

Televizyon İzleme Alışkanlıklarında Parasosyal Etkileşim Etkisi İle Yalnızlık Arasındaki İlişki

The Relationship between Loneliness and Parasocial Interaction Effect in Television Viewing Habits

Şükrü Balcı, Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-posta: sukrubalci@selcuk.edu.tr
Yavuz Demir, Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, E-posta: dmryavuz@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

Parasosyal Etkileşim,
Yalnızlık, Televizyon,
Televizyon Dizi
Karakteri.

Öz

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte bireyler üzerindeki etkileri her zaman araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Kapitalist üretim sürecinde birey daha da yalnızlaşmakta, toplumsal etkileşimden uzaklaşmakta bundan dolayı da farklı etkileşim kurma yolları aramaktadır. Bu etkileşim yöntemlerinden biri de televizyon dizilerinde yer alan karakterlerle kurulan parasosyal etkileşimdir. Bu çalışmada, Konya'da yaşayan bireylerin televizyon dizilerinde yer alan karakterlerle nasıl bir bağ kurdukları, bu bağın ne gibi etkilere yol açtığı parasosyal etkileşim ve yalnızlık bağlamında değerlendirilmektedir. Saha araştırmasının kullanıldığı çalışmada, Konya merkezde yaşayan 462 katılımcıdan yüz yüze anket tekniğiyle veriler toplanmıştır. Araştırma sonucunda, yalnızlık düzeyinin parasosyal etkileşim puanını anlamlı şekilde yordadığı tespit edilmiştir. Örneklemde yer alan bireylerin yalnız düzeyi arttıkça, parasosyal etkileşim puanında bir artış yaşanmaktadır. Araştırmaya katılanların içindeki yer aldıkları yalnızlık alt boyutlarına göre parasosyal etkileşim düzeyleri anlamlı farklılık taşımaktadır. Yine günlük televizyon izleme süresi arttıkça, parasosyal etkileşim de artmaktadır. Eğitim seviyesi düşük olanlar, yüksek eğitimlilere nazaran daha yüksek parasosyal etkileşim puanına sahiptirler.

Keywords:

Parasocial
Interaction,
Loneliness,
Television,
Television Series
Characters.

Abstract

The influence of the mass media on the individual has always attracted the interest of researchers since the spread of the mass media. In the capitalist production process, the individual becomes more lonely, moving away from social interaction and therefore looking for different ways of interacting. One of these interaction methods is the parasocial interaction with the characters in the television series. In this study, how the individuals living in Konya relate to the characters in the TV series are evaluated in terms of the parasocial interaction and loneliness that this bond has caused. In the survey using the field survey, data were gathered from face-to-face survey technique from 462 participants living in the center of Konya. As a result of the research, it was determined that the level of loneliness significantly predicted parasocial interaction score. As the level of the individuals in the sample increases, there is an increase in parasocial interaction score. Parasocial interaction levels differ significantly according to the loneliness subscales included in the survey participants. Again, as the duration of daily television viewing increases, parasocial interaction also increases. Those with lower education levels have higher parasocial interaction scores than those with higher education.

Giriş

Televizyon gündelik yaşantımızın öylesine ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ki; kendimize en yakın bildiğimiz arkadaşlarımız, dostlarımız, hatta aile bireylerimiz için kullandığımız deyimlerle, “içimizden biri”, “bizden biri”dir; ailemizin bir üyesidir. Üstelik çok da sorunsuzdur, uysaldır. Ona kolayca egemen olabileceğimizi düşünürüz. Dahası televizyon ailemizde hiç kimsenin kotaramayacağı çok sayıda işlevi de yerine getirir. Bir yandan eğlendirir bizi, bir yandan bilgilendirir, dış dünyadan haberdar eder. Dışarıya açılan gözümüz, kulağımızdır televizyon (Mutlu, 2008: 17).

Televizyon yayıncılığının ağırlıklı olarak görüntüye dayanması, programların akışı içinde her kesimden insana hitap edebilecek tarzda düzenlemelerin yapılabilmesi, kolay izlenebilmesi; eğitim ve sınıf farklılıklarının engeline takılmaksızın etkisini her yere ulaştırmasına imkân vermektedir. Öte yandan izleyicilerine “haber” vermek kadar eğlence sunması, sürekli şimdi ne olacak duygusunu ayakta tutan sürprizlere ve skandallara açık yayıncılığı, ortalama bir insanın bir hayli zamanını televizyon karşısında geçirmesine neden olmaktadır (Bostancı, 2004: 94).

Televizyonun bu denli ilgi görmesi, yayınlanan televizyon programları ve bu programlardaki televizyon karakterleri ile ilişkilidir. Günümüzde bu ilişkiyi en iyi kuran program türlerinden bir tanesi ise, televizyon dizileridir. Televizyon dizileri, izleyicileri adeta ekran karşısına kilitlemekte; seyirciler dizinin yayınlanacağı saati ipe çekmekte, bir sonraki bölümde neler olacağını izlemek için sabırsızlanmaktadırlar. Dizilerde birbirine bağlı olaylar zincirine her hafta yeni bir halka eklenmesi de izleyicinin merakını ayakta tutan, diziyi tutkuyla seyretmesini ve sevmesini sağlayan bir etmendir. Seyirciyi dizilere bağlayan diğer bir etmen ise izleyicilerin kendilerini, sevdikleri karakterleri sanki evlerinde ağırlıyormuş gibi hissetmeleridir. Seyirciler beğendikleri oyuncuları ekranda görmekten keyif almakta; onların sesini duymak, yaşantılarını izlemek, karakterlere daha da yakınlaşmalarına yol açmaktadır. Beğenilen bir karakteri tekrar ekranda görme isteği, seyirciyi diziyi yeniden izlemeye itmektir. Böylelikle seyirci ile dizi karakterleri arasında yakın bir bağ kurulmuş olur (Arslan, 2013: 1).

Televizyon dizilerinin hayali dünyasının etkisiyle büyülenen seyirci, bu tür prodüksiyonların ve kahramanlarının temalarından büyük ölçüde etkilenir. İzleyicilerin çoğu kurgu ile gerçeklik arasındaki çizgiyi ayırmakta başarısızdır ve parasosyal etkileşim alanına doğru sürüklenirler. Bağladıkları dizilerin kahramanları üzerinde sıcak bağ kuran seyirciler; gerçek dünya ile senaryo dünyasını birbirine karıştırıyor olabilirler. Böylece, hayali karakterler seyircilerin hayatlarına bir şekilde sızarak onları yönlendirir. Böyle bir durum, toplumsal yaşam için büyük bir risk oluşturmaktadır (Bal, 2013: 772).

Perse ve Rubin’e (1990) göre, insanlar ya sosyal etkileşim başlatarak ya da zaman içersinde üretken yollar bularak, yalnızlığa tepki verirler. Aksi takdirde çaresizlik, can sıkıntısı veya depresyon, karşı konulamaz sorunlar haline gelebilmektedir. İnsanların yalnızlık duygusunu engellemek için zaman harcayabilecekleri üretken yollardan biri, gerçek olarak algılanan bir karakterle parasosyal ilişkiler kurmasıdır.

Bu kurulan yakın bağ, bireyin toplumsal yaşam içerisinde kimi durumlarda

yalnızlığı gidermede kullandığı bir araç haline gelmektedir. Kendini yalnız ve toplumsal etkileşimden soyutlamış hisseden birey, bu yalnızlığı giderecek bazı karakterler yaratma çabası içine girmektedir. Parasosyal etkileşim, kimi durumlarda toplumsal etkileşimden daha güçlü hale gelmekte ve bireylerin kurmaca karakterlerle kurdukları ilişkiler kendilerini tanımlamada yeterli olmaktadır.

Uluslararası literatür incelendiğinde yalnızlık ile parasosyal etkileşim arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların farklı bulgular ortaya koyduğu dikkat çekmektedir. Bazı araştırmalarda (Rubin vd., 1985; Rubin, 1990; Canary ve Spitzberg, 1993; McCourt ve Fitzpatrick, 2001; Dhanda, 2011) yalnızlık ile parasosyal etkileşim arasında anlamlı bir ilişki tespit edilemezken; diğer çalışmalarda artan yalnızlık ile parasosyal etkileşim arasında anlamlı ilişki ortaya konulmuştur (Davilo-Rosado, 2006; Greenwood ve Long, 2009, Whitenack, 2015). Bu kafa karıştırıcı bulgular; yalnızlığın çok yönlü bir kavram olduğunu ve farklı parasosyal etkileşim miktarlarıyla farklı ilişkilerde farklılıklar oluşturabileceğini düşündürmektedir (Wang vd., 2008: 89).

İşte literatürdeki birbiriyle çelişen sonuçları yeniden test etmek adına dizayn edilen bu çalışmada, televizyon dizilerinde yer alan karakterlerle kurulan parasosyal etkileşim bağlamında yalnızlık üzerine bir değerlendirme yapılmaktadır. Katılımcıların parasosyal etkileşimleriyle yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bunun yanında televizyon izleme alışkanlıkları ile parasosyal etkileşim arasındaki ilişki de mercek altına alınmıştır. Uluslararası alanda parasosyal etkileşim ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi inceleyen geniş bir literatür bulunmasına rağmen, Türkiye’de bu konuda sınırlı sayıda araştırmanın varlığı dikkat çekmektedir. Bu makalede sunulan fikirlerin bir kısmının, televizyon izleme davranışlarını daha iyi anlamak isteyen araştırmacılara bir takım ipuçları sağlayacağı umulmaktadır. Bu açıdan araştırmanın sonuçlarının ülkemizde gelecekte yapılacak araştırmalara ışık tutması beklenmektedir.

