

ÖNSÖZ

Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili olarak kamuoyunda doğan tepki, beğeni ve hassasiyetleri sürekli olarak izlemek ve gerekli yönlendirmelerde bulunmak amacıyla kamuoyu araştırmaları yapmak ve yaptırmak Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kanunla belirlenmiş görevlerinden biridir. Bu görevin yerine getirilmesi için de yasa, kurum bünyesi içerisinde Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı adıyla ana hizmet birimlerinden birini oluşturmuştur.

Televizyonlar için, yayınlarını kimlerin izlediğini, farklı toplum kesimlerinde nasıl karşılandığını, beğeni ve tepkilerle hassasiyet noktalarının neler olduğunu, programların izlenme düzeyi ve bunların çeşitli bağımsız değişkenlere göre nasıl bir tablo oluşturduğunu bilmek önemli bir konudur. Bu tür veriler yayıncılar açısından hem yayınların planlanmasında, hem de yayınların bir kamu hizmeti anlayışı çerçevesinde gerçekleştirebilmelerinde belirleyici rol oynamaktadır. Hiçbir yayıncının toplumun beğeni, tepki ve hassasiyetlerini yansıtan izleme eğilimlerini görmezlikten gelmesi düşünülemez. Bu nedenle periyodik olarak yapılacak bu tür kamuoyu araştırmalarına büyük bir ihtiyaç olduğunu düşünmekteyiz.

RTÜK kurulduğu tarihten bu yana toplumun televizyon izleme eğilimlerini belirleyen herhangi bir kamuoyu araştırması yapamamıştır. Bu konuda kurumun yaptığı ilk çalışma özelliği taşıyan bu araştırmanın ayrı bir anlamı ve önemi vardır. Bu tür araştırmaların periyodik hale getirilmesini, araştırma sonuçlarının yayıncılarla paylaşarak değerlendirilmesi ve yayınların planlanması ve gerçekleştirilmesinde toplumsal beklenti, tepki ve hassasiyetlerin dikkate alınması yoluyla daha sağlıklı bir yayıncılığın tesisine katkıda bulunmayı amaçlamaktayız.

Önümüzdeki aylarda benzer araştırmaları çocukların televizyon izleme eğilimleriyle radyo dinleme eğilimleri konularında yapmayı planlamaktayız. Bu araştırmaların sonuçlarını da öncelikle yayıncılarla ve kamuoyuyla paylaşarak değerlendireceğiz.

Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmasının planlanması ve gerçekleştirilmesinde emeği geçen başta Üst Kurul Üyesi Prof. Dr. Davut Dursun'a, Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanı Perran Beşirli'ye, Üst Kurul uzmanlarından İhsan Şahin ve Şemsettin Gürpınar ile emeği geçen Üst Kurul personeline danışmanlık hizmeti veren teknik ve akademik elemanlara teşekkür ediyor araştırmanın yayıncılar için faydalı olmasını diliyorum.

Dr. A. Zahid Akman
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı

GİRİŞ

AMAÇ

Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi tarafından 22 Aralık 2005 – 5 Ocak 2006 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel amaçları: (a) hafta içi ve hafta sonu günlerde televizyon izleme düzeyinin; (b) hafta içi ve hafta sonu günlerde televizyon izleme saatlerinin; (c) program türlerinin izlenme düzeyi; (d) televizyon, gazete, radyo ve internet ile ilgili güven düzeyinin; (e) televizyonlardaki rahatsız edici yayınların neler olduğunun; (f) reklamların izlenme düzeyinin ve reklamlarda rahatsız edici konuların neler olduğunun; (g) RTÜK'ün bilinme düzeyi ile RTÜK'ten beklentilerin neler olduğunun saptanması olarak belirlenmiştir.

ÖRNEKLEM

Araştırmaya Türkiye genelini temsilen 14 ilde 15 ve daha yukarı yaştaki toplam 4606 kadın ve erkek katılmıştır. Görüşmelerin nerelerde yapılacağı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından çekilmiş ve görüşmelerin kimlerle yapılacağı TÜİK tarafından belirlenen adreslerde sistematik rassal yöntemle belirlenmiştir. Örneklem tamamen rassal (random) olduğu varsayıldığında örneklem büyüklüğü %95 güvenlik düzeyinde ± 2 ile ± 1 arasında bir hata payı ile Türkiye genelini temsil etmektedir. Araştırmaya katılanların özellikleri ile detaylı bilgiler birinci bölümde verilmektedir.

SORULAR

Araştırmada önceden hazırlanmış tam yapılandırılmış bir anket formu kullanılmıştır. Bu anket formunda, ilk olarak, görüşülen kişilere “Hafta içi, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz?” ve “Hafta sonu, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz?” şeklinde iki soru yöneltilmiştir. Cevaplar “a - 1 saat”, “b - 2 saat”, “c - 3 saat”, “d - 4 saat”, “e - 5 saat”, “f

– 6 saat", "g – 7 saat", "h – 8 saat", "ı – 9 saat" ve "i – 10 saat ve üstü" şeklinde kodlanan 10'lu bir ölçek üzerinden alınmıştır.

İkinci olarak, görüşülen kişilere "Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz?" ve "Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz?" şeklinde iki soru yöneltilmiştir. Cevaplar "a – 06-09 arası", "b – 09-12 arası", "c – 12-15 arası", "d – 15-18 arası", "e – 18-21 arası", "f – 21-24 arası", "g – 24-03 arası" ve "h – 03-06 arası" şeklinde alınmıştır.

Üçüncü olarak, görüşülen kişilere 23 program türünü içeren bir liste verilmiştir. Bunlar Açık oturum ve tartışma programları, Belgeseller, Dini programlar, Ekonomi programları, Eğlence, güldürü, talk-showlar, Haber programları, Sır programları, Kültür sanat programları, Magazin programları, Evlilik yarışmaları, Spor programları, Türk filmleri, Türk Halk Müziği, Türk Pop Müziği, Türk Sanat Müziği, Yabancı diziler, Yabancı müzik, Yabancı sinemalar, Yarışma programları, Yerli diziler, Çocuk programları, Kadın programları ve Müzik programlarıdır. Görüşülen kişiden her bir program türünü hangi ölçüde izlediğini belirtmeleri istenmiş ve cevaplar "1 – İzlerim", "2 – Bazen izlerim" ve "3 – Hiç izlemem" şeklinde alınmıştır. Bunun yanı sıra, ilgili program türünü izlediğini veya bazen izlediğini belirten kişilere bu program türünü en çok hangi televizyon kanalından izlediği sorulmuş ve cevaplar açık uçlu olarak alınmıştır.

Dördüncü olarak, görüşülen kişilere "aşağıdaki iletişim araçlarına güveniyor musunuz?" şeklinde bir soru sorularak bir liste verilmiştir. Listede yer alan iletişim araçları televizyon, gazete, radyo ve internettir. Cevaplar "1 – güveniyorum", "2 – güvenmiyorum" ve "3 – fikrim yok" şeklinde kapalı uçlu olarak alınmıştır.

Beşinci olarak, görüşülen kişilere "televizyonda görmekten rahatsız olduğunuz yayınlar nelerdir?" diye sorulmuş ve cevaplar açık uçlu olarak alınmıştır.

Altıncı olarak, görüşülen kişilere "Reklamları seyreder misiniz?" diye sorulmuş ve cevaplar "1 – Gördüğüm zaman tamamını seyrederim", "2 – Gördüğüm zaman bir kısmını seyreder kanal değiştiririm", "3 –

Gördüğümde hemen kanal değiştiririm", "4 – Gördüğümde televizyonu kapatırım" ve "5 – Diğer" şeklinde kapalı olarak alınmıştır. Ayrıca, "Reklamları izlerken sizi en çok rahatsız eden konular nelerdir?" diye sorulmuş ve cevaplar açık uçlu olarak alınmıştır.

Son olarak, görüşülen kişilere RTÜK'ü tanıyıp tanımadıkları, tanıyanlara RTÜK'ün görevleri hakkındaki bilgi düzeyleri, televizyon yayınları hakkında RTÜK'ten beklentilerin neler olduğu, Alo RTÜK 178 hattına herhangi bir şikayet ya da öneri iletip iletmedikleri sorulmuştur.

ANKET FORMU VE UYGULAMA

RTÜK Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığınca, Üst Kurul Üyesi Prof. Dr Davut Dursun'un görüş ve önerileri doğrultusunda hazırlanan anket formu, Ankara ilinde Beypazarı, Ayaş ve Yenikent'te kurum uzmanları tarafından bir ön-teste tabi tutulmuştur. Ön-testte elde edilen sonuçlara göre anket formuna son şekil verildikten sonra saha çalışmasına başlanmıştır. Görüşmeler anket hakkında eğitim alan tecrübeli anketörler tarafından yüz yüze görüşme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Anket formlarında görüşme yapılan kişilerin kimlik bilgileri ile irtibat adres ve telefon numaraları alınmıştır. Her beş anketöre bir saha koordinatörü eşlik etmiş, anketörler tarafından doldurulan anket formları bu saha koordinatörleri tarafından sahada yerinde kontrol edilmiştir. Saha koordinatörleri anketörlerden teslim aldıkları anket formlarını tutanak karşılığında RTÜK adına ilgili bölgede bulunan bölge koordinatörüne teslim etmiştir. Bölge koordinatörü her bir anketör tarafından doldurulan anket formlarının içeriğinin %10'unu telefon ile denetlemiştir. Bölge koordinatörleri ellerindeki anket formlarını ve kontrol dokümanlarını tutanak karşılığında RTÜK Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı'na iletmiştir. RTÜK Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı da her bir bölge koordinatöründen gelen anket formlarının içeriğinin %10'unu telefonla denetlemiş ve denetleme dokümanlarını saklamıştır.

VERİLERİN İŞLENMESİ

Denetleme işlemlerinin tamamlanmasının ardından anket formları bir kod kitapçığı hazırlanarak kodlanmış, sonrasında da Microsoft Excel formatında

bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Analizlerde coğrafi bölgeler, kır ve kent ayrımı, cinsiyet ve yaş değişkenlerine göre ağırlıklandırılmış veriler kullanılmış ve analizler SPSS 11.0 programı ile yapılmıştır. Analizlerde sayı ve yüzde dağılımı ile çapraz tablolar (cross-tabulation) gibi betimsel istatistik teknikleri kullanılmıştır. Çapraz tabloları oluşturan değişkenler arasındaki ilişkilere ise Phi katsayısı, Cramers' V ve Eta katsayısı tekniklerinden uygun olanı ile bakılmıştır. Bu tür büyük örneklemli araştırmalarda kullanılan çıkarsama istatistikleri hemen hemen her durumda anlamlı bir ilişkinin varlığına işaret ederler. Ancak, bir ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olması demek, ilişkinin gücünü göstermez. Bu yüzden, burada her bir teknik için .10'dan daha büyük olan ilişkiler anlamlı kabul edilmiştir. Phi katsayısı sadece iki kategorisi olan iki nominal değişken arasındaki ilişkinin düzeyini gösterir. Cramers' V ise kategori sayısı 2'den fazla olan nominal değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini gösterir. Kategori sayısı iki olduğunda Phi katsayısı ile aynı sonucu verir. Eta ise değişkenlerden biri nominal diğeri ise eşit aralıklı olduğunda iki değişken arasındaki ilişkinin düzeyini gösterir. Her üç tekniğin de alabileceği değerler 0.00 ile 1.00 arasında değişmektedir. 0.00 iki değişken arasında hiçbir ilişkinin olmadığını gösterirken, 1.00 iki değişken arasındaki ilişkinin doğrusallığının mükemmel olduğunu gösterir. Geleneksel olarak 0.33'ün altındaki ilişkiler zayıf, 0.34-0.60 civarındaki ilişkiler orta, 0.61 ve daha yüksek ilişkilerin ise güçlü olduğu varsayılır.

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER

Araştırma sonuçlarının raporlaştırılması, uygun şekil ve tabloların oluşturulması ve bunların kısaca yorumlanması ile yapılmıştır. Çapraz tabloların oluşturulmasında bağımsız değişkenler olarak görüşülen kişinin bulunduğu coğrafi bölge, kent ve kır ayrımı, cinsiyet, yaş grupları, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek grupları ile gelir düzeyi bağımsız değişkenler olarak alınmıştır. Coğrafi bölgeler Marmara, Ege, Akdeniz, İç Anadolu, Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleridir. Nüfusu 20.000 ve daha az olan yerleşim birimleri kır olarak tanımlanmış, bunun üstünde nüfusu olan yerleşim birimleri ise kent kabul edilmiştir. Cinsiyet, doğal olarak, kadın ve erkekten oluşmaktadır. Görüşülen kişilerin yaşları 15-

20, 21-25, 26-30, 31-35, 36-40, 41-50, 51-60 ile 61 ve daha yukarı yaş şeklinde gruplandırılmıştır. Medeni durum olarak evli ile bekarın yanı sıra dul ve boşanmışlar birlikte alınmıştır. Ancak, analizlerin çoğunda evliler ile bekarlar arasındaki farka bakılmıştır. Eğitim düzeyi okur-yazar olmayanlar, okur-yazar olup da okula gitmemişler, ilkokul mezunları ve ortaokul mezunları düşük eğitilmiş, lise mezunları orta eğitilmiş, üniversite ve lisansüstü mezunlar ise yüksek eğitilmiş şeklinde üç gruba ayrılmıştır. Meslek ise esnaf-sanatkar, işçi, ev hanımı/kızı, öğrenci, emekli, memur, profesyonel, çiftçi/balıkçı, diğer ve işsiz şeklinde 10 grupta toplanmıştır. Profesyonel kategorisinde yer alanlar üniversite mezunu olup eğitim aldıkları alanda kendi hesabına ya da ücretli olarak çalışan avukat, doktor, mali müşavir, vb. meslekleri kapsamaktadır. Sayıları yetersiz olduğu için diğer kategorisinde yer alan meslektekiler orta ve üst düzey yöneticiler ile şirket sahibi ve ortaklarıdır. Gelir düzeyi de 500 YTL ve altı, 501-750 YTL, 751-1.000 YTL, 1.001-1.500 YTL, 1.501-2.000 YTL ile 2.001 YTL ve üstü şeklinde altı grup altında toplanmıştır.

RAPOR İÇERİĞİ

Rapor sekiz bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırma bölgelerinin ve örneklemin özellikleri hakkında bilgi verilmektedir. İkinci bölümde hafta içi ve hafta sonu günlerde televizyon izleme düzeyi, üçüncü bölümde ise aynı günlerde televizyon izleme saatleri analiz edilmektedir. Dördüncü bölümde televizyon yayınlarını oluşturan program türleri ve bunların izlendiği kanallar yer almaktadır. Beşinci bölümde, televizyon, gazete, radyo ve internetten oluşan kitle iletişim araçlarına yönelik güven düzeyi incelenmektedir. Altıncı bölümde, televizyonlarda rahatsız edici bulunan yayınlar, yedinci bölümde, reklamların izlenme düzeyi ile reklamlarda rahatsızlık oluşturan konular araştırılmaktadır. Sekizinci bölümde ise, RTÜK ile ilgili olarak kamuoyunda var olan kanaatler ve bilinirlik düzeyi saptanmaktadır.

Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması'nın projelendirilmesi, uygulanması ve sonuçlandırılmasında RTÜK Üyesi Prof. Dr. Davut Dursun, Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanı Perran Beşirli, Üst Kurul Uzmanı İhsan Şahin ve Şemsettin Gürpınar aktif görev almış verilerin analizi ve

raporlaştırılması süreçlerinde Kırıkkale Üniversitesi öğretim elemanlarından Dr. İbrahim Dalmış'tan ve saha uygulaması, denetleme işlemleri ve bilgi işlem sürecinde Pollmark Araştırma Şirket Müdürü Murat Karan'dan danışmanlık hizmeti alınmıştır.

İÇİNDEKİLER

RAPOR ÖZETİ.....	11
BİRİNCİ BÖLÜM	
ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ	23
İKİNCİ BÖLÜM	
HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK TV İZLEME DÜZEYİ.....	35
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK TV İZLEME SAATLERİ	47
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	
PROGRAM TÜRLERİNİN İZLENME DÜZEYİ.....	69
BEŞİNCİ BÖLÜM	
İLETİŞİM ARAÇLARINA GÜVEN DÜZEYİ.....	89
ALTINCI BÖLÜM	
RAHATSIZ EDİCİ YAYINLAR	103
YEDİNCİ BÖLÜM	
REKLAMLAR.....	115
SEKİZİNCİ BÖLÜM	
RTÜK	121

RAPOR ÖZETİ

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLERDE TV İZLEME DÜZEYİ

Hafta içi günlerde TV izleme düzeyi

- ✓ Hafta içi günlerde ortalama televizyon izleme düzeyi 5,09 saattir.
- ✓ İzleyicilerin yarısından fazlası (%57,2'si) hafta içi günlerde 2 ile 5 saat arası televizyon izlediğini belirtmektedir.
- ✓ Hafta içi günlerde 10 saat ve daha fazla televizyon izlediğini belirtenlerin oranı %18,7'dir.
- ✓ Hafta içi ortalama televizyon izleme düzeyi izleyicilerin yaşadığı coğrafi bölgelere göre belirgin farklılaşmalar göstermektedir. En çok televizyon izleyenler İç Anadolu bölgesindekiler iken (5,85 saat) en az televizyon izleyenler Doğu Anadolu bölgesindekilerdir (4 saat).
- ✓ Hafta içi ortalama televizyon izleme düzeyi izleyicilerin mesleğine göre belirgin farklılaşmalar göstermektedir. En çok televizyon izleyenler ev hanımlarıdır (5,75 saat). Buna karşılık, lise ve üniversite öğrencileri, profesyonel serbest meslek erbabı, memurlar, diğer kategorisinde yer alan üst ve orta düzey yöneticiler ile şirket sahibi veya ortağı olanların ortalama televizyon izleme düzeyi 4,41 ile 3,85 saat arasında değişmektedir.
- ✓ Hafta içi ortalama televizyon izleme düzeyi izleyicilerin gelir düzeyine göre belirgin farklılaşmalar göstermektedir. En çok televizyon izleyenler 1.001-1.500 YTL arasında geliri olanlardır (5,34 saat). Bu gelir grubu göz ardı edildiğinde, gelir düzeyi ile televizyon izleme düzeyi arasında negatif bir korelasyon gözlenmektedir. En az televizyon izleyenler 2.001 YTL ve daha fazla geliri olanlardır (4,27 saat).

Hafta sonu günlerde TV izleme düzeyi

- ✓ Hafta sonu günlerde ortalama televizyon izleme düzeyi 5,15 saattir.

- ✓ İzleyicilerin yarısından fazlası (%52) hafta sonu günlerde 2-5 saat arası televizyon izlediğini belirtmektedir.
- ✓ Hafta sonu günlerde 10 saat ve daha fazla televizyon izlediğini belirtenlerin oranı %14,8'dir.
- ✓ Hafta sonu ortalama televizyon izleme düzeyi izleyicilerin yaşadığı coğrafi bölgelere göre belirgin farklılaşmalar göstermektedir. En çok televizyon izleyenler İç Anadolu bölgesindekiler iken (5,52 saat) en az televizyon izleyenler Doğu Anadolu bölgesindekilerdir (4,79 saat). Ancak, hafta içi günlerdeki televizyon izleme düzeyindeki farklılaşmalara göre bunlar daha düşük farklılaşmalardır.
- ✓ Hafta sonu ortalama televizyon izleme düzeyi izleyicilerin mesleğine göre belirgin farklılaşmalar göstermektedir. En çok televizyon izleyenler ev hanımlarıdır (5,90 saat). Buna karşılık, lise ve üniversite öğrencileri, profesyonel serbest meslek erbabı, memurlar, diğer kategorisinde yer alan üst ve orta düzey yöneticiler ile şirket sahibi veya ortağı olanların ortalama televizyon izleme düzeyi 4,77 ile 3,86 saat arasında değişmektedir.

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLERDE TV İZLEME SAATLERİ

Hafta içi günlerde TV izleme saatleri

- ✓ İzleyicilerin yaklaşık %60'ı hafta içi günlerde 18-21 ve 21-24 saatleri arasında TV izlemektedir.
- ✓ Hafta içi günlerde saat 09 ile 18 arasında televizyon izlediğini belirtenlerin oranı %17 ile %21 arasında değişmektedir.
- ✓ Hafta içi televizyon izleyenlerin oranının en düşük olduğu saatlerin 03-06 ile 06-09 arası olduğu gözlenmektedir (sırasıyla oranlar 1,4 ve 5,9).
- ✓ Hafta içi televizyon izleme saatleri izleyicinin yaşadığı coğrafi bölgeye göre belirgin farklılaşmalar göstermektedir. 06-09 saatleri arasında

televizyon izleyenlerin oranının en yüksek olduğu bölge Akdeniz'dir. 09-12 ve 18-21 saatleri arasında televizyon izleyenlerin oranının en yüksek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur. 21-24, 24-03 ve 03-06 saatleri arasında televizyon izleyenlerin oranının en yüksek olduğu bölge ise Ege'dir.

- ✓ Saat 09'dan 18'e, yani gündüz saatlerinde, televizyon izleyen kadınların oranı erkeklerin oranından daha fazladır.
- ✓ Saat 06'dan 18'e, yani gündüz saatlerinde, televizyon izleme oranı en yüksek olanlar 51-60 ile 61 ve daha yukarı yaştakilerdir. 18-21 saatleri arasında yukarıdakilere 41-50 yaş grubu da katılmaktadır. 21-24 saatleri arasında ise bu gruplar arasında televizyon izleyenlerin oranı düşmekte, bunların yerine 21-40 yaştakiler arasında televizyon izleyenlerin oranı artmaktadır.
- ✓ Saat 09'dan 21'e kadar televizyon izleyenler arasında evli olanların oranı bekar olanların oranından yüksektir. 21'den 06'ya kadar ise televizyon izleyenler arasında bekar olanların oranı evli olanlara kıyasla daha yüksektir.
- ✓ Saat 09'dan 21'e kadar televizyon izleyenler arasında düşük eğitimlilerin oranı orta eğitimlilerden, orta eğitimlilerin oranı da yüksek eğitimlilerden daha yüksektir. 21-24 saatleri arasında ise yüksek eğitimlilerin oranı orta eğitimlilerden, orta eğitimlilerin oranı da düşük eğitimlilerden daha yüksektir.
- ✓ Saat 06'dan 21'e kadar televizyon izleyenler arasında ev hanımı, emekli, işsiz olanların oranı en yüksektir. 21-24 saatleri arasında ise mesleki prestiji orta ve yüksek olanlar arasında televizyon izleyenlerin oranı artmaktadır.
- ✓ 06-09 saatleri arasında televizyon izleyenler arasında en yüksek oran 2.000 YTL ve daha üzeri geliri olanlardır, yani en yüksek gelir grubudur. Saat 09-21 arasında ise en çok televizyon izleyenler 500 YTL ve daha az geliri olanlar ile 501-750 YTL arasında geliri olanlardır, yani en düşük

gelir gruplarıdır. 21-24 saatleri arasında televizyon izleyenlerin oranı gelir düzeyi ile paralel olarak artmaktadır.

Hafta sonu günlerde TV izleme saatleri

- ✓ İzleyicilerin yaklaşık %60'ı hafta sonu günlerde 18-21 ve 21-24 saatleri arasında TV izlemektedir.
- ✓ Hafta sonu günlerde saat 09 ile 18 arasında televizyon izlediğini belirtenlerin oranı %17 ile %24 arasında değişmektedir.
- ✓ Hafta sonu televizyon izleyenlerin oranının en düşük olduğu saatlerin 03-06 ile 06-09 arası olduğu gözlenmektedir (sırasıyla oranlar 1,9 ve 3,8).
- ✓ 06-09 saatleri arasında televizyon izleyenlerin oranının en yüksek olduğu bölge Akdeniz'dir. 15-18 saatleri arasında Karadeniz ve Doğu Anadolu'da, 18-21 saatleri arasında ise Karadeniz ve İç Anadolu'da televizyon izleyenlerin oranı diğer bölgelere kıyasla daha düşüktür. 21-24, 24-03 ve 03-06 saatleri arasında televizyon izleyenlerin oranının en yüksek olduğu bölgeler Marmara ve Ege'dir.
- ✓ Hafta sonu günlerde 09-15 saatleri arasında kadınlar erkeklere kıyasla daha çok televizyon izlemektedir.
- ✓ Hafta sonu günlerde 06-09 ile 18-21 saatleri arasında en çok televizyon izleyenler 41 ve daha yukarı yaş gruplarındakilerdir. 21-24 saatleri arasında ise en çok televizyon izleyenler 21-40 arası yaş gruplarındakilerdir.
- ✓ Hafta sonu günlerde 09-15 ve 18-21 saatleri arasında evliler bekarlara kıyasla daha çok televizyon izlemektedir.
- ✓ Hafta sonu günlerde 09-15 ve 18-21 saatleri arasında düşük eğitimliler televizyon izleme oranı orta eğitimlilere göre, orta eğitimliler de yüksek eğitimlilere kıyasla daha çok televizyon izlemektedir.

- ✓ Hafta sonu günlerde 09-21 saatleri arasında en çok televizyon izleyenler ev hanımları, emekliler ve esnaf-sanatkarlardır. 21-24 saatleri arasında ise işçiler, esnaf-sanatkarlar, profesyoneller ve memurlar daha çok televizyon izlemektedir.

PROGRAM TÜRLERİNİN İZLENME DÜZEYİ

- ✓ Program türlerinin izlenme düzeyi şöyledir: Haber programları %74,8, yerli diziler %56,8, eğlence-güldürü-talk show %42,2, belgeseller %40,8, yabancı sinemalar %40,8, dini programlar %40,5, açık oturum ve tartışma programları %40,4, Türk filmleri %37,3, sır programları %34,7, yarışma programları %32,1, spor programları %30, müzik programları %28,2, Türk halk müziği %28,1, kültür-sanat programları %21,3, Türk pop müziği %20,9, Türk sanat müziği %20,8, magazin programları %18,2, ekonomi programları %15,4, yabancı diziler %14,4, yabancı müzik %12,4, çocuk programları %11,2, kadın programları %10,8 ve evlilik yarışmaları %6,8.
- ✓ Açık oturum ve tartışma programlarının, belgesellerin, ekonomi programlarının, kültür-sanat programlarının, magazin programlarının, evlilik yarışmalarının, Türk filmlerinin, Türk halk müziği programlarının, Türk pop müziği programlarının, yarışma programlarının, çocuk programlarının ve müzik programlarının izlenme düzeyinin en yüksek olduğu bölge Akdeniz; dini programların izlenme düzeyinin en yüksek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu; eğlence-güldürü-talk show programlarının, haber programlarının, Türk sanat müziği programlarının, yabancı müzik programlarının, yabancı sinemaların ve yerli dizilerin izlenme düzeyinin en yüksek olduğu bölge Ege; sır programlarının izlenme düzeyinin en yüksek olduğu bölge Doğu Anadolu; spor programlarının ve kadın programlarının izlenme düzeyinin en yüksek olduğu bölge Karadeniz; yabancı dizilerin izlenme düzeyinin en yüksek olduğu bölge ise Marmara'dır.

- ✓ Yerli dizileri, kadın programlarını, eğlence-güldürü-talk show programlarını, magazin programlarını, Türk pop müziği programlarını, sır programlarını, evlilik yarışmalarını, yarışma programlarını, müzik programlarını ve Türk filmlerini kadınlar erkeklere kıyasla daha çok izlemektedir. Buna karşılık, yabancı sinemaları, haber programlarını, ekonomi programlarını, belgeselleri, açık oturum ve tartışma programlarını erkekler kadınlara kıyasla daha çok izlemektedir.
- ✓ Yaş ilerledikçe izlenme oranı artan program türleri açık oturum ve tartışma programları, dini programlar, ekonomi programları, haber programları, Türk halk müziği, Türk sanat müziği ve kadın programlarıdır. Yaş ilerledikçe izlenme oranı düşen program türleri eğlence-güldürü-talk show programları, magazin programları, spor programları, Türk pop müziği, yabancı diziler, yabancı müzik, yabancı sinema, çocuk programları ve müzik programlarıdır. İzlenme oranı orta yaşlarda yükselen program türleri ise belgeseller ve kültür-sanat programlarıdır.
- ✓ Dini programlar, haber programları, Türk halk müziği, Türk sanat müziği, sır programları, kadın programları ve ekonomi programları bekarlara kıyasla evliler tarafından daha çok izlenmektedir. Yabancı diziler, spor programları, magazin programları, yabancı sinemalar, yabancı müzik, eğlence-güldürü-talk show programları, Türk pop müziği ve müzik programları ise evlilere kıyasla bekarlar tarafından daha çok izlenmektedir.
- ✓ Eğitim düzeyi yükseldikçe izlenme düzeyi artan program türleri yabancı sinemalar, açık oturum ve tartışma programları, kültür-sanat programları, yabancı müzik, belgeseller, ekonomi programları, Türk pop müziği, spor programları, müzik programları ve yabancı dizilerdir. Eğitim düzeyi yükseldikçe izlenme düzeyi düşen program türleri ise Türk filmleri, evlilik yarışmaları, kadın programları, dini programlar ve sır programlarıdır.
- ✓ Açık oturum ve tartışma programları ile kültür-sanat programları en çok memurlar tarafından; belgeseller ve yabancı diziler en çok

profesyoneller tarafından; dini programlar ve evlilik yarışmaları en çok ev hanımları tarafından; ekonomi programları, Türk halk müziği ve Türk sanat müziği programları en çok emekliler tarafından; eğlence-güldürü-talk show programları, haber programları, Türk filmleri, yabancı sinemalar ve yerli diziler en çok orta ve üst düzey yönetici ve şirket sahibi ve ortağı olanlar tarafından; sır programları ve yarışma programları en çok çiftçi ve balıkçılar tarafından; magazin programları, Türk pop müziği programları, yabancı müzik programları, çocuk programları ve müzik programları en çok öğrenciler tarafından; ve spor programları en çok esnaf-sanatkarlar tarafından izlenmektedir.

