

Televizyon Dizilerin Toplumsal Yapıya Uygunluk Kriterlerinin Çok Ölçütlü Karar Verme Yöntemiyle Belirlenmesi ve Ağırlıklandırılması

Hacı Mehmet Alakaş^{1*}, Berna Esma Toplu², Fatma Yurdakul³, Tamer Eren⁴
^{1,2,3}Kırıkkale Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Kırıkkale

Özet

Türkiye’de günlük televizyon izlenme istatistiği ortalama 330 dakika ile çok yüksek çıkmaktadır. Televizyonlarda en çok izlenen programlardan biri de dizilerdir. Çok izlenmesinin yanı sıra hem reklamlardan elde edilen gelirler hem de ihracatının yapıyor olması kanallar ve yapımcılar açısından önemini artırmaktadır. Dizi bölümler hâlinde yayımlanan ve çoklukla aralarında konu bütünlüğü olan film olarak tanımlanmaktadır. 2000’li yıllardan itibaren artan sayısı ile birlikte çok çeşitli konularda diziler yayına girmiştir. Çok izlenmesine bağlı olarak toplumu ve toplumsal yapıyı olumlu ve/veya olumsuz yönde etkilemektedir. Aile ve sosyal politikalar bakanlığı ve TBMM nezdinde de dizilerin bu etkisi konusunda araştırmalar yapılmaktadır. Bu çalışmada dizilerin toplumsal değerlere uygunluğunun belirlenmesi için hangi kriterlerin ve alt kriterlerin dikkate alınması gerektiği araştırılmıştır. Bu kriterlerin önem derecelerinin belirlenmesi için çok ölçütlü karar verme yöntemlerinden olan analitik hiyerarşi prosesi kullanılmıştır. Analitik hiyerarşi prosesi ile kriterlerin ağırlıkları hesaplanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon dizileri, Toplumsal yapıya uygunluk, Çok ölçütlü karar verme, Analitik hiyerarşi prosesi

Determination and Weighting of Compatibility Criteria of Social Constructions for Television Series by Multi-Criteria Decision Making Method

Abstract

Turkey stands out in very high daily average of 330 minutes of television viewing statistics. One of the most watched programs on television is the series. In addition to being watched very much, both the revenues from the advertisements and the fact that exports are being done increase their importance in terms of channels and producers. Sequence is described as a movie which is published in episodes and which is mostly subject matter among them. With the increasing number of years since 2000, the series has been published in a wide variety of topics. It affects the society and the society positively and / or negatively depending on its being monitored. The Ministry of Family and Social Policies and the Parliament are also investigating this effect of the series. In this study, it was investigated which criteria and sub-criteria should be taken into consideration in order to determine the suitability of the series with social values. The analytical hierarchy process, which is a multi-criteria decision-making method, has been used to determine the significance of these criteria. The weights of the criteria were calculated by the analytical hierarchy process.

Keywords: Television series, Suitability to social structure, Multi-criteria decision making, Analytic hierarchy process

* Sorumlu yazar

1.GİRİŞ

Türkiye’de televizyon izlenme oranı oldukça yüksektir. Toplumumuzda genellikle her evde televizyon bulunmaktadır ve ailecek televizyon izlenilmektedir. Ve bu nedenden dolayı televizyon dizileri büyük oranda rağbet görmektedir. RTÜK’ün yaptığı araştırmaya göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresine ortalama 3,7 saat; hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi ortalama 4,4 saat olarak belirtilmiştir. Ayrıca bu çalışma incelendiğinde hafta içi ve hafta sonu televizyon izlenen saat dilimlerinde en yüksek izleme oranının 21:00-24:00 saatlerinde gerçekleştiği; bundan sonraki en yüksek izleme oranının 18:00-21:00 saatlerini kapsadığı gözlenmektedir (RTÜK,2013, s. 45). Bu saat aralıklarında ise kanallarda genellikle diziler mevcuttur.

