



**International**  
**SOCIAL SCIENCES**  
**STUDIES JOURNAL**



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

*Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences*

**Vol:5, Issue:33**  
sssjournal.com

**pp.2059-2070**  
**ISSN:2587-1587**

**2019**  
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 15/03/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 26/04/2019  
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 26.04.2019

## TELEVİZYON İZLEMENİN AİLE İLİŞKİLERİNE ETKİSİ

### THE ENFLUENCE OF WATCHING TELEVISION ON A FAMILY RELATIONSHIPS

**Cansu ESER**

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entitüsü, Sosyoloji Bölümü, cansueser01@gmail.com Sakarya/Türkiye



**Article Type** : Research Article/ Araştırma Makalesi

**Doi Number** : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1418>

**Reference** : Eser, C. (2019). "Televizyon İzlemenin Aile İlişkilerine Etkisi", International Social Sciences Studies Journal, 5(33): 2059-2070.

## ÖZ

Günümüzde en önemli kitle iletişim araçlarının basında televizyon gelmektedir. Aileyi değiştiren etkenlerden biride medyadır. Sunduklarıyla tüketimi özendirilmesi, çıkarları doğrultusunda hareket etmesi kapitalizmin amacına hizmet ettiğinin göstergesidir. Günümüzde, medya gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Medya, izleyicilere kendi düşünüş ve davranış biçimleri oldukça çekici biçimde sunmaktadır. İzleyiciler medyanın sunduğu anlamlarla özdeşleşirler ve bunları kendi gündelik yaşam durumları içinde işleyişe koyarlar. Televizyon insanlara eğlence, bilgi, haber vs. imkânlar sunmaktadır. Özellikle akşam yayınlanan diziler pek çok kişi tarafından izlenmektedir. Bu çalışmada televizyon izlemenin aile ilişkilerini etkilediği amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon, Televizyon Programları, Aile, Yaşam Biçimleri

## ABSTRACT

Encouraging consumption with its offerings, acting in the interests of its own is the indication that it serves the purpose of capitalism. Today, the media has become an integral part of everyday life. The media offers audiences a very attractive way of thinking and behavior. Audiences identify with the meanings presented by the media and put them into action in their everyday life situations. Television is fun for people, information, news etc. offers opportunities. Especially the evening series are watched by many people. This study aims at watching television affect family relationships.

**Key Words:** Television, Television Programs, Family, Lifestyles

## 1.GİRİŞ

19. yüzyılla beraber toplumsal yaşamda meydana gelen değişimler oldukça fazladır. Özellikle iletişimin bu kadar gelişiminin nedenlerine baktığımızda, bunun nedeninin toplumun sosyal ve ekonomik yapısı olduğunu söylemek mümkündür. Önce telefon, telgraf ve radyo ile başlayan bu gelişmeleri, daha sonraki yıllarda televizyon takip etmiştir. Günümüzde en önemli kitle iletişim araçlarının basında ise televizyon gelmektedir. Görüntü ve sesin birlikteliğiyle televizyon, diğer kitle iletişim araçlarına oranla, mesajları kitlelere iletmede daha etkili ve evreni kişinin ayağına getiren bir araçtır. Denilebilir ki ondan önceki diğer kitle iletişim araçlarından hiçbiri kişiyi olaylara bu denli tanık etmemiş; gerek ses, gerek görüntü olarak, çoğunlukla anında, olay ve kişilerle karşılaştırmamıştır. Bu bakımdan televizyonun, hangi amaca ağırlık verirse versin, kişiyi sürekli olarak kendine baktıran bir araç olarak kabul edilmesi, zorunludur. (Aziz, 1975, s. 198)

Televizyon insanlara eğlence, bilgi, haber vs. imkânlar sunmaktadır. Özellikle akşam yayınlanan diziler pek çok kişi tarafından izlenmektedir. Televizyon dizileri, insanların kendi dünyalarından çıkan

ve oraya sürekli göndermelerde bulunan öyküler aracılığıyla gerçeğin yerine sahtenin geçtiği, egemen değerleri yeniden üreten ve geniş kitlelerce kolay ulaşılabilen programlardır. (Oktay, 1987, s. 64)

Neredeyse herkesin bir dizisinin olduğu günümüzde, dizi kahramanlarından, dizinin müziklerine kadar pek çok unsur yaşamın içindedir. Dizilerdeki karakterler gibi konuşan, giyinen ve onlara benzemeye çalışan kişilerin olması bir etkilenme olduğunun göstergesidir. Popüler kültür unsurlarında olan televizyon dizileri, kendi sıkıntılarından çok dizideki karakterlerin sıkıntılarında konuşan, bir sonraki bölüm hakkında yorum yapmaya başlayan insanları ortaya çıkarmıştır.

Televizyonun izleyiciyi kendine bağımlı hale getiren ve görsel işitsel kanallarla mesajı izleyicinin birden çok duyusuna hitap edecek şekilde aktaran özelliği onu diğer kitle iletişim araçlarından daha üstün ve ayrıcalıklı bir konuma getirmektedir.

## 2.TELEVİZYON HAKKINDA LİTERATÜR TARAMA

Sosyal hayatın teknolojik ve ekonomik olgular yüzünden sürekli bir değişikliğe maruz kalması, insanların iletişimlerini, etkileşimlerini ve artan nüfusu etkileyerek, başta tüketim olmak üzere kişileri farklı olmaya yönlendirmektedir. Yakın tarihe bakıldığında, aile, eğitim, ekonomi, ve benzeri konularda bilgilendirme veya şekillendirme mekanizmaları geleneksel yapıdan oldukça uzak olarak, teknolojik araçlarla yapılmaya başlanmıştır. Bu araçların en önemlisi ise medya, bünyesinde barındırdığı televizyon, radyo, gazete, dergi, internet vb. ile büyük kitleleri etkileme gücüne sahip tek dev aktördür. İnsanların günlük yaşamları medya yaşamına adapte olmakla geçmektedir. Medyada vakit geçiren insanların aradığı en önemli şey ise, kendi düşüncelerini paylaşan birileri ile konuşmak, bir araştırma yaparak bunu paylaşım yapmak, herhangi bir konuda kanaat edinmek, ilgi alanlarına yönelik keşifler yapmak alışveriş yapmak ve benzeri pek çok şey sayılabilir.

İletişim kuramcılarında biri olan McLuhan, medyanın gücünü çok önce kavramış ve kitle iletişim araçlarındaki hızlı gelişimin yaşamımızı değiştireceğini bundan yıllar önce aşağıdaki şu sözlerle dile getirmiştir. (Marshall, 2005, s. 26)

“Benliğimizi tümüyle medya teslim aldı. Kitle iletişim araçları kişisel hayatımız, siyasal, ekonomik, estetik, psikolojik, ahlaki ve etik hayat alanlarımızı öylesine yaygın biçimde etkilemektedir ki ilişmedikleri, dokunmadıkları, değiştirmedikleri hiçbir yanımız kalmadı. Yaradığımız medya şimdi.

Kazancı, medyanın gücünü mizahi bir şekilde vurgulamak için Arkhimedes’e gönderme yapar: “Arkhimedes (Arşimed) günümüzde yaşasaydı dünyayı yerinden oynatmak için ne dayanak noktası ne kaldıraç, sadece medya isterdi.”

