

TELEVİZYON YARIŞMA PROGRAMLARININ LİSELİ GENÇLERİN KİMLİK GELİŞİMİ VE SOSYALLEŞME SÜRECİNE ETKİLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

“ SURVIVOR ÖRNEĞİ”

Turan ŞİMŞEK*

ÖZ

Betimsel ve ilişkisel bir çalışma olarak hazırlanan bu araştırmanın amacı, ‘Survivor’ özelinde, televizyon yarışma programlarının, lise öğrencilerinin kimlik gelişimi ve sosyalleşme sürecine etkilerini çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Bu değişkenler içerisinde yer alan ‘izleme sıklığı’ kategorik bir değişken olup, seçenekleri ‘çok sık, sık, orta düzeyde, az, çok az’ şeklindedir. Yarışma programlarının etkisi ise ‘Televizyon yarışma programlarındaki karakter(ler)in yerinde olmak isteme; beğenme veya yerinde olmak istememe; beğenmeme’, yarışma programlarına katılmak isteme veya istememe, yarışma programlarına SMS ile katılım sağlama ya da sağlamama şeklinde ifade edilmiştir.

Uygulanan ankette izlenen yarışma programları listesinden en az birini tercih eden öğrenciler, yarışma programlarının çocuk eğitimi açısından olumlu model oluşturmadığını(%63,8, $P=0,001 \leq 0,001$ **), yarışma programlarında kendisine benzemek istediği kişi ya da kişiler bulunmadığını(%80,9, $p=0,005 \leq 0,005$ **), yarışma programlarında yansıtılan kadın erkek rollerinin gerçek hayattakine benzer özellikler göstermediğini(%21,3, $X^2=60,513$), televizyonu bir eğlence aracı olarak(%39,1) görmek gerektiğini ifade etmişlerdir.

Yarışma programlarında yer alan tipler kendisine model alan gençlerin bu davranış kalıbı yaşa, cinsiyete, ailedeki birey sayısına, gelir düzeyine, ebeveynin eğitim düzeyine ve okulun bulunduğu çevreye göre farklılaşmaktadır. Yaşı küçük olanlar büyük olanlara göre; erkek öğrenciler kız öğrencilere göre; ailede üye sayısı fazla olanlar az olanlara göre; aile gelir düzeyi düşük olan yüksek olanlara göre; ebeveyn eğitimi düşük olanlar yüksek olanlara göre ve kent çevresi okullarında yer alanlar kent merkezindekilere göre daha fazla oranlarda model alma davranışında bulunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Televizyon yarışma programları, Toplumsallaşma, Kimlik gelişimi, Survivor

* turansimsek75@hotmail.com

THE EXAMINATION OF THE IMPACT OF TV COMPETITION SHOWS ON THE IDENTITY DEVELOPMENT AND SOCIALIZATION PROCESSES OF HIGH-SCHOOL STUDENTS IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES

“SURVIVOR SAMPLE”

ABSTRACT

The aim of this research, prepared as descriptive and relational study, is to examine the impact of TV competition shows, specifically Survivor, on the identity development and socialization processes of high-school students in terms of various variables. “Watching frequency”, which is among these variables, is a categorical variable and has the options of; very often-often-medium frequency-low frequency-very low frequency. Wishing to be in the place of the show characters has been expressed as like; or not wishing in the place of them has been expressed as don't like; wishing or not wishing to take part in the shows has been expressed as interacting or not interacting with the shows via SMS.

The students who prefer at least one of the shows from the list in the survey have said that shows don't provide a good role model for child education ((%63,8, $P=0,001 \leq 0,001$ **), there aren't any people in the show they want to resemble (%80,9, $p=0,005 \leq 0,005$ **), female and male role seen in the show don't have the similar properties with the real-life ones (%21,3, $X^2=60,513$), TV should only be considered as an entertainment tool (%39,1).

Teenagers' taking role-model behaviour differs depending on age, gender, family size, income level, educational background of parents and the environment of the school. This behaviour of role model taking has been observed more in youngsters, boys, the ones from crowded families, the ones with low family income, the ones whose parents have poor education compared to others, girls, the ones from small families, the ones with higher family income and the ones whose parents are well educated.

Key Words: Tv competition shows, Socialization, Identity Development, Survivor

GİRİŞ

İletişim çalışmalarının başlangıcından bugüne kadarki tarihi boyunca yapılan birçok araştırmada, medyanın bireyi ve toplumu “nasıl” ve “ne kadar” etkilediği sorusuna cevap aranmıştır. Bu araştırmalar sonucunda, medyanın yaptığı etkinin, yalnızca bireylerin siyasi tercihleriyle veya tüketim alışkanlıklarıyla sınırlı olmadığı, aynı zamanda kendilerinin ve öteki bireylerin kim olduğuna ve hangi kimlik özelliklerine sahip olması gerektiğine ilişkin düşünce, eğilim ve değer yargılarının şekillenmesinde de rolü bulunduğu tespit edilmiştir. “Ben kimim?” sorusu, bütün kimlik tanımlarının çıkış noktasını oluşturmaktadır. Birey, bu sorunun cevabını toplumsallaşma sürecinde öğrenmektedir. Toplumsallaşma yalnızca bireyler arasında yaşanan bir süreç değildir. Aralarında aile, medya, akran grubu, din, spor ve okulun da bulunduğu pek çok toplumsal kurum toplumsallaşma sürecini etkiler. Bireyler, bir ailenin, toplumun ve kültürün üyesi olarak doğarlar ve içinde buldukları toplumun ve kültürün değerleri, sembolleri, yaşama biçimleri gibi birçok özellikleri toplumsallaşma (socialization) olarak ifade edilen süreçle birlikte kazanırlar. Etimolojik olarak ‘toplumsal/sosyal’ (social) kelimesinin kökeni, Latince ‘socius’ ve ‘societas’ kelimeleriyle irtibatlı ‘socialis’ kelimesine dayanmaktadır. İsim olan ‘socius’, ‘dost, arkadaş, iştirakçi’; ‘societas’ ise ‘toplum, topluluk, işbirliği, diğerleriyle ilişki kurmak’ anlamlarını içermektedir. Bireylerin bir diğerine ve sosyal bir hayata uyum süreci” olan toplumsallaşma, “göç, iletişim, taklit etme, ortak yargıların oluşumu, işbirliği ve ortak zevkler yoluyla gerçekleşir. Türkçe’ye ‘sosyalleşme’ ya da ‘toplumsallaşma’ olarak tercüme edilen ‘socialization’ kelimesi, sözlükte “bireyin kişilik kazanarak belli bir toplumsal çevreye hazırlanması, toplumla bütünleşmesi süreci” olarak tanımlanmaktadır. Toplumsallaşma, genel olarak, bireyin içinde yer aldığı grubunun normlarını, değerlerini, tutumlarını ve karakteristik dilini edinmesi yönündeki etkileşim sürecine gönderme yapar (Coştu, 2009:119s). Bireyin yaşadığı çevreye uyum sağlama ve geliştirme süreci onun sosyal gelişimini ifade eder. Kültürel koşullar içinde sosyal ilişkiler hem toplumun, hem kültürün, hemde bireyin yapısını etkiler. Bireyin tüm yaşamı, çevresine uyum sağlama çabası içinde geçer. İçinde yaşadığı toplumsal çevreye uyum sağlayabilmesi için bir bireyin doğru ve yapıcı bir kimlik geliştirmesi gerekmektedir. Latince “aynı” anlamına gelen “idem” ve “tekrarlanarak” anlamına gelen “identidem” kelimelerinden türetilmiş olan kimlik kavramı, “insanların kim olduklarını ve kendilerini diğer insanlara nazaran nerede konumlandıklarını belirtmek için kullandıkları kategoriler” şeklinde tanımlanabilir (Varol.S.F. 2014). Kimlik gelişimi, bireyin hayatında en dinamik süreçlerden birisidir ve sınırları tam çizilmiş değildir. Bireyin kimliğinin gelişiminde ailenin, toplumun ve toplum beklentilerinin önemi oldukça fazladır. Kişisel kimliğimizin şekillenmesi ve gelişimi, doğumdan ölüme kadar süren sosyalizasyon sürecini kapsar (Armağan, 2013).

