: Invasion of the Story Sellers” içinde *Harvesting Minds: How Tv Commercials Control Kids*, Ed. Roy F. Fox, Westport, CT: Praeger: ix-xiii.
- Gerbner, G. (1998). “Introduction: Why the Cultural Environment Movement?”, *Gazette The International Journal For Communication Studies*, 60: 133-138
- Gerbner, George (1998a). “The Stories We Tell”, *Kültür ve İletişim* 1(1): 17-30.
- Gerbner, G. (2001). “Who is telling all the stories?” *PAPAZISSIS*, Vol.1 (1): 5-8.
- Gerbner, G. (2002) “ Stories of Violence and the Public Interest” :125 - 134
- Gerbner, G. (2014). “ Kitle Kültürünün Meydan Okuması ve Eğitim” içinde *Medyaya Karşı*, Yazar: George Gerbner. Ed. Michael Morgan, Çev. Güneş Ayas, Ayrıntı Yayınları: 124–136.
- Gerbner, G. (2014a). “İletişimi Tanımlamak Üzerine: Bir Başka Görüş” içinde *Medyaya Karşı*, Yazar: George Gerbner. Ed. Michael Morgan, Çev. Güneş Ayas, Ayrıntı Yayınları: 137–142.

- Gerbner, G. (2014b). “ Kitle İletişim Araçlarıyla Eğitime Dair Eğitim” içinde *Medyaya Karşı*, Yazar: George Gerbner. Ed. Michael Morgan, Çev. Güneş Ayas, Ayrıntı Yayınları: 145–155.
- Gerbner, G. (2014c). “ Öğretmen İmajı ve Gizli Müfredat” içinde *Medyaya Karşı*, Yazar: George Gerbner. Ed. Michael Morgan, Çev. Güneş Ayas, Ayrıntı Yayınları: 162–188.
- Gerbner, G. (2014d), “Doğru Yolda İlerleme (Belki)” içinde *Medyaya Karşı*, Yazar: George Gerbner, Ed. Michael Morgan, Çev. İsmail Kovacı, Veysel Batmaz, Ayrıntı Yayınları: 313-333
- Gerbner, G. ve Gross, L. (1976). “Living With Television: The Violence Profile” *Journal of Communication*, 172-194.
- Gerbner, G. Ve Gross, L. (2014) “*Televizyonla Yaşamak: Şiddet Profili*” içinde *Medyaya Karşı*, Ed. Michael Morgan, Çev. İsmail Kovacı, Veysel Batmaz, Ayrıntı Yayınları: 333-375
- Gerbner, G. vd. (1980). "The Mainstreaming of America: Violence Profile No:11." *Journal of Communication* 30(3): 10-29.
- Gerbner, G. vd. (1981). “ A Curious Journey in to the Scary World of Paul Hirsch” *Communication Research*, 8: 39-72.
- Gerbner, G. vd. (1982). “Charting the Mainstream: Television’s Contributions to Political Orientations” *Journal of Communication*; 32(2):100-127.
- George, G. vd. (1984). “The Impact of the "Electronic Church" on the Local Church” *Ministries*, Fall: 58-62.
- Gerbner, G. vd. (1986). “Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process” içinde *Perspectives On Media Effects*, Bryant ve Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum: 17-40.

- Gerbner, G. vd. (2002). "Growing Up With Television: The Cultivation Perspective" içinde *Media Effects: Advances in Theory and Research*, ed. Jennings Bryant ve Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum: 2.ci baskı: 43-69.
- Gerbner, G. vd. (2014) "Televizyon ile Büyüme: Kültürasyon Perspektifi" içinde *Medyaya Karşı*, Ed. Michael Morgan, Çev. Veysel Batmaz, Ayrıntı Yayınları: 281-313
- Hawkins, P. R. v Pingree, S. (1980) "Television Viewing And "Cultural Indicators: Some Notes on Theory and Measurement" Paperpresented at the Annual Meeting of the International Communication Association (Acapulco, Mexico, May 18-23).
- Hirsch, M. P. (1981). "On Not Learning From One's Own Mistakes" *Communication Research* 8 (1): 3-37.
- İrfanoğlu, H.V. (2017). "Televizyon Dizilerinin İzlenme Durumu ve Televizyon Dizilerindeki Şiddet Eğiliminin İzleyici Üzerindeki Etkisi: Acımasız Dünya Sendromu Ekseninde Bir Araştırma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.c İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul.
- Karimoğlu, F. (2019). "Ekme Kuramı Bağlamında Türkiye ve Azerbaycan Çocuk Televizyonlarının Karşılaştırılması", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı, Radyo Televizyon Bilim Dalı, Kayseri.
- Morgan, M. Ve Signorielli N. (1990). Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology" içinde *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*, Ed. Michael Morgan ve Nancy Signorielli, Sage Publication:13-34.
- Morgan, M. (1995). "The Critical Contribution of George Gerbner", içinde *A Different Road Of Taken*, Ed. Jonh A. Lent, Westview Press: 99-117
- Özer, Ö. (2004). Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları

- Özer, Ö. (2005). “Yetiştirme Kuramı: Televizyonla Yaşamın İdeolojik Kültürel Sonuçlarına Yönelik Yapılan Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1): 75-108.
- Özer, Ö. (2017). "Medyada Şiddet Kullanımı: Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı Açısından Bir Değerlendirme" *Marmara İletişim Dergisi*, 27: 1-19.
- Özer, Ö. (2020). *Kamular Türkü Söyleyin*, Literatürk Academia Yayınları
- Özer, Ö. ve Gerasimova, S. (2010). “ Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Türkiye ve Rusya’da Yapılan Araştırma” içinde *Medyada Şiddet Kültürü*, Ed Ömer Özer, Literatürk Yayınları: 323-345.
- Özkan, S. (2017). “Gerbner’in Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Televizyon Haber İçeriklerine İlişkin Bir Araştırma” *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 2 (4): 303-315.
- Özdemir, İ.B (2019). “*Kadın Sunumu Örneğinde Televizyonun Yetiştirme Rolü: Üniversite Öğrencileri Bakımından Bir Araştırma*”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana bilim Dalı, Konya.
- Potter, W. J. (2014). “A Critical Analysis of Cultivation Theory”, *Journal of Communication* 64, 1015–1036.
- Shanahan, J. ve Morgan, M (1999). *Television and its Viewers Cultivation Theory and Research*, Cambridge University Press.
- Shrum, L. J. (2009). “Media Consumption and Perceptions of Social Reality: Effects And Underlying Processes.” İçinde *Media effects: Advances in Theory and Research*, Ed. J. Bryant and M. B. Oliver, published: Taylor & Francis (thirded, 50-73)
- Shrum, L. J (2017) “Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes” *The International Encyclopedia of Media Effects*, Ed. John Wiley & Sons, Inc: 1-12

- Shrum, L. J. ve Bischak, V. D. (2001). "Mainstreaming, Resonance, and Impersonal Impact: Testing Moderators of the Cultivation Effect of Estimates of Crime Risk" *Human Communication Research*, 27(2) April: 187-215
- Shrum, L. J., Burroughs, J. E., ve Rindfleisch, A. (2004). "A Process Model of Consumer Cultivation: The Role of Television Is a Function of the Type of Judgment" içinde *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*, Ed. L. J. Shrum, Mahwah, Publisher: Lawrence Erlbaum 177-191
- Shrum, L. J. ve Lee, J. (2012). "The Stories TV Tells: How Fictional TV Narratives Shape Normative Perceptions and Personal Values" içinde *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*, Ed. L. J. Shrum, 2.baskı, 148-167.
- Sargın, B. (2019). "Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Bingöl Devlet Hastanesi Personeline Yönelik Yapılan Araştırma", Yayımlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Sydygalieva, M. (2017). "Gerorge Gerbner'in Kültüre Göstergeler Yaklaşımı Işığında 'Muhteşem Yüzyıl' Dizisinin Kırgız Kökenli İzleyicilerin Kültür Anlayışları Üzerindeki Etkisi", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İzmir.
- Taylan, H.H. (2011). "Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi: Konya Lise Öğrencileri Üzerine bir Araştırma" Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Konya.

<https://lent.az/news/42933>, Erişim Tarihi:14.05.2020

EKLER

## **Ek 1- Anket Soruları**

**Sayın Katılımcı,**

Bu saha araştırması, Türkiye’de yapmakta olduğumuz bir çalışmanın önemli bir aşamasını oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, öğrencilerin düşüncelerini tanımlamaktır.

