TELEVİZYON HABERLERİ İZLEME EĞİLİMLERİ ARAŞTIRMASI

RADYO ve TELEVİZYON ÜST KURULU
Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı

ŞUBAT – 2007

ÖNSÖZ

Radyo ve televizyon yayınları, bilgilenme ve kendini kültürel ve sosyal bakımdan geliştirme gibi oldukça önemli bireysel ve toplumsal hakların kullanılmasına aracılık eden süreçlerdir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, kanunlar tarafından, radyo ve televizyon yayınları konusunda kamuoyunda ortaya çıkan olumlu, olumsuz tepkileri, beğeni, eleştiri, beklenti ve hassasiyetleri belirlemek amacına dönük olarak araştırmalar yapmak ve yaptırmakla yükümlü kılınmıştır.

Gerek bu yükümlülükleri ve gerekse radyo ve televizyon kuruluşları ile olan ilişkilerinde bilimsel verilere ve toplumsal gerçeklere dayalı bilgileri esas almaya gösterdiği özen nedeniyle Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, belirli zamanlarda kamuoyunun radyo ve televizyon yayınları ile ilgili duygu, düşünce ve kanaatlerini öğrenmek ihtiyacı duymaktadır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun temel ilkesi, elde ettiği bilimsel ve toplumsal gerçeklere dayanan verileri, sorumluluk alanında ortakları olarak kabul ettiği yayın kuruluşları ile paylaşmaktır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, 2006 yılında "Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması" ile başlattığı bu süreci, çeşitli araştırmalarla devam ettirmeyi amaçlamaktadır.

Bu araştırma, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun bu amacına uygun olarak gerçekleştirdiği araştırmalardan biridir ve televizyon haberlerinin izlenmesi ile ilgili olarak kamuoyundaki eğilimleri belirlemeye yönelik olarak planlanmıştır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, bundan sonra da çeşitli konularda araştırmalar yaparak, elde ettiği sonuçları yayın kuruluşları ile paylaşmayı hedeflemektedir.

"Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri" konulu bu araştırmanın planlanması ve gerçekleştirilmesinde emeği geçen Gazi Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi Bölümü Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Bülent BAYAT'a, RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığına teşekkür ediyor ve araştırmanın yayın kuruluşlarına ve kamuoyuna faydalı olmasını diliyorum.

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

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
Araştırmanın Amacı	1
Araştırmanın Yöntemi	1
Araştırmanın Evreni, Örneklem ve Örnekleme	1
Araştırmada Kullanılan Soru Formu	2
Araştırmanın Saha/Alan Uygulaması	4
Verilerin İşlenmesi ve Değerlendirme Süreci	4
Araştırmanın Genel Değerlendirmesi	5
I. Bölüm - Demografik Değişkenler	13
II. Bölüm - Araştırmanın Bulguları	21

TABLO LİSTESİ

		Sayfa No
TABLO 1	Örneklemin İllere Göre Dağılımı	3
TABLO 2	Araştırmaya Katılan Deneklerin Cinsiyetlerine Göre Dağılım	15
TABLO 3	Araştırmaya Katılan Deneklerin Yaş Gruplarına Göre Dağılım	16
TABLO 4	Araştırmaya Katılan Deneklerin Medenî Durumuna Göre Dağılım	17
TABLO 5	Araştırmaya Katılan Deneklerin Eğitim Durumuna Göre Dağılım	18
TABLO 6	Araştırmaya Katılan Deneklerin Meslek Gruplarına Göre Dağılım	19
TABLO 7	Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	23
TABLO 8	Cinsiyete Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	24
TABLO 9	Yaş Gruplarına Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	25
TABLO 10	Medenî Duruma Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	26
TABLO 11	Eğitim Durumuna Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	26
TABLO 12	Meslek Gruplarına Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	27
TABLO 13	Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	28
TABLO 14	Cinsiyete Göre Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	29
TABLO 15	Yaş Gruplarına Göre Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	29
TABLO 16	Medenî Duruma Göre Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	30
TABLO 17	Eğitim Durumuna Göre Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	30
TABLO 18	Meslek Gruplarına Göre Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	31
TABLO 19	Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	32
TABLO 20	Cinsiyete Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	33
TABLO 21	Yaş Gruplarına Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	33
TABLO 22	Medenî Duruma Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	34

TABLO 23	Eğitim Durumuna Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	34
TABLO 24	Meslek Gruplarına Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	35
TABLO 25	Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	36
TABLO 26	Cinsiyete Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	37
TABLO 27	Yaş Gruplarına Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	37
TABLO 28	Medenî Duruma Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	38
TABLO 29	Eğitim Durumuna Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	38
TABLO 30	Meslek Gruplarına Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	39
TABLO 31	İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri	40
TABLO 32	Cinsiyete Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri	42
TABLO 33	Yaş Gruplarına Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri	43
TABLO 34	Medenî Duruma Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri	44
TABLO 35	Eğitim Durumuna Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri	45
TABLO 36	Meslek Gruplarına Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri	46
TABLO 37	İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri	47
TABLO 38	Cinsiyete Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri	49
TABLO 39	Yaş Gruplarına Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri	50
TABLO 40	Medenî Duruma Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri	51
TABLO 41	Eğitim Durumuna Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri	52

TABLO 42 Meslek Gruplarına Göre İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri 53
TABLO 43 Televizyonlar "Dinsel, Kültürel ve Siyasal Bakımdan Kendilerinden Uzak Kişi ve İnançları Olumsuz Göstermek İçin, Haklarında Bilerek ve Kasıtlı Olarak Olumsuz Haberler Vermektedir" İddiaları Hakkındaki Düşünceler 54
TABLO 44 Televizyonlarda Yalan, Yanlış ve Eksik Haber Verildiği İddiaları Hakkındaki Düşünceler 56
TABLO 45 Haberleri İzlerken Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olunan Konular 58
TABLO 46 Haberleri İzlerken Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olunan Görüntüler 60
TABLO 47 Haberlerde Yer Alan Bir Görüntü Nedeniyle Çocukların Olumsuz Etkilendiğine Şahit Olma Durumu 62
TABLO 48 Uluslararası Alanda Türkiye'yi Ekonomik, Kamuoyu ve Hukuk Bakımından Zora Soktuğu Söylenen ve Tekrar Tekrar Yayınlanan Haber ve Haber Görüntüleri Hakkındaki Düşünceler 64
TABLO 49 Haberlerin Sunuluş Şekli İle İlgili Rahatsızlık Yaratan Konular 66
TABLO 50 Televizyondaki Haberlerin Haber Değeri Taşıyan Bilgi İçermesi Hakkındaki Düşünceler 68

TABLO 51 Televizyondaki Haberlerin Ülke Gündemini Yeterince Vermesi Hakkındaki Düşünceler 69
TABLO 52 Televizyondaki Haberlerin Dünya Gündemini Yeterince Vermesi Hakkındaki Düşünceler 70
TABLO 53 Televizyondaki Haberlerin İzleyiciye Gününde ve Zamanında Ulaşması Hakkındaki Düşünceler 71
TABLO 54 Televizyondaki Haberlerin Halkın Ruh Sağlığı Üzerinde Olumsuz Etki Yapması Hakkındaki Düşünceler 72
TABLO 55 Televizyon Haberlerinin Meslek Ahlakına Uygun Hazırlanması Hakkındaki Düşünceler 73
TABLO 56 Televizyondaki Habercilik Anlayışında Kamu Yararı Gözetilmesi Hakkındaki Düşünceler 74
TABLO 57 Televizyon Haberlerinde Daha Fazla Yer Verilmesi İstenen Konular 75
TABLO 58 Televizyon Haberleri ile İlgili Olarak İzlenme Kaygısı Hakkındaki Düşünceler 77

TABLO 59	Televizyon Haberlerinde Siyasetçilerin ve Özellikle Siyasi Parti Liderlerinin Birbirleri Hakkındaki Olumsuz ya da Eleştirel Sözlerinin Tekrar Tekrar Yayınlanması Hakkındaki Düşünceler	78
TABLO 60	Televizyon Haberlerinde Tanınmış Kişilerin Birbirleri Hakkındaki Olumsuz ya da Eleştirel Sözlerinin Tekrar Tekrar Yayınlanması Hakkındaki Düşünceler	80
TABLO 61	RTÜK'ün, Televizyonlarda Yayınlanan Haberlerin İçeriğinde Yer Alan Şiddet, Suç, Çatışma vb. Türden Görüntülerin Yayınlanmasını Düzenlemesi ve Denetlemesi Hakkındaki Düşünceler	82
TABLO 62	Bu Güne Kadar, Televizyon Haberlerinde Yer Alan Bir Görüntü ya da Haber Nedeniyle RTÜK'e Başvurma Durumu	84
TABLO 63	RTÜK'e Başvurmak İçin Tercih Edilen Yol	85

GRAFİK LİSTESİ

		Sayfa No
GRAFİK 1	Araştırmaya Katılan Deneklerin Cinsiyetlerine Göre Dağılım	15
GRAFİK 2	Araştırmaya Katılan Deneklerin Yaş Gruplarına Göre Dağılım	16
GRAFİK 3	Araştırmaya Katılan Deneklerin Medenî Durumuna Göre Dağılım	17
GRAFİK 4	Araştırmaya Katılan Deneklerin Eğitim Durumuna Göre Dağılım	18
GRAFİK 5	Araştırmaya Katılan Deneklerin Meslek Gruplarına Göre Dağılım	20
GRAFİK 6	Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	23
GRAFİK 7	Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	28
GRAFİK 8	Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	32
GRAFİK 9	Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi	36
GRAFİK 10	İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri	40
GRAFİK 11	İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri	47
GRAFİK 12	Televizyonlar "Dinsel, Kültürel ve Siyasal Bakımdan Kendilerinden Uzak Kişi ve İnançları Olumsuz Göstermek İçin, Haklarında Bilerek ve Kasıtlı Olarak Olumsuz Haberler Vermektedir" İddiaları Hakkındaki Düşünceler	54
GRAFİK 13	Televizyonlarda Yalan, Yanlış ve Eksik Haber Verildiği İddiaları Hakkındaki Düşünceler	56
GRAFİK 14	Haberleri İzlerken Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olunan Konular	59
GRAFİK 15	Haberleri İzlerken Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olunan Görüntüler	61
GRAFİK 16	Haberlerde Yer Alan Bir Görüntü Nedeniyle Çocukların Olumsuz Etkilendiğine Şahit Olma Durumu	62
GRAFİK 17	Uluslararası Alanda Türkiye'yi Ekonomik, Kamuoyu ve Hukuk Bakımından Zora Soktuğu Söylenen ve Tekrar Tekrar Yayınlanan Haber ve Haber Görüntüleri Hakkındaki Düşünceler	64
GRAFİK 18	Haberlerin Sunuluş Şekli İle İlgili Rahatsızlık Yaratan Konular	67
GRAFİK 19	Televizyondaki Haberlerin Haber Değeri Taşıyan Bilgi İçermesi Hakkındaki Düşünceler	68
GRAFİK 20	Televizyondaki Haberlerin Ülke Gündemini Yeterince Vermesi Hakkındaki Düşünceler	69
GRAFİK 21	Televizyondaki Haberlerin Dünya Gündemini Yeterince Vermesi Hakkındaki Düşünceler	70

GRAFİK 22	Televizyondaki Haberlerin İzleyiciye Gününde ve Zamanında Ulaşması Hakkındaki Düşünceler	71
GRAFİK 23	Televizyondaki Haberlerin Halkın Ruh Sağlığı Üzerinde Olumsuz Etki Yapması Hakkındaki Düşünceler	72
GRAFİK 24	Televizyon Haberlerinin Meslek Ahlakına Uygun Hazırlanması Hakkındaki Düşünceler	73
GRAFİK 25	Televizyondaki Habercilik Anlayışında Kamu Yararı Gözetilmesi Hakkındaki Düşünceler	74
GRAFİK 26	Televizyon Haberlerinde Daha Fazla Yer Verilmesi İstenen Konular	76
GRAFİK 27	Televizyon Haberleri ile İlgili Olarak İzlenme Kaygısı Hakkındaki Düşünceler	77
GRAFİK 28	Televizyon Haberlerinde Siyasetçilerin ve Özellikle Siyasi Parti Liderlerinin Birbirleri Hakkındaki Olumsuz ya da Eleştirel Sözlerinin Tekrar Tekrar Yayınlanması Hakkındaki Düşünceler	78
GRAFİK 29	Televizyon Haberlerinde Tanınmış Kişilerin Birbirleri Hakkındaki Olumsuz ya da Eleştirel Sözlerinin Tekrar Tekrar Yayınlanması Hakkındaki Düşünceler	80
GRAFİK 30	RTÜK'ün, Televizyonlarda Yayınlanan Haberlerin İçeriğinde Yer Alan Şiddet, Suç, Çatışma vb. Türden Görüntülerin Yayınlanmasını Düzenlemesi ve Denetlemesi Hakkındaki Düşünceler	82
GRAFİK 31	Bu Güne Kadar, Televizyon Haberlerinde Yer Alan Bir Görüntü ya da Haber Nedeniyle RTÜK'e Başvurma Durumu	84
GRAFİK 32	RTÜK'e Başvurmak İçin Tercih Edilen Yol	85

ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, 15 ve daha üzeri yaştaki nüfusun haber bültenleri ile ilgili izleme eğilim, değerlendirme ve beklentilerini tespit etmektir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırma projesinin yöntemi alan araştırması (field research) olarak belirlenmiştir. Alan araştırması, büyük ve yayılgan özelliklere sahip yapılar ile ilgili olarak, özel bir konuda bilgi toplamak gerektiğinde kullanılan yöntemdir. Bu yöntem, seçilmiş (özel) bir konuda kamuoyunun düşüncelerini ayrıntılı olarak kaydetmeyi ve incelemeyi esas alır.