Diziler artık toplumu etkilemek için çok tercih edilen ve bunun için yüksek paraların harcandığı bir sektör haline gelmiştir. Diziler ticari medyanın itici gücüdür. Ancak çoğu zaman, dizi yapımcıları hedef kitle konumundaki seyircileri çekebilmek için dizileri nasıl seçtiğine ve düzenlediğine kafa yormamaktadır. Ekranın arkasındaki dünyayı kısmen görmeye başladığımızda bir kısım dizilerin hedef kitleyi nasıl dikkate aldığını bariz bir şekilde görmek mümkündür. Bu sebeple dizilerin asıl amacının bilgilendirmek değil reyting olduğunu dikkate alınmalıdır(Binark ve Bek, 2007, s. 239). Diziler öncelikle toplumun dikkatini kendisine çekerek, toplumun bir izleyici olmasını sağlar. Bunu; mizah, şiddet ve cinsellik gibi uygun yolları kullanarak başarır. Örneğin, dizide yer alan karakterlerin oyuncaklarını, giysilerini, çantalarını, web sitelerini, hikâyelerini, oyunlarını, hayatlarını, yaşam tarzlarını içerisine alacak büyük bir satış kampanyası ve özendirmeye dönüşecektir. Şahin(2013, s.67) dizilerin toplumun ve gelecek neslin şekillendirilmesinde ki önemini anlayıp toplumumuzu bozmadan, reyting kaygısı gütmeyen ahlaki ve kültürel değerlere önem verilerek yapılmış dizilere ihtiyacımız var diyerek desteklemiştir. Ayrıca ülkemizin dizi ihracatında ikinci ülke olması nedeniyle kültürümüze toplum değerlerine önem verilerek yapılan diziler, Türkiye’yi diğer ülkelere güzel tanıtmış ve toplumun yapısını daha iyi anlamalarını sağlamış olacaktır. Dizilerin toplum yapısına uygunluğunun ölçülmesi için araştırmaların yapılması ve kriterlerin belirlenmesi bu aşamada yapılması gereken öncelikli faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca bu kriterlerin hangisinin daha önemli olduğunun belirlenmesi de ikinci bir problem olarak görünmektedir. Bu her iki problemin cevabını aramak bulmak amacıyla yapılan bu çalışmada, bir konu ile ilgili karar verme sürecinde belirlenen kriterlerin birbiri ile karşılaştırılmasına imkân veren ve ağırlıklarının bulunmasını sağlayan çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemlerinden analitik hiyerarşi prosesinden (AHP) yararlanılmıştır.

Bu çalışmada diğer medya araçlarına göre daha öncelikli bir konuma sahip olan televizyonlarda yer alan diziler incelenmiştir ve dizilerin toplum yapısına uygunluğu araştırılmıştır. Bu amaçla dizilerin karşılaştırılması için kriterler belirlenmiştir. Belirlenen kriterlerin ağırlıklandırılması için ise analitik hiyerarşi prosesi kullanılmıştır. Böylelikle dizilerin toplumsal uyumluluğunun belirlenmesinde kullanılacak kriterler ve kriter ağırlıkları elde edilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde dizilerin değerlendirmesinde kullanılacak kriterler açıklanmıştır. Üçüncü bölümde ise çok ölçütlü karar verme yöntemlerinden ve analitik hiyerarşi yönteminden bahsedilmiştir. Dördüncü bölümde de literatürde yer alan çalışmalar verilmiştir. Beşinci

bölümde yapılan uygulama çalışması yer almaktadır. Altıncı ve son bölümde ise sonuçlar ve gelecekte yapılabilecek çalışmalar verilmiştir.

2. MALZEME VE YÖNTEM

2.1. Dizilerin Toplumsal Yapıya Uygunluk Kriterleri

Dizilerin karşılaştırılması amacıyla belirlenen sekiz ana kriter ve açıklamaları bu bölümde verilmiştir.

2.1.1. Şiddet (Ş)

Empatiden yoksun, kaba bir dile sahip, öfkeden, argodan, ani tepkilerden beslenerek oluşturulan sözlü şiddet, tacizci bir davranış biçimidir. Özellikle alışılmış ve güç dengesi olmadığında başkalarını etkilemek için onları zorlama ya da onlar üstünde baskı kurarak psikolojik şiddet, dayak, yaralama, işkence yapmak, sağlıksız koşullarda yaşamaya zorlamak, sağlık hizmetlerinden yararlanmayı engellemek ve öldürmek gibi fiziksel şiddet, dizilerde yer alan ve özellikle çocuklar üzerinde oldukça etkili olan sorunlardan biridir.

2.1.2. Tüketici Beklentisi (TB)

Yapmacıksız, süssüz, günlük konuşma dilinin temel alındığı sade bir halk tekniği kullanılarak genel halk düzeyine indirilmelidir. Popüler kültür, diziler ve filmler aracılığı ile toplumların değer yargılarında değişime sebep olmaktadır. Halkın kendi benliğine ve geleneğine dair izler bulması gerekmektedir.