Sizden “ricam”, sorulara vereceğiniz yanıtlarda, “yalnızca” kendi düşüncelerinizi yansıtmazdır. Vereceğiniz yanıtlar, kesinlikle bireysel olarak çözümlenmeyecektir. Toplanan veriler, bir bütün halinde, yalnızca genellemelere ulaşmak amacıyla, belirli istatistik testlerde kullanılacaktır. Bir iletişim bilgisi belirtmeniz halinde, çalışmada elde edilen sonuçları sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyacağımı belirterek, katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Sevgi ve Saygılarımla,

Khuraman Jafarli

### **LÜTFEN AŞAĞIDAKİ SORULARA KATILIM DERECEİNİZİ İLGİLİ SEÇENEĞİ İŞARETLEYEREK BELİRTİNİZ**

**1) Genel olarak söylersek, günümüzde evlilik hâlâ önemini korumaktadır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( ) Tümüyle Katılmıyorum

**2) Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ bir işte çalışmayan kadın sayısı oldukça fazladır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( ) Tümüyle Katılmıyorum

**3) Genel olarak söylersek, günümüzde çocuklar ailenin devamı için önemlidir.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( ) Tümüyle Katılmıyorum

**4) Genel olarak söylersek, günümüzde polislerin sayısı giderek artmaktadır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( ) Tümüyle Katılmıyorum

**5) Genel olarak söylersek, günümüzde zengin ve yoksul arasındaki fark giderek açılmaktadır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( ) Tümüyle Katılmıyorum

**6) Genel olarak söylersek, günümüzde Türkiye'nin kalbi İstanbul'da atmaktadır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**7) Genel olarak söylersek, günümüzde politik açıdan merkezi bir yapı söz konusudur.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**8) Genel olarak söylersek, günümüzde Ankara hükümeti merkezi bir konumdadır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**9) Genel olarak söylersek, günümüzde engelli bireylere gereken önem verilmemektedir.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**10) Genel olarak söylersek, günümüzde hâlâ erkek egemen yapı söz konusudur.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**LÜTFEN İKİNCİ KÂĞIDA GEÇİNİZ!..**

**11) Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar cinsellik konusunda daha özgür davranabilmektedir.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**12) Genel olarak söylersek, günümüzde LGBTİ üyeleri kendilerini yeterince temsil edememektedir.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**13) Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar karşı cinse sevgilerini rahatça açığa vurabilmekteler.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**14) Genel olarak söylersek, günümüzde genç yetişkin gruplar sayısal olarak egemen konumdadırlar.**



Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**15) Genel olarak söylersek, günümüzde yaşlılara gereken önem verilmemektedir.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**16) Genel olarak söylersek, günümüzde herhangi bir mafya grubuna üye olanların sayısı giderek artmaktadır.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**17) Genel olarak söylersek, günümüzde suç oranı giderek artmaktadır.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**18) Genel olarak söylersek, günümüzde yolsuzluk yapanların sayısı giderek artmaktadır.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**19) Genel olarak söylersek, günümüzde Türk toplumunda aile kutsaldır.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**20) Genel olarak söylersek, günümüzde birlikte yemek yemek ailenin birliğinin sürmesine katkıda bulunur.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**21) Genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**22) Genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilemez.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**23) Genel olarak söylersek, günümüzde çoğu insan kendini güvende hissetmiyor.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum   
Tümüyle Katılmıyorum

**LÜTFEN ÜÇÜNCÜ KÂĞIDA GEÇİNİZ!..**

**24) Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**25) Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet her sosyal ekonomik statü üyeleri arasında yaşanmaktadır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**26) Genel olarak söylersek, günümüzde gece dışarıda zaman geçirmek tehlikelidir.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**27). Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**28) Genel olarak söylersek, günümüzde birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**29) Genel olarak söylersek, günümüzde insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**30) Genel olarak söylersek artık, günümüzde gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( ) Tümüyle  
Katılmıyorum

**31) Genel olarak söylersek, günümüzde çok sayıda kadın şiddete uğramaktadır.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( )  
Tümüyle Katılmıyorum

**32) Genel olarak söylersek günümüzde artık, kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir.**

( ) Tümüyle Katılıyorum ( ) Katılıyorum ( ) Kararsızım ( ) Katılmıyorum ( ) Tümüyle  
Katılmıyorum

**33) Genel olarak söylersek günümüzde artık, kadına yönelik şiddet kamusal alanda da uygulanmaktadır.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum  Tümüyle Katılmıyorum