Kişinin sosyalleşme süreci doğmasıyla başlar. Fakat gençlik çağlarında arayış içinde olan ergenin sosyalleşme süreci hız kazanır. Bu dönemde kişi sürekli olarak benliğini arar. Gençler açısından en belirleyici sosyalleşme araçları olarak aile, okul, arkadaş çevresi ve televizyon sıralanabilir. Televizyon, gençleri giyim tarzından saç modeline, konuşma şeklinden ruh yapısına ve neticede bütün hareket ve davranışlarına kadar her yönüyle etkisi altına almaktadır. Ancak yine de televizyon programlarının izleyicileri nasıl ve ne yönde etkilediğini bilmek gerçekten zordur. Her bir toplumsallaştırıcı aygıt, birbirinden bağımsız olarak değil birlikte işlev görür. İnsanın biyolojik varlık olmaktan çıkıp, sosyal bir varlık haline gelmesi, toplumun bir üyesi olması, ancak toplumda önceden var olan kural, değer ve inançları öğrenmesi, benimsemesi, onaylaması ve kendisine verilen rolleri gerçekleştirmesi ile olanaklıdır. Bireyin içinde yer aldığı toplumun üyesi olabilmesi için kat ettiği aşamalar ise “toplumsallaşma” (sosyalleşme) olarak adlandırılan süreç ile gerçekleşir. Toplumsallaşma

süreci ise, yaşam boyu devam eden, derece derece gerçekleşen bir süreçtir. Toplumsallaşmayla birey sadece toplumun kurallarını, değerlerini, inançlarını kazanmaz aynı zamanda birey içinde bulunduğu toplumun/kültürün dünyaya bakış açısını da içselleştirir (Taylan, 2011), toplumun ortaya koyduğu tavır ve hareket modellerini, örneklerini ve düşünme biçimlerini öğrenir(Arslantürk, 2001).

Toplumsal değerlerin oluşmasında aileden ve okuldan daha etkili bir araç haline gelen medyanın en başta da televizyonun çocuk ve gençler üzerinde bir çok etkisi söz konusudur. Televizyon olumlu ya da olumsuz program içerikleriyle birlikte en yaygın ve etkin toplumsallaşma aracıdır. (Büyükbaykal, 2007). Bireylerin kim olduğundan hangi kimlik özelliklerine sahip olması gerektiğine kadar tüm düşünce, eğilim ve değer yargılarının şekillenmesinde rolü bulunmaktadır. (Bkz. Ünal, N. ve Durualp, E, MEB (EARGED) 2008. Kara, T. 2011. Taylan, H.H, 2011. Baran, T, 2014. Güllüoğlu, Ö.2013. Aral, N. ve Aktaş, Y. 1997). Televizyon yayınları belli fikirlerin "yaygın görüş" hâline gelmesini sağladığı için sosyal kimliğin şekillenmesinde önemli bir rol oynar. Televizyonun çocuk ve gençler üzerindeki etkisinin toplumun diğer kesimlerine oranla daha fazla olduğu söylenebilir. Bu etki, televizyonun sadece bilgi aktarma yoluyla olmayıp, daha ziyade belli davranış ve modelleri sunmasıyla cereyan etmektedir. Yapılan araştırmalar ve konuya ilişkin literatür taramaları televizyonun birey ve toplum üzerinde çok farklı etkilere neden olduğunu ve bu etkinin daha çok diziler (Erjem, ve Çağlayandereli 2006) (Özkan, 2013) (Dağ 2005), (Taylan, 2011), (Coşgun, 2012), yarışma programları (Balcı, 2009, Dursun, 2014, Çepni, 2014), moda içerikli programlar (Toparlan, 2016), müzik programları ve/veya yarışmaları (Kaya, 2007, Kalyoncu 2007- 2011) kadın programları (Meder, ve Çiçek, 2011) ve dini içerikli programlar (Turan, İ. 2014) üzerinden değerlendirildiğini göstermektedir.

Günümüz dünyasında tüm televizyon program türleri içinde izleyiciye hoşça vakit geçirten, düşündürücü yönü ağır basmayan müzik, magazin, yarışma ve spor türü programlarda aşırı bir tüketime ulaşılmıştır. Yarışma adı altında yayınlanan programlar, özellikle de reality televizyon programları ekranlarda artan bir biçimde yer kaplamaktadır. Görsel-işitsel medyanın ortaya çıkmasından bu yana yarışma, önce radyoda sonra da televizyonda, programcılığın temel bileşenlerinden birini oluşturmuştur. Seyirci bir filmi hangi kanalda izlediğini her zaman hatırlayamaz, buna karşılık favori yarışma programının hangi kanalda yayınlandığını da unutmaz. Yarışma, bir yayıncının halk ile iletişim kurması için de ayrıcalıklı bir araçtır. Şu veya bu şekilde, izleyici ile kanal arasında kişisel bir bağ kurulmuş olur. Bu süreçten, karşılıklı bir bağlılık ve göreceli bir kalıcılık ortaya çıkabilir. İnsanların yarıştırmaları olayı, toplum içinde yaratılmaya çalışılan bir eğlence olarak görülse de yarışan bireyler açısından bunun karşılığı "rekabet" tir. Rekabet, Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde "Aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarış" şeklinde tanımlanır. Peş peşe açılan televizyon kanallarının meydana getirdiği rekabetçi ortam, televizyon kanallarını yüksek reyting alma gayretine sevk etmiştir. İzleyicilerin ilgisini çeken eğlenceli/magazinel temalar, haber bültenleri dâhil bütün program türlerine belli ölçülerde sirayet etmiştir. Ticari yayın kuruluşlarının birbirinden etkilenecek yayınladıkları programların başında yer alan yarışmaların büyük bölümü, başka ülkelerde yayınlanmış formatların uyarlanması şeklinde gerçekleşmiştir (Balcı, 2009). Yarışma program türü liberal yayıncılık anlayışı ile türsel dönüşüm geçirmiş, biçimsel ve tematik bakımdan melezleştirilerek, uzlaşmaları yeni toplumsal yapıya eklenen anlamlar üreten biçimde oluşturulmuştur. Bir yandan format türlerinin yerel örnekleri olan ve endüstri tarafından düzenlenen formatlar diğer yandan popülerlik ve reyting oranları ile izleyicinin tepkileri çerçevesinde ortak uzlaşma kodlarına ulaşmışlardır. İlk ortaya çıktığı yıllarda programların toplumun eğitim işlevine katkı sağlaması gerekliliği çerçevesinden hareket edilmiş, akademik ve entelektüel bilginin programlarda kullanımına

özen gösterilmiştir. Yeni dönemin hız, rekabet, yarışma, yükselme, köşeyi dönme gibi idealize edilen değerlerine en uygun tematik ve biçimsel özellikler yarışma programlarında oluşturulmuştur. Yarışma programlarının yarışmacı adayları, genel olarak sosyo-ekonomik bağlamda orta veya alt sınıftan seçilmekte ve aynı şekilde ağırlıklı olarak yarışma programları bu kitle tarafından takip edilmektedir. Bu durum, yarışmaların içeriklerinin orta sınıfın ‘yaşam dünyası’ ekseninde şekillenmesine neden olmaktadır. Yarışma programlarının stüdyo tasarımları, ödül sunumları veya verdikleri ödüller ve ödül oranları bu televizyon türünü izleyici açısından çekici kılmaktadır. Yarışma programlarının izleyicisi, bir şekilde kendisine ait unsurları yarışma programlarında bulabilmektedir. Böylece bu program türü sosyo-ekonomik açıdan farklı özelliklere sahip çeşitli izleyici kitleleri tarafından takip edilebilmektedir (Dursun, 2014).

