

# ERGENLERİN TELEVİZYON MÜZİK PROGRAMI TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA <sup>1</sup>

## (A Research on Television Music Program Preferences of Adolescents)

Nesrin KALYONCU <sup>2</sup>

### ÖZET

Bu araştırma, ergenlerin televizyon müzik programı tercihlerini saptamak amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, Bolu ilinde tesadüfî örnekleme yöntemiyle belirlenmiş 13–16 yaşları arasındaki 110 ergen oluşturmaktadır. Ergenlerin televizyonla ve televizyon müzik programlarıyla ilişkilerini saptamak amacıyla; yapılandırılmış, açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşan bir anket kullanılmıştır. Verilerin tanımsal istatistikleri; gençlerin ağırlıklı olarak özel televizyon kanallarını izlediklerini, TRT kanallarını ise neredeyse hiç tercih etmediklerini göstermiştir. Ergenlerin çok büyük çoğunluğu da, ağırlıklı olarak popüler müzik türlerinin ve müzik videolarının/kliplerinin yayınlandığı müzik kanallarını/televizyonlarını tercih etmektedirler. Araştırmada, sık izlenen genel içerikli televizyon kanallarındaki müzik türleri ve haftalık yayın süreleri de belirlenmiştir. Ayrıca; gençlerin en çok tercih ettikleri müzik kanallarında yayınlanan 50 adet klip de içerik analizine tabi tutularak; tema, dil kullanımı, müziksel işleme ve görüntü açısından genel eğilimleri saptanmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Ergenler; Televizyon Müzik Programı; Tercih; Müzik Kanalı; Klip

### ABSTRACT

This research has been carried out to determine the television music program preferences of adolescents. The working group of the research composes of 110 adolescents, ages 13–16, determined in the city Bolu/Turkey by random sampling. In order to establish the relations of adolescents with television and television music programs; a questionnaire structured & formed with open and closed ended questions has been used. According to the descriptive statistics, young people were watching mainly private television channels. They do not choose almost the channels of state television TRT. The majority of adolescents prefer music channels/televisions, which broadcast most popular music and music videos/clips. The music types in most frequently watched private television channels and their weekly broadcasting times were designated. It is tried to determine the musical processing and image properties of the 50 clips being broadcasted in the most preferred music channels by teens, were subjected to content analysis method.

**Keywords:** Adolescents; Television Music Program; Preference; Music Channel; Clip

<sup>1</sup> Bu makale, yazarın 27.04.2007 tarihinde, Hacettepe Üniversitesi Devlet Konservatuarı Müzikoloji Bölümü'nde verdiği "Günlük Yaşamda Müzik ve Televizyon Müzik Programları" isimli konferansın ikinci bölümüne dayanmaktadır.

<sup>2</sup> Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Müzik Eğitimi ABD Öğretim Üyesi; Avrupa Müzik Eğitimi Birliği (EAS) Türkiye Ulusal Koordinatörü, <kalyona@gmx.net>

## 1. Giriş

Günümüzde herkesin kolayca sahip olabildiği bir aygıt konumuna gelmiş olan televizyon, günlük yaşamda tüketilen müziğin başlıca kaynaklarından birisidir. Televizyon, evlerde kullanılan kitle iletişim araçlarının hala en başında gelmekte; günlük hayatta ev dışında da kafeterya, kahvehane gibi çok çeşitli ortamlarda izleyicisiyle buluşabilmektedir. Böylece; bu gereçten yararlanma imkânları artırılmakta, diğer kitle iletişim araçları gibi alıcıları arasında ortak bir takım göstergeler ve imgeler olan televizyon (Elkin, 1995), çok daha büyük ve karmaşık izleyici kitlelerine ulaşabilmektedir.

Televizyonların program repertuarı -kanalların yayın politikalarına göre oranları değişmekle beraber- çocuklardan yetişkinlere kadar her yaştaki izleyici kümesine hitap edebilecek şekilde geniştir. Çeşitli televizyon programları; günlük gelişmelerden haberdar olma, boş zaman geçirme, eğlenme veya genel bilgi, görgü ve kültürü genişletme gibi bireysel işlevlerinin yanı sıra özellikle sosyal ve siyasi açıdan önem arz eden konularda toplumu yönlendiren, kitle fikirleri oluşumunu sağlayan veya bunları pekiştiren araçlar olarak da görev yapmaktadırlar.

Bilindiği gibi, televizyon programlarının pek çoğunun vazgeçilmez bir ögesi de müziktir. Televizyonlardaki müzikli programları, müziğin kullanım biçimine göre burada üç temel yöne ayırmak mümkündür: *Birincil müzik programları*; *ikincil müzik programları* ve *müziğin işlevsel olarak kullanıldığı diğer programlar*. Müzik, birçok programda arka planda bir ifade aracı olarak veya sinyal görevi üstlenerek görüntüye eşlik etmekte; böylece *belli işlevleri* yerine getirmektedir. Haber veya dizi jingle'ları, reklam müzikleri, psikik etkiyi artıran veya mesajı güçlendiren müzikler vb. bunların başlıcalarıdır. *İkincil müzik programları* olarak nitelendirilebileceklerimiz ise; esasen müzik eksenli olmayan, fakat içerisinde görüntüye eşlik etme amacının dışında da müziğe yer verilen yarışma, eğlence vb. gibi müzikli programlardır. *Birincil müzik programları* olarak niteleyebileceğimizde ise, merkezde olan müziğin kendisidir ve burada içerik tamamen müziğe adanmıştır. Bunlar; belli bir müziksel konuya, gerece, bir müzik türü, eseri, besteci veya yorumcusuna vb. yönelik bilgilendirici veya icra içerikli programlardır. Televizyon müzik yayınları, bir taraftan ilgili toplumun müzik-kültürel panoramasını yansıtırken; diğer yandan da müzik-kültürel şartları yeniden biçimlendiren unsurlar arasında yer alır. Blaukopf'un da ifade ettiği gibi, televizyon "*müzik yaşamının tarihsel mutasyonuna*" (Blaukopf 1980'den akt.: Gembris, 1987: 159) sebep olan araçlardan bir tanesidir.