**34) Genel olarak söylersek günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum  Tümüyle Katılmıyorum

**35) Genel olarak söylersek günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum  Tümüyle Katılmıyorum

**36) Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum  Tümüyle Katılmıyorum

**37) Genel olarak söylersek günümüzde şiddet tanınmamış insanlar arasında yoğun olarak yaşanmaktadır.**

Tümüyle Katılıyorum  Katılıyorum  Kararsızım  Katılmıyorum  Tümüyle Katılmıyorum

**LÜTFEN DÖRDÜNCÜ KÂĞIDA GEÇİNİZ!..**

**38) Lütfen cinsiyetinizi belirtiniz.**

Kadın  Erkek

**39) Lütfen yaşınızı belirtiniz.**

.....

**40) Haftada ne kadar para harcıyorsunuz? Lütfen belirtiniz.**

.....

41) En çok hangi kitle iletişim araçlarını takip ediyorsunuz? Lütfen belirtiniz.

.....

**42) Günde ortalama olarak ne kadar süre televizyon izliyorsunuz? Lütfen belirtiniz.**

.....

....

43) Televizyon günde ortalama olarak evinizde ne kadar süre açık kalmaktadır? Lütfen belirtiniz.

.....

.....

**44) Televizyonu rastlantısal olarak mı yoksa seçerek mi izliyorsunuz? Lütfen belirtiniz.**

.....  
.....

**45) Gün içinde hangi zaman diliminde daha çok televizyon izlersiniz? Lütfen belirtiniz.**

- Sabah  
 Öğle  
 Akşam  
 Gece

**46) Yabancı televizyon kanallarını izliyor musunuz? Lütfen belirtiniz.**

- Evet  
 Hayır

**LÜTFEN BEŞİNCİ KÂĞIDA GEÇİNİZ!..**

**47) En çok hangi ülkenin televizyon kanallarını izliyorsunuz? Lütfen belirtiniz.**

.....

**48) Yerli kanalları mı Türk kanalları mı daha çok izliyorsunuz? Lütfen belirtiniz.**

- Yerli  
 Türk  
 İkisini de

**49) Hangi mahallede yaşamaktasınız? Lütfen belirtiniz.**

.....

**50) Şu ana kadarki yaşamınız boyunca Türkiye'ye seyahat ettiniz mi? Ettiyseniz hangi şehirleri gezdiniz? Lütfen belirtiniz.**

.....  
.....

Lütfen eklemek istediğiniz bir nokta varsa belirtiniz.

.....

**ANKETE KATILDIĞINIZ İÇİN ÇOK TEŞEKKÜR EDERİM!..**

## EK 2- Ön Anket Soruları

Sayın Katılımcı,

Bu saha araştırması, yapmakta olduğumuz bir çalışmanın önemli bir aşamasını oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, sizlerin düşüncelerini tanımlamaktır.

Sizden “ricam”, sorulara vereceğiniz yanıtlarda, “yalnızca” kendi düşüncelerinizi yansıtmazdır. Vereceğiniz yanıtlar, kesinlikle bireysel olarak çözümlenmeyecektir. Toplanan veriler, bir bütün halinde, yalnızca genellemelere ulaşmak amacıyla, belirli istatistiki testlerde kullanılacaktır. Bir iletişim bilgisi belirtmeniz halinde, çalışmada elde edilen sonuçları sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyacağımı belirterek, katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Sevgi ve Saygılarımla,

Khuraman Jafarli

1. Lütfen cinsiyetinizi belirtiniz.

Erkek

Kadın

2. Lütfen yaşınızı yazınız?

.....

3. Lütfen öğrenim durumunuzu belirten seçeneği işaretleyiniz?

Okur-yazar

Ortaöğretim

Lisansüstü

Diğer.....

4. Halen okuyorsanız hangi bölümde eğitim aldığınızı lütfen belirtiniz ?

.....

5. Lütfen kaçınıcı sınıfta okuduğunuzu yazınız ?

.....

6. Günde ortalama kaç saat televizyon izlemektesiniz, lütfen belirtiniz ?

.....

7. Evinizde televizyon ne kadar süre ile açık kalıyor, lütfen yazınız ?

.....

