

Süleyman Demirel Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
Y.2007, C.12, S.3 s.35-52.

**POPÜLER KÜLTÜR BAĞLAMINDA  
MÜZİK YARIŞMASI VE MAGAZİN  
PROGRAMLARININ ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİ  
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ  
(SDÜ ÖRNEĞİ)**

**IN CONNECTION WITH POPULAR COULTURE  
MUSIC COMPETITIONS AND THE EFFECT OF  
MAGAZINE PROGRAMS ON THE UNIVERSITY  
YOUTH (SDU CASE)**

**Doç.Dr.Kamil KAYA \***  
**Uzm.Hatice BAYSAL \*\***  
**Okt.Esra Vona KURT\*\*\***

**ÖZET**

*Popüler kültürün, gerçekte halkın ürettiği bir kültür olup olmadığı önemli bir tartışma konusudur. Bununla birlikte bu kültür, gündelik olarak yaşanmakta, kullanılmakta ve ürünleri yoğun olarak tercih edilip tüketilmektedir. Günümüzde kitle iletişim araçları ve özellikle televizyon, popüler kültür ile ilgili yayınlara giderek artan düzeyde daha çok yer vermektedir.*

*Bu çalışmada, televizyonlarda yayınlanan ve bir popüler kültür ürünü olarak değerlendirilebilecek müzik yarışmaları ile magazin programlarının üniversite gençliği üzerindeki etkileri araştırılacak, alan verilerine dayalı olarak sosyolojik analizler yapılmaya çalışılacaktır.*

**ABSTRACT**

*It is open to discussion as to whether popular culture is a production of people or not. However, this culture is a live and uses in daily life and its productions are intensively consuming. The publications and broadcasting about popular culture has been increasingly taking place nowadays in mass media, particularly on television.*

*It is intended to analyze the effects of magazine programs on the university youths with the music competitions which have been broadcasting on televisions which can be evaluated as a product of popular culture and to make some sociological analyzes based on field-work data*

Popüler kültür, müzik yarışması, magazin programları, üniversite gençliği

Popular culture, music competitions, magazine programs, university youths.

\* SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi.

\*\* SDÜ Radyo-Televizyon Merkezi.

\*\*\* SDÜ Radyo-Televizyon Merkezi.

## GİRİŞ

Popüler kültür kavramı, modern toplumlarda yaygın halkın kültürü veya hâkim grubun kültürü, yoğun bir şekilde tüketimi olan ve toplum içerisinde yaygınlık gösteren, gündelik olarak yaşanan kültür anlamında kullanılmaktadır. Ancak popüler kültür ürünlerini tercih edip tüketmek suretiyle, bunun gerçekte halkın ürettiği bir kültür olup olmadığı önemli bir tartışma konusudur.

Hangi açıdan ele alınıralsa alınsın, içeriği kim ya da kimler tarafından belirlenirse belirlensin, ideolojisi ve alanı ne olursa olsun, günümüzde kitle iletişim araçlarının ve özellikle de televizyonun, popüler kültür ile ilgili yapmış olduğu yayınların toplumsal etkilerinin incelenmesi gerekir. Çünkü televizyon izlemenin bir yaşam biçimi haline geldiği günümüzde, izleyiciler tarafından tercih edilen kanal veya yayınlanan programların, toplumun değer yargılarından eğlence alışkanlıklarına, giyim tarzına, komşu ve akraba ilişkilerine kadar birçok konuda, toplum üzerinde hem olumlu hem olumsuz etkileri olduğu bilinmektedir.

Bu çalışmanın amacı, televizyonlarda yayınlanan ve bir popüler kültür ürünü olarak değerlendirilebilecek müzik yarışmaları ile magazin programlarının üniversite gençliği üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Son yıllarda ülkemizde yaygınlaşan, pek çok televizyon kanalında farklı isim ve formatta yayınlanan bu tür programların ilgi ile izlendiği göz önüne alınırsa, bu kültürün gençlik üzerindeki etkilerinin alan verilerine dayalı akademik çalışmalarla tespit edilmesine ve sosyolojik analizler yapılmasına ihtiyaç vardır. Bu bakımdan, konuyla ilgili alanda saha araştırması yapılarak problemin analiz edilmesi ve belli sonuçlara ulaşılması son derece önemlidir.

Bu çalışmada üniversite gençliğinin, söz konusu programlar çerçevesinde popüler kültür tercihleri ile ilgili özelliklerini tespit etmek, buna bağlı olarak gençliğin kültürel talepleri ile ilgili öngörülerde bulunmak hedeflenmiştir. Araştırmanın bulguları, seçilen örneklem ve araştırma alanı ile sınırlıdır.

### Araştırmanın Yöntemi ve Teknikleri

Araştırma, amacı bakımından açıklayıcı niteliktedir. Açıklayıcı araştırma türünde, ilişkiler üzerine kurulan hipotezler test edilerek, aralarında sebep-sonuç ilişkisi ortaya konulmaya çalışılır. Bu çalışmada, televizyonlarda yayınlanan “Akademi Türkiye”, “Anadolu Ateşi”, “Anadolu Rüzgari” ve “Popstar” müzik yarışmaları ile “Benimle Evlenir misin?”, “Bir Prens Aranıyor”, “Gelinim Olur musun?” “Size Anne Diyebilir miyim?” ve “Sahte Gelin” gibi magazin programları hakkında üniversite gençliğinin tutumları ve bu programların onlar üzerindeki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma, geniş toplumsal grupları kapsayan evrenden seçilmiş bir örneklem grup üzerinde yapılan çalışmalarda kullanılan survey (tarama) araştırmasıdır. Belirlenen örnek gruba, görüşme formu uygulanmıştır. Görüşme formu hazırlanırken soruların amaca uygun olmasına, anlamlı bir biçimde sıralanmasına ve anlaşılır olmasına özen gösterilmiştir.

### Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evreninin tespit edilmesinde, Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Elde edilen verilere göre, 2004–2005 Eğitim Öğretim yılında 17.151'i fakülte, 16.941'i MYO öğrencisi olmak üzere toplam 35.414 öğrenci öğrenim görmektedir. Üniversitede bulunan fakültelerden sadece biri (Eğitim Fakültesi) Burdur ilindedir. Diğer fakülteler ise Isparta merkezindedir. Meslek Yüksek Okullarının biri Isparta, biri Burdur il merkezindedir. Bunun dışındaki diğer yüksekokulların tümü bu iki ile bağlı ilçelere dağılmıştır. Üniversiteye bağlı fakültelerin yaklaşık %80'inin Isparta merkez kampusu içinde toplanmış olması nedeniyle, evrenin tespitinde, kampus dışındaki birimler işlem dışında bırakılmıştır. Buna göre araştırmanın evreni, merkez kampusta bulunan Mühendislik-Mimarlık Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Teknik Eğitim Fakültesi ve Fen-Edebiyat Fakültesi ile Isparta Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim görmekte olan 13.518 öğrenciden oluşmaktadır.