Parasosyal Etkileşim Yaklaşımı

Toplumsal etkileşim, insanın en temel ihtiyaçlardan biridir. Ancak insanların her zaman yüz yüze etkileşime girmesi olanaklı olmayabilir. Bu ihtiyacı tamamen gidermese de medya etkileşimi bu noktada önemli bir rol oynamaktadır (Nordlund, 1978:168). İzleyicilerin medya içeriğiyle etkileşiminin doğasını anlamak, bu tür etkileşimlerin bireyin eğlenmesine, öğrenmesine ve yalnızlığını gidermesine nasıl yardımcı olduğunu tespit etmek için çeşitli çalışmalar yapılmış; kuram/yaklaşımlar geliştirilmiştir (Tsay-Vogel ve Schwartz, 2014: 66).

Bu yaklaşımlardan biri de izleyicilerin medyanın kurmaca dünyasındaki karakterlerle, olayla ya da öykülemeyle girdikleri etkileşimi tespit etmek için oluşturulan Parasosyal Etkileşim Yaklaşımı’dır (Güngör, 2013: 330). Parasosyal Etkileşim Yaklaşımı, 1956’da Horton ve Wohl tarafından, Newcomb’un kişiler arası çekiciliği açıklayan ABX (Destekleme) Kuramına dayanarak geliştirilmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 86). Horton ve Wohl’a (1956: 215) göre parasosyal etkileşim, izleyicilerin medya karakteri ile geliştirdikleri tek yönlü ve sembolik ilişkiyi ifade etmektedir.

Yani yaklaşım, bir medya kullanıcısıyla tüketilen medya ürünleri arasında meydana gelebilecek tek taraflı ilişkileri tanımlamak için kullanılmaktadır (Ballantine ve Martin, 2005: 197). Horton ve Wohl'un, *Mass Communication And Para-Social Interaction* adlı kitapta ilk olarak adı geçen bu kavramın yanında bir de karakter kavramı (persona) geliştirilmiştir. İki kavram da iletişimin üretim ve algılanma süreçlerinin anlaşılmasında ve çözümlenmesinde anahtar görevi görmektedir. Parasosyal etkileşim yüz yüze etkileşimden farklı ama aynı zamanda da onunla ilişkilidir. Karakter kavramı ise izleyicinin televizyondaki belli tiplerle özdeşlik kurmasıdır. Özellikle de dizi film karakterleri bu anlamda önemlidir (Güngör, 2013: 331). Dizilerde olaylar birbirine bağlı olarak zincirleme bir biçimde devam etmekte ve her hafta (ya da her gün) bu zincire yeni bir halka eklenmektedir. Diziler, bu özelliklerinden dolayı izleyicilerde merak uyandırmakta ve takip edilmektedir. Ayrıca, seyircilerin beğendikleri karakterleri ekranda görmekten zevk almaları da seyircinin diziyi takip etmesine yol açmakta, böylelikle seyirci ile dizi karakterleri arasında bir bağ kurulmaktadır (Batıgün ve Sunal, 2017: 53).

Parasosyal etkileşim gerçek etkileşim yerine tek taraflı etkileşime –dizi izleme gibi- dayansa da, izleyiciler çoğu zaman medya karakterlerini, kişiliğini bildikleri ve samimi arkadaşlarını anladığı gibi bu karakterleri de anladıklarını ve tanıdıklarını düşünmektedir. Bu tür parasosyal ilişki, bir medya kişiliğinin izleyicinin sosyal çevrelerindeki diğer insanlara benzediğine olan inanç üzerine kuruludur. Dahası izleyici katılımı genellikle parasosyal etkileşimi artırabilir ve parasosyal etkileşim de sosyal etkileşimi yansıtabilir (Perse ve Rubin, 1989: 60-61; Rubin vd., 1985). Çünkü bu aynı zamanda izleyicinin medya karakterleri ile kendisi arasında kurduğu bir arkadaşlık ilişkisidir. Herhangi gerçek bir sosyal etkileşime dayanmasa da tek taraflı, izleyicinin aklında yaratılan bir ilişki olmasına rağmen sosyal etkileşime de yol açabilmektedir. Bunun yanı sıra bazı medya ürünleri sırf sevilen kişi yer aldığı için tüketilmektedir. Bu yüzden parasosyal etkileşim izlenecek yapının seçiminde önemli bir belirleyicidir. Kişiler sevdikleri, kendilerine yakın buldukları karakterlerle özdeşleşme, onları referans alma eğilimindedirler (Çakır ve Kınıt, 2014: 29).

Ancak buradaki en önemli nokta yaratılan karakterlerle parasosyal etkileşim içine girecek olan bireyin, karaktere veya programa olan güvenlerinin üst düzeyde olması gerekmektedir (Rubin vd. 1985: 160). Horton ve Wohl (1956) ise bu noktada medya ürünlerini üretenlere dikkat çekmektedir. Onlara göre karakterler ile izleyici arasındaki yakınlık illüzyonunu üretmek ve korumak amacıyla, kitlesel medyanın yalnız kalan nüfusun bir bölümünü kasten hedeflediğini ve medya karakterlerinin izleyicilere gerçek bir arkadaşmış gibi özellikler yüklenerek izleyicilerin bunlara bağlanması sağlanmaktadır. Amaç olabildiğince izleyicinin güvenini kazanmak ve onları medya ürünlerine bağımlı hale getirmektedir. Bu yanılsama sonucunda izleyiciler, medya karakterlerini arkadaşlarını dinledikleri gibi dinlemektedir (Johnson, 2015: 3).

Düzenli bir ilişkinin kurulmasıyla birlikte izleyicileri devam eden bir diziye çekme ve bunları sürdürme kabiliyeti, reklamlıktan gelir elde etme becerisini geliştirir. Programı izlerken ne kadar çok kişi programdaki karakterlerle iç içe geçmiş olursa, programların sabit izleyici sayısı da o kadar çok olur (Schiappa vd., 2007: 302-303). Bu da bireyler ve medya karakterleri arasında sözlü ve sözsüz iletişime olanak tanınması ve parasosyal

ilişkilerde yoğun bir sadakat yaratılmasına olanak sağlanmasıyla oluşur (Henry, 2011: 17-18). Bu sadakatin sağlanması da bir takım psikolojik ve iletişim ihtiyacı sonucunda doğmaktadır. Kişiler, kendi kişilerarası temasın eksikliğinden dolayı parasosyal ilişkiler kurabilirler. Kişiler, bu tür ilişkileri kurabilirler, çünkü medya içeriklerinden zevk alırlar ve ilişkileri veya karakterleri tatmin edici bulurlar. Gerçekten de, parasosyal ilişkilerin oluşumundaki motivasyonlar, kişilerarası ilişkiler kurma motivasyonları kadar değişkenlik gösterebilmektedir (Schiappa vd., 2007: 303). Görüldüğü gibi parasosyal etkileşim ve kişilerarası iletişim birbirinden tamamen farklı şeyler olmasına rağmen; bireyde yarattığı etkiler bakımından ortak noktaları da bulunmaktadır.

Perse ve Rubin (1989: 61) çeşitli araştırmacılardan derledikleri bilgilerde, parasosyal etkileşimin kişilerarası arkadaşlıklara üç şekilde benzediğini ifade etmektedir. İlk olarak, parasosyal ilişkiler aynı arkadaşlık ilişkilerinde olduğu gibi gönüllüdür ve genellikle kişisel bir odak içerir. İkincisi, her iki tür ilişki de beraberlik sağlar ve üçüncü olarak toplumsal cazibe, her iki tür ilişkinin de bir öncüsüdür. Avery ve Ellis'in (1978: 110) birlikte yaptıkları bir çalışmada, kişilerarası etkileşimin mümkün olmadığı bir durumda medya etkileşiminin bu ihtiyacı nasıl giderdiğine dair önemli bulgular ortaya konulmuştur.

Öte yandan parasosyal ilişkiler; genç bireyler için daha önemlidir. Kendilerine rol model aramaları, ergenlik döneminde özellikle kendilerini ünlü bir karakterle özdeşleştirme gibi bir arayışa girmeleri gibi etkenler, genç bireylerde parasosyal etkileşimin güçlü olmasına neden olmaktadır. Genç bireylerin duygusal açıdan kırılabilirliği göz önüne alındığında, yetişkin bireylere göre parasosyal ilişkilere daha güçlü bağlandıkları ve bundan dolayı da parasosyal ayrılıkta daha büyük bir çöküntü içine girdikleri gözlemlenmiştir (Cohen, 2003: 193). Yine Cohen'in (1997: 525-526) yaptığı bir diğer çalışmada, toplumsal ilişkilerde olduğu gibi parasosyal ilişkilerde de cinsiyet farklılıklarının önemli olduğu tespit edilmiştir. Kadınlar ve erkekler farklı televizyon izleme kalıplarına sahiptir ve parasosyal ilişki kurma bakımından farklılık göstermektedir. Kadınlar televizyon izlemeyi erkeklerden farklı olarak daha ilişkisel bir etkinlik olarak görmekteyken; erkekler kadınlardan farklı olarak daha çok görev odaklı televizyon izlemeye anlayışına ve kullanımına sahiptirler. Kadınların bu tutumu, drama ve diğer kurmaca program türleriyle kurduğu ilişkiye işaret ederken, erkeklerin tutumu da gösterişsiz şovlarla girilen ilişkiyi göstermektedir.

Bu anlatılanlara dayanarak Parasosyal Etkileşim Yaklaşımı'nın varsayımlarını şu şekilde özetlemek mümkündür (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 86):

- (a) Televizyon programındaki sunucular izleyicilerde uzaktan duygusal yakınlık yaratırlar;
- (b) Bu yakınlık kameraya doğrudan konuşma ile artırılmaktadır;
- (c) Bu yakınlık karşılıklı konuşmadaki alış-veriş simülasyonunu (smilacrum) yaratır;
- (d) Yalnızlık parasosyal etkileşimi dürtüler;
- (e) Parasosyal etkileşim televizyonu seyretme yoğunluğuyla artar.