Müzik televizyonda hangi biçimde sunulursa sunulsun, televizyonun niteliğinden dolayı görsellik büyük önem kazanmaktadır. Gerçi televizyon görsel unsurları da beraberinde sunmasıyla, diğer işitsel nitelikli araçlara kıyasla müziksel icra olgusunu gerçek şartları içinde yansıtmaya daha çok yaklaşır. Bununla beraber; izleyicinin resim/görüntü konusunda canlı müzik performansında bakışla ilgili sahip olduğu seçim, yönelim ve açı özgürlüğünü elinden almakta, sadece ona sunulan görüntüyü izlemeye mecbur bırakmaktadır (Schmidt, 1997). Yapılan bazı araştırmalar; televizyon izlerken müziksel algının, radyo, kasetçalar vb. gibi salt işitsel araçlardan dinlemeye kıyasla, görsel unsurların güçlü etkisine girerek azaldığını ortaya koymaktadır: Televizyon müzik programı izleyicilerinin genellikle % 81 oranında görüntüye ve % 19 oranında müziğe odaklandığı; resimlerin/görüntünün analitik algıyı, müziğin ise duygusal çağrışımları aktive ettiği de saptanmıştır (Schmidt, 1997). Behne'nin yaptığı bir deneysel araştırmada ise, izleyicilerin müziksel yoruma ilişkin yargılarının, aslında yorumcunun dış görünüşüne ilişkin yargılar olduğu da tespit edilmiştir (Behne 1991'den akt.: Schmidt, 1997)

Müziğin görselleştirilmesi söz konusu olduğunda, günümüz yerli ve yabancı televizyonlarında ağırlığı gittikçe daha da artan müzik videoları veya klipler akla ilk gelenler arasındadır. Müziği görüntü eşliğinde sunan, ama diğer taraftan da insanları “*müziği kendi yaratıcılıkları [ve hayal gücü ile] algılama yeteneğinden yoksun bırakma potansiyeli*”ne (Abt, 2000: 126) sahip olan bu kliplerin kaynağı, 1981’de yayına başlamış olan Amerikan kökenli MTV’dir<sup>3</sup>. Kaplan, yayına başlamasından bir süre sonra MTV’de sunulan klipleri içerik ve işleme tarzlarına göre “*romantik, sosyal sorumluluk taşıyan, nihilist, klasik ve post-modernist*” (Kaplan 1987’den akt.: Winter ve Kagelmann, 1997: 213) olmak üzere beş grupta sınıflandırmıştır. Kliplerin tipolojisi yanı sıra etkileri ile ilgili de çeşitli araştırmalar mevcuttur. 40 Rock klipi üzerinde yapılan bir araştırma; ne şekilde olursa olsun görselleştirmenin dinleyenleri coşkunlaştırdığı, olumsuz duyguları yok ederek olumlu duygulara sevk ettiği, ayırıştırılarak tanımlanmış tek tek duygular yerine, genel/bütüncül bir pozitif etki yarattığını göstermiştir (Winter ve Kagelmann, 1997). Buna karşın, bazı bilimsel yayınlarda kliplere eleştirel yaklaşılmakta, pedagojik ve sanatsal açıdan sıkça tartışılmakta, bazı olumlu yanları yanı sıra olumsuz etkilerine daha fazla vurgu yapılmaktadır (Günindi-Ersöz, 2002; Schmidt, 1997; Winter ve Kagelmann, 1997).

Bilindiği gibi, yetişen bireyler sadece müzik programlarından değil tüm program tiplerinden etkilenmektedirler. Artık çocukların yaşamına iyice girmiş olan televizyon, programların yineleyici karakterinden dolayı bireyin genel gelişimi ve toplumsallaşmasında çok belirleyici roller oynamaktadır. Toplumsal kurallar ve ilişkiler “*belli zaman dilimlerine sığdırılarak televizyon gösterimlerinde [...] gerçek durumlarından kısmen saptırılmakla birlikte konumsal, kurumsal ve işlevsel yönleriyle kitlelere aktarılmaktadır*” (Elkin, 1995: 99). Yetişmekte olan birey, yaşama ilişkin durumların pek çoğunu gerçek ortamlarından izole edilmiş olarak ekran üzerinden tanımakta, bunların bir kısmını kendi varlığında içselleştirmektedir. Bunlardan etkilenme biçimi ve düzeyi, “*çocuğun toplumsal deneyim alanının kapsamına bağlı*” (Elkin, 1995: 102) olmakla birlikte; bireyin belli tutum, davranış kalıpları ve fikirleri ona sunulanların etkisinde oluşmaktadır. Televizyon bu yönüyle güçlü bir toplumsallaşma/toplumsallaştırma vasıtası olduğu gibi, aynı zamanda bir “*de-sosyalizasyon aracı*” (Arslan, 2004: 5) da olabilmektedir. Yani, bireye ebeveyn, aile ve arkadaş çevresi ile okul ortamında kazandırılanların deforme edilmesine de yol açabilecek bir ajandır.

Görsel imgelerle yörgularak kendi estetik anlayışını oluşturan ve dikkate değer bir biçimde zenginleştirilerek pazarlanan müzik programları; sadece toplumun sanatsal-kültürel iklimini biçimlendirmekle sınırlı kalmamakta, diğer program tiplerinde de olduğu gibi bireyleri çeşitli yönlerden etkilemektedir. Bu programlar; bireyin duygu dünyası, iletişim biçimi, sosyal ve cinsel davranış biçimleri veya tüketim kalıplarını da şekillendiren faktörlerdendir (Günindi-Ersöz, 2002; Winter ve Kagelmann, 1997; Kalay, 2008). Bununla birlikte; konumuz açısından da önem taşıyan durum, bu programların bireyi müziksel olarak biçimlendiren araçlar arasında yer almasıdır (Gembris, 1987; Shuter-Dyson, 1997). Televizyon programlarının hemen hepsinde yer alan çeşitli türlerdeki müzikler, bu aracın adeta “*gizli bir müzik öğretmeni*” (Schmidt, 1997: 200) rolünü oynamasını sağlamaktadır. Bunlar bireyin müzik dinleme ve algılama şablonlarını şekillendirmekte veya var olanları deforme etmekte, yeni dinleme biçimleri oluşturmakta, müzik tercihleri ve beğenisinin oluşmasında oldukça belirleyici olmaktadır. Çocuk ve gençlerin günlük müzik tüketim ihtiyacının büyük bölümünün televizyon aracılığı ile doyurulduğu gerçeği (ISB, 1996) göz önüne alındığında, durumun önemi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

<sup>3</sup> 1.8.1981’de yayına başlayan MTV’de (*Music Television*) ilk sunulan video klipin taşıdığı başlık, programlı olarak formüle edilmiş “*Video killed the radio star!*” idi (Kalay 2008: 153; Winter ve Kagelmann 1997: 210).