2.1.3. Programın Yapısı (PY)

Gelenek ile karşıtlık ve ondan kopuşun; bireysel, toplumsal ve politik yaşam alanlarının tamamındaki dönüşümü ya da değişimi ile modernite esas alınarak dizilerde gelenekçiliğe karşı bir duruş sergilenmektedir. Şahin(2013, s. 48-67) politik, hukuksal, bilimsel, felsefi, dinsel bir ideoloji, düzenlenmiş, yapılanmış fikirler bütününe ideolojik bir karşı çıkış görülmektedir diyerek dizilerin karşı çıkışa yönlendirdiğini göstermektedir. Kitlelerin bilinçaltını etkilemek suretiyle, farkında olmadan bir hedefe ya da fikre yönlendirerek diğer bir ifade ile kamuoyu oluşturarak insanların bilinçaltı yanlış bir şekilde etkilenir. Dizilerin toplum üzerindeki en büyük sorunlarından biri de budur. Bunun aksine geleneksel, kültürel, örf ve adetlerin yapısının değiştirilmeden, ahlakının korunması sağlanarak aile yapısı korunur.

2.1.4. Kitle İletişim (Kİ)

Seyirciye; hayatın acıklı yönlerini göstermek, acıma ve korku duyguları uyandırmak, ahlak ve erdemi anlatan imgeler kullanarak toplumsal bilinçlenme amaçlanmaktadır. Seyirci subliminal

mesajla da etkilenmektedir. Subliminal mesaj veya bilinçaltı mesajı , izleyiciye başka bir objenin içine gömülü olan bir işaret ya da mesajı o anda fark edilmemek üzere gösterilerek seyirciye işlenmektedir. Dizilerin büyük sorunlarından biri de özendirme olmakla beraber zengin aile, lüks yerlerde oturanlar, son model araba kullananlardır. Dizilerde ki bu abartı izleyiciyi özentiyeye ve israfa itmektir.

2.1.5. Dilin Etkili Kullanımı (DEK)

Mizah veya gerilim aksiyon adı altında halkın kendi dilinden bozarak yaptığı veya yabancı dillerden alıp değiştirdiği kelime veya tabirler (argo) ve ahlaksız kelimeler barındırması dilin kendi disiplini içinde kullanılan kavramlar, terimler, kalıplarla örgütlenmiş işaretler ve sembollerle kullanılmaması gibi toplumun dili üzerinde yanlış etki göstermeleri de dizilerin olumsuz etkilerindedir.

2.1.6. Cinsel İçerik (Cİ)

Dizilerde fazlasıyla seyirciye aktarılan, Şahin (2013, s. 55) değindiği kişinin fiziksel yapısının pornografik imgelerle yansıtılmasıyla görsel cinselliğin, altyazılar, yorumlar veya dizilerin isimleriyle topluma sözlü bir biçimde yansıtıldığı sözlü cinsellik, kişilerin birbirlerine hitabında, cümle aralarında izleyicide subliminal algı oluşturur.

2.1.7. Gerçeğe Uygunluk (GU)

İzleyiciye gerçek yaşamın somut olguları, olay ve durumları arasında doğrudan doğruya bir özdeşlik ilişkisi kurulmasına elverişli olmadan yansıtılan kurmaca biçim yansıtılır. Bunun aksine yaşam şartlarına uygun, gerçek yaşam bağlamında örneklere rastlanılan kurmaca olmayan yaşamdan kesitlerin yer aldığı gerçeğe uygun diziler yansıtılır.

2.1.8. İsim (İ)

Dizinin isminin izleyicide merak uyandıran, dikkat çekici olması için kanca tekniğine başvurulur. İsmi anlaşılır olması sağlanır.

3. BULGULAR

3.1. Çok Kriterli Karar Verme

Çok Kriterli Karar Verme süreçleri de, karmaşık karar problemlerini bilimsel ve analitik bir çerçevede ele alarak karar vericiye çözüme ulaşmasında yardımcı olmaya çalışan prosedürler bütünü olarak ortaya çıkmıştır (Ömürbek ve Kınay, 2013, s. 11). Bir karar probleminde, birden fazla nitelik ve nicelik içeren kriter ve amaç var ise, bu tip karar problemleri “Çok Nitelikli Karar Verme” (ÇNKV) adı altında incelenmektedir (Ariel ve Timor, 2013, s. 55). Karar verme problemlerinde değişken (kriter) sayısı çok olduğu durumlarda bu problemlere çözüm bulabilmek amacıyla çeşitli bilimsel metotlar ortaya konmuştur. Bu çözüm metotlarına Çok Kriterli Karar Verme metotları adı verilmekte ve duruma göre değişik yaklaşımlar kullanılmaktadır (Şengül, Miraç, Shiraz, 2012 s. 158). Çok kriterli karar verme problemlerinde Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP), Analitik Ağ Süreci (ANP), ELECTRE, TOPSIS, PROMETHEE gibi yöntemler çok kullanılan yöntemler olarak literatürde yer almaktadır (Karabıçak, 2010, s. 133).