- ✓ Gelir düzeyi yükseldikçe izlenme düzeyi yükselen program türleri yabancı sinema, kültür-sanat programları, yabancı müzik, açık oturum ve tartışma programları, Türk pop müziği, belgeseller, ekonomi programları, müzik programları, eğlence-güldürü-talk show programları, yabancı diziler ve yarışma programlarıdır. Gelir düzeyi yükseldikçe izlenme düzeyi düşen program türleri ise dini programlar, sır programları, kadın programları ve evlilik yarışmalarıdır. Geliri 500 YTL ve altı olanlarda magazin programlarını izleme oranı yüzde 16,1 iken geliri 2001 YTL ve üzeri olanlarda magazin programlarını izleme oranı yüzde 24,9'dur. Geliri 500 YTL ve altı olanlarda müzik programlarını izleme oranı yüzde 23,1 iken geliri 2001 YTL ve üzeri olanlarda müzik programlarını izleme oranı yüzde 36,1'dir. Geliri 500 YTL ve altı olanlar arasında Türk Halk Müziği programlarını izleme oranı yüzde 29,5 iken geliri 2001 YTL ve üzeri olanlarda Türk Halk Müziği programlarını izleme oranı yüzde 25,4'tür. Geliri 500 YTL ve altı olanlarda Türk Pop Müziği programlarını izleme oranı yüzde 14,7 iken geliri 2001 YTL ve üzeri olanlarda Türk Pop Müziği programlarını izleme oranı yüzde 29,2'dir. Geliri 500 YTL ve altı olanlarda Türk Sanat Müziği programlarını izleme oranı yüzde 19,4 iken geliri 2001 YTL ve üzeri olanlarda Türk Sanat Müziği programlarını izleme oranı yüzde 31,0'e yükselmektedir. Geliri 500 YTL ve altı olanlarda yabancı müzik programlarını izleme oranı

yüzde 6,6 iken, geliri 2001 YTL ve üzeri olanlarda yabancı müzik programlarını izleme oranı yüzde 19,2'dir.

- ✓ Televizyonda özellikle yayınlanması istenen program türleri şöyledir: Haber programları %34,8, yerli diziler %32,9, müzik-eğlence programları %31,1, açık oturum ve tartışma programları %27,1, yabancı sinemalar %25,7, dini programlar %25,5, yarışma programları %25,1, Türk filmleri %23,2, spor programları %17,9, yardım programları %12, magazin programları %11,5, eğitici programlar %6,9, çizgi filmler %6,7, beldeleri tanıtmaya yönelik programlar %4,9, aktüalite programları %1,2, anadilde yayın yapan programlar %0,4, kadın programları %0,4, kültür-sanat programları %0,3 ve yabancı diziler %0,1.

İLETİŞİM ARAÇLARINA GÜVEN DÜZEYİ

- ✓ İletişim araçlarına güvenenlerin ve güvenmeyenlerin oranı sırasıyla şöyledir: Televizyona güvenenlerin oranı %56,7 güvenmeyenlerin oranı %34; gazeteye güvenenlerin oranı %56,5, güvenmeyenlerin oranı %29,9; radyoya güvenenlerin oranı %52,6, güvenmeyenlerin oranı %24,4; internete güvenenlerin oranı %44,2, güvenmeyenlerin oranı %17.
- ✓ Belirtilen iletişim araçlarına güven düzeyinin en yüksek olduğu bölge Ege'dir.
- ✓ Kadınlar erkeklere kıyasla gazeteye daha çok güvenmekte, erkekler ise kadınlara kıyasla internete daha çok güvenmektedir.
- ✓ Gazete ve internete güvenme düzeyi yaş ilerledikçe azalmakta, televizyona güvenme ise artmaktadır.
- ✓ Bekarlar gazete ve internete, evliler ise televizyona birbirlerine kıyasla daha çok güvenmektedir.
- ✓ Eğitim düzeyi yükseldikçe televizyon, gazete ve radyoya güven düzeyi düşmekte, internete güven düzeyi ise artmaktadır.

- ✓ İnternete en çok güvenen grup öğrenciler ve profesyonel serbest meslek erbabıdır.
- ✓ Gelir düzeyi yükseldikçe televizyon, gazete ve radyoya güven düzeyi düşmekte, internete güven düzeyi ise yükselmektedir.

RAHATSIZ EDİCİ YAYINLAR

- ✓ Televizyonda görmekten en rahatsız olunan yayınlar şöyle sıralanmaktadır: Magazin ve dedikodu programları %16, evlilik, dans, vb yarışma programları %14,1, müstehcenlik %12,5, kadın programlarının seviyesinin düşük olması %12,3, şiddet ve korku içeren programlar %5,6, reklamların aşırı olması %5,4, belirli (marka olarak belirtilen) programlar %2,7, spor programları %2,3, dini hissiyatı istismar eden programlar %2,1, belirli siyasi görüşlerin baskın hale getirilmesi %1,5, aktüel programlar/sır programları %0,9, haber programları %0,8, pembe diziler %0,8, tartışma programlarının seviyesinin düşük olması %0,8, eğlence programlarının seviyesinin düşük olması %0,7, kültürel yabancılaşılmaya yol açan programlar %0,5, çocuk programlarının aşırı olması %0,4, tekrarlanan diziler, filmler, vb. %0,3, asparagas haberler %0,3, müzik programları %0,2, belirli kanallar %0,2 ve belgeseller %0,1. Televizyondaki yayınların hiçbirinden rahatsız olmayanların oranı da %19,4'tür.

REKLAMLAR

- ✓ Televizyon izlerken reklamların çıkması durumunda tamamını seyrettiğini belirtenlerin oranı %19,5'tir.
- ✓ Televizyon izlerken reklamların çıkması durumunda bir kısmını seyredip sonra kanal değiştirdiğini belirtenlerin oranı %34,6'dır.
- ✓ Televizyon izlerken reklamların çıkması durumunda hemen kanal değiştirdiğini belirtenlerin oranı %40,4'tür.

- ✓ Televizyon izlerken reklamların çıkması durumunda televizyonu kapattığını belirtenlerin oranı %3'tür.
- ✓ Kadınlar erkeklere kıyasla reklamları daha çok izlemektedir.
- ✓ Reklamlarda en çok rahatsız eden konular şöyledir: Uzun ve sıkıcı olması %26,1, müstehcenlik ve kadınların kullanılması %7,8, çok sık olması %7,4, ürünlerin abartılması %6,8, programları yarıda kesmesi %4,4, konularının basit olması %3, çocukların hedef alınması %2,2, tüketimi özendirme %1,4, tüketiciyi yanlış yönlendirmesi %1,2, kadınlara yönelik reklamlar olması %1,1, ortalama insana hitap etmemesi %0,7, kredi kartı kullanımını teşvik etmesi %0,5, dizilerin tanıtımı %0,3, argo kelimeler kullanılması %0,2, ünlülerin kullanılması %0,2, prezervatif reklamları %0,1, rakipleri eleştirmeleri %0, diğer %2. Bunların dışında reklamları herhangi bir neden olmaksızın sevmediğini belirtenlerin oranı %4,2, reklamlardaki hiçbir şeyden rahatsız olmadığını belirtenlerin oranı ise %30,2'dir.

RTÜK

- ✓ RTÜK'ün adını duyanların oranı %81,4'tür.
- ✓ RTÜK'ün adını duyanların en çok olduğu bölge Ege (%90,3), en az olduğu bölge ise Doğu Anadolu'dur (%61,3).
- ✓ Kentlerde kırsal bölgelere kıyasla, erkekler kadınlara kıyasla, gençler ve orta yaşlılar ileri yaşlılara kıyasla, bekarlar evlilere kıyasla, orta ve yüksek eğitimliler düşük eğitimlilere kıyasla, mesleki prestiji yüksek olanlar mesleki prestiji düşük olanlara kıyasla, yüksek gelir düzeyindekiler düşük gelir düzeyi olanlara kıyasla RTÜK'ü daha çok bilmektedir.
- ✓ RTÜK'ün radyo ve televizyon yayınlarını denetlediğini bilenlerin oranı %53,1'dir. RTÜK'ün radyo ve televizyonlara ceza verdiğini söyleyenlerin oranı %13,3'tür. RTÜK'ün radyo ve televizyon yayınlarını içerik ve teknik olarak düzenlediğini söyleyenlerin oranı %5,7'dir. RTÜK'ün görevlerini bilmeyenlerin oranı da %27,9'dur.
- ✓ RTÜK'ün daha aktif olmasını isteyenler %34,7, hızlı ceza vermesini isteyenler %8,7, yetkilerinin artırılmasını isteyenler %8,7, RTÜK'e gerek olmadığını düşünenler %4,5, RTÜK'ün hiç ceza vermemesi gerektiğini düşünenler %2,7'dir.
- ✓ Bugüne kadar ALO RTÜK 178 hattını kullandığını belirtenlerin oranı %2,9'dur.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde araştırma bölgeleri ve araştırmaya katılanların genel özellikleri hakkında bilgiler yer almaktadır.

Aşağıda ilk olarak araştırmaya katılanların coğrafi bölgelere, illere, ilçelere ve yerleşim biriminin kent veya kır olmasına göre sayısını gösteren detaylı bir tablo yer almaktadır.

Bundan sonra hem örneklem hakkında daha genel bilgi vermek hem de araştırmada kullanılacak bağımsız değişkenleri tanıtmak amacıyla örneklemin coğrafi bölgelere göre dağılımı, kent/kır ayırımına göre dağılımı, ve son olarak da demografik ve sosyo-ekonomik değişkenlere göre dağılımı verilmektedir.

Tablo 1.1

Coğrafi bölgelere, illere, ilçelere ve yerleşim biriminin kent/kır olmasına göre araştırmaya katılanların sayısı

COĞRAFI BÖLGE	İL	İLÇE	KENT (Sayı)	KIR (Sayı)	TOPLAM (Sayı)
MARMARA			1808	108	1916
	BURSA		256	30	286
		Gemlik	15	15	30
		İnegöl	15	15	30
		Keles	15	0	15
		Mustafa Kemal Paşa	15	0	15
		Nilüfer	15	0	15
		Orhangazi	15	0	15
		Osmangazi	91	0	91
		Yıldırım	75	0	75
	EDİRNE		33	16	49
		Keşan	16	16	32
		Edirne Merkez	17	0	17
	İSTANBUL		1519	62	1581
		Avcılar	45	0	45
		Bağcılar	78	0	78
		Bahçelievler	82	0	82
		Bakırköy	47	0	47
		Bayrampaşa	33	0	33
		Beşiktaş	48	0	48
		Beykoz	15	0	15
		Beyoğlu	30	0	30
		Büyükkçekmece	104	15	119
		Çatalca	0	15	15

Tablo 1.1 (devam)

Coğrafi bölgelere, illere, ilçelere ve yerleşim biriminin kent/kır olmasına göre araştırmaya katılanların sayısı

COĞRAFI BÖLGE	İL	İLÇE	KENT (Sayı)	KIR (Sayı)	TOPLAM (Sayı)
		Eminönü	15	0	15
		Esenler	46	0	46
		Eyüp	29	0	29
		Fatih	62	0	62
		Gaziosmanpaşa	71	0	71
		Güngören	46	0	46
		Kadıköy	141	0	141
		Kağıthane	50	0	50
		Kartal	60	0	60
		Küçükçekmece	76	0	76
		Maltepe	62	0	62
		Pendik	48	0	48
		Sarıyer	29	0	29
		Silivri	0	15	15
		Sultanbeyli	34	0	34
		Şişli	51	0	51
		Tuzla	15	0	15
		Ümraniye	104	17	121
		Üsküdar	69	0	69
		Zeytinburnu	29	0	29
EGE			427	51	478
	İZMİR		427	51	478
		Aliağa	15	0	15
		Balçova	15	0	15
		Bornova	61	0	61

Tablo 1.1 (devam)

Coğrafi bölgelere, illere, ilçelere ve yerleşim biriminin kent/kır olmasına göre araştırmaya katılanların sayısı

COĞRAFI BÖLGE	İL	İLÇE	KENT (Sayı)	KIR (Sayı)	TOPLAM (Sayı)
		Buca	52	0	52
		Çiğli	16	0	16
		Dikili	0	15	15
		Gaziemir	0	15	15
		Güzelbahçe	14	0	14
		Karaburun	0	7	7
		Karşıyaka	61	0	61
		Kemalpaşa	15	0	15
		Konak	116	0	116
		Menemen	16	14	30
		Ödemiş	16	0	16
		Tire	15	0	15
		Urla	15	0	15
AKDENİZ			524	203	727
	ADANA		274	45	319
		Aladağ	0	15	15
		Ceyhan	15	0	15
		Kozan	16	0	16
		Pozantı	16	0	16
		Seyhan	176	0	176
		Tufanbeyli	0	15	15
		Yüreğir	51	15	66
	ANTALYA		157	68	225
		Alanya	36	3	39

Tablo 1.1 (devam)

Coğrafi bölgelere, illere, ilçelere ve yerleşim biriminin kent/kır olmasına göre araştırmaya katılanların sayısı

COĞRAFI BÖLGE	İL	İLÇE	KENT (Sayı)	KIR (Sayı)	TOPLAM (Sayı)
		Elmalı	0	1	1
		Kaş	0	15	15
		Kemer	0	12	12
		Manavgat	24	0	24
		Antalya Merkez	97	20	117
		Serik	0	17	17
	HATAY		93	90	183
		Belen	0	14	14
		Hassa	0	30	30
		İskenderun	28	16	44
		Antakya Merkez	36	15	51
		Reyhanlı	14	0	14
		Samandağ	15	0	15
		Yayladağı	0	15	15
İÇ ANADOLU			712	180	892
	ANKARA		545	43	588
		Altındağ	64	0	64
		Çankaya	122	0	122
		Elmadağ	15	16	31
		Etimesgut	15	0	15
		Gölbaşı	18	0	18
		Keçiören	90	11	101
		Mamak	66	16	82
		Polatlı	16	0	16

Tablo 1.1 (devam)

Coğrafi bölgelere, illere, ilçelere ve yerleşim biriminin kent/kır olmasına göre araştırmaya katılanların sayısı

COĞRAFI BÖLGE	İL	İLÇE	KENT (Sayı)	KIR (Sayı)	TOPLAM (Sayı)
		Sincan	44	0	44
		Yenimahalle	95	0	95
	KONYA		167	137	304
		Akşehir	17	0	17
		Beyşehir	15	31	46
		Bosna	0	15	15
		Çumra	0	15	15
		Ereğli	15	0	15
		Hadım	0	14	14
		Ilgın	15	0	15
		Karatay	30	0	30
		Kulu	0	15	15
		Meram	30	0	30
		Selçuklu	45	15	60
		Seydişehir	0	15	15
		Tuzlukçu	0	17	17
KARADENİZ			153	115	268
	SAMSUN		84	69	153
		Bafra	15	15	30
		Çarşamba	15	0	15
		Havza	0	15	15
		Samsun Merkez	54	24	78
		Tekkeköy	0	15	15

Tablo 1.1 (devam)

Coğrafi bölgelere, illere, ilçelere ve yerleşim biriminin kent/kır olmasına göre araştırmaya katılanların sayısı

COĞRAFI BÖLGE	İL	İLÇE	KENT (Sayı)	KIR (Sayı)	TOPLAM (Sayı)
	TRABZON		69	46	115
		Araklı	0	16	16
		Beşikdüzü	28	0	28
		Trabzon Merkez	41	14	55
		Tonya	0	16	16
DOĞU ANADOLU			136	30	166
	ERZURUM		61	15	76
		Erzurum Merkez	45	15	60
		Pasinler	16	0	16
	VAN		75	15	90
		Gevaş	0	15	15
		Van Merkez	75	0	75
GÜNEYDOĞU ANADOLU			128	31	159
	DIYARBAKIR		128	31	159
		Bismil	16	0	16
		Diyarbakır Merkez	112	0	112
		Çınar	0	31	31
TOPLAM			3888	718	4606

Tablo 1.2
Örneklemin coğrafi bölgelere göre dağılımı

	Sayı	%
Marmara	1916	41,6
Ege	478	10,4
Akdeniz	727	15,8
İç Anadolu	892	19,4
Karadeniz	268	5,8
Doğu Anadolu	166	3,6
Güneydoğu Anadolu	159	3,5
TOPLAM	4606	100,0

Tablo 1.3
Örneklemin kent ve kırsal ayırımına göre dağılımı

	Sayı	%
Kent	3888	84,4
Kırsal	718	15,6
TOPLAM	4606	100,0

Tablo 1.4
Örneklemin demografik özelliklere göre dağılımı

	Sayı	%
CİNSİYET		
Kadın	2082	45,2
Erkek	2524	54,8
YAŞ		
15-20 arası	763	16,6
21-25 arası	710	15,4
26-30 arası	655	14,2
31-35 arası	438	9,5
36-40 arası	562	12,2
41-50 arası	760	16,5
51-60 arası	436	9,5
61 ve daha yukarı	282	6,1
MEDENİ DURUM		
Evli	2715	58,9
Bekar	1727	37,5
Dul / Boşanmış	164	3,6
TOPLAM	4606	100,0

Tablo 1.5

Örneklemin sosyo-ekonomik özelliklere göre dağılımı

	Sayı	%
EĞİTİM DÜZEYİ		
Okur yazar değil	131	2,8
Okur yazar ama okula gitmemiş	116	2,5
İlkokul mezunu	1359	29,5
Ortaokul mezunu	764	16,6
Lise mezunu	1550	33,7
Üniversite mezunu	666	14,5
Lisansüstü mezun	20	0,4
MESLEK		
Esnaf-sanatkar	1102	23,9
İşçi	1082	23,5
Ev hanımı / kızı	990	21,5
Öğrenci	613	13,3
Emekli	322	7,0
Memur	176	3,8
Profesyonel	116	2,5
Çiftçi / Balıkçı	75	1,6
Diğer	14	0,3
İşsiz	116	2,5
TOPLAM	4606	100,0

Tablo 1.5 (devam)

Örneklemin sosyo-ekonomik özelliklere göre dağılımı

	Sayı	%
OTURULAN EVİN MÜLKİYET DURUMU		
Ev sahibi	2860	62,1
Kiracı	1624	35,3
Lojman	24	0,5
Diğer	63	1,4
Cevap vermeyen	35	0,8
AYLIK TOPLAM GELİR		
500 YTL ve altı	1142	24,8
501-750 YTL arası	849	18,4
751-1000 YTL arası	1223	26,6
1001-1500 YTL arası	622	13,5
1501-2000 YTL arası	359	7,8
2001 YTL ve üstü	307	6,7
Cevap vermeyen	104	2,3
EVDEKİ TV SETİ SAYISI		
1 tane	2452	53,2
2 tane	1639	35,6
3 tane	403	8,7
4 ve daha fazla	109	2,4
TV seti olmayan	3	0,1
TOPLAM	4606	100,0

İKİNCİ BÖLÜM

HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK TV İZLEME DÜZEYİ

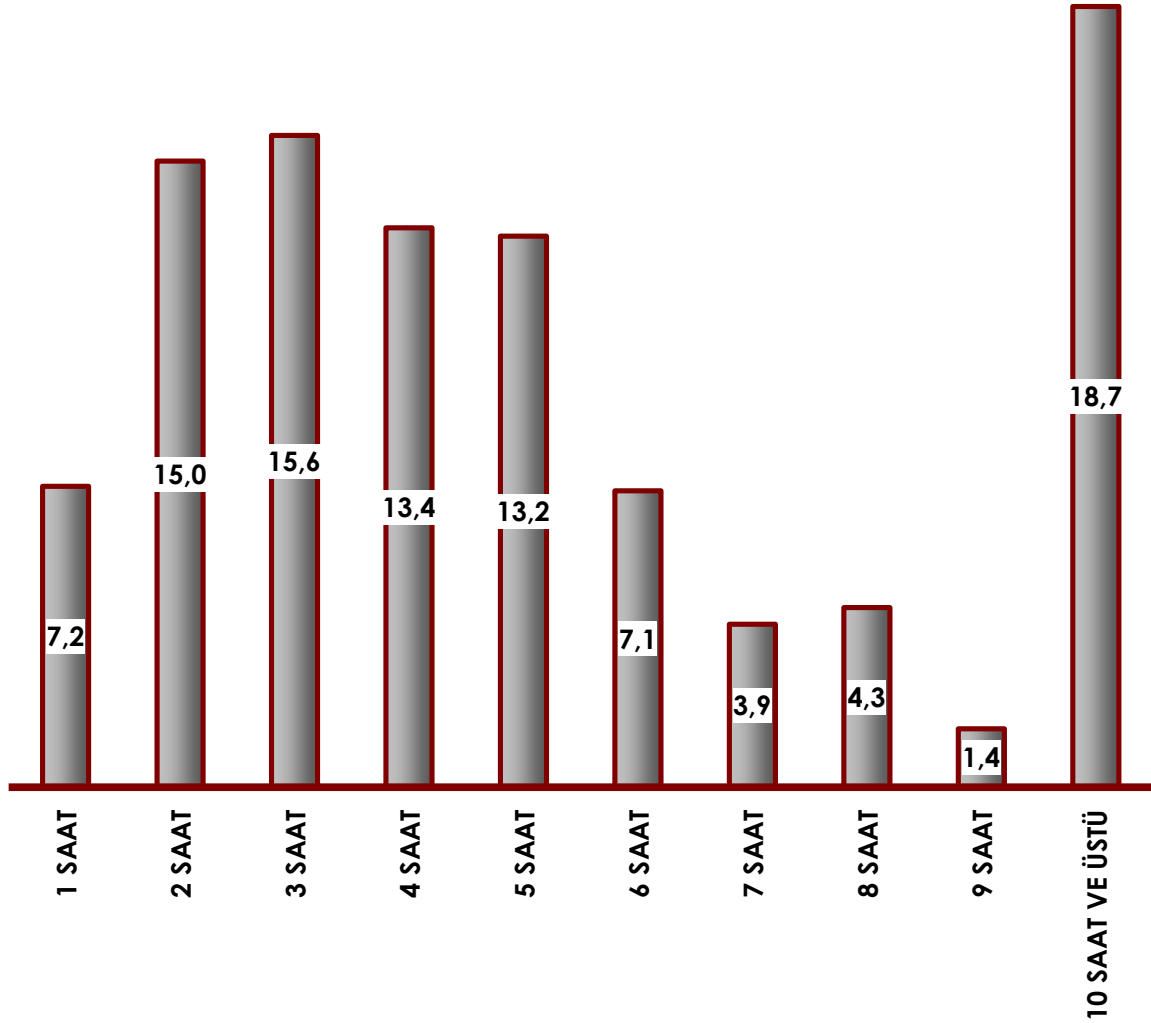
Bu bölümde TV izleme düzeyi ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Görüşülen kişilere “Hafta içi, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz?” ve “Hafta sonu, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz?” şeklinde iki soru yöneltilmiştir. Cevaplar “1 - 1 saat”, “2 - 2 saat”, “3 - 3 saat”, “4 - 4 saat”, “5 - 5 saat”, “6 - 6 saat”, “7 - 7 saat”, “8 - 8 saat”, “9 - 9 saat” ve “10 - 10 saat ve üstü” şeklinde kodlanan 10’lu bir ölçek üzerinden alınmıştır.

Aşağıda bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları ile coğrafi bölgeler, kent ve kırsal ayrımı, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve gelir düzeyi ile ilişkileri incelenmektedir.

Şekil 2.1

Hafta içi, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz? (%)

(Cevap veren sayısı = 4581 kişi)



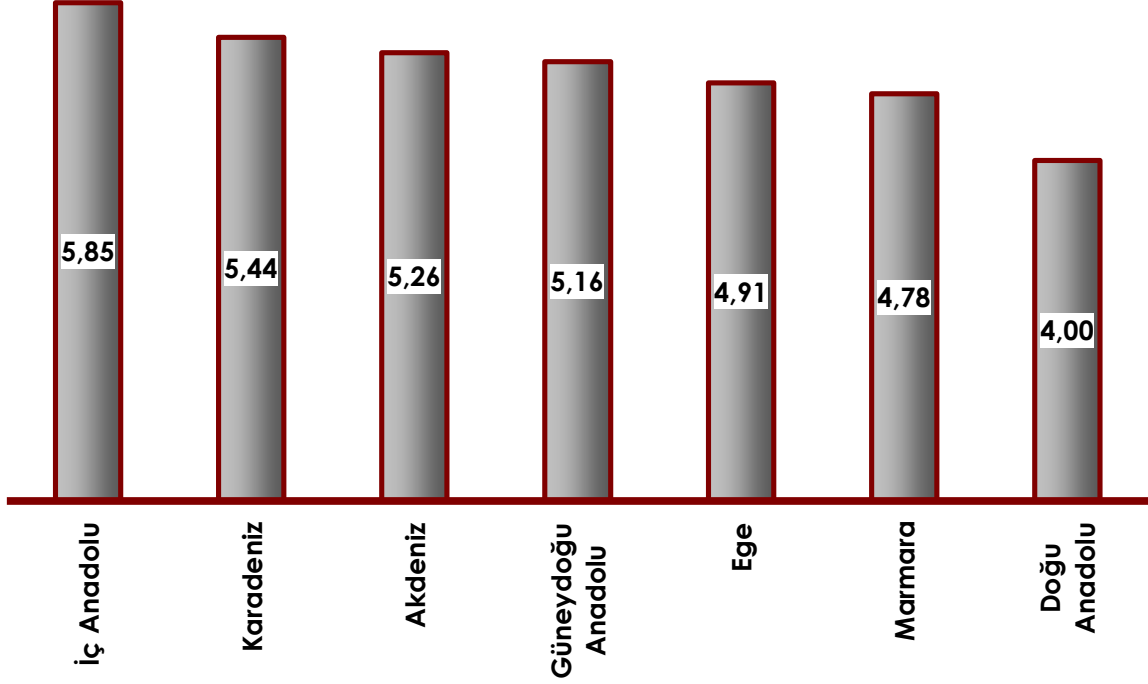
Ortalama = 5,09 saat , Standart sapma = 2,97

TV izleme saatleri arttıkça bu saatlerde TV izleyenlerin oranı düşmektedir. Ancak, 1 saat TV izleyenlerin oranının düşük, buna karşılık 10 saat ve daha fazla TV izlediğini belirtenlerin oranının çok yüksek olması bu düzenliliği bozmaktadır.

Şekil 2.2

Hafta içi, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz? (bölgelere göre dağılım, ortalama)

(Bölgelere göre cevap veren sayısı Marmara = 1905 kişi, Ege = 478 kişi, Akdeniz = 719 kişi, İç Anadolu = 885 kişi, Karadeniz = 267 kişi, Doğu Anadolu = 166 kişi ve Güneydoğu Anadolu = 159 kişi)



Bölgelere göre hafta içi günlük TV izleme düzeyinde anlamlı farklılaşmalar vardır.¹ En çok TV izleyenler İç Anadolu bölgesindekiler iken en az TV izleyenler Doğu Anadolu bölgesindekilerdir.²

Hafta içi günlük TV izleme düzeyi kent ve kır ayırımına göre anlamlı bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar Kent = 5,15 , Kır = 4,97).

Hafta içi günlük TV izleme düzeyi izleyicinin cinsiyetine göre anlamlı bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar Kadın = 5,26 , Erkek = 4,92).

¹ $F(6,4574) = 22,6$, $p = .0001$, $\eta^2 = .17$.

² Burada ve bundan sonra belirtilen tüm farklılıklara *Tukey Honestly Significant Difference* testi ile bakılmıştır ($p \leq .05$) .

Hafta içi günlük TV izleme düzeyi izleyicinin yaşına göre anlamlı bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar 15-20 yaş arası = 4,89, 21-25 yaş arası = 5,03, 26-30 yaş arası = 5,14, 31-35 yaş arası = 5,17, 36-40 yaş arası = 5,15, 41-50 yaş arası = 5,24, 51-60 yaş arası = 5,35, 61 ve daha yukarı = 4,67).

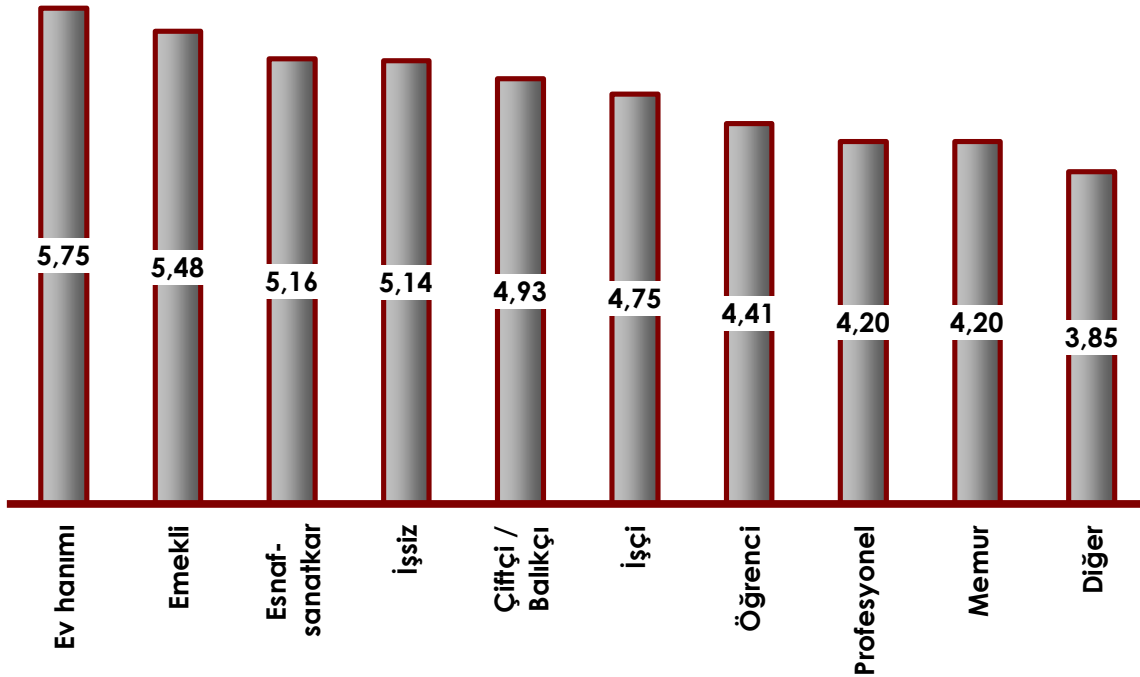
Hafta içi günlük TV izleme düzeyi izleyicinin medeni durumuna göre anlamlı bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar Evli = 5,21, Bekar = 4,81 ve Dul/Boşanmış = 5,72).