Televizyonun ve diğer kitle iletişim araçlarının müziksel sosyalizasyona etkisi, müziksel gelişimi ve sosyalizasyonu belli bir olgunluk düzeyine ulaşmamış veya tamamlanmamış bireylerde daha fazladır (Shuter-Dyson, 1997). Behne (1997), bireyin müzik beğenisinin yaşamının ilk yirmi yılında oluştuğunu, bunun ilk on yıllık sürecinin aile ve yakın çevre içerisinde şekillenip, ikinci on yıllık evrede de dışa yönelimin artarak belirleyici olduğunu öne sürmektedir. Diğer bir müzik psikologu Gembris'in sınıflaması da Behne'nin kuramıyla benzerlik göstermektedir. Gembris (1987) müziksel davranışların, beğenin, tutum ve değerlerin oluşumunda aile ve aile çevresinin etkilerini "*birincil sosyalizasyon*", okul, öğretmen, arkadaş etkilerini ise "*ikincil sosyalizasyon*" olarak tanımlamakta; Radyo, TV vb. araçların ise çocuğun tüm yaşam alanlarına ve evrelerine derin etki bırakacak şekilde sızdığını belirtmektedir. Bugün birçok çocuk televizyonda hangi müzik programını izleyip/dinleyeceğine kendisi karar vermekte; ebeveynin yönlendirme ve biçimlendirme işlevinin zayıflaması, müziksel tercihleri ayırmamış bireyleri müzik programlarının etkilerine daha fazla maruz bırakmaktadır (Shuter-Dyson, 1997). Günümüzde ailenin gittikçe azalan model rolünü ve müziksel etki alanını, televizyon ve diğer kitle iletişim araçları doldurmaktadır.

Behne'nin kuramına göre ikinci evrede bulunan bireyler ergenlerdir ve yetişkin rolleri edinme sürecinde dış dünyanın sunduğu uyarıcıların etkisine oldukça açıktırlar. Ergenler, içinde buldukları dönemin etkisiyle sadece belli müzik türlerine yönelme ve bunun dışında kalanları reddetme eğilimindedirler ve daha toleranslı müziksel tutumlar ergenlik sonunda "*Ben*" kimliğinin kazanılmasıyla oluşmaktadır (Behne, 1997). Ergenlik döneminin müziksel sosyalizasyon açısından önemi ve kritik dönem özelliği, başka çalışmalarda da vurgulanmaktadır (Rötter, 1987). Bu dönemde ergen bireyin izlediği televizyon müzik programları, müziksel beğenisinin oluşumunda belirleyici olmakta; aile, arkadaş ve okul çevresinde edinilen müziksel davranışların ve tercihlerin zayıflamasına, değişmesine veya pekişmesine de neden olabilmektedir (Behne, 1997).

Yukarıda çeşitli açılardan ele alınan televizyon ve televizyon müzik programları, müzik psikolojisi ve pedagojisi açısından önem arz ettiğinden; bu çalışmada ülkemizde ergenlik çağına girmiş olan bireylerin tercih ettikleri televizyon müzik programlarının saptanması amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışmada, ergenlerin sahip oldukları ve sık kullandıkları elektro-akustik gereçler; genel televizyon izleme alışkanlıkları; tercih ettikleri müzik programları ve tercih nedenleri; bu programların genel müzik tercihlerine etkisiyle birlikte tercih edilen müzik programlarının genel ve müziksel karakteristikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

## 2. Yöntem

Bu araştırma tarama modelinde yapılmıştır ve araştırma verileri 2007 yılında Mart-Haziran ayları arasında toplanmıştır.

Ergenlerin genel televizyon izleme alışkanlıkları ve tercih ettikleri müzik programlarıyla ilgili verileri toplamak için, Bolu ilinde tesadüfi örnekleme yöntemiyle bir çalışma grubu oluşturulmuştur. Bu grupta % 54.5'i kız; % 45.5'i erkek olmak üzere toplam 110 ergen bulunmaktadır. Gençlerin % 10'u on üç; % 84.5'i on dört; % 4.5'i on beş ve % .9'u da on altı yaşlarındadır ve hepsi ilköğretim son sınıf öğrencisidir. Gençlerin % 80'i kent merkezinde, % 20'si ise merkez köylerinde ikamet etmektedir. Çalışmaya katılan gençlerin hepsinin babaları herhangi bir meslek sahibi iken; annelerinin sadece % 34.5'i çalışmakta,

geriye kalan büyük çoğunluk ev hanımı olarak çalışmaktadır. Gençlerin ailelerinin % 29.1'i 1000 YTL altında; % 54.5'i 1000–2000 YTL arasında; % 10'u ise 2000 YTL üzerinde aylık gelire sahiptir. Böylece, çoğunluğun sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik açılardan ortalama özellik gösteren çevrelerden geldiği söylenebilir.

Ergenlerin TV ve TV müzik programlarıyla ilişkilerini kapsayan verileri toplayabilmek için, çalışma grubuna yapılandırılmış, kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşan bir anket uygulanmıştır. Kullanılan anket, Feierabend (1996) ile Feierabend ve Klinger'in (2001) çalışmalarından da büyük ölçüde yararlanılarak, araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Anket; kişisel bilgiler, medya donanımı, genel televizyon izleme alışkanlıkları, müziksel tüketim ve müzik dışı tüketim olmak üzere beş bölümden oluşmaktadır ve bu makale, ilk dört bölümden elde edilen verilere dayanmaktadır. Anketlerden elde edilen veriler tanımsal istatistik işlemlerine tabi tutularak bulgulara ulaşılmıştır.

Gençlerin tercih ettikleri televizyon müzik programlarının içeriklerine ilişkin veriler ise nicel ve nitel içerik analizi yapılarak toplanmıştır. Katılımcıların sık tercih ettiği özel kanalların ve karşılaştırma için devlet kanallarının Mart-Mayıs ayları arasındaki müzik programları yayın akışı tabelalarından saptanmış, programların birçoğu televizyondan ve internette izlenmiştir. Yayınlarda yer verilen müzik türleri ve süreleri tanımsal istatistik yoluyla saptanmıştır. Müzik videolarının tema, müzik ve görüntü açısından genel karakteristikleri ise; Nisan-Haziran ayları arasında, sık izlenen müzik kanallarından tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen 50 klibin içerik analizi yapılarak saptanmıştır.

### 3. Bulgular

#### 3.1. Ergenlerin Sahip Olduğu ve Sık Kullandığı Elektro-Akustik Araçlar

Araştırmada ilk önce, ergenlerin sahip olduğu veya evlerinde ulaşabildikleri ve bunlar içerisinde en çok kullandıkları elektro-akustik araçlar saptanmıştır.

**Tablo 1: Sahip Olunan ve En Çok Kullanılan Elektro-Akustik Araçlar**

Araçlar	Sahip Olma Durumu		Kullanım Durumu	
	F	%	f	%
TV	110	100	97	88.2
Radyo	92	83.6	27	24.5
Bilgisayar	90	81.8	76	69.1
Kasetçalar	71	64.5	7	6.4
VCD Çalar	70	63,6	11	10.0
Walkman	66	60,0	5	4.5
CD Çalar	62	56.4	10	9.1
Mp3 Çalar	57	51.8	39	35.5
DVD Oynatıcı	41	37.3	6	5.5
PlayStation	4	3.6	2	1.8
Mp4 Çalar	3	2.7	2	1.8
Cep Telefonu (MMF)	2	1.8	-	-

Tablo 1’de de görüldüğü gibi; televizyon her evde bulunma özelliğiyle, sahip olunan işitsel-görsel karakterli gereçlerin başında gelmektedir. Radyo, bilgisayar, kasetçalar, VCD çalar, walkman, CD çalar ise onu takip etmekte ve evlerin yarısından fazlasında bulunmaktadır. Gençlerin yarısı Mp3 çalara sahip iken; DVD oynatıcı, PlayStation, Mp4 çalar ve çok işlevli cep telefonları daha az sahip olunan gereçlerdir.