Yaşamımıza girmesi çok uzun olmayan televizyonun, 20.yüzyılın en büyük teknolojik buluşlarının başında gelmektedir. Özer’e göre ,televizyon herkese en uygun bir yaşam sunması yüzünden “vazgeçilemez bir araç” olarak nitelerken, (Özer, 2005, s. 1192-231) Mutlu ise televizyonun neredeyse, “içimizden biri”, ailemizin bir üyesi olduğu savunmaktadır. (Mutlu, 1991, s. 10) Televizyonu “modern dünyada insanın yetiştirilme ögesi” olarak tanımlamaktadır. Vural ise, televizyonu “bazılarına göre sosyal yaşamı ve gerçekleri yansıtan bir ayna” şeklinde gördüğünü ifade etmiştir. (Vural, 2010, s. 13)Televizyonun “büyülü” olduğunu ifade eden Alemdar ve Erdoğan’da “hakim sınıfların sömürü aracı”, “halkın ahyonu”, “beyin yıkama aracı”, “devletin ideolojik aygıtı”, “aptal kutusu” gibi farklı bakışların toplandığı bir benzetmeler grubu oluşturmuştur. (Korkmaz, 1994, s. 156)

Televizyonun bu kadar farklı tanımlara sebep olmasına neden olan gerçek ise, daha önce hiçbir şekilde görülmemiş olması, toplumu kitlesel olarak etkilemesi, radyo ve gazete gibi asırlar önce kullanılan medya araçlarından farklı olarak görsel bir düzeye sahip olmasındandır. Bu konuda Mutlu çok geniş bir tanımla ile “Televizyon hem bir endüstridir, hem teknolojik bir araçtır; hem kültür ve sanat üretimidir, hem de eğlence kaynağıdır; ayrıca siyasal ve toplumsal bir kurumdur.” Şeklinde bir açıklım yapmaktadır. (Mutlu, Televizyonu Anlamak, 1991, s. 24) Duran, televizyonu biraz “Tanrı”ya benzetmektedir. (Duran, 1999, s. 33) Kolay kolay karşı çıkılacak bir araç olmadığını, varlığını, gücünü ve etkisini inkâr etmenin ise neredeyse imkansız olduğunu savunur. Yaklaşık iki bin kişinin “sözlü ve yazılı” ifadelerine dayanarak, televizyonun olumsuz etkileri üzerine araştırma yapan Mander, “Televizyon izlediğimde hipnotize olmuş gibi oluyorum; televizyon bir uyuşturucu ben de bir bağımlıyım; televizyon enerjimi yok ediyor; televizyon beynimi yıkıyor; televizyon beni dünyadan

uzaklaştırıyor; ... televizyon insanları salaklaştırıyor.” Şeklinde fikirlere sahip olduğunu ifade etmektedir. (Mander, 1978, s. 88)

Televizyon dünyanın her yerinden anında haber verme özelliği açısından oldukça dikkat çekici bir önem taşır. Günümüzde ki haberlere dikkat edildiğinde, haberlerin basit bir şekilde sunulmadığı tüm dünyada ki gelişmeleri ileten bir bilgi kaynağı olduğu görülmektedir. Televizyonun günlük hayatımızda ki önemini, onun her yerde (okulda, işyerinde, hastanede, kısaca her yerde) en merkeze konuşlanmış bir şekilde görmemizden anlaşılmaktadır. Doğruları, yanlışları, iyileri, kötülerini hayatta her ne varsa her şeyi gösterse de, kişileri bu haliyle doğru ya da yanlış ayırımı yapmadan yönlendirmektedir.

Televizyonun ilgi çekici bir yapıya sahip olmasının nedeni, insanların iletişim konusunda birbirlerine farklı bakış açıları ile yaklaşmalarına dayandırılmaktadır. Goffman'a göre, bireyler etkileşim oluşturma zorunluluğu içinde yaşarlar. Sosyal ortamları gereği birbirleri ile sürekli iletişim kurmak zorundadırlar. Bu durum kendi toplumlarında ki kültürlerinin yansımaları ile farklılıklar içermektedir. Bireylerin toplum içinde olmaları, pek çok konu ile haşır neşir olmaları yüzünden sürekli bir değişime ya da yenilenmeye uğrar. (Maynard, 1991, s. 277-279)

Diğer bir konu ise televizyonun getirdiği çok sesliliğidir. Caprara ve Cervone bu çok sesliliğin artmasına, özellikle üç faktörün neden olduğunu söylemektedir. Bunlardan birincisi, çağdaş kuramların öncüsü olan felsefi geleneklerin çeşitliliğidir. İkinci faktör, alanın çalışma konusunu tanımlamanın zor olmasıdır. Zira, kişilik kavramının modern kullanımı ile ilgili olarak bir çok farklı fikir, tek ya da birbiriyle kombine olmuş şekilde kendini göstermektedir. Üçüncü faktör ise, toplumsal-tarihsel (sociohistorical) ve politik faktörlerin bilimsel araştırmalara etkisidir. (Cervone, 2000)

Hickethier'e göre, 1930'ların başlarından itibaren yaygınlaşan televizyonun aslında bir program aracı olmakla birlikte, bir kurumsallaşma amacı olduğuna dikkat çekmektedir. (Hickethier, 2008, s. 55-78) Tekinalp'e göre ise radyoya göre televizyon, ülkelerin kültürleri ile ilgili bir gelişme göstermektedir. (Tekinalp, 2011)

1930 yılı itibari ile özellikle Almanya, İngiltere ve ABD'de deneme yayınları ile başlayan televizyon, ilk düzenli yayını 1935 Mart'ında Almanya'da başlamıştır. (İlaslan, 2014, s. 32-55) Televizyonun seyrine olanak veren sistem ilk başlarda, resimlerden oluşan bir film şeridi şeklinde olup, döner bir diske sarılı olarak bu resimlerin hızlı bir şekilde ekrana yansıtılması şeklindedir. Peters'e göre , ilk televizyon yayını, 1935 Kasım'ında, mekanik olarak Paris'te başlamıştır. Bu gelişmelerden bir yıl sonra, gelişen teknoloji ile büyük gelişmeler görülmüştür. (Peters, 2000) Briggs ve Burke'e göre ,deneme yayınları sırasında, Posta İdaresi'nce onaylanan Baird ve RCA şirketlerinin patent alma yarışı yüzünden, başka zengin bir şirket olan EMI şirketi ile aralarında ciddi bir rekabete konu olmuştur. Bu rekabet üzerine Britanya hükümeti, Ocak 1935 yılında bu yayını “genel hizmet” alanına taşıyarak bünyesine almış, BBC 1936 yılında yayına başlamıştır. (Burke, 2011)

Sinemanın ve kısmen de radyonun, bu teknolojilerin icat edildiği ve geliştirildiği ülkelerle neredeyse aynı zamanlarda benimsendiği Türkiye'de, televizyon yayıncılığı oldukça geç başlamıştır. (Tanrıöver, 2011, s. 11) Bu gecikmede en önemli pay, televizyonun ekonomileri gelişmiş ülkelere nazaran Türkiye'nin yavaş bir ekonomik ilerlemeye sahip olmasıdır. Bu yüzden Türkiye'de televizyon yayıncılığı öncelikle 1945-1960 arası siyasal, sosyal ve ekonomik gelişmelere paralel olarak incelenmesinin nedeni, Avrupa ve Amerika'da Birinci Dünya Savaşı'nda kullanılan televizyon teknolojilerinde üretime önem verilirken, Türkiye savaş yüzünden ciddi ekonomik bunalım içinde olmasıdır.