Hafta içi günlük TV izleme düzeyi izleyicinin eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar Düşük eğitimliler = 5,20, Orta eğitimliler = 5,14, Yüksek eğitimliler = 4,49).

Şekil 2.3

Hafta içi, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz? (meslek gruplarına göre dağılım, ortalama)

(Mesleklerle ilgili cevap veren sayısı Esnaf-sanatkar = 1098 kişi, İşçi = 1076 kişi, Ev hanımı = 986 kişi, Öğrenci = 605 kişi, Emekli = 321 kişi, Memur = 175 kişi, Profesyonel = 116 kişi, Çiftçi/Balıkçı = 73 kişi, Diğer = 14 kişi ve İşsiz = 115 kişi)

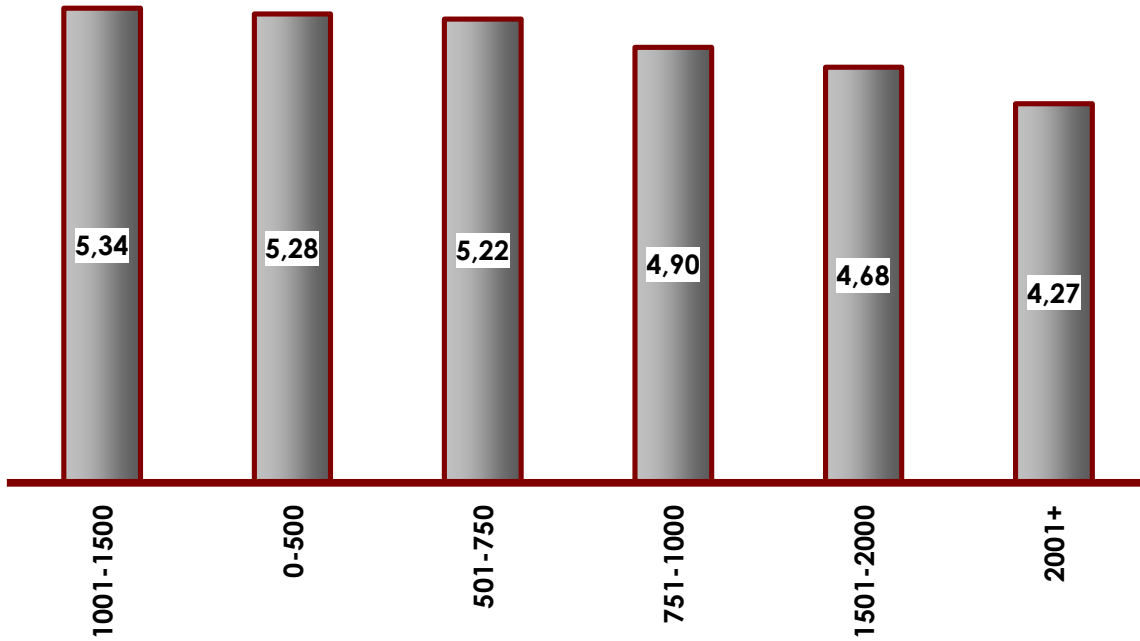


Mesleklere göre hafta içi günlük TV izleme düzeyinde anlamlı farklılaşmalar vardır.³ Ev hanımı ve emekliler diğer tüm meslek gruplarına kıyasla daha fazla TV izlemektedir.

Şekil 2.4

Hafta içi, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz? (gelir düzeyine göre dağılım, ortalama)

(Gelir düzeyine göre cevap veren sayısı 500 YTL ve daha az = 1130 kişi, 501-750 YTL arası = 846 kişi, 751-1000 YTL arası = 1216 kişi, 1001-1500 YTL arası = 621 kişi, 1501-2000 YTL arası = 359 kişi, 2001 YTL ve daha fazla = 305 kişi)



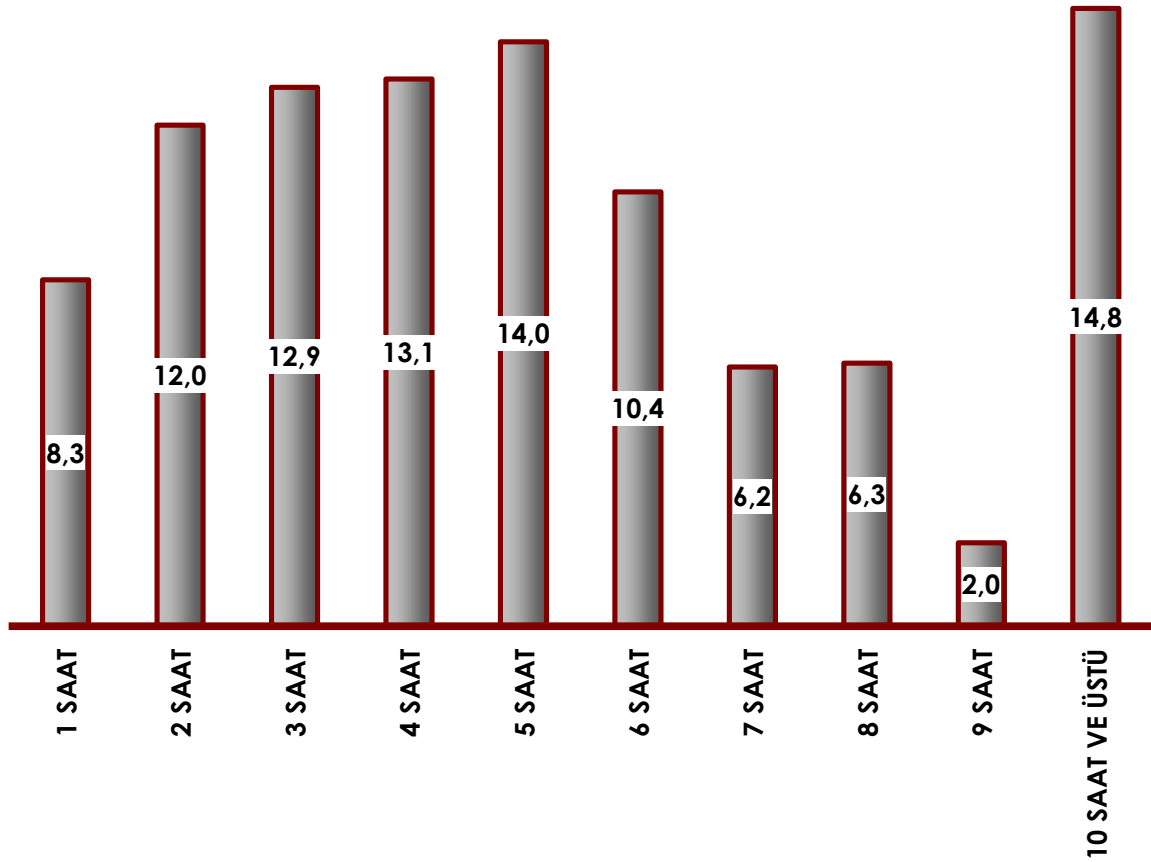
Gelir düzeyine göre hafta içi günlük TV izleme düzeyinde anlamlı farklılaşmalar vardır.⁴ Gelir düzeyi yükseldikçe TV izleme düzeyinde düşüş gözlenmektedir. Ancak, 1001-1500 YTL arası geliri olduğunu belirtenler en yüksek izleme düzeyi ile bu düzenliliği bozmaktadır. 2001 YTL ve daha fazla geliri olduğunu belirtenler ise en az TV izleyen grup olarak gözükmemektedir.

³ $F(9,4571) = 15,8$, $p = .0001$, $\eta^2 = .18$.

⁴ $F(5,4493) = 8,6$, $p = .0001$, $\eta^2 = .10$.

Şekil 2.5**Hafta sonu, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz? (%)**

(Cevap veren sayısı = 4563 kişi)



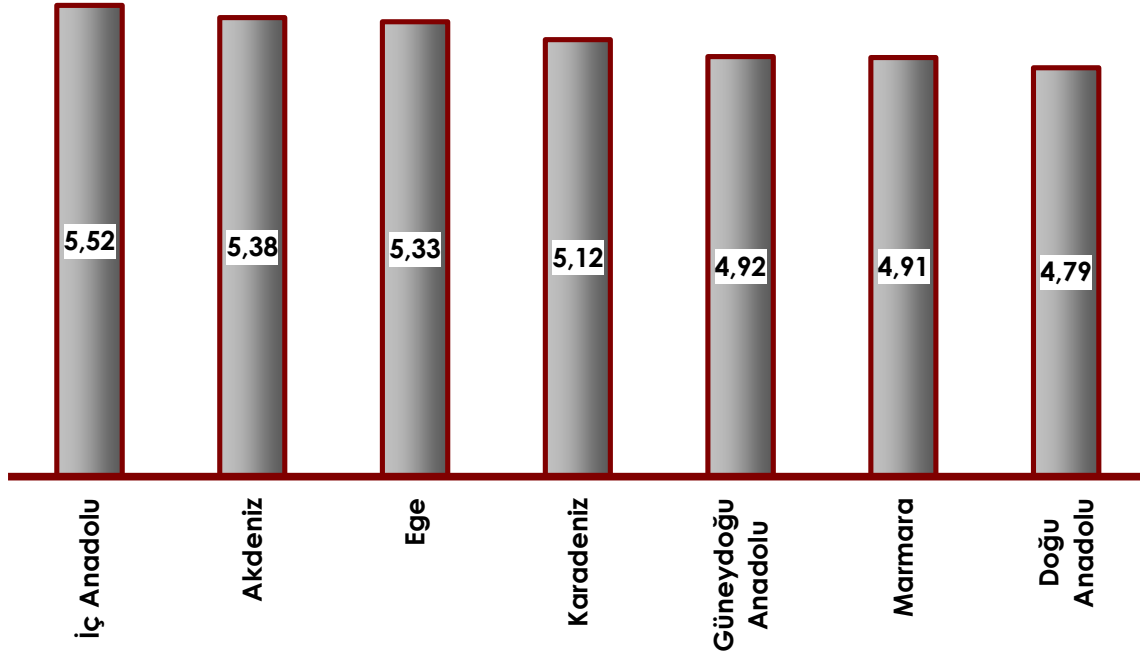
Ortalama = 5,15 saat , Standart sapma = 2,82

Hafta sonları günlük TV izleme düzeyi, 1 saatten 5 saate kadar küçük artışlar, bundan sonra 9 saate kadar oldukça keskin düşüşler göstermektedir. 10 saat ve daha fazla TV izleyenlerin oranının en yüksek oran olması bu ters U tipi ilişkiyi bozmaktadır.

Şekil 2.6

Hafta sonu, günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz? (bölgelere göre dağılım, ortalama)

(Bölgelere göre cevap veren sayısı Marmara = 1883 kişi, Ege = 472 kişi, Akdeniz = 717 kişi, İç Anadolu = 882 kişi, Karadeniz = 265 kişi, Doğu Anadolu = 166 kişi ve Güneydoğu Anadolu = 159 kişi)



Bölgelere göre hafta sonu günlük TV izleme düzeyinde anlamlı farklılaşmalar vardır.⁵ En çok TV izleyenler İç Anadolu bölgesindekiler iken en az TV izleyenler Doğu Anadolu bölgesindekilerdir. Ancak, bölgelerdeki hafta içi günlük TV izlemelerine kıyasla hafta sonu günlük TV izlemeleri arasındaki fark daha az belirgindir.

Hafta sonu günlük TV izleme düzeyi kent ve kır ayırımına göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar Kent = 5,26 , Kır = 4,96).

Hafta sonu günlük TV izleme düzeyi izleyicinin cinsiyetine göre anlamlı bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar Kadın = 5,28 , Erkek = 5,03).

⁵ $F(6,4555) = 13,8$, $p = .0001$, $\eta^2 = .13$.

Hafta sonu günlük TV izleme düzeyi izleyicinin yaşına göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar 15-20 arası = 5,14, 21-25 yaş arası = 5,18, 26-30 yaş arası = 5,35, 31-35 yaş arası = 5,26, 36-40 yaş arası = 5,12, 41-50 yaş arası = 5,15, 51-60 yaş arası = 5,08, 61 ve daha yukarı = 4,81).

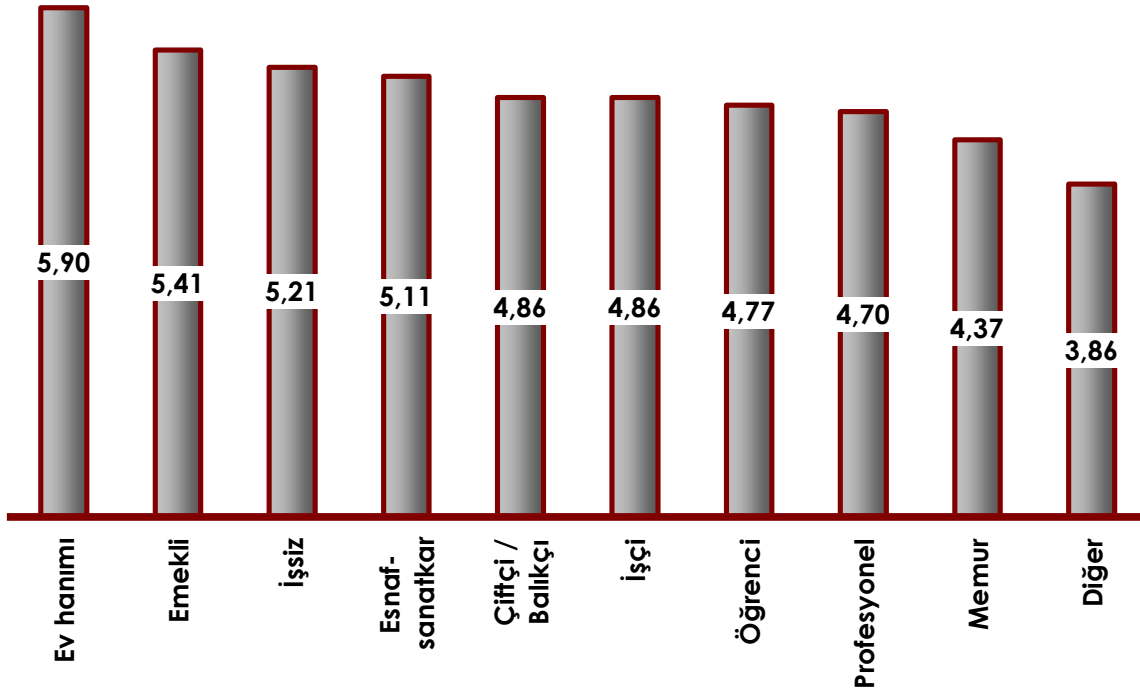
Hafta sonu günlük TV izleme düzeyi izleyicinin medeni durumuna göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar Evli = 5,20, Bekar = 5,02 ve Dul/Boşanmış = 5,65).

Hafta sonu günlük TV izleme düzeyi izleyicinin eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılaşma göstermemektedir (Ortalamalar Düşük eğitimliler = 5,23, Orta eğitimliler = 5,14, Yüksek eğitimliler = 4,83).

Şekil 2.7

Hafta sonu, günlük ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz? (meslek gruplarına göre dağılım, ortalama)

(Mesleklere göre cevap veren sayısı Esnaf-sanatkar = 1095 kişi, İşçi = 1062 kişi, Ev hanımı = 981 kişi, Öğrenci = 603 kişi, Emekli = 317 kişi, Memur = 175 kişi, Profesyonel = 112 kişi, Çiftçi/Balıkçı = 73 kişi, Diğer = 14 kişi ve İşsiz = 112 kişi)



Mesleklere göre hafta sonu günlük TV izleme düzeyinde anlamlı farklılaşmalar vardır.⁶ Ev hanımı ve emekliler diğer tüm meslek gruplarına kıyasla daha fazla TV izlemektedir.

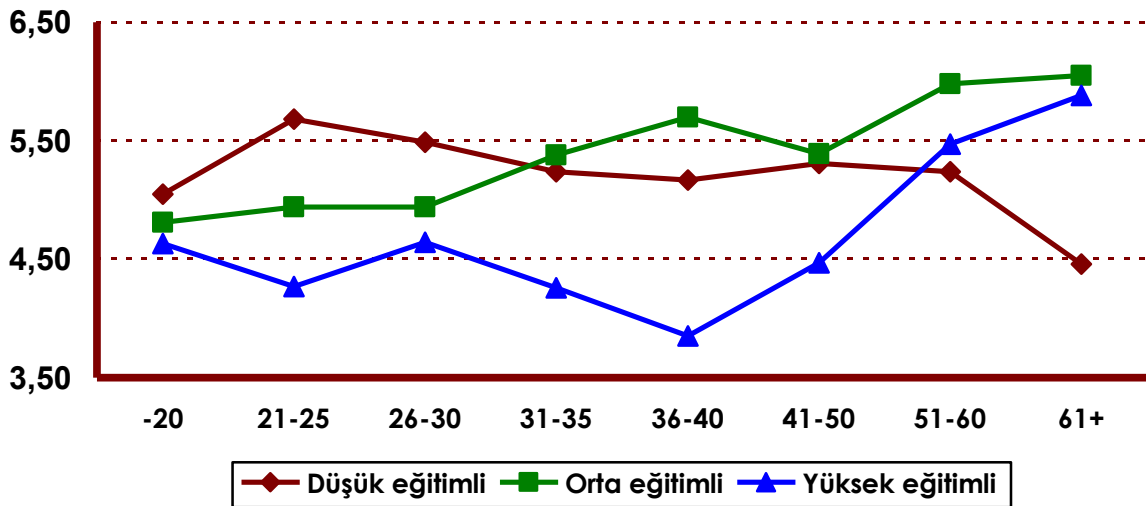
Gelir düzeyine göre hafta sonu günlük TV izleme düzeyinde belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir (Ortalamalar 500 YTL ve daha az = 5,23, 501-750 YTL arası = 5,29, 751-1000 YTL arası = 5,06, 1001-1500 YTL arası = 5,42, 1501-200 YTL arası = 4,92, 2001 YTL ve daha fazla = 4,45).

Bu ana etkilerden farklı olarak bireysel değişkenlerin birbirleri arasında (cinsiyet, yaş ve eğitim)⁷ ortak etkiler olup olmadığını anlamak için hafta içi ve hafta sonu günlük ortalama TV izleme saatleri üzerine Tek-Değişkenli Varyans Analizi uygulanmıştır.

Hafta içi günlük TV izleme saatleri ile ilgili analiz sonucunda belirgin bir farklılaşmaya işaret eden bir ortak etki bulunmuştur: Yaş X Eğitim ortak etkisi.⁸

Şekil 2.8

Hafta içi günlük TV izleme düzeyinde yaş X eğitim ortak etkisi



⁶ $F(9,4552) = 6,8$, $p = .0001$, $\eta^2 = .12$.

⁷ Sosyo-ekonomik düzeyin en belirgin göstergesi olarak eğitim alınmıştır.

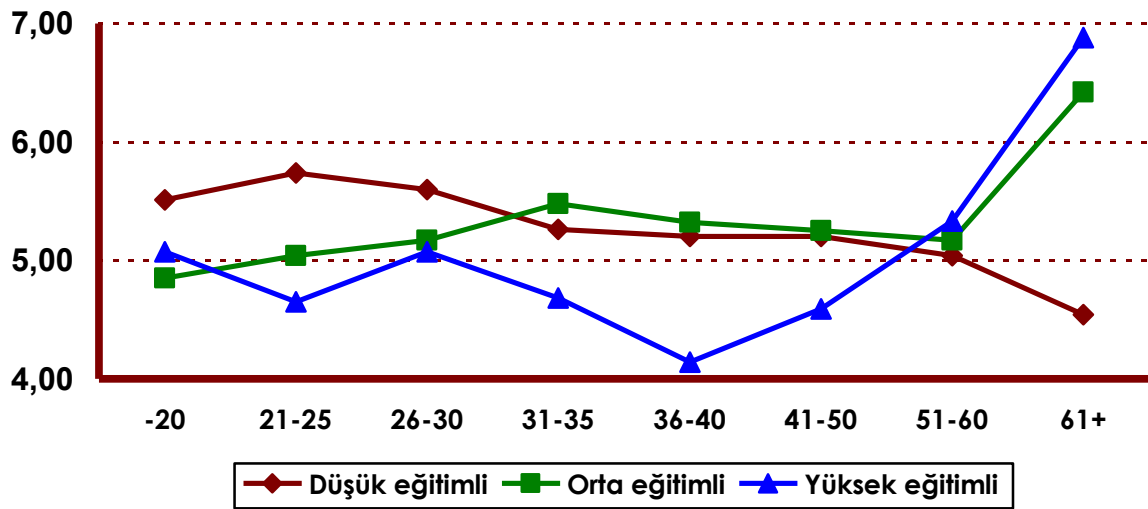
⁸ $F(14,5067) = 4,0$, $p = .0001$, $\eta^2 = .11$.

Bu ortak etkiye göre, 15-30 yaş arasında düşük eğitimliler orta eğitimlilerden, orta eğitimliler de yüksek eğitimlilerden daha çok TV izlemektedir. Ancak, 30 yaşından sonra düşük eğitimlilerin TV izleme düzeyi belirgin bir düşüş gösterirken, orta eğitimlilerin TV izleme düzeyi artış göstermekte ve özellikle 50 yaş sonrasında zirve duruma gelmektedir. Yüksek eğitimliler ise 40 yaşına kadar en az TV izleyen grup olarak gözükmemekte, bundan sonra çok belirgin bir yükseliş göstererek 61 ve daha yukarı yaşta orta eğitimlilerin TV izleme düzeyi ile denk bir seviyeye gelmektedir.

Aynı ortak etki hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasındaki farklılaşmada da ortaya çıkmıştır.⁹ Diğer ortak etkiler yine belirgin bir farklılaşma göstermemektedir.

Şekil 2.9

Hafta sonu günlük TV izleme düzeyinde yaş X eğitim ortak etkisi



Düşük ve orta eğitimliler için yukarıda açıklanan trend hafta sonu günlük TV izleme düzeyinde biraz daha az belirgindir. Ancak, aynı trend yüksek eğitimliler için daha belirgindir. Üç grup arasında 50 yaşından itibaren en çok TV izleyenler yüksek eğitimlilerdir.

⁹ $F(14,5040) = 4,2$, $p = .0001$, $\eta^2 = .10$.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

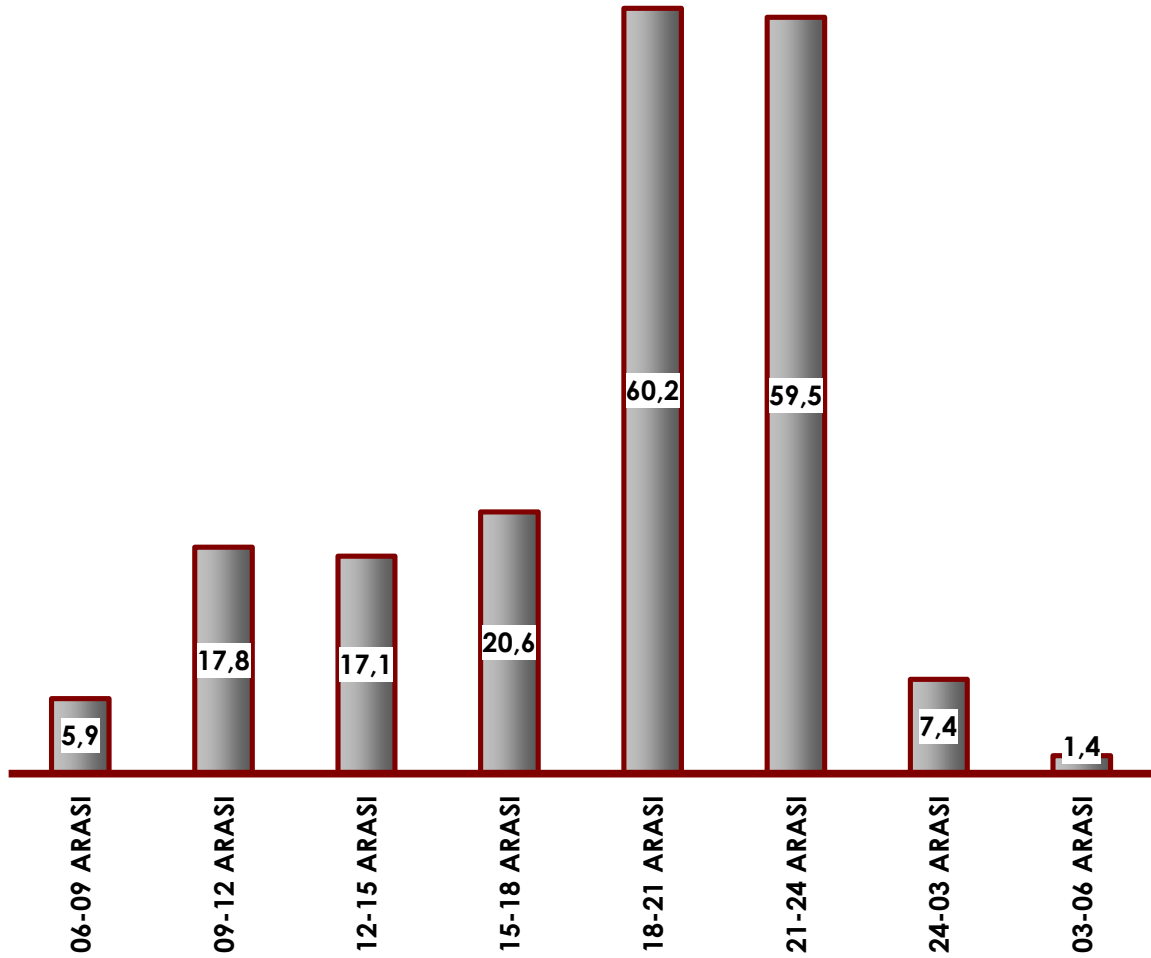
HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK TV İZLEME SAATLERİ

Bu bölümde TV izleme saatleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Görüşülen kişilere "Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz?" ve "Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz?" şeklinde iki soru yöneltilmiştir. Cevaplar "1 – 06-09 arası", "2 – 09-12 arası", "3 – 12-15 arası", "4 – 15-18 arası", "5 – 18-21 arası", "6 – 21-24 arası", "7 – 24-03 arası" ve "8 – 03-06 arası" şeklinde alınmıştır.

Aşağıda bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları ile coğrafi bölgeler, kent ve kırsal ayrımı, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve gelir düzeyi ile ilişkileri incelenmektedir.

Şekil 3.1**Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (%)**

(Cevap veren sayısı = 4606 kişi. Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir)



Hafta içi günlerde 09 ile 18 arasında %17 ile 20 arasında bir kitle TV izlemektedir. Saat 18 ile 24 arasında TV izleyenlerin oranı %60'lara çıkmaktadır.

Bölgelere göre hafta içi günlük TV izleme saatlerinde anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.1).

Tablo 3.1

Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (bölgelere göre dağılım, %)

(Bölgelere göre cevap veren sayısı Marmara = 1916 kişi, Ege = 478 kişi, Akdeniz = 727 kişi, İç Anadolu = 892 kişi, Karadeniz = 268 kişi, Doğu Anadolu = 166 kişi ve Güneydoğu Anadolu = 159 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Marmara	4,4	15,4	16,7	20,5	60,2	69,9	7,4	1,3
Ege	5,3	16,0	20,3	22,2	62,1	77,5	16,8	4,1
Akdeniz	12,2	20,6	17,6	20,0	65,8	58,8	7,1	1,0
İç Anadolu	5,3	19,9	17,5	21,9	50,3	58,4	6,5	1,4
Karadeniz	4,2	15,7	14,3	12,7	50,6	46,0	4,5	1,0
Doğu Anadolu	7,4	13,7	13,9	20,1	55,6	33,6	3,4	0,5
Güneydoğu Anadolu	4,0	25,8	19,6	27,4	83,3	51,4	4,5	0,0
Türkiye ortalaması	5,9	17,8	17,1	20,6	60,2	59,5	7,4	1,4

06-09 saatleri arasında en çok TV izleyenler Akdeniz ve Doğu Anadolu bölgesinde yaşayanlardır.¹⁰

09-12 saatleri arasında en çok TV izleyenler Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayanlardır.¹¹

¹⁰ Cramers' V = .11 , p = .0001 .

¹¹ Cramers' V = .09 , p = .0001 .

12-15 ve 15-18 saatleri arasında bölgelere göre TV izleme saatleri arasında belirgin bir farklılaşma görülmemektedir.