Kazanma hırsı, kendi çıkarını düşünme, zayıf olanı eleme, bireysellik, büyük para ödülüyle kendi geleceğini kurtarma endişesi” vurgularıyla öne çıkan Survivor, O Ses Türkiye, Yetenek Sizsiniz, Kim Milyoner Olmak İster, İşte Benim Stilim (Bu Tarz Benim), Yemekteyiz, Milyonluk Resim Kendi Düşen Ağlamaz Gibi yarışma programları yalnızca Türkiye’de değil, onlarca ülkede çoğunlukla eşzamanlı olarak yeniden üretilerek yayınlanabilmekte ve yakın popülerite düzeyine ulaşabilmektedir. Birer kültürel ürün oldukları halde, birbirinden çok farklı coğrafyalarda geniş izleyici kitleleriyle buluşma başarısı gösteren bu programların en dikkat çekici yönlerinden biri, belli “formatlar” çerçevesinde üretilmiş olmalarıdır. Survivor program formatı, Charlie Parsons tarafından 1992 yılında oluşturulmuştur. Charlie Parsons, Survivor kavramını ilk defa İsveç SVT televizyonunda yayınlanan Expedition Robinson (1997) programı ile tanıtmıştır. İsveç’te yayınlanan Expedition Robinson adlı programda 16 yarışmacı iki grup halinde yarışmaya başlar. Sonra bu gruplar zamanla birbirine karışır. Her şov sonunda yarışmacılar bir yarışmacıyı gizli oylamayla elerler. Amerikan versiyonunda ise 16-20 yarışmacıdan oluşan 2-4 arası değişen sayıda gruplar (kabileler) vardır. Yarışmacılar bir milyon dolarlık ödülü almak ve bağımsızlık kazanmak için yiyecek tedarik etmeye, sığınak oluşturmaya çalışırlar. Yarışma ilerledikçe ağırlaşan koşullarla ve verilen oylarla bir bir elenirler. Geriye kalan son 2 veya 3 yarışmacı önceden elenen 7-8 kişilik bir jüri tarafından oylanır ve nihai Survivor seçilir. (Türkoğlu, 2010:62-63).

Tüm dünyada yayınlanan ‘‘Survivor’’ yarışması, genellikle tropik bir adada çekilmektedir. Yarışma boyunca yarışmacıların ödül ve eleme oyunları için mücadele etmeleri, barınma için baraka inşa etmesi, ateş yakması, yiyecek bulması ve psikolojik olarak ayakta kalması gerekmektedir. Ülkelere göre yarışmanın süresi değişmektedir. Survivor Amerika versiyonunda 39 gün, Fransa versiyonunda 20 gün Türkiye versiyonunda ise yaklaşık 134 gün sürmektedir. Yarışmanın ilk bölümünde takımlar halinde yarışılırken ikinci bölümde adalar birleştirilir ve bireysel yarışmaya dönülür. Her haftanın bitiminde ada konseyi toplanır ve elenecek kişi yarışmacıların oylarıyla belirlenir. Türkiye’de ilk olarak 2005 yılında yayın hayatında yer almaya başlayan ‘‘Survivor Türkiye’’ formatı olarak küçük bazı farklılıklar içermekle birlikte Amerika’daki Survivor formatına benzemektedir.

Literatürde televizyon yarışma programlarının lise öğrencilerinin kimlik gelişimi ve sosyalleşme sürecine etkilerini incelemeye yönelik çok az sayıda çalışmaya rastlanmıştır(Örneğin: Balcı, 2009, Dursun, 2014, Çepni, 2014). Televizyon programlarının etkilerine ilişkin çalışmaların ise daha çok yerli diziler, moda ve kadın programları ile müzik ve/veya müzik yarışmaları bağlamında gerçekleştirildiği görülmektedir. Survivor Türkiye formatlı yarışma programının lise öğrencileri üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik akademik bir çalışma ise bulunmamaktadır. Çalışma, bu boşluğu doldurarak literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu bağlamda aşağıdaki sorular cevaplandırılmaya çalışılmıştır.

- 1) Öğrencilerin yarışma programlarının etkilerine ilişkin farkındalıkları hangi düzeydedir?
- 2) Yarışma programlarına dönük tutumlar aile yapısı, cinsiyet, yaş, sosyo ekonomik düzey, sınıf ve okul türü değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık yaratmakta mıdır?
- 3) Yarışma programları öğrencilerin kimlik gelişimini ve sosyalleşme sürecini etkilemekte midir?
- 4) Yarışma programlarını izleme sıklığı öğrencilerin ahlaki inanç, değer ve tutumlarını anlamlı olarak farklılaştırmakta mıdır?
- 5) Televizyonu az izleyenler ile çok izleyenlerin, sosyal gerçeklik algılamaları farklı mıdır?
- 6) Rekabet, hırs, tahrik ve kimlikleri aşındırma gibi yoğun bir içeriğe sahip ‘‘Survivor’’ yarışmasını az izleyenler ile çok izleyenlerin, sosyal gerçeklik algılamaları farklı mıdır?

1. AMAÇ

Bu çalışmanın amacı, ‘‘Survivor’’ örneği üzerinden, televizyon yarışma programlarının, liseli öğrencilerin kimlik gelişimi ve sosyalleşme sürecine etkilerini çeşitli değişkenler açısından incelemektir.

2.YÖNTEM

2.1. Araştırma Deseni

Çalışmamızın araştırma deseninde sınavacağımız hipotezler şu şekilde sıralanmıştır:

H1. Yarışma programları öğrencilerin kimlik gelişimini ve sosyalleşme sürecini etkilemektedir.

H2. Öğrencilerin kimlik geliştirme ve sosyalleşme sürecinde, yarışma programlarının eğitici ve eğlendirici fonksiyonunun yanı sıra, özendirici, tahrik edici ve kimlikleri aşındırıcı etkisi de bulunmaktadır.

H3. Öğrencilerin yarışma programlarına dönük tutumları aile yapısı, cinsiyet, yaş, sosyo-ekonomik düzey, sınıf ve okul türü değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık yaratmaktadır.

H4. Yarışma programları öğrencilerin en çok izlediği program türlerinden biridir.

H5. Televizyonu az izleyenler ile çok izleyenlerin ve Survivor yarışma programını az izleyenler ile çok izleyenlerin ‘‘gerçeklik’’ algıları arasında farklılık bulunmaktadır.

H6. Survivor yarışmasını çok seyredenler, hiç seyretmeyenler ve az seyredenlerden daha fazla hırs ve rekabet duygusuna sahiptir.

H7. Survivor yarışmasını çok seyredenler, hiç seyretmeyenler ve az seyredenlere göre toplumsal ilişkilerini maddi çıkarları doğrultusunda yönlendirme eğilimindedir.

Araştırmamız Kayseri’deki ortaöğretim öğrencilerinin Türkiye örneklemini temsil etmektedir.

Araştırma ünitesi: Birey (liselerde eğitim gören her bir öğrencidir)

Türkiye özelinde Kayseri ilindeki lise öğrencileri araştırma genel evrenini oluşturmaktadır. Betimsel ve ilişkisel bir çalışma olan araştırmanın örneklemini, 3200 öğrenci arasından amaçlı

örnekleme yoluyla seçilmiştir. Örneklem, 371 öğrenciden oluşmaktadır. Buna göre örneklem oranı: $371:3200 \times 100 = \%11,5'$ dir.