Zürcher'e göre, savaş Türkiye'de bütün teknolojik gelişmelerden geri kalmasına ve kendi ekonomik sıkıntıları ve ordunun güçlenme çabaları ile meşgul olmasına yol açmıştır. Teknolojik gelişmelere müsait olmamanın en temel ögesi ise, nüfusun yüzde 80'inden fazlasının kırsal kesimi oluşturmasıdır. (Zürcher, 2000)

## 2.1. Türkiye'de Televizyonun Toplumsal Hayattaki Yeri

Türkiye'de toplumsal değişimin son 30-40 yıllık dönem içinde ivme kazandığını görüşünün yaygın olarak kabul edilen bir görüş olduğunu da belirtmektedir. Hatta Türk toplumunun yaşadığı hızlı değişimlerin yansıması olan sinemadaki değişimleri birinci derecede besleyen olgunun televizyon

olduğunu belirtmektedir. Bu durum Türkiye’de toplumsal hayat içerisinde televizyonun ne denli önemli olduğunu bir göstergesidir. (Güçhan, 1992)

Türkiye’de televizyonun toplumsal hayata girişi yayıncılığın başlamasından daha öncesine dayanmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de televizyonun toplumsal hayattaki yeri tanımlarken başlangıçta sadece teknolojik bir araç olarak, sonrasında ise gündelik hayatın bir parçası olarak ele alınacaktır. Son olarak kültür endüstrisiyle birlikte iktidarın televizyonu bir serbest zaman denetim aracı olarak nasıl kullandığı ve bunun toplumsal hayata olan etkileri açıklanacaktır. (İlaslan, 2014, s. 32-55)

Televizyonun gücü Türkiye’de yayıncılık hayatı başlamadan önce öngörülmüştür. Televizyonun toplumsal hayata girişi 1930’lu yıllara, yani aracın yeni bir teknoloji olarak keşfinin ve gelişiminin olduğu yıllara dayanmaktadır. Bu yıllarda Türkiye’de televizyon olmasa dahi, gelişimi yakından takip edilmiştir. Sadece sınırlı sayıda insanın varlığından haberdar olduğu, hatta onların da tam olarak nasıl bir araç olduğunu bilmediği için, o yıllarda herhangi bir toplumsal değişime sebep olmamıştır. Ancak bu takip İkinci Dünya Savaşı sonrasında Türkiye’de televizyon kurma hayalini güçlendirmiştir.

Hükümetlerin ara ara bu konuyu gündeme getirmesinin ise televizyonun toplumsal olarak tanınmasında ve bu fikrin benimsenmesinde önemli bir unsur olduğunu belirtmektedir. 1952 yılında İTÜ TV ile Türkiye’nin ilk televizyon yayıncılığı başlamasına rağmen kısıtlı yayın alanı yüzünden sadece belirli sayıdaki insanlar televizyonla tanışma fırsatı bulmuştur. 1968 yılında ise TRT’nin yayın hayatına başlaması, daha çok kişiyi televizyonla tanıştırmış olsa da, yayınlar tüm ülkeyi kapsamadığı için büyük şehirler haricindeki pek çok yerde insanlar hala televizyonla tanışmamıştır. (İlaslan, 2014, s. 32-55)

İnsanlar vitrinlerinde televizyon bulunan mağazaların önünde birikip televizyon izlemiştir. Hatta bu nedenle yayın saatlerinde trafiğin kapanması bile söz konusu olmuştur. (Yanatma, 2002, s. 50-61). Bu durumu o yıllarda televizyonun yoğun bir toplumsallaşma aracı olduğunu da göstergesi olarak yorumlamaktadır. (Tanrıöver, 2011)

Diğer yandan Nijat Özön’e göre 1971 yılı “televizyon devrimi yılı” olarak nitelendirilebilir. Ona göre yılın sonunda ya da en geç 1972 başlarında haberleşme uyduları ağları birbiri ardına tamamlanarak işler duruma geçecektir. Bu olay, kullanım yönünden televizyonun radyolaşması demektir. (Sevim, 2016, s. 288-301)

Bu durum aynı zamanda kapsama alanı genişleyen ve yayın süresi uzayan televizyonun yayın içeriğinin genişlemesi anlamına gelmektedir.

Günümüz de ise bireyler serbest zamanını daha çok evlerinde geçirmekte ve bu sürede televizyon ve internet gibi medya teknolojileri kullanmaktadır. Bu sürenin evlerde geçirilmesinin çeşitli sebepleri vardır. İlk olarak kitle iletişim araçları tarafından dışarıdaki dünyanın tehlikeli gösterilmesi ve evlere giren televizyon ve internet gibi medya teknolojileri aracılığıyla artık eğlencenin, çalışma hayatının ve hatta çalışma dışı yapılması gereken zorunlu etkinliklerin bireylere oturdukları yerden ulaşılabilir kılınmasının bir etkisi söz konusudur. Ayrıca bireyler açısından fazla para harcamak zorunda kalmadan, ev içerisinde iletişim araçları kullanımıyla zaman geçirmek daha cazip bir hale gelmiştir. (Çizmeci, 2016, s. 284-304)

Televizyon kendine özgü anlatım özellikleriyle herhangi bir fikri, bir konuyu, bir olayı veya düşüncüyü, izleyicinin beklentilerini karşılayacak ve ilgisini canlı tutacak şekilde bir mesaj haline, görsel bir etkinliğe dönüştürmekte bunu yaparken de nasıl yapılacağı ve hangi tür program şeklinde oluşturulacağı iletilecek mesajın amacına göre televizyona özgü anlatım olanaklarıyla gerçekleştirilmektedir.

İzleyicinin, televizyon programları aracılığıyla aktarılan mesajları doğru bir şekilde algılayıp, istenilen şekilde yönlendirilmesi görüntü ve sesin doğru bir şekilde kullanılmasıyla mümkündür. (Kars, 2012, s. 123)

Bu iki öge televizyon anlatımının en önemli ve televizyonu diğer kitle iletişim araçlarından ayıran en temel özellikleridir. Aynı zamanda mesajın etkili bir şekilde ulaşması ve izleyici üzerinde istenilen



yönlendirmenin gerçekleşmesi açısından da görüntüler kuruluşların amacına hizmet etmektedir. Görüntü ve ses televizyonun temel öğelerini oluşturmaktadır.

## 2.2. Televizyonun İzleyiciyi Etkileyen Uygulamaları

Televizyonun izleyiciler üzerindeki en önemli etkisi, onun bir gerçeklik olduğunun düşünülmesidir. Televizyon sunumlarının kişilerce önemli kabul edilerek izlenmeye değer görülmesi, onun kişinin çevresindeki en gerçekçi olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte, akla ve mantığa uygun programların kişilerin günlük hayatlarına yansıtılacak niteliğe dönüştürülmesi, kişilerin televizyon ile bağlarını güçlendiren en büyük etkendir.