18-21 saatleri arasında en çok TV izleyenler Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayanlar iken en az TV izleyenler Karadeniz ve İç Anadolu bölgelerinde yaşayanlardır.¹²

21 -24 saatleri arasında en çok TV izleyenler Ege bölgesinde yaşayanlar iken en az TV izleyenler Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde yaşayanlardır.¹³

24-03 ve 03-06 saatleri arasında en çok TV izleyenler Ege bölgesinde yaşayanlardır.¹⁴

Burada verilen bilgiler hafta içi televizyon izleme düzeyini değil, TV izleme saatlerinin değişkenliğini göstermektedir. Buna göre, Ege, Güneydoğu Anadolu, Akdeniz ve Marmara bölgelerinde yaşayanların hafta içi TV izleme saatlerinin oldukça heterojen, Doğu Anadolu, Karadeniz ve İç Anadolu bölgelerinde yaşayanların hafta içi TV izleme saatlerinin ise görece daha homojen olduğu anlaşılmaktadır.

Kent ve kır ayırımına göre hafta içi günlük TV izleme saatlerinin hiçbir diliminde belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

Cinsiyete göre hafta içi günlük TV izleme saatlerinde anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.2).

09-12, 12-15 ve 15-18 saatleri arasında TV izleyen kadın oranı erkeklerin oranından daha yüksektir.¹⁵ Diğer saat dilimlerinde cinsiyete göre belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

¹² Cramers' V = .19 , p = .0001 .

¹³ Cramers' V = .26 , p = .0001 .

¹⁴ 24-03 saatleri arası için Cramers' V = .15 , p = .0001 ; 03-06 saatleri arası için Cramers' V = .10 , p = .0001.

Tablo 3.2

Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (cinsiyete göre dağılım, %)

(Cinsiyete göre cevap veren sayısı Kadın = 2082 kişi ve Erkek = 2524 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Kadın	7,0	22,8	21,9	24,3	59,9	56,1	5,1	1,2
Erkek	4,7	12,7	12,3	16,8	60,5	62,9	9,8	1,7
Türkiye ortalaması	5,9	17,8	17,1	20,6	60,2	59,5	7,4	1,4

Yaş gruplarına göre hafta içi günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.3).

06-09 saatleri arasında en çok TV izleyenler 51-60 yaş arasındakilerdir.¹⁶

09-12 saatleri arasında en çok TV izleyenler 51-60 ve 61 ve daha yukarı yaştakilerdir.¹⁷

12-15 saatleri arasında en çok TV izleyenler 51-60 ve 61 ve daha yukarı yaştakilerdir.¹⁸

15-18 saatleri arasında en çok TV izleyenler 51-60 ve 61 ve daha yukarı yaştakilerdir.¹⁹

18-21 saatleri arasında en çok TV izleyenler 41-50, 51-60 ve 61 daha yukarı yaştakilerdir.²⁰

¹⁵ 09-12 saatleri arası için $\Phi = .13$, $p = .0001$; 12-15 saatleri arası için $\Phi = .13$, $p = .0001$; 15-18 saatleri arası için $\Phi = .09$, $p = .0001$.

¹⁶ Cramers' V = .10 , $p = .0001$.

¹⁷ Cramers' V = .17 , $p = .0001$.

¹⁸ Cramers' V = .12 , $p = .0001$.

¹⁹ Cramers' V = .09 , $p = .0001$.

Tablo 3.3

Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (yaş gruplarına göre dağılım, %)

(Yaş gruplarına göre cevap veren sayısı 15-20 yaş arası = 763 kişi, 21-25 yaş arası = 710 kişi, 26-30 yaş arası = 655 kişi, 31-35 yaş arası = 438 kişi, 36-40 yaş arası = 562 kişi, 41-50 yaş arası = 760 kişi, 51-60 yaş arası = 436 kişi, 61 ve daha yukarı yaş = 282 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
15-20 yaş arası	3,5	8,4	10,4	18,5	59,8	55,5	6,9	1,2
21-25 yaş arası	4,3	13,1	13,8	16,0	52,0	63,4	7,0	0,9
26-30 yaş arası	7,3	13,0	15,0	18,7	56,3	61,9	7,5	1,4
31-35 yaş arası	6,6	21,7	18,2	20,9	57,3	64,7	8,7	1,5
36-40 yaş arası	4,9	19,7	18,4	25,1	52,9	67,4	7,6	2,9
41-50 yaş arası	5,3	24,3	20,0	18,3	66,0	56,6	7,9	1,1
51-60 yaş arası	11,5	24,7	23,9	25,7	72,9	56,3	8,1	1,6
61 ve daha yukarı	5,5	26,0	23,8	26,8	68,6	49,3	6,0	1,4
Türkiye ortalaması	5,9	17,8	17,1	20,6	60,2	59,5	7,4	1,4

21-24 saatleri arasında en çok TV izleyenler 21-25, 26-30, 31-35 ve 36-40 arası yaştakilerdir.²¹

24-03 ve 03-06 saatleri arasında TV izleme yaş gruplarına göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir.

²⁰ Cramers' V = .14 , p = .0001 .

²¹ Cramers' V = .10 , p = .0001 .

Medeni duruma göre hafta içi günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.4).

Tablo 3.4

Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (medeni duruma göre dağılım, %)

(Medeni duruma göre cevap veren sayısı Evli = 2715 kişi, Bekar = 1727 kişi, Dul/Boşanmış = 164 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Evli	6,6	22,1	20,1	22,6	63,5	59,0	6,8	1,7
Bekar	4,6	8,8	10,5	16,0	54,2	60,6	7,9	1,0
Dul / Boşanmış	6,0	34,7	34,3	32,3	65,3	57,8	12,6	1,2
Türkiye ortalaması	5,9	17,8	17,1	20,6	60,2	59,5	7,4	1,4

06-09 saatleri arasında medeni duruma göre TV izleme oranında belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

09-12, 12-15, 15-18 ve 18-21 saatleri arasında bekarların TV izleme oranı evli ve dul/boşanmışlara göre daha düşüktür.²²

21-24, 24-03 ve 03-06 saatleri arasında medeni duruma göre TV izleme oranında belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

Eğitim düzeyine göre hafta içi günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.5).

²² 09-12 saatleri arası için Cramers' V = .19 , p = .0001 ; 12-15 saatleri arası için Cramers' V = .15 , p = .0001 ; 15-18 saatleri arası için Cramers' V = 10 , p = .0001 ; 18-21 saatleri arası için Cramers' V = .09 , p = .0001.

Tablo 3.5

Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (eğitim düzeyine göre dağılım, %)

(Eğitim düzeyine göre cevap veren sayısı Düşük Eğitimliler = 2370 kişi, Orta Eğitimliler = 1550 kişi, Yüksek Eğitimliler = 686 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Düşük eğitimliler	7,1	22,3	20,6	24,4	64,2	55,5	6,7	1,2
Orta eğitimliler	4,3	13,5	14,4	17,7	56,7	63,7	8,8	1,8
Yüksek eğitimliler	4,1	8,4	8,4	10,8	51,0	67,3	7,2	1,6
Türkiye ortalaması	5,9	17,8	17,1	20,6	60,2	59,5	7,4	1,4

09-12, 12-15, 15-18 ve 18-21 saatleri arasında düşük eğitimlilerin TV izleme oranı orta eğitimlilere göre, orta eğitimlilerin TV izleme oranı ise yüksek eğitimlilere göre daha yüksektir. ²³

21-24 saatleri arasında ise tersi bir trend gözlenmektedir. Yüksek eğitimlilerin TV izleme oranı orta eğitimlilere göre, orta eğitimlilerin TV izleme oranı ise düşük eğitimlilere göre daha yüksektir. ²⁴

24-03, 03-06 ve 06-09 saatleri arasında TV izleme oranı eğitim düzeyine göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir.

Meslek gruplarına göre hafta içi günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.6).

²³ 09-12 saatleri arası için Cramers' V = .14 , p = .0001 ; 12-15 saatleri arası için Cramers' V = .12 , p = .0001 ; 15-18 saatleri arası için Cramers' V = .12 , p = .0001 ; 18-21 saatleri arası için Cramers' V = .10 , p = .0001.

²⁴ Cramers' V = .10 , p = .0001 .

Tablo 3.6

Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (meslek gruplarına göre dağılım, %)

(Meslek gruplarına göre cevap veren sayısı Esnaf-sanatkar = 1102 kişi, İşçi = 1082 kişi, Ev hanımı = 990 kişi, Öğrenci = 613 kişi, Emekli = 322 kişi, Memur = 176 kişi, Profesyonel = 116 kişi, Çiftçi/Balıkçı = 75 kişi, Diğer = 14 kişi ve İşsiz = 116 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Esnaf-sanatkar	7,0	17,7	18,3	19,7	54,8	67,5	9,2	1,2
İşçi	3,3	8,7	8,8	12,2	56,1	68,5	10,7	2,1
Ev hanımı	7,6	32,5	29,8	31,9	64,6	48,2	5,2	1,2
Öğrenci	5,9	5,3	5,5	13,0	59,3	53,8	3,9	1,3
Emekli	8,1	26,2	26,5	26,9	71,4	63,0	10,4	1,6
Memur	1,3	1,3	1,9	7,7	60,3	64,7	3,8	1,3
Profesyonel	3,4	8,0	13,8	11,5	33,3	67,0	5,7	0,0
Çiftçi / Balıkçı	2,7	13,2	4,4	12,4	77,2	58,4	7,1	1,8
Diğer	0,0	10,0	0,0	0,0	44,4	70,0	10,0	0,0
İşsiz	5,1	21,2	22,5	32,1	67,4	54,3	9,4	1,5
Türkiye ortalaması	5,9	17,8	17,1	20,6	60,2	59,5	7,4	1,4

06-09 saatleri arasında en çok emekliler, ev hanımları ve esnaf-sanatkarlar TV izlemektedir.²⁵

09-12, 12-15 ve 15-18 saatleri arasında en çok ev hanımları, emekliler ve işsizler TV izlemektedir.²⁶

²⁵ Cramers' V = .09 , p = .0001 .

18-21 saatleri arasında en çok izleyiciler arasına yukarıdaki grupların yanı sıra memur ve çiftçi/balıkçılar da katılmaktadır.²⁷

21-24 saatleri arasında en çok diğer kategorisinde yer alan meslekler (üst/orta düzey yönetici, şirket sahibi/ortağı), işçiler, esnaf-sanatkarlar, profesyoneller ve memurlar TV izlemektedir.²⁸

24-03 saatleri arasında en çok işçiler, emekliler, diğer kategorisinde yer alan meslekler, işsizler ve esnaf-sanatkarlar TV izlemektedir.²⁹

03-06 saatleri arasında TV izleme oranı meslek gruplarına göre farklılaşma göstermemektedir.

Gelir düzeyine göre hafta içi günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.7).

06-09 saatleri arasında en çok 2000 YTL ve daha fazla geliri olanlar, yani yüksek gelirli, TV izlemektedir.³⁰

09-12, 12-15, 15-18 ve 18-21 saatleri arasında en çok 500 YTL ve altı ile 501-750 YTL arası geliri olanlar, yani düşük gelir grupları, TV izlemektedir.³¹

21-24 saatleri arasında ise gelir düzeyi yükseldikçe TV izleyenlerin oranının da yükseldiği gözlenmektedir. Yani, önceki saat dilimlerinin tersi bir durum söz konusudur.³²

24-03 ve 03-06 saatleri arasında TV izleme oranı gelir düzeyine göre farklılaşmalar göstermemektedir.

²⁶ 09-12 saat dilimi için Cramers' V = .28 , p = .0001 ; 12-15 saat dilimi için Cramers' V = .26 , p = .0001; 15-18 saat dilimi için Cramers' V = .21 , p = .0001.

²⁷ Cramers' V = .14 , p = .0001 .

²⁸ Cramers' V = .17 , p = .0001 .

²⁹ Cramers' V = .10 , p = .0001 .

³⁰ Cramers' V = .10 , p = .0001 .

³¹ 09-12 saat dilimi için Cramers' V = .09 , p = .0001 ; 12-15 saat dilimi için Cramers' V = .09 , p = .0001; 15-18 saat dilimi için Cramers' V = .11 , p = .0001 ; 18-21 saat dilimi için Cramers' V = .09 , p = .0001.

³² Cramers' V = .12 , p = .0001 .

Tablo 3.7

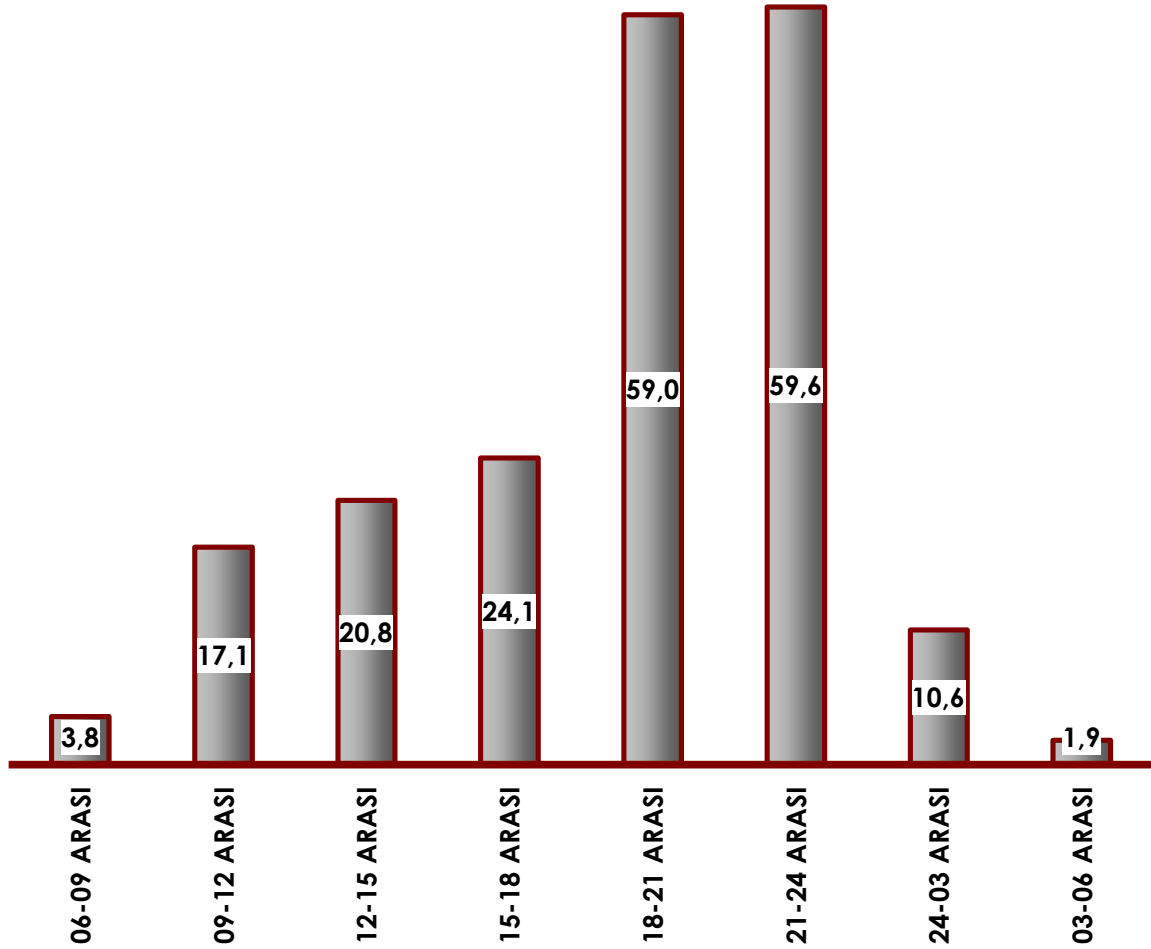
Hafta içi, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (gelir düzeyine göre dağılım, %)

(Gelir düzeyine göre cevap veren sayısı 500 YTL ve daha az = 1142 kişi, 501-750 YTL arası = 849 kişi, 751-1000 YTL arası = 1223 kişi, 1001-1500 YTL arası = 622 kişi, 1501-2000 YTL arası = 359 kişi, 2001 YTL ve daha fazla = 307 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
500 YTL ve daha düşük	7,0	21,6	20,9	23,1	64,1	51,8	7,8	1,6
501 - 750 YTL arası	7,1	19,0	19,7	27,2	63,1	60,1	7,3	1,3
751 - 1000 YTL arası	3,4	15,7	15,0	18,0	58,4	61,9	6,5	0,6
1001 - 1500 YTL arası	5,1	18,1	16,8	17,2	59,6	65,7	9,1	3,6
1501 - 2000 YTL arası	3,5	11,5	11,5	18,4	50,3	65,9	6,6	1,0
2001 YTL ve daha fazla	12,8	11,7	9,6	10,7	50,5	68,3	8,2	0,4
Türkiye ortalaması	5,9	17,8	17,1	20,6	60,2	59,5	7,4	1,4

Şekil 3.2**Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (%)**

(Cevap veren sayısı = 4606 kişi. Birden fazla saat dilimi için cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir)



Hafta sonu günlerde 09 ile 18 arasında %17 ile 25 arasında bir kitle TV izlemektedir. Saat 18 ile 24 arasında TV izleyenlerin oranı %60'lara çıkmaktadır.

Bölgelere göre hafta sonu günlük TV izleme saatlerinde anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.8).

Tablo 3.8

Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (bölgelere göre dağılım, %)

(Bölgelere göre cevap veren sayısı Marmara = 1916 kişi, Ege = 478 kişi, Akdeniz = 727 kişi, İç Anadolu = 892 kişi, Karadeniz = 268 kişi, Doğu Anadolu = 166 kişi ve Güneydoğu Anadolu = 159 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Marmara	3,5	16,0	20,6	24,8	60,4	70,3	11,3	2,1
Ege	3,5	17,6	25,2	35,4	61,8	69,5	26,0	4,8
Akdeniz	9,3	21,0	25,2	26,1	61,4	59,2	9,1	2,4
İç Anadolu	3,2	19,6	20,3	24,5	49,6	59,6	9,2	1,8
Karadeniz	1,7	12,4	17,6	14,5	41,6	49,5	6,6	1,2
Doğu Anadolu	2,4	12,7	15,8	12,2	64,4	36,7	4,8	0,0
Güneydoğu Anadolu	2,7	20,3	18,9	26,5	81,3	51,9	2,2	0,0
Türkiye ortalaması	3,8	17,1	20,8	24,1	59,0	59,6	10,6	1,9

06-09 saatleri arasında en çok TV izleyenler Akdeniz bölgesinde yaşayanlardır.³³

09-12 ve 12-15 saatleri arasında TV izleme düzeyi bölgelere göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir.

³³ Cramers' V = .11 , p = .0001 .

15-18 saatleri arasında Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde yaşayanlar diğer bölgelerde yaşayanlara kıyasla daha az TV izlemektedir.³⁴

18-21 saatleri arasında Karadeniz ve İç Anadolu bölgelerinde yaşayanlar diğer bölgelerde yaşayanlara kıyasla daha az TV izlemektedir.³⁵

21-24 saatleri arasında en çok TV izleyenler Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgelerinde yaşayanlardır.³⁶

24-03 saatleri arasında en çok TV izleyenler Marmara ve Ege bölgelerinde yaşayanlardır.³⁷

03-06 saatleri arasında en çok TV izleyenler Marmara, Akdeniz ve Ege bölgesinde yaşayanlardır.³⁸

Kent ve kır ayırımına göre hafta sonu günlük TV izleme saatlerinin hiçbir diliminde belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

Cinsiyete göre hafta sonu günlük TV izleme saatlerinde anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.9).

09-12 ve 12-15 saatleri arasında TV izleyen kadın oranı erkeklerin oranından daha yüksektir.³⁹ Diğer saat dilimlerinde cinsiyete göre belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

³⁴ Cramers' V = .15 , p = .0001 .

³⁵ Cramers' V = .21 , p = .0001 .

³⁶ Cramers' V = .21 , p = .0001 .

³⁷ Cramers' V = .22 , p = .0001 .

³⁸ Cramers' V = .10 , p = .0001 .

³⁹ 09-12 saatleri arası için Phi = .10 , p = .0001 ; 12-15 saatleri arası için Phi = .12 , p = .0001 .

Tablo 3.9

Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (cinsiyete göre dağılım, %)

(Cinsiyete göre cevap veren sayısı Kadın = 2082 kişi ve Erkek = 2524 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Kadın	3,7	20,9	25,5	27,4	60,2	57,4	8,3	1,7
Erkek	3,8	13,4	16,0	20,7	57,8	61,7	12,9	2,2
Türkiye ortalaması	3,8	17,1	20,8	24,1	59,0	59,6	10,6	1,9

Yaş gruplarına göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.10).

06-09 saatleri arasında yaş gruplarına göre TV izleme oranlarında belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

09-12 saatleri arasında en çok TV izleyenler 41-50, 51-60 ve 61 ve daha yukarı yaştakilerdir.⁴⁰

12-15 ve 15-18 saatleri arasında yaş gruplarına göre TV izleme oranında belirgin bir farklılaşma yoktur.

18-21 saatleri arasında en çok TV izleyenler 41-50, 51-60 ve 61 daha yukarı yaştakilerdir.⁴¹

21-24 saatleri arasında en çok TV izleyenler 21-25, 26-30, 31-35 ve 36-40 arası yaştakilerdir.⁴²

⁴⁰ Cramers' V = .12 , p = .0001 .

⁴¹ Cramers' V = .15 , p = .0001 .

⁴² Cramers' V = .11 , p = .0001 .

Tablo 3.10

Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (yaş gruplarına göre dağılım, %)

(Yaş gruplarına göre cevap veren sayısı 15-20 yaş arası = 763 kişi, 21-25 yaş arası = 710 kişi, 26-30 yaş arası = 655 kişi, 31-35 yaş arası = 438 kişi, 36-40 yaş arası = 562 kişi, 41-50 yaş arası = 760 kişi, 51-60 yaş arası = 436 kişi, 61 ve daha yukarı yaş = 282 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
15-20 yaş arası	3,3	10,7	17,3	23,4	54,8	55,1	11,6	2,3
21-25 yaş arası	2,9	14,1	18,9	22,0	47,7	62,3	13,4	1,3
26-30 yaş arası	3,3	15,0	20,9	22,8	57,8	63,0	9,2	1,6
31-35 yaş arası	3,8	18,4	21,2	24,5	56,3	70,3	12,8	2,6
36-40 yaş arası	3,8	15,0	17,9	24,1	56,8	66,0	11,6	3,0
41-50 yaş arası	3,0	23,5	22,3	21,7	66,2	55,7	9,6	1,4
51-60 yaş arası	7,3	22,7	23,4	30,4	71,3	53,4	8,9	1,8
61 ve daha yukarı	4,1	21,9	28,5	26,8	66,6	52,6	5,5	1,9
Türkiye ortalaması	3,8	17,1	20,8	24,1	59,0	59,5	10,6	1,9

24-03 ve 03-06 saatleri arasında TV izleme yaş gruplarına göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir.

Medeni duruma göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.11).

Tablo 3.11

**Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz?
(medeni duruma göre dağılım, %)**

(Medeni duruma göre cevap veren sayısı Evli = 2715 kişi, Bekar = 1727 kişi, Dul/Boşanmış = 164 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Evli	4,5	20,2	22,8	25,4	63,5	60,0	8,6	2,0
Bekar	2,4	10,8	16,1	20,8	51,1	59,1	13,6	1,8
Dul / Boşanmış	4,8	28,3	34,1	35,3	62,9	55,7	13,8	1,8
Türkiye ortalaması	3,8	17,1	20,8	24,1	59,0	59,5	10,6	1,9

06-09, 15-18, 21-24, 24-03 ve 03-06 saatleri arasında medeni duruma göre TV izleme oranında belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

09-12, 12-15 ve 18-21 saatleri arasında bekarların TV izleme oranı evli ve dul/boşanmışlara göre daha düşüktür.⁴³

Eğitim düzeyine göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.12).

09-12, 12-15 ve 18-21 saatleri arasında düşük eğitimlilerin TV izleme oranı orta eğitimlilere göre, orta eğitimlilerin TV izleme oranı ise yüksek eğitimlilere göre daha yüksektir.⁴⁴

⁴³ 09-12 saatleri arası için Cramers' V = .13 , p = .0001 ; 12-15 saatleri arası için Cramers' V = .10 , p = .0001 ; 18-21 saatleri arası için Cramers' V = .12 , p = .0001.

⁴⁴ 09-12 saatleri arası için Cramers' V = .10 , p = .0001 ; 12-15 saatleri arası için Cramers' V = .10 , p = .0001; 18-21 saatleri arası için Cramers' V = .12 , p = .0001.

Tablo 3.12

Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (eğitim düzeyine göre dağılım, %)

(Eğitim düzeyine göre cevap veren sayısı Düşük Eğitimliler = 2370 kişi, Orta Eğitimliler = 1550 kişi, Yüksek Eğitimliler = 686 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Düşük eğitimliler	4,1	20,4	23,7	26,2	63,9	56,4	9,0	1,6
Orta eğitimliler	3,5	13,3	18,7	22,2	53,9	62,7	12,6	2,2
Yüksek eğitimliler	3,1	11,8	12,8	19,0	49,3	66,0	12,6	2,5
Türkiye ortalaması	3,8	17,1	20,8	24,1	59,0	59,5	10,6	1,9

Diğer saat dilimlerinde TV izleme oranı eğitim düzeyine göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir.

Meslek gruplarına göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir (Tablo 3.13).

06-09 saatleri arasında meslek gruplarına göre TV izleme oranlarında belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.

09-12, 12-15 ve 15-18 saatleri arasında en çok ev hanımları, emekliler, esnaf-sanatkarlar ve işsizler TV izlemektedir. ⁴⁵

18-21 saatleri arasında en çok izleyiciler arasına yukarıdaki grupların yanı sıra çiftçi/balıkçılar da katılmaktadır. ⁴⁶

⁴⁵ 09-12 saat dilimi için Cramers' V = .18 , p = .0001 ; 12-15 saat dilimi için Cramers' V = .18 , p = .0001; 15-18 saat dilimi için Cramers' V = .14 , p = .0001.

⁴⁶ Cramers' V = .13 , p = .0001 .

Tablo 3.13

Hafta sonu, genel olarak, günün hangi saatlerinde televizyon izliyorsunuz? (meslek gruplarına göre dağılım, %)

(Meslek gruplarına göre cevap veren sayısı Esnaf-sanatkar = 1102 kişi, İşçi = 1082 kişi, Ev hanımı = 990 kişi, Öğrenci = 613 kişi, Emekli = 322 kişi, Memur = 176 kişi, Profesyonel = 116 kişi, Çiftçi/Balıkçı = 75 kişi, Diğer = 14 kişi ve İşsiz = 116 kişi)

	06 - 09 ARASI	09 - 12 ARASI	12 - 15 ARASI	15 - 18 ARASI	18 - 21 ARASI	21 - 24 ARASI	24 - 03 ARASI	03 - 06 ARASI
Esnaf-sanatkar	5,0	17,4	20,5	25,3	54,8	66,0	11,1	1,4
İşçi	2,7	12,0	15,4	18,6	54,2	67,3	16,3	2,6
Ev hanımı	4,5	26,1	30,9	29,9	65,5	51,6	6,2	1,6
Öğrenci	2,5	8,0	12,4	18,1	53,0	52,9	10,5	2,2
Emekli	6,8	22,4	25,6	33,4	67,9	62,0	14,9	1,9
Memur	0,6	13,4	12,7	16,0	59,6	64,7	3,8	1,3
Profesyonel	2,3	13,8	19,5	21,8	47,1	62,1	5,7	2,3
Çiftçi / Balıkçı	0,9	13,2	7,0	12,4	76,3	55,8	7,1	1,8
Diğer	0,0	0,0	11,1	20,0	55,6	60,0	10,0	0,0
İşsiz	3,6	13,9	20,3	29,7	63,0	57,2	11,6	1,5
Türkiye ortalaması	3,8	17,1	20,8	24,1	59,0	59,5	10,6	1,9

21-24 saatleri arasında en çok işçiler, esnaf-sanatkarlar, profesyoneller ve memurlar TV izlemektedir.⁴⁷

24-03 saatleri arasında en çok işçiler, emekliler, işsizler ve esnaf-sanatkarlar TV izlemektedir.⁴⁸

⁴⁷ Cramers' V = .14 , p = .0001 .

⁴⁸ Cramers' V = .13 , p = .0001 .

03-06 saatleri arasında TV izleme meslek gruplarına göre farklılaşma göstermemektedir.