8. Gün içinde hangi zaman diliminde daha çok televizyon izlersiniz, lütfen belirtiniz?

Sabah

Öğle

Akşam

Gece

9. Yabancı televizyon kanallarını izliyor musunuz, lütfen belirtiniz ?

Evet

Hayır

10. En çok hangi ülkenin televizyon kanallarını izliyorsunuz, lütfen yazınız ?

.....

11. Yerli kanalları mı Türk kanalları mı daha çok izliyorsunuz, lütfen belirtiniz ?

Yerli

Türk

İkisini de

12. Türk televizyonunda daha çok hangi programları izliyorsunuz, lütfen önem sırasına göre yazınız ?

1.

2.

3.

Lütfen arka sayfadaki soruları da yanıtlayınız

13. Azerbaycan televizyonunda daha çok hangi programları izliyorsunuz, lütfen önem sırasına göre yazınız ?

1.

2.

3.

14. Şu ana kadarki yaşamınız boyunca Türkiye'ye hiç gittiniz mi, lütfen belirtiniz ?

Evet

Hayır

15. Şu ana kadarki yaşamınız boyunca Türkiye'ye gittiyseniz kaç defa gittiniz, lütfen yazınız?

.....

16. Şu ana kadarki yaşamınız boyunca Türkiye'ye gittiyseniz kaç defa gittiniz, orada ne kadar süre kaldınız, lütfen yazınız ?

.....

17. Ekleme istediğiniz bir şey varsa lütfen yazınız?

.....

Katılımınız için teşekkür ederim

EK- 3

Mesaj Sistem Çözümlemesi Tabloları:

**Tablo 1:** Haber çözümlemesinde içeriklerin kanallara göre dağılımı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Show haber	72	18,5
	Star haber	41	10,5
	Atv haber	70	17,9
	Kanal D	82	21,0
	Toplam	265	67,9
Kayıp	Veri	125	32,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 2:** Dizi ve program çözümlemesinde içerik sayısının kanallara göre dağılımı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	StarTv	6	1,6
	Atv	5	1,3
	Show Tv	6	1,6
	Kanal D	5	1,3
	Toplam	22	5,9
Kayıp	Veri	350	94,1
Toplam		372	100,0

**Tablo 3:** Haber çözümlemesinde olayın yaşandığı yer:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanamaz	2	,5
	Sadece Türkiye	237	60,8
	Türkiye ve diğerleri	4	1,0
	Sadece diğer yerler	28	7,2
	Toplam	271	69,5
Kayıp	Veri	119	30,5
Toplam		390	100,0

**Tablo 4:** Dizi ve program çözümlerinde olayın geçtiği yer:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Sadece Türkiye	34	9,1
	Türkiye ve diğerleri	3	,8
	Sadece diğer yerler	1	,3
	Toplam	38	10,2
Kayıp	Veri	334	89,8
Toplam		372	100,0

**Tablo 5:** Haber çözümlemesinde suç ve yolsuzluk oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Temaya dikkat edilmiyor	117	30,0
	Az dikkat ediliyor	1	,3
	Çok dikkat ediliyor	5	1,3
	Odaklı	142	36,4
	Total	265	67,9
Kayıp	Veri	125	32,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 6:** Dizi ve program çözümlemesinde suç ve yolsuzluk oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Temaya dikkat edilmiyor	20	5,4
	Az dikkat ediliyor	1	,3
	Çok dikkat ediliyor	9	2,4
	Odaklı	8	2,2
	Toplam	38	10,2
Kayıp	Veri	334	89,8
Toplam		372	100,0

**Tablo 7:** Haber çözümlemesinde ailenin önemi konusunun yer aldığı oran:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Dikkat edilmiyor	260	66,7
	Odaklı	5	1,3
	Total	265	67,9



Kayıp Veri	125	32,1
Toplam	390	100,0

**Tablo 8:** Dizi ve program çözümlemesinde ailenin önemi konusunun yer aldığı oran:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Temaya dikkat edilmiyor	9	2,4
	Az dikkat ediliyor	1	,3
	Çok dikkat ediliyor	15	4,0
	Odaklı	13	3,5
	Toplam	38	10,2
Kayıp Veri	334	89,8	
Toplam	372	100,0	

**Tablo 9:** Haber çözümlemesinde fiziksel hastalıklı karakterin yer aldığı içerik oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Dikkat edilmiyor	263	67,4
	Odaklı	2	,5
	Total	265	67,9
Kayıp Veri	125	32,1	
Total	390	100,0	