Televizyon bir temsil aracı, temsil sistemidir. Sözlü, yazılı veya ikonik göstergeler kullanılarak 'gerçek' maddi dünyada zaten mevcut olan şeyleri kodlayan ya da onları yansıtan bir süreç değil, tam da bu anlamlandırma sürecine anlam üreterek ve anlamların değişimine olanak sağlayarak katılan bir süreçtir. (Çelenk, 2005, s. 81)

19. yüzyılda endüstrileşme ve sanayileşmenin toplumsal yapıda meydana getirdiği değişimler ve çözümler kültürel alana gözlerin çevrilmesine neden olmuştur. Kapitalizmin yaşamın her noktasında olması, teknolojiyi kullanarak her şeyi değiştirip dönüştürmesi göz önünde bulundurularak kültürel alanda da tabii bir değişimin olduğunu gösterdi. Kapitalizm kendi doğrularını, gereksinimlerini pazarladı. Yarattığı kültürel metaları radyo, televizyon, sinema, gazete, dergi, müzik vb. aracılığıyla kitlelere dağıttı. Genelde bütün kitle iletişim araçlarını kullandı, ama görsele ve iletişimsel hitap etmesinden dolayı 2. Dünya savaşı sonrası özellikle televizyon egemen güçlerin rant piyasası oldu. Bu doğrultuda televizyonun şu tanımı önemlidir. Televizyon, toplumsal iktidar ilişkilerinin ve kendini 'ortak anlamlandırma' ya da ortak duyu gibi adlar altında 'doğallaştırmak' niyetinde olan bir anlam mücadelesinin en keskin bir biçimde gerçekleştiği kültürel yeniden üretim uzamıdır. (Çelenk, 2005, s. 16)

Egemen sınıfın ideolojisi altında tüm çeşitliliğe ve çelişkilere karşın bir birliğe sahiptirler. Dolayısıyla egemen sınıf sadece devletin baskı aygıtında değil, aynı zamanda devletin ideolojik aygıtlarında da egemen konumdadır. Althusser'e göre, hiçbir sınıf devletin ideolojik aygıtları içinde ve üstünde kendi hegemonyasını uygulamadan devlet iktidarını kalıcı olarak elinde tutamaz. Her biri kendine özgü yolda aynı amaca hizmet eden devletin ideolojik aygıtlarının hedefi, egemen ideolojinin yeniden üretilmesidir. Televizyonun yaşam biçimlerine etkisi yaşam standartları, meslekleri, gelir düzeyleri, toplumsal rolleri, statüleri, düşünce yapıları ne olursa olsun, izleyiciler televizyonu kendi dünyalarını tatmin eden en büyük arkadaş olarak görmektedir. İzleyicinin televizyon izleme özellikleri, kişiden kişiye göre, özellikle ruh durumlarına göre değişiklikler gösterebilmektedir. (Althusser, 2014, s. 50-51)

Günümüzde televizyon bir dekoratif ürün olarak görülmektedir. Mesela, odalarda ki eşyaların televizyona göre ayarlanması, odada ki kanepelerin hepsini televizyona dönük olması ve herkesin televizyonu rahat görmesinin sağlanması gibi. Televizyon izlemek birçok toplumda, tamamen ailevi bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Küreselleşme ile başlayan acımasız kapitalist dünya, aile ilişkilerini giderek zayıflatmaktadır. İnsanlar arası iletişim giderek zayıflamakta, kişilerin birbirini anlaması giderek zorlaşmaktadır. Bu durum aile içinde böyledir. Eşlerin yaşamlarını sürdürmesi için çalışmak zorunda olması, çocukların eğitim hayatları yüzünden sürekli dış hayatla uzun zaman temas halinde olması ilişkileri zayıflatan en önemli durumlardan sadece en belli başlılarıdır. Televizyon, aile bireylerinin belli bir zamanda da olsa bir araya gelerek izledikleri bir bütünleyici görevi görmektedir. Aile bireyleri, böylelikle, hoş bir birliktelik yaşamak, karşılıklı sevgi ve saygı duygularını göstermek ve televizyonda çıkan ilginç haberler karşısında fikir alışverişinde bulunmak ya da olaylar karşısında fikirlerini söylemek gibi diğer insanlarla yapmadıklarını yapma imkanı vermektedir. (Cereci, 1996, s. 72-73)

Özellikle Türk izleyiciler arasında, televizyon programları, dizi filmler, Türk insanına özgü özellikler ile yapılan tüm programlar fazlasıyla gündem olmaktadır. Türk izleyicileri, bu programlar hakkında eleştiri, tartışma ve programda ki davranışları konuşmaktadır.

### 3.AİLE VE TELEVİZYON ARASINDA Kİ İLİŞKİNİN GENİŞLEMESİ

Aile toplumun en küçük birliklerindedir. Aile birliği anne baba kardeş ve diğer birinci derece yakınardan oluşmaktadır. Ancak gelişen teknoloji, aileye televizyonu da katarak başka ve farklı bir bağın oluşmasına sebep olacak bir faktörü sokmuştur.

Aile, biyolojik ilişki sonucu insan türünün devamını sağlayan, toplumsallaşma sürecinin ilk ortaya çıktığı, karşılıklı ilişkilerin belli kurallara bağlandığı, o güne dek toplumda oluşturulmuş maddi ve manevi zenginlikleri kuşaktan kuşağa aktaran, biyolojik, psikolojik, ekonomik, toplumsal, hukuksal, vb. yönleri bulunan toplumsal bir kurumdur. (Sayın, 1990, s. 2)

Durkheim'in üzerinde en çok durduğu nokta bir toplumsal düzenden başka bir toplumsal düzene geçişin doğurduğu toplumsal problemlerle, bireyleri birbirine ve genel olarak topluma bağlayan toplumsal ilişkilerin niteliğiydi. Durkheim toplumsal farklılaşmayı ve değişmeyi işbölümünün gelişmesine bağlamaktadır. İş bölümünün gelişmesi ise nüfus artışı ile doğru orantılıdır. Nüfus az ve işbölümü yokken toplumda mekanik dayanışmanın egemen olduğunu belirtmiştir. (Kongar, 1972, s. 103)

#### 3.1.Toplumsal Değişimle Birlikte Televizyonun Aile Yaşantısına Kronolojik Etkileri

Değişen toplum mu yoksa aile mi? Sorusu, televizyon öncesi yaşamların değerlendirilmesi ile anlaşılabilir. Teknolojik gelişmeler, insanları sürekli yeni ve rahat bir yaşama odaklanmaya ya da hedeflemeye itmiştir. Bu yüzden 19. yüzyıl da sanayileşme devri olarak tarihe geçmiştir. Tarıma dayalı yaşam teknolojik gelişmelerin artması ve refah düzeyinin gelişmesi sonucu yerini, teknolojik gelişmelerin alanı olan sanayi alanlarına bırakmaya başlamıştır. Böylece şehirleşen bir hayat kültürü ortaya çıkmıştır. Tarım ile uğraşan kesim, tarıma verilen önemin azalması ve tarımın ağır şartlarından bunalması yüzünden, hayatlarını şehirlerde, daha az zahmet veren işlerde çalışarak kazanmayı seçerek sürdürme düşüncesi içine girdiler. Yeni ve modern hayat, çalışmakla birlikte tüketim kültürünü de artırmıştır. Aile, toplumsal yaşantıyı yansıtan en önemli birimdir. Bütün televizyon reklamlarında sunumu yapılan tüm ürünler aile üzerinden tüketimi artırıcı unsurlar içermektedir.