Gelir gruplarına göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında belirgin farklılaşmalar gözlenmemektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

PROGRAM TÜRLERİNİN İZLENME DÜZEYİ

Bu bölümde televizyonlarda yer alan program türlerinin izlenme düzeyi ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

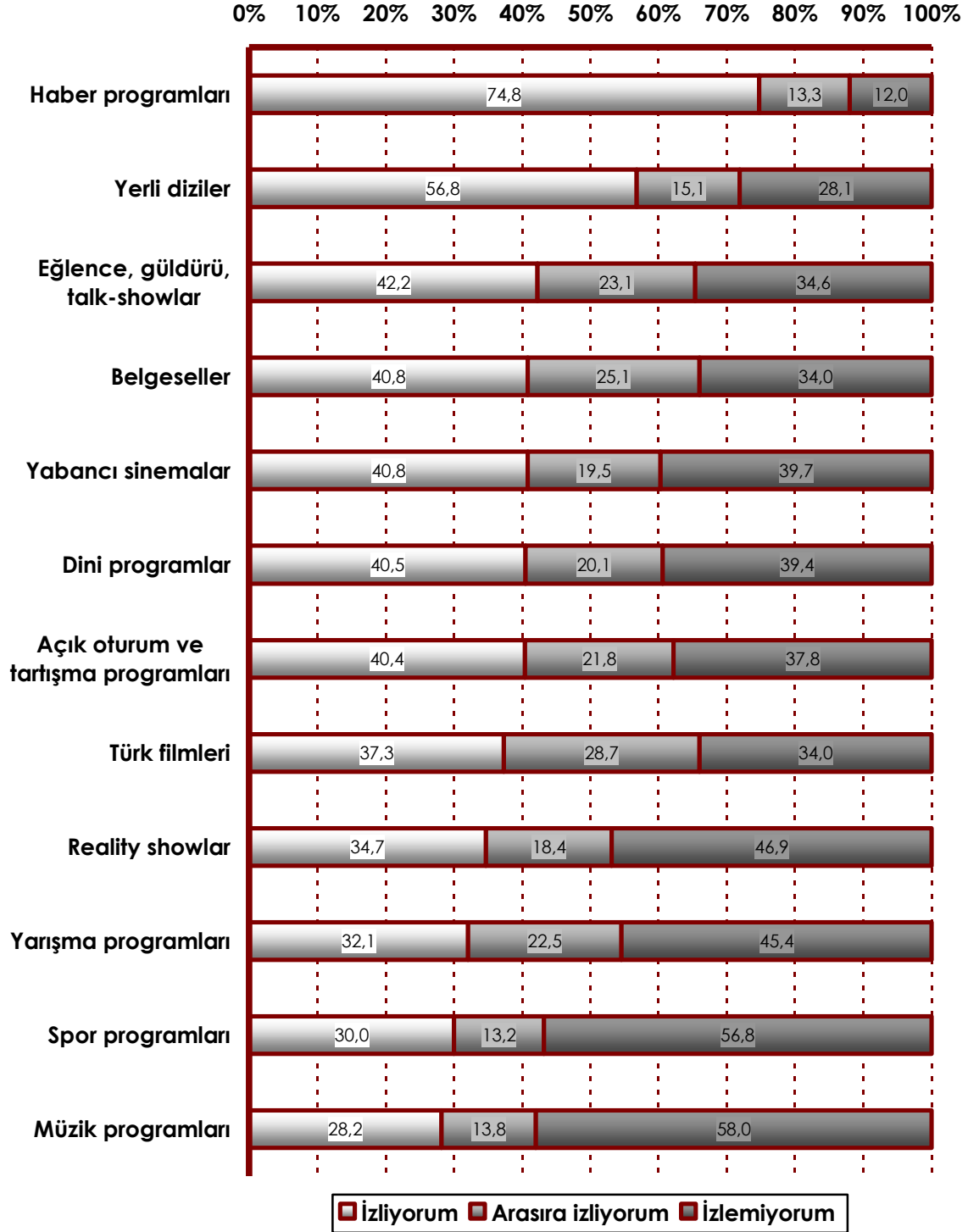
Görüşülen kişilere 23 program türünü içeren bir liste verilmiştir. Bunlar Açık oturum ve tartışma programları, Belgeseller, Dini programlar, Ekonomi programları, Eğlence, güldürü, talk-showlar, Haber programları, Sır programları, Kültür sanat programları, Magazin programları, Evlilik yarışmaları, Spor programları, Türk filmleri, Türk Halk Müziği, Türk Pop Müziği, Türk Sanat Müziği, Yabancı diziler, Yabancı müzik, Yabancı sinemalar, Yarışma programları, Yerli diziler, Çocuk programları, Kadın programları ve Müzik programlarıdır. Görüşülen kişiden her bir program türünü hangi ölçüde izlediğini belirtmeleri istenmiş ve cevaplar “1 – İzlerim”, “2 – Bazen izlerim” ve “3 – Hiç izlemem” şeklinde alınmıştır.

Aşağıda bu sorulara gelen cevaplarla ilgili frekans dağılımları ile coğrafi bölge, yerleşim biriminin türünün kent-kır olması, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, meslek, gelir düzeyi değişkenleri ile ilişkileri verilmektedir.

Şekil 4.1

Aşağıdaki program türlerini izliyor musunuz? (%)

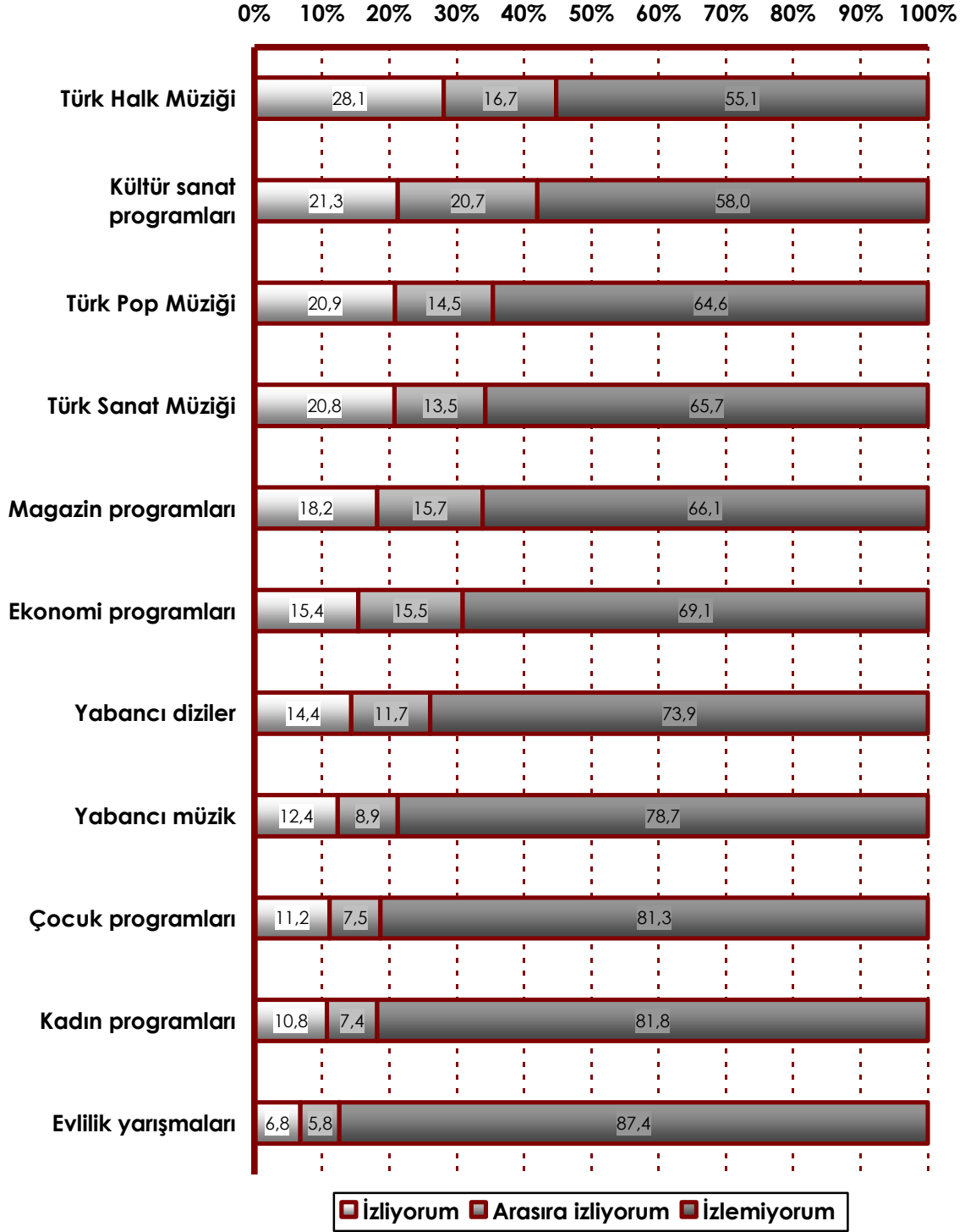
(Sıralama izliyorum diyenlere göre yapılmıştır.)



Şekil 4.1 (devam)

Aşağıdaki program türlerini izliyor musunuz? (%)

(Sıralama izliyorum diyenlere göre yapılmıştır.)



Program türlerinin izlenme düzeyine göre sıralanışı şöyledir:

1. Haber programları
2. Yerli diziler
3. Eğlence, güldürü, talk Showlar
3. Belgeseller
3. Yabancı sinemalar
3. Dini programlar
3. Açık oturum ve tartışma programları
4. Türk filmleri
5. Sır Programları
5. Yarışma programları
6. Müzik programları
6. Türk Halk Müziği
7. Kültür sanat programları
7. Türk Pop Müziği
7. Türk Sanat Müziği
8. Magazin programları
8. Ekonomi programları
9. Yabancı diziler
9. Yabancı müzik
9. Çocuk programları
9. Kadın programları
10. Evlilik yarışmaları

İzlenme düzeyi anlamlı olarak birbirinden farklı olmayan program türleri aynı sıralama rakamı ile gösterilmiştir.

Program türlerinin izlenme düzeyi coğrafi bölgelere göre anlamlı farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 6.1).

Açık oturum ve tartışma programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Akdeniz ve Ege en seyrek olduğu bölgeler Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu'dur.⁴⁹

Belgesellerin izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Akdeniz en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁵⁰

Dini programların izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu en seyrek olduğu bölge Ege'dir.⁵¹

Ekonomi programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Akdeniz en seyrek olduğu bölgeler Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu'dur.⁵²

Eğlence, güldürü ve talk showların izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Ege ve Akdeniz en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁵³

Haber programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Ege en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁵⁴

Sır programları gibi reality showların izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu en seyrek olduğu bölge Ege'dir.⁵⁵

Kültür sanat programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Akdeniz ve Ege en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁵⁶

⁴⁹ Cramers' V = .16.

⁵⁰ Cramers' V = .17.

⁵¹ Cramers' V = .19.

⁵² Cramers' V = .14.

⁵³ Cramers' V = .19.

⁵⁴ Cramers' V = .17.

⁵⁵ Cramers' V = .13.

⁵⁶ Cramers' V = .17.

Tablo 4.1

Coğrafi bölgelere göre program türlerinin izlenme düzeyi (%)

(Sadece ilgili program türünü diyenlerin oranları verilmiştir. Sütunlar bölgeleri, satırlar program türlerini göstermektedir.)

	Marmara	Ege	Akdeniz	İç Anadolu	Karadeniz	Doğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
Açık oturum ve tartışma p.	40,2	47,6	49,9	38,4	40,4	31,9	30,3
Belgeseller	42,3	43,1	57,5	42,2	44,0	25,4	19,8
Dini programlar	38,5	15,3	41,5	41,3	50,3	53,5	53,0
Ekonomi programları	14,0	18,4	22,3	17,1	18,8	7,9	5,8
Eğlence, güldürü, talk-showlar	40,4	55,4	53,6	48,4	42,0	28,3	16,7
Haber programları	76,6	86,7	80,1	72,2	81,8	59,7	55,9
Sır Programları	32,3	22,2	37,8	29,6	39,7	46,4	45,4
Kültür sanat programları	17,5	29,0	30,6	24,0	23,9	16,3	5,6
Magazin programları	17,0	16,9	24,5	20,6	21,1	19,4	5,6
Evlilik yarışmaları	4,6	4,4	11,8	7,9	9,2	5,8	5,1
Spor programları	31,0	31,1	37,1	32,3	40,1	18,5	10,2
Türk filmleri	35,7	44,7	46,5	33,5	41,1	40,3	18,3
Türk Halk Müziği	24,4	25,8	40,0	37,1	32,8	12,9	18,0
Türk Pop Müziği	19,9	22,4	27,7	27,1	23,0	11,3	8,0
Türk Sanat Müziği	19,7	25,0	24,2	24,8	23,3	8,9	14,7
Yabancı diziler	18,3	16,3	18,1	14,8	16,4	3,8	3,3
Yabancı müzik	12,9	19,6	18,6	10,5	13,8	2,4	4,2
Yabancı sinemalar	43,7	55,4	46,5	41,0	43,8	26,4	15,0
Yarışma programları	29,0	37,3	39,3	31,4	38,4	27,6	20,9
Yerli diziler	61,3	69,1	54,3	57,7	57,0	48,8	37,4
Çocuk programları	9,0	12,3	19,1	12,7	12,6	6,5	5,3
Kadın programları	8,7	9,4	13,9	13,4	15,0	10,6	4,7
Müzik programları	24,5	28,0	36,3	34,8	31,4	26,4	14,3

Magazin programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Akdeniz en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁵⁷

Evlilik yarışmalarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Akdeniz en seyrek olduğu bölgeler Ege ve Marmara'dır.⁵⁸

Spor programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Karadeniz en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁵⁹

Türk filmlerinin izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Akdeniz ve Ege en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁶⁰

Türk Halk Müziği programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Akdeniz en seyrek olduğu bölge Doğu Anadolu'dur.⁶¹

Türk Pop Müziği programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Akdeniz ve İç Anadolu en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁶²

Türk Sanat Müziği programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Ege, İç Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁶³

Yabancı dizilerin izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Marmara ve Akdeniz en seyrek olduğu bölgeler Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu'dur.⁶⁴

Yabancı müzik programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Ege ve Akdeniz en seyrek olduğu bölgeler Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu'dur.⁶⁵

⁵⁷ Cramers' V = .14.

⁵⁸ Cramers' V = .09.

⁵⁹ Cramers' V = .14.

⁶⁰ Cramers' V = .15.

⁶¹ Cramers' V = .17.

⁶² Cramers' V = .14.

⁶³ Cramers' V = .15.

⁶⁴ Cramers' V = .13.

Yabancı sinemaların izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Ege ve Akdeniz en seyrek olduğu bölgeler Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu'dur.⁶⁶

Yarışma programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Akdeniz, Karadeniz ve Ege en seyrek olduğu bölgeler Güneydoğu Anadolu'dur.⁶⁷

Yerli dizilerin izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Ege ve Marmara en seyrek olduğu bölgeler Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu'dur.⁶⁸

Çocuk programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Akdeniz en seyrek olduğu bölgeler Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu'dur.⁶⁹

Kadın programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölge Karadeniz en seyrek olduğu bölgeler Güneydoğu Anadolu ve Marmara'dır.⁷⁰

Müzik programlarının izlenme düzeyinin en yoğun olduğu bölgeler Akdeniz ve İç Anadolu en seyrek olduğu bölge Güneydoğu Anadolu'dur.⁷¹

Program türlerinin izlenme düzeyi yerleşim biriminin türünün kent-kır olmasına göre çok belirgin farklılaşmalar göstermemektedir.

Program türlerinin izlenme düzeyi izleyicinin cinsiyetine göre belirgin farklılaşmalar göstermemektedir (Tablo 6.2).

⁶⁵ Cramers' V = .13.

⁶⁶ Cramers' V = .20.

⁶⁷ Cramers' V = .13.

⁶⁸ Cramers' V = .16.

⁶⁹ Cramers' V = .09.

⁷⁰ Cramers' V = .10.

⁷¹ Cramers' V = .13.

Tablo 4.2

Cinsiyete göre program türlerinin izlenme düzeyi (%)

(Sadece ilgili program türünü diyenlerin oranları verilmiştir. Sütunlar cinsiyeti, satırlar program türlerini göstermektedir.)

	Kadın	Erkek
Açık oturum ve tartışma p.	32,7	48,1
Belgeseller	33,2	48,5
Dini programlar	40,3	40,8
Ekonomi programları	9,1	21,8
Eğlence, güldürü, talk-showlar	47,8	36,6
Haber programları	70,6	79,0
Sır Programları	38,4	31,0
Kültür sanat programları	19,6	23,0
Magazin programları	23,3	13,0
Evlilik yarışmaları	10,2	3,4
Spor programları	8,3	51,6
Türk filmleri	40,4	34,2
Türk Halk Müziği	26,0	30,3
Türk Pop Müziği	25,0	16,8
Türk Sanat Müziği	19,7	21,9
Yabancı diziler	15,1	13,8
Yabancı müzik	11,9	12,9
Yabancı sinemalar	36,6	45,0
Yarışma programları	35,4	28,8
Yerli diziler	65,4	48,2
Çocuk programları	12,6	9,9
Kadın programları	19,1	2,5
Müzik programları	31,5	25,0

Kadınların erkeklere kıyasla daha yoğun olarak izledikleri program türleri yerli diziler, kadın programları, eğlence, güldürü, talk-showlar, magazin programları, Türk pop müziği, sır programları, evlilik yarışmaları, yarışma programları, müzik programları ve Türk filmleridir.⁷²

Erkeklerin kadınlara kıyasla daha yoğun olarak izledikleri program türleri yabancı sinemalar, haber programları, ekonomi programları, belgeseller, açık oturum ve tartışma programları ve spor programlarıdır.⁷³

Program türlerinin izlenme düzeyi izleyicinin yaşına göre belirgin farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 6.3).

Yaş ilerledikçe izlenme oranı artan program türleri açık oturum ve tartışma programları, dini programlar, ekonomi programları, haber programları, Türk Halk Müziği, Türk Sanat Müziği ve kadın programlarıdır.⁷⁴

Yaş ilerledikçe izlenme oranı düşen program türleri eğlence, güldürü, talk-show programları, magazin programları, spor programları, Türk Pop Müziği, yabancı diziler, yabancı müzik, yabancı sinema, çocuk programları ve müzik programlarıdır.⁷⁵

İzlenme oranı orta yaş gruplarında yoğunlaşan program türleri belgeseller ve kültür sanat programlarıdır.

⁷² Phi değerleri Yerli diziler için .20, Kadın programları için .36, Eğlence, güldürü, talk-showlar için .13, Magazin programları için .18, Türk Pop Müziği için .11, Sır Programları için .12, Evlilik yarışmaları için .19, Yarışma programları için .09, Müzik programları için .08, Türk filmleri için .10.

⁷³ Phi değerleri Yabancı sinemalar için .10, Haber programları için .10, Ekonomi programları için .20, Belgeseller için .19, Açık oturum ve tartışma programları için .18, Spor programları için .54.

⁷⁴ Pearson r değerleri açık oturum ve tartışma programları için .10, dini programlar için .18, ekonomi programları için .15, haber programları için .22, Türk Halk Müziği için .20, Türk Sanat Müziği için .20, kadın programları için .14.

⁷⁵ Pearson r değerleri eğlence, güldürü, talk show programları için .28, magazin programları için .27, spor programları için .10, Türk Pop Müziği için .41, yabancı diziler için .13, yabancı müzik için .33, yabancı sinema için .26, çocuk programları için .13, müzik programları için .44.

Tablo 4.3

Yaş gruplarına göre program türlerinin izlenme düzeyi (%)

(Sadece ilgili program türünü diyenlerin oranları verilmiştir. Sütunlar yaş gruplarını, satırlar program türlerini göstermektedir.)

	15-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-50	51-60	61+
Açık oturum ve tartışma p.	20,3	40,6	43,4	46,0	49,6	46,6	49,0	34,8
Belgeseller	34,8	42,9	42,7	47,8	46,2	42,3	40,6	28,5
Dini programlar	28,5	31,0	42,0	39,1	44,1	43,9	52,7	54,9
Ekonomi programları	5,4	12,0	13,9	19,2	19,4	21,5	20,9	17,0
Eğlence, güldürü, talk-showlar	62,2	57,6	38,7	36,8	37,8	29,5	33,8	24,1
Haber programları	55,4	66,6	72,5	82,7	83,1	81,3	86,8	86,0
Sır Programları	31,2	31,1	33,0	32,0	41,6	35,0	35,2	44,1
Kültür sanat programları	14,9	21,7	20,4	27,9	21,7	23,7	26,5	16,1
Magazin programları	30,7	27,4	19,1	13,3	15,6	12,2	10,5	3,3
Evlilik yarışmaları	5,1	5,3	7,5	3,6	6,6	8,4	9,3	8,5
Spor programları	35,3	33,3	28,9	32,7	30,6	24,3	31,2	19,0
Türk filmleri	37,7	38,5	38,4	31,7	38,1	34,2	38,5	41,4
Türk Halk Müziği	13,1	22,7	25,6	31,2	36,3	34,4	40,5	30,7
Türk Pop Müziği	43,8	36,6	22,7	14,8	12,0	9,2	4,5	3,0
Türk Sanat Müziği	9,4	14,7	15,9	24,6	25,3	28,6	30,8	26,3
Yabancı diziler	18,6	19,6	14,4	14,1	13,1	13,2	11,1	5,2
Yabancı müzik	29,2	20,3	10,1	8,2	9,9	4,1	3,4	2,2
Yabancı sinemalar	49,6	53,5	48,8	44,8	43,3	32,6	25,9	12,6
Yarışma programları	34,7	27,4	34,2	34,5	38,0	31,8	32,4	21,4
Yerli diziler	60,3	59,0	55,4	61,2	63,9	49,6	55,3	48,2
Çocuk programları	14,2	12,9	13,1	15,1	13,5	6,6	8,5	3,8
Kadın programları	3,3	7,3	9,2	10,0	15,0	14,9	17,0	14,2
Müzik programları	57,3	46,6	32,0	18,9	18,6	13,3	7,9	4,6

Tablo 4.4**Medeni duruma göre program türlerinin izlenme düzeyi (%)**

(Sadece ilgili program türünü diyenlerin oranları verilmiştir. Sütunlar medeni durumu, satırlar program türlerini göstermektedir.)

	Evli	Bekar	Dul / Boşanmış
Açık oturum ve tartışma p.	43,4	36,1	34,9
Belgeseller	40,1	43,1	29,9
Dini programlar	48,4	27,2	43,1
Ekonomi programları	17,8	11,6	13,9
Eğlence, güldürü, talk-showlar	33,1	57,9	35,3
Haber programları	81,1	64,2	76,0
Sır Programları	38,0	28,6	41,9
Kültür sanat programları	21,0	21,8	21,7
Magazin programları	13,4	26,8	12,0
Evlilik yarışmaları	7,9	4,9	6,0
Spor programları	27,0	36,7	12,6
Türk filmleri	37,5	37,0	36,3
Türk Halk Müziği	32,6	19,9	36,5
Türk Pop Müziği	11,5	37,9	7,8
Türk Sanat Müziği	24,5	14,2	25,9
Yabancı diziler	11,0	20,0	15,6
Yabancı müzik	5,1	25,0	9,0
Yabancı sinemalar	34,2	53,0	29,5
Yarışma programları	31,5	34,1	21,6
Yerli diziler	56,0	57,7	60,8
Çocuk programları	10,2	13,3	7,8
Kadın programları	13,8	4,7	21,6
Müzik programları	15,7	50,5	13,8

Program türlerinin izlenme oranı izleyicinin medeni durumuna göre anlamlı farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 6.4).

Evlilerin bekarlara kıyasla daha yoğun izledikleri program türleri dini programlar, haber programları, Türk halk müziği, Türk sanat müziği, sır programları, kadın programları ve ekonomi programlarıdır.⁷⁶

Bekarların evlilere kıyasla daha yoğun izledikleri program türleri yabancı diziler, spor programları, magazin programları, yabancı sinemalar, yabancı müzik, eğlence, güldürü, talk-showlar, türk pop müziği ve müzik programlarıdır.⁷⁷

Program türlerinin izlenme oranı izleyicinin eğitim düzeyine göre anlamlı farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 6.5).

Eğitim düzeyi yükseldikçe izlenme oranı artan program türleri yabancı sinemalar, açık oturum ve tartışma programları, kültür sanat programları, yabancı müzik, belgeseller, ekonomi programları, Türk pop müziği, spor programları, müzik programları ve yabancı dizilerdir.⁷⁸

Eğitim düzeyi yükseldikçe izlenme oranı düşen program türleri Türk filmleri, evlilik yarışmaları, kadın programları, dini programlar ve sır programlarıdır.⁷⁹

⁷⁶ Phi değerleri dini programlar için .23, haber programları için .19, Türk halk müziği için .17, Türk sanat müziği için .14, sır programları için .11, kadın programları için .17, ekonomi programları için .11.

⁷⁷ Phi değerleri yabancı diziler için .14, spor programları için .15, magazin programları için .21, yabancı sinemalar için .22, yabancı müzik için .36, eğlence, güldürü, talk-showlar için .26, Türk pop müziği için .36, müzik programları için .40.

⁷⁸ Pearson r değerleri yabancı sinemalar için .27, açık oturum ve tartışma programları için .26, kültür sanat programları için .23, yabancı müzik için .20, belgeseller için .18, ekonomi programları için .16, Türk pop müziği için .16, spor programları için .14, müzik programları için .13, yabancı diziler için .09.

⁷⁹ Pearson r değerleri Türk filmleri için .9, evlilik yarışmaları için .12, kadın programları için .16, dini programlar için .25, sır programları için .26.

Tablo 4.5

Eğitim düzeyine göre program türlerinin izlenme düzeyi (%)

(Sadece ilgili program türünü diyenlerin oranları verilmiştir. Sütunlar eğitim düzeyini, satırlar program türlerini göstermektedir.)

	Düşük eğitilmişler	Orta eğitilmişler	Yüksek eğitilmişler
Açık oturum ve tartışma p.	32,7	46,3	60,3
Belgeseller	34,4	47,3	53,7
Dini programlar	50,7	29,6	21,8
Ekonomi programları	12,7	16,7	24,4
Eğlence, güldürü, talk-showlar	39,4	48,3	40,4
Haber programları	72,6	75,3	82,6
Sır Programları	43,8	26,8	13,6
Kültür sanat programları	15,8	26,3	33,4
Magazin programları	17,9	19,8	16,0
Evlilik yarışmaları	9,1	4,4	2,3
Spor programları	25,1	36,2	36,9
Türk filmleri	41,5	34,1	26,7
Türk Halk Müziği	29,2	25,6	29,3
Türk Pop Müziği	16,2	27,2	26,7
Türk Sanat Müziği	20,7	20,7	21,8
Yabancı diziler	12,7	16,4	17,5
Yabancı müzik	7,5	18,0	20,8
Yabancı sinemalar	30,8	52,3	57,9
Yarışma programları	30,9	33,9	32,9
Yerli diziler	58,8	55,6	51,0
Çocuk programları	10,6	11,1	14,1
Kadın programları	14,5	7,3	2,5
Müzik programları	23,6	34,9	32,7

Tablo 4.6

Meslek gruplarına göre program türlerinin izlenme düzeyi (%)

(Sadece ilgili televizyon kanalını beğeniyorum diyenlerin oranları verilmiştir. Sütunlar meslek gruplarını, satırlar program türlerini göstermektedir.)

	Esnaf- sanatkar	İşçi	Ev hanımı	Öğrenci	Emekli	Memur	Profesyonel	Çiftçi/ Balıkçı	Diğer	İşsiz
Açık oturum ve tartışma p.	49,5	46,3	26,9	28,6	60,1	63,7	62,1	31,6	55,6	42,0
Belgeseller	50,0	47,3	27,1	35,6	50,6	48,7	71,3	42,5	55,6	33,3
Dini programlar	40,5	40,1	54,0	20,4	35,3	33,3	23,0	51,8	30,0	43,1
Ekonomi programları	22,5	18,9	7,8	7,6	28,5	20,4	27,3	15,0	20,0	8,7
Eğlence, güldürü, talk-show	34,6	46,7	39,4	61,6	28,5	28,8	43,7	37,2	66,7	38,7
Haber programları	82,2	76,0	71,4	55,5	93,9	89,2	82,8	80,5	100,0	71,7
Sır Programları	30,9	34,5	47,6	24,3	25,9	19,2	17,2	55,8	11,1	29,7
Kültür sanat programları	25,0	24,8	13,8	16,9	27,2	41,0	35,2	20,4	33,3	18,1
Magazin programları	12,2	19,3	19,9	28,7	6,5	10,3	22,7	14,9	10,0	19,6
Evlilik yarışmaları	3,3	5,3	13,9	4,3	3,2	1,3	2,3	8,8	0,0	3,6
Spor programları	45,5	39,6	6,4	33,8	35,6	24,2	44,8	38,1	22,2	33,6
Türk filmleri	36,4	37,0	43,7	31,6	33,7	26,8	27,3	46,0	55,6	33,6
Türk Halk Müziği	30,4	28,9	30,1	13,3	46,4	30,8	32,2	20,4	20,0	23,9
Türk Pop Müziği	16,0	25,1	12,2	44,7	5,5	21,0	30,7	14,2	20,0	19,6
Türk Sanat Müziği	22,8	21,3	20,8	9,9	42,7	18,5	25,3	21,9	10,0	8,8
Yabancı diziler	12,0	17,3	11,2	19,5	13,3	15,9	23,0	14,2	20,0	10,1
Yabancı müzik	10,8	15,7	3,9	28,0	5,5	8,3	24,1	7,1	10,0	16,7
Yabancı sinemalar	47,0	48,2	25,2	50,1	30,8	53,5	58,0	39,8	66,7	40,1
Yarışma programları	27,6	32,9	35,0	34,1	27,2	28,2	34,5	41,2	40,0	25,5
Yerli diziler	51,4	54,2	66,9	54,4	51,0	52,9	47,7	57,5	70,0	53,6
Çocuk programları	10,2	10,7	12,1	15,4	6,1	12,8	9,3	2,6	0,0	10,9
Kadın programları	3,4	5,8	28,0	1,9	8,4	5,1	3,4	6,2	0,0	2,9
Müzik programları	20,5	33,6	18,6	56,1	10,1	25,6	29,5	23,9	30,0	37,7

Program türlerinin izlenme oranı izleyicinin mesleğine göre anlamlı farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 6.6).