Ayrıca, araştırmaya katılan ergenlerin hepsinin evinde en az bir televizyon bulunmakla birlikte; evlerin % 52.7’sinde iki adet, % 24.6’sında ise ikiden fazla televizyon bulunmaktadır. Yine, gençlerin yarısının ebeveynlerinden bağımsız olarak izleyebildikleri kendilerine ait bir televizyonu da bulunmaktadır.

Kullanım sıklığı açısından bakıldığında; televizyon, bilgisayar ve Mp3 çalar ilk üç sıraya yerleşmektedir. Radyo, kasetçalar, walkman gibi salt işitsel; VCD çalar ve DVD oynatıcı gibi görsel-işitsel gereçlere sahip olma durumuyla kullanım sıklığı arasında ise ters yönde bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 1).

### 3.2. Ergenlerin Genel Televizyon İzleme Alışkanlıkları

Katılımcıların % 65’i boş zaman etkinlikleri içerisinde TV izlemeye zaman ayırmaktadır.<sup>4</sup> TV sadece % 10’unun evinde sıklıkla açılmamakta, yarısının evinde ise gün boyu ve akşamları genellikle açık tutulmaktadır. Katılımcıların % 44.5’i günde 1–2 saat; % 37.3’ü ise 3–4 saat TV izlemektedir. Ayrıca, % 69’u izleyeceği programı kendisi belirlemekte; sadece % 52.7’si de televizyonun ve televizyon programlarının olumsuz etkileri hakkında aileleri tarafından sıklıkla uyarılmaktadır.

Ailelerin ve ergenlerin TV kanalı seçimleri ise oldukça benzerdir: Özel bir alana/konuya ağırlık vermeyen genel yayın kanalları arasından çoğunlukla ATV, Kanal D, Show ve Star kanallarını izlemektedirler (bkz. Tablo 2). TRT’nin, ailelerin ve çocukların tercihleri arasındaki yeri yok denebilecek kadar azdır: Üç aile tarafından izlenirken, gençlerin tercihleri arasında bulunmamaktadır. Ergenlerden % 14.6’lık bir kesim ise, genel programları tercih etmediğini ve sadece müzik kanallarını izlediklerini bildirmişlerdir.

**Tablo 2: Ailelerin ve Ergenlerin TV Kanalı Tercihleri**

Kanal %	ATV	KNL D	SHW	STR	TRT	LİG TV	KNL 1	FOX	MÜZ. KNL	Diğer	Toplam
<b>Aileler</b>	32.7	24.5	16.4	6.4	2.7	2.7	1.8	1.8	1.8	9.2	100
<b>Ergenler</b>	21.8	20	16.4	10	-	2.7	0.9	3.6	14.6	10	100

Ailelerin en çok tercih ettikleri program tipleri ise % 41.3 ile diziler, % 23.9 ile haber programları ve % 15.5 ile sinema filmlerinde yığılmaktadır. Ergenler ise; % 32.7 ile dizileri, % 20.6 ile müzik programlarını ve % 15 ile spor programlarını sık izlemektedirler.

### 3.3. Ergenlerin Televizyon Müzik Programı Tercihleri

Araştırmaya katılanların % 80’i izleyeceği müzik programını kendisi belirlemektedir. Gençlerin % 13.6’sı müzik programı izlemekten hoşlanmazken, % 65.55’i çok beğenerek izlemektedir. Müzik programlarından hoşlananlar, en çok tercih ettikleri müzik programı

<sup>4</sup> Boş zaman aktivitelerine yönelik daha ayrıntılı bilgiler ise, gençlerin % 37.3’ünün bilgisayar kullanma; % 19.1’inin TV izleme; % 15.5’inin müzik dinleme ve geriye kalan % 36.3’ünün ise çeşitli diğer aktivitelere (% 8.2: kitap okuma; % 4.5: test çözme; % 2.7: radyo dinleme; % 1.8: partnerle buluşma; % 0.9: dans; % 0.9: sinema; % 0.9: futbol oynama vb. gibi) öncelik verdiğini ortaya koymuştur.

sorusunu “müzik televizyonları/kanalları” şeklinde cevaplandırmışlardır ve tercih sıraları Dream (% 17.77), Kral (% 13.34), Powertürk (% 13.34), Viva (% 10), Tatlıses (% 7.77), MMC (% 3.33) şeklindedir. Müzik yarışma programları % 31.32’lik bir oranla ikinci tercihlerini oluşturmaktadır ve bunlar içerisinde “Şarkı Söylemek Lazım” birinci, “Pop Star Ala Turka” ikinci sırada gelmektedir. Buna karşın, geleneksel Türk Halk ve Sanat Müziği programlarını, bir kişi dışında kimse tercih etmemektedir.

Ergenlerin bu müzik kanallarını ve programlarını tercih sebepleri de çok çeşitlidir (bkz. Tablo 3). Eğlendiricilik özelliği öne çıkmakla birlikte, programları kaliteli bulduğundan dolayı seçtiğini belirten bir çoğunluk da bulunmaktadır. Programın tanınmış ve çok izleniyor olması, dinlendirici veya bilgilendirici olması ve müzisyenlerin dış görünüşleri de diğer tercih sebepleri olarak bildirilmiştir.

**Tablo 3: Ergenlerin Müzik Programlarını Tercih Sebepleri**

Tercih Sebepleri	f	%
Eğlendirici olması	36	32.7
Kaliteli olması	26	23.6
Programın tanınmış olması	8	7.3
Çok izleniyor olması	7	6.4
Dinlendirici olması	6	5.5
Müzisyenlerin görünüşü	6	5.5
Bilgilendirici olması	1	.9
Hepsi	5	4.5
İzlemiyorum	15	13.6
<b>TOPLAM</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

% 13.6’lık bir kesimin müzik programlarını izlememe sebepleri ise; genellikle kendilerinin seçim yapamaması, bu programların ilgilerini çekmemesi, programları sıradan, saçma ve sıkıcı bulmaları, müzik yarışma programlarında sık karşılaşılan kavgalar ve zaman bulamama olarak ifade edilmiştir.