Araştırma projesinde kullanılan veri toplama aracı anket formudur. Bu anket formunda, yapılandırılmış (kapalı uçlu) soruların yanında, deneklerin, kendi inisiyatiflerini kullanarak (keyfi) cevaplayacağı yarı yapılandırılmış soru tipleri ve/veya cevap seçenekleri de yer almıştır.

EVREN, ÖRNEKLEM VE ÖRNEKLEME

Araştırma projesinin evreni, Türkiye coğrafyası ve bu coğrafyada yaşayan 15 yaş ve üzerindeki kadın ve erkek televizyon izleyicileridir.

Örneklem olarak, TABLO-1'de yer alan 17 il ve ilçeleri seçilmiştir. Bu araştırma illerinin (örneklem) seçiminde, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun daha önce gerçekleştirdiği bir alan araştırmasında kullanılan yöntem kullanılmış ve Düzey 1 (NUTS I) istatistiksel örneklem bölgelerinden (toplam 12 bölge) 13 il belirlenmiş ve bu 13 ile Düzey 2 (NUTS II) ve Düzey 3 (NUTS III) tablolarından Bursa, Kocaeli, Kars ve Diyarbakır illeri dahil edilmiştir. Bu örneklem illerinde, kırsal alanların temsil edilmesi amacıyla, mücavir alan dışındaki (kırsal alan) ilçelerden biri de örneklem içerisinde değerlendirilmiştir.

Araştırmada, evreni temsil etmek üzere belirlenen örneklem büyüklüğü 3.457'dir (Bkz: TABLO-1). Ancak, saha uygulaması sırasında ortaya çıkacak yanılmaları da hesaplayarak, bir miktar fazla anket uygulaması yapılmış ve toplam anket uygulaması sayısı 3.573 adet olarak gerçekleştirilmiştir.

ARAŞTIRMADA KULLANILAN SORU FORMU

Bu araştırmada kullanılan soru formu (anket formu), televizyon izleyicilerinin televizyon haberlerini izleyip izlemedikleri, hangi düzeyde izledikleri konusunda bilgi edinmek ve televizyon haberlerine ilişkin bir içerik ve etki değerlendirmesi yapmak amacıyla oluşturulmuştur.

Soru formu, toplam 29 ana sorudan oluşmaktadır. Bu soruların önemli bir çoğunluğu kapalı uçlu (tam yapılandırılmış) sorulardan oluşurken, 6 adet açık uçlu (yapılandırılmamış) soru ve 7 adet de yarı yapılandırılmış (seçeneklerde açık uçluluk) soru yer almaktadır.

Soru formunun bütününün cevaplanması ortalama 15 ila 25 dakikalık bir süreyi kapsamış; çok özel durumlarda, formun uygulamasının 30 dakikayı aştığı gözlenmiştir.

TABLO – 1
ÖRNEKLEMİN İLLERE GÖRE DAĞILIMI

ÖRNEKLEM İL VE İLÇELERİ			Örnekleme	
İLLER		İLÇELER	İl	İlçe
1.	İstanbul	--	450	75
2.	Tekirdağ	Muratlı	100	50
3.	İzmir	Menemen	300	75
4.	Manisa	Akhisar	100	50
5.	Bursa	Orhangazi	100	50
6.	Kocaeli	Derince	100	50
7.	Ankara	Çubuk	300	75
8.	Konya	Kulu	150	50
9.	Adana	Ceyhan	150	50
10.	Kayseri	Develi	100	50
11.	Samsun	Çarşamba	100	50
12.	Trabzon	Of/Araklı	100	50
13.	Erzurum	Aşkale	100	50
14.	Gaziantep	Oğuzeli	100	50
15.	Malatya	Seyitgazi	100	50
16.	Van	Edremit	100	50
17.	Diyarbakır	--	100	50
TOPLAM	**3.475**		**2.550**	**925**

ARAŞTIRMANIN SAHA/ALAN UYGULAMASI

Araştırmanın saha/alan uygulaması 5 gün sürmüştür. Kent merkezleri ve kırsal alanlardan aynı zaman diliminde veri toplanmış ve çalışma, birlikte sona erdirilmiştir.

Saha uygulamasında belirgin bir zorlukla karşılaşılmamış ve çok uygun koşullarda, güvenilirliği korunmuş bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada, saha çalışması gerçekleştirilen bölgelerin kültürel, coğrafi yapısını iyi bilen yerel anketörler görev almış ve Ankara'dan gönderilen gözetmenler, araştırma sürecini düzenli olarak denetlemiştir.

Soru formlarında, görüşme yapılan kişilerin (denekler) açık ad ve telefonları yer almaktadır. Süpervizörler, bu veriler aracılığı ile araştırma formlarının doğruluğunu teyit etmiştir.

VERİLERİN İŞLENMESİ VE DEĞERLENDİRME SÜRECİ

Verilerin işlenmesi, RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı'nın gözetim ve denetiminde gerçekleştirilmiş, açık uçlu sorular kodlanmış ve belirli kategorilere yerleştirilmiştir.

Veri tabanı, SPSS istatistiksel veri işleme programı veri tabanında yazılmış ve SPSS aracılığı ile işlenmiştir. Parametrik sınamalar yapılmayacağından, veri tabanının frekans dağılımları (frequencies) ve karşılaştırmalı tablolar (crosstabulation), değerlendirme için yeterli kabul edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN GENEL DEĞERLENDİRMESİ

Televizyon kuruluşlarının yayınladığı haberlere ilişkin olarak kamuoyunun izleme eğilimleri, genel değerlendirme ve beklentilerini tespit etmek amacıyla yapılan araştırmanın bulguları, raporun ikinci bölümünde tablo ve grafikler ile birlikte verilmektedir.

Araştırmada öncelikle, "Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı" incelenmiş ve araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun (% 68.7), "her gün" düzenli olarak televizyon haberlerini izledikleri tespit edilmiştir. Bu sonucun bağımsız değişkenlere göre incelenmesinde, erkek izleyicilerin % 73.9'unun, kadın izleyicilerin % 58.8'inin; yaş gruplarına göre 15-25 yaş grubu dışında kalan tüm grupların % 73'ünden fazlasının; medenî duruma göre % 79.2 ile en çok evlilerin; eğitim durumuna göre tüm grupların % 60'tan fazlasının ve meslek gruplarına göre tüm grupların % 55'in üzerindeki oranlarda, "her gün" televizyon haberlerini izledikleri gözlenmiştir. "Haftada birkaç gün" televizyon izleyen % 14'lük grubun varlığı da dikkate alındığında, televizyon haberlerinin kamuoyu açısından önemi daha net ortaya çıkmaktadır.

Araştırmaya katılan deneklerin "Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı" araştırıldığında, % 78.6 oranı ile "akşam (ana haber)" kuşağının en çok izlenen haber olduğu ortaya çıkmıştır. Bağımsız değişkenler açısından bu sonuç irdelendiğinde, kadın izleyicilerin % 78.7'sinin, erkek izleyicilerin % 78.6'sının; 15-49 yaş aralığını kapsayan üç grubun % 80'den fazlasının; medenî duruma göre % 81.4 ile en çok bekarların; ortaöğretim ve üzerindeki tüm eğitim gruplarında % 80'in üzerinde ve emekliler haricindeki tüm meslek gruplarında deneklerin % 70'den fazlasının "akşam (ana haber)" kuşağında televizyon haberlerini izledikleri tespit edilmiştir.

Televizyon izlemede hafta içi ve hafta sonu zaman dilimlerinde bir fark olup olmadığını gözlemek için, "Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi" ve "Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi" ayrı ayrı araştırılmıştır.

"Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi" bakımından, "1-2 saat arası" olarak tanımlanan zaman diliminin, % 43.5 ile en yüksek değeri aldığı görülmektedir. "1 saatten daha az" zaman diliminde yer alan % 32.9'luk oran ile birlikte değerlendirildiğinde, haber izleme süresinin, genel olarak 2 saat ile sınırlı olduğu sonucuna varmak mümkündür. Bağımsız değişkenlere göre yapılan incelemede, kadınların % 42.3 ve dul/boşanmış grubunda yer alanların % 39 oranı ile, "1 saatten daha az"; erkeklerin % 44.8 oranı ile; 26-61 yaşı kapsayan üç grubun % 43'ün üzerindeki oranda; evlilerin % 46.4'lük bir değerle; okuryazar olan grup dışındakilerin % 41'den fazla bir oranla ve meslek grubundakilerin çoğunluğunun da % 40'ın üzerindeki değerle "1-2 saat arası" haber izledikleri gözlenmektedir.

"Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi" açısından inceleme yapıldığında, % 39.8'lik grubun "1-2 saat arası" olarak tanımlanan zaman diliminde haber izlediği gözlenmiştir. Sonuca bağımsız değişkenlere göre bakıldığında, kadınların hafta içinde olduğu gibi yine, ağırlıklı olarak "1 saatten daha az" diliminde yer aldıkları ve % 46.2'lik bir değerle temsil edildikleri; bekarlar ile dul/boşanmış grubunda yer alanların sırasıyla % 44.8 ve % 41.9'luk oranlar ile; okuryazar grubunun % 47.2 ve meslek grubundaki öğrencilerin % 49.9 ile bu grupta yer aldıkları görülmektedir. Erkeklerin % 40.7'si; 15-25 yaş grubu dışındaki tüm grupların % 37'den fazlası, evlilerin % 42.4'ü; eğitim durumuna göre üniversite mezunları % 45.9'luk oranla ve zanaatkârlar % 62.5'lik bir değerle "1-2 saat arası" televizyon haberi izlemektedir.

Televizyon haber izleyicilerinin, izledikleri kanallardaki haberleri beğenme ve beğenmeme durumları da araştırmanın kapsamı içerisinde yer almaktadır. Buna göre, % 51.3'lük grup "doğru/güvenilir ve gerçekçi olması" bakımından izlediği haberleri beğenmekte, % 18.1'lik bir grup ise "magazin haberlerinin çok fazla olması" yüzünden haberleri beğenmediğini belirtmektedir.

Bağımsız değişkenler açısından bakıldığında, erkeklerin % 52.9'u, kadınların % 41'i; yaş gruplarının tamamı % 44'ün üzerindeki bir oranla; medenî duruma göre tüm gruplar % 40'ın üzerinde; eğitim durumuna göre okuryazar olmayan grup dışındaki tüm gruplar % 45'ten fazla ve yöneticiler dışındaki tüm meslek grupları % 40'lık bir oranın üzerinde, televizyon haberlerini "doğru/güvenilir ve gerçekçi" bulmakta ve beğenmektedir.

Kadınların % 29.6'sı, erkeklerin % 29.4'ü; yaş gruplarının tümü % 21'den fazla; medenî duruma göre grupların tamamı % 26'nın üzerinde; eğitim durumuna göre yine tüm gruplar % 25'ten fazla ve meslek gruplarında zanaatkâr ve çiftçi dışındaki tüm gruplar % 23'ün üzerinde "magazin haberlerinin çok fazla olması" hususunu haberleri beğenmeme nedeni olarak göstermiştir. Zanaatkârlar % 37.5 ile "yalan haber verme", çiftçiler ise % 24.1 ile "abartılı haberlerin yer alması" konularını, haberleri beğenmeme nedeni olarak ifade etmiştir.

Araştırmada, deneklerin televizyon haberleri hakkındaki bazı kanaatlerinin öğrenilmesi için de sorular sorulmuştur. "Televizyonlar Dinsel, Kültürel ve Siyasal Bakımdan Kendilerinden Uzak Kişi ve İnançları Olumsuz Göstermek İçin, Haklarında Bilerek ve Kasıtlı Olarak Olumsuz Haber Vermektedir" şeklindeki kanaat cümlesi konusunda, % 46.91 oranında, "tamamen katılıyorum, doğru olduğuna inanıyorum" şeklindeki yanıt şıkkı işaretlenmiştir. % 22.75 oranında işaretlenen "doğru olduğuna inanıyorum, ama bunu bazı kanallar yapmaktadır"

ifadesi ile birleştirildiğinde, televizyon haber izleyicilerinin % 69.66'sının kanaat cümlesindeki yargıya katıldıkları gözlenmektedir.

"Televizyonlarda Yalan, Yanlış ve Eksik Haber Verildiği" şeklindeki iddialar konusundaki kanaatleri sorulduğunda, araştırmaya katılanların % 59.8'i "tamamen katılıyorum, doğru olduğuna inanıyorum" ve % 17.4'ü de "doğru olduğuna inanıyorum, ama bunu bazı kanallar yapmaktadır" şeklinde yanıt vermiştir. Bu iki grubun % 77.2'ye varan toplamı, televizyon haber izleyicilerinin nitelikli çoğunlukla, televizyonlarda yalan, yanlış ve eksik haber verildiğine inandığını ortaya koymaktadır.

"Haberleri İzlerken, Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olduğunuz Konu Var mıdır?" sorusunun, sunulan seçenekler arasında öncelik sıralaması yaparak yanıtlanması istenmiştir. Deneklerin % 29.9'u, birinci öncelikli olarak "cinsel şiddet konulu haberler (taciz, tecavüz)" konusunu; % 17.5'i "magazin/ünlü kişilerin ilişkileri" konusunu ve % 14'ü de "okullarda şiddet" konusunu kanal değiştirecek kadar rahatsız edici bulduğunu belirtmiştir. İkinci ve üçüncü öncelikteki seçimler de aynı konular üzerinde yoğunlaşmıştır.