Program türlerinin en yoğun olarak izlendiği meslek grupları şöyledir: Açık oturum ve tartışma programlarında memurlar, profesyoneller ve emekliler; Belgesellerde profesyoneller; Dini programlarda ev hanımları, çiftçiler ve balıkçılar; Ekonomi programlarında emekliler ve profesyoneller; Eğlence, güldürü, talk-show programlarında diğer kategorisinden yer alan meslekler ve öğrenciler; Haber programlarında diğer kategorisinde yer alan meslekler, emekliler ve memurlar; sır programları programlarında çiftçiler / balıkçılar ve ev hanımları; Kültür sanat programlarında memurlar ve profesyoneller; Magazin programlarında öğrenciler ve profesyoneller; Evlilik yarışmalarında ev hanımları; Spor programlarında esnaf-sanatkarlar ve profesyoneller; Türk filmlerinde diğer kategorisinde yer alan meslekler, çiftçiler / balıkçılar ve ev hanımları; Türk Halk Müziği programlarında emekliler; Türk Pop Müziği programlarında öğrenciler; Türk Sanat Müziği programlarında emekliler; Yabancı dizilerde profesyoneller; Yabancı müzik programlarında öğrenciler ve profesyoneller; Yabancı sinemalarda diğer kategorisinde yer alan meslekler, profesyoneller ve memurlar; Yarışma programlarında çiftçiler/balıkçılar ve diğer kategorisinde yer alan meslekler; Yerli dizilerde diğer kategorisinde yer alan meslekler ve ev hanımları; Çocuk programlarında öğrenciler; Kadın programlarında ev hanımları; Müzik programlarında öğrenciler.⁸⁰

⁸⁰ Cramers' V değerleri açık oturum ve tartışma programları için .22, belgeseller için .18, dini programlar için .18, ekonomi programları için .20, eğlence, güldürü, talk-showlar için .15, haber programları için .17, sır programları için .17, kültür sanat programları için .16, magazin programları için .13, evlilik yarışmaları için .17, spor programları için .28, Türk filmleri için .10, Türk halk müziği için .15, Türk pop müziği için .23, Türk sanat müziği için .16, yabancı diziler için .09, yabancı müzik için .23, yabancı sinemalar için .18, yarışma programları için .08, yerli diziler için .11, çocuk programları için .09, kadın programları için .28, müzik programları için .24.

Tablo 4.7

Gelir düzeyine göre program türlerinin izlenme düzeyi (%)

(Sadece ilgili program türünü diyenlerin oranları verilmiştir. Sütunlar gelir gruplarını, satırlar program türlerini göstermektedir.)

	500 YTL ve altı	501-750 YTL arası	751-1000 YTL arası	1001-1500 YTL arası	1501-2000 YTL arası	2001 YTL ve üstü
Açık oturum ve tartışma p.	33,5	37,6	44,1	49,2	45,6	49,1
Belgeseller	34,2	39,2	42,3	50,4	46,2	53,0
Dini programlar	49,0	45,4	38,6	31,3	30,0	22,5
Ekonomi programları	12,6	11,9	17,9	18,7	18,8	20,4
Eğlence, güldürü, talk-showlar	35,6	42,8	44,8	52,2	45,3	41,3
Haber programları	71,5	76,5	76,0	78,1	76,3	76,2
Sır Programları	41,9	36,3	33,5	26,1	24,0	29,9
Kültür sanat programları	16,2	17,3	24,2	27,4	26,4	32,4
Magazin programları	16,1	18,6	17,2	20,5	19,8	24,9
Evlilik yarışmaları	9,2	8,5	4,7	6,9	4,9	1,1
Spor programları	25,4	30,3	32,6	33,4	33,8	30,6
Türk filmleri	40,3	42,2	33,5	37,3	31,3	34,2
Türk Halk Müziği	29,5	29,4	26,3	30,8	25,3	25,4
Türk Pop Müziği	14,7	20,1	22,5	25,0	28,6	29,2
Türk Sanat Müziği	19,4	20,8	19,2	23,0	22,3	31,0
Yabancı diziler	11,2	13,3	14,1	20,1	23,3	17,8
Yabancı müzik	6,6	11,5	14,0	18,8	20,6	19,2
Yabancı sinemalar	29,1	38,6	42,9	52,2	57,6	61,1
Yarışma programları	29,7	35,5	28,7	34,4	37,3	40,9
Yerli diziler	52,6	63,6	55,2	60,1	54,2	60,1
Çocuk programları	10,7	11,2	10,5	14,5	11,8	12,5
Kadın programları	14,0	13,8	8,2	10,2	7,0	2,1
Müzik programları	23,1	26,3	30,5	31,9	36,6	36,1

Program türlerinin izlenme düzeyi izleyicinin gelir düzeyine göre anlamlı farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 6.7).

Gelir düzeyi yükseldikçe izlenme oranı artan program türleri yabancı sinemalar, kültür sanat programları, yabancı müzik, açık oturum ve tartışma programları, Türk pop müziği, belgeseller, ekonomi programları, müzik programları, eğlence, güldürü, talk-show programları, yabancı diziler ve yarışma programlarıdır.⁸¹

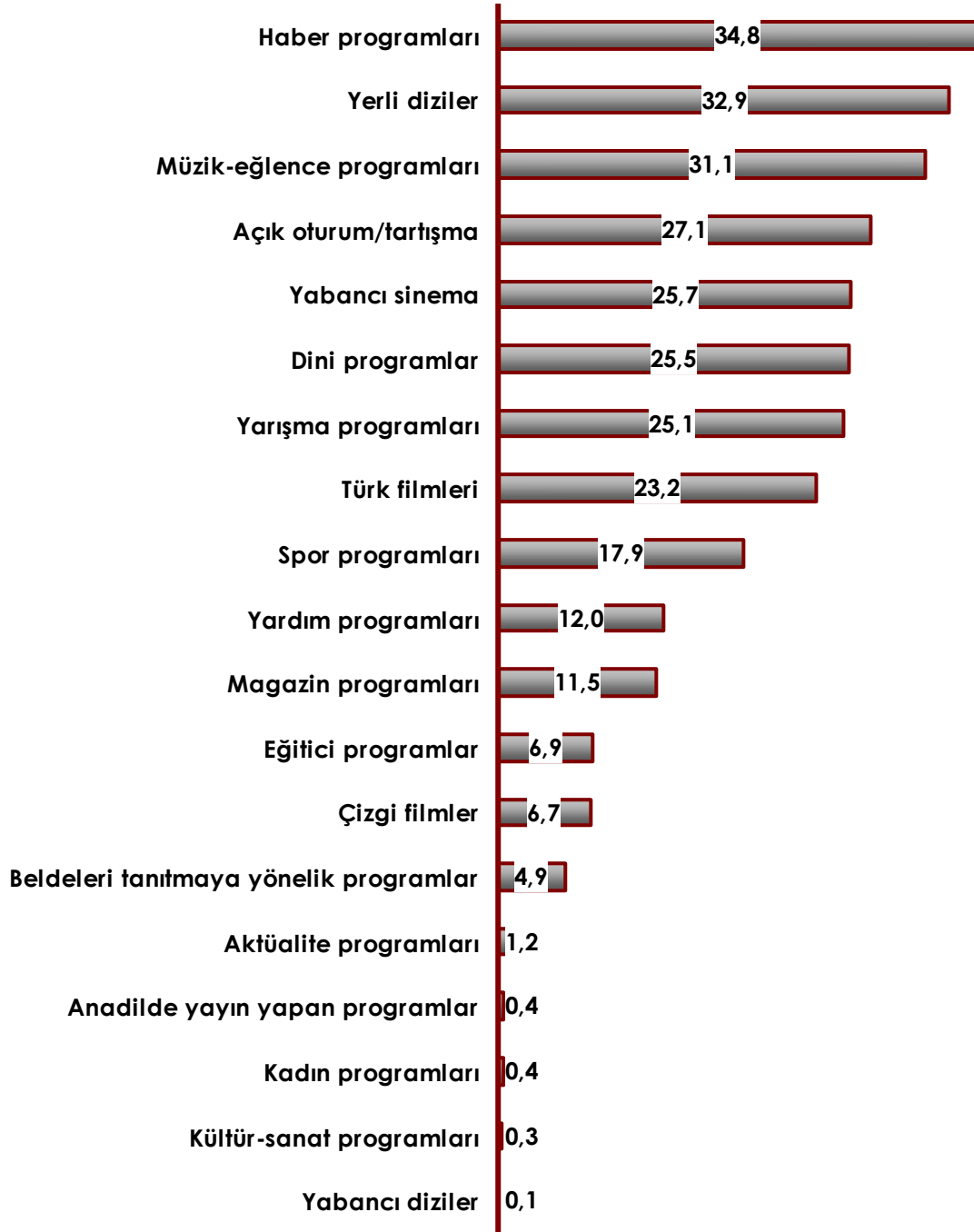
Gelir düzeyi yükseldikçe izlenme oranı düşen program türleri dini programlar, sır programları, kadın programları ve evlilik yarışmalarıdır.⁸²

⁸¹ Pearson r değerleri yabancı sinemalar için .23, kültür sanat programları için .17, yabancı müzik için .17, açık oturum ve tartışma programları için .16, Türk pop müziği için .16, belgeseller için .14, ekonomi programları için .14, müzik programları için .14, eğlence, güldürü, talk-show programları için .11, yabancı diziler için .10, yarışma programları için .09.

⁸² Pearson r değerleri dini programlar için -.16, sır programları için -.13, Kadın programları için -.09, Evlilik yarışmaları için -.08.

Şekil 4.1**Televizyonlarda özellikle yayınlanmasını istediğiniz program türleri nelerdir? (%)**

(Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir. Soruya birden fazla cevap verildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)



BEŞİNCİ BÖLÜM

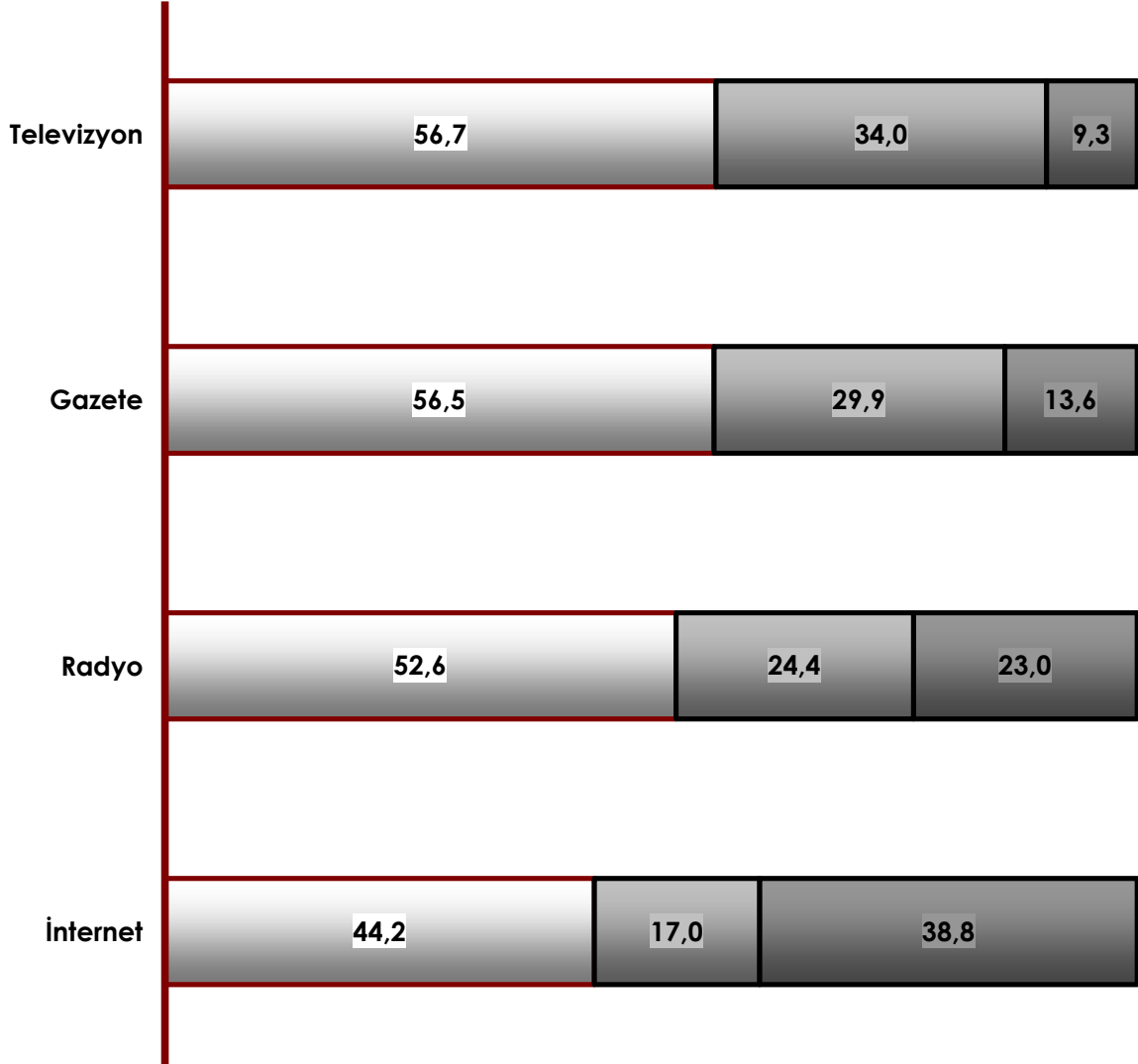
İLETİŞİM ARAÇLARINA GÜVEN DÜZEYİ

Bu bölümde iletişim araçlarına güven düzeyi ve televizyonda görmekten rahatsız olunan konular yer almaktadır.

Görüşülen kişilere "aşağıdaki iletişim araçlarına güveniyor musunuz?" şeklinde bir soru sorularak bir liste verilmiştir. Listede yer alan iletişim araçları televizyon, gazete, radyo ve internettir. Cevaplar "1 – güveniyorum", "2 – güvenmiyorum" ve "3 – fikrim yok" şeklinde kapalı uçlu olarak alınmıştır.

Aşağıda bu soruya verilen cevapların frekans dağılımları ile coğrafi bölge, kent ve kırsal ayrımı, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, gelir düzeyi değişkenleri ile ilişkileri incelenmektedir.

Şekil 5.1
Aşağıdaki iletişim araçlarına güveniyor musunuz? (%)



İletişim araçları içinde televizyona, gazeteye ve radyoya güvendiğini belirtenlerin oranı birbirine yakındır. Henüz bunlar kadar yaygın olmadığı için internete güvenenlerin oranı daha düşüktür.

Güvenmeme açısından bakıldığında ise, en yüksek oranın televizyonda, sonra gazetede, sonra radyoda , en az olarak da internette olduğu görülmektedir.

Tablo 5.1

Coğrafi bölgelere göre iletişim araçlarına güven düzeyi (%)

(Sütunlar bölgeleri, satırlar iletişim araçlarını ve bunlara güven düzeyini göstermektedir.)

		Marmara	Ege	Akdeniz	İç Anadolu	Karadeniz	Doğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
Televizyon	Güveniyorum	55,8	64,7	58,0	58,3	51,4	52,0	54,2
	Güvenmiyorum	34,2	28,3	35,7	32,2	38,2	42,9	28,7
	Fikrim yok	9,9	6,9	6,3	9,5	10,5	5,0	17,1
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gazete	Güveniyorum	56,6	65,8	49,4	57,3	52,8	64,7	49,2
	Güvenmiyorum	32,1	29,6	34,5	30,3	29,1	29,0	19,2
	Fikrim yok	11,4	4,6	16,1	12,5	18,1	6,2	31,6
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Radyo	Güveniyorum	54,2	63,5	50,3	53,5	49,3	57,6	34,7
	Güvenmiyorum	21,5	25,2	26,1	23,5	19,9	32,6	28,4
	Fikrim yok	24,4	11,3	23,7	23,0	30,8	9,8	36,9
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
İnternet	Güveniyorum	47,3	52,1	39,2	44,2	39,3	51,8	30,7
	Güvenmiyorum	18,2	17,4	14,2	16,8	16,9	22,8	12,0
	Fikrim yok	34,5	30,4	46,6	39,1	43,8	25,4	57,2
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Televizyona güvenme düzeyi bölgelere göre farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.1). Ege bölgesinde televizyona güvendiğini belirtenlerin oranı diğer tüm bölgelerden daha yüksektir. Buna karşılık, televizyona güvenmediğini belirtenlerin en yüksek olduğu bölgeler Doğu Anadolu ve Karadeniz'dir.⁸³

Gazetelere güvenme düzeyi bölgelere göre farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.1). Gazeteye güvendiğini belirtenlerin en yüksek oranda olduğu bölgeler Ege ve Güneydoğu Anadolu, güvenmediğini belirtenlerin en yüksek oranda olduğu bölgeler ise Akdeniz ve Marmara'dır.⁸⁴

Radyolara güvenme düzeyi bölgelere göre farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.1). Radyolara güvendiğini belirtenlerin en yüksek oranda olduğu bölge Ege, güvenmediğini belirtenlerin en yüksek oranda olduğu bölgeler ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu'dur.⁸⁵

İnternete güvenme düzeyi bölgelere göre farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.1). İnternete güvendiğini belirtenlerin en yüksek oranda olduğu bölgeler Ege ve Doğu Anadolu, güvenmediğini belirtenlerin en yüksek oranda olduğu bölgeler ise yine Doğu Anadolu'dur.⁸⁶

İletişim araçlarının tümüne güven düzeyi kent ve kırsal ayrımına göre farklılaşma göstermemektedir.

Cinsiyete göre bakıldığında televizyon ve radyo ile ilgili güven düzeyinin herhangi belirgin bir farklılaşma göstermediği gözlenmektedir. Ancak, gazete ve internetle ilgili güven düzeyi anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (Bkz. Bkz. Tablo 7.2)

⁸³ Cramers' V = .10.

⁸⁴ Cramers' V = .16.

⁸⁵ Cramers' V = .14.

⁸⁶ Cramers' V = .13.

Tablo 5.2

Cinsiyete göre iletişim araçlarına güven düzeyi (%)

(Sütunlar cinsiyeti, satırlar iletişim araçlarını ve bunlara güven düzeyini göstermektedir.)

		Kadın	Erkek
Gazete	Güveniyorum	58,1	55,0
	Güvenmiyorum	25,9	33,8
	Fikrim yok	16,0	11,2
	TOPLAM	100,0	100,0
İnternet	Güveniyorum	39,9	48,4
	Güvenmiyorum	14,3	19,7
	Fikrim yok	45,8	31,9
	TOPLAM	100,0	100,0

Gazetelere güvenenlerin oranı erkeklere kıyasla kadınlarda, gazeteye güvenmeyenlerin oranı da kadınlara kıyasla erkeklerde daha yüksektir.⁸⁷

Erkekler arasında internete güvenenlerin de güvenmeyenlerin de oranları kadınlarınkine kıyasla daha yüksektir.⁸⁸

İletişim araçlarına güven düzeyi izleyicinin yaşına göre belirgin farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.3).

⁸⁷ Phi = ,10.

⁸⁸ Phi = ,14.

Tablo 5.3

Yaş gruplarına göre iletişim araçlarına güven düzeyi (%)

(Sütunlar yaş gruplarını, satırlar iletişim araçlarını ve bunlara güven düzeyini göstermektedir.)

		15-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-50	51-60	61+
Televizyon	Güveniyorum	52,4	50,6	59,4	50,6	63,1	54,4	66,0	60,8
	Güvenmiyorum	37,4	41,5	34,0	37,9	30,0	33,7	25,9	26,3
	Fikrim yok	10,3	7,9	6,6	11,5	6,8	11,9	8,1	12,9
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gazete	Güveniyorum	65,4	56,9	56,9	52,6	56,7	53,4	56,1	46,6
	Güvenmiyorum	24,0	34,1	30,9	32,7	30,6	31,4	25,9	30,7
	Fikrim yok	10,5	9,0	12,2	14,8	12,7	15,1	18,0	22,7
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Radyo	Güveniyorum	52,5	49,5	56,6	50,4	56,9	51,8	55,3	45,2
	Güvenmiyorum	25,4	32,1	26,1	24,0	21,1	24,2	17,4	19,7
	Fikrim yok	22,1	18,4	17,3	25,6	22,0	24,0	27,3	35,1
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
İnternet	Güveniyorum	61,7	58,1	51,3	38,6	39,5	36,0	26,9	19,7
	Güvenmiyorum	19,2	18,7	17,0	19,9	17,5	17,2	9,7	15,1
	Fikrim yok	19,2	23,1	31,7	41,4	43,1	46,8	63,4	65,2
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Televizyona güvenenlerin oranı küçük bir eğilimle yaş ilerledikçe artmaktadır. Buna karşılık, televizyona güvenmeyenlerin oranı yaş ilerledikçe oldukça dik bir eğilimle düşmektedir. Yani, genç kuşaklar yaşlı kuşaklara kıyasla televizyona daha az güvenmektedir.

Gazetelere güvenenlerin oranı yaş ilerledikçe azalmaktadır. Ne var ki gazetelere güvenmeyenlerin oranı yaş gruplarının değişmesine göre belirgin bir farklılaşma göstermemektedir.

Radyolara güvenenlerin oranı yaş ilerledikçe belirgin bir değişim göstermemektedir. Ancak, radyolara güvenmeyenlerin oranı yaş ilerledikçe azalmaktadır.

İnternete güvenenlerin oranı yaş ilerledikçe belirgin bir şekilde azalmaktadır. Ne var ki, aynı eğilim daha hafif bir şekilde internete güvenmeyenlerin oranında da gözlenmektedir. Yaş ilerledikçe internete güvenmeyenlerin oranı da az da olsa azalmaktadır.⁸⁹

İletişim araçlarına güven düzeyi izleyicinin medeni durumuna göre anlamlı farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.4).

Evliler arasında televizyona güvenenlerin, bekarlar arasında ise televizyona güvenmeyenlerin oranı daha yüksektir.

Bekarlar arasında gazetelere güvenenlerin oranı evlilere kıyasla daha yüksektir.

Bekarlar arasında radyolara güvenmeyenlerin oranı evlilere kıyasla daha yüksektir.

Bekarlar arasında internete güvenenlerin oranı evlilere kıyasla daha yüksektir.⁹⁰

⁸⁹ Eta değerleri televizyon için .09, gazeteler için .11, radyolar için .10, internet için .32.

⁹⁰ Phi değerleri televizyon için .09, gazeteler için .12, radyolar için .11, internet için .34.

Tablo 5.4

Medeni duruma göre iletişim araçlarına güven düzeyi (%)

(Sütunlar medeni durumu, satırlar iletişim araçlarını ve bunlara güven düzeyini göstermektedir.)

		Evli	Bekar	Dul/Boşanmış
Televizyon	Güveniyorum	58,8	52,1	65,3
	Güvenmiyorum	31,3	39,3	26,3
	Fikrim yok	9,8	8,6	8,4
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0
Gazete	Güveniyorum	53,7	61,1	59,3
	Güvenmiyorum	30,0	30,4	22,8
	Fikrim yok	16,4	8,5	18,0
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0
Radyo	Güveniyorum	53,1	51,6	53,9
	Güvenmiyorum	22,0	29,5	13,8
	Fikrim yok	24,9	19,0	32,3
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0
İnternet	Güveniyorum	33,5	63,3	28,7
	Güvenmiyorum	16,5	18,6	9,6
	Fikrim yok	50,0	18,1	61,7
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0

Tablo 5.5

Eğitim düzeyine göre iletişim araçlarına güven düzeyi (%)

(Sütunlar eğitim düzeyini, satırlar iletişim araçlarını ve bunlara güven düzeyini göstermektedir.)

		Düşük eğitilmişler	Orta eğitilmişler	Yüksek eğitilmişler
Televizyon	Güveniyorum	59,0	54,7	51,0
	Güvenmiyorum	30,5	37,1	42,1
	Fikrim yok	10,4	8,3	6,9
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0
Gazete	Güveniyorum	53,6	60,9	59,4
	Güvenmiyorum	28,4	31,1	33,4
	Fikrim yok	18,1	8,0	7,2
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0
Radyo	Güveniyorum	52,8	53,4	49,8
	Güvenmiyorum	21,0	27,4	31,9
	Fikrim yok	26,2	19,2	18,3
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0
İnternet	Güveniyorum	31,2	58,3	67,3
	Güvenmiyorum	16,0	19,1	16,9
	Fikrim yok	52,8	22,6	15,9
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0

İletişim araçlarına güven düzeyi izleyicinin eğitim düzeyine göre farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.5).

Eğitim yükseldikçe televizyona güvenmeyenlerin oranı artmaktadır.

Eğitim yükseldikçe gazetelere güvenenlerin de güvenmeyenlerin de oranı artmaktadır.

Eğitim yükseldikçe radyolara güvenmeyenlerin oranı artmaktadır.

Eğitim yükseldikçe internete güvenenlerin oranı artmaktadır.⁹¹

İletişim araçlarına güven düzeyi izleyicinin meslek grubuna göre anlamlı farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.6).

Televizyona güvenenlerin oranının en yüksek olduğu grup çiftçi/balıkçılar, en düşük olduğu grup ise işsizlerdir.

Gazetelere güvenenlerin oranının en yüksek olduğu gruplar diğer kategorisinde yer alan meslekler ile öğrenciler, en düşük olduğu grup ise ev hanımlarıdır.

Radyolara güvenenlerin oranının en yüksek olduğu gruplar diğer kategorisinde yer alan meslekler ile profesyoneller, en düşük olduğu grup ise işsizlerdir.

İnternete güvenenlerin oranının en yüksek olduğu gruplar öğrenciler ile profesyoneller, en düşük olduğu gruplar ise ev hanımları ile çiftçi /balıkçılardır.⁹²

⁹¹ Eta değerleri televizyon için .09, gazeteler için .14, radyolar için .11, internet için .33.

⁹² Cramers' V değerleri televizyon için .09, gazeteler için .15, radyolar için .14, internet için .30.

Tablo 5.6

Meslek gruplarına göre iletişim araçlarına güven düzeyi (%)

(Sütunlar meslek gruplarını, satırlar iletişim araçlarını göstermektedir.)

		Esnaf- sanatkar	İşçi	Ev hanımı	Öğrenci	Emekli	Memur	Profesyonel	Çiftçi/ Balıkçı	Diğer	İşsiz
Televizyon	Güveniyorum	54,1	54,3	62,1	54,8	59,9	48,1	51,1	71,7	66,7	43,1
	Güvenmiyorum	37,5	37,4	26,6	37,0	30,1	41,0	43,2	21,2	22,2	46,7
	Fikrim yok	8,5	8,3	11,3	8,1	10,0	10,9	5,7	7,1	11,1	10,2
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gazete	Güveniyorum	54,5	56,1	53,4	65,4	57,5	54,8	54,5	56,6	70,0	58,0
	Güvenmiyorum	36,7	32,0	23,1	26,3	32,5	37,6	43,2	23,0	10,0	31,2
	Fikrim yok	8,8	11,9	23,5	8,3	10,1	7,6	2,3	20,4	20,0	10,9
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Radyo	Güveniyorum	54,0	58,1	49,2	50,2	58,6	46,2	62,1	51,3	66,7	36,2
	Güvenmiyorum	26,8	26,5	17,5	29,2	18,8	33,3	27,6	15,0	0,0	41,3
	Fikrim yok	19,1	15,4	33,4	20,6	22,7	20,5	10,3	33,6	33,3	22,5
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
İnternet	Güveniyorum	44,5	52,0	23,4	72,7	29,5	67,9	72,4	25,4	60,0	36,2
	Güvenmiyorum	20,4	21,4	11,8	14,8	15,6	13,5	19,5	11,4	20,0	30,4
	Fikrim yok	35,1	26,6	64,8	12,4	54,9	18,6	8,0	63,2	20,0	33,3
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablo 5.7

Gelir gruplarına göre iletişim araçlarına güven düzeyi (%)

(Sütunlar gelir gruplarını, satırlar iletişim araçlarını göstermektedir.)

		500 YTL ve altı	501-750 YTL arası	751-1000 YTL arası	1001-1500 YTL arası	1501-2000 YTL arası	2001 YTL ve üstü
Televizyon	Güveniyorum	57,1	56,7	56,7	55,4	55,9	54,8
	Güvenmiyorum	30,9	32,7	36,3	37,1	37,8	38,4
	Fikrim yok	12,0	10,6	7,0	7,4	6,3	6,8
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gazete	Güveniyorum	51,6	55,4	62,6	59,7	56,9	54,8
	Güvenmiyorum	24,6	33,5	29,5	30,6	35,8	39,5
	Fikrim yok	23,8	11,1	7,8	9,8	7,3	5,7
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Radyo	Güveniyorum	50,0	52,1	56,2	55,1	50,2	52,7
	Güvenmiyorum	19,0	25,5	24,4	29,7	32,1	29,5
	Fikrim yok	31,0	22,4	19,4	15,2	17,8	17,8
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
İnternet	Güveniyorum	30,1	36,8	51,7	51,1	64,1	68,6
	Güvenmiyorum	13,5	18,3	18,2	22,1	15,0	17,9
	Fikrim yok	56,4	44,9	30,0	26,8	20,9	13,6
	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

İletişim araçlarına güven düzeyi gelir düzeyine anlamlı farklılaşmalar göstermektedir (Bkz. Tablo 7.7).

Gelir düzeyi arttıkça televizyona güvenenlerin oranı düşmektedir. Ancak, güvenmeyenlerin oranında belirgin bir farklılaşma yoktur.

Gelir düzeyi arttıkça gazetelere güvenenlerin oranında düzenli bir değişim olmadığı, ancak, güvenmeyenlerin oranında belirgin bir artış olduğu gözlenmektedir.

Gelir düzeyi arttıkça radyolara güvenenlerin oranında düzenli bir değişim olmadığı, ancak, güvenmeyenlerin oranında belirgin bir artış olduğu gözlenmektedir.

Gelir düzeyi arttıkça internete güvenenlerin oranı artmaktadır. Ancak, internete güvenmeyenlerin oranındaki değişimler düzenli değildir.⁹³

⁹³ Eta değerleri televizyon için .08, gazeteler için .17, radyolar için .13, internet için .29.

ALTINCI BÖLÜM

RAHATSIZ EDİCİ YAYINLAR

Bu bölümde televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlarla ilgili bilgiler yer almaktadır.

Görüşülen kişilere “televizyonda görmekten rahatsız olduğunuz yayınlar nelerdir?” diye sorulmuş ve cevaplar açık uçlu olarak alınmıştır.