Okullar	I. Öğretim		II. Öğretim		Evren	Örneklem	
	K	E	K	E		%	Sayı
Fen-Edebiyat Fak.	732	723	688	643	2786	20.2	76
İktisadi-İdari Bilimler Fak.	576	750	557	693	2576	16.2	61
Teknik Eğitim Fak.	150	876	134	698	1858	15.1	57
Müh. Mim. Fak.	397	1517	191	885	2990	23.3	88
Isparta MYO	733	1298	437	840	3308	25.2	95
<b>Toplam</b>	<b>2588</b>	<b>5164</b>	<b>2007</b>	<b>3759</b>	<b>13.518</b>	<b>100</b>	<b>377</b>

Evreni temsil edecek örneklem, tabakalı basit tesadüfî örnekleme tekniğiyle hesaplanmıştır. Buna göre evren, türdeş alt katmanlara ayrılarak her tabakadan belirli oranda eleman alınmıştır. Örneklem büyüklüğü ise, %95 güven düzeyi ve  $\pm\%5$  göz yumulabilir yanılğı payı esas alınarak 377 olarak belirlenmiştir. Buna göre, örneklem oranı  $377:13.518 \times 100 = \%2.7$  olmaktadır. Çalışmamızda, yukarıda adı geçen fakülteler ve MYO öğrencilerinden oluşan örneklemin tespitinde bu birimlerin üniversite içindeki öğrencilerin oranı, öğretim türü ve cinsiyete göre dağılımı dikkate alındığı gibi, öğrencilerin okuduğu bölümlerin bağlı buldukları birim içindeki oranları da dikkate alınmıştır.

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada, 50 sorudan oluşan bir görüşme formu hazırlanmış ve büyük bir kısmı, araştırmacılar tarafından uygulanmıştır. Verilerin toplanmasında, esas olarak görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında sosyal bilim araştırmalarına uygun olarak hazırlanan SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

## 1.GÖRÜŞÜLENLERİN ÖZELLİKLERİ

Araştırmaya katılanlar, 246'sı erkek, 131'i kız öğrenci olmak üzere toplam 377 kişidir. Örneklemin %65,3'ü erkek, %34,7'si kız öğrencilerden oluşmaktadır.

Görüşülenlerin %23,3'ü Mühendislik Mimarlık Fakültesi, %20,2'si Fen-Edebiyat Fakültesi, %16,2'si İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, %15,1'i Teknik Eğitim Fakültesi ve %25,2'si de Isparta MYO öğrencisidir. Öğrencilerin %18,1'i 1.inci sınıf, %36,6'sı 2.inci sınıf, %29,4'ü 3.üncü sınıf ve %14,1'i 4.üncü sınıf öğrencisidir.

Görüşülenlerin %59,6'sı il, %32,9'u ilçe, %7,5'i de köy ve kasaba doğumludur. Öğrencilerin annelerinin %55,6'sı ilkököl, %10,9'u ortaokul, %16,8'i lise ve dengi okul, %7,2'si fakülte; babalarının %36,1'i ilkököl, %15,1'i ortaokul, %24,4'ü lise ve dengi okul, %17,2'si fakülte mezunudur.

Görüşülenlerin %82,7'sinin annesi ev hanımı, yaklaşık %10'unun annesi ise devlet memurudur. Babaları ise, serbest meslek mensubu (%30,7), memur (%16,7), öğretmen (%7,5), çiftçi (%11,6) ve işçidir (%14,6).

Ailelerinin aylık geliri konusunda görüşülenlerin %18,8'i 500 YTL'den az, %17,7'si 501–600 YTL, %10,4'ü 601–700 YTL, %9,5'i 701–800 YTL, %9,3'ü 801–900 YTL, %8,7'si 901–100 YTL ve %25,6'sı ise 1000 YTL'den fazla olduğunu söylemişlerdir.

## 2.TELEVİZYON VE ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİ

Kitle iletişim araçları arasında günümüzde önemli bir yeri olan televizyon, göze ve kulağa ses ve görüntü ile aynı anda hitap etmesi, herhangi bir olayı veya konuyu canlı olarak anında sesli ve görüntülü olarak izleyicilerine aktarabilmesi sebebiyle en önemli ve en etkin basın araçlarından biridir. Süreklilik, çeşitlilik ve etkileycilik açısından televizyon yayınları, insanların haber alma, eğlenme ve boş zamanlarını değerlendirme ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Araştırmamızda, üniversite gençliğinin boş zaman etkinlikleri ile ilgili tercihlerini tespit etmek amacıyla görüşülenlere yönelttiğimiz sorulara toplam 938 cevap verilmiştir. Üniversite gençliği, tercih sırası bakımından, 1.inci öncelik olarak boş zamanlarını müzik dinleyerek (%69,7), televizyon seyrederek (%13,3) ve kitap, dergi/gazete okuyarak (%9,3) değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Veriler birleştirildiğinde, üniversite gençliğinin yaklaşık %28'inin müzik dinleyerek, %23'ünün kitap, dergi/gazete okuyarak, %20'sinin televizyon seyrederek, %13'ünün spor yaparak, %9'unun sinemaya ve %2'sinin de kahveye giderek boş zamanlarını değerlendirdiği anlaşılmaktadır. Bu veriler, üniversite gençliğinin, boş zamanlarını daha çok “*müzik dinleyerek*” ve “*televizyon seyrederek*” geçirdiğini göstermektedir.

Araştırmamızda, üniversite gençliğinin, düzenli olarak televizyon izleme alışkanlığı (%30), Isparta'da daha önce yapılan benzer çalışmalardaki

verilere göre\* daha düşük düzeydedir. Düzenli olarak televizyon izleme alışkanlığının düşük çıkması örneklemin yaklaşık üçte birinin II. öğretim öğrencisi olmasıyla ilgili olduğu düşünülmektedir.

### 2.1.Üniversite Gençliğinin Tercih Ettiği Kanallar

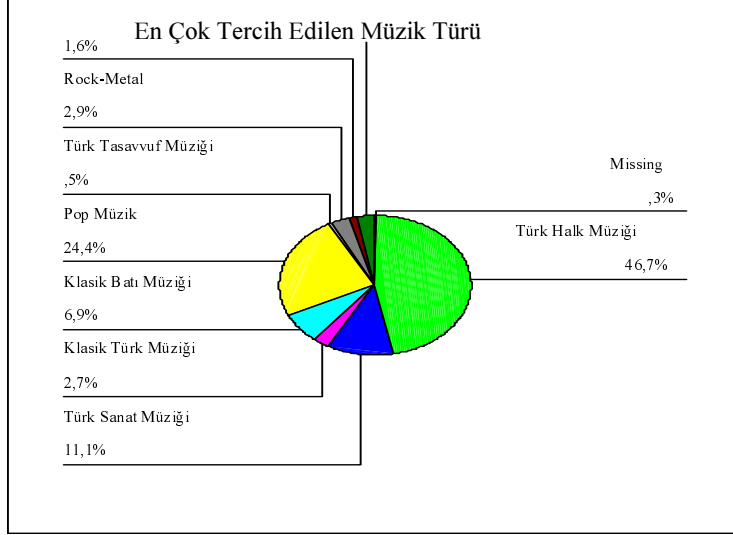
Araştırmamızda, üniversite gençliğinin televizyon seyredirken en çok tercih ettiği kanalları tespit etmek amacıyla görüşülenlere yönelttiğimiz ve öncelik sırasına göre en çok üç cevap şıklıyla sınırlandırdığımız sorumuza toplam 1.003 cevap verilmiştir. Tercih sırası bakımından, üniversite gençliği 1.inci öncelik olarak sırasıyla ATV (%34,4), CNN-Türk (%22,6) ve Kanal-D (%15,3)'yi izlediklerini belirtmişlerdir. Veriler birleştirildiğinde ise, üniversite gençliğinin izlemeyi en çok tercih ettiği kanallar aynı oranlarla (%15,2) ilk sırada NTV ve SHOW-TV gelmekte, bunu sırasıyla Kanal-D (%13,7), ATV (%13), CNN-Türk (%10,3), Kral-TV (%9) ve TRT-1 (%7,4) takip etmektedir.