Araştırmada, haberlere ilişkin konuların yanı sıra, görüntülerin de belirli bir rahatsızlık yaratıp yaratmadığı konusundaki kanaatleri ölçmek için, deneklere "Haberleri İzlerken, Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olduğunuz Konu Var mıdır?" diye sorulmuştur. Yine seçenekler arasında öncelik sıralaması yapması istenen denekler, bu soruda da rahatsız olunan konulara verdikleri cevaplara benzer bir sıralama oluşturmuşlardır. Burada dikkat çeken önemli bir nokta, görüntü söz konusu olduğunda, % 13.2'lik bir grubun, "aile içi şiddet görüntüleri" yayınlandığında kanal değiştirecek kadar rahatsız olduğunu vurgulamasıdır.

Çocukların televizyon yayınlarından etkilenen en geniş kitle olduğu, uzmanların da katıldığı genel görüş olarak, kamuoyunda çok yaygındır. Haberlerin çocuklar üzerindeki etkisini öğrenebilmek amacıyla sorulan "Haberlerde Yer Alan Bir Görüntü Nedeniyle Çocukların Olumsuz Etkilendiğine Şahit Oldunuz mu?" sorusuna, % 21.2 oranında "evet", % 34 oranında "arada bir" şeklinde cevaplar verilmiştir. Ankete katılan deneklerin % 39'unun bekar olduğu dikkate alındığında, olumsuz etki gözleyen % 55.2'lik grubun varlığı, kamuoyundaki yaygın görüşü destekler nitelik taşımaktadır.

Televizyonlarda yer alan bazı haber ve haber görüntülerinin tekrar tekrar yayınlanmasının Türkiye'yi uluslararası alanda hem kamuoyu nezdinde, hem de ekonomik ve hukukî bakımdan zora soktuğu söylenmektedir. Ankete katılan deneklerin bu konudaki kanaatini öğrenmek için yapılan irdelemede % 55.2 oranında "haber olarak verilmeli, ancak tekrar tekrar yayınlanmamalı" sonucuna ulaşılmıştır. % 19.8 oranı ile temsil edilen bir başka grup, "haber olarak verilmeli, ancak görüntüler yayınlanmamalı" şeklinde görüş belirtmiştir. Ankete katılan deneklerin, haber alma konusunda büyük oranda hassasiyet gösterdiğini, rahatsızlığın tekrar görüntülerden kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Televizyon haber izleyicilerine, "Haberlerin Sunuluş Şekli İle İlgili Olarak Rahatsız Olduğunuz Konular Var mıdır?" şeklinde bir soru yöneltilmiş ve sunulan seçenekler arasından öncelikli işaretleme yapmaları istenmiştir. En yüksek oranlara, birinci öncelikli grupta % 43.3 ile "bazı görüntülerin tekrar tekrar yayınlanması"; ikinci öncelikte % 33.2 ile "az sonra türü haber sunumu" ve üçüncü öncelikte % 22.3 ile "haberlerin abartılarak verilmesi" seçeneklerinde ulaşılmıştır. Ankete katılan deneklerin, birinci öncelikli olarak % 43.3 ile işaretledikleri haberlerde sunulan tekrar görüntüleri, sadece uluslararası toplum söz konusu olduğunda değil, günlük yaşamında, kendisi için de onaylamadığını belirtmek mümkündür.

Ankete katılan deneklerin kanaatlerini ölçmek açısından önemli görülen konularda hazırlanan sorular ve alınan cevaplar, televizyon haber izleyicilerinin, yayıncı kuruluşları oldukça objektif değerlendirdiğini açıkça ortaya koymaktadır. Bazı konularda yüksek oranda negatif olan düşünceler, bir başka konu sorulduğunda pozitif görüş içeren yanıtlara dönüşebilmektedir.

Ankete katılan deneklerin, "Televizyondaki Haberler Haber Değeri Taşıyan Bilgiler İçeriyor mu?" şeklinde oluşturulan soruya, % 58.2 gibi yüksek bir oranda "evet" demesi ile ortaya çıkan kanaat, haberler hakkındaki en olumlu görüşlerden birini içermektedir.

"Televizyondaki Haberler Ülke Gündemini Yeterince Veriyor mu?" sorusuna % 55 ve "Televizyondaki Haberler Dünya Gündemini Yeterince Veriyor mu?" sorusuna da % 59.6 oranında "hayır" yanıtı verilmiştir. % 42.5'lik grup ülke gündeminin, % 37.3'lük grup ise dünya gündeminin yeterince yansıtıldığı kanaati taşımaktadır. Haber değeri taşıma konusunda belirtilen olumlu kanaatin, gündemi aktarma noktasında negatif bir tutuma dönüştüğü gözlenmektedir.

Haberlerin seyirciye ulaşma hızı hakkındaki görüşleri almak üzere oluşturulan "Televizyondaki Haberler Gününde ve Zamanında İzleyiciye Ulaşmakta mıdır?" sorusuna, % 74.2 gibi yüksek bir oranda "evet" yanıtı alınmıştır ki, bu oranla haberler hakkındaki en olumlu yüksek değere ulaşılmıştır.

Televizyon kanallarında verilen haberlerin halkın ruh sağlığı üzerinde olumsuz bir etkisi olup olmadığı konusundaki kanaatlerini öğrenmek amacıyla sorulan soruya, % 74.5 oranı ile temsil edilen grup "evet" seçeneğini işaretleyerek yanıt vermiştir. Bu yüksek oran, siyasilerin ve tanınmış bazı kişilerin birbirleri hakkındaki tutumlarının haberlerde yer alma biçimi konusunda oluşturulan sorulara verilen yanıtlar ile tutarlılık göstermektedir.

"Televizyon Haberlerinin Meslek Ahlakına Uygun Olarak Hazırlandığına İnanıyor musunuz?" sorusuna, ankete katılan deneklerin % 59.2'si "hayır" yanıtı vermiştir.

"Televizyondaki Habercilik Anlayışında Kamu Yararı Gözetildiğine İnanıyor musunuz?" şeklinde sorulan soruya da % 65.8 oranı ile temsil edilen büyük bir grup tarafından "hayır" yanıtının gelmesi, haber izleyicilerinin, televizyon kanallarının meslek ahlakı ve kamu yararı konusunda dikkatsiz olduğu fikrini taşıdığını ortaya koymaktadır.

Televizyon haber izleyicilerinin, haberlerde daha çok yer almasını istedikleri konuları tespit etmek amacıyla, verilen seçeneklerden öncelikli seçme yapmaları istenen soruda, en yüksek oranlara birinci öncelikte % 37.1 oranı ile "ekonomi haberleri"; ikinci öncelikte % 27 oranı ile "siyasi haberler" ve üçüncü öncelikte % 18.3 oranı ile "güncel toplumsal konular" işaretlenmiştir.

Reyting konusu, televizyon yayıncılığındaki en önemli olgudur. Yayınların izlenme oranlarını gösteren raporlar, televizyon kanallarının program akışlarını ve bu programlar arasına aldıkları reklamları büyük oranda etkilemektedir. Yayıncı kuruluşların her program için reyting kaygısı taşıması ve yayın planlamasını bu kaygı içerisinde yönlendirmesi, kendine sağlayacağı gelir açısından, genel olarak normal karşılanan bir durumdur. İzleyicilerin, haberlerde reyting olgusu konusundaki kanaatlerini öğrenmek amacıyla oluşturulan soruda, % 59.2 gibi yüksek bir oran ile "haberler izlenme kaygısı olmadan topluma sunulmalıdır" şeklinde bir görüş ortaya çıkmaktadır.

Siyasetçilerin, özellikle siyasi parti liderlerinin birbirleri hakkındaki olumsuz ya da eleştirel sözlerinin haberlerde yer alma biçimi hakkında, araştırmaya katılan denekler % 51.3 oranında "kesinlikle onaylamıyorum, siyaset ve toplumun gerilmesine neden oluyor" şeklinde görüş belirtmiştir.

Spor kulübü başkanları, kanaat önderleri ve sanatçılar gibi tanınmış kişilerin birbirleri hakkındaki olumsuz ya da eleştirel sözlerinin haberlerde yer alma biçimi hakkındaki görüşler, siyaset konusundan daha yüksek oranla (% 66.8) "kesinlikle onaylamıyorum, toplumun gerilmesine neden oluyor" biçiminde ortaya konmaktadır.

Siyasetçiler ve tanınmış kişilerin birbirleri hakkındaki görüşlerini içeren haberlerin tekrar tekrar yayınlanması, televizyon haber izleyicilerini büyük oranda rahatsız eden bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Televizyon haber izleyicilerinin, haberlerin içeriğinde yer alan şiddet, suç, çatışma gibi görüntülerin yayınlanması konusunda, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun düzenleme ve denetleme yapması konusundaki görüşleri, % 57.5 oranında "evet" ifadesi ile yanıtlanmıştır. Burada, % 37.5 oranı ile temsil edilen grup, "bazı düzenlemeler getirilebilir, ancak bunlar ikna edici olmalıdır" derken, düzenleme ve denetleme görevinin cezai uygulamalardan çok, ikna edici yöntemler ile yapılması gerektiği konusunda tercih kullanmıştır.

Haberlerde yer alan konu ve görüntülerle ilgili olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'na başvuranların oranı sadece % 3.5'tir. Bu grubun % 64.8'i, başvurusunu telefon aracılığı ile gerçekleştirmiştir.

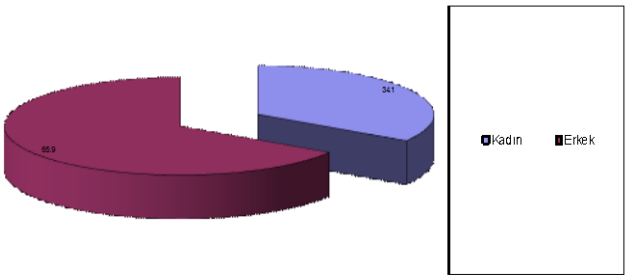
I. BÖLÜM

DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER

TABLO – 2
Araştırmaya Katılan Deneklerin Cinsiyetlerine Göre Dağılım

Cinsiyet	Sayı	%
Kadın	1.217	34.1
Erkek	2.356	65.9
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

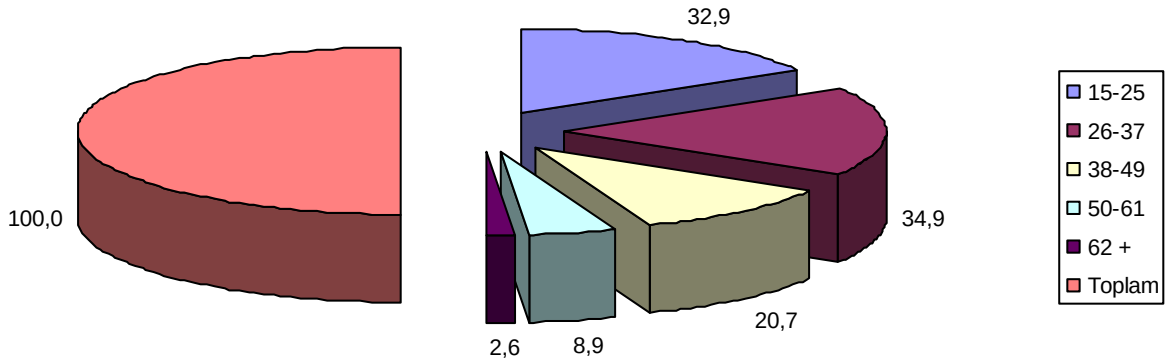
GRAFİK - 1
Araştırmaya Katılan Deneklerin Cinsiyetlerine Göre Dağılım



TABLO – 3
Araştırmaya Katılan Deneklerin Yaş Gruplarına Göre Dağılım

Yaş Grupları	Sayı	%
15 - 25	1.176	32.9
26 - 37	1.246	34.9
38 - 49	739	20.7
50 - 61	319	8.9
62 +	93	2.6
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

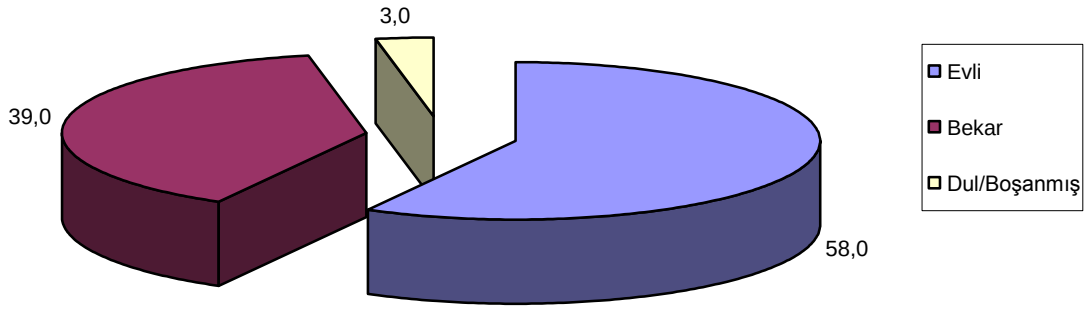
GRAFİK – 2
Araştırmaya Katılan Deneklerin Yaş Gruplarına Göre Dağılım



TABLO – 4
Araştırmaya Katılan Deneklerin Medenî Durumlarına Göre Dağılım

Medenî Durum	Sayı	%
Evli	2.073	58.0
Bekar	1.394	39.0
Dul/Boşanmış	106	3.0
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