3.2. Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP, Analytic Hierarchy Process - AHP) ; bir aktiviteler ya da ölçütler setinin görece önem derecelerini belirlemede kullanılan çeşitli yöntemlere eklenen yeni bir yöntemdir (Saaty ve Vargas, 1994, s. 84). Karar vermede kullanılan yöntemin farkı; kompleks, çok kişili, çok ölçütlü ve çok periyotlu problemleri hiyerarşik olarak yapılandırmasıdır (Saaty, 1980, s. 281). Yöntem hiyerarşinin her düzeyinde belirlenen bir ölçüte göre elemanların bir matris yardımıyla ikişer ikişer karşılaştırılmasından ve bu sayede ağırlıklarının ölçeklendirilmesinden ibarettir. Bu ağırlıklandırma; geniş bir öz vektör problemine dönüştürülmekte ve normalize edilmiş bir ağırlıklar vektörüyle sonuçlanmaktadır. Bu görece ağırlıklar, kaynakların dağıtımında bir önceliğin belirlenmesine yardımcı olmaktadır (Saaty, 1980, s. 281). AHP'nin bir diğer olumlu yanı da; karar vermede ya da sorun çözümünde grup katılımına olanak sağlamasıdır. Zira AHP'nin temeli başkaları tarafından kabul edilen fikirleri, yargıları ve gerçekleri; sorunun gerçek görünümü olarak değerlendirmesidir. Yöntem sayesinde bireyler ortak bir çözüme ulaşabilmek için, bilgilerini bilimsel ya da içgüdüsel olarak modele dahil ederler. Ancak bu bilgiler, yöntem sayesinde mantıksal bir süreçte işlem görmüş olurlar.

Bir karar verme probleminin AHP ile çözümlenebilmesi için gerçekleştirilmesi için ilk adım karar vericinin amacı doğrultusunda faktörlerin ve faktörlere ait olan alt faktörlerin belirlenmesidir. Öncelikle amaç belirlenir ve bu amaç doğrultusunda amacı etkileyen faktörler saptanmaya çalışılır.

Amaç kriterleri belirlendikten sonra, kendi aralarındaki önem derecelerinin belirlenmesi için ikili karşılaştırma karar matrisleri oluşturulur. Bu matrislerin oluşturulmasında Tablo 1'de belirtilen Saaty (1980, s. 281) tarafından geliştirilen 1-9 önem skalası kullanılır. Bu skala anket veya uzman kişilerin görüşlerine dayanarak kriterler arasındaki önem derecesinin belirlenmesinde yardımcı olur.

AHP yönteminin adımları şu şekildedir:

Adım 1: Karar Probleminin Tanımlanması ve Ayrıştırılması

Adım 2: Faktörler Arası Karşılaştırma Matrisi Oluşturulması

Adım 3: Faktörlerin Yüzde Önem Dağılımlarının Belirlenmesi

Adım 4: Faktör Kıyaslamalarındaki Tutarlılık Ölçülmesi

Adım 5: Her Bir Faktör İçin M Karar Noktasındaki Yüzde Önem Dağılımlarının Bulunması

Adım 6: Karar Noktalarındaki Sonuç Dağılımının Bulunması

Tablo 1. Saaty'nin 1-9 önem skalası

Önem değerleri	Değer ifadesinin anlamı
1	Her iki faktörün eşit öneme sahip olması durumu
3	1. Faktörün 2. faktörden daha önemli olması durumu
5	1. Faktörün 2. faktörden çok önemli olması durumu
7	1. Faktörün 2. faktöre nazaran çok güçlü bir öneme sahip olması durumu
9	1. Faktörün 2. faktöre nazaran mutlak üstün bir öneme sahip olması durumu
2, 4, 6, 8	Ara değerler

4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

4.1. Literatürde Yapılan Çalışmalar

Cesur ve Parker (2007, s. 108) televizyon ve çocuk konusu üzerinde çocukların televizyon programlarına ilişkin tercihlerini anket ve betimleyici istatistik yöntemiyle incelemişlerdir.