### 2.2.Üniversite Gençliğinin Tercih Ettiği Programlar

İnsanların, televizyon seyredirken herhangi bir televizyon kanalını tercih etmesinde en önemli unsur yayınlanan programların türü ve niteliği ile ilgili olduğu söylenebilir. Üniversite gençliğinin televizyon seyredirken en çok tercih ettiği programları tespit etmek amacıyla görüşülenlere yönelttiğimiz ve öncelik sırasına göre en çok üç cevap şıklıyla sınırlandırdığımız sorumuza toplam 1.014 cevap verilmiştir. Tercih sırası bakımından, 1.inci öncelik olarak üniversite gençliğinin %52,3'ü haberleri, %34,2'si sinema ve %7,4'ü de spor programlarını izlediklerini belirtmişlerdir. Veriler birleştirildiğinde ise, üniversite gençliğinin izlemeyi en çok tercih ettiği programların, sırasıyla “sinema” (%22,8), “haberler” (%19,4), “belgesel” (%14,1), “spor” (%13,5), “müzik” (%12,6), “yarışma” (%9,8), ve “magazin/eğlence” (%5,3) programları olduğu görülmektedir. Bu verilere göre, üniversite gençliğinin, araştırma konumuz olan müzik yarışması ve magazin programlarına, dolayısıyla popüler kültür ürünlerine, öngörülenden daha az itibar ettiği söylenebilir.

\* Bu konuda karşılaştırma yapmak için bkz: (Kaya, K., *Türk Toplumunun Yaşama Tarzı*, Isparta, 2003; Okur, (Kilis), N., *Sosyolojik Açıdan Televizyonun Toplum Üzerindeki Etkileri (Isparta Uygulaması)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2000).

### 2.3.Üniversite Gençliğinin Tercih Ettiği Müzik Türü



Üniversite gençliğinin dinlemeyi en çok tercih ettiği müzik türünü tespit etmek amacıyla görüşülenlere yönelttiğimiz ve öncelik sırasına göre en çok üç cevap şikkıyla sınırladığımız sorumuza toplam 840 cevap verilmiştir. Tercih sırası bakımından, 1.inci öncelik olarak üniversite gençliğinin %46,7'si “*Türk Halk Müziği*”, %24,4’ü “*Pop Müzik*” ve %11,1’i de “*Türk Sanat Müziği*” dinlediklerini belirtmişlerdir. Veriler birleştirilerek değerlendirildiğinde ise, üniversite gençliğinin dinlemeyi en çok tercih ettiği müzik türü, sırasıyla “*Pop Müzik*” (%31,4), “*Türk Halk Müziği*” (%21), “*Türk Sanat Müziği*” (%10,8), “*Rock-Metal*” (%10), “*Arabesk*” (%9,1) ve “*Klasik Batı Müziği*” (%6,1)’dir. Bu sonuçlar, Isparta’da daha önce yapılan alan araştırmaları sonuçlarından önemli farklılıklar göstermektedir.\*

### 3. MÜZİK YARIŞMA PROGRAMLARI

#### Düzenli Olarak İzlenen Müzik Yarışma Programı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Akademi Türkiye	34	9,0	9,1	9,1
Alaturka Beste Yarışması	2	,5	,5	9,7
Anadolu Ateşi	33	8,8	8,9	18,5
Anadolu Rüzgarı	6	1,6	1,6	20,2
Popstar	39	10,3	10,5	30,6
Hepsi	15	4,0	4,0	34,7
Hiçbiri	243	64,5	65,3	100,0
Toplam	372	98,7	100,0	
Cevapsız	5	1,3		
Toplam	377	100,0		

\* Geniş Bilgi ve karşılaştırma için bkz; (Kaya, 2003), (Okur, 2000).

Araştırmamızda, düzenli olarak izledikleri müzik yarışma programları ile ilgili sorumuza üniversite gençliğinin yaklaşık %65'i "hiçbir" şeklinde cevap vermiştir. Söz konusu programları düzenli olarak izleyen öğrencilerin %10,5'i "Popstar", %9,1 "Akademi Türkiye", %8,9'u "Anadolu Ateşi" ve %4'ü de "hepsi" cevabını vermiştir. Bunların kümülatif oranı yaklaşık olarak %35'tir. Bu sonuç, benzer araştırmalarda elde edilen oranlardan daha düşüktür. \*\* Aslında çalışmamızda, söz konusu programların üniversite gençliği tarafından izlenme düzeyi beklenenden daha düşük çıkmıştır. Sonucun beklenenden daha düşük çıkmasında, görüşülenlerin yaklaşık üçte birinin II. öğretim öğrencisi olmasının rol oynadığı düşünülmektedir.

### 3.1. Programlara Katılanlarla İlgili Tutumlar

Üniversite gençliğinin yaklaşık %23'ü müzik yarışma programlarına yarışmacı olarak katılanlar arasında favori buldukları ve destekledikleri adaylar olduğunu, %75'i herhangi bir yarışmacıya destek vermediklerini belirtmişlerdir.

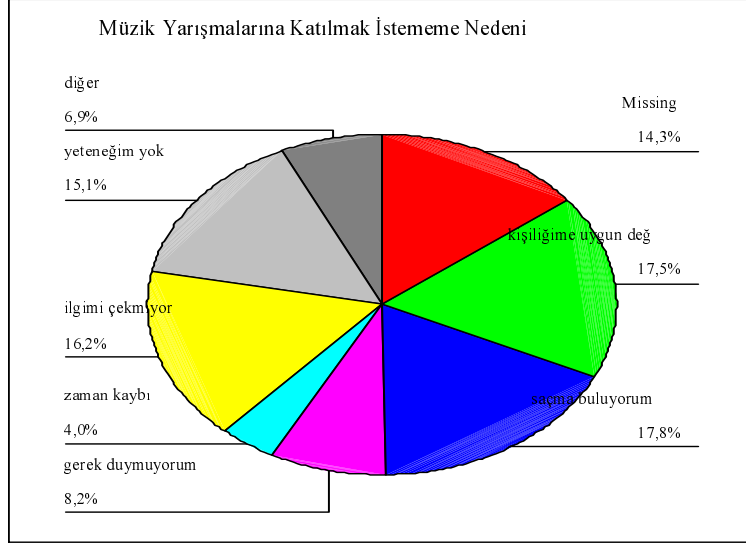
Üniversite gençliğine müzik yarışma programlarına yarışmacı olarak katılan adaylar arasında favori bulup desteklemelerinin en önemli sebebi sorulduğunda görüşülenlerin yaklaşık %76'sı herhangi bir adayı desteklemediği için cevap vermemiştir. Adayları destekleyenlerin %70'i "yetenekli olduğu için", %12,2'si "kişiliğini beğendiğim için", %6,7'si "güzel/yakışıklı olduğu için" ve %5,6'sı "eğitilmiş olduğu için" şeklinde cevap vermiştir. Bu sonuçlara göre söz konusu programları izleyip favori buldukları adayları destekleyenlerin yaklaşık dörtte üçünün duygusal tercihen çok nesnel bir kriter olarak değerlendirilebilecek "yeteneğe" vurgu yaptıkları görülmektedir. Ancak, görüşülenlerin yaklaşık dörtte biri favori buldukları adayları desteklediklerini belirttikleri halde, adaya oy gönderme söz konusu olduğunda bu oranın %5'e düştüğü, bunun da önemli bir kısmının sadece 1-2 kez (%66,7) ile sınırlı kaldığı görülmektedir.