Araştırma çalışma evreni büyüdükçe ve örneklem ölçümü için kullanılan değişkenlerin sayısı arttığından örneklem büyüklüğü yüksek tutulmuştur. Anket lise eğitimine devam eden 9, 10, 11 ve 12. Sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Bir mesleki eğitim kurumu bünyesinde staj ve iş yeri uygulaması yapan öğrenciler (12. Sınıf öğrencilerinin bir bölümü) örneklem dışında bırakılmıştır.

Anket formu 51 sorudan oluşmaktadır. Sorular “çoktan seçmeli” niteliktedir. Anket, gençlerin demografik, sosyo-ekonomik ve ailesel özelliklerini betimleyerek televizyon kanallarında gösterimde olan yarışma programları ile ilgili davranış, tutum ve düşüncelerini saptamayı ve bu programların gençlerin kimlik gelişimi ve sosyalizasyon süreçlerine etkilerini tespit etmeye yönelik olarak hazırlanmıştır.

Anketin uygulandığı okullar ve bunların bağlı bulunduğu ilçelerin yerleşim yeri ve demografik nitelikleri birbirlerinden farklıdır: Anket uygulamasının yapıldığı liseler, alt, orta ve üst gelir grubuna mensup ailelerin çocuklarının öğrenim gördüğü orta öğretim kurumlarıdır. Araştırmada; yaş, cinsiyet, doğum yeri, kentsel yerleşme durumu (kent merkezi, kent çevresi), aile büyüklüğü, ebeveyn eğitim düzeyi, ebeveyn mesleği, ekonomik durum (aylık gelir), TV izleme sıklığı, sınıf, okul türü, yarışma programlarını izleme sıklığı, televizyon yarışma programlarındaki karakter(ler)in yerinde olmak isteme; beğenme veya yerinde olmak istememe; beğenmeme, yarışma programlarına katılmak isteme veya istememe, yarışma programlarına SMS ile katılım sağlama ya da sağlamama gibi değişkenlerin etkileri incelenmiştir. Bu değişkenler içerisinde yer alan “izleme sıklığı” kategorik bir değişken olup, seçenekleri “çok sık, sık, orta düzeyde, az, çok az” şeklindedir.

2.2. Veri Toplama Araçları

Öğrencilere uygulanacak ankete ilişkin ölçeğin geliştirilmesi gerçekleştirilen bir ön çalışmaya dayanmaktadır. Çalışmada, televizyon yarışma programlarının öğrencilerin yaşamları üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik, araştırmacılar tarafından geliştirilen anketler ile veriler toplanmıştır. Anketin geliştirilmesi aşamasında bu alanla ilgili yapılmış çalışmalardan da yararlanılmıştır. Katılım üzerinde eğitimin etkisini gözlemleyebilmek için ilgili sınıf düzeyleri arasında kıyas yapılmıştır. Sınıflardaki cinsiyet farklılığı da dikkate alınmıştır. 9, 10, 11 ve 12. Sınıflardan seçilmiş 15'er öğrenciye uygulanmak üzere 51 soruluk bir anket geliştirilmiştir. Anket sorularından 34 tanesi çoktan seçmeli kapalı uçlu sorulardan, geri kalanı ise 5'li likert ölçekli kapalı uçlu sorulardan (kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, katılmıyorum, kısmen katılıyorum, fikrim yok) oluşmaktadır. Anket uygulaması gerçekleştirilmeden önce 60 öğrencinin katıldığı bir pilot uygulama yapılmış; pilot uygulamada 52 olan soru sayısı 51'e düşürülmüş ve dört soru üzerinde düzeltme yapılarak değiştirilmiştir. Dört bölümden oluşan anketin 1. Bölümünde(1-12. s) katılımcıların yaş ve sosyo- ekonomik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara, 2. Bölümünde(12- 22.s) TV izleme alışkanlığı ve hangi tür televizyon programlarının tercih edildiğini belirlemeye ilişkin sorulara,3. Bölümünde(23-34.s) “Survivor” yarışma programına ilişkin tutum ve davranışları belirlemeye yönelik sorulara, 4.Bölümde(35-51.s.) yarışma programlarının olumlu ya da olumsuz sayılabilecek etkilerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

2.3.Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, yarışma programlarının ortaöğretim öğrencilerinin kimlik gelişimi ve sosyalleşme sürecine etkilerini belirlemeye yöneliktir. Her sınıftan eşit sayıda öğrenci seçilmesine rağmen araştırmaya katılan öğrencilerin akademik başarı ve sosyo ekonomik düzeyleri eşit değildir. ‘Survivor’ yarışmasının yabancı ülkedeki formatları araştırmanın dışında tutularak araştırmanın kapsamına alınmamış, çalışma sadece Türkiye’deki programla sınırlandırılmıştır. Türkiye ulusal kanallarında yayınlanan yaklaşık 15 yarışma programı arasından ‘Survivor’ yarışmasının örnek program olarak seçilmesi de bir sınırlılık olarak kabul edilebilir.

2.4. Verilerin Analizi

Anketin sonuçları bir istatistik analiz programı SPSS 24 sürümü kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmamızın verileri değerlendirilirken, yüzdelik hesaplama, aritmetik ortalama, regresyon, korelasyon, Ki-Kare, anova, t test, cramer’s V, Cronbach Alpha korelasyon katsayısı istatistik işlemleri kullanılmıştır.

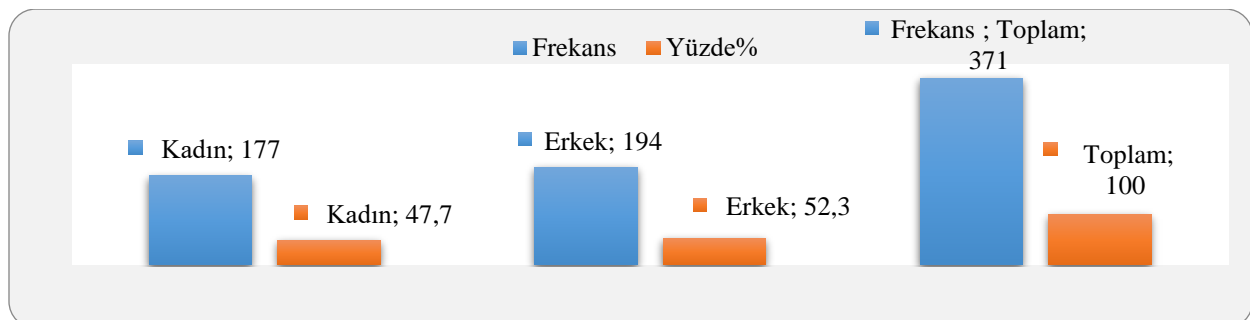
2.5. Geçerlilik ve Güvenirlilik

Ankete cevap verme oranı %99 olarak gerçekleşmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini hesaplamak için Cronbach Alpha korelasyon katsayısı hesaplanmış ve bu sayının 0,74 olduğu ($0.60 < a < 0.80$) tespit edilmiştir. 51 değişkenin ortalama ve standart sapma değerlerine baktığımızda, s47 kodlu değişken olan, ‘yarışma programları beni okuldan soğutuyor’ ifadesi 38,2973 gibi bir oranla en yüksek ortalama değeri, s49 kodlu değişken olan ‘geleceğe yönelik düşüncelerimde ve hayata bakışımında yarışma programında yer alan karakterlerden ve rollerden etkileniyorum’ ifadesinin ise 38,1838 gibi bir oranla ikinci en yüksek değeri aldığı görülmüştür. Geriye kalan değişkenlerin ortalama değerleri ise 37.000’in üzerindedir. Bu durum ölçeğimizin oldukça güvenilir düzeyde olduğunu göstermektedir.