Çocukların televizyonda en çok hangi programları izlediğini, bu tercihin onları ne yönde etkilediği üzerine çalışmışlardır. Batı (2011, s. 57) Aşk-ı Memnu'nun Kitabı da Çıkmış (!) adlı çalışmasında eserin yazıldığı dönemden bugüne dek ne tür değişimlerle ele alındığı karşılaştırılmasını yapmışlardır. Bunların ahlak üzerine olan etkileri ve romanla dizinin örtüşen veya örtüşmeyen kısımları üzerinde çalışmışlardır. Böylesi bir romanın uyarlanmasında, detaylandırılması mümkün olmayan birçok ayrıntı değiştirilmiş ya da elden geçirilmiştir. Bunun da, dizide akışı olumsuz yönde etkileme ve izleyiciye okuyucudan daha farklı iletiler sunma, psikolojik etkilerin olumsuz sonuçlanması gibi durumlar ortaya çıkmıştır.

Güllüoğlu (2012, s. 66) çalışmasında kültür kavramının toplumsal yeri ve kitle iletişimini etkileme, yönlendirme gücü üzerinde durmuştur. En etkin kitle iletişim aracı olarak kabul gören televizyonun popüler kültür ürünlerini toplumsal hayata nasıl empoze ettiğine değinerek, çağdaş insanın kitleleşmesinde televizyonun oynadığı rolü değerlendirilmeye çalışmıştır. Ceylan (2014, s.7) çalışmasında toplumsal değerlerden uzak medyanın, kitle iletişim araçlarının, toplumsal değerlerle çatıştığı ve toplum etiğiyle örtüşmediği zaman, toplumun kültürel açıdan yozlaşmasına ve toplumun medyaya karşı güveninin azalmasına neden olduğunu göstermeye çalışmıştır. Ünür (2013, s. 33) Türk Televizyon Dizilerinde Toplumsal Kimliklerin Temsili çalışmasında içerik analizi yönteminden yararlanarak araştırmanın neticesinde ana hatları ile dizi karakterlerinin egemen ideolojiyi yansıtacak biçimde kurgulandığı, genel kabul görmüş veya görmesi istenilen davranış kalıplarının olumlandığı, toplum ve sistem açısından “öteki” olarak görülen kimliklerin ise olumsuzlanarak göz ardı edildiğini incelemiştir.

Dilber (2007, s. 61) Kitle İletişim Araçları ve Suç Olgusu üzerinde teorik olarak inceleme yöntemi ile çalışarak kitle iletişim araçlarından televizyonun bireylere şiddet, saldırganlık ve ahlak normlarını zorlayan içeriklerin sunulması ve suçlu davranış biçimlerinin sunulması bireylerdeki suç işleme davranışı ile kitle iletişim araçları arasındaki ilişki sorununu ön plana çıkartmıştır. Kitle iletişim araçlarının sınır tanımayan özelliği sayesinde; dünyanın birçok ülkesinde yayınlanan programların, çocuk ve gençlere şiddet, saldırganlık, öfke modelleri sunan yayınların, insanlardaki suç işleme dürtülerini geliştirdiği görülmüş ve kanıtlanmıştır. Özmen, Er ve Ünal (2014, s. 411) Televizyon dizilerinin tarih bilinci üzerine etkisi "Muhteşem Yüzyıl" dizisini nicel araştırma yöntemi ile incelemişlerdir ve inceleme sonucunda bu makalede televizyon dizilerinin tarihi yanlış aktarması, beklentilere göre konuların yansıtılması, yanlış bilinçlendirme üzerinde çalışmışlardır. Öğrencilerin en keyif aldıkları sunum şeklinin ikinci sırada tarihi filmler olduğu görülmektedir. Bu nedenle tarih öğretiminin film vasıtasıyla sunulması çocukları etkilemektedir. Film ve asıl tarih uyuşmadığından da Kanuni döneminin, öğrencilerin çoğu tarafından adalet ve eşitliğin olmadığı bir dönem olarak yansıtıldığı sonucunu elde etmişlerdir.