### 3.2. Programlarla İlgili Tutumlar

Üniversite gençliğine yönelttiğimiz "siz, bu tür programlara katılmak ister misiniz?" şeklindeki sorumuza öğrencilerin yaklaşık %91'i "hayır", %6'sı "evet" cevabını vermiştir. Bu soruya, açıkça katılmak istemediklerini belirtenlerin dışındakilerin anlamlı bir azınlık olduğu söylenebilir.

\*\* Yıldız tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların %80'inin bu tür programları izlediği ve bunların da yarısına yakınının en az birini düzenli olarak izledikleri tespit edilmiştir. Karşılaştırma için bkz; (Yıldız, S., "Televizyonlarda Yayınlanan Magazin, Eğlence ve Yarışma Türü Programların Toplumsal Kültür Üzerine Etkileri-Kırıkkale ve Ankara Örneği", *Bilim Ve Aklın Aydınlığında Eğitim*, Yıl 5, Özel Sayı 57, MEB Yayınları, Ankara, 2004)

\* Yıldız tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların %80'inin bu tür programları izlediği ve bunların da yarısına yakınının en az birini düzenli olarak izledikleri tespit edilmiştir. Karşılaştırma için bkz; (Yıldız, S., "Televizyonlarda Yayınlanan Magazin, Eğlence ve Yarışma Türü Programların Toplumsal Kültür Üzerine Etkileri-Kırıkkale ve Ankara Örneği", *Bilim Ve Aklın Aydınlığında Eğitim*, Yıl 5, Özel Sayı 57, MEB Yayınları, Ankara, 2004)



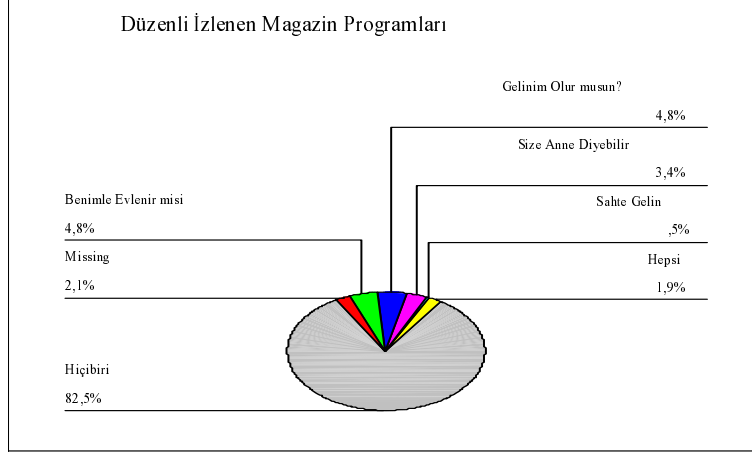
Müzik yarışma programlarına yarışmacı olarak katılmak istemeyenlere bunun nedeni sorulduğunda öğrencilerin yaklaşık %18'i "saçma buluyorum", %17,5'i "kişiliğime uygun değil", %16'sı "ilgimi çekmiyor", %15'i de "yeteneğim yok" şeklinde cevap vermiştir. Bu verilere göre, söz konusu programlara yarışmacı olarak katılmak istemeyenlerin, öncelikli olarak, objektif bir kriter olan "yetenek" ile ilgili gerekçe yerine, "saçma bulmak", "kişiliğe uygunsuzluk" ve "ilgi çekmemek" gibi daha çok subjektif nedenlere bağladıkları anlaşılmaktadır. Bu veriler, aslında söz konusu programların halkın tercihinin bir sonucu olarak yayınlanmasından ziyade, popüler kültür ürünlerinin piyasada tüketime sunulması şeklinde değerlendirilebilir.

Müzik yarışma programlarına yarışmacı olarak katılmak isteyenlere, "katılmayı en çok istediğiniz program hangisidir?" şeklindeki sorumuza öğrencilerin yaklaşık %79'u cevap vermemiş, %13'ü de "hiçbiri" şeklinde cevap vermiştir. Buna göre, söz konusu programlara yarışmacı olarak katılmak istediğini açıkça belirtenlerin oranı yaklaşık olarak %8'dir. Bu soruya cevap veren öğrencilerin %12,5'i "Akademi Türkiye", %8,8'i "Anadolu Ateşi", %7,5'i "Popstar", %5'i "Anadolu Rüzgârı" ve %3,8' de "hepsi"ne katılmak istediklerini belirtmişlerdir.

Müzik yarışma programlarına yarışmacı olarak katılmak isteyenlere, katılmak istedikleri programı tercih etmelerindeki en önemli sebep sorulduğunda, öğrencilerin yaklaşık %80'i cevap vermemiştir. Bu tür programlara katılmak isteyenlerin yaklaşık %28'i "program daha düzeyli olduğu için", %22'si "yeteneklerime uygun olduğu için", %20'si "kültürümüze daha çok katkı yaptığı için" ve %8'i de "program daha popüler olduğu için" söz konusu programları tercih ettiklerini belirtmişlerdir.



#### 4.MAGAZİN PROGRAMLARI



Araştırmamızda, düzenli olarak izledikleri magazin programları ile ilgili soruza üniversite gençliğinin yaklaşık %83'ü "hiçbiri" şeklinde cevap vermiştir. Bu programları düzenli olarak izleyen gençliğin tercihleri ise, sırasıyla "Benimle Evlenir misin" (%4,9), "Gelinim Olur musun" (%4,9), "Size Anne Diyebilir miyim" (%3,5) ve "hepsi" (%1,9)'dir. Bunların kümülatif oranı yaklaşık olarak %15'tir. Bu sonuç, tıpkı müzik yarışma programlarında olduğu gibi, magazin programlarının da üniversite gençliği tarafından izlenme düzeyinin beklenenden ve benzer araştırmalarda elde edilen oranlardan\* daha düşük olduğunu göstermektedir. Sonucun düşük çıkmasında, görüşülenlerin yaklaşık üçte birinin II. öğretim öğrencisi olmasının rol oynadığı düşünülmektedir.

##### 4.1. Programlara Katılanlarla İlgili Tutumlar

Üniversite gençliğinin yaklaşık %84'ü magazin programlarına yarışmacı olarak katılanları favori bulup desteklemediklerini belirtmişlerdir. Adaylar arasında favori bulup desteklediklerini belirtenlerin oranı %8'dir. Bu sorumuza görüşülenlerin %8'i de cevap vermemiştir.