Parasosyal etkileşimde izleyici yaşadığı deneyimlemeyi tatmin edici bulmazsa ilişkiyi sonlandırma seçeneğine sahiptir (Horton ve Wohl, 1956: 216). Bu durum Cohen (2004) tarafından parasosyal ayrılık olarak adlandırılmıştır. Bireylerin en sevdikleri medya karakterleri bir programdan ayrıldığında ya da en sevdiği medya programları sona erdiğinde, parasosyal ayrılık ortaya çıkmaktadır. Ayrıca tüm iletişimsel etkileşim kişilerarası ilişkilere yol açmadığı gibi, medya üzerinden herhangi bir şey takip etmenin tamamı da parasosyal ilişkilere yol açmadığı görülmektedir. Parasosyal bir ilişki, medya takipçisinin medya aracılığıyla bilinen biriyle ilişkisinin algılanmasıdır. İlişki açıkça gerçek bir kişilerarası ilişki değildir. Çünkü görüntüleyen ve görüntülenen kişi arasında herhangi bir fiziksel etkileşim yoktur. Bu da bireyin tatmin olmadığı noktada ilişkiyi sonlandırma olasılığını arttırmaktadır.

Yukarıda da belirtildiği gibi burada sadece varsayım mevcuttur. Bunun yanı sıra, kişilerarası etkileşimde olduğu gibi parasosyal etkileşimde hemen geribildirim sağlanmadığı için, parasosyal etkileşim daha az bilgilendiricidir. Dahası aracı iletişim içeriği bireyin kontrolü dışındaki faktörlerle (program planlaması gibi) düzenlendiğinden parasosyal etkileşime, sosyal ilişkilerden daha az bağlanılmaktadır (Perse ve Rubin, 1989: 74).

Medya aracılığıyla, sosyal hayatta ulaşamayacağı kişilerle iletişime geçme gayretinde olan bireyler, bu kişiler hakkında tutum ve inanç oluşturma noktasında da isteklidirler. Bu da kurgusal karakterlerde olduğu gibi gerçek kişilerle de parasosyal etkileşim kurulabileceğini göstermektedir (Auter ve Palmgreen, 2000: 85). Özellikle günümüz internet teknolojisinin gelişimi, anında geribildirim alınmasını sağlayan uygulamalar, sosyal medya ağları vb. gibi yenilikler; parasosyal etkileşimin sadece kurgusal dizi karakterleriyle oluşturulmasından öte bir boyuta geçerek, gerçek kişilerle de kurulabileceğini de göstermektedir.

Parasosyal Etkileşim ve Yalnızlık

Yalnızlık, bir kişinin sosyal ilişkiler ağında, kendi bireysel ihtiyaçlarını önemli ölçüde karşılayamadığı durumlarda ortaya çıkan tatsız deneyim olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım; yalnızlık üzerine araştırma yapan diğer araştırmacılar arasında üç ortak noktayı işaret etmektedir. Birincisi yalnızlık, kişinin sosyal ilişkilerindeki eksiklikten kaynaklanır. Yalnızlık, bir kişinin gerçek sosyal ilişkileri ile kişinin ihtiyaçları veya sosyal temas istekleri arasında uyumsuzluk olduğunda ortaya çıkar. Bazen yalnızlık, bireyin sosyal gereksinimlerinin, gerçek sosyal iletişim düzeyindeki bir değişikliğin değil, bir değişimin sonucudur. İkincisi, yalnızlık öznel bir deneyimdir; nesnel sosyal izolasyon ile eş anlamlı değildir. İnsanlar yalnız kalmadan yalnız kalabilir veya bir kalabalıkta da yalnız kalabilirler. Üçüncüsü, yalnızlık deneyimi çok cömerttir. Yalnızlık, kişisel gelişimin bir kaynağı olabilir, ancak deneyim tatsız ve üzücüdür (Perlman ve Peplau, 1984: 15-16).

Yalnızlığın çeşitli sebepleri olabilir. Sosyal hayatta içine kapanıklık ve kişilerarası ilişkileri yürütme becerisinin olmaması yalnızlığın en önemli sebeplerindendir. İnsanlar çeşitli nedenlerden dolayı toplumdan kendini soyutlamış olabilir. Yapılan araştırmalar,

özellikle içine kapanık kişilerin yalnızlığa karşı oldukça hassas olduklarını ve bununla baş etmek için de parasosyal ilişkileri kullandığını ortaya koymuştur (Aktaran, Jarzyna, 2012: 37-38).

Yalnızlık ve parasosyal etkileşim arasındaki ilişkiye bakıldığında, bireyler medyayı kendilerini toplumdan soyutlamak için değil, kişilerarası etkileşimin eksikliğini karşılayan bir alternatif olarak kullanmaktadır. Bu durum bireylerin medya aracılığıyla ortak bir etkileşim zemini oluşturmasına dayanmaktadır. Parasosyal etkileşim ve medya karakterleri arasındaki araştırmaların başladığı dönemde özellikle televizyon çok yaygın bir kitle iletişim aracı değildi. Zamanla televizyonun bir lüks olmaktan çıkarak her evde en az bir tane bulunması, bunun yanı sıra teknolojideki gelişmeler, aynı şekilde internetin cep telefonlarına kadar indirildiği bir dünyada, parasosyal etkileşim ve yalnızlık arasında bir bağlantı ortaya çıkmıştır. Modern dünyada gittikçe yalnızlaşan, kendini toplumdan izole eden birey, toplumsal etkileşim ihtiyacını kitle iletişim araçlarıyla karşılama yolunu seçmiştir (Davila-Rosado, 2006: 22-23).

Farklı araştırmacılar farklı yalnızlık türleri ile parasosyal etkileşim arasındaki ilişkinin doğasını açıklamaya çalışmışlardır. Örneğin Perse ve Rubin (1990: 38) pasif yalnızlık ile kronik yalnızlık arasındaki bağlantı için iki açıklama getirmiştir. Bunlardan birincisi olan iletişim merkezli yaklaşım, yalnızlığın iletişim becerilerindeki eksiklikten kaynaklı olduğunu ve bununla ilişkili olduğunu ileri sürmektedir. Bu eksiklikler insanları sosyal etkinliklerinden uzaklaştırmaktadır. Devam eden bir yalnızlık döngüsü oluşması, insanları çevresinden soyutlamakta ve çevresine karşı daha da yalnızlaştırmaktadır. İkincisi ise bilişsel, atıfsal bir yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre, yalnızlık zaman içinde ve farklı bağlamlarda da devam ettikçe, insanlar yalnızlığı istikrarlı ve kontrol edilemeyen nedenlere atfetmektedir. Böylece, kronik yalnızlar, durumlarını değiştirme girişimlerinin yararsız olduğuna inandıklarından daha pasif hale gelirler. Bunu göz önünde bulundurarak araştırmalarını yapan Perse ve Rubin, kronik yalnızlığı olan kişilerin, kişilerarası iletişimde merkezi bir konuma sahip olan, arkadaşlar, aile üyeleri ve sosyal etkinliklere fazla önem vermedikleri sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan medya kullanımında herhangi bir azalma olmazken, kronik yalnızların yalnız olmayan gruplara göre daha fazla radyo dinlediğini tespit etmiştir. Yine bu çalışmada ortaya çıkan bir diğer sonuçta, kronik yalnızların boş zamanlarında daha fazla haber izlediğidir.

Canary ve Spitzberg (1993: 810), durumsal yalnız olarak nitelendirdikleri grubun en sevdikleri pembe dizilerleri neden izlediklerine dair bilgi verirken; daha yüksek parasosyal etkileşim ortaya çıktığını ifade etmişlerdir. Kronik yalnızlar ve yalnız olmayanlara göre, durumsal yalnızlar medya karakterleriyle parasosyal etkileşime girmeye daha meyillidir.

Wang ve arkadaşları (2008: 101), üniversite öğrencilerinin yalnızlık hisleri ve televizyonda yer alan karakterlerle girdikleri parasosyal etkileşim üzerine yaptıkları çalışmada, bireylerin kişisel ihtiyaçlarını yalnızlık dürtüsünden dolayı karşılayamaması ve bu ihtiyaçları medya karakterleriyle karşılamayı tercih etmesinin nedenlerini araştırmışlardır. Farklı yalnızlık türleri olduğunu –duygusal, sosyal, kronik, durumsal ve geçici- belirten araştırmacılar, bu yalnızlık türlerinin birbirinden farklı parasosyal etkileşime neden olduğunu savunmuşlardır. Burada ön plana ise cinsiyet çıkmaktadır.

Kadınların, aile eksikliğinden dolayı hissettikleri yalnızlığın –duygusal yalnızlık-parasosyal etkileşime daha fazla yol açtığı saptanırken, erkeklerde daha fazla duygusal yalnızlık daha az parasosyal etkileşime neden olmaktadır. Diğer taraftan, erkeklerde kronik yalnızlık daha fazla parasosyal etkileşime yol açarken, kadınlarda bu durum gözlenmemiştir.

Eyal ve Cohen (2006) yaptıkları bir çalışmada, yalnızlık ile parasosyal etkileşim arasında bir ilişki bulamazken; yalnızlık ile parasosyal ayrılık arasında bir ilişki saptamışlardır. Bulgular, yalnızlık düzeyindeki bireysel farklılıkların izleyicilerin arabuluculuk etkileşimleri aramasını zorunlu kılmadığı ancak yalnızlığın, izleyici üyelerinin medya karakterleri üzerindeki bağımlılık derecesini açıklayabileceği ve parasosyal ayrılık durumunda daha fazla sıkıntıya yol açtığı fikrini göstermektedir.