**Tablo 4: Tercih Edilen Müzik Programlarında Dikkat Edilen Noktalar**

Dikkat Edilen Noktalar	f	%
Şarkı sözleri	39	35.5
Her şey	26	23.6
Ritim ve melodiler	18	16.4
Müzisyenlerin davranışları	7	6.4
Çalgılar	3	2.7
Müzisyenlerin dış görünüşü	2	1.8
Cevapsız	15	13.6
<b>TOPLAM</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

Katılımcılara, sık tercih ettikleri müzik programlarında dikkatlerini en çok neyin çektiği de sorulmuştur. Tablo 4’de de görüldüğü gibi, ergenlerin dikkatlerini en çok çeken öğe şarkı sözleridir. Görüntü, ses ve müziğe ilişkin her şey ikinci sırada; ritim ve melodiler ise üçüncü sırada gelmektedir. Müzisyenlerin davranışları ve dış görünüşleri ile çalgılar, dikkat ettikleri diğer unsurlardır.

### 3.4. TV Müzik Programlarının Ergenlerin Genel Müzik Tercihlerine Etkisi

Araştırmaya katılan gençlere, genel müzik tercihlerinin oluşmasını etkileyen faktörler hakkındaki düşünceleri de sorulmuştur. Tablo 5’de de görülebileceği gibi, gençlerin % 32.7’si müzik tercih ve beğenilerinin en çok TV müzik programları etkisinde oluştuğunu dile getirmiştir. Bunu arkadaş çevresindeki müzikler ve radyo müzik programları izlemektedir. 14 kişi müzik tercihlerine hiçbir şeyin etki yapmadığını ifade ederken; okul müzik derslerinin etkisini dile getirenlerin oranı da oldukça düşüktür. Yine az sayıdaki katılımcı; aile çevresinin, internetin, özel müzik derslerinin etkisi yanı sıra birçok faktörün toplu etkisini de dile getirmiştir.

**Tablo 5: Gençlerin Genel Müzik Tercihlerini Etkileyen Faktörler**

Faktörler	f	%
TV müzik programları	36	32.7
Arkadaş çevresindeki müzikler	15	13.6
Hiçbir şey	14	12.7
Radyo müzik programları	11	10.0
Okul müzik dersi	8	7.3
Her şey	8	7.3
Aile çevresindeki müzikler	7	6.4
Özel müzik dersi	6	5.5
İnternetteki müzikler	3	2.7
Cevapsız	2	1.8
<b>TOPLAM</b>	<b>110</b>	<b>100</b>

### 3.5. Tercih Edilen Televizyon Müzik Programlarının Genel Çizgileri

Ergenlerin genel içerikli kanallar içerisinde sık tercih ettikleri özel kanallarda, çeşitli müzik türlerine özgü bağımsız programlar neredeyse hiç yer almamaktadır. Bu kanalların müzik yayınları, çoğunlukla Türk Pop Müziği ile Arabesk Müzik içeren *Müzikli Eğlence Programı*’nda ve Pop Star’dan türeyen çeşitli *Müzik Yarışma Programları*’nda yoğunlaşmaktadır. Tablo 6’da, bu kanallarda yayınlanan müzik türleri ve süreleri, TRT’nin müzik yayınlarıyla karşılaştırılarak verilmektedir. Sık tercih edilen kanallara kıyasla; TRT kanallarında Arabesk Müzik ve Müzik Yarışma Programı neredeyse hiç yer almamakta ve oranları değişmekle beraber farklı türlere yer verilmektedir.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Ek bilgi: Analizlerin yapıldığı dönemde, TRT kanallarında gösterilen müzik videoları/klipler genellikle gece yarısından sonra yayınlanmaktaydı.



**Tablo 6: Sık İzlenen Özel Kanallarda ve TRT Kanallarında Sunulan Müzik Türleri**

MÜZİK TÜRÜ	HAFTALIK YAYIN SAATİ TOPLAMI							
	ATV	KNL D	STAR	SHOW	TRT 1	TRT 2	TRT 4	GAP
THM	-	-	-	-	3.30	1.40	18.40	3
GTSM	-	-	-	-	1.30	3	18	1
ASM	-	-	-	-	-	3	-	-
PM	3	-	-	-	4.25	1.30	-	-
AM	-	-	-	-	-	-	-	-
EM	-	-	-	-	-	1.40	1.35	-
MEP	10	33.15	11	3.30	9	-	2	0.45
MYP	4	-	4.50	11.15	-	-	-	-
<b>TOPLAM MÜZİK YAYINI</b> (Müzik Yayını / Tüm Yayınlar)								
<b>Süresi (h)</b>	17 / 168 saat	33.15 / 168 saat	15.50/ 168 saat	14.45/ 168 saat	18.25/ 168 saat	10.50/ 168 saat	40.15/ 126 saat	4.45/ 42 saat
<b>Oranı (%)</b>	10.11 / 100	19.73/ 100	9.22/ 100	8.60/ 100	10.86/ 100	6.25/ 100	31.86/ 100	10.59/ 100
<b>Kısaltmalar</b> THM: Türk Halk Müziği; GTSM: Geleneksel Türk Sanat Müziği; ASM: Avrupa Sanat Müziği; PM: Pop Müzik; AM: Arabesk Müzik; EM: Etno-Müzik; MEP: Müzikli Eğlence Programı; MY: Müzik Yayını; MYP: Müzik Yarışma Programı								

Katılımcı ergenlerin müzik tüketim ihtiyaçlarını sıklıkla karşıladıkları müzik kanallarındaki/televizyonlarındaki durum ise şöyledir: Yayınlanan parçaların çoğunluğu Pop Müzik türünde yığılım göstermektedir. Bunun yanı sıra; Arabesk, PopArabesk, PopFolk ve Folk-Rock türleri de sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Bu kanalların en önemli özelliği, yoğun olarak kliplere yer verilmesidir.

Söz konusu kanallardan seçilen müzik kliplerinin *tema, dil kullanımı, müziksel işleme ve görüntü* açısından genel çizgileri Tablo 7'de sıralanmaktadır.

**Tablo 7: Sık İzlenen Kanallardaki Müzik Kliplerinin Özellikleri**

<b>Tema ve Dil Kullanımı</b>	<b>Müziksel İşleme</b>	<b>Görüntü Özellikleri</b>
<p>—<b>Temalar:</b> aşk, ayrılık, nefret, hayal kırıklığı, intikam vb. temalarının sık kullanımı</p> <p>—<b>Şarkı Sözlerinde Dil Kullanımı:</b> günlük konuşma biçiminde; sıklıkla erotik çağrışım, ima ve argo yüklü</p>	<p>-,vokal müzik“ özelliğinin baskın kullanımı</p> <p>-THM, TSM ve AM vb. gibi müzik türleri arasındaki stilistik sınırların erimesi</p> <p>-aşırı taklit ve tekrar sonucu özgün olmayan, tekdüze bir müziksel işleyiş</p> <p>-vuruşlar (puls) ve popüler ritmik kalıplar üzerinde geleneksel melodiler veya Türk/Arap renkleri taşıyan melodilerin serpiştirilmesi</p> <p>-kısa ve sekvensli melodi yapıları</p> <p>-Afro-Amerikan müzik çeşitlerinin taklitleri</p> <p>-müziksel kolajların sık kullanımı (Birçok parçanın herhangi bir bölümünün kesilip bir başka parçayla birleştirilmesi durumunda, değişim neredeyse fark edilememektedir.)</p>	<p>-magazınle kaynaşmış sunum biçimi</p> <p>-müzişyen profilleri</p> <p>-çalgılar</p> <p>-erotik davranışlar</p> <p>-agresyon / şiddet</p> <p>-cinsiyet ayrımcılığı</p> <p>-bazı olumsuz geleneksel rolleri pekiştiren kesitler (erkek baskınlığı vb.)</p> <p>-yaşam ve yaşam alanlarının tüketimi özendirerek şekilde zengin ve ideal sunumu</p> <p>-reklam ve reklam öğelerinin sık kullanımı (Adeta ekranın dört yanından reklam yağmakta; şarkıcıların ve üretici firmaların reklamlarından başka, kliplerde gizli reklam öğeleri de yer almaktadır.)</p>