**Tablo 10:** Haber çözümlemesinde zihinsel hastalıklı karakterin yer aldığı içerik oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Dikkat edilmiyor	263	67,4
	Odaklı	2	,5
	Total	265	67,9
Kayıp Veri	125	32,1	
Total	390	100,0	

**Tablo 11:** Dizi ve program çözümlemesinde fiziksel hastalıklı karakterin yer aldığı içerik oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Temaya dikkat edilmiyor	30	8,1
	Az dikkat ediliyor	4	1,1
	Çok dikkat ediliyor	4	1,1
	Toplam	38	10,2
Kayıp	Veri	334	89,8
Toplam		372	100,0

**Tablo 12:** Dizi ve program çözümlemesinde zihinsel hastalıklı karakterin yer aldığı içerik oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Temaya dikkat edilmiyor	32	8,6
	Az dikkat ediliyor	3	,8
	Çok dikkat ediliyor	2	,5
	Odaklı	1	,3
	Toplam	38	10,2
Kayıp	Veri	334	89,8
Toplam		372	100,0

**Tablo 13:** Haber çözümlemesinde yer alan şiddetin ciddiyeti:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddet Yoktur	170	43,6
	Kısmen Mizahi	2	,5
	Gerçek ve Ciddi şiddet	93	23,8
	Toplam	265	67,9
Kayıp	Veri	125	32,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 14:** Haber çözümlemesinde yer alan şiddetin önemi:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddet Görünmüyor	170	43,6
	Biraz Tesadüfi şiddet	1	,3
	Kayda Değer şiddet	66	16,9
	Önemli düzeyde şiddet	28	7,2
	Toplam	265	67,9
Kayıp	Veri	125	32,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 15:** Dizi ve program çözümlemesinde yer alan şiddetin ciddiyeti:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddet yoktur	15	4,0
	Mizahi	9	2,4
	Kısmen mizahi	2	,5
	Gerçek ve şiddet	12	3,2
	Toplam	38	10,2
Kayıp	Veri	334	89,8
Toplam		372	100,0

**Tablo 16:** Dizi ve program çözümlemesinde yer alan şiddetin önemi:

			Yüzde
Geçerli	Şiddet görünmüyor	15	4,0
	Biraz tesadüfi şiddet	11	3,0
	Kayda değer şiddet	6	1,6
	Önemli düzeyde şiddet	6	1,6
	Toplam	38	10,2
Kayıp	Veri	334	89,8
Toplam		372	100,0

**Tablo 17:** Dizi ve programlardan yer ana karakterler:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kadın	31	8,3
	Erkek	51	13,7
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 18:** Dizi ve program çözümlemesindeki ana karakterlerin yaş durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Ergenlik dönemi veya öncesi	2	,5
	Genç yetişkin	66	17,7
	Orta yaşlı	14	3,8
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 19:** Dizi ve program çözümlemesindeki ana karakterlerin birlikte yaşama durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanamaz	25	6,7
	Yalnız yaşıyor	11	3,0
	Aileye yaşıyor	46	12,4
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 20:** Dizi ve program çözümlemesindeki ana karakterlerin medeni durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Evli değil	46	12,4
	Evli	30	8,1
	Kodlanamaz	6	1,6
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 21:** Dizi ve program çözümlemesinde büyük çocuğu olan ana karakter oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Karakterin yok	63	16,9
	Karakterin var	18	4,8
	Kodlanamaz	1	,3
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 22:** Dizi ve program çözümlemesinde küçük çocuğu olan ana karakter oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Karakterin var	21	5,6
	Karakterin yok	57	15,3
	Kodlanamaz	4	1,1
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 23:** Dizi ve program çözümlemesinde ana karakterin cinsel yönelim oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanamaz	12	3,2
	Heteroseksüel	70	18,8
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 24:** Dizi ve program çözümlemesinde suç işleyen ana karakter oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Karakter suç işlemez	71	19,1
	Karakter suç işler	11	3,0
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0