Aile yaşantısı, aile fertleri, dış etkenlerden daha çabuk ve daha kolay etkilenmektedir. Kıray'a göre, aile içinde yaşayanların, çalışma mecburiyetleri yüzünden, özgürlüklerini daha fazla hissetme ihtiyacı duymaktadır. Basın, yayın, tiyatro, müzik ve benzerleri her güç değişerek yenilenecek toplum bireylerine farklı yansımaktadır. Bunlara erişme ve katılma özel koşullar gerektirmektedir ve ailenin dışındadır. Bu tür yaşam aile üyeleri arasındaki etkileşimi yalnız geniş aile değil, çekirdek aile üyeleri arasında bile çok azaltmaktadır. Çocuklar ve büyükler zamanlarının evde geçenden çoğunu okulda ve işte geçirmekte ve oradaki ilişkilerden etkilenmektedirler. (Kıray, 1998, s. 143)

#### 3.2.Geleneksel Ailenin Değişim Karşısında Televizyona Bağımlı Hale gelmesi

Geleneksel aileyi kırsal kesimin sıradan yaşantısı ve büyük anne, büyük baba, anne- baba ve torunların olduğu, evlenen erkek çocukların eşlerini aile içine getirdiği bir tür aile olarak tanımlayabiliriz. Geleneksel aile ile güçlü akrabalık bağları, dayanışmacı ve muhafazakar davranışlar kast edilmektedir. Geleneksel ailenin akrabalık halkaları dalga dalga yayılan bir atmosferi olduğu söylenebilir. Geleneksel aile, erkek evin reisi, aileye tek para getiren, ailenin nafakasını sağlayan, kadının ise evinden ve çocuklarının gelişiminden sorumlu olduğu kutsal bir kurum olarak görüldüğü bir yerdir. Geleneksel ailede herkesin belirli sorumluluk alanları vardır ve herkes görevlerini bilir. Hepsinden önemlisi ise, evdeki huzur baba ve anne tarafından sürekli korunur ve sahip çıkılır. Geleneksel ailenin önemli bir görevi de yardımlaşma ve koruyuculuk görevidir. Geleneksel toplumlarda ferdin emniyetini sağlayan kurumların azlığı nedeniyle bu görevi aile üstlenmiştir. Dıştan gelen saldırılara tüm aile üyeleri birlikte karşı koyarlar. Bunun için aile içi dayanışma önemlidir. (Sayın, 1990, s. 8) Ancak değişim, tüketim kültürünün yaygınlaşmasına odalıdır. Doğal olarak, kişilere tanıtılan ürünlerin ne kadar fazla olması o kadar o ürünün bilinirliğinin artmasını sağlamaktadır. Bu durum ancak televizyon ile sağlanabilmektedir.

Geleneksel ailede psikolojik ilişkiler yaygın bir özellik taşır. Kişi aile fertleriyle olduğu kadar, diğer akrabalarıyla da psikolojik bağlar içinde bulunur. (Sayın, 1990, s. 9) Aileye olan bağlılık her türlü bağlılığın üzerindedir. Bireylerin değer anlayışları aile tarafından belirlendiğinden bu değişimi kısıtlar. Ancak geleneksel aile yapısı, 1980'lerle birlikte farklılaşmaya başlar. Tüketimin artmasını sağlayacak

kapitalist anlayış, televizyonun yaygınlaşarak, aile bireylerinin farklı eğilimlere sahip olmasına yol açmaktadır.

### 3.3.Modern Ailenin Değişim Karşısında Televizyona Bağımlı Hale Gelmesi

Anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan geleneksel çekirdek aile, 1980'lerle birlikte yerine, şehirlerde hayatlarını gelişen teknoloji ile daha iyi bir hayat standardına sahip olan modern aileye bırakmaya başlamıştır. Modern aile her ne kadar Türk sistematiği içinde geleneksel aileye bağlı gözükse de, modern hayatın verdiği özgürlük kişilerin tercihlerini de etkilemekte ve değiştirmektedir. Eş seçiminden yer tercihinine kadar artık kadın ve erkek beraber karar vermektedirler. (Aydın, 1997, s. 46) Değişim, zamanla tüketim bilincinde tercihlerin çok fazla çeşitlenmesine neden olmuştur. Kişiler modern yaşamın etkisiyle zamanını daha fazla tüketime ayırmaktadır.

Modern toplumlarda, modern ailenin özgürlük ağırlıklı bir yaşama sahip olması, çekirdek aile modelini yok etmeye başladı. Herkesin kendi hayatını yaşamak istemesi, finansal özgürlüğe sahip olmaları, mülkiyet hakkı gibi toplumsal oluşumlar, televizyondaki kuramcı hayatlar, kişilerin hayatlarına model teşkil etti. Bu durum geleneksel aileye olan düşkünlüğün sona ermesine yol açmıştır. Bu nedenle akrabalık ilişkileri çekirdek ailede, geleneksel ailede olduğu kadar güçlü değildir. Akrabalar birbirleri üzerinde herhangi bir hakka sahip değillerdir. Evlenerek aileden ayrılan bireyler artık ayrı bir varlıktır. Geleneksel ailedeki gibi bir birliktelikten bahsedilemez. Büyüklerin dâhil olduğu yaşam tarzı modern ailede terk edilmiştir. Baba modern ailede merkezilik konumunu kaybetmiştir. Anne de sadece evde çocuk bakıp, eşine hizmet eden biri değildir. Anne hem ev içinde hem de ev dışında birçok görev üstlenmeye başlamıştır. Tüm bu gelişen olayların sonucu, modern aile, tamamen kapitalist bir düzene sahip olan bir dünyaya bürünmüştür.

### 3.4.Son dönemlerdeki Değişim Karşısında Toplumun Televizyona Bağımlı Hale Gelmesi

Toplumda modernleşmeyle birlikte farklı farklı yaşam tarzları da ortaya çıkmıştır. Bu değişimleri şöyle açıklanabilir. Günümüzde alternatif yaşam tarzları olarak adlandırılan, insanların, evlilik, aile yaşamı, ebeveynliğe olan bakışlarının değişmesi, evlilikten beklentilerinin farklılaşması gibi örneklerin yaşandığı yaşam stilleri toplumumuzda yer bulmaya başlamıştır.

Bunların başında herkesin sık duyduğu birlikte yaşama gelmektedir. Diğer adıyla resmi nikâh olmadan aynı evde birlikte yaşama anlamındadır. Erişkinlerin, kadın ve erkeğin evlilik yapmadan aynı evi paylaşmalarıdır. Tutku ve aşkın temel alındığı bir birliktelik türüdür. Aralarında herhangi bir resmi bağ olmadığından, ayrılma ihtimali yüksektir. Aşk bittiğinde birlikte yaşama bitmektedir. (Yıldırım K. C., 2009, s. 100)

Televizyondaki hayatları kendine model alan birçok kişi ruhsal olarak, kendini yaşamayı bırakıp, özenilen hayata bağlanması, toplumun oluşmasında en önemli etken olan ailede boşanmaları artırmıştır. Boşanmış aileler Giddens'ın dediği gibi anne odaklı olduğundan "olmayan baba" durumu daha çok yaşanmaktadır. 1930'ların sonundan 1970'lere kadar olan dönem "olmayan baba" dönemi olarak adlandırılmıştır. İkinci Dünya savaşı sırasında pek çok baba savaşta yer aldıklarından çocuklarını çok ender görebiliyorlardı. Ailelerin büyük bir bölümünde kadınların çoğu iş gücüne katılmayarak evde çocukları yetiştirmektedir.

### 3.5.Ailenin Günümüzde Anlamı: Tüketici

Aile üyelerinin tüketimdeki tercihleri tüm aile bireylerini etkiler. Özellikle tutulan bir ürün aile üyelerinin diğerleri tarafından da tercih edilmektedir.