#### 4. Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmaya katılan ergenlerin hepsinin evinde en az bir; yarısının iki, dörtte birinin ise ikiden fazla televizyon bulunmaktadır. TV, evlerde en çok kullanılan kitle iletişim aracıdır. Ayrıca; bu beklendik sonuca ilave olarak, gençlerin yarısının kendilerine ait bir televizyonu da bulunmaktadır. Ergenlerin televizyona sahip olma ve sık kullanma durumuyla ilgili bu bulguların başka araştırma sonuçlarıyla da örtüşmesi (Feierabend, 1996; MPFS, 2008 & 2009); televizyonun, yaygınlaşan bilgisayar ve internetin zorlamalarına rağmen, birçok ülkede evsel medyalar içerisindeki başlıca konumunu koruduğunu da göstermektedir. Ergenler, televizyonun ardından daha çeşitli ve enteraktif kullanım olanakları sunan bilgisayarı; üçüncü olarak da rahat taşınabilen ve kaset, CD gibi araçlara kıyasla daha geniş kayıt imkanına sahip olan Mp3'leri tercih etmektedirler.

Araştırma katılımcılarının yaklaşık üçte ikisi boş zamanlarında televizyon izlemeye zaman ayırmakta, yaklaşık yarısı da günlük olarak 1–2 saat TV izlemektedir. Aynı yaşlardaki Alman ergenleriyle yapılan araştırmalarda da, günlük TV izleme süresi ortalama 1,5-2 saat olarak saptanmıştır (Feierabend, 1996; MPFS, 2008). Buna karşın, katılımcı ergenlerin yaklaşık % 40'ı TV karşısında günlük ortalama 3-4 saat zaman geçirmektedir. Gelişmiş ülkelere kıyasla, ülkemizde evlerde televizyonun daha uzun süreli açık tutulduğu gerçeği (Cesur ve Parker, 2007) göz önüne alındığında, bu da beklendik bir sonuçtur.

Katılımcı ergenler ve ailelerinin en çok izledikleri kanallar, aynı özel televizyon kanallarıdır. Bu durum, gençlerin kanal seçiminde ailelerini model aldığını düşündürmektedir. Bununla birlikte, ergenlerin yaklaşık % 70'i izleyeceği programı kendisi belirlemekte; yarısının evinde televizyon gün boyu ve akşamları sürekli açık olmakta ve yine ergenlerin sadece yarısı TV'nin ve bazı programların olumsuz etkileri hakkında uyarılmaktadır.

Diziler, ergenler ve ailelerinin genel program seçiminde ilk sırayı alırken; müzik programları gençlerin ikinci tercihini oluşturmaktadır. Yine, gençlerin yaklaşık % 15'i genel içerikli kanallar yerine sadece müzik kanallarını izlediklerini de bildirmiştir. Almanya'da Medya Eğitimi Araştırma Derneği (*Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest*)'nin düzenli aralıklarla yaptırdığı araştırmalar da; müzik kanallarının gençlerin genel televizyon programı tercihleri arasında önemli bir yere sahip olduğunu, müzik kanalları çocukluk yaşlarında pek izlenmezken, ergenlik döneminde bu yöndeki eğilimlerde artış olduğunu ortaya koymaktadır (Feierabend, 1996; Feierabend ve Klinger, 2001; MPFS, 2002, 2008, 2009).

Ergenlerin televizyon müzik programlarıyla ilişkisi ise şöyledir: Büyük çoğunluğu bu programları izlemekte, hangi müzik programını izleyeceğine kendisi karar vermekte ve ergenlerin sadece % 13.6'sı müzik programı izlemekten haz almamaktadır. Gençlerin üçte ikisi müzik programları arasında en çok müzik kanallarını, diğerleri ise müzik yarışma programlarını tercih etmektedir. Ergenlerin tercihlerinde ilk sıraya yerleşen müzik kanallarında; tek yönlü olarak çeşitli popüler müzik türleri, genellikle görsel öğelerin baskın olduğu müzik videoları/klipler eşliğinde sunulmaktadır. Geleneksel müzik türlerinin yer aldığı programlar ise ergenler tarafından neredeyse hiç izlenmemektedir. Bu sonuçlar, diğer ülkelerde yapılan araştırma sonuçlarıyla da paralellik göstermektedir: Araştırmalara katılan gençler en çok kliplerin sunulduğu müzik kanallarını –birçoğu da MTV kanalını- tercih etmektedirler (Sun ve Lull, 1986; Abt, 2000; Ericsson, 2002 & 2007; MPFS, 2008). Bu sonuçlar; müzik, görsel öğeler ve hareketin gençlerin duygu dünyası üzerindeki bütüncül pozitif etkisine bağlanabilir (Winter ve Kagelmann, 1997).

Gençlerin sevdikleri müzik programlarını tercih sebepleri ise; çoğunlukla programın eğlendirici, kaliteli, tanınmış ve çok izleniyor olmasıdır. Amerikan gençlerinde de saptandığı gibi (Sun ve Lull, 1986), eğlendiricilik özelliği ağırlıklı bir tercih sebebidir. Bu sonuç, popüler türlerde öne çıkan hızlı tempolar ve şablon ritimlerin, ergenlik döneminin karmaşık gelişim krizleri üzerindeki olası hafifletici etkisine bağlanabilir. Ayrıca ergenler bu programlarda en çok üç unsura dikkat etmektedirler: Şarkı sözleri; topluca tüm öğeler; ritim ve melodiler. Genellikle aşk ve sevgiye ilişkin çeşitli duygu durumlarının tema olarak işlendiği şarkı metinleri, ergenlerin karmaşık ve hareketli duygusal deneyimlerinin ifadesine karşılık geliyor olabilir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, genel müzik tercih ve beğenilerinin TV müzik programlarının etkisinde biçimlendiğini düşünmektedirler. Buna karşın okuldaki genel ve okul dışındaki özel müzik eğitiminin biçimlendirici etkisini dile getirenlerin sayısı ise oldukça azdır. Burada, ShuterDyson'ın (1997) da vurguladığı gibi; müziksel tercihleri henüz olgunlaşmamış ve ayrışmamış bireylerin, TV müzik programları tarafından biçimlendirildiğini söylemek mümkündür.