Toplam	372	100,0
--------	-----	-------

**Tablo 25:** Dizi ve program çözümlemesinde şiddete maruz kalan ana karakter oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddete maruz kalmayan	63	16,9
	Ölümcül olmayan şiddet	19	5,1
	Toplam	82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 26:** Dizi ve program çözümlemesinde şiddet uygulayan ana karakter oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddet uygulamaz	59	15,9
	Ölümcül olmayan şiddet	13	3,5
	Ölümcül şiddet	10	2,7
Toplam		82	22,0
Kayıp	Veri	290	78,0
Toplam		372	100,0

**Tablo 27:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin cinsiyet oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kadın	122	32,8
	Erkek	202	54,3
	Kodlanamaz	1	,3
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0

**Tablo 28:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin yaş oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Ergenlik öncesi veya ergenlik dönemi	18	4,8
	Genç yetişkin	203	54,6
	Orta yaşlı	75	20,2
	Yaşlı	29	7,8
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0

**Tablo 29:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin medeni durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanama z	100	26,9
	Evli değil	131	35,2
	Evli	94	25,3
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0

**Tablo 30:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin birlikte yaşama oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanamaz	169	45,4
	Aileyle yaşar	125	33,6
	Yalnız yaşar	31	8,3
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0

**Tablo 31:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin büyük çocuk oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçeri	Kodlanamaz	197	53,0
	Karakterin var	63	16,9
	Karakterin yok	65	17,5
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0

**Tablo 32:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin küçük çocuk oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçeri	Kodlanamaz	205	55,1
	Karakterin var	9	2,4
	Karakterin yok	111	29,8
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0

**Tablo 33:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin işlediği suç oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Suç işlemez	257	69,1
	Suç işlemiş	68	18,3
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0



**Tablo 34:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin uyguladığı şiddet oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddet uygulamaz	256	68,8
	Ölümcül olmayan şiddet	44	11,8
	Ölümcül şiddet	25	6,7
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0

**Tablo 35:** Dizi ve program çözümlemesindeki yardımcı karakterlerin maruz kaldığı şiddet oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddete maruz kalmaz	264	71,0
	Ölümcül olmayan şiddet	54	14,5
	Ölümcül şiddet	7	1,9
	Toplam	325	87,4
Kayıp	Veri	47	12,6
Toplam		372	100,0

**Tablo 36:** Dizi ve programlarda şiddet eyleminin tonu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Çoğunlukla hafif, komik	26	7,0
	Ne hafif, ne ciddi, karışık	22	5,9
	Çoğunlukla ciddi	141	37,9
	Toplam	189	50,8
Kayıp	Veri	183	49,2
Toplam		372	100,0

**Tablo 37:** Haber içeriklerinde yer alan ana karakterler

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kadın	68	17,4
	Erkek	167	42,8
	Kodlanamaz	1	,3
	Toplam	236	60,5
Kayıp	Veri	154	39,5
Toplam		390	100,0

**Tablo: 38** Haber çözümlemesindeki ana karakterlerin yaş durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Ergenlik dönemi veya öncesi	8	2,1
	Genç yetişkin	114	29,2
	Orta yaş yetişkin	58	14,9
	Yaşlı	44	11,3
	Kodlanamaz	12	3,1
	Toplam	236	60,5
Kayıp	Veri	154	39,5
Toplam		390	100,0

**Tablo: 39** Haber çözümlemesindeki ana karakterlerin medeni durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanamaz	113	29,0
	Evli değil	50	12,8
	Evli	73	18,7
	Toplam	236	60,5
Kayıp	Veri	154	39,5
Toplam		390	100,0

**Tablo 40:** Haber çözümlemesindeki ana karakterlerin aile ile yaşama oranı:

Geçerli	Kodlanamaz	290	74,4
	Yalnız yaşar	6	1,5
	Aileyle yaşıyor	44	11,3
	Toplam	340	87,2

Kayıp Veri	50	12,8
Toplam	390	100,0

**Tablo 41:** Haber çözümlemesindeki ana karakterlerin büyük çocuk oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli z	Kodlanama	205	52,6
	Çocuk var	26	6,7
	Çocuk yok	5	1,3
	Toplam	236	60,5
Kayıp Veri	154	39,5	
Toplam	390	100,0	

**Tablo 42:** Haber çözümlemesindeki ana karakterlerin küçük çocuk oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli z	Kodlanama	219	56,2
	Çocuk var	13	3,3
	Çocuk yok	4	1,0
	Toplam	236	60,5
Kayıp Veri	154	39,5	
Toplam	390	100,0	