Üniversite gençliğine magazin programlarına yarışmacı olarak katılan adaylar arasında favori bulup desteklemelerinin en önemli nedeni sorulduğunda görüşülenlerin yaklaşık %90'ı herhangi bir cevap vermemiştir. Favori buldukları adayları destekleyenlerin yaklaşık %30'u "samimi olduğu için", %20'si "sağlam bir kişiliği olduğu için", %20'si "güzel/yakışıklı olduğu için", %9'u "kendimi temsil ettiği için" ve %4'ü de "diğerleri tarafından dışlandığı için" şeklinde cevap vermişlerdir. Bu sonuçlara göre söz konusu programları izleyip favori buldukları adayları destekleyenlerin, "samimiyet", "kişilik", "güzellik/yakışıklılık", "dışlanma" ve "kendini temsil" gibi kriterlere göre destekledikleri anlaşılmaktadır. Ancak, görüşülenlerin destekledikleri adaya oy gönderme söz konusu olduğunda bu oranın oldukça

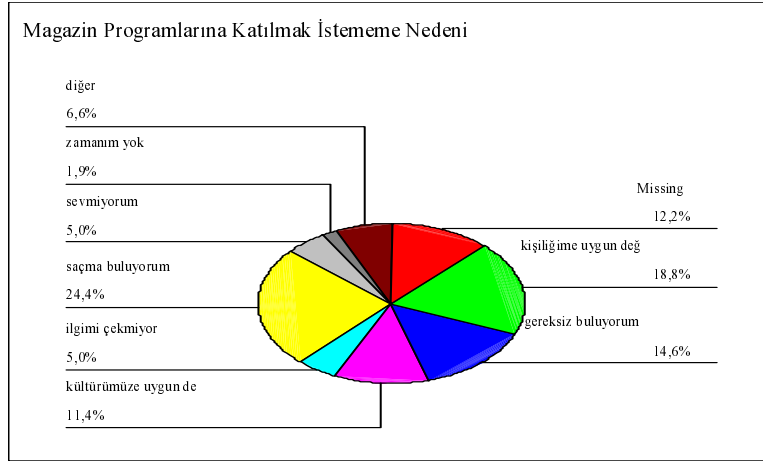
\* Karşılaştırma için bkz; (Yıldız, 2004)

düştüğü (%1,3), bunun da önemli bir kısmının sadece 1–2 kez (%66,7) ile sınırlı kaldığı görülmektedir.

#### 4.2. Programlarla İlgili Tutumlar

Üniversite gençliğinin magazin programları ile ilgili yorum yapip yapmadığı sorulduğunda, görüşülenlerin yaklaşık %42'si “*arasıra*”, %5'i “*sürekli*”, %3'ü de “*final sonrasında*” yorum yaptıklarını; %35'i ise “*hiçbir zaman*” yorum yapmadıklarını belirtmişlerdir. Bu soruya görüşülenlerin yaklaşık %12'si de cevap vermemiştir. Bu sonuç, üniversite gençliğinin en az yarısının, popüler kültür ürünü olan magazin programları ile bir şekilde ilgilendiklerini ve günlük yaşamında bu kültüre de yer verdiklerini göstermektedir.

Üniversite gençliğinin magazin programlarına yarışmacı olarak katılmayı isteyip istemediklerini öğrenmek amacıyla yönelttiğimiz “*siz, bu tür programlara katılmak ister misiniz?*” şeklindeki sorumuza öğrencilerin %96,3'ü “*hayır*”, %2,4'ü de “*evet*” cevabını verirken %1,3'ü ise cevap vermemiştir. Bu soruya, müzik yarışma programında olduğu gibi, açıkça katılmak istemediklerini belirtenlerin dışındakilerin anlamlı bir azınlık olduğu söylenebilir.



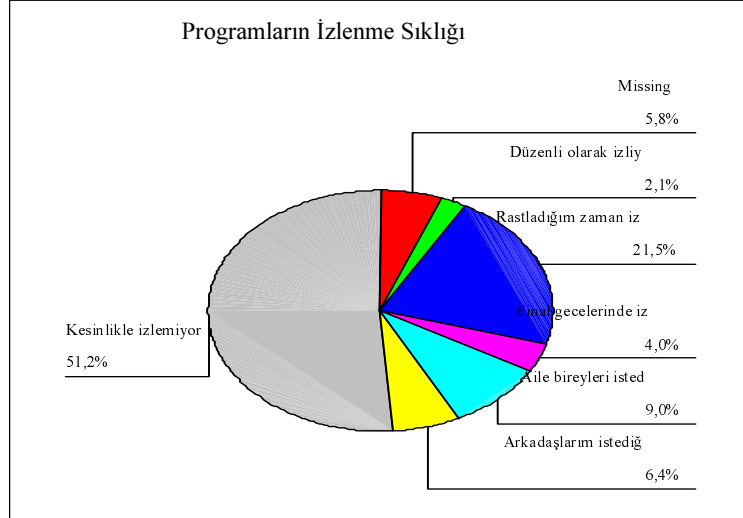
Magazin programlarına yarışmacı olarak katılmak istemeyenlere bunun nedeni sorulduğunda öğrencilerin yaklaşık %25'i “*saçma buluyorum*”, %19'u “*kişiliğime uygun değil*”, %15'i “*gereksiz buluyorum*” ve %12'si “*kültürümüze uygun değil*” şeklinde cevap vermiştir.

Magazin programlarına yarışmacı olarak katılmak isteyenlere, “*katılmayı en çok istediğiniz program hangisidir?*” şeklindeki sorumuza öğrencilerin yaklaşık %75'i cevap vermemiş ve %22'si de “*hiçbiri*” şeklinde cevap vermiştir. Buna göre magazin programlarına yarışmacı olarak katılmak istediğini açıkça belirtenlerin oranı yaklaşık olarak %3'tür. Bu soruya cevap veren öğrencilerin %5,3'ü “*Benimle Evlenir misin?*” ve %3,2'si de “*Bir Prens Aranıyor*” cevabını vermiştir. Bu sonuç, söz konusu programların, üniversite gençliğinin yaklaşık onda biri gibi anlamlı bir azınlığını yarışmacı

olarak katılma konusunda cezp ettiğini göstermektedir. Bu durum, popüler kültür ürünü olan magazin programlarının üniversite gençliği üzerindeki etkisi bakımından üzerinde durulması gereken önemli bir husustur.

Üniversite gençliğinin katılmak istedikleri programı tercih etmelerindeki en önemli sebep sorulduğunda öğrencilerin yaklaşık %90'ı cevap vermemiştir. Bu tür magazin programlarına katılmak isteyenlerin yaklaşık %29'u "macera aramak için", %11'i "program daha çok ödül verdiği için", %9'u "program daha popüler olduğu için", %6'lık oranlarla "program daha güvenilir olduğu için", "program daha düzeyli olduğu için", "iyi bir eş seçmek ve evlenmek için", %3'ü de "kısa yoldan meşhur olmak için" ve %30'u da "diğer" cevabını vermiştir. Bu sonuçlara göre söz konusu programlara bir şekilde ilgi duyup da katılmak isteyenlerin rasyonel bir seçim tercihi yerine, "macera aramak", "daha çok ödül kazanmak", "popüler olmak" ve "kısa yoldan meşhur olmak" gibi popüler kültürün izlerini taşıyan bir tercihe öncelik verdikleri anlaşılmaktadır. Bu sonuç, popüler kültürün üniversite gençliği üzerindeki etkisi bakımından üzerinde durulması gereken önemli bir husus olduğunu göstermektedir.