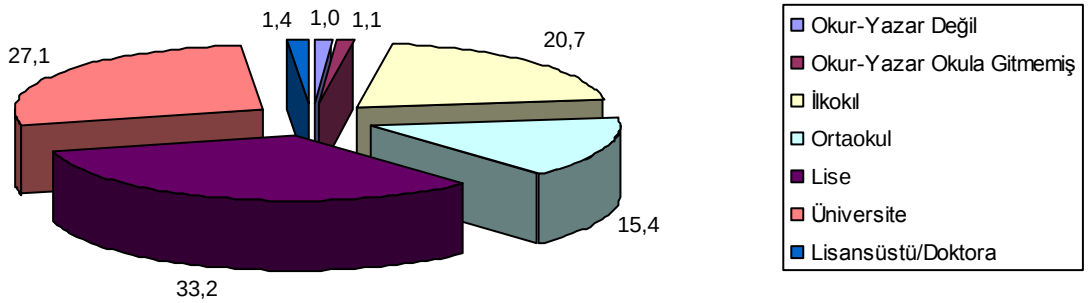
GRAFİK – 3
Araştırmaya Katılan Deneklerin Medenî Durumlarına Göre Dağılım



TABLO – 5
Araştırmaya Katılan Deneklerin Eğitim Durumuna Göre Dağılım

Eğitim Durumu	Sayı	%
Okuryazar Değil	36	1.0
Okuryazar, Okula Gitmemiş	40	1.1
İlkokul	741	20.7
Ortaokul	549	15.4
Lise	1.188	33.2
Üniversite (Lisans)	968	27.1
Lisansüstü / Doktora	51	1.4
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

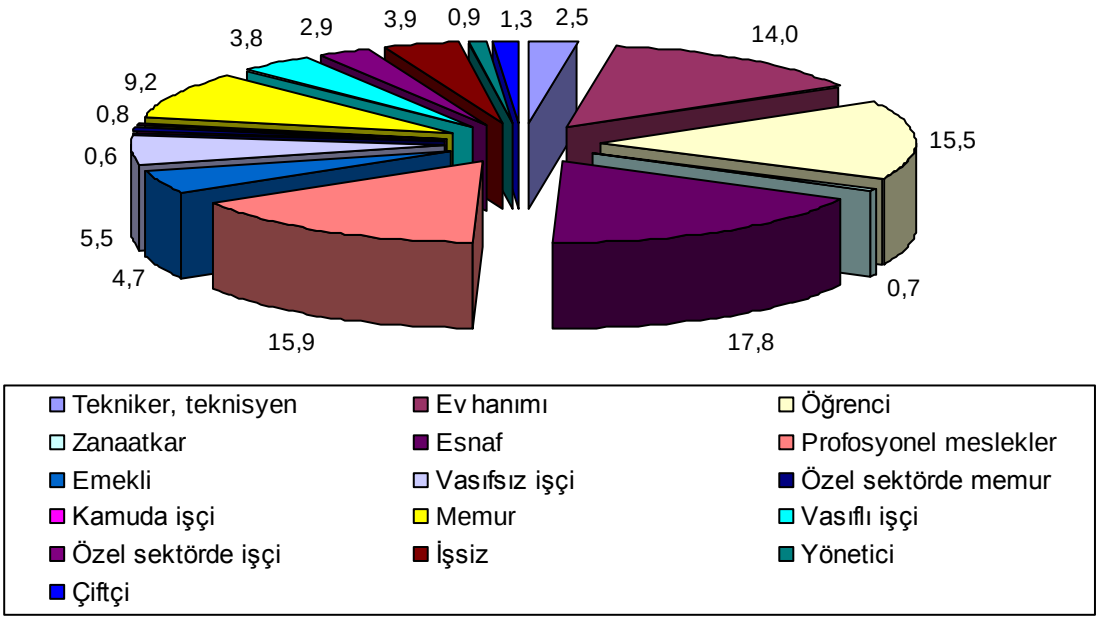
GRAFİK – 4
Araştırmaya Katılan Deneklerin Eğitim Durumuna Göre Dağılım



TABLO – 6
Araştırmaya Katılan Deneklerin Meslek Gruplarına Göre Dağılım

Meslek Grupları	Sayı	%
Teknik Meslekler (Serbest Çalışan)	91	2.5
Ev Kadını	502	14.0
Öğrenci	555	15.5
Zanaatkâr	24	0.7
Esnaf	636	17.8
Profesyonel Meslekler	568	15.9
Emekli	169	4.7
Vasıfsız İşçi	196	5.5
Özel Sektörde Memur	28	0.8
Kamu İşçisi	21	0.6
Memur	327	9.2
Vasıflı İşçi	135	3.8
Özel Sektör (İşçi)	104	2.9
İşsiz	138	3.9
Yönetici	33	0.9
Çiftçi	46	1.3
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 5
Araştırmaya Katılan Deneklerin Meslek Gruplarına Göre Dağılım



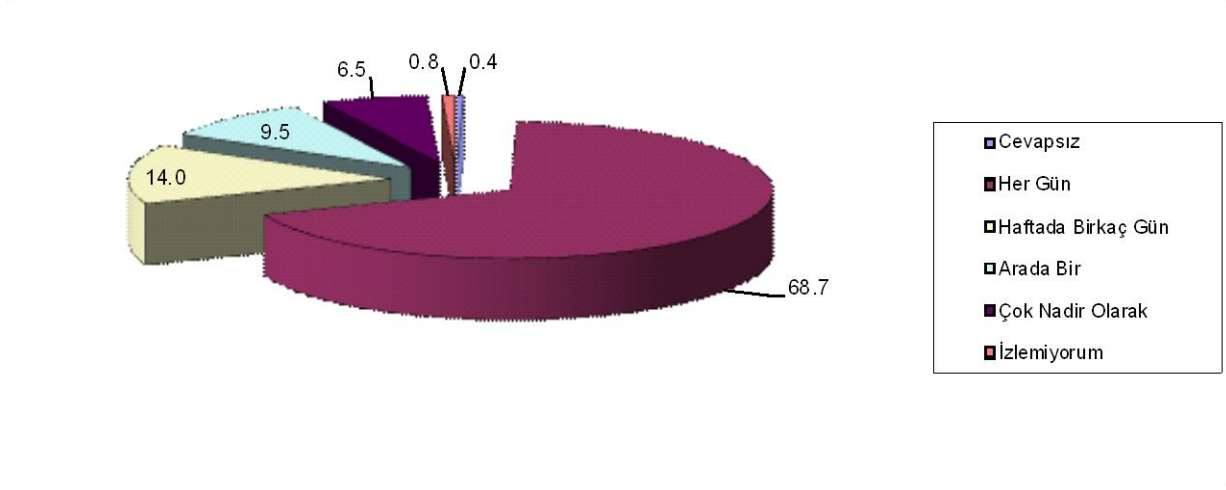
II. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

TABLO – 7
Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	Sayı	%
Her Gün	2.456	**68.7**
Haftada Birkaç Gün	501	14.0
Arada Bir	340	9.5
Çok Nadir	234	6.5
İzlemiyorum	28	0.8
Cevapsız	14	0.4
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 6
Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı



TABLO – 7'ye ilişkin bulgular, halkın büyük çoğunluğunun (% 68.7) her gün, düzenli olarak televizyon haberlerini izlediğini ortaya koymaktadır. Bu durum, televizyonun haber kuşağının halk için önemli bir bilgi edinme aracı olduğunu ifade etmektedir. Haftada birkaç gün televizyon haberlerini izlediğini ifade eden (% 14.0) bir grubun varlığı da dikkate alınırsa, televizyon haberlerinin son derece önemli bir toplumsal işlevi yerine getirdiği kolayca görülebilir.

TABLO – 8
Cinsiyete Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Cinsiyet	Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Her Gün	Haftada Birkaç Gün	Arada Bir	Çok Nadir	İzlemem	TOPLAM
Kadın	**58.8**	**18.3**	12.2	9.1	1.2	**100.0**
Erkek	**73.9**	**11.8**	8.1	5.2	0.6	**100.0**

Televizyon haberlerini izleme sıklığı, cinsiyete göre analiz edildiğinde, erkek televizyon izleyicilerinin % 75'e yakın bir bölümünün, televizyon haberlerini her gün izlediği görülmektedir. Erkek televizyon izleyicilerinin % 11.8'inin de haftada birkaç gün televizyonda haberleri izledikleri, TABLO 8'de yer alan bir sonuçtur. Bu durum, erkek izleyicilerin % 85'den fazlasının ya her gün, ya da haftada birkaç gün televizyonda haberleri izlediğini ortaya koymaktadır.

Televizyon haberlerini her gün ya da haftada birkaç gün izleyenler kategorisinde yer alan kadın televizyon izleyicileri ise, erkek izleyicilere göre biraz azalmakla birlikte, dikkate değer bir büyüklüğü oluşturmaktadır. Kadınlarda bu büyüklükler, her gün kategorisinde % 58.8 ve haftada birkaç gün kategorisinde % 18.3 olmuştur.

TABLO – 9
Yaş Gruplarına Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Yaş Grupları	Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Her Gün	Haftada Birkaç Gün	Arada Bir	Çok Nadir	İzlemem	TOPLAM
15-25	**50.4**	22.0	16.2	9.4	1.5	**100.0**
26-37	**73.4**	12.8	6.7	6.3	0.4	**100.0**
38-49	**80.5**	8.4	6.4	3.8	0.5	**100.0**
50-61	**87.1**	4.4	4.4	3.8	0.3	**100.0**
62 +	**81.7**	7.5	5.4	4.3	-	**100.0**

Yaş gruplarına göre değerlendirme yapıldığında, hemen her yaş kategorisindeki televizyon izleyicisinin % 50'den fazlasının her gün televizyon haberlerini izlediği ve oranların, yaş grupları büyüdükçe arttığı görülmektedir.

Yaş gruplarına göre televizyonda haber izleme davranışlarının izleme kategorilerine göre önemli bir farklılaşma göstermediği, sadece, 15-25 yaş kategorisinde yer alan grubun televizyonlarda haber izleme davranışlarının daha yayılgan olduğu gözlenmektedir.

TABLO – 10
Medenî Duruma Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Medenî Durum	Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Her Gün	Haftada Birkaç Gün	Arada Bir	Çok Nadir	İzlemem	TOPLAM
Evli	**79.2**	9.6	6.0	4.8	0.3	**100.0**
Bekar	**53.8**	21.1	14.8	8.9	1.5	**100.0**
Dul / Boşanmış	**69.5**	8.6	10.5	10.5	1.0	**100.0**

Medenî duruma göre televizyon haberlerini izleme sıklığına bakıldığında, televizyon haberlerini her gün izleme oranlarının % 50'den fazla olduğu ve bekarların televizyon haberlerini izleme davranışlarının daha yayılgan olduğu gözlenmektedir.

TABLO – 11
Eğitim Durumuna Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Eğitim Durumu	Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Her Gün	Haftada Birkaç Gün	Arada Bir	Çok Nadir	İzlemem	TOPLAM
Okuryazar Değil	**63.9**	11.1	11.1	8.3	5.6	**100.0**
Okuryazar, Okula Gitmemiş	**60.0**	15.0	17.5	5.0	2.5	**100.0**
İlkokul	**75.2**	10.9	8.2	5.3	0.4	**100.0**
Ortaokul	**71.8**	10.6	9.7	7.9	--	**100.0**
Lise	**67.6**	13.4	10.3	7.5	1.2	**100.0**
Üniversite	**64.4**	19.7	9.2	5.9	0.8	**100.0**
Lisansüstü/ Doktora	**80.4**	7.8	9.8	2.0	--	**100.0**

Eğitim duruma göre televizyon haberlerini izleme sıklığı açısından, televizyon haberlerini her gün izleme oranının % 60'dan fazla olduğu ve % 80.4 ile lisansüstü/ doktora grubunda en yüksek seviyeye ulaştığı gözlenmektedir.

TABLO – 12
Meslek Gruplarına Göre Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

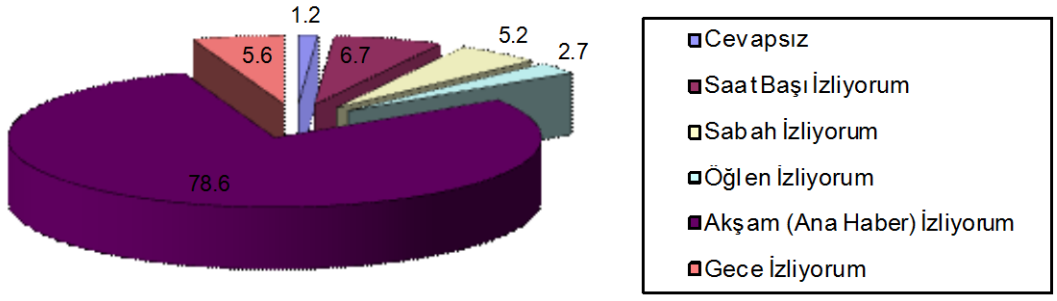
Meslek Grupları	Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Her Gün	Haftada Birkaç Gün	Arada Bir	Çok Nadir	İzlemem	TOPLAM
Teknik Eleman	**63.7**	12.1	5.5	16.5	2.2	**100.0**
Ev Hanımı	**66.5**	13.9	11.2	7.6	0.6	**100.0**
Öğrenci	**46.8**	24.3	17.5	8.8	2.3	**100.0**
Zanaatkar	**62.5**	16.7	8.3	4.2	4.2	**100.0**
Esnaf	**80.2**	10.4	5.7	3.5	0.2	**100.0**
Profesyonel Meslekler	**73.4**	11.6	8.8	5.5	0.5	**100.0**
Emekli	**89.9**	4.1	3.0	2.4	-	**100.0**
Vasıfsız İşçi	**63.8**	14.8	10.7	9.2	1.0	**100.0**
Özel Sektörde Memur	**71.4**	25.0	-	3.6	-	**100.0**
Kamu İşçisi	**76.2**	9.5	4.8	4.8	4.8	**100.0**
Memur	**80.4**	11.3	3.7	4.0	0.3	**100.0**
Vasıflı İşçi (serbest)	**63.0**	17.0	10.4	9.6	-	**100.0**
Özel Sektör İşçisi	**55.8**	20.2	12.5	8.7	1.0	**100.0**
İşsiz	**63.8**	8.7	15.9	8.7	-	**100.0**
Yönetici	**63.6**	21.2	12.1	3.0	-	**100.0**
Çiftçi	**73.9**	8.7	4.3	13.0	-	**100.0**

Meslek gruplarına göre televizyon haberlerini izleme sıklığına bakıldığında, öğrenciler (% 46.8) dışında kalan tüm grupların televizyon haberlerini her gün izleme oranlarının % 55'ten fazla olduğu; emekli, memur ve esnaf gruplarında % 80 oranını aşarak en yüksek seviyelere ulaştığı gözlenmektedir.