3. BULGULAR

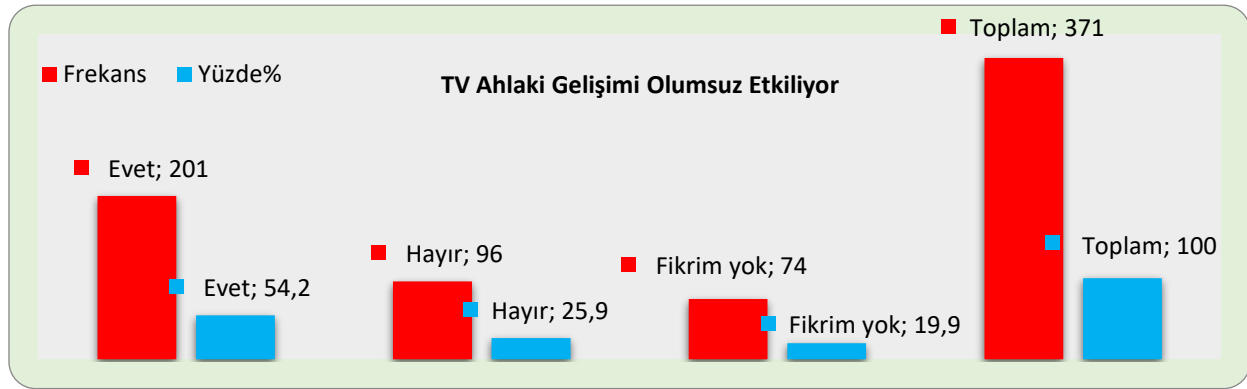
Çalışmaya 9, 10, 11 ve 12. sınıfta okuyan öğrenciler katılmıştır. Katılım sağlayan 371 öğrencinin % 3,2’si, Cemal Bozkurt Anadolu Lisesinde (1) %2,2’si Atatürk Anadolu Lisesinde (2) %5,4’ü Arif Molu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde (3) %57,7’si Demir Karamancı Anadolu Lisesinde (4) %21,3’ü Bilfen Kayseri Anadolu Lisesinde (5) %10,2’si Bilfen Kayseri Fen Lisesinde(6) öğrenim görmektedir. Ankete katılım sağlayan öğrencilerin yaş ortalamaları 15,87 olarak bulunmuştur. Çalışmada kullanılan anket soruları $P < 0.05$ anlamlılık derecesi ile %95’lik güven aralığında değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Cinsiyet Değişkeni Frekans ve Yüzde Değerleri (n=371)

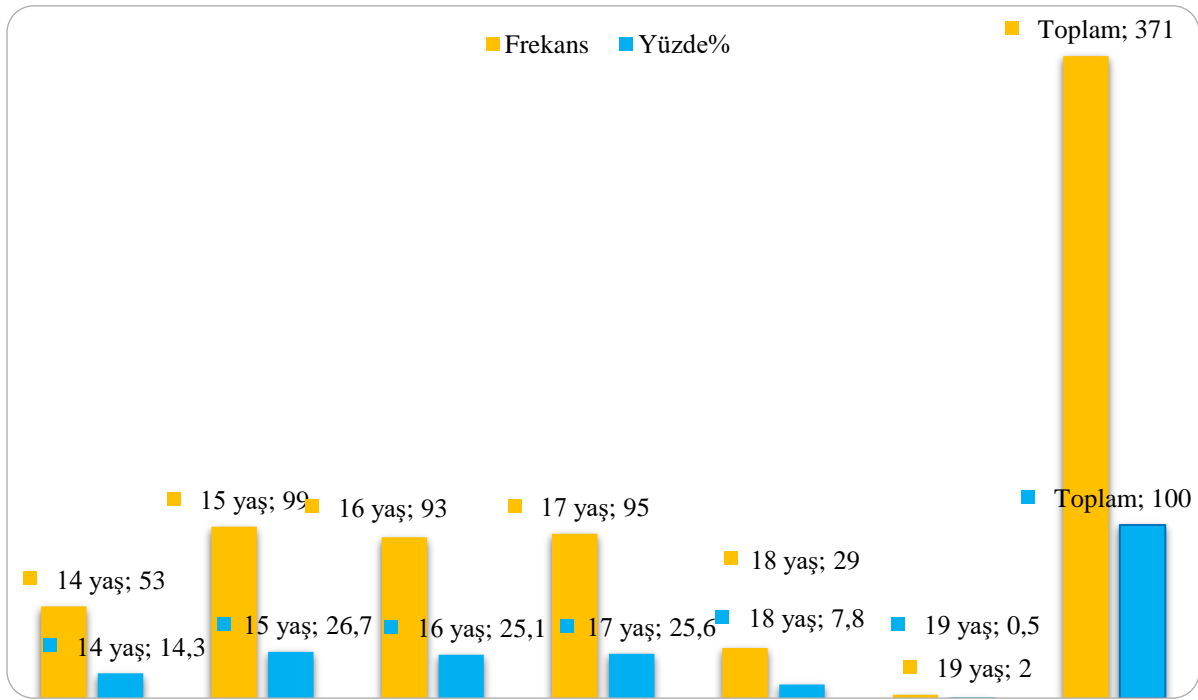


Tablo 1’den de anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan öğrencilerin %47,7’si kız, %52,3’ü ise erkektir. Cinsiyet değişkeni ile anketin 11,12,15,20,21,26,27,29,41,42, ve 48. Sorularına verilen yanıtlar arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre ‘‘okul ve ders dışında nasıl vakit geçirirsiniz?’’ sorusuna katılımcıların %21,8’i bilgisayar oyunları, %32,6’sı arkadaşlarla, %15,4’ü, evde televizyon izleyerek, %4,3’ü anne babaya yardım ederek % 25,9’u ise diğer şekilde yanıtlar vermiştir. $P= 0,000<0,001$ olduğundan *** düzeyinde cinsiyet etkisi anlamlı bulunmuştur. Okulunuzda veya çevrenizde gerçekleştirilen sosyal, kültürel etkinliklere ya da kurslara katılıyor musunuz? Sorusuna öğrencilerin %53,4 ü evet, %46,6’ sı hayır yanıtını vermiştir. Katılımcıların % 48,2’ si gün içinde 1 saatten az, %42,3’ ü 1-3 saat, %6,7’ si 4-6 saat, % 2,7’ si ise 6 saatten fazla televizyon izlemektedir ($p= 0,044<0,050$ *). Cinsiyet değişkeni ile öğrencilerin yarışma programlarını izleme amaçları ve yarışmacıları rol model alma durumları arasında da anlamlı bir ilişki mevcuttur ($R^2=,208$). Regresyon analizi sonucunda cinsiyet değişkeninin bağımlı değişkenler içerisindeki çeşitliliğin %20,8’ini açıkladığı görülmektedir. Anova tablosunun verileri doğrultusunda $p=0,005$ olduğundan %95 güven olasılığı ile regresyon katsayısının sıfırdan farklı ve bulunan regresyon katsayısının istatistiksel açıdan önemli olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 2. Ahlaki Gelişimde TV Etkisi Frekans ve Yüzde Değerleri (n=371)



Tablo 2’ den de anlaşılacağı üzere öğrencilerin % 54,2’si televizyonun gençlerin ahlaki gelişimine olumsuz etkilerde bulunduğunu, % 25,9’u televizyonun ahlaki gelişim için bir olumsuzluk içermediğini ifade etmiştir. $P= 0,030<0,050$ olduğundan * önem düzeyinde cinsiyet etkisi anlamlı bulunmuştur. Yine öğrencilerin %57,7’si ‘‘Survivor yarışma programı izleyicinin hırs ve rekabete dönük davranış ve tutumlarını olumsuz yönde etkiliyor’’ derken % 42,3’ü yarışmanın hırs ve rekabete ilişkin tutum ve davranışlar üzerinde olumsuz bir etkiye neden olmadığını ifade etmiştir. $P= 0,000<0,001$ olduğundan *** önem düzeyinde cinsiyet etkisi anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.Yaş Değişkeni Yüzde ve Frekans Değerleri (n=371)