"Toplumsal yaşantımızın temel kurumu ailedir. Aile toplumun sürekliliğini sağladığı gibi sadece genetik yollarla değil tüm yaşamı boyunca iz bırakan etkileriyle bireyi de doğumdan itibaren biçimlendirmektedir. Bilindiği gibi sosyalleşme ailede başlamaktadır. Aile, çocukların bilinçaltı gelişimi üzerine etkide bulunduğu kadar, onu bilinçli olarak da sosyalleştirir. Aile toplumda geçerli olan temel ahlak ve davranıl kurallarını öğretir". (Duverger, 1982, s. 145-147)

Ailenin eğitici ya da öğretici rolü de iletişim ve tüketimin belirleyiciliği açısından önemlidir. "İnsanoğlunun öğrenme yetisi ile ortaya çıkan eğitim, insanlığın geçirdiği çağlar boyunca farklı değerler taşısa da, önemini her zaman koruyan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle eğitim ve insanlık arasında süregelen ilişkinin, hassasiyetle üzerinde durulması gereken bir konu

olduğu görülmektedir. Çünkü eğitim, “bir yandan bireye kişilik, değer ve yetenek kazandırdığı için bireysel; diğer yandan, bireyi toplumsallaştırdığı, toplumsal değerleri koruma, değiştirme ve yenileme işlevlerini yerine getirdiği için de toplumsal bir etkinlik olarak ele alınmaktadır”. (Bilhan, 1991, s. 8)

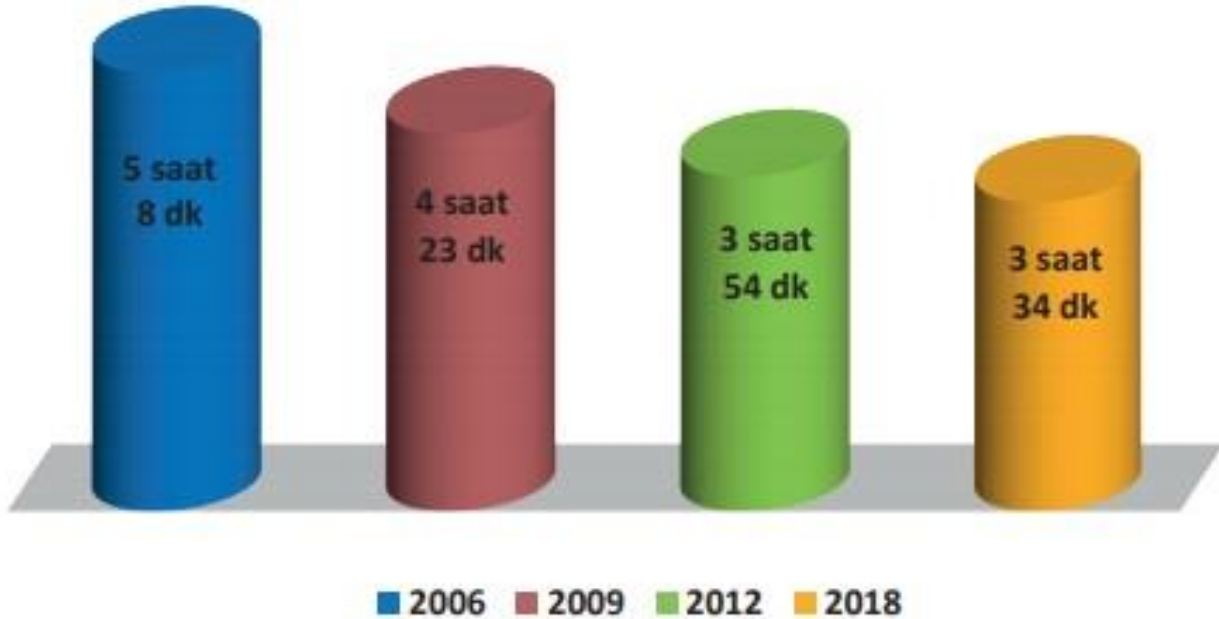
#### 4.TÜRKİYE’DE TELEVİZYON İZLEME İSTATİSTİKLERİ

Özel televizyon kanallarının yaygınlaşması ile birlikte yayıncılık sektörü aşırı rekabet içerisine girmiş, bu rekabet, televizyon yayınlarının pazarlama ve reklam amacıyla kullanılmasına neden olmuş televizyon, pazarlama endüstrisinin vazgeçilmez araçlarından biri haline gelmiştir.

Televizyon programları ve yayın politikası, reklam verenler ve pazarlama endüstrisi tarafından şekillendirilmeye başlamıştır. Bu nedenle yayıncılar, reklam verenler ve medya planlama şirketleri izleyici ölçümlerine ve sonuçlarına göre hareket etmeye başlamış, medya sektöründe izleyici ölçümleri hayati bir rol üstlenmiştir.

##### 4.1.Türkiye’de Televizyon İzleme Eğilimleri ve Ölçümleri

Dünyanın en çok televizyon izleyen ülkelerinden biri olan Türkiye’de, izleyiciler her gün televizyon seyretmekte, yarından çoğu ise bir saatten daha fazla bir süre televizyon izlemektedir.



**Grafik-1.** Günlük Ortalama Televizyon İzleme Süresi 2006-2009-2012-2018 Karşılaştırması

**Kaynak:** <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf>, 03,2.2019 Erişim Tarihi

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun yapmış olduğu Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması verilerine göre yıllar bazında günlük ortalama televizyon izleme süreleri karşılaştırılması yapılmıştır. Buna göre; günlük ortalama televizyon izleme süresi 2006 yılında (RTÜK, 2006) 5 saat 8 dakika, 2009 yılında (RTÜK,2009) saat 23 dakika, 2012 yılında (RTÜK, 2012) 3 saat 54 dakika, 2018 yılında ise 3 saat 34 dakika olarak tespit edilmiştir. Günlük ortalama televizyon izleme süreleri yıllar bazında karşılaştırıldığında 2006 yılından bu yana televizyon izleme sürelerinde belirgin bir azalma yaşandığı belirlenmiştir. Nitekim gözlemlenen bu azalmada teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımıza giren yeni medya araçlarının etkisi olduğu düşünülmektedir.

RTÜK tarafından 2018 yılında 2600 kişi üzerinde yapılan bir araştırmaya göre, kadınların daha fazla televizyon seyrettiği yukarıda ki tabloda görülmektedir. Yaş grupları içinde ise 4 saat 7 dakika ile 65 yaş üstü kişiler oluşturmaktadır. Eğitim durumu açısından ise, 3 saat 58 dakika ile en fazla düşük eğitilmişler oluşturmaktadır. Meslek grupları açısından ise, ev hanımları 4 saat 14 dakika olarak en fazla grubu oluşturmaktadır.





Grafik-10. En Çok Beğendiğiniz Televizyon Kanalı Hangisidir? (%)

Kaynak: <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf>, 03.02.2019  
Erişim Tarihi, s. 52

RTÜK tarafından 2018 yılında 2600 kişi üzerinde yapılan aynı araştırmada, 19.7 ile ATV kanalı en fazla seyredilen kanal olurken TRT ikinci Fox TV ise üçüncü sırada yer almaktadır.