## 5.PROGRAMLARIN ETKİLERİ

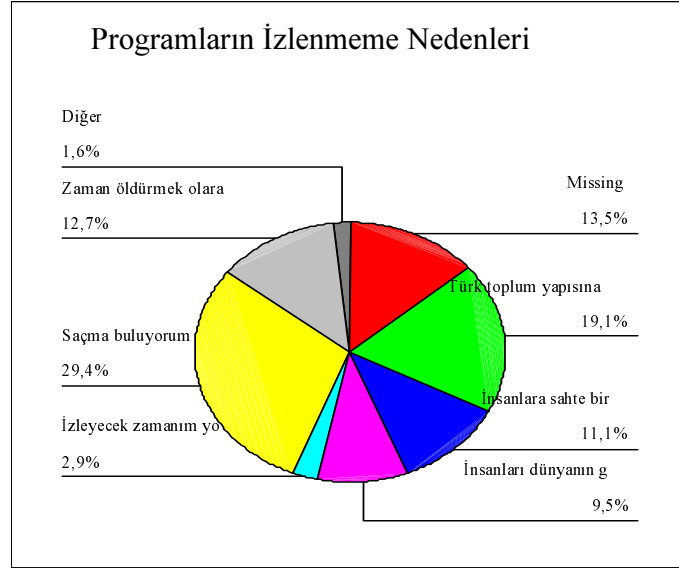


Müzik yarışması ve magazin programlarını izleme sıklığı sorulduğunda öğrencilerin yaklaşık olarak %6'sı cevap vermemiş, %51'i de "kesinlikle izlemiyorum" cevabını vermiştir. Buna göre üniversite gençliğinin en az %43'ünün bu tür programları çeşitli sıklıklarda izlediği anlaşılmaktadır. Bu tür programları izleyen öğrencilerin yaklaşık %22'si "rastladığım zaman izliyorum", %9'u "aile bireyleri istediğinde izliyorum", %6'sı "arkadaşlarım istediğinde izliyorum" %4'ü "final gecelerinde izliyorum" ve %2'si de "düzenli olarak izliyorum", cevabını vermiştir. Bu verilere göre düzenli olarak izleme oranı düşük düzeyde olsa da, üniversite gençliğinin yaklaşık

yarıya yakınının söz konusu programları bir şekilde takip ettikleri ve popüler kültür ürünlerinin müşterisi oldukları anlaşılmaktadır.

Bu tür programları izleyenlere bunun en önemli nedeninin ne olduğu sorulduğunda, öğrencilerin yaklaşık %63'ü cevap vermemiştir. Cevap verenler, yaklaşık olarak sırasıyla “merak ettiğim için” (%25), “ilginç olduğum için” (%15), “popüler gündemden haberdar olmak için” (%11), “eğlenceli bulduğum için” (%11), “herkes izlediği için” (%7), şeklinde cevap verirken, %26'sı da “diğer” seçeneği içinde belirtilen farklı nedenlere bağlı olarak izlediklerini söylemişlerdir. Bu sonuçlara göre, söz konusu programların, sırasıyla “merak etme”, “ilginç bulma”, “popüler gündemi takip etme” ve “eğlenceli bulma” gibi faktörlerin etkisiyle üniversite gençliği tarafından izlendiği anlaşılmaktadır.

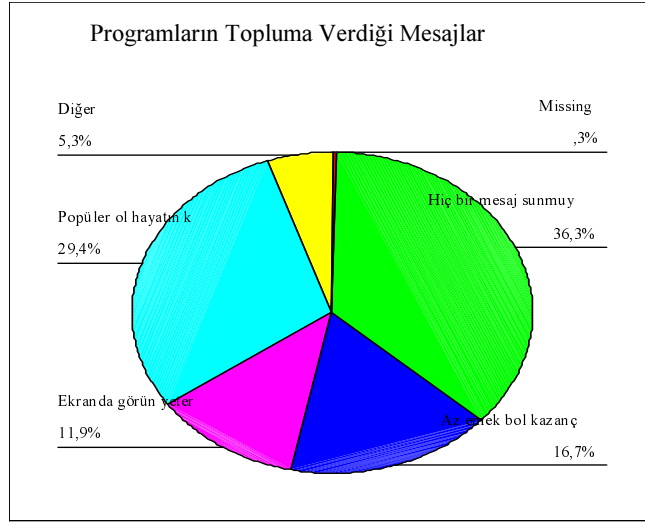
“Bu tür programları izlerken hiç kanal değiştirir misiniz?” şeklindeki sorumuza, öğrencilerin yaklaşık %60'ı cevap vermemiştir. Cevap verenlerin yaklaşık %34'ü “reklâmlar sırasında”, %13'ü “sevmediğim yarışmacı çıktığında” ve %49'u ise “diğer” sebeplerle kanal değiştirdiğini söylerken; %3'ü ise “kesinlikle değiştirmem” şeklinde cevap vermiştir. Bu sonuçlara göre, bu tür programları izleyenlerin yaklaşık yarıya yakınının, söz konusu yayınları kanal değiştirmeden takip ettiği anlaşılmaktadır. Ancak, yarışmacıların diğer programlara katıldıklarında öğrenciler tarafından izlenme oranı (%4) ile yarışmacılarla ilgili yazılı basında yer alan haberleri takip etme oranı (%5) düşüktür. Benzer şekilde yarışmacıların çıkardığı CD /Kaset vb. ürünleri satın alma oranı (%6) ve bu ürünleri başarılı bulanların oranı da (%4) oldukça düşüktür.



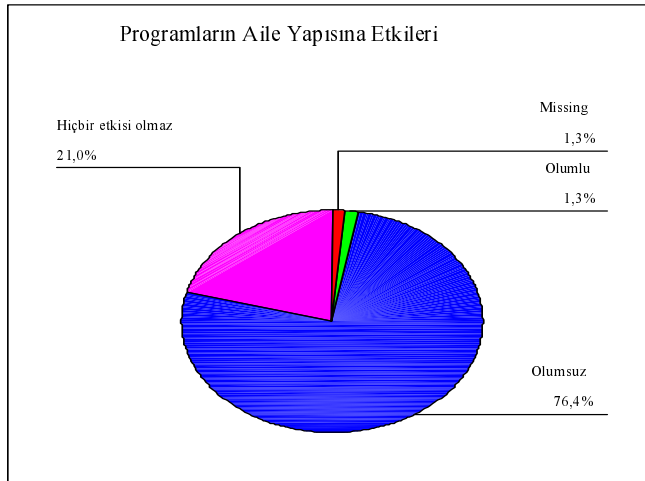
Müzik yarışması ve magazin programlarını izlemeyenlere bunun en önemli sebebi sorulduğunda, sorumuza cevap veren öğrencilerin yaklaşık %30'u “saçma buluyorum”, %19'u “Türk toplum yapısına ters buluyorum”, %13'ü “zaman öldürmek olarak değerlendiriyorum”, %11'i “insanlara sahte

*bir dünya sunuyor*” ve %10’u da *“insanları dünyanın gerçeklerinden koparıyor”* şeklinde cevap vermiştir. Bu sonuçlara göre, üniversite gençliğinin yaklaşık dörtte birinin *“toplumun değerleriyle ters düştüğü için”*, yaklaşık üçte birinin *“saçma bulduğu için”* ve yaklaşık dörtte birinin de *“dünya gerçeklerinden uzak sahte bir dünya sunduğu için”* söz konusu programları izlemedikleri anlaşılmaktadır.