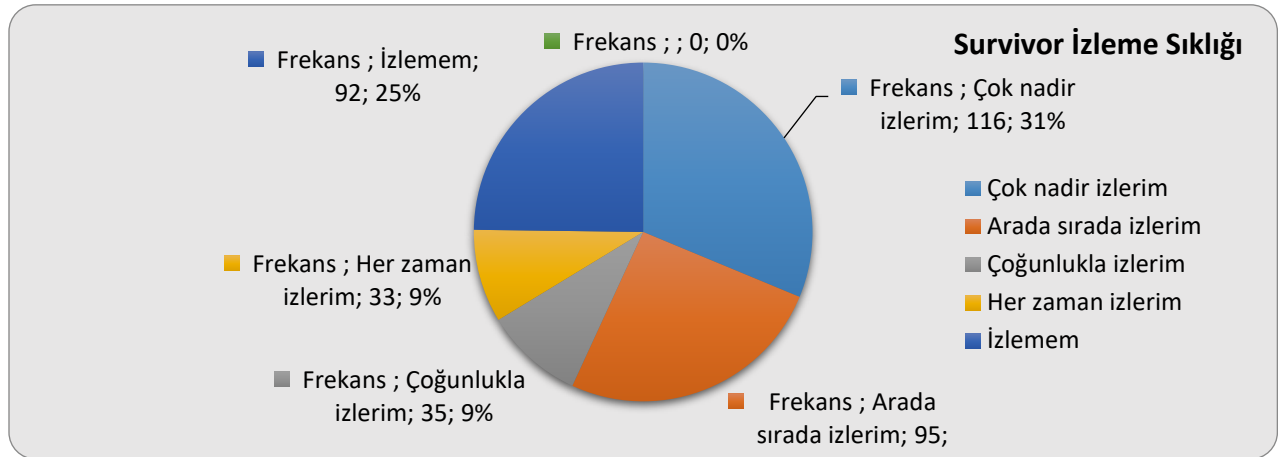
Araştırmaya katılım sağlayan öğrencilerin %14,3'ü 14, %26,7'si 15, %25,1'i 16, %25,6'sı 17, %7,8'i 18, %0,5'i ise 19 yaşındadır. Anova testi analizi sonuçlarına göre yaş değişkeni ile anketin 15, 17, 21, 22, 23, 25, 27, 28, 29, 30, 34 ve 42. sorularına verilen yanıtlar arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Regresyon analizleri de aynı anlamlılık ilişkisini doğrulamıştır. $R^2=,707$ olduğundan yaş değişkeni ilişkisi yüksek düzeyde anlamlı bulunmuştur. Regresyon analizi sonucunda yaş değişkeninin bağımlı değişkenler içerisindeki çeşitliliğin %70,7'sini açıkladığı görülmektedir. Anova tablosunun verileri doğrultusunda $p=0,000$ olduğundan %95 güven olasılığı ile regresyon katsayısının sıfırdan farklı ve bulunan regresyon katsayısının istatistiksel açıdan önemli olduğunu söyleyebiliriz.

Ailenizin televizyon izleme konusundaki yasaklarına ne tür tepkiler verirsiniz? Sorusuna öğrencilerin %17'si "dinlemem ve izlemeye devam ederim", %17,8'i "başka bir yerde izlemeye çalışırım", %37,7'si, "izlemeyi bırakırım ve başka şeylerle meşgul olurum", %25,7'si ise "bazı programları izlemek için izin isterim" yanıtını vermiştir. $P=0,004<0,005$ olduğundan ** önem düzeyinde yaş etkisi anlamlı bulunmuştur. Televizyon izlerken kanal seçimini etkileyen faktörler arasında ahlaki değerlere uygunluk önem derecesi en zayıf özelliştir(%9,7). Öte yandan TV kanal seçimini etkileyen en önemli faktör eğlence aracı olmasıdır($p=0,011<0,050$). Anket sonuçları katılımcıların en çok dizi izlemeyi tercih ettiğini(%22,6) göstermektedir. Yerli/yabancı filmlerden(%22,4) sonra izlenme oranı en yüksek program türü yarışmalardır(%11,9). Herhangi bir yarışma programına katılımınız istenirse ne yaparsınız? Sorusuna verilen yanıtlara göre katılımcıların %12,7'si bu teklifi hiç düşünmeden kabul edeceğini, %49,3'ü role göre teklifi değerlendireceğini, %18,6'sı ücretin önemli olduğunu, %19,4'ü teklifi reddedeceğini söylemiştir. Öte yandan katılımcıların %77,9'u survivor yarışma programının kendi yaşamlarına dönük bir katkı sağlamadığını($p=0,027<0,050$)dile getirmiştir. Aynı katılımcıların %48,5'i survivor deneyimi yaşamak isterken, katılımcıların %51,5'i ise böyle bir deneyim yaşamak istememiştir($p=0,005<0,010$). Yaş değişkeni ile survivor'a katılım istemi arasındaki ilişki ve buna ilaveten yarışma

programlarının toplumun kültürel yapısı üzerindeki bozucu etkisi($P=0,007<0,050$) arasındaki ilişki ** düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

Ailenin gelir düzeyi arttıkça bireylerin okul içinde ve dışında katılım sağladıkları sosyal ve kültürel etkinliklerde artmaktadır($p=0,017<0,050$). Öğrencilerin en çok zaman harcadığı iletişim araçları arasında internet (%77,6) ilk sırada yer alırken televizyonun tercih edilme oranı %18,3 olarak gerçekleşmiştir. Sosyo ekonomik düzey ile kültürel faaliyetlere katılım sağlama($p=0,017<0,050$), yarışma programı karakter ve rollerinden etkilenme durumu($p=0,041<0,050$) arasındaki ilişki * önem düzeyinde sosyo-ekonomik yapı etkisi anlamlı bulunmuştur. Çalışmaya katılan öğrenciler(%54,2) televizyonun gençlerin ahlaki gelişimini olumsuz yönde etkilediğini (Soru:20, $X^2=14,164$) bu sebeple Survivor elemelerine SMS ile katılım sağlamadıklarını(Soru:27, %77,6, $P= 0,001\leq 0,001^{**}$), Survivor yarışmasının; kendi kişilik ve değerlerine zarar verdiğini(Soru:28, $X^2=18,766$, $p=0,000<0,001^{***}$), öznel yaşantılarına bir katkı sağlamadığını(Soru:29, $X^2=18,766$, $p=0,000<0,001^{***}$), toplumun kültürel yapısını bozduğunu(Soru:42: $X^2=23,177$, $p=0,003<0,01^{**}$), tüketim alışkanlıklarını istedik olmayan yönde etkilediğini(Soru: 41,%29,2, $p=0,025<0,050$), eğitim hayatını önemsizleştirdiğini(Soru:48, $p=0,010<0,050$) yarışma programlarında yer alan karakter ve rol modellerden etkilendiklerini (Soru:49, $X^2=27,296$ $p=0,001\leq 0,001^{***}$) ifade etmişlerdir.