Araştırmamızda, ergenler tarafından en çok izlenen özel kanallardaki ve müzik kanallarındaki yayınların belli müzik türlerinde yığıldığı saptanmıştır. Televizyonun Türkiye'ye girişinden bu yana geçen yaklaşık 40 yıllık süreçte televizyon yayıncılığının çok kanallı bir yapıya kavuşması, ne yazık ki müzik programlarına yansımamıştır. Çok kanallı sistemde müziksel çeşitliliğin ve farklı müzik türlerinin temsilinin sağlanması beklenirken, popüler müzik türlerinin ezici baskınlığından söz etmek mümkündür. Televizyonlarda, diğer türlerle birlikte toplumun geniş kesimlerinde yaygın kabul gören popüler müziklere ağırlık verilmesi başka ülkelerde de karşılaşılan bir uygulama olmakla birlikte (Wicke, 2004); ülkemizde diğer türlerin görmezlikten gelinmesi dikkati çeken bir sorundur. Bu durum, özellikle belli türlere kanalize olup diğer türleri reddetme eğiliminde olan ergenlik dönemi bireyleri (Behne, 1997) açısından risk oluşturmaktadır: Televizyon yayınlarının diğer müzik türlerini tanıma fırsatı sunmayan tek yönlülüğü, ergenlerin bu tutumlarını pekiştirebilir.

Ergenler tarafından çok izlenen müzik kliplerinin bazı öne çıkan özellikleri de eğitsel ve psikişik açıdan ciddiye alınmak zorundadır. Özellikle; gelişigüzel ve yüzeysel müziksel işleme yanı sıra artan dozlarda erotizm, saldırganlık, şiddet, cinsiyet ayrımcılığı ile bazen olumsuz rollerin pekiştirildiği sahneler bunlar arasında sayılabilir. Yine, Abt (2000) ve Günindi-Ersöz'ün (2002) de vurguladığı gibi; yaşam ve yaşam alanlarının ideal ve zengin sunumu, şarkıcıların gösterildikleri mekânlar, kullandıkları eşyalar ve müzik programlarının ayrılmaz bir parçası haline gelen reklamlar tüketimi özendirici niteliktedir. Bunun sonucu olarak da, "müziği ifade eden görüntü" versus "görüntüye eşlik eden müzik" durumu ortaya çıkmaktadır.

Tek yönlü müzik sunumu/yayını ve ticari kaygılarla hazırlanan klipler vasıtasıyla, yetişmekte olan bireylerin yığın kültürüne teslim olması ve müziksel açıdan tek yönlü biçimlenmesi kaçınılmazdır. Bu durum her şeyden önce; müzik üretim, dağıtım, yayım imkanlarıyla birlikte eğlence endüstrisini ve müzik dışı sektörlerden çeşitli işletmeleri de tek elde toplayan ve yarattığı pazar estetiğini her fırsatla tanıtıp yaygınlaştıran büyük holdinglerin/medya holdinglerinin ilgi, ihtiyaç ve kar amaçlarına hizmet edecektir. Ailelerin bilinç düzeyinin düşüklüğü ve okullarda etkili bir medya eğitiminin verilememesi de, bireyi bu yozlaşma içerisinde donanımsız bırakacaktır. Bu durum, model olarak öğrenen çocuklar ve özellikle ergenler açısından ne kadar sağlıklıdır? Giriş bölümünde de ayrıntılarıyla vurgulandığı gibi, televizyon genel ve müziksel bir formatlama ve sosyalizasyon aracı olduğuna göre (Gembris, 1987; Elkin, 1995; Schmidt, 1997; Shuter-Dyson, 1997; Arslan, 2004); bu etki, özellikle evde birden fazla mekanda televizyonla sürekli karşılaşan veya ebeveynin kontrolü/uyarısı olmaksızın ekran karşısında savunmasız bırakılan çocuklarda daha fazla ortaya çıkacaktır.

## 5. Öneriler

Sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik şartların sürekli değişimi; müziksel kültürü, müziksel üretim ve tüketim biçimlerini de sürekli olarak etkileyip değiştirmektedir. Teknolojik imkanların ve alım gücünün artması, müzik açısından birçok avantajı beraberinde getirmiştir; en başta da, değişik medyalar aracılığı ile isteyen istediği müziğe ulaşabilmektedir. Münch, 1990'lı yıllarda "*Günümüzde herkes seçtiği müziği tüketebilecek konumdadır!*" diyordu. Bu, şüphesiz günümüzde de geçerli olan bir ifade... Ancak kanımca, bugün bu cümlenin ardından hemen sorulması gereken soru şudur: "*Peki, bugün herkes bağımsız olarak müzik seçimini veya tercihini oluşturabilecek durumda mıdır?*"

Günümüzde çok çeşitli güçlerin biçimlendirdiği televizyon müzik yayınları bu durumda iken; kanımca "*Ne yapılmalıdır?*" sorusu ile "*doğrular katoloğu sunmak*" pek anlam taşımamaktadır. Buna rağmen, birkaç noktanın altının tekrar çizilmesi de yerinde olacaktır.

Okul müzik dersleri; günlük yaşamda geniş etkiye sahip olan popüler türlerden kaçarak, bireyi bu müzik atmosferi içine hazırlayamaz. Okul müzik eğitiminde; geleneksel ve klasik müzik türlerini sadece popüler kültür karşısında dengeleyici bir faktör olarak algılamamız ve güncel yaşam koşullarıyla örtüşmeyen şarkı dağarcıklarını zorunlu kılmaya devam etmemiz, gençleri popüler müziklere daha da yakınlaştırmaktadır. Okul müzik eğitiminde, çocukların/ergenlerin okul dışındaki yaşam gerçekliğini yeterince göz önüne almamız gerekmektedir. Müzik derslerinde; günlük yaşamda bu denli baskın olan popüler türler içerisinde yolunu bulabilecek, kaliteyi tercih edebilecek, alt yapısı güçlü ve seçim yeteneği gelişmiş bireylerin yetiştirilmesi müzik dersinin öncelikli hedefleri arasına alınmalıdır.

Okullarda, kitle iletişim araçlarının teknik kullanımının yanı sıra, ağırlıklı olarak içerik yönetimine ve medya-birey ilişkilerine yoğunlaşmış etkili bir medya eğitimi verilmelidir. Medyanın olumsuz etkileriyle ilgili olarak, yaygınlaşmış ve günümüz ihtiyaçlarına göre şekillenmiş bir Halk Eğitimi de tekrar anlam kazanabilir; çünkü Halk Eğitim kurumlarından, diğer bazı mercilerle birlikte yaşam boyu eğitim hizmetlerini sunmaları beklenir. Bu bağlamda, yetişkinlerin dünyasından gençlere oryantasyon yapmak yerine, *gençlerin dünyasından yetişkinlere oryantasyon yapmak* bizlere yeni ufuklar açabilir. Çocuklar ve ergenlerin dünyasını tanımayan yığınlarca aile, onların beklentileri konusunda bilinçlendiğinde, farklı olumlu davranışlar geliştirebilir.