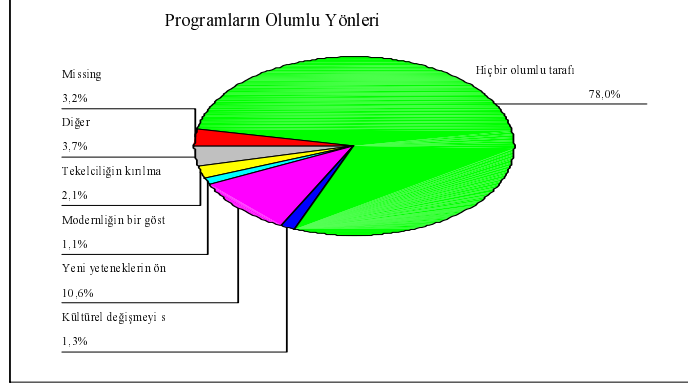
### 5.1. Programlarla İlgili Değerlendirmeler



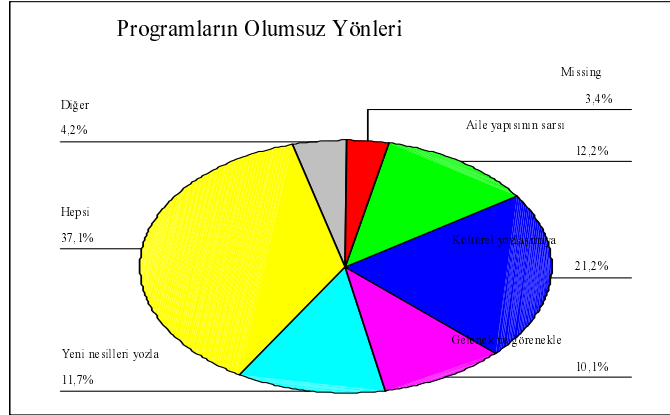
Müzik yarışması ve magazin programlarının topluma ne tür bir mesaj sunduğu ile ilgili sorumuza öğrencilerin yaklaşık %36’sı *“hiçbir mesaj sunmuyor”*, %30’u *“popüler ol hayatın kurtulsun”*, %17’si *“az emek bol kazanç”* ve %12’si *“ekranda görün yeter”* şeklinde cevap vermiştir. Buna göre, üniversite gençliğinin yaklaşık üçte biri söz konusu programların *“hiçbir”* mesaj vermediğini, yaklaşık üçte ikisi ise *“popüler olup kısa yoldan köşe dönme”* içerikli mesajlar sunduğunu dile getirmektedir.



Programların aile yapımız üzerindeki etkileri sorulduğunda üniversite gençliğinin %76,4'ü “olumsuz” etkisi olacağını düşünürken, %21'i “hiçbir etkisi olmaz” ve %1,3'ü de “olumlu” etkisi şeklinde görüş bildirmişlerdir. Buna göre üniversite gençliğinin yaklaşık dörtte üçü, söz konusu programların aile yapımız üzerindeki etkilerinin “olumsuz” olduğunu düşünürken, yaklaşık dörtte birinin bu görüşe katılmadığı anlaşılmaktadır.



Programların en olumlu yönünün ne olduğu ile ilgili soruya öğrencilerin yaklaşık %78'i “hiçbir olumlu tarafı yok” ve %11'i “yeni yeteneklerin önünü açması” şeklinde cevap vermiştir.



Programların en olumsuz tarafının ne olduğu ile ilgili soruya öğrencilerin yaklaşık %21'i “kültürel yozlaşmaya neden olmaktadır”, %12'si “aile yapısının sarsılmasına neden olmaktadır”, %12'si “yeni nesilleri yozlaştırmaktadır”, %10'u da “gelenek ve görenekleri yozlaştırmaktadır” ve %37'si de “hepsi” şeklinde cevap vermiştir. Buna göre üniversite gençliği, söz konusu programların “hiçbir olumlu tarafının bulunmadığını”; buna karşın “aile yapımız”, “gelenek ve göreneklerimiz” başta olmak üzere “kültürümüzü yozlaştırdığını” düşünmektedir.

Programlarda rahatsız olduğu noktalar olup olmadığı sorulduğunda öğrencilerin yaklaşık %83'ü “*evet*”, %13'ü “*hayır*” şeklinde cevap vermiştir. Ancak, programlarda rahatsız olduğu noktaları RTÜK’e bildirip bildirmediği sorulduğunda öğrencilerin yaklaşık %83'ü “*hayır*”, sadece %8'i “*evet*” şeklinde cevap vermiştir. Buna göre üniversite gençliğinin gördüğü olumsuzlukları şikâyet etme gibi bir alışkanlık edinmeği anlaşılmaktadır.

“*Bu tür programların devam etmesini ister misiniz?*” şeklindeki sorumuza öğrencilerin %94,2'si “*hayır*”, %4,2'si “*evet*” şeklinde cevap vermiştir.

## 5.2. Programlara Katılanlarla İlgili Değerlendirmeler

Programlara Katılanların Kişilik Özellikleri İle İlgili Düşünceler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kişiliksiz	65	17,2	18,4	18,4
Eğitimsiz	8	2,1	2,3	20,6
Amaçsız	23	6,1	6,5	27,1
Toplum tarafından dışlanmış	10	2,7	2,8	29,9
Sevyesiz	22	5,8	6,2	36,2
Özgüven sahibi, cesur	5	1,3	1,4	37,6
Zayıf kişilikli	50	13,3	14,1	51,7
Hayatta başarısız	15	4,0	4,2	55,9
Kültürel değerlerden yoksun	12	3,2	3,4	59,3
Psikolojik rahatsız	4	1,1	1,1	60,5
Aile yapısı bozuk	7	1,9	2,0	62,4
İşsiz, güçsüz	6	1,6	1,7	64,1
Kısa yoldan para peşinde	27	7,2	7,6	71,8
Popüler olma peşinde	54	14,3	15,3	87,0
Ün ve para peşinde	12	3,2	3,4	90,4
Ahlaki değerlerden yoksun	4	1,1	1,1	91,5
Yetenekli	4	1,1	1,1	92,7
Kavgacı	2	,5	,6	93,2
Diğer	24	6,4	6,8	100,0
Toplam	354	93,9	100,0	
Cevapsız	23	6,1		
Toplam	377	100,0		

Üniversite gençliğine “*Bu tür magazin programlarına katılanları kişilik özellikleri bakımından nasıl tanımlarsınız?*” şeklinde yöneltilen açık uçlu ve en çok iki adet tanımlama hakkı verilen sorumuzla ilgili görüşülenler tarafından toplam 591 tanımlama yapılmıştır. Öğrencilerin yaklaşık %6'sı birinci, %38'i de ikinci tanımlama hakkını kullanmamıştır. Bu tür programlara katılanları, 1.inci tanımlarda öğrenciler sırasıyla “*kişiliksiz*” (%18), “*popüler olma peşinde*” (%15), “*zayıf kişilikli*” (%14), “*kısa yoldan para peşinde*” (%8), “*amaçsız*” (%7), “*sevyesiz*” (%6), “*hayatta başarısız*” (%4), “*kültürel değerlerden yoksun*” (%4), “*ün ve para peşinde*” (%4) ve “*toplum tarafından dışlanmış*” (%3) şeklinde tanımlamışlardır. Bu tür programa katılanları 2.inci tanımlarda öğrenciler “*popüler olma peşinde*” (%21), “*kişiliksiz*” (%12), “*kısa yoldan para peşinde*” (%10), “*sevyesiz*” (%8), “*zayıf kişilikli*” (%6), “*eğitimsiz*” (%6), “*ün ve para peşinde*” (%5), “*amaçsız*” (%5), “*kültürel değerlerden yoksun*” (%4), “*hayatta başarısız*” (%4), “*aile yapısı bozuk*” (%4), “*ahlaki değerlerden yoksun*” (%3) şeklinde tanımlamışlardır. Veriler birleştirilerek değerlendirildiğinde ise, üniversite

gençliği, bu tür programlara katılan yarışmacıları sırasıyla “popüler olma peşinde” (%17,4), “kişiliksiz” (%15,7), “zayıf kişilikli” (%10,8), “kısa yoldan para peşinde” (%8,5), “seviyesiz” (%6,9), “amaçsız” (%5,7), “kültürel değerlerden yoksun” (%4,1) ve “ün ve para peşinde” (%4,1) şeklinde tanımlamaktadır. Buna göre üniversite gençliğinin, söz konusu programlara yarışmacı olarak katılanları kişilik özellikleri bakımından öncelikle “popülariteye düşkün, kişiliği bozuk, seviyesiz, kültürel değerlerden yoksun ve kısa yoldan köşe dönme peşinde olan insanlar” olarak tanımladıkları görülmektedir.