Özellikle 1970’lerden itibaren yapılan çalışmalara bakıldığında araştırmacılar, medya, parasosyal etkileşim ve yalnızlıkla ilgili yapılan çalışmalarda üçünün de benzer düzeyde yalnızlık sergilediğini ortaya koymuşlardır. Bu alandaki bazı araştırmalarda, medya ve yalnızlık arasındaki pozitif yönde bir ilişki olduğu ve bunun toplumsal etkileşimde olumsuzluğa yol açtığı ortaya konmuştur (Johnson, 2015: 15). Ancak yapılan bu araştırmalar “sağlıklı” kişiler üzerinde yapıldığından, bu sonuçları toplumdaki bütün bireylere genellemek yanlış olabilir. Çünkü bir takım kalıtsal rahatsızlıkları olan kişilerde bu durumun aynı olmadığı yapılan araştırmalarla kanıtlanmıştır (Whitenack, 2015: 54-55).

Yöntem

Özellikle televizyonun insan hayatında daha fazla yer almaya başlamasıyla birlikte, etkilerinde de bir artış yaşanmıştır. İnsanların televizyondaki olay ve karakterden etkilenerek; gerçek hayatta onlar gibi davranma eğilimi gösterdikleri kimi zaman gözlemlenen bir durumdur. İşte bu araştırmada, bilimsel bir bakış açısıyla, televizyonun söz konusu etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Yöntem olarak saha araştırmasının esas alındığı çalışma; Konya merkezde yaşayan bireylerin oransal olarak televizyon izleme alışkanları ve yalnızlık ile parasosyal etkileşim düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışan betimleyici bir niteliğe sahiptir.

Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Konya ilinde yaşayan bireylerin televizyon dizilerinde yer alan karakterlerle girdikleri parasosyal ilişkileri ve yalnızlık arasındaki bağlantıyı ortaya koymak amacıyla bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla çalışmanın nüfusunu Konya ilinde yaşayan bireyler oluşturmaktadır.

Çalışmanın örneklemi ise Konya’nın üç merkez ilçesi Selçuklu, Meram ve Karatay oluşturmaktadır. Araştırmanın zaman ve maliyet açısından oluşturduğu zorluklar, böyle bir sınırlamaya gidilmesine neden olmuştur. Örneklem seçiminde amaçsal örneklem tekniği esas alınarak; sadece televizyon izleyen katılımcılara yüz yüze anket uygulanmış ve ön inceleme sonucunda 462 anketin analiz için uygun olduğuna karar verilmiştir. Bu

sayı yüzde 95 güven aralığında, analiz için yeterli gözükmektedir (Ayrıntılı bilgi için bkz.; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50). Amaçsal örnekleme, olasılığı olmayan (seçkisiz) bir örnekleme yaklaşımıdır. Amaçsal örnekleme çalışmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanır. Belli ölçütleri karşılayan veya belli özelliklere sahip olan bir veya daha fazla özel durumlarda çalışılmak istenildiğinde ya da olgularını anlamaya ve bunlar arasındaki ilişkileri keşfetmeye ve açıklamaya çalışır (Büyüköztürk vd., 2012: 90).

Veri Toplama Araçları

Parasosyal Etkileşim Ölçeği (Parasocial Interaction Scale- PSI): Parasosyal Etkileşim Ölçeği, daha önceki araştırmalardan (Rubin vd., 1985) yararlanmak suretiyle; Rubin ve Perse (1987) tarafından yeniden düzenlenmiştir. Bireyin favori medya programı, karakteri ve kişiliği ile kurduğu bağın derecesini belirlemeye yarayan ölçek; Likert tipi, beş noktalı (1= Hiç Katılmıyorum, 5= Tamamen Katılıyorum) 14 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınan en yüksek puan 70, en düşük puan 14'dir. Puan arttıkça parasosyal etkileşim düzeyi de artmaktadır. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışması Arda (2006) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe formunda yer alan 6 madde, Rubin ve arkadaşlarının (1985) geliştirdiği ilk özgün ölçekten; diğer 8 madde ise Rubin ve Perse (1987) tarafından sevilen en sevilen dizi karakterlerine uyarlanan ölçekten yararlanılarak oluşturulmuştur. Arda'nın (2006: 51-52) araştırmasında ölçeğin Cronbach's alfa güvenilirlik katsayısı ,88; Batıgün ve Sunal (2017: 54)'ın araştırmasında ise ,93 olarak tespit edilmiştir. Bu çalışmada ise Cronbach's $\alpha = ,94$ olarak hesaplanmıştır.

UCLA Yalnızlık Ölçeği (UCLA Loneliness Scale): UCLA Yalnızlık Ölçeği orijinal olarak Russell, Peplau ve Ferguson (1978) tarafından geliştirilmiş; daha sonra Russell, Peplau Cutrona (1980) tarafından yeniden düzenlenmiştir. Bireyin yalnızlık derecesini belirlemeye yarayan ölçek, 10 maddesi olumlu (anlamsal olarak yalnızlık içermeyen), 10 maddesi de olumsuz (anlamsal olarak yalnızlık içeren) olmak üzere, tek boyut ve 20 maddeden oluşan 4 noktalı (1= Hiçbir Zaman, 4= Her Zaman) Likert tipi bir ölçektir (Duy, 2003: 90). Olumsuz ifadeler bireylerin sosyal ilişkilerine bağlı olarak yaşadığı doyumsuzluğu ve aidiyet duyulamama durumunu yansıtırken; 10 olumlu cümle de sosyal etkileşim ve ilişkilerden elde edilen doyum düzeyini yansıtmaktadır (Armağan, 2014: 35). Ölçekten alınan en yüksek puan 80, en düşük puan 20'dir. Puan arttıkça yalnızlık düzeyi artmaktadır (Ağırman vd., 2017: 236). Yalnızlık düzeyi belirlenen kesme puanı 48 (38,26±10,48) olarak hesaplanmıştır. Söz konusu puana göre 20- 48 puan "yalnızlık hissetmiyor", 49-80 puan "yalnızlık hissediyor" şeklinde değerlendirilmiştir (Benzer bir çalışma için bkz.; Softa vd., 2015). Ölçeğin güvenilirliği (Cronbach's α) farklı örneklemlerdeki (öğrenciler, hemşireler, öğretmenler, yaşlılar) çalışmalarda ,89 ve ,94 arasında değişmektedir (Russell, 1996: 26). Ölçeğin Türkiye'deki geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Demir (1989) tarafından gerçekleştirilmiştir. Demir, ölçeğin Türkçeye uyarlamasını yapmış ve ölçeğin güvenilirliği için yapılan çalışmada Cronbach Alfa Katsayısı ,96 bulmuştur. Aynı zamanda test-tekrar test yöntemi ile elde edilen korelasyon katsayısını ,94 olarak bulmuştur. Bu çalışmada ise Cronbach's $\alpha = ,91$ olarak hesaplanmıştır.

TV İzleme Amaçları Ölçeği: Daha önceki araştırmalardan (Erdoğan, 1977; Rubin, 1979; Palmgreen & Rayburn, 1979; Rubin, 1981; Rubin, 1983; Abelman, 1988, Abelman vd., 1997) yola çıkılarak hazırlanan bu ölçek; 1= *Hiç Katılmıyorum*, 5= *Tamamen Katılıyorum* aralığında, 14 maddeden oluşan 5'li Likert Tipindedir. Ölçekte toplumsal yaşamda insanları televizyon izlemeye yönelten nedenler sorgulanmaktadır. Ölçeğin güvenilirliğini hesaplamada Cronbach's Alpha katsayısı ,88 olarak ortaya konulmuştur.

Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Saha araştırması 1 Mart 2018 – 30 Mart 2018 tarihleri arasında katılımcılarla yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, istatistik programları yardımıyla elektronik ortamda işlenmiştir. Verilerin analizinde sırasıyla; anket sorularını cevaplayanların kitle iletişim araçlarını kullanım sıklıklarını ve demografik özelliklerini belirlemek amacıyla frekans analizi kullanılmıştır. Cinsiyete ile televizyon izleme davranışı, parasosyal etkileşim düzeyi ve yalnızlık arasındaki ilişki, *Bağımsız Örneklem T-Testi* ile ortaya konulmuştur. Katılımcıların eğitim düzeyine göre parasosyal etkileşim puanlarındaki farklılıkları tespit etmede *Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)*'dan yararlanılmıştır. Örneklemdeki bireylerin medya karakterleriyle girdikleri parasosyal etkileşim ve yalnızlık arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü tespit etmede de *Korelasyon Analizi*'ne başvurulmuştur. Yine katılımcıların parasosyal etkileşim puanlarının, yalnızlık düzeyi tarafından nasıl yordandığını belirlemede *Doğrusal Regresyon Analizi* kullanılmıştır.

Hipotezler

- H1.** Cinsiyete göre, parasosyal etkileşim düzeyi anlamlı farklılık gösterir.
- H2.** Eğitim düzeyi arttıkça, parasosyal etkileşim düzeyinde bir azalma yaşanır.
- H3.** Günlük televizyon izleme süresi arttıkça, parasosyal etkileşim düzeyi de artar.
- H4.** Yalnızlık düzeyi ile parasosyal etkileşim düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır.
- H5.** Yalnızlık boyutlarına göre, parasosyal etkileşim düzeyi anlamlı farklılık gösterir.

Bulgular Ve Yorum

Aşağıdaki bölümde araştırma sorularına cevap veren katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bazı bulgular ortaya konulmaktadır.

Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Katılımcıların yüzde 59,7'si erkek, yüzde 40,3'ü ise kadındır. Oranlar, erkeklerin çoğunluğu oluşturduğuna dikkat çekse de, cinsiyet açısından karşılaştırma yapmak için uygundur.

Anket sorularını yanıtlayanların yüzde 55,8'i bekâr, yüzde 44,2'si evlidir. Araştırmaya katılanlar arasında bekârlar çoğunluğu oluşturmaktadır

Araştırmaya katılanların yüzde 0,4'ü okur-yazar, yüzde 6,3'ü ilkökul, yüzde 14,1'i

ortaokul, yüzde 29'u lise, yüzde 40,3'ü üniversite ve yüzde 10'u lisansüstü eğitime sahip olduğunu söylemiştir. Sonuçlar, katılımcılar arasında lise ve üniversite mezunlarının çoğunluğu meydana getirdiğini göstermektedir.