Geçer (2015, s. 41) küresel ve yerel ölçekte medyanın oluşturduğu popüler kültürel etkileşimini, bu etkileşim sürecini şekillendiren kültürel vurguları, ulusal ve uluslararası açıdan incelenmiştir. İdeolojik karşı çıkışlar, modernite, geleneksellik, popüler kültür ve sosyal kimliklerin, dinin, milliyetçiliğin ve toplumsal cinsiyetçiliğin temsillerine değinmişlerdir. Oruç ve Özyürek (2001, s. 281) okul öncesi dönemi çocuğunun kişilik gelişiminde rol modeller ve çizgi filmler üzerinde yaptıkları bu çalışmada teorik çerçevenin yanı sıra, okul öncesi dönem çocuklarının izledikleri çizgi filmlere yönelik olmak üzere, bu çizgi filmlerde rol model olarak benimsenen kahramanlara ve bunların ne derece model alındığına yönelik bir alan araştırması da bulunmaktadır.

Medyada çok ölçütlü karar verme yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalara örnek olarak Kızıldaş vd. (2017, s. 348) haber bültenlerinin karşılaştırmasını ele aldıkları çalışma verilebilir. Bir başka çalışmada ise, Mermi vd. (2016 s. 657) haberleri ele aldıkları çalışmalarında bültenlerde yayınlanan haberlerin çeşitlerini konu başlıklarına göre incelemişlerdir.

4.2. AHP Yöntemi ile Kriterlerin Ağırlıklandırılması

Dizilerin kıyaslanmasında kullanılan kriterlerin önem derecelerini belirlemek için, öncelikle kriterler kendi aralarında kıyaslanmıştır. AHP ikili karşılaştırma matrisi, medya konusunda uzman beş gözlemciye uygulanan anketin geometrik ortalaması alınarak oluşturulmuştur ve karar matrisi Tablo 2’de verilmiştir. Matrisin birincil köşegeni 1 olarak alınmış ve köşegenin üstünde kalan değerler için $a_{ji} = (1 / a_{ij})$ formülü uygulanmıştır.

Tablo 2. AHP ikili karşılaştırma matrisi

Kriterler	TB	PY	Kİ	DEK	Cİ	G	İ	Ş
TB	1	3,28	2,7	3,49	2,26	4,47	2,49	0,52
PY	0,26	1	2,44	3,72	4,6	3,3	1,96	0,56
Kİ	0,34	0,4	1	4,16	3,8	3,3	3,66	0,6
DEK	0,31	0,26	0,24	1	5,38	1,41	2,51	0,5
Cİ	0,35	0,21	0,26	0,18	1	4,52	3,02	0,3
G	0,3	0,3	0,3	0,7	0,22	1	4,28	0,48
İ	0,45	0,5	0,27	0,39	0,33	0,23	1	0,7
Ş	2,21	1,77	1,65	2	3,3	2,05	1,41	1

AHP yöntemi sonucunda elde edilen kriter ağırlıkları Şekil 2’de verilmiştir. Tutarlılık indeksi değerinin 0,031 hesaplanmıştır ve 0,1’den küçük olmasından dolayı bulunan sonuç tutarlıdır. Alt kriterlerin tutarlılığı ise Tablo 3’te verilmiştir. Tutarlılıkları 0,1 den küçük olduğu için kabul edilebilir değerlerdir.

Tablo 3. Alt Kriterlerin Tutarlılığı

Şiddet	Tüketici Beklentisi	Programın Yapısı	Kitle İletişim	Dilin Etkili Kullanımı	Cinsel İçerik	Gerçeğe Uygunluk	İsim
0,066	0,099	0,0450	0,092	0,042	0,045	0,097	0,075