Aşağıda bu soruya gelen cevapların frekans dağılımı ve coğrafi bölgeler, kent ve kırsal ayrımı, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve gelir düzeyi ile ilişkileri yer almaktadır.

Şekil 6.1

Televizyonda görmekten rahatsız olduğunuz yayınlar nelerdir?(%)

(Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir.)



İzleyicinin televizyonda görmekten rahatsız olduğu yayınların başında magazin ve dedikodu programları gelmektedir. Bunu evlilik, dans yarışmaları, BBG gibi programlar, müstehcen yayınlar ve seviyesiz kadın programları izlemektedir. Yüksek oranlarda bir kitle de şiddet ve korku içeren programlar ile reklamların aşırı olmasından şikayet etmektedir. Diğer konularla ilgili oranlar düşüktür.

Tablo 6.1

Coğrafi bölgelere göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar (%)

(Sadece en yüksek oranın rahatsız olduğu ilk yedi konuya yer verilmiştir.)

	Marmara	Ege	Akdeniz	İç Anadolu	Karadeniz	Doğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
Magazin ve dedikodu prog.	20,6	12,0	14,9	18,2	14,2	28,7	33,2
Evlilik, dans, vb. yarışmaları	18,1	25,5	12,3	15,3	18,5	11,7	20,7
Müstehcenlik	12,4	9,8	18,7	13,1	19,7	21,1	18,7
Seviyesiz kadın programları	18,7	16,6	17,7	18,9	14,2	5,7	7,7
Şiddet ve korku içeren prog.	7,1	10,3	6,6	5,3	7,9	10,4	0,8
Reklamların aşırı olması	5,5	7,4	10,2	8,0	2,3	8,9	5,6
Belirli programlar	4,4	3,3	3,8	3,4	3,6	1,8	2,0
Diğer	13,2	15,1	15,7	17,7	19,5	11,5	11,3
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Rahatsız olunan konuların sıralaması bölgelere göre şöyledir:

Marmara'da magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları, evlilik ve dans yarışmaları,

Ege'de evlilik ve dans yarışmaları, seviyesiz kadın programları, magazin ve dedikodu programları,

Akdeniz'de müstehcenlik, seviyesiz kadın programları, magazin ve dedikodu programları,

İç Anadolu'da seviyesiz kadın programları, magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları,

Karadeniz'de müstehcenlik, evlilik ve dans yarışmaları, magazin ve dedikodu programları – seviyesiz kadın programları,

Doğu Anadolu'da magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, evlilik ve dans yarışmaları,

Güneydoğu Anadolu'da magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları, müstehcenlik.

Tablo 6.2

Kent ve kır ayırımına göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar (%)

(Sadece en yüksek oranın rahatsız olduğu ilk yedi konuya yer verilmiştir.)

	Kent	Kır
Magazin ve dedikodu prog.	19,9	19,7
Evlilik, dans, vb. yarışmaları	15,2	21,6
Müstehcenlik	13,9	18,3
Seviyesiz kadın programları	16,9	12,3
Şiddet ve korku içeren prog.	7,9	5,2
Reklamların aşırı olması	6,7	6,7
Belirli programlar	3,2	3,8
Diğer	16,3	12,3
TOPLAM	100,0	100,0

Yerleşim biriminin türüne göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar şu şekilde sıralanmaktadır:

Kentlerde magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları, evlilik ve dans yarışmaları,

Kırsal bölgelerde evlilik ve dans yarışmaları, magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik.

Tablo 6.3

Cinsiyete göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar (%)

(Sadece en yüksek oranın rahatsız olduğu ilk yedi konuya yer verilmiştir.)

	Kadın	Erkek
Magazin ve dedikodu prog.	16,3	23,2
Evlilik, dans, vb. yarışmaları	17,3	17,7
Müstehcenlik	18,6	12,4
Seviyesiz kadın programları	12,5	18,0
Şiddet ve korku içeren prog.	8,7	5,2
Reklamların aşırı olması	6,4	7,0
Belirli programlar	3,4	3,5
Diğer	16,8	13,2
TOPLAM	100,0	100,0

Cinsiyete göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar şu şekilde sıralanmaktadır:

Kadınlarda müstehcenlik, evlilik ve dans yarışmaları, magazin ve dedikodu programları,

Erkeklerde magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları, evlilik ve dans yarışmaları.

Tablo 6.4

Yaş gruplarına göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar (%)

(Sadece en yüksek oranın rahatsız olduğu ilk yedi konuya yer verilmiştir.)

	15-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-50	51-60	61+
Magazin ve dedikodu prog.	19,8	18,7	15,8	17,9	19,2	22,5	23,3	22,3
Evlilik, dans, vb. yarışmaları	23,0	20,7	18,8	17,3	15,9	15,2	9,9	14,6
Müstehcenlik	8,3	8,1	15,4	9,1	16,9	21,1	23,3	27,9
Seviyesiz kadın programları	16,7	19,3	18,1	19,8	13,1	11,1	14,1	7,3
Şiddet ve korku içeren prog.	4,1	6,6	5,5	9,1	8,4	10,1	6,5	5,6
Reklamların aşırı olması	9,0	7,9	6,7	6,0	5,4	5,6	7,1	4,3
Belirli programlar	3,9	4,1	3,2	4,1	3,7	3,6	2,4	1,0
Diğer	15,4	14,5	16,5	16,7	17,3	10,9	13,4	16,9
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Yaş göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar şu şekilde sıralanmaktadır:

15-20 yaş grubunda evlilik ve dans yarışmaları, magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları,

21-25 yaş grubunda evlilik ve dans yarışmaları, seviyesiz kadın programları, magazin ve dedikodu programları,

26-30 yaş grubunda evlilik ve dans yarışmaları, seviyesiz kadın programları, magazin ve dedikodu programları,

31-35 yaş grubunda seviyesiz kadın programları, magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları,

36-40 yaş grubunda magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, evlilik ve dans yarışmaları,

41-50 yaş grubunda magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, evlilik ve dans yarışmaları,

51-60 yaş grubunda magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, seviyesiz kadın programları,

61 ve daha yukarı yaş grubunda müstehcenlik, magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları.

Tablo 6.5

Medeni duruma göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar (%)

(Sadece en yüksek oranın rahatsız olduğu ilk yedi konuya yer verilmiştir.)

	Evli	Bekar	Dul/boşanmış
Magazin ve dedikodu prog.	20,2	18,9	22,6
Evlilik, dans, vb. yarışmaları	16,3	20,2	10,2
Müstehcenlik	18,3	10,1	21,9
Seviyesiz kadın programları	14,2	17,3	12,4
Şiddet ve korku içeren prog.	7,9	5,1	8,8
Reklamların aşırı olması	6,3	7,8	2,2
Belirli programlar	3,6	3,3	2,2
Diğer	13,2	17,4	19,7
TOPLAM	100,0	100,0	100,0

Medeni duruma göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar şu şekilde sıralanmaktadır:

Evlilerde magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, evlilik ve dans yarışmaları,

Bekarlarda evlilik ve dans yarışmaları, magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları,

Dul / boşanmışlarda magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, seviyesiz kadın programları.

Tablo 6.6

Eğitim düzeyine göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar (%)

(Sadece en yüksek oranın rahatsız olduğu ilk yedi konuya yer verilmiştir.)

	Düşük eğitilmişler	Orta eğitilmişler	Yüksek eğitilmişler
Magazin ve dedikodu prog.	19,3	19,8	21,9
Evlilik, dans, vb. yarışmaları	15,5	19,1	21,5
Müstehcenlik	21,1	10,3	5,2
Seviyesiz kadın programları	13,0	16,6	21,2
Şiddet ve korku içeren prog.	6,6	6,9	8,0
Reklamların aşırı olması	7,2	7,2	3,9
Belirli programlar	3,1	4,2	3,2
Diğer	14,1	15,9	15,2
TOPLAM	100,0	100,0	100,0

Eğitim düzeyine göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar şu şekilde sıralanmaktadır:

Düşük eğitilmişlerde müstehcenlik, magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları,

Orta eğitilmişlerde magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları, seviyesiz kadın programları,

Yüksek eğitilmişlerde magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları, seviyesiz kadın programları.

Tablo 6.7**Meslek gruplarına göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar (%)**

(Sadece en yüksek oranın rahatsız olduğu ilk yedi konuya yer verilmiştir.)

	Esnaf- sanatkar	İşçi	Ev hanımı	Öğrenci	Emekli	Memur	Profesyonel	Çiftçi/ Balıkçı	Diğer	İşsiz
Magazin ve dedikodu prog.	20,8	19,8	17,7	22,9	22,0	24,1	17,1	12,7	14,3	13,1
Evlilik, dans, vb. yarışmaları	15,5	21,7	14,9	21,8	8,6	19,7	13,4	10,1	14,3	29,9
Müstehcenlik	13,4	11,0	23,8	9,3	18,4	10,9	4,9	27,8	14,3	15,0
Seviyesiz kadın programları	20,3	16,8	8,8	17,0	15,7	15,3	24,4	15,2	14,3	11,2
Şiddet ve korku içeren prog.	5,1	5,5	8,6	4,8	7,8	15,3	7,3	12,7	42,9	5,6
Reklamların aşırı olması	5,8	6,8	7,3	6,4	8,2	1,5	6,1	12,7	0,0	8,4
Belirli programlar	4,7	3,7	2,9	4,0	2,0	1,5	4,9	1,3	0,0	0,9
Diğer	14,3	14,8	16,1	13,7	17,3	11,7	22,0	7,6	0,0	15,9
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Meslek gruplarına göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar şu şekilde sıralanmaktadır:

Esnaf ve sanatkarlarda magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları, evlilik ve dans yarışmaları,

İşçilerde evlilik ve dans yarışmaları, magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları,

Ev hanımlarında müstehcenlik, magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları,

Öğrencilerde magazin dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları, seviyesiz kadın programları,

Emeklilerde magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, seviyesiz kadın programları,

Memurlarda magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları, seviyesiz kadın programları-şiddet ve korku içeren programlar,

Profesyonellerde seviyesiz kadın programları, magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları,

Çiftçi/balıkçılarda müstehcenlik, seviyesiz kadın programları, magazin ve dedikodu programları-şiddet ve korku içeren programlar-reklamların aşırı olması,

Diğer kategorisinde yer alan mesleklerde şiddet ve korku içeren programlar,

İşsizlerde evlilik ve dans yarışmaları, müstehcenlik, magazin ve dedikodu programları.

Gelir düzeyine göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar şu şekilde sıralanmaktadır:

500 YTL ve altında magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, evlilik ve dans yarışmaları,

501-750 YTL arasında müstehcenlik, seviyesiz kadın programları, evlilik ve dans yarışmaları,

751-1000 YTL arasında magazin ve dedikodu programları, evlilik ve dans yarışmaları, seviyesiz kadın programları,

1001-1500 YTL arasında magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları, evlilik ve dans yarışmaları,

1501-2000 YTL arasında magazin ve dedikodu programları, seviyesiz kadın programları, evlilik ve dans yarışmaları,

2001 YTL ve üstünde magazin ve dedikodu programları, müstehcenlik, evlilik ve dans yarışmaları.

Tablo 6.8

Gelir düzeyine göre televizyonda görmekten rahatsız olunan yayınlar (%)

(Sadece en yüksek oranın rahatsız olduğu ilk yedi konuya yer verilmiştir.)

	500 YTL ve altı	501-750 YTL arası	751-1000 YTL arası	1001-1500 YTL arası	1501-2000 YTL arası	2001 YTL ve üstü
Magazin ve dedikodu prog.	22,9	15,3	19,9	18,4	19,4	21,5
Evlilik, dans, vb. yarışmaları	17,1	17,3	18,5	16,8	13,8	15,1
Müstehcenlik	19,8	19,4	12,0	11,6	6,9	16,7
Seviyesiz kadın programları	11,8	17,4	15,7	18,4	19,4	13,5
Şiddet ve korku içeren prog.	6,0	6,5	7,2	7,3	10,8	7,2
Reklamların aşırı olması	7,4	6,8	6,5	5,9	5,6	8,0
Belirli programlar	2,9	2,0	4,1	4,3	4,3	5,2
Diğer	12,1	15,5	16,1	17,3	19,8	12,7
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

YEDİNCİ BÖLÜM

REKLAMLAR

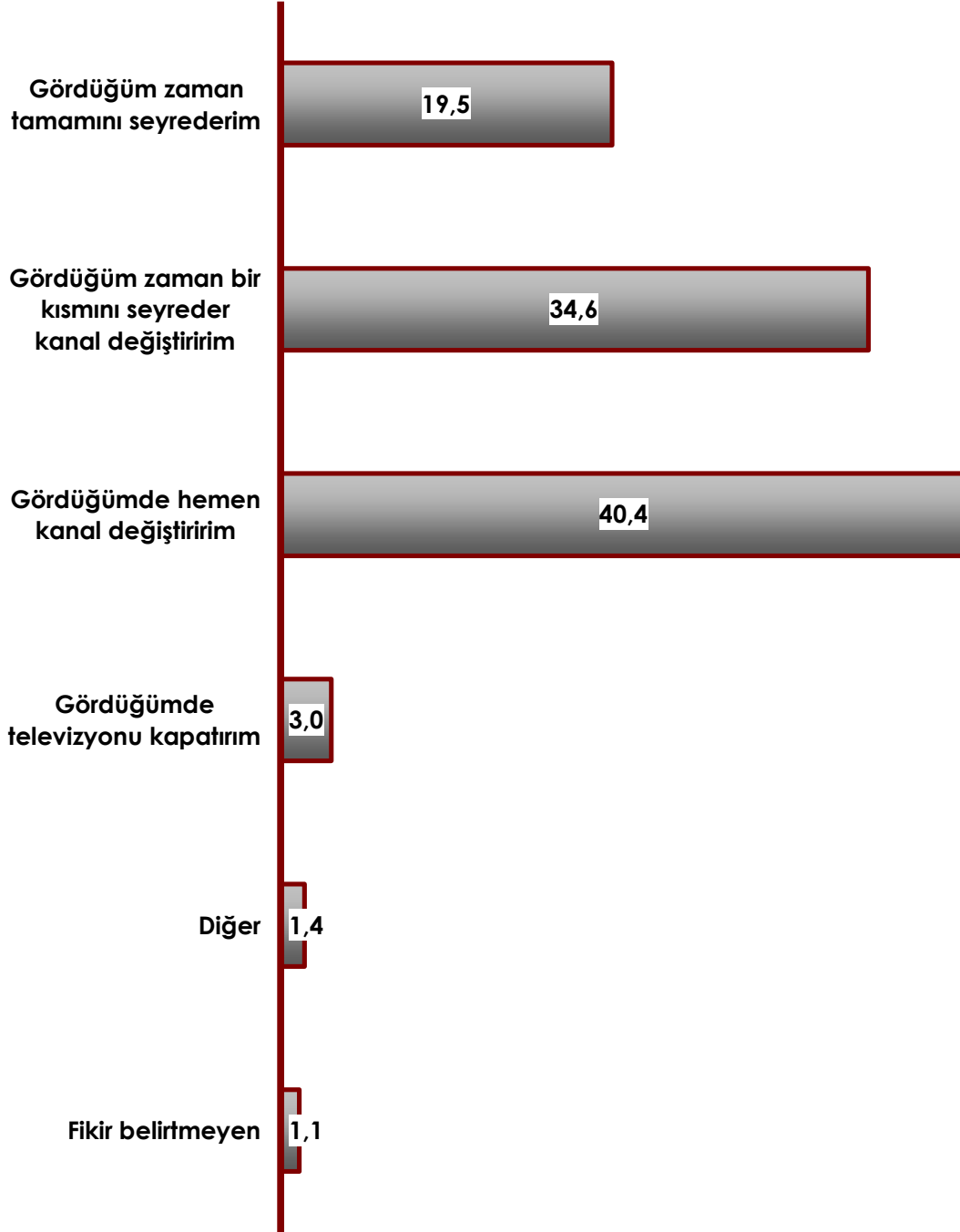
Bu bölümde reklamların izlenmesi ve reklamlarda rahatsızlık veren konularla ilgili bilgiler yer almaktadır.

Görüşülen kişilere "Reklamları seyrediyor musunuz?" diye sorulmuş ve cevaplar "1 – Gördüğüm zaman tamamını seyrederim", "2 – Gördüğüm zaman bir kısmını seyreder kanal değiştiririm", "3 – Gördüğümde hemen kanal değiştiririm", "4 – Gördüğümde televizyonu kapatırım" ve "5 – Diğer" şeklinde kapalı olarak alınmıştır.

Görüşülen kişilere, ayrıca, "Reklamları izlerken sizi en çok rahatsız eden konular nelerdir?" diye sorulmuş ve cevaplar açık uçlu olarak alınmıştır.

Aşağıda bu sorulara verilen cevaplar ile ilgili frekans dağılımları ve coğrafi bölgeler, kent ve kırsal ayrımı, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve gelir düzeyi ile ilişkileri incelenmektedir.

Şekil 7.1
Reklamları seyredersiniz? (%)



İzleyicinin büyük bölümünün reklamları izlemediği anlaşılmaktadır.

İzleyicinin reklamlar ile ilişki düzeyi coğrafi bölgelere, kent ve kırsal ayrımına, yaşa, medeni duruma, eğitim düzeyine, meslek gruplarına ve gelir düzeyine göre çok belirgin farklılaşmalar göstermemektedir. Sadece kadınların erkeklere kıyasla reklamları daha fazla izlemeye eğilimli olduklarına yönelik bir eğilim vardır (Bkz. Tablo 9.1).

Tablo 7.1
Cinsiyete göre reklamları izleme (%)

(Sütunlar cinsiyeti, satırlar reklamları izlemeyi göstermektedir.)

	Kadın	Erkek
Gördüğüm zaman tamamını seyrederim	24,5	15,0
Gördüğüm zaman bir kısmını seyreder kanal değiştiririm	37,2	32,7
Gördüğümde hemen kanal değiştiririm	33,5	48,2
Gördüğümde televizyonu kapatırım	3,2	2,9
Diğer	1,6	1,2
TOPLAM	100,0	100,0

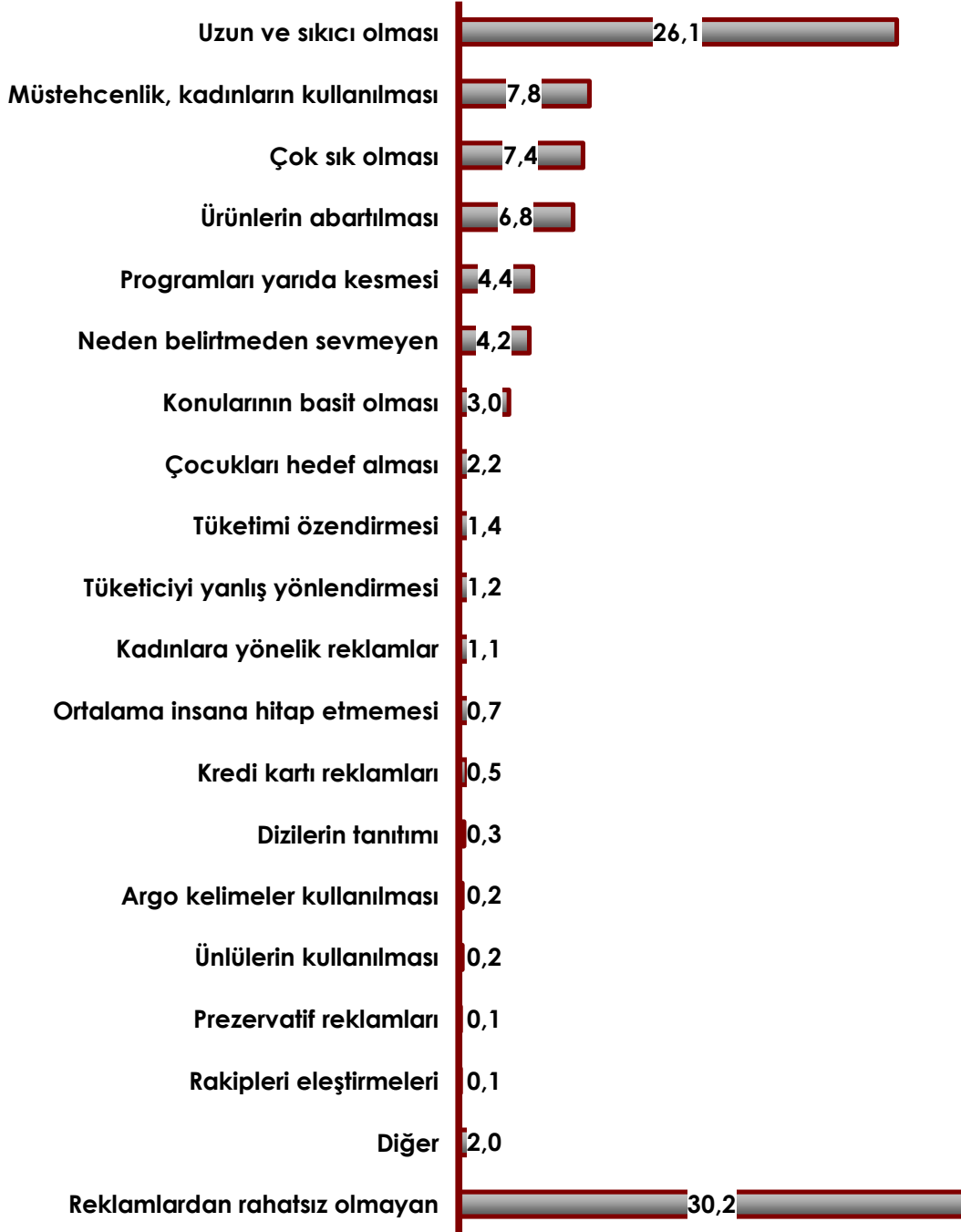
Reklamların tamamını veya gördüğü zaman bir kısmını seyreden kadın oranı erkeklere kıyasla daha yüksektir. Buna karşılık reklamları gördüğünde kanal değiştirdiğini belirten erkek oranı kadınlara kıyasla daha yüksektir.⁹⁴

Reklamları izlerken izleyiciyi en çok rahatsız eden konular Şekil 9.1'de verilmiştir. İzleyicinin %30'undan fazlası reklamlardan rahatsız olmadığını belirtmiştir. Reklamların en çok rahatsız eden yönü olarak da çok uzun ve sıkıcı olması gelmektedir.

⁹⁴ Cramer's V = .16.

Şekil 7.2

Reklamları izlerken sizi en çok rahatsız eden konular nelerdir? (%)

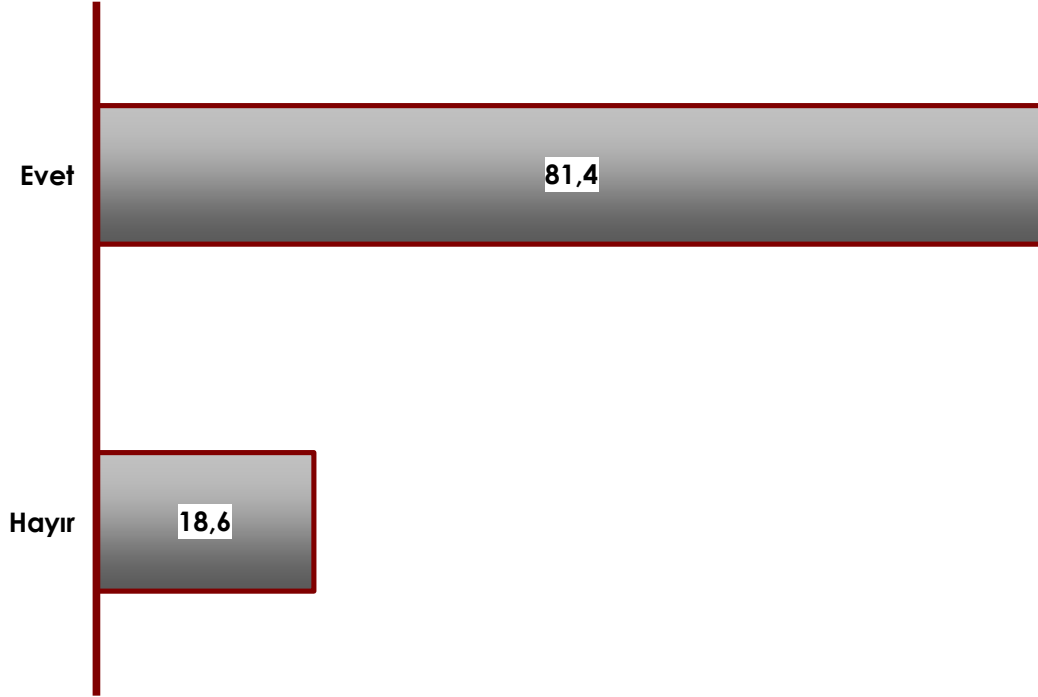


Reklamlardaki müstehcenlik, çok sık reklama girilmesi, reklamdaki ürünlerin abartılması, programları yarıda kesmesi ve konularının basit olması reklamlarda rahatsızlık veren unsurların önde gelenleridir. İzleyicilerin bir

kısmı da herhangi bir neden verememekle birlikte reklamları sevmediğini belirtmiştir.

SEKİZİNCİ BÖLÜM

RTÜK

Şekil 8.1**Radyo Televizyon Üst Kurulu'nu (RTÜK) hiç duydunuz mu? (%)**

İzleyicinin %80'inden fazlası RTÜK adını duymuştur.

RTÜK'ün bilinme düzeyi coğrafi bölgelere göre⁹⁵ (Bkz. Şekil 10.2), kent ve kır ayırımına göre⁹⁶ (Bkz. Şekil 10.3), cinsiyete göre⁹⁷ (Bkz. Şekil 10.4), yaş gruplarına göre⁹⁸ (Bkz. Şekil 10.5), medeni duruma göre⁹⁹ (Bkz. Şekil 10.6), eğitim düzeyine göre¹⁰⁰ (Bkz. Şekil 10.7), meslek gruplarına göre¹⁰¹ (Bkz. Şekil 10.8) ve gelir düzeyine göre¹⁰² (Bkz. Şekil 10.9) farklılaşmaktadır.

⁹⁵ Cramers' V = .24.

⁹⁶ Phi = .11.

⁹⁷ Phi = .10.

⁹⁸ Eta = .22.

⁹⁹ Cramers' V = .19.

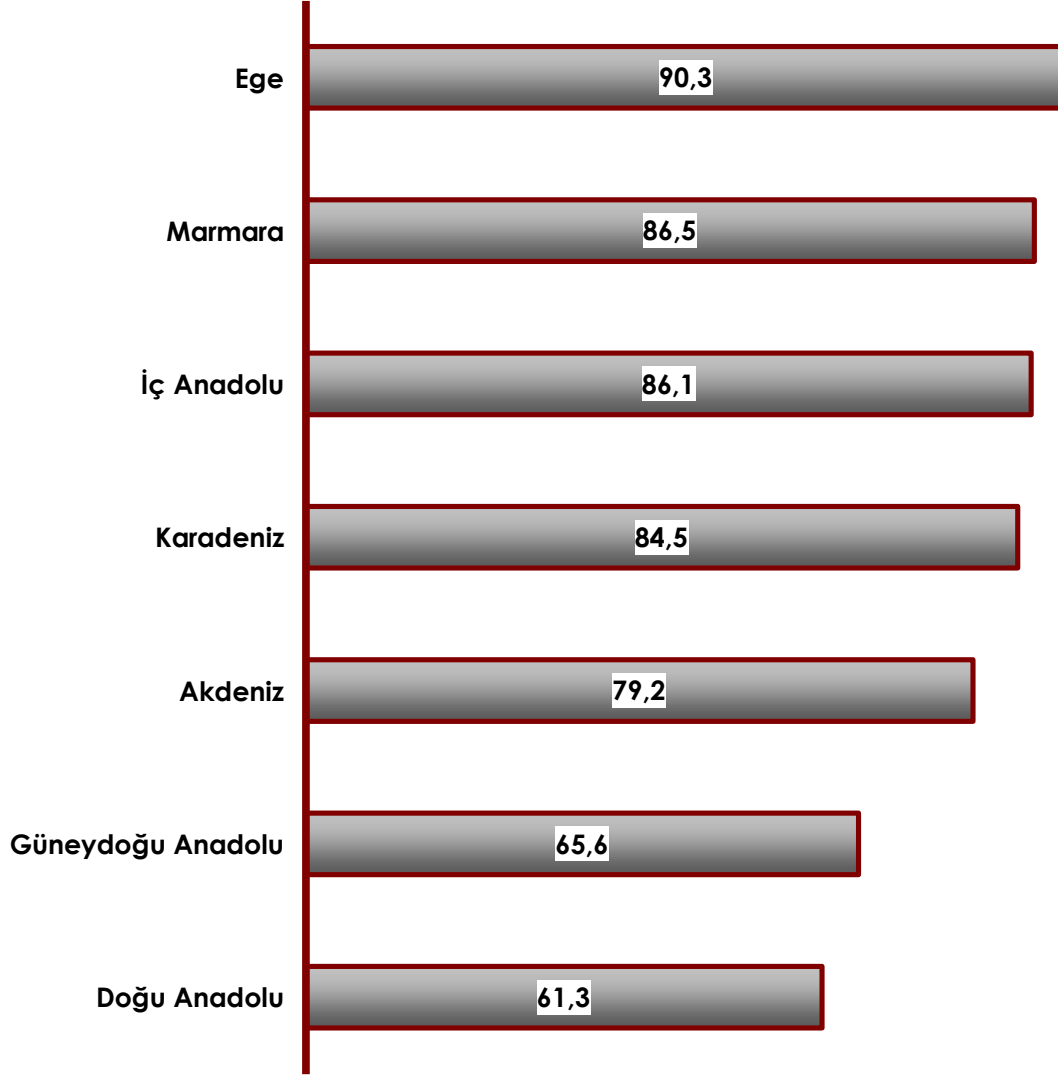
¹⁰⁰ Eta = .32.