**Tablo 43:** Haber çözümlemesindeki ana karakterlerin cinsel yönelim oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçeri	Kodlanamaz	192	49,2
	Heteroseksüel	44	11,3
	Toplam	236	60,5
Kayıp Veri	154	39,5	
Toplam	390	100,0	

**Tablo 44:** Haber çözümlemesindeki ana karakterlerin suç işleme oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçeri	Karakter Suç İşlemez	172	44,1
	Karakter Suç İşler	64	16,4
	Toplam	236	60,5
Kayıp	Veri	154	39,5
Toplam		390	100,0

**Tablo 45:** Haber çözümlemesindeki ana karakterlerin şiddete maruz kalma oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddete maruz kalmaz	172	44,1
	Ölümcül olmayan şiddet	41	10,5
	Ölümcül şiddet	23	5,9
	Toplam	236	60,5
Kayıp	Veri	154	39,5
Toplam		390	100,0

**Tablo 46:** Haber çözümlemesindeki ana karakterin şiddet uygulanan oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddet uygulamaz	187	47,9
	Ölümcül olmayan şiddet	36	9,2
	Ölümcül şiddet	12	3,1
	Kodlanamaz	1	,3
	Toplam	236	60,5
Kayıp	Veri	154	39,5
Toplam		390	100,0

**Tablo 47:** Haber çözümlemesinde yardımcı karakterlerin yaş durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kadın	98	25,1
	Erkek	245	62,8
	Toplam	343	87,9
Kayıp	veri	47	12,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 48:** Haber çözümlemesinde yardımcı karakterlerin yaş durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanamaz	20	5,1
	Ergenlik dönemi veya öncesi	17	4,4
	Genç yetişkin	164	42,1
	Orta yaşlı yetişkin	88	22,6
	Yaşlı	54	13,8
	Toplam	343	87,9
Kayıp	Veri	47	12,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 49:** Haber çözümlemesinde yardımcı karakterlerin medeni durumu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanama z	256	65,6
	Evli	56	14,4
	Evli değil	27	6,9
	Sözlü	1	,3
	Toplam	340	87,2
Kayıp	Veri	50	12,8
Toplam		390	100,0

**Tablo 50:** Haber çözümlemesinde karakterlerin aile ile birlikte yaşama oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanamaz	290	74,4
	Yalnız yaşar	6	1,5
	Aileyle yaşıyor	44	11,3
	Toplam	340	87,2
Kayıp	Veri	50	12,8
Toplam		390	100,0

**Tablo 51:** Haber çözümlemesinde yardımcı karakterlerin büyük çocuk oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanama z	315	80,8
	Çocuk var	19	4,9
	Çocuk yok	6	1,5
	Toplam	340	87,2
Kayıp	Veri	50	12,8
Toplam		390	100,0

**Tablo 52:** Haber çözümlemesinde yardımcı karakterlerin küçük çocuk oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçer	Kodlanama z	325	83,3
	Çocuk var	5	1,3
	Çocuk yok	10	2,6
	Toplam	340	87,2
Kayıp	Veri	50	12,8
Toplam		390	100,0

**Tablo 53:** Haber çözümlemesinde yardımcı karakterlerin suç işleme oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Suç işlemez	265	67,9
	Suç işlemiş	78	20,0
	Toplam	343	87,9
Kayıp	Veri	47	12,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 54:** Haber çözümlemesinde yardımcı karakterlerin uyguladığı şiddet oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddet uygulamaz	280	71,8
	Ölümcül olmayan şiddet	43	11,0
	Ölümcül şiddet	20	5,1
	Toplam	343	87,9
Kayıp	Veri	47	12,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 55:** Haber çözümlemesinde yardımcı karakterlerin maruz kaldığı şiddet oranı:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Şiddete maruz kalmaz	289	74,1
	Ölümcül olmayan şiddet	40	10,3
	Ölümcül şiddet	14	3,6
	Toplam	343	87,9
Kayıp	Veri	47	12,1
Toplam		390	100,0

**Tablo 56:** Haber Çözümlemesinde Şiddet Eyleminin Tonu:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Kodlanamaz	2	,5
	Çoğunlukla Komik	1	,3
	Ne Hafif Ne Ciddi	3	,8
	Çoğunlukla Ciddi	97	24,9
	Toplam	103	26,4
Kayıp	Veri	287	73,6
Toplam		390	100,0