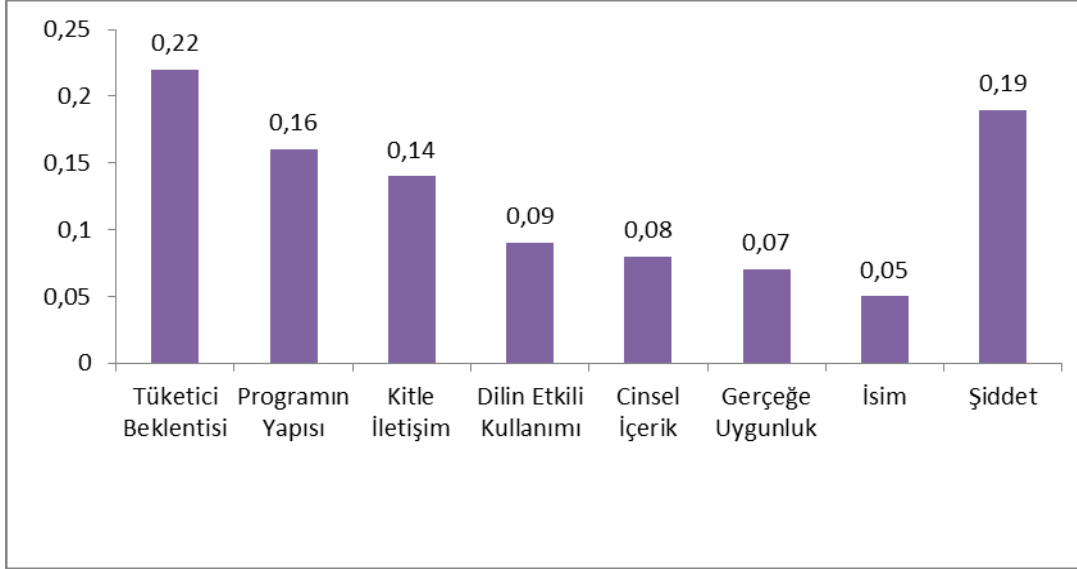
Ana kriterlerin ağırlıkları Şekil 2’deki gibi olup bu kriterlerden en önemlisi %22 ile tüketici beklentisidir. Tüketici beklentisinden sonraki en önemli kriter ise %19 ile şiddettir. Bu sıralamayı %16 ile programın yapısı, %14 ile kitle iletişim, %9 ile dilin etkili kullanımı, %8 ile cinsel içerik, %7 gerçeğe uygunluk ve %5 ile isim kriterleri izlemektedir.

Şiddet kriterinin alt kriterlerinden en önemlisi %51 ile psikolojik şiddettir. Tüketici beklentisi kriterinin alt kriterlerinde en önemlileri %48 ile sade halk tekniği ve sosyal kimliktir. Programın yapısı kriterinin en önemli alt kriteri, %38 ile modarnitedir. Kitle iletişim kriterinin en önemli

alt kriteri %67 ile trajedik imgeler kullanmadır. Dilin etkili kullanımı kriterinin alt kriterlerinden en önemlisi, %76 ile türkçenin düzgün kullanımındır. Cinsel içerik kriterinin alt kriterlerinden en önemlisi %41 ile toplumsal cinselliktir. Gerçeğe uygunluk kriterinin alt kriterlerinden en önemlisi %86 ile kurmacadır. İsim kriterinin alt kriterlerinden en önemlisi %61 ile kancalı cümledir.

ŞİDDET	PSİKOLOJİK ŞİDDET (0,51)
	FİZİKSEL ŞİDDET (0,46)
	SÖZLÜ ŞİDDET (0,03)
TÜKETİCİ BEKLENTİSİ	SADE HALK TEKNİĞİ (0,48)
	KÜLTÜREL BULGULAR (0,04)
	SOSYAL KİMLİK (0,48)
PROGRAMIN YAPISI	MODARNİTE(0,38)
	İDEOLOJİK KARŞI ÇIKIŞ (0,29)
	İZLEYİCİ ETKİLEME ARACI (0,15)
	AİLE YAPISININ KORUNMASI (0,18)
KİTLE İLETİŞİM	TRAJEDİK İMGELER (0,67)
	SUBLİMİNAL MESAJ (0,24)
	ÖZENDİRME (0,09)
DİLİN ETKİLİ KULLANIMI	ARGO-KÜFÜR (0,18)
	DÜZGÜN TÜRKÇE KULLANIMI (0,76)
	DİLİN TEKNİĞİ (0,06)
CİNSEL İÇERİK	GÖRSEL (0,27)
	YAZILI (0,19)
	SÖZLÜ (0,13)
	TOPLUMSAL (0,41)
GERÇEĞE UYGUNLUK	KURMACA (0,86)
	YAŞAM ŞARTLARINA UYGUNLUK (0,14)
İSİM	KANCALI CÜMLE (0,61)
	ANLAŞILIR (0,12)
	DİKKAT ÇEKİCİ (0,27)