Yine araştırma sorularına cevap verenlerin 22,1'i işçi, yüzde 9,5'i memur, yüzde 19,3'ü esnaf, yüzde 15,2'si serbest meslek, yüzde 0,9'u emekli, yüzde 11,9'u sanayici-tüccar, yüzde 10'u ev hanımı ve yüzde 11,3'ü öğrenci olduğunu dile getirmiştir.

Yaş dağılımının merkezi eğilim istatistikleri mercek altına alındığında en düşük 16, en yüksek 55 yaşındaki katılımcılara sorular sorulduğu ortaya çıkmaktadır. Anket sorularını cevaplayanların yaş ortalaması 30,83, dağılımın standart sapması ise 7,18'dir.

Televizyon İzleme Alışkanlıkları

Televizyon izleme alışkanlıkları kapsamında öncelikle katılımcıların günlük televizyon izleme süreleri mercek altına alınmıştır. Betimleyici istatistik sonuçları; katılımcıların günlük en az 5 dk., en yüksek 720 dk. televizyon izlediklerini ortaya koymaktadır. Araştırma sorularına cevap verenlerin ortalama günlük televizyon izleme süresi 116,5 dakikadır.

Tablo 1. Günlük TV İzleme Süresinin Betimleyici İstatistikleri

	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Günlük ortalama TV izleme süresi	462	5 dk.	720 dk.	116,56	125,21

Katılımcıların televizyon izleme amaçlarının betimleyici istatistikleri incelendiğinde; en çok dünyada ve ülkemde neler olup bittiğini öğrenebilmek için televizyon karşısına geçtikleri dikkat çekmektedir ($\bar{X}= 3,62$). Yine Konya'da yaşayan insanların gündemdeki önemli konuları takip etmek ($\bar{X}= 3,39$), farklı tür programlar arasından seçim yapabilmek ($\bar{X}= 3,06$) ve eğlenmek ($\bar{X}= 2,98$) amacıyla daha çok televizyon izledikleri söylenebilir. Öte yandan araştırmaya katılanlar; televizyon izlemek suretiyle ev, okul, iş ve arkadaş çevremdeki dertleri unutturması ($\bar{X}= 2,32$) yönelimli daha az doyum arayışı içinde bulunmaktadırlar.

Tablo 2. TV İzleme Amaçlarının Betimleyici İstatistikleri

TV İzleme Amaçları	N	Min.	Max.	\bar{X}
Dünyada ve ülkemde neler olup bittiğini öğrenebilmek için	462	1	5	3,62
Gündemdeki önemli konuları/ meseleleri takip etmek için	462	1	5	3,39
Farklı tür programlar arasından seçim yapabiliyorum	462	1	5	3,06
Beni eğlendirdiği için	462	1	5	2,98
Televizyon izlemek hoşuma gidiyor	462	1	5	2,79
Boş zamanlarımı değerlendirmek için	462	1	5	2,78
Rahatlamama yardımcı olduğu için	462	1	5	2,65
Her zaman karşımda açık ve izleniyor	462	1	5	2,51

Aile üyeleri ve arkadaşlarla bir arada olmamızı sağlıyor	462	1	5	2,47
Konuşacak birisi olmadığında bana arkadaşlık yaptığı için	462	1	5	2,45
Yalnızlığımı giderdiği için	462	1	5	2,37
Beni sıkkan insanlardan kurtulmamı sağladığı için	462	1	5	2,35
İnsanlarla konuşacak ortak sohbet konuları bulmamı sağlıyor	462	1	5	2,33
Ev, okul, iş ve arkadaş çevremdeki dertleri unutturduğu için	462	1	5	2,32

Öte yandan bu çalışma kapsamında hazırlanan ve 4 maddeden oluşan bir ölçekle (1= Hiç, 5= Her Zaman) katılımcıların televizyon program türleri izleme sıklığı sorgulanmıştır.

Tablo 3. TV Program Türü İzleme Sıklığının Betimleyici İstatistikleri

TV Program Türleri	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Yerli Filmler	462	1	5	3,24	1,20
Yerli Diziler	462	1	5	2,86	1,37
Yabancı Filmler	462	1	5	2,69	1,01
Yabancı Diziler	462	1	5	2,63	1,13

Televizyon program türleri içerisinde katılımcıların en çok takip ettikleri tür; yerli film ($\bar{X}= 3,24$) ve yerli dizilerdir ($\bar{X}= 2,86$). Yabancı diziler, daha az tercih edilmektedir.

Yalnızlık Düzeyi

Bu araştırma kapsamında UCLA Yalnızlık Ölçeğinde maddelere verdikleri cevap bakımından katılımcıların aldıkları en az puan 20, en çok puan 67'dir.

Tablo 4. Katılımcıların Yalnızlık Düzeyinin Betimleyici İstatistikleri

	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Yalnızlık Düzeyi	462	20	67	38,26	10,48

Tablo 4'te katılımcıların yalnızlık düzeyi puanı ortalamasının 38,26 olduğu dikkat çekmektedir. Diğer bir ifadeyle araştırma sorularına cevap verenlerin yalnızlık düzeyi düşüktür.

Tablo 5. Yalnızlık Boyutlarının Yüzdelerik Dağılımı

Yalnızlık Boyutları	Sayı	Yüzde
Yalnızlık Hissetmiyor (20-48 puan)	366	79,2
Yalnızlık Hissediyor (49-80 puan)	96	20,8
TOPLAM	462	100,0

Tablo 5'te ise her bir katılımcı için hesaplanan yalnızlık puanının kategorik hale getirilmesi sonucu elde edilen sonucun yüzdelerik dağılımı söz konusudur. Buna göre örnekleme yer alan bireylerin yüzde 79,2'si kendisini yalnız hissetmezken; yüzde 20,8'i yalnızlık hissi yaşamaktadır.

Tablo 6. Cinsiyete Göre Yalnızlık Düzeyindeki Farklılık

	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	Sig.
Yalnızlık Düzeyi	Kadın	186	36,95	-2,20	,028
	Erkek	276	39,14		

Bir başka açıdan katılımcıların cinsiyetine göre yalnızlık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir ($t = -2,20$; $p < ,05$). Betimleyici istatistik sonuçları, erkeklerin ($\bar{X} = 39,14$) yalnızlık düzeyinin, kadınlara ($\bar{X} = 36,95$) göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. UCLA Yalnızlık Ölçeğinin kullanıldığı çoğu araştırmada cinsiyet ile yalnızlık arasında anlamlı farklılıklar elde edilemediği görülmektedir. Çok az çalışmada erkeklerin kadınlara oranla, kendilerini daha yalnız hissettikleri sonucu ortaya çıkmıştır (Çakır & Çakır, 2011: 144).

Parasosyal Etkileşim Düzeyi

Aşağıdaki tabloda *Parasosyal Etkileşim Ölçeği*nde yer alan maddelerin betimleyici istatistikleri yer almaktadır. Ölçekteki 14 maddenin güvenilirlik katsayısı oldukça yüksek (Cronbach's $\alpha = ,92$) bulunmuştur. Analiz sonuçları mercek altına alındığında; katılımcılar $\bar{X} = 2,93$ gibi bir oranla, *en sevdikleri televizyon karakteriyle şahsen tanışmaktan mutluluk duyacaklarına* daha çok inanmaktadırlar. Bunu “*dizideki en sevdiğim karakter bir hata yaptığında veya başından olumsuz olaylar geçtiğinde onun adına üzülüyorum*” ($\bar{X} = 2,89$) ve “*dizideki en sevdiğim karakter başka bir televizyon programına çıkarsa o programı seyredirim*” ($\bar{X} = 2,88$) maddelerine verdikleri önem takip etmektedir.

Tablo 7. Parasosyal Etkileşim Ölçeğindeki Maddelerin Betimleyici İstatistikleri

Parasosyal Etkileşim Ölçeği Maddeleri	Min.	Max.	\bar{X}
Onunla şahsen tanışmak isterdim	1	5	2,93
Dizideki en sevdiğim karakter bir hata yaptığında veya başından olumsuz olaylar geçtiğinde onun adına üzülüyorum	1	5	2,89
Dizideki en sevdiğim karakter başka bir televizyon programına çıkarsa o programı seyredirim	1	5	2,88
Düşüncelerimi onun söyledikleri ile karşılaştırmaktan hoşlanıyorum	1	5	2,86
Bir gazetede veya dergide onunla ilgili bir haber çıkarsa okurum	1	5	2,85
Diziyi izlerken bazen onun yaptıkları veya söyledikleri üzerine sesli olarak yorum yapıyorum	1	5	2,81
Onu doğal, ayakları yere basan bir kişi olarak görüyorum	1	5	2,62
Onu çekici buluyorum	1	5	2,62
En sevdiğim karakterin sesini duymak hoşuma gidiyor	1	5	2,61
Onu görmek için bir sonraki bölümü ipe çekiyorum	1	5	2,56
Dizideki en sevdiğim karakter sanki arkadaşlarımlaymışım gibi kendimi rahat hissetmemi sağlıyor.	1	5	2,54

Dizinin gösterildiği zamanlarda en sevdiğim karakter bana adeta can yoldaşı oluyor	1	5	2,46
Onu sanki eski bir arkadaşım gibi iyi tanıyorum	1	5	2,37
En sevdiğim karakter bazı kararlar vermemde bana yardımcı olup yol gösteriyor	1	5	2,36

Araştırma sorularına cevap veren katılımcılar; “*en sevdiğim karakter bazı kararlar vermemde bana yardımcı olup, yol gösteriyor*” ($\bar{X}= 2,36$) ve “*onu sanki eski bir arkadaşım gibi iyi tanıyorum*” ($\bar{X}= 2,37$) maddelerine daha düşük düzeyde katılım göstermişlerdir. Bu da göstermektedir ki; insanlar televizyon aracılığıyla gördükleri kişilere karşı ilgi duymakta, onlarla şahsen tanışmaktan mutlu olacaklarını ifade etmekte; ancak gerçekte hayattaki ilişkilerinin yerine de koymamakta; bazı kararlar almada onları daha az etkili görmektedir.