¹⁰¹ Cramers' V = .30.

¹⁰² Eta = .24.

Şekil 8.2
Bölgelere göre RTÜK'ün bilinme düzeyi (%)

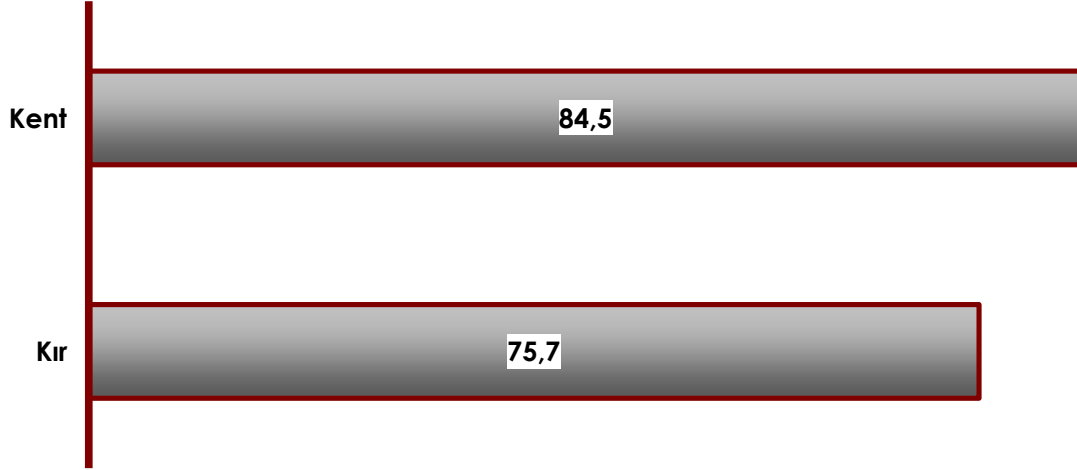
(Sadece RTÜK'ü duyduğunu belirtenlerin oranı verilmiştir.)



RTÜK'ün bilinme düzeyinin en yüksek olduğu bölge Ege en düşük olduğu bölgeler ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu'dur.

Şekil 8.3**Kent ve kırsal ayırımına göre RTÜK'ün bilinme düzeyi (%)**

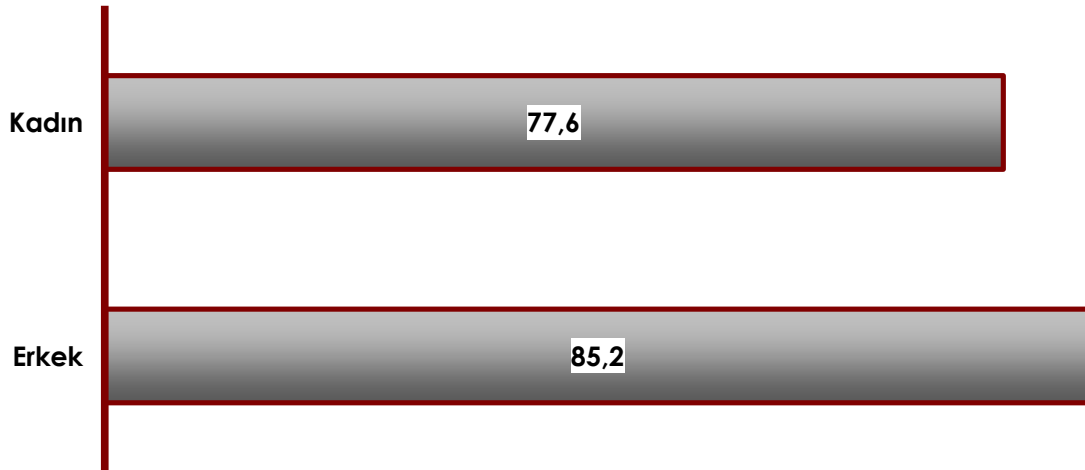
(Sadece RTÜK'ü duyduğunu belirtenlerin oranı verilmiştir.)



Kentlerde RTÜK'ün bilinme düzeyi kırsal alanlara kıyasla daha yüksektir.

Şekil 8.4**Cinsiyete göre RTÜK'ün bilinme düzeyi (%)**

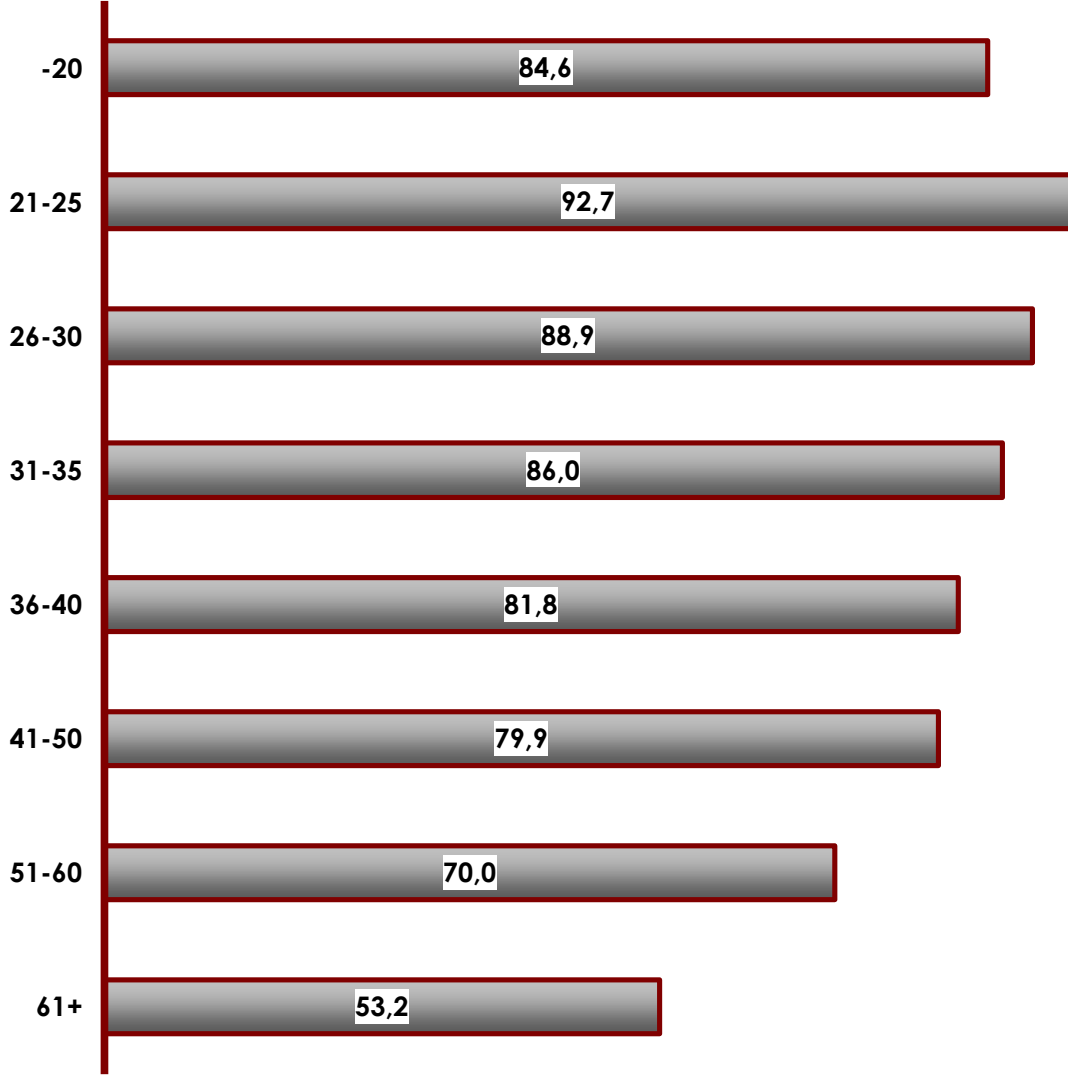
(Sadece RTÜK'ü duyduğunu belirtenlerin oranı verilmiştir.)



RTÜK'ü bilen erkek oranı kadınlara kıyasla daha yüksektir.

Şekil 8.5
Yaş gruplarına göre RTÜK'ün bilinme düzeyi (%)

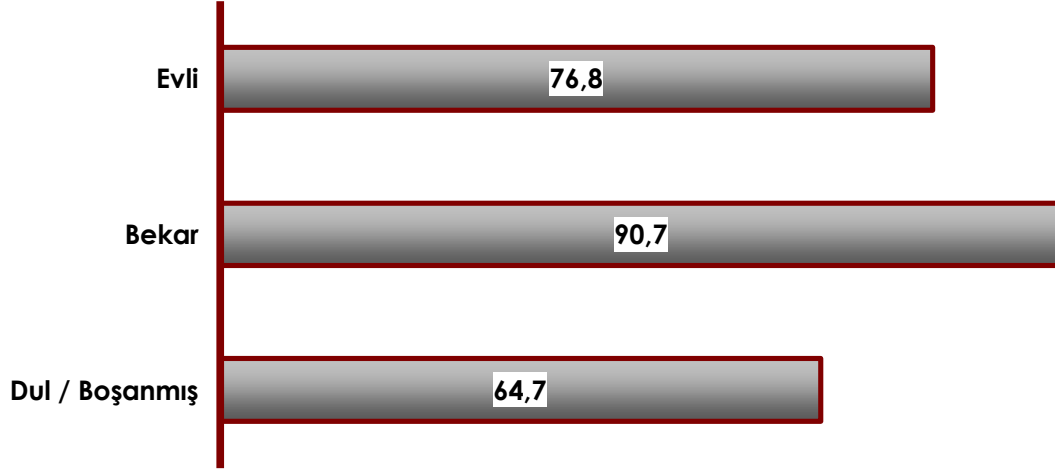
(Sadece RTÜK'ü duyduğunu belirtenlerin oranı verilmiştir.)



Yaş ilerledikçe RTÜK'ü bilenlerin oranı düşmektedir. 21-25 yaş grubunda %93 civarında olan bilme düzeyi, 61 ve daha yukarı yaşlarda %53'e düşmektedir.

Şekil 8.6
Medeni duruma göre RTÜK'ün bilinme düzeyi (%)

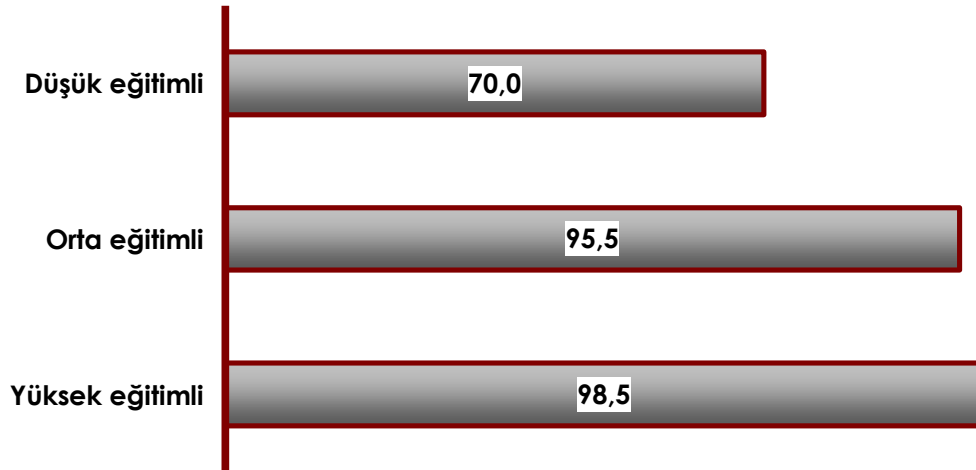
(Sadece RTÜK'ü duyduğunu belirtenlerin oranı verilmiştir.)



RTÜK'ün bilinme düzeyi bekarlarda en yüksektir.

Şekil 8.7
Eğitim düzeyine göre RTÜK'ün bilinme düzeyi (%)

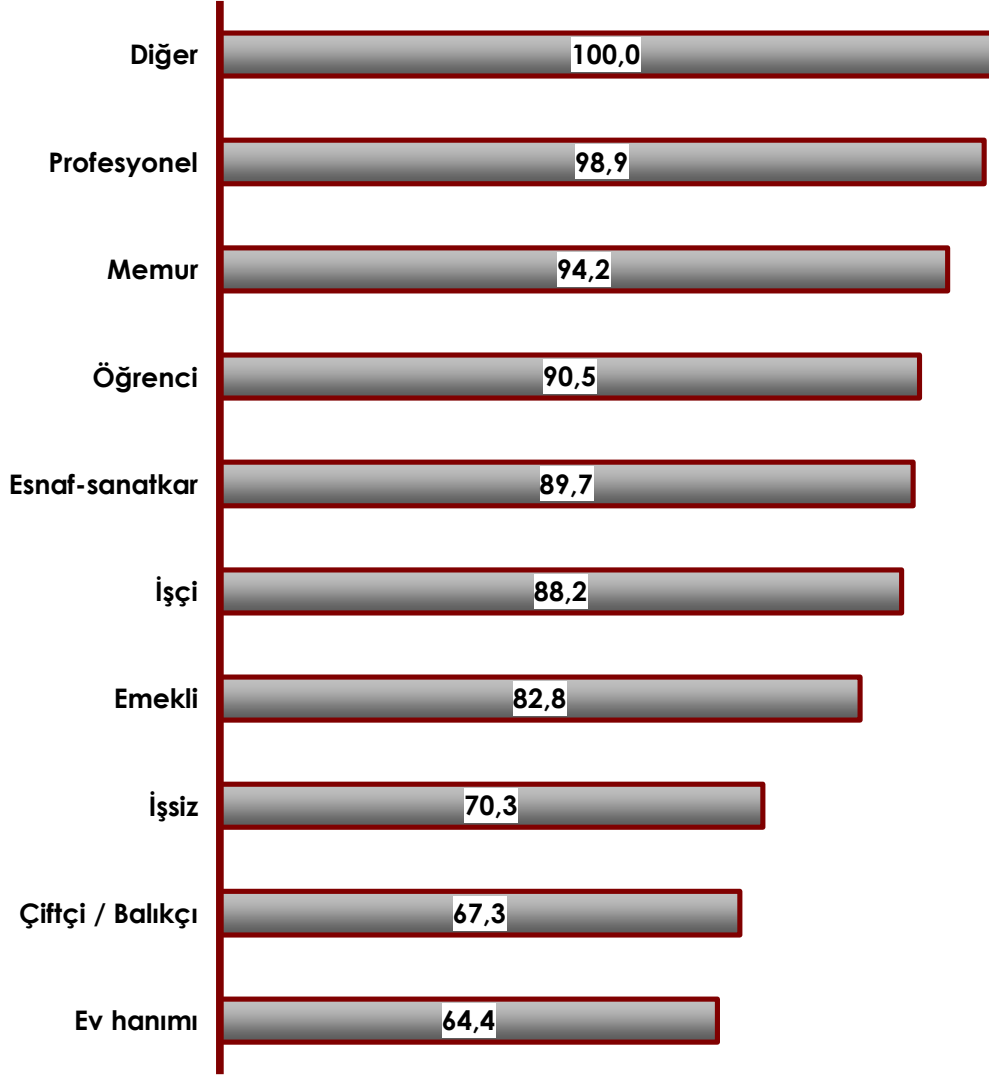
(Sadece RTÜK'ü duyduğunu belirtenlerin oranı verilmiştir.)



Eğitim düzeyi yükseldikçe RTÜK'ü bilenlerin oranı artmaktadır.

Şekil 8.8**Meslek gruplarına göre RTÜK'ün bilinme düzeyi (%)**

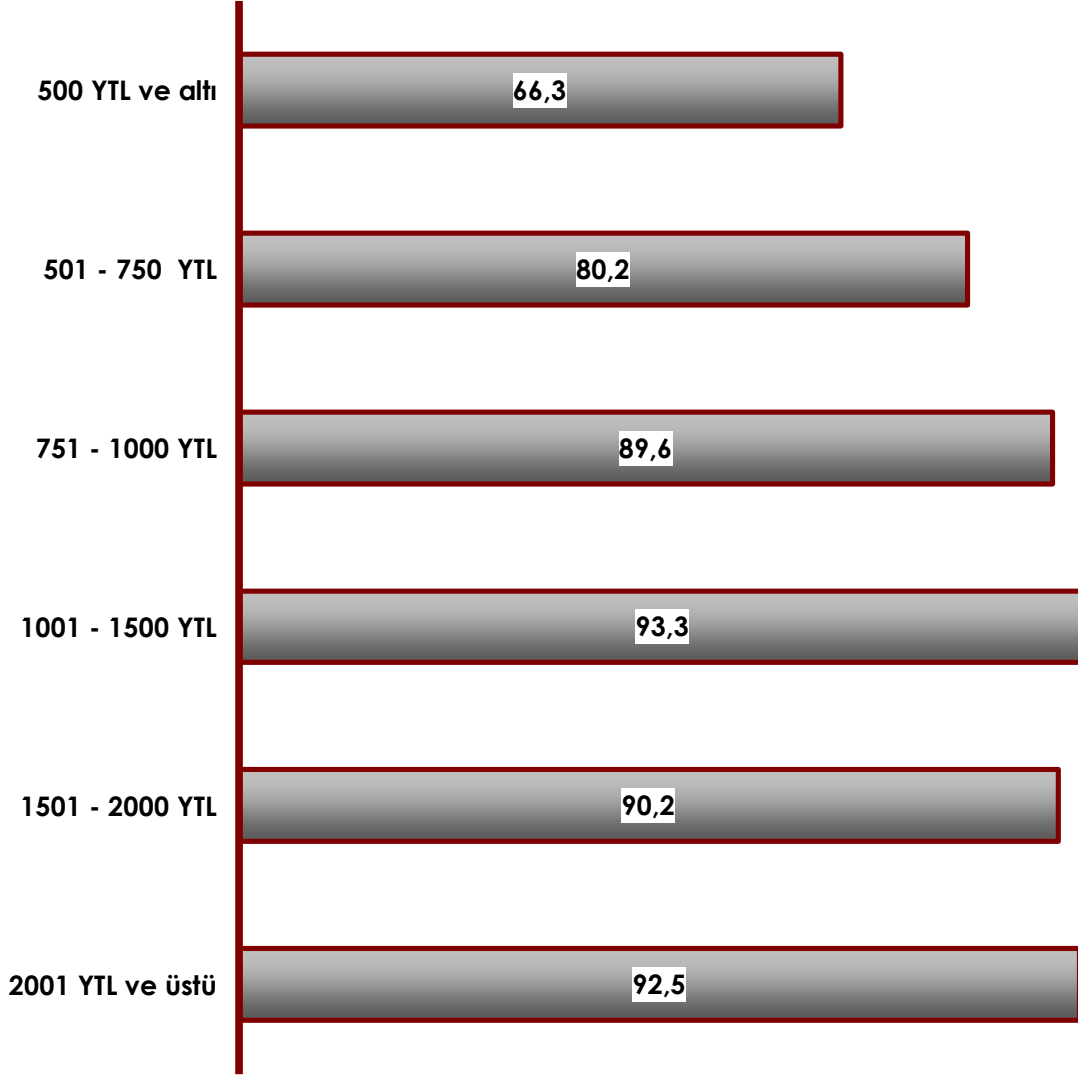
(Sadece RTÜK'ü duyduğunu belirtenlerin oranı verilmiştir.)



Diğer kategorisinde yer alan meslekler, profesyoneller ve memurlar arasında RTÜK'ün bilinme düzeyi en yüksek iken işsiz, çiftçi/balıkçı ve ev hanımları arasında en düşüktür.

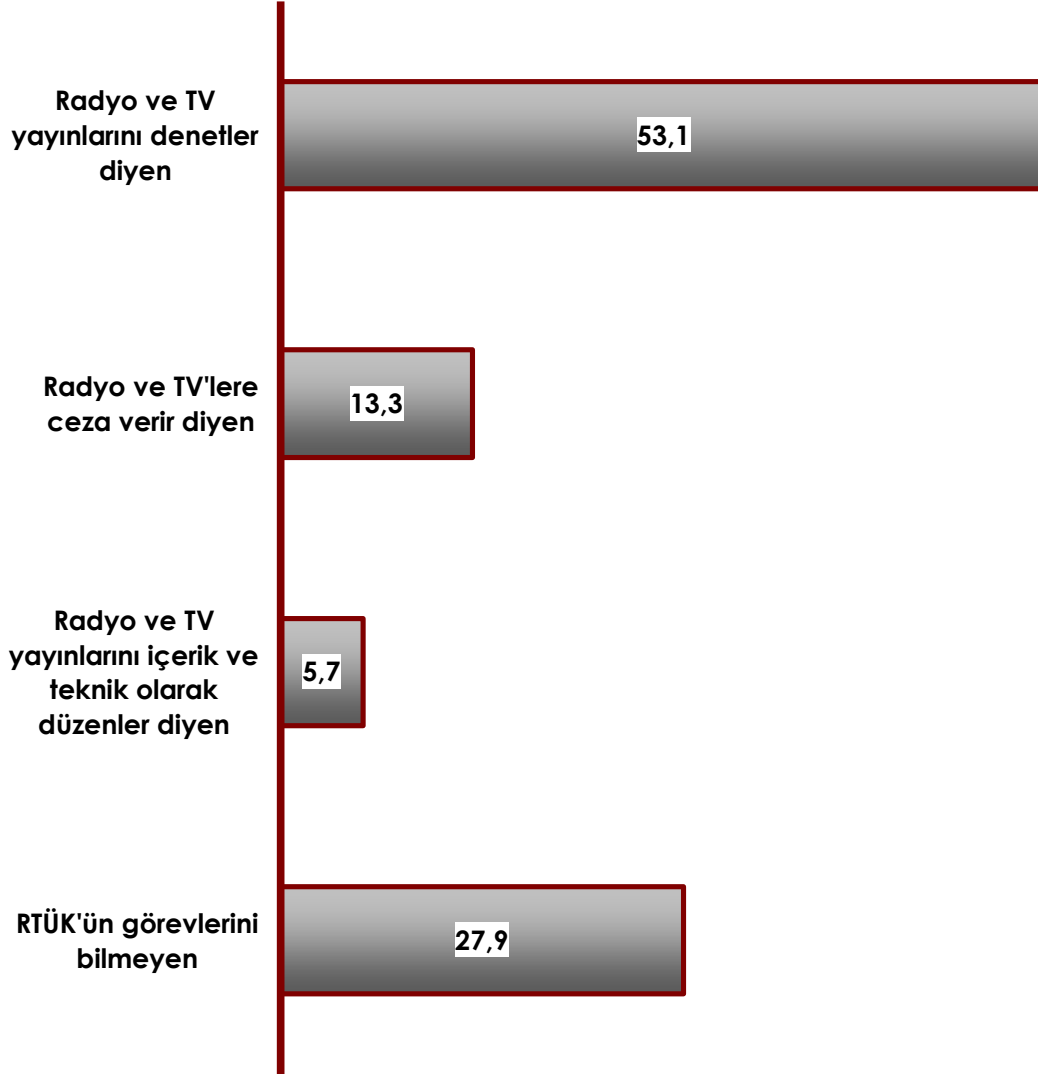
Şekil 8.9
Gelir düzeyine göre RTÜK'ün bilinme düzeyi (%)

(Sadece RTÜK'ü duyduğunu belirtenlerin oranı verilmiştir.)



Gelir düzeyi yükseldikçe RTÜK'ü bilenlerin oranı artmaktadır.

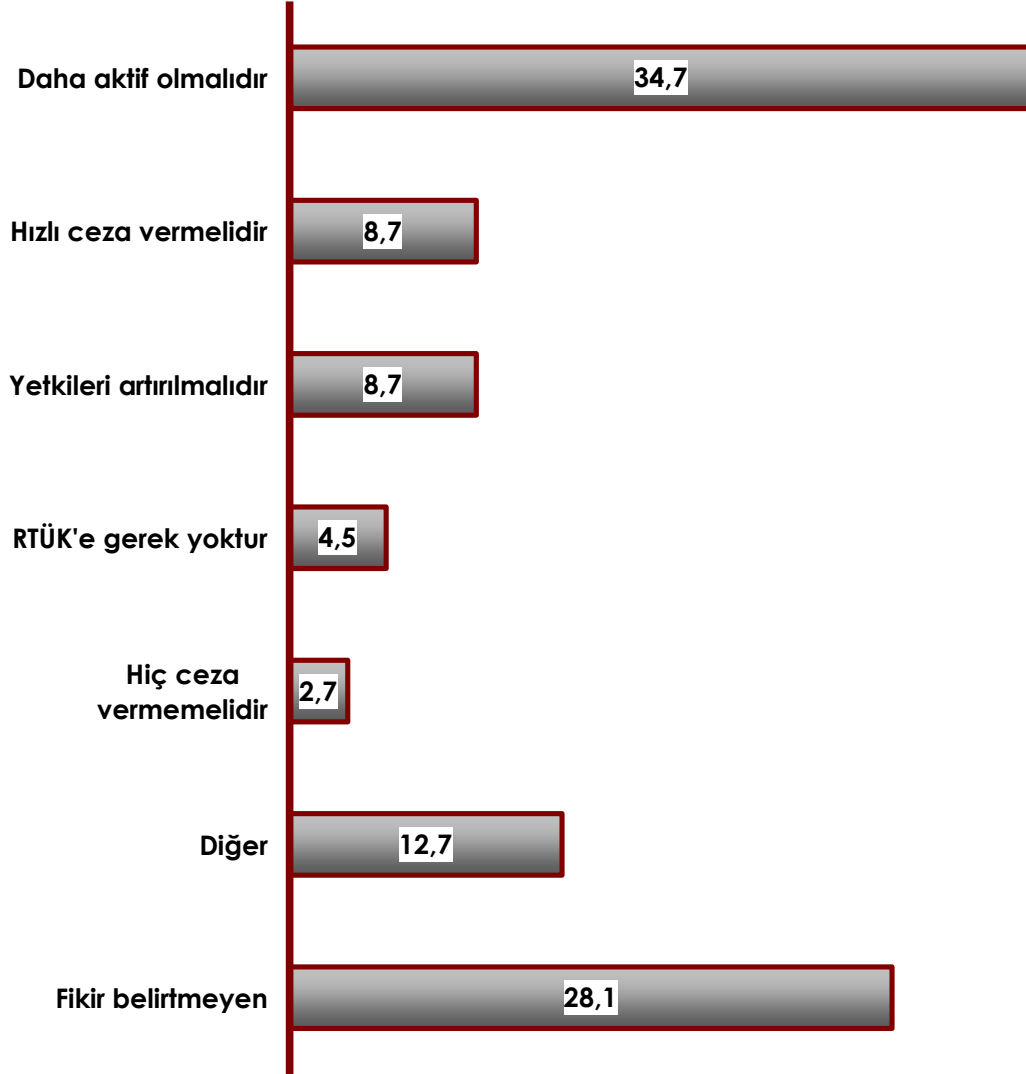
Şekil 8.10
RTÜK'ün görevleri nedir? (%)



RTÜK'ün görevlerini bilmediğini belirtenlerin oranı %27,9'dur. RTÜK'ün radyo ve TV yayınlarını denetlediği bilinmektedir.

Şekil 8.11

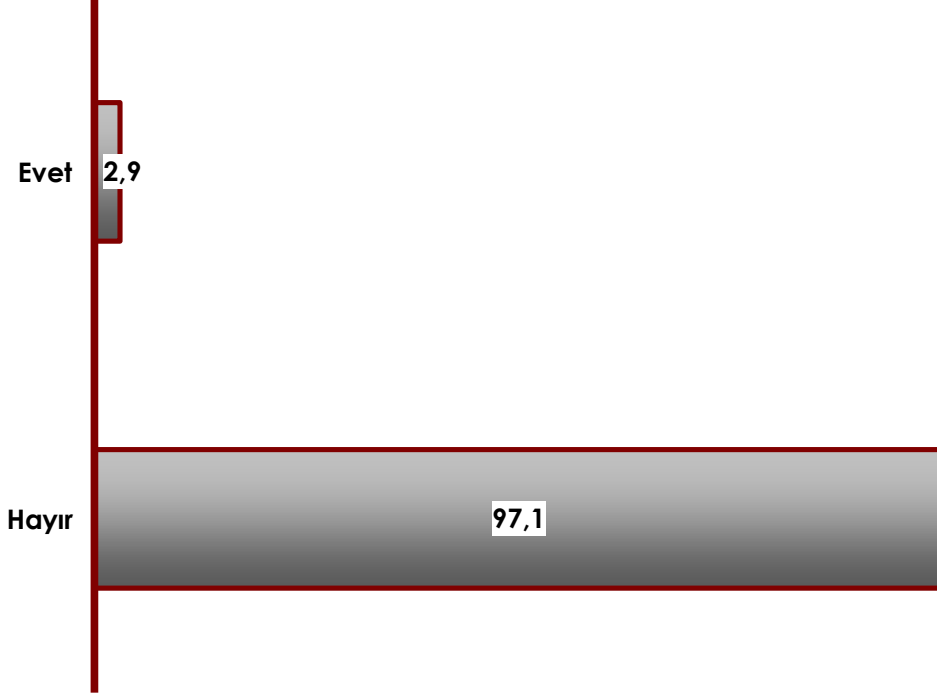
Televizyon yayınları hakkında RTÜK'ten beklenti ve önerileriniz nelerdir? (%)



Genel olarak beklenti RTÜK'ün daha aktif olmasıdır.

Şekil 8.12

Alo RTÜK 178 hattına şikayet ve önerilerinizi hiç iletiniz mi? (%)



İzleyicinin %2,9'u ALO RTÜK 178 hattını aradığını belirtmiştir.