TABLO – 13
Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı	Sayı	%
Saat Başı	239	6.7
Sabah	187	5.2
Öğlen	96	2.7
Akşam (Ana Haber)	2.810	**78.6**
Gece	199	5.6
Cevapsız	42	1.2
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 7
Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı



Bulgular, televizyonlarda yer alan ve akşamları yayınlanan akşam (ana haber) bültenlerinin, televizyon seyircilerinin son derece büyük bir grubu (% 78.6) tarafından izlendiğini ortaya koymaktadır. Ana haber bülteninin sahip olduğu bu oran yüksekliğini, ana haber kuşağının en fazla televizyon izleyicisine ulaşan kuşak olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür.

TABLO – 14
Cinsiyete Göre Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Cinsiyet	Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Saat Başı	Sabah	Öğlen	Akşam (Ana Haber)	Gece	TOPLAM
Kadın	4.3	7.4	3.9	**78.7**	4.3	**100.0**
Erkek	7.9	4.1	2.1	**78.6**	6.2	**100.0**

Gün içerisinde televizyon haberlerini izleme sıklığı cinsiyete göre analiz edildiğinde, kadın ve erkekler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Aradaki fark istatistiksel bakımdan anlamlı olmasa da kadınların akşam ana haber bültenlerini izleme yüzdesi (% 78.7), erkeklerin yüzdesinden (% 78.6) daha fazladır.

Diğer kategorilerde de kadın ve erkek televizyon haber izleyicileri arasında önemli farklılıkların olmadığı görülmektedir.

TABLO – 15
Yaş Gruplarına Göre Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Yaş Grupları	Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Saat Başı	Sabah	Öğlen	Akşam (Ana Haber)	Gece	TOPLAM
15-25	3.5	3.9	2.6	**80.3**	7.7	**100.0**
26-37	5.5	5.3	3.0	**80.1**	5.4	**100.0**
38-49	6.9	6.2	2.2	**80.1**	3.9	**100.0**
50-61	**16.9**	8.2	2.2	**68.7**	3.1	**100.0**
62 +	**26.9**	3.2	5.4	**61.3**	2.2	**100.0**

Yaş değişkenine göre, gün içerisinde televizyonda haber izleme sıklığı verileri incelendiğinde, yığılmanın genel eğilimlere uygun olarak akşam (ana haber) haber bültenlerinde ortaya çıktığı ve % 60'ın üzerinde değerler aldığı görülmektedir.

TABLO – 15'in verilerinden, 50 yaş üzerindeki televizyon izleyicilerinin her saat başı televizyon haberi izleme eğilimlerinin, diğer yaş kategorilerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

TABLO – 16
Medenî Duruma Göre Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Medenî Durum	Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Saat Başı	Sabah	Öğlen	Akşam (Ana Haber)	Gece	TOPLAM
Evli	8.3	6.3	3.0	**79.0**	3.5	**100.0**
Bekar	4.0	3.7	2.3	**81.4**	8.6	**100.0**
Dul /Boşanmış	**12.4**	7.6	2.9	**68.6**	8.6	**100.0**

Cinsiyet ve yaş değişkenlerinde olduğu gibi, gün içerisinde televizyon haberlerini izleme sıklığının akşam (ana haber) bültenlerinde yoğunlaştığı; dul/boşanmış kategorisindekilerin, televizyon haberlerini saat başı izleme yüzdesinin (12.4), evli ve bekarların toplamından fazla olduğu gözlenmektedir.

TABLO – 17
Eğitim Durumuna Göre
Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Eğitim Durumu	Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Saat Başı	Sabah	Öğlen	Akşam (Ana Haber)	Gece	TOPLAM
Okuryazar	5.6	**11.1**	**11.1**	**66.7**	5.6	**100.0**
Okuryazar Okula Gitmemiş	**17.9**	**12.8**	7.7	**59.0**	2.6	**100.0**
İlkokul	9.9	8.1	3.4	**75.3**	3.3	**100.0**
Ortaokul	6.9	4.4	2.7	**81.4**	4.6	**100.0**
Lise	5.6	5.0	2.6	**80.5**	6.4	**100.0**
Üniversite	5.5	3.4	2.0	**81.7**	7.3	**100.0**
Lisansüstü/ Doktora	3.9	7.8	--	**84.3**	3.9	**100.0**

Bütün gruplardaki yoğunluk akşam (ana haber) bültenlerinde toplanmış, okuryazar grubundakilerin % 11.1'lik oranlarla sabah ve öğlen; okuryazar, okula gitmemişlerin ise % 17.9 ve % 12.8'lik oranlarla saat başı ve sabah gruplarında da yüksek oranda haber izledikleri gözlenmiştir.

TABLO – 18
Meslek Gruplarına Göre
Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı

Meslek Grupları	Gün İçerisinde Televizyon Haberlerini İzleme Sıklığı (%)					
	Saat Başı	Sabah	Öğlen	Akşam (Ana Haber)	Gece	TOPLAM
Teknik Eleman	6.6	5.5	1.1	**78.0**	6.6	**100.0**
Ev Hanımı	5.8	**11.2**	5.2	**75.9**	1.0	**100.0**
Öğrenci	2.7	2.7	2.7	**82.3**	7.9	**100.0**
Zanaatkâr	8.3	4.2	-	**82.3**	7.9	**100.0**
Esnaf	**10.7**	3.8	3.1	**76.7**	5.3	**100.0**
Profesyonel Meslekler	5.5	4.9	1.9	**78.9**	7.7	**100.0**
Emekli	**23.1**	5.9	3.0	**65.7**	2.4	**100.0**
Vasıfsız İşçi	4.6	3.6	2.0	**78.6**	8.7	**100.0**
Özel Sektör Kapsam Dışı	3.6	-	3.6	**92.9**	-	**100.0**
Kamu İşçisi	-	4.8	4.8	**81.0**	9.5	**100.0**
Memur	4.9	5.8	0.9	**83.8**	4.3	**100.0**
Vasıflı İşçi (serbest)	4.4	3.7	0.7	**82.2**	6.7	**100.0**
Özel Sektör İşçisi	1.9	4.8	1.0	**81.7**	8.7	**100.0**
İşsiz	7.2	2.2	4.3	**76.8**	5.1	**100.0**
Yönetici	6.1	9.1	3.0	**72.7**	9.1	**100.0**
Çiftçi	6.7	5.2	2.7	**78.6**	5.6	**100.0**

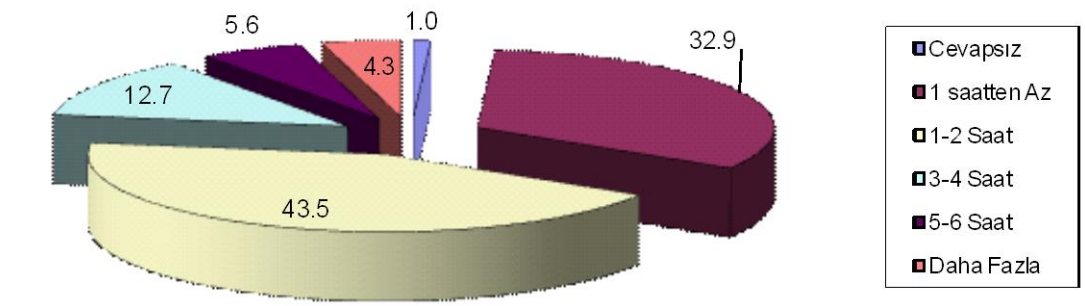
Gün içerisinde televizyon haberlerini izleme sıklığı konusunda incelenen tüm değişkenlerde olduğu gibi, meslek gruplarına göre yapılan incelemede de, haberlerin, en çok akşam (ana haber) kuşağında izlendiği gözlenmiştir.

Meslek grupları içerisinde ev hanımlarının % 11.2 oranında sabah, esnaf ve emeklilerin sırasıyla % 10.7 ve % 23.1'lik oranlarla saat başı haber izledikleri de TABLO – 18'in verileri arasında yer almaktadır.

TABLO – 19
Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Hafta İçinde Günlük Ortalama Haber İzleme Süresi	Sayı	%
1 saatten daha az	1.174	**32.9**
1 - 2 saat arası	1.556	**43.5**
3 – 4 saat arası	455	12.7
5 – 6 saat arası	200	5.6
7 saat ve daha fazla	154	4.3
Cevapsız	34	1.0
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 8
Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi



Hafta içinde televizyon haberlerini izleme süresine ilişkin veriler, günlük ortalama 1-2 saat arasında yoğunlaşmaktadır (% 43.5). Günlük haber izleme süresi 1 saatten daha az (% 32.9) olan grubu da dikkate alırsak, tipik/ortalama bir televizyon izleyicisinin hafta içinde günlük televizyon haberleri izleme süresinin en fazla 2 saatle sınırlı olduğu görülmektedir.

Ancak, 3 saatten başlamak üzere, toplamda 7 saatten fazla bir süre televizyon haberleri izleyen grubun varlığı da (% 23.6) dikkat çekecek kadar önemlidir. Bu grup, televizyonu önemli ölçüde haber amaçlı olarak izlemektedir.

TABLO – 20
Cinsiyete Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Cinsiyet	Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
Kadın	**42.3**	**41.2**	9.9	3.7	2.0	**100.0**
Erkek	**28.0**	**44.8**	14.2	6.6	5.5	**100.0**

Kadın ve erkek televizyon izleyicileri, hafta içinde günlük haber izleme sıklığı bakımından değerlendirildiğinde, kadın televizyon izleyicilerinin televizyon haberlerini izleme sürelerinin, hafta içinde günlük 1 saatten daha az (% 42.3), erkek izleyicilerin ise 1-2 saat arası (% 44.8) olduğu görülmektedir. 1 saatten daha az televizyon haberi izleyen erkek televizyon izleyicileri % 28'lik bir grubu oluştururken, kadın izleyicilerin 1-2 saat arası haber izleme oranlarının % 41.2 olduğu gözlenmektedir.

TABLO – 21
Yaş Gruplarına Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Yaş Grupları	Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
15-25	**44.0**	39.1	10.3	4.0	2.6	**100.0**
26-37	29.6	**48.5**	12.5	5.7	3.7	**100.0**
38-49	28.4	**47.3**	14.7	5.2	4.5	**100.0**
50-61	21.5	**43.8**	16.1	9.5	9.1	**100.0**
62+	**23.9**	19.6	**23.9**	**15.2**	**17.4**	**100.0**

Hafta içinde günlük televizyon haberlerini izleme süresi incelemesinde, yaş grupları açısından 26-61 yaşı kapsayan üç grupta % 40'ın üzerinde 1-2 saat arası izleme süresi tespit edilmiş, 15-25 yaş grubunda en yüksek orana (% 44) 1 saatten daha az sürede ulaşılmıştır. 62+ yaş grubunda izleme süresi, % 23.9'luk eşit oranlarla 1 saatten daha az ve 3-4 saat arasında en yüksek değerleri almıştır. Bu grubun 5-6 saat (% 15.2) ve 7 saatten fazla (% 17.4) haber izleme oranları, diğer gruplardan çok daha fazladır.

TABLO – 22
Medenî Duruma Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Medenî Durum	Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
Evli	27.7	**46.4**	14.0	6.2	5.7	**100.0**
Bekar	40.9	**41.2**	10.5	4.8	2.6	**100.0**
Dul /Boşanmış	**39.0**	32.4	21.0	5.7	1.9	**100.0**

Medenî duruma göre hafta içinde günlük televizyon izleme süreleri, evli ve bekarlarda, 1-2 saat izleme süresi grubunda sırası ile % 46.4 ve % 41.2 olurken, dul/boşanmış grubunda bu oran, 1 saatten daha az süre için % 39 olarak gerçekleşmiştir.

TABLO – 23
Eğitim Durumuna Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Eğitim Durumu	Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
Okuryazar	**38.9**	25.0	19.4	13.9	2.8	**100.0**
Okuryazar Okula Gitmemiş	25.6	**41.0**	20.5	7.7	5.1	**100.0**
İlkokul	28.7	**44.0**	13.8	7.8	5.6	**100.0**
Ortaokul	33.0	**47.1**	10.9	4.4	4.6	**100.0**
Lise	36.3	**42.9**	12.1	4.6	4.2	**100.0**
Üniversite	33.3	**44.1**	13.4	5.6	3.5	**100.0**
Lisansüstü/ Doktora	23.5	**49.0**	17.6	5.9	3.9	**100.0**

Eğitim durumuna göre hafta içi günlük televizyon izleme süreleri tüm gruplarda % 40'ın üzerinde 1-2 saat arası izleme süresi ile temsil edilirken, yalnızca okuryazar olan grupta % 38.9 ile 1 saatten daha az grubunda, daha düşük bir orana sahip olmuştur.