#### 4.2. Televizyon Programları ve Farkındalık ve Algı Oluşturma

Televizyon programlarını doğrudan ve dolaylı farkındalık yaratan programlar olarak düşünüldüğünde, en başta haberler yer almaktadır. Haberleri, dünyayı algılama şekli olarak düşünebiliriz. Televizyonun bizim kültürümüzün kendisiyle ilgili bilgi edinmesinin esas aracı olmasından yola çıkarsak, televizyonun dünyayı nasıl sunduğu ya da dünyanın doğru biçimde nasıl sunulacağını da modelini oluşturduğunu ileri sürmek yanlış olmaz. Televizyon, kamusal bilgi edinme anlayışımızın paradigmasını oluşturmaktadır. Televizyon bize haberin hangi biçimde sunulmasının gerekli olduğunu belirleme gücüne ulaşırken aynı zamanda buna nasıl tepki göstereceğimizi de belirlemektedir. Ülkemizde yer alan Televizyon haberciliğini bu anlayışa göre ele aldığımızda haberlerin, kişilerde bilgi sahibi olma illüzyonu yarattığını hatta kişiyi bilgilendirmekten uzaklaştırdığını ileri sürebiliriz.

Son yıllarda insanların en çok kullandıkları ve kullanımından sosyal, psikolojik, kültürel ve fiziksel olarak her anlamda çok fazla, olumlu veya olumsuz şekilde etkilendikleri teknolojik gelişmelerden biri medya ve kanallarıdır. İnsanlık, yakın tarihte sanayi devriminden sonraki en önemli değişimi bilgi devrimi ile yaşamaktadır. Elektronikte yaşanan hızlı bilimsel gelişmeler modern toplumlardaki sosyal hayatın her alanında köklü değişikliklere yol açmıştır. Gelişen teknolojilerin kullanıldığı yeni ticaret yöntemleri, ekonomik ilişkilerde hem ticaret sektörünü hem de devlet sektörünü önemli ölçüde yeni yöntemlere uyma ve kendisini buna göre yeniden tanımlamaya yöneltmektedir.

Televizyon yeni bir ekonomi oluşturmaktadır. Bu yeni ekonomide, sürekli değişen şartlar, bunlara sürekli kendini uydurmak ve gerekli tepkiyi vermek için kişileri, toplumları ve devletleri sürekli teyakuzda tutar ve onları sürekli olarak bir tepki verme mücadelesinde bırakır. Diğer yandan birçok kişi bu aşırı ve sürekli değişkenliği rekabete bağlar.

Televizyon, eğitim, ticaret, eğlence, kamusal hizmet gibi birçok alanda kullanılmaya başlanmıştır. Bu özelliğin yanı sıra medya toplumlar arasındaki sınırları da kaldırmıştır. Televizyon, hemen hemen her yaşta ve farklı yetenekteki olan insanların neredeyse zaruri olarak kullandığı, kullanımından direk ya da dolaylı olarak etkilendiği, toplumla ilgili her alanda; haberleşme, teknoloji, ulaşım gibi birçok alanda iletişim kurulabilen bir ortamdır.

Televizyon izleyen bir kişi, kendini bir takım faaliyetlerin içinde bulmaktadır. Bu kanallar aslında, kişilere çok fazla alternatif bulan işlemlerdir. Doğal olarak kişilerin ruhi durumu o anda bir takım yorumlara neden olabilmektedir. Yapılan yorumlar, bu alana ilgi duyan herkesi aynı platformda buluşturabilmektedir.

Televizyon programları arasında en önemli izleyici kitlesi haberler ve haber programları izleyenlerden oluşmaktadır. Bu durumda haber yayıncılığı büyük bir sorumluluk üstlenmektedir. Davranışçıların

ileri sürdüğü dış etkenlerden biri olarak kabul edilen televizyonun, İnsancıl psikolojinin önemle üzerinde durduğu sosyal çevreye kadar uzanan geniş bir yelpazesi bulunmaktadır.

Televizyon, günümüzde birçok kuramcı tarafından tartışılan eşik altı algı konusunda da çok önemli bir yer teşkil etmektedir. Bilinç ve bilinç düzeyinde olmayan, fakat fizyolojik eşğin üzerinde olacak kadar güçlü olan ve eşik altı algı olarak (subliminal perception) olarak adlandırılan bu konu ile ilgili pek çok araştırma, eşik altı sinyallerin algılanması ile televizyon yayıncılığı arasında önemli ilişkiler olduğu ortaya atmaktadır.

Bilinç seviyesinin hemen altında yer alan ve zihinsel bağlantıları harekete geçiren kolaylaştırma etkisinin kullanımı ve bilinçdışı (bilinçaltı) üzerindeki etkileri psikoloji alanında yapılan birçok çalışmada ele alınmıştır. Diğer bir ifadeyle duyuşal eşğin yani bilinçli farkındalık düzeyinin altında sunulan sözcük veya görüntü, kolaylaştırma etkisinin de yardımıyla bilinçdışını etkilemekte ve bilinçdışı (bilinçaltı) algılama oluşturmaktadır. Televizyon, bu nedenle eşik altı algının oluşması için oldukça elverişli bir ortam sunmaktadır.

Televizyonlarımızda yer alan dizi filmler yayın ilkelerine göre prime time kuşağında yer almalı ve akıllı işaretler kullanılarak yayımların içeriği ile zorunlu bilgilendirme yapılmalıdır. Bu kural ve zorunluluk, gündüz kuşağında yer alan programlar ve içerikleri açısından, hafta içi ve hafta sonları gündüz kuşağında yayınlanarak tekrarlanan dizi filmler ve araştırmamızın önemli detaylarından birini oluşturan dizi film fragmanları ile hiçe sayılmaktadır. Üstelik tekrarlanan her dizi fragmanı 30-40 saniyelik kısa gösterimleri ile Miller'ın kısa süreli parçalar oluşturarak yedi kez tekrarlanması ile öğrenme gerçekleşir ve bilgi kısa süreli bellekten, uzun süreli belleğe kalıcı bir yolculuk yapar çalışmasına tam olarak uyum sağlamaktadır. Ne yazık ki ülkemizde son yıllarda en çok izlenen ulusal kanallar başta olmak üzere tüm kanallarda şiddet içeren dizi filmler sayısında çok büyük artış olmuş neredeyse tüm dizilerde şiddet ögesi az ya da çok yer almaya başlamıştır. Seçkisiz örneklem yöntemiyle yapılan ve dizi film fragmanlarının çeşitli televizyon kanallarında hangi sıklıkla ve nasıl yayınlandığının araştırıldığı bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlara göre dizi film fragmanları en az 5 kez tekrarlanmakta ve bu fragman içerikleri şiddet, dehşet, yaralama, kadına ve çocuklara şiddet başta tabanca olmak üzere her türlü yaralama ve öldürme eğiliminde geçerli olan silah görüntülerinden oluşmaktadır.

## 5.SONUÇ

Yukarıda yapılan literatür taramasından anlaşılacağı üzere, televizyon diğer kitle iletişim araçları içinde icat edildiğinden beri popülerliğini her zaman korumuştur. Araştırma sonuçları, televizyonun kişileri etkileyen bir seyir vasıtası olduğunu gösterirken, psikolojik açıdan kişilerin bir şeyleri seyrederek mutlu olduklarına inandıkları görülmektedir. Bunu nedeni farklı beğenilere, farklı sınıfsal pozisyona sahip bireylerin varlığının bilinmesi ve bunun diğer insanlarca taklit edilebilir nitelikte olmasıdır. Kişilerin farklılıkları, inanışlarından kaynaklanan, sanat, edebiyat, akademi, ekonomi, politika vb. alanlardaki farklı zevkler, beğeniler ile, bireyleri birbirinden ayırt etmektedir.