Tablo 8. Parasosyal Etkileşim Düzeyinin Betimleyici İstatistikleri

	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Parasosyal Etkileşim Düzeyi	462	14	64	37,42	11,72

Katılımcılar parasosyal etkileşim ölçeğindeki 14 maddeye toplamda en düşük 14, en yüksek 64 puan vermişlerdir. Betimleyici istatistik sonuçları, örnekleme yer alanların parasosyal etkileşim düzeylerinin ortalama 37,42 olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Cinsiyete Göre Parasosyal Etkileşim Düzeyindeki Farklılık

	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	Sig.
Parasosyal Etkileşim Düzeyi	Kadın	186	37,50	,115	,908
	Erkek	276	37,37		

Öte yandan katılımcıların cinsiyetine göre, parasosyal etkileşim düzeyleri anlamlı farklılık göstermemektedir ($t= ,115$; $p> ,05$). Betimleyici istatistik sonuçları; erkeklerin ($\bar{X}= 37,37$) ve kadınların ($\bar{X}= 37,50$) parasosyal etkileşim puanı bakımından birbirlerine yakın değerlere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlara göre, **Hipotez 1** reddedilmiştir.

Tablo 10. Eğitim Düzeyine Göre Parasosyal Etkileşim Düzeyindeki Farklılık

	Eğitim Düzeyi	N	\bar{X}	F	Sig.	Fark
Parasosyal Etkileşim Düzeyi	Okur-yazar	2	38,50	6,74	,000	İlkokul ile Lise, Üniversite ve Lisansüstü arasında
	İlkokul	29	45,93			
	Ortaokul	65	40,84			
	Lise	134	37,51			
	Üniversite	186	36,08			
	Lisansüstü	46	32,39			

Bir başka noktada örneklemede yer alan insanların eğitim düzeyine göre parasosyal etkileşim puanları anlamlı farklılık taşımaktadır ($F= 6,74$; $p< ,001$). Tukey Testi sonuçları mercek altına alındığında; ilkökul mezunu olanlar ($\bar{X}= 45,93$); lise ($\bar{X}= 37,51$), üniversite ($\bar{X}= 36,08$) ve lisansüstü ($\bar{X}= 32,39$) eğitimlilere göre daha yüksek parasosyal etkileşim puanına sahiptirler. Genel olarak değerlendirildiğinde; eğitim düzeyi arttıkça, televizyonun parasosyal etkileşim etkisinde bir azalma yaşanmaktadır. Bu sonuçlar **Hipotez 2**'nin doğrulandığını göstermektedir. Aslında elde edilen bu bulgular, Batıgün ve Sunal (2017: 59)'ın ulaştığı sonuçları destekler mahiyettedir. Yazarların, 1232 kadın üzerinde yaptıkları araştırmaya göre; eğitim değişkeni, parasosyal etkileşimi yordayan değişkenlerden biridir. Yapılan diğer analizler sonucunda, ilköğretim mezunu kadınların parasosyal etkileşim, bilişsel-davranışsal katılım ve parasosyal ayrılık puanlarının, diğer eğitim gruplarındaki kadınlardan anlamlı düzeyde yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Parasosyal Etkileşim Düzeyi ve TV İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılanların televizyon izleme amaçları ile parasosyal etkileşim düzeyleri arasındaki ilişkinin gücü ve yönünü ortaya koymak açısından Korelasyon Analizi bulguları incelendiğinde; katılımcıların parasosyal etkileşim düzeyiyle “rahatlama” ($r= ,386$; $p< ,01$), “eğlenme” ($r= ,375$; $p< ,01$) ve “arkadaşlık” ($r= ,374$; $p< ,01$) gibi televizyon izleme amaçları arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki söz konusudur. Yine yalnızlığı giderme amaçlı televizyon izleme eğilimi arttıkça, parasosyal etkileşim düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır ($r= ,346$; $p< ,01$).

Tablo 11. TV İzleme Amaçları İle Parasosyal Etkileşim Düzeyi Arasındaki İlişki

	Parasosyal Etkileşim Düzeyi	
Televizyon İzleme Amaçları	Gündemdeki önemli konuları/ meseleleri takip etmek için	087
	Rahatlamama yardımcı olduğu için	,386**
	Beni eğlendirdiği için	,375**
	Beni sıkın insanlardan kurtulmamı sağladığı için	,353**
	Dünyada ve ülkemde neler olup bittiğini öğrenebilmek için	,182**
	Boş zamanlarımı değerlendirmek için	,174**
	Televizyon izlemek hoşuma gidiyor	,334**
	Konuşacak birisi olmadığında bana arkadaşlık yaptığı için	,374**
	Yalnızlığımı giderdiği için	,346**
	Ev, okul, iş ve arkadaş çevremdeki dertlerimi unutturduğu için	,364**
	Farklı tür programlar arasından seçim yapabiliyorum	,344**
	Aile üyeleri ve arkadaşlarla bir arada olmamızı sağlıyor	,367**
	Her zaman karşımda açık ve izleniyor	,252**
	İnsanlarla konuşacak ortak sohbet konuları bulmamı sağladığı için	,372**

Not: **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Bir başka açıdan, “bilgilenmek” ($r= ,182$; $p< ,01$), ve “boş zamanları değerlendirmek” ($r= ,174$; $p< ,01$) gibi televizyon izleme amacıyla parasosyal etkileşim düzeyi arasında ise, pozitif yönde zayıf anlamlı ilişki dikkat çekmektedir.

Tablo 12. TV Program Türleri İzleme Sıklığı İle Parasosyal Etkileşim Arasındaki İlişki

TV Program Türleri	Parasosyal Etkileşim Düzeyi
Yerli Filmler	,227**
Yerli Diziler	,358**
Yabancı Filmler	,049
Yabancı Diziler	,021

Not: **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 12'ye göre parasosyal etkileşim düzeyi ile yerli film izleme sıklığı arasında zayıf ($r= ,227$; $p< ,01$); yerli dizi izleme sıklığı arasında ise orta düzeyde ($r= ,358$; $p< ,01$) anlamlı ilişki söz konusudur. Diğer bir ifadeyle yerli film ve yerli dizi izleme sıklığı arttıkça, parasosyal etkileşim düzeyinde de bir artış görülmektedir. Sonuç olarak katılımcıların yerli dizi ve yerli filmleri daha çok seyrettikleri ve bu yapımlarda yer alan karakterlerle daha çok bağ kurma eğilimi taşıdıkları söylenebilmektedir. Yabancı dizi ve film izleme sıklığı ile parasosyal etkileşim arasında anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

Tablo 13. TV İzleme Süresi İle Parasosyal Etkileşim Arasındaki İlişki

TV İzleme Süresi	Parasosyal Etkileşim Düzeyi
	,211**

Not: **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Benzer bir durum günlük televizyon izleme süresi için de söz konusudur. Günlük televizyon izleme süresi arttıkça, parasosyal etkileşim de artmaktadır ($r= ,211$; $p< ,01$). Bu sonuçlara göre **Hipotez 3** doğrulanmıştır. Benzer bir sonuç Arslan'ın (2013: 151) araştırmasında da ortaya konulmuştur. Yazara göre, parasosyal etkileşim düzeyi yüksek olan bireyler, parasosyal etkileşimi düşük bireylere nazaran daha fazla televizyon izlemektedirler. Yine Auter ve Palmgreen'in (2000: 87) çalışması, televizyon izleme süresiyle parasosyal etkileşim arasında pozitif anlamlı bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

Yalnızlık ile Parasosyal Etkileşim Arasındaki İlişki

Araştırma sorularına cevap verenlerin, yalnızlık düzeylerinin parasosyal etkileşim düzeyini açıklama gücü, Regresyon Analizi ile incelenmiş ve elde edilen bulgular **Tablo 14'**te ortaya konulmuştur.

Tablo 14. Katılımcıların Parasosyal Etkileşim Puanlarının, Yalnızlık Düzeyi Tarafından Yordanmasına İlişkin Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	R	R ²	F	β	t
Yalnızlık Düzeyi	,280	,079	39,27	,280***	12,80

Not: *** p< ,001.

Yalnızlık düzeyinin bağımsız değişken olarak denkleme sokulması sonucu regresyon katsayısı ,280 olarak tespit edilmiştir. Yalnız düzeyi, parasosyal etkileşim puanlarındaki varyansın yüzde 7,9'unu açıklama kapasitesine sahiptir. Parasosyal etkileşim düzeyini yalnızlık düzeyinin yordayıp yordamadığına ilişkin β ve t değerlerine bakıldığında; yalnızlık düzeyinin (β= ,280; p< ,001) parasosyal etkileşim puanını anlamlı biçimde yordadığı dikkat çekmektedir. Diğer taraftan katılımcıların yalnız düzeyi arttıkça, parasosyal etkileşim puanında bir artış yaşanmaktadır (r= ,280; p< ,01). Bu sonuçlar, **Hipotez 4**'ün doğrulandığına işaret etmektedir.

Son olarak bu araştırma kapsamında yalnızlık alt boyutları ile parasosyal etkileşim arasındaki ilişki de incelenmiştir. Araştırmaya katılanların içindeki yer aldıkları yalnızlık alt boyutlarına göre parasosyal etkileşim düzeyleri anlamlı farklılık taşımaktadır (t= -2,84; p< ,01).