TABLO – 24
Meslek Gruplarına Göre Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

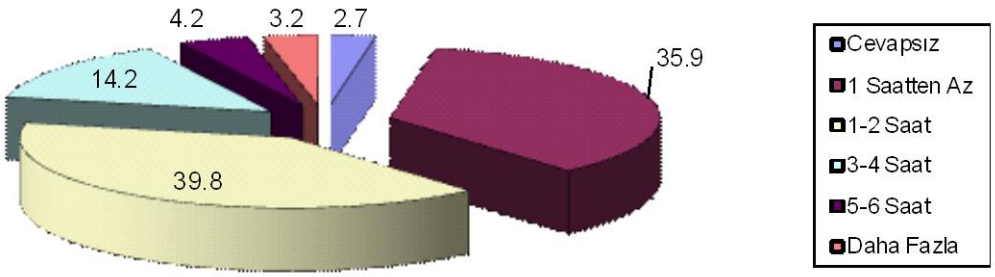
Meslek Grupları	Hafta İçinde Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
Teknik Eleman	29.2	**43.8**	18.0	5.6	3.4	**100.0**
Ev Hanımı	**40.7**	40.3	10.8	6.0	2.2	**100.0**
Öğrenci	**47.5**	38.5	8.5	3.3	2.2	**100.0**
Zanaatkâr	29.2	**33.3**	25.0	8.3	4.2	**100.0**
Esnaf	26.5	**46.8**	13.7	6.5	6.5	**100.0**
Profesyonel Meslekler	26.2	**53.7**	11.1	5.5	3.6	**100.0**
Emekli	12.4	**40.2**	20.7	14.2	12.4	**100.0**
Vasıfsız İşçi	**41.1**	39.6	12.0	5.2	2.1	**100.0**
Özel Sektör Kapsam Dışı	28.6	**50.0**	7.1	10.7	3.6	**100.0**
Kamu İşçisi	19.0	**52.4**	14.3	9.5	4.8	**100.0**
Memur	23.3	**47.9**	19.0	4.3	5.5	**100.0**
Vasıflı İşçi (serbest)	36.1	**42.1**	12.0	5.3	4.5	**100.0**
Özel Sektör İşçisi	**47.6**	31.1	13.6	5.8	1.9	**100.0**
İşsiz	39.3	**40.0**	12.6	2.2	5.9	**100.0**
Yönetici	30.3	**54.5**	9.1	--	6.1	**100.0**
Çiftçi	32.6	**32.6**	19.6	8.7	6.5	**100.0**

Meslek gruplarına göre hafta içi günlük televizyon izleme süreleri açısından yoğunluk, diğer değişkenlerde olduğu gibi yine 1-2 saat arasında yoğunlaşmış ve zanaatkar (% 33.3) ve çiftçi (% 32,6) gruplarının dışında % 40 ve üzerinde değer almıştır. En yüksek değerine 1 saatten daha az izleme süresinde ulaşan meslek grupları, sırasıyla özel sektörde işçi (% 47.6), öğrenci (% 47.5), vasıfsız işçi (% 41.1) ve ev hanımı (% 40.7) olarak tespit edilmiştir.

TABLO – 25
Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Hafta Sonunda Günlük Ortalama Haber İzleme Süresi	Sayı	%
1 saatten daha az	1.281	35.9
1 - 2 saat arası	1.421	**39.8**
3 – 4 saat arası	508	14.2
5 – 6 saat arası	150	4.2
7 saat ve daha fazla	116	3.2
Cevapsız	97	2.7
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 9
Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi



Hafta sonu için haber izleme süreleri, hafta içine göre belirgin bir farklılaşma göstermemekte, yoğunluğun 1-2 saat izleme süresinde olduğu (% 39.8) görülmektedir. Bu verilerden, televizyon izleme alışkanlıkları ya da televizyon izleme konusundaki tipik davranışların, hafta sonu ve hafta içi bakımından farklılaşmadığı sonucu çıkarılabilir.

TABLO-19 ve TABLO-25 arasında görülen küçük farklılıklar, istatistiksel bakımdan anlamlı olmadığı gibi (t= 114.887 ve 110.842), amaçlı ve planlanmış bir davranış da olmamalıdır. Bunu, hafta sonu ile ilgili insan davranışlarında ortaya çıkan durumsal değişmelere bağlamak daha uygundur.

TABLO – 26
Cinsiyete Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Cinsiyet	Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
Kadın	**46.2**	**41.3**	9.0	2.3	1.3	**100.0**
Erkek	**32.1**	**40.7**	17.5	5.4	4.4	**100.0**

Hafta sonunda günlük haber izleme sürelerine bakıldığında, kadın televizyon izleyicilerinin televizyon haberlerini hafta sonunda günlük 1 saatten daha az izledikleri (% 46.2) görülmektedir. Bu grupta, yani 1 saatten az televizyon haberi izleyen erkek televizyon izleyicilerinin % 32.1'lik bir grubu oluşturduğu görülmektedir.

Kadın ve erkek televizyon izleyicileri, hafta sonunda, günlük televizyon haberlerini izleme süreleri bakımından 1-2 saat aralığında birbirine yakın (% 41.3 ve % 40.7) oranlarla temsil edilmektedir.

TABLO – 27
Yaş Gruplarına Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Yaş Grupları	Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
15-25	**46.9**	38.9	9.0	2.9	2.3	**100.0**
26-37	34.0	**43.9**	16.5	3.2	2.4	**100.0**
38-49	32.4	**41.7**	17.4	5.2	3.2	**100.0**
50-61	24.8	**37.5**	20.2	9.4	8.1	**100.0**
62+	24.2	**30.8**	18.7	13.2	13.2	**100.0**

Hafta sonunda günlük televizyon haberlerini izleme süresi açısından, yaş gruplarında en yüksek oranlar, 15-25 yaş grubu haricindeki tüm gruplarda, % 30'un üzerinde olmak üzere, 1-2 saat arası izleme süresinde gerçekleşmiştir. 15-25 yaş grubu için % 46.9 olan en yüksek orana ise 1 saatten daha az izleme süresinde ulaşılmıştır.

TABLO – 28
Medenî Duruma Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Medenî Durum	Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
Evli	31.2	**42.4**	17.7	4.4	4.3	**100.0**
Bekar	**44.8**	39.2	10.4	3.6	2.0	**100.0**
Dul /Boşanmış	**41.9**	34.3	10.5	11.4	1.9	**100.0**

Hafta sonunda günlük televizyon haberlerini izleme süreleri, bekar ve dul/boşanmış gruplarında, 1 saatten daha az süre için % 44.8 ve % 41.9 olurken, evli grubunda bu oran, 1-2 saat arası izleme süresi için % 42.4 olarak gerçekleşmiştir.

TABLO – 29
Eğitim Durumuna Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

Eğitim Durumu	Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten daha az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
Okuryazar	**47.2**	27.8	16.7	2.8	5.6	**100.0**
Okuryazar okula gitmemiş	**43.6**	30.8	17.9	--	7.7	**100.0**
İlkokul	34.1	**39.2**	16.6	6.4	3.6	**100.0**
Ortaokul	38.8	**41.4**	13.5	2.6	3.7	**100.0**
Lise	**40.9**	38.8	13.4	3.9	3.0	**100.0**
Üniversite	31.9	**45.9**	14.5	4.6	3.1	**100.0**
Lisansüstü/Doktora	**40.8**	32.7	22.4	2.0	2.0	**100.0**

Eğitim durumuna göre hafta sonu günlük televizyon izleme süreleri 1 saatten daha az ve 1-2 saat arasında yoğunlaşmıştır. En yüksek değerler, okuryazar grubunda 1 saatten daha az süre için % 47.2 ve üniversite grubunda 1-2 saat arası izleme süresi için % 45.9 olmuştur.

TABLO – 30

Meslek Gruplarına Göre Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi

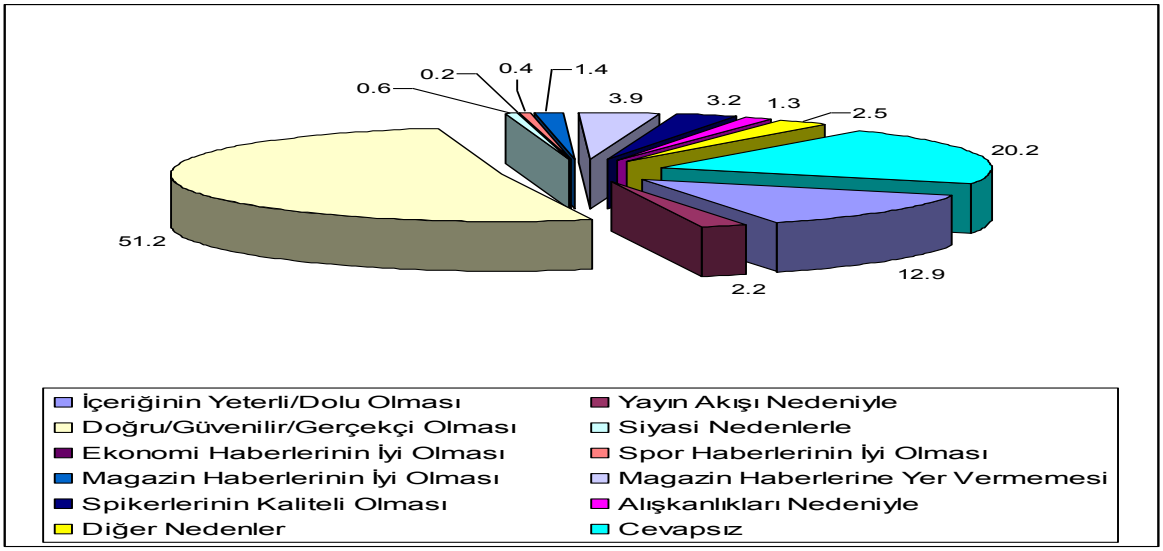
Meslek Grupları	Hafta Sonunda Günlük Televizyon Haberlerini İzleme Süresi (%)					
	1 saatten az	1 – 2 saat arası	3 – 4 saat arası	5 – 6 saat arası	7 saat ve daha fazla	TOPLAM
Teknik Eleman	30.7	**34.1**	22.7	4.5	8.0	**100.0**
Ev Hanımı	**47.5**	40.4	8.5	1.8	1.8	**100.0**
Öğrenci	**49.9**	37.7	8.9	1.9	1.7	**100.0**
Zanaatkâr	12.5	**62.5**	16.7	4.2	4.2	**100.0**
Esnaf	31.9	**41.2**	16.9	5.0	5.0	**100.0**
Profesyonel Meslekler	30.3	**45.0**	16.6	5.3	2.7	**100.0**
Emekli	19.3	**39.8**	18.6	11.2	11.2	**100.0**
Vasıfsız İşçi	**40.5**	37.4	13.7	6.3	2.1	**100.0**
Özel Sektör Kapsam Dışı	33.3	**37.0**	22.2	3.7	3.7	**100.0**
Kamu İşçisi	19.0	**52.4**	23.8	4.8	--	**100.0**
Memur	22.7	**49.1**	20.2	5.0	3.1	**100.0**
Vasıflı İşçi (serbest)	**40.6**	35.3	17.3	4.5	2.3	**100.0**
Özel Sektör İşçisi	**47.6**	35.0	13.6	2.9	1.0	**100.0**
İşsiz	**45.1**	33.1	13.5	4.5	3.8	**100.0**
Yönetici	28.1	**50.0**	18.8	--	3.1	**100.0**
Çiftçi	**44.4**	35.6	11.1	6.7	2.2	**100.0**

Meslek gruplarına göre hafta sonu günlük televizyon izleme süreleri de diğer gruplar gibi 1 saatten daha az ve 1-2 saat arasında yoğunlaşmıştır. 1 saatten daha az süre için en yüksek değer öğrenci grubunda % 49.9, 1-2 saat arası izleme süresi için en yüksek değer ise zanaatkar grubunda % 62.5 olarak gerçekleşmiştir. Meslekler açısından en yayılgan izleme süresi emekli grubunda tespit edilmiştir.

TABLO – 31
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri

Haberleri Beğenme Nedenleri	Sayı	%
İçeriğinin Yeterli/Dolu Olması	460	**12.9**
Yayın Akışı Nedeniyle	77	2.2
Doğru/Güvenilir/Gerçekçi Olması	1.831	**51.3**
Siyasi Nedenlerle	20	0.6
Ekonomi Haberlerinin İyi Olması	7	0.2
Spor Haberlerinin İyi Olması	14	0.4
Magazin Haberlerinin İyi Olması	51	1.4
Magazin Haberlerine Yer Vermemesi	138	3.9
Spikerlerinin Kaliteli Olması	116	3.2
Alışkanlıkları Nedeniyle	48	1.3
Diğer Nedenler	88	2.5
Cevapsız	723	20.2
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 10
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri



Bu soruya verilen cevaplardan elde edilen bulgulardan (TABLO 31), doğruluk, güvenilirlik ve gerçekçiliğin haberleri beğenme nedeni olarak ifade edilen en önemli bulgu olduğu ve % 51.3'lük bir değer ile temsil edildiği gözlenmektedir. Bu önemli bulgu dışında, içeriğin yeterli/dolu olması % 12.9'luk bir değer almıştır ki, haber bültenleri söz konusu olduğunda, bu kriter, zaten olması gereken teknik bir yeterlilik grubu olarak değerlendirilmelidir. Bu nedenle de doğruluk, güvenilirlik ve gerçekçilik en önemli ve tek bulgu olarak adlandırılabilir.

Ancak bu arada, kamuoyunun küçük uyarıları olduğuna da dikkat edilmelidir. Magazin haberlerine yer vermeme (% 3.9) ve spikerlerin kaliteli olması (% 3.2) gruplarının aldığı değerler, haberlerin izlenmesi konusunda dikkat edilen hususlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaten bilindiği gibi, televizyon haberlerinde öne çıkan bazı haber sunucuları, üslup ve yöntem bakımından tercih edilmektedir.