Şekil 1. Ele alınan problemin hiyerarşik yapısı



Şekil 2. AHP yöntemi sonucunda elde edilen kriter ağırlıkları

4.3. SONUÇ

Bu çalışmada, dizilerin toplumsal yapıya uygunluğunun çok ölçütlü karar verme yöntemiyle belirlenmesi ve ağırlıklandırılması yapılırken hangi kriterlerin dikkate alınması gerektiği, bu süreçte yaşanan temel sorunlar incelenmiştir. Şiddet, tüketici beklentisi, programın yapısı, kitle iletişim, dilin etkili kullanımı, cinsel içerik, gerçeğe uygunluk ve isim ana kriter olarak belirlenmiş ve her bir ana kriter için alt kriterler oluşturulmuştur. Bu kriterlerin karşılaştırılması için çok ölçütlü karar verme yöntemlerinden AHP kullanılmıştır. Ağırlıklandırma yapabilmek için 1-9 skalası kullanılarak anket hazırlanmıştır. Medya ve medya okuryazarlığı ile ilgili uzmanlar tarafından anketlere verilen yanıtlar birleştirilerek kriterlerin ağırlıkları hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre dizilerin değerlendirilmesinde en önemli kriterlerin tüketici beklentisi, şiddet, programın yapısı ve kitle iletişim olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmadan yola çıkılarak yapılabilecek çalışmalar olarak en çok izlenen diziler belirlenip bu kriterlere göre karşılaştırılabilir ve bir sıralama elde edilebilir. Bu karşılaştırmada da diğer çok ölçütlü karar verme yöntemleri kullanılabilir. Ayrıca kriterlerin karşılaştırılmasında da diğer çok ölçütlü karar verme yöntemleri ile ağırlıklandırma yapıp sonuçları karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

Ariel, A., & Timor, O. (2013). Hanging in the balance: Endogenous Anti-Inflammatory Mechanisms In Tissue Repair and Fibrosis. *The Journal of Pathology*, 229(2), 250-263.

Batı, U. (2017). Aşk-ı memnu'nun kitabı da çıkmış (!):“edebi bir eserin tv melodramı olarak profili. *International Journal of Tv Serial Narratives*, 55-77.

- Binark, M. ve Bek, M.G. (2007). Eleştirel medya okuryazarlığı: Kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar. *Elementary Education Online*, 9(1), 3-5.
- Cesur, S. ve Paker, O. (2007). Televizyon ve çocuk: çocukların tv programlarına ilişkin tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(9), 106-125.
- Ceylan, Y. (2012). Toplumsal değerler ve medya etiği. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 45-58.
- Dilber, F. (2017). Kitle iletişim araçları ve suç olgusu. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (1), 60-66.
- Geçer, E. (2015). Türk dizileri üzerine kültürel ve ideolojik bir değerlendirme: “Made in Turkey”. *Mütefekkir*, 2(3), 39-56.
- Güllüoğlu, Ö. (2012). Bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun popüler kültür ürünlerini benimsetme ve yayma işlevi üzerine bir değerlendirme. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 2(4), 64-86.
- Karabıçak, M. (2013). Havayolu taşımacılığı sektöründe topsis yöntemiyle finansal performans değerlendirmesi. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics ve Administrative Sciences*, 18(3), 133-146.
- Kızıлтаş, Ş., Mermi, Ö. S., Alağaç, H. M., Bedir, N. ve Eren, T. (2017). Ana haber bültenlerinin çok kriterli karar verme yöntemleriyle değerlendirilmesi. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 8(15), 346-363.
- Mermi Ö.S., Kızıлтаş Ş., Bedir N., Alağaç, H.M. ve Eren T. (2016). Haber türlerinin TOPSIS ve PARETO Yöntemleriyle Analizi. 17. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu.3(3), 657-658.
- Oruç, C., Tecim, E. ve Özyürek, H. (2011). Okul Öncesi Dönem Çocuğunun Kişilik Gelişiminde Rol Modellik ve Çizgi Filmler. *Ekev Akademi Dergisi*, 15(48), 281-297.
- Ömürbek, V. ve Kınay, Ö. G. B (2013). Havayolu taşımacılığı sektöründe topsis yöntemiyle finansal performans değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3), 11.
- Özmen, C., Er, H. ve Ünal, F. (2014). Televizyon Dizilerinin Tarih Bilinci Üzerine Etkisi "Muhteşem Yüzyıl Dizisi Örneği". *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(25), 409-426.
- RTÜK. (2013). *Televizyon izleme eğilimleri araştırması-3. s. 1-152*. Ankara: RTÜK.
- Şahin, A. (2013). *Eleştirel medya okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Saaty, T. L. (1980). *The analytic hierarchy process: planning, priority setting, resources allocation*. New York: McGraw.

Saaty, T. L., and Vargas, L. G. (1994). Decision making in economic. *Political, Social, and Technological Environments with the Analytic Hierarchy Process*, 1(1), 83-98.

Şengül, Ü., Miraç, E. ve Shiraz, S. E. (2012). Bulanık AHP ile belediyelerin toplu taşıma araç seçimi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 40, 143-165.

Ünür, E. (2013). Türk televizyon dizilerinde toplumsal kimliklerin temsili. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(2), 32-42.