Tablo 15. Yalnızlık Boyutlarına Göre Parasosyal Etkileşim Düzeyindeki Farklılık

	Yalnızlık Boyutları	N	\bar{X}	t	Sig.
Parasosyal Etkileşim Düzeyi	Yalnızlık Hissetmiyor	366	36,63		
	Yalnızlık Hissediyor	96	40,43	-2,84	,005

Farkın kaynağını ortaya koymak amacıyla betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; yalnızlık hissi yaşayanlar (\bar{X} = 40,43), yalnızlık hissi yaşamayanlara (\bar{X} = 36,63) göre daha yüksek parasosyal etkileşim düzeyine sahiptir. Söz konusu sonuçlarla birlikte **Hipotez 5** doğrulanmıştır.

Sonuç ve Tartışma

Televizyon yapısı gereği, içe dönük ve yalnızlık yaşayan insanların sosyalleşmesine, sosyal kaçış yaşamalarına, boş zamanlarını değerlendirmelerine ve rahatlamalarına imkân veren bir özelliğe sahiptir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında vurgulandığı gibi, toplumsal yaşamda bireyler istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere kitle iletişimini kullanmakta ve tatmin sağlamaktadır (Katz vd., 1973; Katz vd., 1974). Böylece yalnızlık ve televizyon izleme birbirleriyle ilişkili konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğer birey yalnızlık yaşıyorsa, istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasında televizyon, çeşitli alternatifler sunmaktadır. Söz konusu olanaklar içerisinde televizyon dizileri önemli yere

sahiptir. Günümüzde insanlar televizyon dizileri izlemek için daha çok motive olmakta, bir sonraki bölümü heyecan içerisinde beklemekte ve gerçek olarak algılanan bir dizi karakteriyle parasosyal ilişkiler kurabilmektedir. Çünkü televizyondaki karakterler, izleyiciler için iyi bir arkadaş olmanın yanında, aynı zamanda bir model konumundadır. İzleyiciler; televizyon karakterlerini önemli bir bilgi kaynağı olarak görmekte ve onların tutum ve davranışlarından etkilenebilmektedir (Perse ve Rubin, 1989).

İşte bu araştırmada yalnızlık ile parasosyal etkileşim arasındaki ilişki, Konya örneğinde bir saha araştırmasıyla, mercek altına alınmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle televizyon izleme alışkanlıkları sorgulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre; katılımcıların günlük televizyon izleme süresi ortalama 116 dakikadır. Daha önceki araştırmalarla (Koçak, 2001; Balcı vd., 2011) karşılaştırıldığında, günlük televizyon izleme süresinde bir azalmanın yaşandığı dikkat çekmektedir. Böyle bir sonucunun ortaya çıkmasında şüphesiz; internet, sosyal medya ve akıllı cep telefonu teknolojisi kullanımına duyulan ilgi artışı gösterilebilir (Balcı ve Olkun, 2015; Olkun ve Balcı, 2016; Bal, 2014). Araştırma sorularına cevap verenler; dünyada ve Türkiye’de neler olup bittiğini öğrenmek, gündemdeki önemli konuları takip etmek, farklı programlar izleyebilmek ve eğlenmek amaçlı doyum arayışı içerisinde daha çok bulunmaktadır. Yine yerli film ve diziler, katılımcılar tarafından daha sık takip edilen televizyon program türleri arasında yer almaktadır.

Araştırma sorularına cevap verenlerin yalnızlık düzeyinin düşük olduğu, bu araştırmaya ile ortaya konulmuştur. Katılımcıların büyük bir kısmı (yüzde 79,2) kendini yalnız hissetmemektedir. Elde edilen bulgular, erkeklerin yalnızlık düzeyinin, kadınlara göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Öte yandan bu araştırmanın ulaştığı en önemli bulgulardan bir tanesi; katılımcıların parasosyal etkileşim düzeylerinin çok da yüksek olmadığıdır. Kadın ve erkeklerin parasosyal etkileşim puanları birbirlerine yakın bir görünüm sergilerken; katılımcıların eğitim seviyesi arttıkça, televizyonun parasosyal etkileşim etkisinde bir azalma yaşanmaktadır. Diğer bir ifadeyle eğitim düzeyi düşük olanlar (örneğin, ilkokul mezunları) televizyondaki dizi karakterleriyle gerçek yaşamda bağ kurma, özdeşleşme noktasında daha isteklidirler.

Katılımcıların rahatlama, eğlenme ve arkadaşlık elde etme gibi televizyon izleme amaçları ile parasosyal etkileşim düzeyleri arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir korelasyon bulunmaktadır. Yine yalnızlığı giderme amaçlı televizyon izleme eğilimi arttıkça, parasosyal etkileşim düzeyinde de bir artış kendini göstermektedir. Günlük televizyon izleme süresi arttıkça, parasosyal etkileşimde de bir artış yaşanmaktadır. Yerli yapımları takip etme sıklığı ile parasosyal etkileşim düzeyi anlamlı ilişki tespit edilirken; yabancı yapımları takip etme sıklığı ile parasosyal etkileşim düzeyi arasında anlamlı korelasyon bulgulanamamıştır.

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda; yalnız ile parasosyal etkileşim arasındaki ilişki de sorgulanmıştır. Bilindiği gibi yalnızlık; kişilerin sosyal gereksinimlerini medya yoluyla karşılamaya iten nedenlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu haliyle medyaya başvurmak, yalnızlıkla baş etmede kullanılan bir strateji konumundadır. Yalnızlıkla başa

çıkma kimileri sosyal etkinliklerini artırmaya çalışırken, kimileri ise yeni arkadaşlar edinme veya yeni gruplara üye olma gibi sosyalleşme çabaları içerisine girmektedirler. Özellikle sosyal etkinlik yalnızlıkla başa çıkma bir çözüm olmazsa, bireyler medyaya başvurabilmekte (Arslan, 2013: 46); bu süreçte televizyonda sunulan karakterlerle parasosyal ilişkiler geliştirebilmektedirler. Bu teorik tartışmalardan yola çıkılarak yürütülen bu saha araştırması sonuçlarına göre; örnekleme yer alan insanların yalnız düzeyi arttıkça, parasosyal etkileşim puanında bir artış ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların içinde yer aldıkları yalnızlık alt boyutlarına göre parasosyal etkileşim düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir. Öyle ki; yalnızlık hissedenler; yalnızlık hissetmeyenlere göre, televizyondaki dizi karakterleriyle daha yüksek düzeyde parasosyal etkileşim isteğine sahiptir. Yalnızlık ve parasosyal etkileşim arasında anlamlı bir ilişkinin ortaya çıkmasında önemli bir olasılık, Konya’da yaşayan insanlar için televizyonun, kişilerarası ihtiyaçların karşılanmasında önemli bir alternatif konumunda olmasıdır.

Sonuç olarak bu araştırma; Türkiye’de yalnızlık ile parasosyal etkileşim arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışan az sayıda bilimsel girişimden bir tanesini oluşturmaktadır. Ülkenin farklı bölgelerinde farklı örneklemler üzerinde yapılacak araştırmalar literatürün zenginleşmesi ve karşılaştırmaların yapılması açısından önem taşımaktadır. Gelecekteki araştırmalar lise ya da üniversite öğrencileri gibi, daha özel gruplar arasında yürütülebilir. Toplumun bu genç kesimleri, yeni iletişim teknolojilerini bilme ve kullanma yeteneğine daha çok sahiptirler ve bu nedenle televizyon izlemenin sunabileceği işlev, bilgisayar aracılı iletişim gibi, diğer yeni teknolojilerle değişkenlik gösterebilmektedir. Bu çalışma, televizyon aracılığıyla kurulan parasosyal etkileşimi, yalnızla ilişkisi bağlamında incelemektedir. Sanal dünyadaki oyun karakterleri ile kurulacak parasosyal etkileşimin mercek altına alınması; yeni iletişim teknolojilerinin etkileri hakkında daha fazla bilgi sağlayabilir. Yine gelecekte Türkiye’de dizayn edilecek araştırmalarda; yalnızlık ile parasosyal etkileşim arasındaki ilişkide cinsiyet farklılıkları konu edilebilir. Bir başka noktada televizyon izleme motivasyonları ile parasosyal etkileşim arasında nasıl bir ilişkinin olduğu; cevap bekleyen sorular arasında yer almaktadır.

Yazarların Katkıları: **Ş.B.:** Araştırma konusunun belirlenmesi, araştırmayı planlama ve yürütme, literatür tarama, istatistik, analiz, yorumlama, sonuç ve değerlendirmeyi yazma; **Y.D.:** Konunun belirlenmesi, planlama, araştırmanın yürütülmesi, literatür tarama, makalenin giriş ve literatür taraması kısmını yazma.

Kaynaklar

Abelman Robert; Atkin, David & Rand, Michael (1997). “What Viewers Watch When They Watch TV: Affiliation Change as Case Study”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41 (3), 360-379.

Abelman, Robert (1988). “Motivations for Viewing “The 700 Club””. *Journalism Quarterly*, 65 (1), 112-118.

Ağırman, Ege; Gençer, Mehmet Ziya; Arıca, Seçil; Kaya, Ender & Eğici, Memet Taşkın (2017). “Huzurevinde, Evde Ailesiyle ve Yalnız Yaşayan Yaşlı Bireylerde Depresyon, Yalnızlık Hissi Düzeylerinin Karşılaştırılması”. *Journal of Contemporary Medicine*, 7 (3), 234-240.

Arda, S. (2006). *Predictors of parasocial interaction with the favorite and the least desirable characters portrayed in TV serials*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Armağan, Ahsen (2014). “Loneliness and interpersonal communication ability relationship: A research on university students”. *The Journal of International Social Research*, 7 (30), 27-43.

Arslan, Özge (2013). *Tv Dizilerinde Yer Alan Karakterler İle Kurulan Parasosyal Etkileşim: Bağlanma Biçimleri Ve Yalnızlık Açısından Bir İnceleme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Auter, Philip J. & Philip Palmgreen (2000). “Development and validation of a parasocial interaction measure: The audience-persona interaction scale”. *Communication Research Reports*, 17 (1), 79-89.