TABLO – 32
Cinsiyete Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri

Cinsiyet/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
Kadın	**32.6**	5.8	**41.0**	0.6	0.2	0.4	3.0	4.7	4.9	3.2	3.3	**100.0**
Erkek	**27.0**	4.9	**52.9**	0.7	0.3	0.5	1.2	4.9	3.6	0.9	3.0	**100.0**

1. İçeriğinin Yeterli/Dolu Olması
2. Yayın Akışı Nedeniyle
3. Doğru/Güvenilir/Gerçekçi Olması
4. Siyasi Nedenlerle
5. Ekonomi Haberlerinin İyi Olması
6. Spor Haberlerinin İyi Olması
7. Magazin Haberlerinin İyi Olması
8. Magazin Haberlerine Yer Vermemesi
9. Spikerlerinin Kaliteli Olması
10. Alışkanlıkları Nedeniyle
11. Diğer nedenler
T . Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenme durumuna cinsiyet açısından bakıldığında, kadın ve erkeklerin, sırasıyla % 41 ve % 52.9'luk oranlarla doğru/güvenilir/gerçekçi olma konusunda tercih kullandığı görülmektedir. Bundan sonraki en yüksek değeri, kadınlarda % 32.6 ve erkeklerde % 27 ile içeriğin yeterli/dolu olması almaktadır. Yayın akışı, kadınlarda % 5.8, erkeklerde % 4.9'luk değerlerle beğeni nedeni olarak gösterilmiştir.

TABLO – 33
Yaş Gruplarına Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri

Yaş Grupları/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
15-25	**29.7**	6.8	**44.8**	1.1	0.3	1.2	2.8	4.7	5.3	1.1	**23.5**	**100.0**
26-37	**28.7**	4.9	**49.3**	0.4	0.1	0.2	1.9	5.5	4.0	2.0	2.9	**100.0**
38-49	**27.8**	3.8	**51.8**	0.4	0.5	0.2	07.	5.8	3.2	2.2	3.6	**100.0**
50-61	**29.9**	6.0	**53.5**	1.1	--	--	0.8	1.9	1.9	1.5	4.5	**100.0**
62+	**24.1**	2.4	**59.0**	1.2	--	--	--	2.4	3.6	2.4	4.8	**100.0**

1. İçeriğinin Yeterli/Dolu Olması
2. Yayın Akışı Nedeniyle
3. Doğru, Güvenilir/Gerçekçi Olması
4. Siyasi Nedenlerle
5. Ekonomi Haberlerinin İyi Olması
6. Spor Haberlerinin İyi Olması
7. Magazin Haberlerinin İyi Olması
8. Magazin Haberlerine Yer Vermemesi
9. Spikerlerinin Kaliteli Olması
10. Alışkanlıkları Nedeniyle
11. Diğer nedenler
T . Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenme durumuna yaş grupları açısından bakıldığında, cinsiyet değişkenine benzer olarak, % 44'ün üzerindeki değerlerle doğru/ güvenilir/gerçekçi olma konusunda tercih kullanıldığı görülmektedir. Bu gruptan sonra en yüksek değeri, % 24'ten başlayıp % 30'a yaklaşan değerlerle içeriğin yeterli/dolu olması almaktadır.

Diğer nedenler için 15-25 yaş grubunun % 23.5 oranda görüş belirtmesi, bu kriterin içinde değerlendirilen tekrar yayınlara, bu yaş grubunun önemli ölçüde onay verdiğini ortaya koymaktadır.

TABLO – 34
Medeni Duruma Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri

Medenî Durum/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
Evli	**28.3**	4.4	**51.3**	0.5	0.2	0.2	1.4	5.0	3.3	1.9	3.2	**100.0**
Bekar	**29.5**	6.2	**46.0**	1.0	0.3	10.	2.4	4.7	4.9	1.3	2.6	**100.0**
Dul/Boşanmış	**30.8**	7.4	**40.8**	1.2	1.2	--	1.2	2.5	7.4	1.2	6.2	**100.0**

1. İçeriğinin Yeterli/Dolu Olması
2. Yayın Akışı Nedeniyle
3. Doğru, Güvenilir/Gerçekçi Olması
4. Siyasi Nedenlerle
5. Ekonomi Haberlerinin İyi Olması
6. Spor Haberlerinin İyi Olması
7. Magazin Haberlerinin İyi Olması
8. Magazin Haberlerine Yer Vermemesi
9. Spikerlerinin Kaliteli Olması
10. Alışkanlıkları Nedeniyle
11. Diğer nedenler
T . Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenme konusuna medenî durum açısından bakıldığında, cinsiyet ve yaş değişkenlerine benzer olarak, tüm gruplarda % 40'ın üzerindeki değerlerle doğru/güvenilir/gerçekçi olma konusunda tercih kullanıldığı görülmektedir. En yüksek oran, % 51.3 ile evli grubunda tespit edilmiştir.

İçeriğin yeterli/dolu olması, % 28 ile % 30 arasında aldığı değerlerle, ikinci beğeni nedeni olarak ortaya çıkmıştır.

TABLO – 35
Eğitim Durumuna Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri

Eğitim Durumu/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
Okuryazar Değil	**37.5**	9.4	**37.5**	--	--	--	--	--	3.1	--	**12.5**	**100.0**
Okuryazar, Okula Gitmemiş	**27.4**	3.0	**60.6**	3.0	--	--	--	3.0	--	--	3.0	**100.0**
İlkokul	**25.8**	5.4	**55.5**	0.3	--	--	2,4	2.8	2.1	2.2	3.5	**100.0**
Ortaokul	**27.0**	5.9	**51.7**	0.5	0.3	1.0	1.5	3.1	4.8	1.5	2.9	**100.0**
Lise	**31.4**	5.4	**45.2**	0.4	0.3	0.6	2.0	4.9	4.9	2.0	3.0	**100.0**
Üniversite	**29.3**	4.7	**46.7**	1.3	0.4	0.5	1.3	7.3	4.5	1.2	2.8	**100.0**
Lisansüstü/Doktora	**24.6**	5.2	**45.3**	5.2	--	--	2.2	7.8	4.7	2.2	2.8	**100.0**

1. İçeriğinin Yeterli/Dolu Olması
2. Yayın Akışı Nedeniyle
3. Doğru, Güvenilir/Gerçekçi Olması
4. Siyasi Nedenlerle
5. Ekonomi Haberlerinin İyi Olması
6. Spor Haberlerinin İyi Olması
7. Magazin Haberlerinin İyi Olması
8. Magazin Haberlerine Yer Vermemesi
9. Spikerlerinin Kaliteli Olması
10. Alışkanlıkları Nedeniyle
11. Diğer nedenler
T . Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenme konusu, ankete katılanların eğitim durumuna göre incelendiğinde, tüm gruplarda doğru/güvenilir/gerçekçi olma konusunun ön plana çıktığı görülmektedir. En yüksek oran, % 60.6 ile okuryazar, okula gitmemiş grubunda tespit edilmiştir. Bu grubu, % 55.5 ile ilkokul, % 51.7 ile ortaokul mezunları izlemektedir.

İçeriğin yeterli/dolu olması, % 24 ile % 37.5 arasında aldığı değerlerle, ikinci beğeni nedeni olarak ortaya çıkmıştır.

Okuryazar olmayanların % 12.5'lik değerle seçmiş olduğu diğer nedenler, içerdiği tekrar yayınlara, 15-25 yaş grubunda olduğu gibi (% 23.5) onay verildiği anlamını taşımaktadır.

TABLO – 36
Meslek Gruplarına Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenme Nedenleri

Meslek Grupları/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
Teknik Eleman	**19.3**	3.8	**48.8**	2.6	--	1.3	1.3	10.3	9.0	1.3	2.6	**100.0**
Ev Hanımı	**30.1**	6.7	**47.4**	--	--	0.2	2.4	1.7	4.6	3.6	3.1	**100.0**
Öğrenci	**31.6**	5.8	**44.1**	0.7	--	1.7	2.7	5.8	3.6	1.0	3.0	**100.0**
Zanaatkâr	**30.0**	5.0	**45.0**	5.0	--	--	--	--	10.0	--	5.0	**100.0**
Esnaf	**25.6**	5.6	**54.4**	0.2	0.2	--	1.9	3.4	3.8	1.1	3.6	**100.0**
Profesyonel Meslek.	**27.7**	6.1	**50.0**	0.9	0.2	0.2	1.7	4.2	4.7	3.1	1.1	**100.0**
Emekli	**25.4**	6.1	**55.2**	2.3	--	--	--	2.3	3.1	--	5.4	**100.0**
Vasıfsız İşçi	**34.1**	6.7	**46.3**	--	--	0.6	1.2	3.0	2.4	2.4	3.0	**100.0**
Özel Sektör Kapsam Dışı	**35.0**	--	**40.0**	--	--	--	10.0	--	5.0	--	10.0	**100.0**
Kamu İşçisi	**21.0**	5.3	**52.6**	--	--	5.3	10.5	5.3	--	--	--	**100.0**
Memur	**30.3**	1.8	**47.0**	1.8	1.1	0.7	0.7	8.8	4.2	0.4	3.5	**100.0**
Vasıflı İşçi (serbest)	**31.2**	3.7	**48.6**	--	0.9	--	0.9	6.4	1.8	0.9	5.5	**100.0**
Özel Sektör İşçisi	**33.8**	1.3	**46.3**	--	--	--	1.3	10.0	5.0	2.5	--	**100.0**
İşsiz	**27.2**	4.0	**52.6**	1.0	1.0	--	2.0	9.1	3.0	--	--	**100.0**
Yönetici	**37.8**	3.4	**37.9**	--	--	--	--	10.3	3.4	3.4	3.4	**100.0**
Çiftçi	**28.8**	6.6	**46.7**	--	--	--	--	4.4	4.4	--	8.8	**100.0**

1. İçeriğinin Yeterli/Dolu Olması
2. Yayın Akışı Nedeniyle
3. Doğru, Güvenilir/Gerçekçi Olması
4. Siyasi Nedenlerle
5. Ekonomi Haberlerinin İyi Olması
6. Spor Haberlerinin İyi Olması
7. Magazin Haberlerinin İyi Olması
8. Magazin Haberlerine Yer Vermemesi
9. Spikerlerinin Kaliteli Olması
10. Alışkanlıkları Nedeniyle
11. Diğer nedenler
T . Toplam

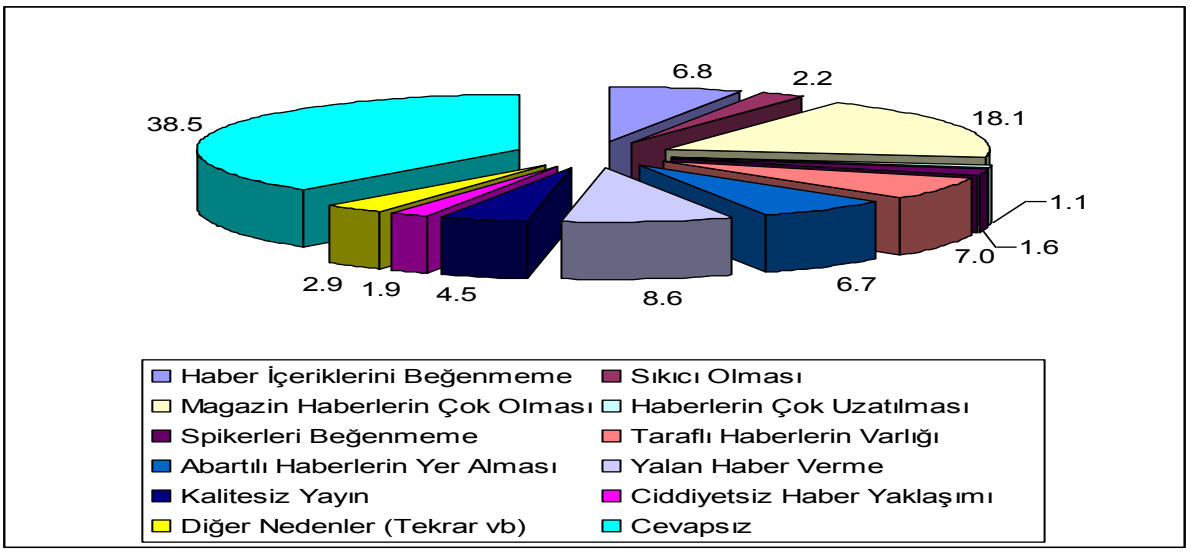
İzlenen kanalların haberlerini beğenme durumuna meslek grupları açısından bakıldığında, tüm gruplarda % 37'nin üzerindeki değerlerle doğru/güvenilir/gerçekçi olma konusunda tercih kullanıldığı görülmektedir. En yüksek oran, % 55.2 ile emekli grubunda tespit edilmiştir.

İçeriğin yeterli/dolu olması, % 19 ile % 37 arasında aldığı değerlerle, ikinci beğeni nedeni olarak ortaya çıkmıştır.