Grafik 1. Survivor İzleme Sıklığı Yüzde ve Frekans Değerleri (n=371)



Grafik 1' den de anlaşılacağı üzere Survivor yarışma programını öğrencilerin % 31,3'ü çok nadir, %25,6'sı arada sırada, %9,4'ü çoğunlukla, %8,9'u her zaman izlemekte %24,8'i ise bu yarışma programını izlememektedir. Uygulanan ankette izlenen yarışma programları listesinden en az birini tercih eden öğrenciler(Soru:24), yarışma programlarının çocuk eğitimi açısından olumlu model oluşturmadığını(Soru:36, %63,8, $P= 0,001\leq 0,001^{**}$), yarışma programlarında kendisine benzemek istediği kişi ya da kişiler bulunmadığını(Soru.51, %80,9, $p=0,005\leq 0,005^{**}$), Yarışma programlarında yansıtılan kadın erkek rollerinin gerçek hayattakine benzer özellikler göstermediğini(Soru:40, %21,3, $X^2= 60,513$), televizyonu bir eğlence aracı olarak(%39,1) görmek gerektiğini ifade etmişlerdir. Yapılan ki kare analizi doğrultusunda $P= 0,000<0,001$ olduğundan *** önem düzeyinde anlamlılık tespit edilmiştir. Televizyonu eğlence aracı olarak gören katılımcılar, yayınlanan programlardaki rol modelleri sanal gerçeklik olarak algılamaktadır.

Benzer bir ilişki anketin 40. Sorusu ile 25. Sorusu($p= 0,014<0,050^*$) arasında da mevcuttur. Yarışmalarda yansıtılan kadın erkek modellerinin gerçeği yansıtmadığını düşünen öğrenciler

araştırmaya konu olan yarışma programını izlememekte(%81,7) ve yarışma programlarını inandırıcı ve öğretici bulmamaktadır(%82,2, Soru:50, $p=0,006<0,050^{**}$).

Tablo 4. Survivor İzleme Sıklığı İle Bireyin Kimlik Gelişimi Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi

Değişken		1	2	3
Survivor İzleme Sıklığı	P.C	1	-,016	,044
	Sig.		,760	,399
	N	371	371	371
Y.Programlarının Bireye Etkisi	P.C	-,016	1	,120*
	Sig.	,760		,021
	N	371	371	371
Rol Model Olma	P.C	,044	,120*	1
	Sig.	,399	,021	
	N	371	371	371

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4'deki veriler ışığında, Öğrencilerin survivor izleme sıklıkları ile bu yarışma programından etkilenecek gündelik hayatlarına yön verme durumları arasında negatif yönde zayıf bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.[$P = -0,016 < 0,050$ $r = 0,120$] Aynı şekilde survivor izleme sıklığı ile yarışma programlarında yer alan karakter ve rol modellerden etkilenme durumu arasında pozitif yönde zayıf bir korelasyonel ilişki söz konusudur[$P = 0,044 < 0,050$ $r = 0,120$].

4. SONUÇLAR VE TARTIŞMA

Araştırmadan elde edilen bulgular görsel ve işitsel medyanın önemli bir formu olan televizyonun gençleri farklı biçim ve düzeyde etkilediğini göstermektedir. Liseli öğrenciler arasında televizyon izleme davranışı temel bir davranış örüntüsü oluşturmaktadır. Zira katılımcıların % 48,2' si gün içinde 1 saatten az, %42,3' ü 1-3 saat, %6,7' si 4-6 saat, % 2,7' si ise 6 saatten fazla televizyon izlediğini ifade etmiştir. Televizyon izleme alışkanlığı - internet kullanım alışkanlığından sonra- öğrencilerin serbest zaman etkinlikleri arasında ilk sıralarda yer alır. Ancak öğrenciler arasında televizyon izleme davranışı televizyon izleme sıklığı açısından farklılaşmaktadır. Yaş büyüdükçe öğrencilerin televizyona olan ilgileri azalmaktadır.

Ankete katılım sağlayan öğrencilerin % 54,2'si televizyon gençlerin ahlaki gelişimine olumsuz etkilerde bulunuyor derken, % 25,9'u televizyonun ahlaki gelişim için bir olumsuzluk içermediğini ifade etmiştir. Yine öğrencilerin %57,7'si "Survivor yarışma programı izleyicinin hırs ve rekabete dönük davranış ve tutumlarını olumsuz yönde etkiliyor" derken % 42,3'ü yarışmanın hırs ve rekabete ilişkin tutum ve davranışlar üzerinde olumsuz bir etkiye neden olmadığını ifade etmiştir. Ailenizin televizyon izleme konusundaki yasaklarına ne tür tepkiler verirsiniz? Sorusuna öğrencilerin %17'si "dinlemem ve izlemeye devam ederim", %17,8' i "başka bir yerde izlemeye çalışırım", %37,7'si, "izlemeyi bırakırım ve başka şeylerle meşgul olurum", %25,7'si ise "bazı programları izlemek için

izin isterim” yanıtını vermiştir. Televizyon izlerken kanal seçimini etkileyen faktörler arasında ahlaki değerlere uygunluk önem derecesi en zayıf özelliktir (%9,7). Öte yandan TV kanal seçimini etkileyen en önemli faktör eğlence aracı olmasıdır.

Anket sonuçları katılımcıların en çok dizi izlemeyi tercih ettiğini (%22,6) göstermektedir. Yerli/yabancı filmlerden(%22,4) sonra izlenme oranı en yüksek program türü yarışmalardır(%11,9). Herhangi bir yarışma programına katılımınız istenirse ne yaparsınız? Sorusuna verilen yanıtlara göre katılımcıların %12,7’ si bu teklifi hiç düşünmeden kabul edeceğini, % 49, 3’ü role göre teklifi değerlendireceğini, % 18,6’sı ücretin önemli olduğunu, % 19,4’ü teklifi reddedeceğini söylemiştir. Öte yandan katılımcıların %77, 9’u survivor yarışma programının kendi yaşamlarına dönük bir katkı sağlamadığını dile getirmiştir. Aynı katılımcıların %48,5’i survivor deneyimi yaşamak isterken, katılımcıların %51,5’i ise böyle bir deneyim yaşamak istememiştir. Öğrencilerin en çok zaman harcadığı iletişim araçları arasında internet (%77,6) ilk sırada yer alırken televizyonun tercih edilme oranı %18,3 olarak gerçekleşmiştir. Çalışmaya katılan öğrenciler(%54,2) televizyonun gençlerin ahlaki gelişimini olumsuz yönde etkilediğini bu sebeple Survivor elemelerine SMS ile katılım sağlamadıklarını, Survivor yarışmasının; kendi kişilik ve değerlerine zarar verdiğini, öznel yaşantılarına bir katkı sağlamadığını, toplumun kültürel yapısını bozduğunu, tüketim alışkanlıklarını istendik olmayan yönde etkilediğini, eğitim hayatını önemsizleştirdiğini, yarışma programlarında yer alan karakter ve rol modellerden etkilendiklerini ifade etmişlerdir.

Survivor yarışma programını öğrencilerin % 31,3’ü çok nadir, %25,6’sı arada sırada, %9,4’ü çoğunlukla, %8,9’u her zaman izlemekte %24, 8’ i ise bu yarışma programını izlememektedir. Uygulanan ankette izlenen yarışma programları listesinden en az birini tercih eden öğrenciler, yarışma programlarının çocuk eğitimi açısından olumlu model oluşturmadığını, yarışma programlarında kendisine benzemek istediği kişi ya da kişiler bulunmadığını, yarışma programlarında yansıtılan kadın erkek rollerinin gerçek hayattakine benzer özellikler göstermediğini, televizyonu bir eğlence aracı olarak(%39,1) görmek gerektiğini, yarışma programlarının sunumunda kullanılan dilin Türk dili özelliklerine uygunluk göstermediğini(%72,8), dürüstlüğü aşağılayıcı özellikler içerdiğini(%82,2), yarışmaların gerçek yaşama uygun özellikler taşımadığını(%87,1) ifade etmişlerdir. Araştırmada okul türü (resmi ve özel) değişkenine ilişkin herhangi anlamlı bir farklılığa ise rastlanmamıştır.