Türkiye'de RTÜK tarafından yapılan araştırmaların sonucuna bakıldığında, toplumsal yaşamda, bireylere sunulan kıymetler ve kaynakların eşitsiz dağılımından kaynaklanan olgular sosyal hiyerarşiyi beslemekte ve bireyler, belirli bir alan içinde, iktidar, imtiyaz veya nüfuz elde etmek üzere, alanda sunulan kaynaklara ulaşmak için mücadele etmeyi kendilerine model almaktadır. Verilen mücadele, Türkiye'de sınıfsal konumu belirleyecek ve dahası eşitsizliği meşrulaştıracak biçimde cereyan eder. Bu durum kişileri eşitsizlik yüzünden farklı sınıf ve kültürlerin yaşam pratiklerine özenmesine neden olmaktadır. Televizyon bu yüzden sürekli ilk planda tutulmaktadır.

Kültüre etkisi ile aile bireylerinin sorgulamasına gerek bırakmayan televizyon, kişilerde sürekli olarak şiddet ve şiddeti meşrulaştıran (töre, namus, vb.) toplumsal etkileri geniş bir alana yayılabilecek konulara değinen televizyon dizileri ile doludur. Bu diziler, kişilerin içinde bulunduğu eşitsizlik ve benzeri olumsuz psikolojik olayları da içine alarak aile bireylerini birbirinden farklılaştırmaktadır.

Yapılan araştırmalarda aile bireylerinin fikirleri ya da planları, televizyon izleme ile değişebilmektedir. Ani karar verme, alışkanlıkları olan kişilerin farklı davranışlarda bulunarak şaşırma, farklı olma isteği gibi tutumlar, bireyleri değişik bir kültüre sürüklemekte ve sürekli olarak toplumla ters düşme a da topluma uyum sağlayamama gibi konular sürekli bir biçimde toplumda çatışmaya neden olmaktadır.

Televizyon izlemenin en önemli yanı ise, kişilerde aşırı bir motivasyona sahip olarak kişinin kendi dünyasından ayrılarak farklı dünyalara girmesine neden olmasıdır. Özellikle son yıllarda, “Mavi Balina” ya da “Momo” gibi özellikle ergen yaşta ki çocuklara bir takım görevler vermek suretiyle onları yöneten oyunlara çocukların kendini kaptırmasında televizyonda izlediklerinden aşırı etkilenerek başka şeylere kanalize oldukları görülmektedir. Böylelikle bu çocuklar ailelerinden koparak, intihar etme ya da okulda arkadaşları ya da öğretmenleri ile iletişim kuramama gibi psikolojik olaylara maruz kalmaktadır.

Sonuç olarak, televizyon izlemenin aile bireylerine etkisi oldukça fazladır yukarıda sayılan nedenler yüzünden, aile kavramı giderek sorgulanmaya başlanmış, geleneksel aile yapıları giderek bozulmuş ve modern aile ya da ütopyik bir aile tipi kendini göstermeye başlamıştır. Televizyon izleme yaygınlığı, özellikle modern şehirlerde ki aileleri daha fazla etkilemektedir. Moda, şiddet, politika, futbol, sanat, kültürel faaliyetler, çeşitli toplumsal etkinlikler ve benzeri pek çok faaliyet kişileri daha çok bir araya getirmekte ve bu yüzden kişiler bu faaliyetlerini geliştirmek için alanlarında ki olayları daha yakından takip etmek istemektedirler. Ancak, bu olayların takibi her ailenin ekonomisine uygun olamamaktadır. Bu yüzden, televizyon izlemenin aile bireylerini olumsuz etkilediğini söyleyebiliriz.

Televizyon izleme bir kültür gerektirmektedir. Aile bireylerinin her birinin aile içinde görevleri olduğu kendilerine sürekli olarak empoze edilmeli, görev bilincinin bir insanlık meselesi olduğu aşılmalı, televizyonun kurmacadan ibaret olduğu, kişiliklerin bu sanal ortamlarda ki platformlardan etkilenebilecekleri aile bireylerine anlatılmalıdır.

#### KAYNAKÇA

- Althusser, L. (2014). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (A. Tümertekin, Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Aydın, M. (1997). *Kurumlar Sosyolojisi*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Aziz, A. (1975). *Televizyonun Yetişkin Eğitiminde Yeri ve Önemi*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Bilhan, S. (1991). *Eğitim Felsefesi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Burke, A. B. (2011). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. (Ü. Y. E.Uzun, Çev.) İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Cerci, S. (1996). *Televizyonun Sosyolojik Boyutu*. İstanbul: Şule Yayınları.
- Cervone, G. C. (2000). *The Contribution of Self-efficacy Beliefs to Developmental Outcomes*. Unpublished Manuscript, University of Rome.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon, Temsil, Kültür*. İstanbul: Ütopya Yayınları.
- Çizmeçi, F. A. (2016). *Serbest Zamanda Medya ve Türkiye Ailesi*. Yalova Sosyal Bilimler Dergisi.
- Duran, R. (1999). *Burası Dünya Polis Radyosu! Global Medya Eleştirileri*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Duverger, M. (1982). *Siyaset Sosyolojisi*. (Ş. Tekeli, Çev.) İstanbul: Varlık Yayınları.
- Güçhan, G. (1992). *Toplumsal Değişme ve Türk Sineması*. Ankara: İmge Yayınları.
- Hickethier, K. (2008). *Early TV- Imagining and Realising Television*. New York: Wiley blackwell.
- İlaslan, S. (2014). *Türkiyenin Yeniden Yapılan Sürecinde Televizyon*. Katü Araştırmalı Dergisi.
- Kars, N. (2012). *Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Kıray, M. (1998). *Kentleşme Yazıları*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kongar, E. (1972). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Korkmaz, E. A. (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Mander, J. (1978). *Four Arguments For The Elimination of Television*. New York: Quill.
- Marshall, M. (2005). *Yaradığımız Medya, Medyanın Etkileri Üzerine Bir Keşif Yolculuğu*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Merkez Kitaplar.

- Maynard, D. (1991). *Sociological Theory*.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Oktay, A. (1987). *Kültür ve İdeoloji*. İstanbul: Gür yayınları.
- Özer, Ö. (2005). *Televizyonun Bilinç Kaynağı Olarak Kullanımı*. İstanbul: İletişim Çalışmaları Dergisi.
- Peters, J. (2000). *A History of Television*. European Broadcasting Union.
- Sayın, Ö. (1990). *Aile Sosyolojisi Ailenin Toplumdaki Yeri*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Sevim, S. (2016). *Türkiye'de Yerli Televizyon Dizileri: Film Enflasyonundan Dizi Enflasyonuna*. Asos Journal.
- Tanrıöver, H. U. (2011). *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Tekinalp, Ş. (2011). *Camera Obscura'dan Synopticon'a Karşılaştırmalı Radyo ve Televizyon*. İstanbul: Beta Basım.
- Vural, İ. (2010). *Televizyon Dünyasının Habercileri Bile...* İstanbul: Derin Yayınları.
- Yanatma, S. (2002). *Türkiye'de Televizyon Yayınlarının Başlaması ve Gelişimi*. İstanbul: İTÜ TV Toplumsal Tarih.
- Yıldırım, K. C. (2009). *Aile Sosyoloji*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Zürcher, E. (2000). *Modernleşen Türkiyenin Tarihi*. (Y. Gönen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.