Avery, Robert K. & Donald G. Ellis (1978). “Talk radio as an interpersonal phenomenon”, G. Gumpert & R. Cathcarl (Eds.), *Inter/Media: Interpersonal Communication in A Media World*, New York: Oxford University Press, 108-115.

Bal, Enes (2013). “An Evaluation about Television Serials in Turkey in the Context of Parasocial Interaction”. *Journal of Educational and Social Research*, 3 (7), 767-773.

Bal, Enes (2014). *Teknoloji, Gençlik ve Mobil Yaşam*. Konya: LiteraTürk Academia Yayınları.

Balcı, Şükrü & Olkun, Emre Osman (2015).”The Relation between Loneliness in Social Life and Facebook Usage.” *Amsterdam 16th International Academic Conference*, Amsterdam, Netherlands, May 12-15,2015, pp. 86-102.

Balcı, Şükrü; Akar, Hüsamettin & Ayhan, Bünyamin (2011). “Televizyon ve Seçmen İlişkisini Yeniden Düşünmek: 2009 Yerel Seçimleri’nde İzleyici Motivasyonları”. *Selçuk İletişim*, 6 (4), 48-63.

Ballantine, Paul W. & Martin, Brett A. S. (2005). “Forming Parasocial Relationships in Online Communities”, Geeta Menon and Akshay R. Rao (Eds.), *NA - Advances in Consumer Research*, Volume 32, Duluth, MN: Association for Consumer Research, 197-201.

Batıgün, Ayşegül Durak ve Sunal, Ayda Büyükaşahin (2017). “TV Dizilerinde Yer Alan Karakterlerle Kurulan Parasosyal Etkileşim: Evlilik Doyumu, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-demografik Değişkenler Açısından Değerlendirme”. *Türk Psikoloji Dergisi*, 32 (79), 52-62.

Bostancı, M. Naci (2004). *Televizyon Dilindeki İslam*. Ankara: Odak Yayınevi.

Büyüköztürk, Şener vd. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Canary, Daniel J., & Brian H. Spitzberg (1993). "Loneliness and media gratifications". *Communication Research*, 20 (6), 800-821.

Cohen, Jonathan (1997). "Parasocial relations and romantic attraction: Gender and dating status differences". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41 (4), 516-529.

Cohen, Jonathan (2003). "Parasocial Break-ups: Measuring Individual Differences in Responses to the Dissolution of Parasocial Relationships". *Mass Communication & Society*, 6 (12), 191-202.

Cohen, Jonathan (2004). "Parasocial Break-up from Favorite Television Characters: The Role of Attachment Styles and Relationship Intensity". *Journal of Social and Personal Relationships*, 21, 187-202.

Çakır, Vesile & Çakır, Vedat (2011). "Yalnızlık ve Televizyon Kullanımı". *Selçuk İletişim*, 7 (1), 131-147.

Çakır, Vesile & Kınıt, Edanur (2014). Televizyon dizilerinde ürün yerleştirme ve sponsorluğun sonuçları". *Global Media Journal: Turkish Edition*, 5 (9), 19-47.

Davila-Rosado, Pedro (2006). *Surviving Reality: Survivor & Parasocial Interaction*. Electronic Theses and Dissertations, Florida University, Orlando-Florida.

Demir, Ayhan (1989). "UCLA yalnızlık ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği". *Psikoloji Dergisi*, 7 (23), 14-18.

Dhanda, Raj K. (2011). *Loneliness and Parasocial Interaction with Media Characters*. Unpublished Master Dissertation. California University, Davis.

Duy, Baki (2003). *Bilişsel-Davranışçı Yaklaşım Dayalı Grupla Psikolojik Danışmanın Yalnızlık ve Fonksiyonel Olmayan Tutumlar Üzerine Etkisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Erdoğan, İrfan & Alemdar, Korkmaz (2005). *Öteki Kuram*. Geliştirilmiş 2. Balkı, Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, İrfan (1977). *Television and Newspaper Uses and Gratifications of Foreign Graduate Students at the University of Pittsburgh: Some Correlates*, Unpublished Doctoral Dissertation, University of Pittsburgh, UMI Dissertation Information Service.

Eyal, Keren & Cohen, Jonathan (2006). "When good Friends say goodbye: A parasocial breakup study". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (3), 502-523.

Greenwood, Dara N., & Long, Christopher R. (2009). "Psychological predictors of media involvement: Solitude experiences and the need to belong". *Communication Research*, 36, 637-654.

Güngör, Nazife (2013). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Henry, Nicole Webb (2011). *Celebrity versus Non-Celebrity: Parasocial Relationships with Characters in Reality-Based Television Programs*. Unpublished Master Dissertation, Graduate Faculty of the Louisiana State University.

Horton, Donald, & R. Richard Wohl (1956). "Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance". *Psychiatry*, 19 (3), 215-229.

Jarzyna, Carol Laurent (2012). *Introversion and the use of parasocial interaction to satisfy belongingness needs*. Unpublished Doctoral Dissertation, Loyola University, Chicago.

Johnson, Kevin (2015). *Loneliness, parasocial interaction, and the media: Tracing the patterns of understanding*. Unpublished Master Dissertation, Department of Communication, University of Ottawa.

Katz, Elihu; Blumler, Jay G. & Gurevitch, Michael (1974). "Uses and Gratifications Research". *Public Opinion Quarterly*, 37 (4), 509-523.

Katz, Elihu; Gurevitch, Michael & Hass, Hadassah (1973). "On The Use of Mass Media for Important Things", *American Sociological Review*, 38 (2), 164-181.

Koçak, Abdullah (2001). *Televizyon İzleyici Davranışları: Televizyon İzleyicilerinin Tercihleri ve Doyumları Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

McCourt, A. & Fitzpatrick, J. (2001). "The Role of Personal Characteristics and Romantic Characteristics in Parasocial Relationships: A Pilot Study". *Journal of Mundane Behavior*, 2 (1).

Mutlu, Erol (2008). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Ayraç Kitabevi.

Nordlund, Jan-Erik (1978). "Media interaction". *Communication Research*, 5 (2), 150-175.

Olkun, Emre O. & Balcı, Şükrü (2016). "Reliability Perception of Media News among University Students." *ICWSR 2nd International Conference on the Changing World and Social Research – 2016*, 14-16 October 2016, Barcelona, pp. 779-792.

Palmgreen, Philip & Rayburn, J. D. (1979). "Uses and Gratifications and Exposure to Public Television", *Communication Research*, 6 (2), 155-180.

Perlman, Daniel, & Peplau, Letitia Anne (1984). "Loneliness research: A survey of empirical findings". L.A. Peplau and S. Goldston (Eds.), *Preventing The Harmful Consequences Of Severe And Persistent Loneliness*, Rockville, MD, US: National Institute of Mental Health.

Perse, Elizabeth M. & Rubin, Alan M. (1990). "Chronic loneliness and television use". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34 (1), 37-53.

Perse, Elizabeth M. & Rubin, Rebecca B. (1989). "Attribution in social and

parasocial relationships”. *Communication Research*, 16 (1), 59-77.

Rubin Alan M. (1981). “An Examination of Television Viewing Motivations”, *Communication Research*, 8 (2), 141-165.

Rubin Alan M. (1983). “Television Uses and Gratifications: The Interactions of Viewing Patterns and Motivations”, *Journal of Broadcasting*, 27 (1), 37-51.

Rubin, Alan M. & Perse, Elizabeth M. (1987). “Audience activity and soap opera involvement: A Uses and effects investigation”. *Human Communication Research*, 14 (2), 246–268.

Rubin, Alan M. (1979). “Television Use by Children and Adolescents”. *Human Communication Research*, 5 (2), 109-120.

Rubin, Alan M.; Perse, Elizabeth, M. & Powell, Robert A. (1985). “Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing”. *Human Communication Research*, 12 (2), 155-180.

Russell, Dan (1996). “UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, Validity, and Factor Structure”. *Journal of Personality Assessment*, 66 (1). 20-40.

Russell, Dan, Peplau, Letitia Anne and Cutrona, Carolyn E. (1980). “The revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39 (3), 472-480.

Russell, Dan; Peplau, Letitia Anne & Ferguson, M. (1978). “Developing a Measure of Loneliness”. *Journal of Personality Assessment*, 42 (3), 290-294.

Schiappa, Edward; Allen, Mike & Gregg, Peter B. (2007). “Parasocial relationships and television: A meta-analysis of the effects”. Raymonds W. Preiss, Barbara Mae Gayle, Nancy Burrell, Mike Allen, Jennings Bryant (Eds.), *Mass Media Effects Research: Advances Through Meta-Analysis*, Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 301-314.

Softa, Havva Kaçan; Öztürk, Ayfer; Dindaş, İrem & Göçmen, Mustafa (2015). “Kastamonu 1No’lu Aile Sağlığı Merkezine Başvuran Yaşlıların Yalnızlık Düzeyini Etkileyen Bazı Faktörlerin İncelenmesi”. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 2, 88-97.

Tsay-Vogel, Mina and Schwartz, Mitchael, L. (2014). “Theorizing parasocial interactions based on authenticity: The development of a media figure classification scheme”. *Psychology of Popular Media Culture*, 3 (2), 66-78.

Wang, Qi; Edward L. Fink & Deborah, A. Cai (2008). “Loneliness, gender, and parasocial interaction: A uses and gratifications approach”. *Communication Quarterly*, 56 (1), 87-109.

Whitenack, Stephanie (2015). *An Examination of Parasocial Relationships and Loneliness among People with Down Syndrome*. Unpublished Master Dissertation, University of Cincinnati, Retrieved from <https://etd.ohiolink.edu/>.

Yazıcıoğlu, Yahşi & Erdoğan, Samiye (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.