Yarışma programlarında yer alan tiplerini kendisine model alan gençlerin bu davranış kalıbı yaşa, cinsiyete, ailedeki birey sayısına, gelir düzeyine, ebeveynin eğitim düzeyine ve okulun bulunduğu çevreye göre farklılaşmaktadır. Yaşı küçük olanlar büyük olanlara göre; erkek öğrenciler kız öğrencilere göre; ailede üye sayısı fazla olanlar az olanlara göre; aile gelir düzeyi düşük olan yüksek olanlara göre; ebeveyn eğitimi düşük olanlar yüksek olanlara göre ve kent çevresi okullarında yer alanlar kent merkezindekilere göre daha fazla oranlarda model alma davranışında bulunmaktadır. Elde edilen bu bulgu, televizyondan etkilenmenin sosyo-demografik ve sosyo-ekonomik değişkenler bağlamında gerçekleştiğini doğrular niteliktedir.

5. ÖNERİLER

Liseli gençleri televizyonun olumsuz etkilerinden korumak için ailelere, yasa koyuculara ve yayıncılara son derece önemli görevler düşmektedir. Özel televizyonculuğun geliştiği günümüzde bireylerin toplumsallaşmasını ve kimlik gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek durumların denetlenmesine yönelik uygulamalarda bazı sıkıntılar yaşanmaktadır. Televizyon programlarında suça ve toplumsal normlara aykırı davranışlara yer verilmesi, gençleri

olumsuz etkileyecek yayın içeriklerinin belirli bir denetimden geçmeden sunumu, yaşanan sıkıntılara dayanak oluşturmaktadır. Ergenlikte sosyal ve kimlik gelişimi ile öne çıkan bireyin erinlik, ergenlik dönemlerinde çevre koşullarından ve ekranlarda kendisine sunulan rol modellerden daha çok ve çabuk etkilendiği bilinmektedir. Bu dönemlerin özellikleri göz önünde bulundurularak medyanın tüm yayınlarında sağlıklı, isabetli kişilikler ve modellerin sunulması gerekmektedir. Aileler başta olmak üzere çocuğun eğitimi, gelişimi hakkında tüm ilgililer bilgilendirilmeli ve bilinçlendirilmelidir. Çocukların eğitiminde ailelere, okullara ve medya organlarının yetkililerine gerekli sorumlulukları sürekli hatırlatılmalıdır.

Başta medya olmak üzere toplumun tüm sektörlerinin hizmet üretirken, her türlü toplumsal dinamikleri dikkate alması gerektiği gibi zihinsel, bedensel, duygusal, sosyal ve cinsel kritik gelişim dönemleri yaşayan, yetişmekte olan bireyleri olumlu etkileme, olumsuz etkilememe kaygılarını da taşımaları yaşamsal bir önem taşımaktadır. Bunun için medya çocuğu ve ergeni, onun gelişimsel özelliklerini dikkate alarak yayınlar yapmalıdır. Bu amaçla medya organlarının gelişim, öğrenme ve eğitim psikolojisinin verilerinden yararlanarak yayın politika ve uygulamalarını oluşturmaları büyük önem arz etmektedir.

Yapılan çalışma sonucunda elde edilen veriler başka illerde yapılan katılım araştırmalarıyla kıyaslanabilir ve bu konuda ulusal düzeyde kongre, sempozyum, panel etkinlikleri ile gençlerimiz bilgilendirilebilir.

Yarışma programları toplumsal değerlerin gençlerimize aktarımını kolaylaştırıcı formatlar çerçevesinde yardımseverlik, yurtseverlik, insan severlik, dostluk, dürüstlük, sevgi, saygı gibi etik değerler merkeze alınarak yeniden düzenlenebilir.

Gençlerin kurmaca gerçeklikle yaşanan gerçekliği ayırt etmelerine yönelik eğitici seminerler verilebilir bu konu eğitim kurumlarında rehberlik hizmetleri kapsamına alınarak izlenen görüntülerin anlamlarının okunması ve yorumlanmasına ilişkin seminerler düzenlenebilir.

KAYNAKÇA

- ARAL, Neriman ve AKTAŞ, Yaşera.(1997.) Çocukların Televizyon Ve Diğer Etkinliklere Harcadıkları Sürenin İncelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi.Ankara.
- ARMAĞAN, Ahsen.(2013.) Kimlik Yapılarında Değişim Ve Sanallaşan Kimlik Sunumları Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma. Akademik Bakış Dergisi.Sayı:37.Kırgızistan.
- BALCI, Ercan.(2009.) Televizyon Program Formatları; Çarkıfelek Ve Kim 500 Milyar İster Programları Üzerine Bir İnceleme.Kültür ve İletişim Dergisi. İstanbul.
- BARAN, Tamer. (2014.) Televizyon Programları, Sembolik Tüketim Ve Toplumsal Yansımaları. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. Denizli.
- BÜYÜKBAYKAL, Güven.(2007.) Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri. *İletişim Fakültesi Dergisi*. Sayı 28. İstanbul.
- COŞTU, Yakup.(2009.) Toplumsallaşma Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi.Sayı3.Samsun.
- ÇEPNİ, Ö.(2014.) *Kamusal Alan, Televizyon ve Yeteneklerin Temsili: Yetenek Sizsiniz Türkiye Programı Eleştirisi*. Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Erzurum
- ÇOŞGUN, Melek. (2012.) Gençlerin Kimlik Gelişimi Ve Sosyalleşme Sürecine Televizyon Dizilerin Etkisi. Akademik Bakış Dergisi. Sayı28. Kırgızistan.
- DAĞ, İhsan. (2005.) Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin Ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri. Ankara.

- ERJEM, Yaşar ve ÇAĞLAYANDERELİ, Mustafa.(2006.)Televizyon Ve Gençlik Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi.C.Ü.Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 30 No:1 15-30.Sivas.
- DURŞUN, O ve EVİRGEN, D. (2014.) Bilginin Popüler Kültür – Popüler Kültürün Bilgi Aracı Olarak Kullanıldığı Bir Alan: Yarışma Programları. Global Media Journal. İstanbul.
- VAROL, F, Sibel. (2014.) Medyada Yer Alan Temsillerin Kimlik Edinme Sürecindeki Rolü. jasstudies.com/Dergisi. İstanbul.
- GÜLLÜOĞLU, Özlem. (2013,) Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme Ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü. Kayseri.
- KARA, Taylan. (2011.) *Televizyonun Aile Bireyleri Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. TÜİK Uzmanlık Tezi. Manisa.
- KAYA, Kâmil. (2007.) Popüler Kültür Bağlamında Müzik Yarışması ve Magazin Programlarının Üniversite Gençliği Üzerindeki Etkileri. Süleyman Demirel Üniversitesi. Isparta.
- MEDER, M ve Çiçek, Z. (2011.) Özel Hayatın Kamusal Alanda Tartışılması: Kadın Programları Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Denizli.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2008.) Öğrencilerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları. Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı (EARGED). Ankara.
- ÖZKAN, Habib. ARSLAN, Mustafa Cüneyt. KARA, Mevlüt. (2014.) Popüler Kültürün Öğrenci Davranışları Üzerinde Algılanan Etkileri. Ekev Akademi Dergisi, Gaziantep.
- ÖZKAN, Recep. (2013.) Televizyon Dizilerinin Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi (Niğde Üniversitesi Örneği) Niğde
- TAYLAN, Hasan Hüseyin. (2011.) *Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi Konya Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı. Konya.
- TOPARSLAN, B, Keziban (2016.) Moda Yarışma Programlarında Tüketime Yönelik Söylemler Üzerine Bir Çalışma: “İşte Benim Stilim” Örneği. International Conference on Education, Social Sciences and Humanities. İstanbul.
- TURAN, İbrahim (2007.) Televizyondaki Dini İçerikli Programların Yetişkinler Üzerindeki Etkileri. OMÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi. Samsun.
- TÜRKOĞLU, N. (2010.) Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı. Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi. Ankara.