İhtiyaçlarımıza uygun ve amaçlı olarak kullanıldığında yaşamımızı kolaylaştıran medyanın; siyasi güç odaklarından, herhangi bir dünya görüşünden ve yüksek düzeydeki ticari kaygılardan vb. arındırılarak bağımsız olarak çalışması en önemli hususlardandır. TV istasyonlarını elinde bulunduran holdingler ve kuruluşlara; toplumsal sorumluluk, kaliteli, düzeyli ve medya etiğine uygun yayın, tarafsızlık, yerleşik değerlere saygı gibi temel davranış standartları sıkça ve yasal yollardan hatırlatılmalıdır.

## Kaynaklar

- Abt, D. (2000), "Müzik Klipleri: Görsel Boyutun Etkisi." Lull, J. (Ed.): *Popüler Müzik ve İletişim*, (Çev.: Turgut İbلاغ), Çiviyazıları, İstanbul, ss. 125–143.
- Arslan, A. (2004), "Günümüz Türkiye'sinde Medya Gerçeği." *İnsan Bilimleri Dergisi*, Vol. 1, No. 1, ss.1–14, Erişim: <http://www.insanbilimleri.com>, (12 Mayıs 2007).
- ATV Yayın Akışı, Erişim: [http://www.atv.com.tr/yayin\\_akisi](http://www.atv.com.tr/yayin_akisi) (Mart-Mayıs 2007).
- Behne, K.-E. (1997), "Musikpräferenzen und Musikgeschmack." In: Bruhn, H., Oerter, R., Rösing, H. (Eds.), *Musikpsychologie. Ein Handbuch*, 3. Baskı, Rowohlt, Hamburg, ss. 339-353.
- Cesur, S., Paker, O. (Kış 2007), "Televizyon ve Çocuk: Çocukların TV Programlarına İlişkin Tercihleri." *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. C.6, S.19, ss. 106–125, Erişim: <http://www.e-sosder.com> (13.03.2008).
- Elkin, F. (1995), *Çocuk ve Toplum. Çocuğun Toplumsallaşması*, (Çev.: Nazife Güngör), Gündoğan Yayınları, Ankara.
- Ericsson, C. (2002), *Från guidad visning till shopping och förströdd tillägnelse. Moderniserade villkor för ungdomars musikaliska lärande*, (Studies in Music and music education, nr 4), Yayımlanmamış Doktora Tezi, Malmö Academy of Music, Malmö.
- Ericsson, C. (2007), Konferans: *Discourse Analysis and Music Teachers*, 16.04.2007, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Feierabend, S. (1996), "Fernsehen-Wie Schüler es sehen." *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, Dokumentation Heft 4*, Baden-Baden.
- Feierabend, S. & Klinger, W. (2001), "Jugend, Information, (Multi-)Media." *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest*, Baden-Baden.
- Gembris, H. (1987), "Musikalische Fähigkeiten und ihre Entwicklung." In: de La Motte-Haber, H. (Ed.), *Psychologische Grundlagen des Musiklernens. Handbuch der Musikpädagogik, B.4*, Bärenreiter, Kassel, Basel, London, ss. 116-185.
- Günindi-Ersöz, A. (2002), "Popüler Kültür Ürünlerinden Müzik Videolarının Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri." *Aile ve Toplum Dergisi*, S. 5, C. 2. Erişim: <http://www.aile.gov.tr/raporlar/Aile%20ve%20toplum5.pdf> (10.05.2007).
- Kalay, A. (2008), *Müziğin Görselliği*, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul.
- Kanal D Yayın Akışı, Erişim: <http://www.kanald.com.tr/yayinakisi> (Mart-Nisan 2007).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest [MPFS] (2002), *Kim-Studie 2002. Kinder und Medien, Computer und Internet*, Baden-Baden.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest [MPFS] (2008), *Jim-Studie 2008. Jugend, Information, (Multi-)Media*, Stuttgart.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest [MPFS] (2009), *Kim-Studie 2008. Kinder + Medien, Computer+Internet*, Stuttgart.
- Münch, T. (1997), "Konsumverhalten in der Musik." In: Bruhn, H., Oerter, R., Rösing, H. (Eds.), *Musikpsychologie. Ein Handbuch*, 3. Baskı, Rowohlt, Hamburg, ss. 243-250.

Rötter, G. (1987), "Die soziale Situation in der Klasse." In: de La Motte-Haber, H. (Ed.), *Psychologische Grundlagen des Musiklernens. Handbuch der Musikpädagogik, B.4*, Bärenreiter, Kassel, Basel, London, ss. 332-382.

Schmidt, H.-C. (1997), "Musik und Medien - Fernsehen." In: Bruhn, H., Oerter, R., Rösing, H. (Eds.), *Musikpsychologie. Ein Handbuch*, 3. Baskı, Rowohlt, Hamburg, ss. 195-203.

Show TV Yayın Akışı, Erişim: <http://www.showtvnet.com/yayinakisi> (Mart-Nisan 2007).

Shuter-Dyson, R. (1997), "Musikalische Sozialisation – Einfluß von Elternhaus, Peers, Schule und Medien." In: Bruhn, H., Oerter, R., Rösing, H. (Eds.), *Musikpsychologie. Ein Handbuch*, 3. Baskı, Rowohlt, Hamburg, ss. 305-316.

Staatsinstitut für Schulpädagogik und Bildungsforschung München [ISB] (1996), *Musik im Kontext. Handreichung für Musiklehrer*, Con Brio, Regensburg.

Star TV Yayın Akışı, Erişim: <http://www.startv.com.tr/yayinakisi.aspx> (Mart-Nisan 2007).

Sun, S.-W., Lull, J. (1986), "The Adolescent Audience for Music Videos and Why They Watch." *Journal of Communication*, C. 36, ss. 115-125.

TRT Televizyon Yayın Akışları, Erişim: <http://www.trt.net.tr/wwwtrt> (Mart-Nisan 2007).

Wicke, P. (2004), "Populäre Musik in der Bundesrepublik Deutschland." *Deutscher Musikrat*. Erişim: <http://www.musikrat.de> (11.05.2007).

Winter, R., Kagelmann, H. J. (1997), "Musik und Medien - Videoclip." In: Bruhn, H., Oerter, R., Rösing, H. (Eds.), *Musikpsychologie. Ein Handbuch*, 3. Baskı, Rowohlt, Hamburg, ss. 208-220.