### SONUÇ

Üniversite gençliğinin yaklaşık yarısı, boş zamanlarını müzik dinleyerek ve televizyon seyrederek geçirmektedir. Üniversite gençliğinin en çok tercih ettiği kanallar, ATV, CNN-Türk ve Kanal-D, NTV, SHOW-TV, Kral-TV ve TRT-1’dir. En çok tercih ettiği programlar haberler, sinema, spor, belgeseller, müzik, yarışma ve magazin programlarıdır. En çok tercih ettiği müzik türü ise Türk Halk Müziği, Pop Müzik, Türk Sanat Müziği, Rock-Metal, Arabesk ve Klasik Batı Müziği’dir.

Üniversite gençliğinin müzik yarışma programlarını izleme oranı, beklenenden ve benzer araştırmalarda elde edilen oranlardan daha düşük çıkmıştır. Üniversite gençliğinin müzik yarışma programlarına katılan yarışmacıları destekleme oranı düşüktür. Üstelik bu destek, oy gönderme söz konusu olduğunda daha da sınırlı kaldığı görülmektedir.

Üniversite gençliğinin, müzik yarışma programlarına yarışmacı olarak katılmak isteyenlerin oranı düşük olmakla birlikte, bu oranın anlamlı bir azınlık olduğu söylenebilir. Bu tür programlara katılmak istemeyenler, programlar için “saçma bulmak” ve “kişiliğe uygunsuzluk” gibi nedenler ileri sürmektedir. Buna karşılık söz konusu programlara katılmak isteyenlerin en önemli gerekçeleri ise, “programın düzeli olması”, “yeteneğe uygunluk”, “kültürümüze katkı yapması” ve “programın popüler olması” ile ilgilidir.

Üniversite gençliğinin yaklaşık beşte birinin magazin programlarını düzenli olarak izlediği anlaşılmaktadır. Buna göre, magazin programlarının üniversite gençliği tarafından izlenme düzeyi, beklenenden daha düşüktür. Ancak oranın düşük çıkmasında, görüşülenlerin yaklaşık üçte birinin II. öğretim öğrencisi olmasının rolü olduğu düşünülmektedir.

Üniversite gençliğinin magazin programlarına yarışmacı olarak katılanları destekleme oranı oldukça düşüktür. Üstelik bu destek, oy gönderme söz konusu olduğunda daha da sınırlı kalmaktadır.

Üniversite gençliğinin yaklaşık üçte birinin magazin programları ile ilgilenmedikleri halde, yaklaşık yarısının söz konusu programlar hakkında yorum yaptıkları anlaşılmaktadır. Bu da üniversite gençliğinin önemli bir kısmının söz konusu programlarla bir şekilde ilgilendiklerini göstermektedir.



Üniversite gençliğinin önemli bir kısmı, “saçma bulmak”, “kişiliğe uygunsuzluk” ve “kültürümüze uygun bulmamak” gibi nedenlerle magazin programlarına yarışmacı olarak katılmak istemezken; sırf “macera aramak,” “ödül kazanmak” ve “popüler olmak” gibi gerekçelerle bu programlara katılmak isteyenler, üzerinde durulması gereken anlamlı bir azınlıktır.

Üniversite gençliğinin yaklaşık yarısının müzik yarışması ve magazin programlarını “merak etme”, “ilginç bulma”, “popüler gündemi takip etme” ve “eğlenceli bulma” gibi nedenler ileri sürerek çeşitli sıklıklarda izledikleri ve popüler kültür ürünlerinin müşterisi oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca, genellikle “reklâmlar” dışında kanal değiştirmeden izlendiği dikkate alınırsa, söz konusu programların üniversite geçliği üzerinde bağımlılık yaptığı da söylenebilir. Programları izlemeyenler, “saçma bulma”, “Türk toplum yapısına ters bulma”, “zaman öldürme”, “insanlara sahte bir dünya sunup dünya gerçeklerinden koparma” gibi gerekçeler ileri sürmüşlerdir.

Üniversite gençliğinin yaklaşık üçte biri, müzik yarışması ve magazin programlarının topluma “hiçbir” mesaj sunmadığını, üçte ikisi de “popüler olup kısa yoldan köşe dönme” içerikli mesajlar verdiğini dile getirmiştir.

Üniversite gençliğinin yaklaşık dörtte üçü söz konusu programların aile yapımız üzerinde “olumsuz” etkisi olduğuna inanırken; yaklaşık dörtte biri ise, hiçbir etkisi olmadığını düşünmektedir. Ayrıca, öğrencilerin yaklaşık dörtte üçü söz konusu programların “hiçbir olumlu tarafı olmadığına”; sadece onda biri “yeni yeteneklerin önünün açacağına” inanmaktadır.

Üniversite gençliği, programların en olumsuz tarafı olarak “kültürel yozlaşmaya neden olmak”, “aile yapısını sarsmak”, “yeni nesilleri yozlaştırmak” ve “gelenek ve görenekleri yozlaştırmak” şeklinde görüşlerini dile getirmiştir. Buna göre üniversite gençliği, söz konusu popüler kültür ürünü olan programların müşterisi konumunda olmakla birlikte, aile yapısı, gelenek ve görenekler başta olmak üzere kültürümüzü yozlaştırdığını düşünmektedir. Nitekim araştırmamızda üniversite gençliğinin büyük bir çoğunluğunun söz konusu programlardan oldukça rahatsız olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık, anlamlı bir azınlık grubun herhangi bir rahatsızlık duymadığı da gözden kaçmamaktadır.

Üniversite gençliğinin, magazin programlarına katılanları kişilik özellikleri bakımından oldukça ilginç şekilde tanımladıkları görülmektedir. Gerek öncelik sırası ve gerekse veriler birleştirilerek değerlendirildiğinde, üniversite gençliği bu tür programlara katılan yarışmacıları sırasıyla;

- “kişiliksiz- zayıf kişilikli” ,
- “popüler olma peşinde koşan” ,
- “kısa yoldan ün ve para peşinde koşan” ,
- “eğitimsiz, amaçsız ve seviyesiz” ,
- “kültürel değerlerden yoksun” ,
- “hayatta başarısız olmuş” ,

- “toplum tarafından dışlanmış”,
- “aile yapısı bozuk” ve
- “ahlaki değerlerden yoksun”

şeklinde tanımlanmaktadır. Buna göre üniversite gençliğinin, söz konusu programlara yarışmacı olarak katılanları kişilik özellikleri bakımından öncelikle popüleriteye düşkün, kişiliği bozuk, seviyesiz, kültürel değerlerden yoksun ve kısa yoldan köşe dönme peşinde olan popüler kültür ürünü olarak pazarlanan insanlar olarak tanımladıkları görülmektedir.

### KAYNAKÇA

1. KAYA, K., *Türk Toplumunun Yaşam Tarzı*, Fakülte Kitabevi, Isparta 2003.
2. OKUR, (Kilis), N., *Sosyolojik Açıdan Televizyonun Toplum Üzerindeki Etkileri (Isparta Uygulaması)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta, 2000.
3. YILDIZ, S., “Televizyonlarda Yayınlanan Magazin, Eğlence ve Yarışma Türü Programların Toplumsal Kültür Üzerine Etkileri-Kırıkkale ve Ankara Örneği-”, *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim*, Yıl 5, Özel Sayı 57, MEB Yayınları, Ankara, 2004.