TABLO – 37
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri

Haberleri Beğenmeme Nedenleri	Sayı	%
Haber İçeriklerini Beğenmeme	243	6.8
Sıkıcı Olması	78	2.2
Magazin Haberlerin Çok Olması	648	**18.1**
Haberlerin Çok Uzatılması	41	1.1
Spikerleri Beğenmeme	57	1.6
Taraflı Haberlerin Varlığı	250	7.0
Abartılı Haberlerin Yer Alması	241	6.7
Yalan Haber Verme	309	8.6
Kalitesiz Yayın	162	4.5
Ciddiyetsiz Haber Yaklaşımı	67	1.9
Diğer Nedenler (Tekrar vb)	103	3.0
Cevapsız	1.374	38.5
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 11
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri



Televizyonların haber programlarını beğenmeme nedenleri konusundaki bulgular belirgin bir nedeni ortaya çıkarmaktadır: Magazin haberlerinin çok fazla olması (% 18.1). İkinci neden olarak yalan haber ifade edilmekte (% 8.6); üçüncü neden olarak ise taraflı habere işaret edilmektedir (% 7.0). Haberlerin abartılması (% 6.7) ve haber içeriklerinin beğenilmemesi (% 6.8) de TABLO-47'nin verilerine göre işaretlenmiş olan beğenmeme nedenleridir.

TABLO – 38
Cinsiyete Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri

Cinsiyet/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
Kadın	**12.4**	5.8	**29.6**	1.5	3.0	**10.7**	**10.2**	**12.1**	7.7	2.5	4.4	**100.0**
Erkek	**10.7**	2.4	**29.4**	2.0	2.4	**11.7**	**11.4**	**15.0**	7.2	3.3	4.3	**100.0**

1. Haber İçeriklerini Beğenmeme
2. Sıkıcı Olması
3. Magazin Haberlerinin Çok Olması
4. Haberlerin Çok Uzatılması
5. Spikerleri Beğenmeme
6. Taraflı Haberlerin Varlığı
7. Abartılı Haberlerin Yer Alması
8. Yalan Haber Verme
9. Kalitesiz Yayın
10. Ciddiyetsiz Haber Yaklaşımı
11. Diğer Nedenler (Tekrar Yayın vb.)
T. Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenmeme konusunda, kadın ve erkeklerin sırasıyla % 29.6 ve % 29.4'lük oranlarla magazin haberlerinin çok olması grubunda tercih kullandığı görülmektedir. Yalan haber verme, haber içeriklerini beğenmeme, taraflı haberlerin varlığı ve abartılı haberlere yer verilmesi kadınlarda ve erkeklerde, % 10 ilâ % 15'lik birbirine çok yakın değerlerle beğenmeme nedeni olarak gösterilmiştir.

TABLO – 39
Yaş Gruplarına Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri

Yaş Grupları/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
15-25	11.4	4.6	**24.6**	2.0	3.7	11.2	12.4	**14.3**	7.8	3.1	4.9	**100.0**
26-37	9.8	3.5	**33.5**	1.4	2.3	11.9	11.0	**13.7**	6.4	2.8	3.5	**100.0**
38-49	**14.5**	2.5	**31.7**	2.5	1.8	8.7	9.6	12.4	7.6	3.9	5.0	**100.0**
50-61	10.8	2.6	**28.9**	1.0	2.1	13.9	9.3	**16.0**	8.8	2.6	4.1	**100.0**
62+	7.3	1.8	**21.8**	3.6	--	**18.2**	7.3	**21.8**	9.1	--	9.1	**100.0**

1. Haber İçeriklerini Beğenmeme
2. Sıkıcı Olması
3. Magazin Haberlerinin Çok Olması
4. Haberlerin Çok Uzatılması
5. Spikerleri Beğenmeme
6. Taraflı Haberlerin Varlığı
7. Abartılı Haberlerin Yer Alması
8. Yalan Haber Verme
9. Kalitesiz Yayın
10. Ciddiyetsiz Haber Yaklaşımı
11. Diğer Nedenler (Tekrar Yayın vb.)
T. Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenmeme konusunda, yaş gruplarının tamamında, en yüksek değeri magazin haberlerinin çok olması almakta, 26-49 yaş arasını kapsayan iki grupta bu oran % 30'u geçmektedir. Yalan haber verme, tüm gruplarda belirgin olarak ortaya çıkarken, 38-49 yaş grubu, % 14.5'lik değerle haber içeriklerini beğenmeme konusunda en yüksek tercihi kullanmaktadır. 62+ yaş grubu, % 18.2 ile taraflı haberlerin varlığını haberleri beğenmeme nedeni olarak belirtmiştir.

TABLO – 40
Medenî Duruma Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri

Medenî Durum/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
Evli	11.4	3.3	**31.6**	2.2	2.2	11.3	10.4	**13.7**	7.5	2.2	4.2	**100.0**
Bekar	11.0	4.1	**26.4**	1.5	3.3	11.7	12.0	**14.7**	6.9	4.0	4.4	**100.0**
Dul/Boşanmış	11.1	1.6	**30.2**	1.6	1.6	7.9	7.9	**11.1**	11.1	6.3	9.5	**100.0**

1. Haber İçeriklerini Beğenmeme
2. Sıkıcı Olması
3. Magazin Haberlerinin Çok Olması
4. Haberlerin Çok Uzatılması
5. Spikerleri Beğenmeme
6. Taraflı Haberlerin Varlığı
7. Abartılı Haberlerin Yer Alması
8. Yalan Haber Verme
9. Kalitesiz Yayın
10. Ciddiyetsiz Haber Yaklaşımı
11. Diğer Nedenler (Tekrar Yayın vb.)
T. Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenmeme konusunda, magazin haberlerinin çok olması, araştırmaya katılan deneklerin medenî durumlarına göre incelendiğinde de en yüksek oranlı beğenmeme nedeni olmaktadır. Bekarlar % 26.4, dul/boşanmışlar % 30.2 ve evliler % 31.6'lık oranlarla, bu konuyu beğenmeme nedeni olarak belirtmektedir. Yalan haber verme, yine tüm gruplarda yer alan ikinci beğenmeme nedenidir.

TABLO – 41
Eğitim Durumuna Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri

Eğitim Durumu/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
Okuryazar Değil	**26.1**	--	**34.8**	--	--	13.0	8.7	--	8.7	8.7	--	**100.0**
Okuryazar, Okula Gitmemiş	3.6	3.6	**35.7**	--	10.7	3.6	3.6	**25.0**	7.1	--	7.1	**100.0**
İlkokul	13.2	3.6	**25.7**	1.6	1.6	11.0	13.4	**17.7**	7.8	0.9	3.6	**100.0**
Ortaokul	12.8	2.4	**26.4**	3.4	4.1	6.8	10.8	**14.9**	7.8	3.1	7.4	**100.0**
Lise	10.3	4.4	**29.8**	1.9	3.3	9.4	10.5	**15.2**	8.1	3.3	3.9	**100.0**
Üniversite	9.9	3.4	**32.0**	1.6	1.5	**16.6**	10.4	10.1	6.3	3.9	4.2	**100.0**
Lisansüstü/Doktora	**15.4**	--	**41.0**	--	2.6	10.3	7.7	7.7	--	7.7	7.7	**100.0**

1. Haber İçeriklerini Beğenmeme
2. Sıkıcı Olması
3. Magazin Haberlerinin Çok Olması
4. Haberlerin Çok Uzatılması
5. Spikerleri Beğenmeme
6. Taraflı Haberlerin Varlığı
7. Abartılı Haberlerin Yer Alması
8. Yalan Haber Verme
9. Kalitesiz Yayın
10. Ciddiyetsiz Haber Yaklaşımı
11. Diğer Nedenler (Tekrar Yayın vb.)
T. Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenmeme konusunda, magazin haberlerinin çok olması, araştırmaya katılan deneklerin eğitim durumlarına göre incelendiğinde, % 25 ilâ % 41 arasında aldığı değerlerle en yüksek oranlı beğenmeme nedeni olmaktadır. Sırasıyla % 26.1 ve % 15.4'lük değerlerle okuryazar olmayan ve lisansüstü/doktora gruplarında haber içeriklerini beğenmeme; % 16.6 ile üniversite grubunda taraflı haberlerin varlığı ve % 15 ilâ % 25 arasında aldığı değerlerle, diğer tüm gruplarda yalan haber verme, ikinci beğenmeme nedenidir.

TABLO – 42
Meslek Gruplarına Göre
İzledikleri Kanalların Haberlerini Beğenmeme Nedenleri

Meslek Grupları/ Neden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	T
Teknik Eleman	11.7	4.4	**29.4**	1.5	1.5	**14.7**	11.8	8.8	4.4	2.9	8.8	**100.0**
Ev Hanımı	**14.9**	5.9	**25.3**	2.4	3.5	10.0	11.8	13.8	6.6	1.7	4.1	**100.0**
Öğrenci	11.6	3.9	**23.8**	2.1	2.1	13.1	12.8	**15.8**	8.3	2.7	3.9	**100.0**
Zanaatkâr	14.3	--	**28.6**	--	--	--	14.3	**35.7**	--	--	7.1	**100.0**
Esnaf	11.0	2.0	**34.0**	1.5	3.3	11.8	9.0	**14.8**	7.2	3.1	2.3	**100.0**
Profesyonel Meslekler	**15.1**	2.6	**26.7**	1.3	1.6	12.5	11.9	14.1	5.8	3.9	4.4	**100.0**
Emekli	7.1	2.0	**30.3**	3.0	1.0	12.1	6.1	**19.2**	14.1	1.0	4.0	**100.0**
Vasıfsız İşçi	8.6	1.4	**24.3**	0.7	4.3	7.1	**16.4**	12.9	10.7	7.1	6.4	**100.0**
Özel Sektör Kapsam Dışı	--	--	**69.2**	--	--	7.7	--	**15.4**	7.7	--	--	**100.0**
Kamu İşçisi	11.8	--	**35.3**	--	5.9	11.8	**17.6**	11.8	--	--	5.9	**100.0**
Memur	10.4	4.8	**37.0**	1.3	1.7	**13.0**	8.3	9.1	6.5	2.2	5.6	**100.0**
Vasıflı İşçi (serbest)	6.4	4.3	**35.1**	4.3	5.3	6.4	5.3	**11.7**	7.4	4.3	9.6	**100.0**
Özel Sektör İşçisi	8.9	7.1	**30.4**	1.8	3.6	8.9	12.5	**14.3**	7.1	3.6	1.8	**100.0**
İşsiz	6.0	6.0	**29.8**	1.2	1.2	11.9	9.5	**21.4**	7.1	2.4	3.6	**100.0**
Yönetici	3.6	--	**42.9**	3.6	--	10.7	**14.3**	7.1	7.1	7.1	3.6	**100.0**
Çiftçi	13.8	3.4	**13.8**	6.9	3.4	10.3	**24.1**	6.9	6.9	3.4	6.9	**100.0**

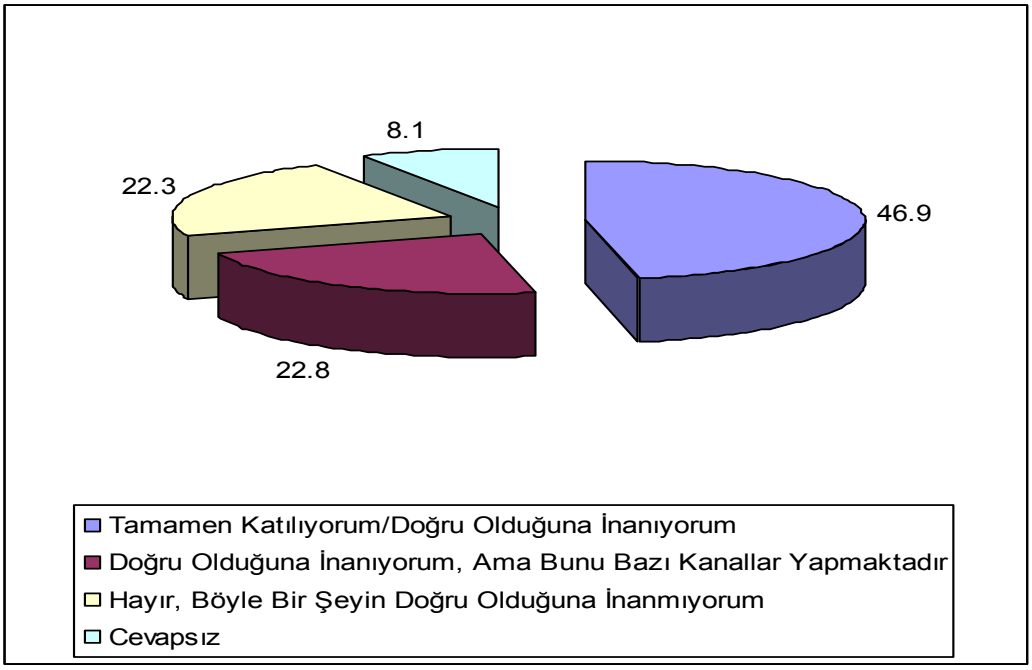
1. Haber İçeriklerini Beğenmeme
2. Sıkıcı Olması
3. Magazin Haberlerinin Çok Olması
4. Haberlerin Çok Uzatılması
5. Spikerleri Beğenmeme
6. Taraflı Haberlerin Varlığı
7. Abartılı Haberlerin Yer Alması
8. Yalan Haber Verme
9. Kalitesiz Yayın
10. Ciddiyetsiz Haber Yaklaşımı
11. Diğer Nedenler (Tekrar Yayın vb.)
T. Toplam

İzlenen kanalların haberlerini beğenmeme konusunda, magazin haberlerinin çok olması, % 69.2'lik değer ile özel sektörde çalışanları tarafından işaretlenirken, zanaatkâr ve çiftçiler dışındaki tüm meslek grupları tarafından en yüksek oranlı beğenmeme nedeni olarak belirtilmiştir. Zanaatkârlar % 35.7 ile yalan haber verme, çiftçiler % 24.1 ile abartılı haberlerin yer almasını birinci beğenmeme nedeni olarak seçmiştir. Yalan haber verme, meslek grupları arasında ikinci beğenmeme nedeni olarak işaretlenen kategoridir.

TABLO – 43
"Televizyonlar Dinsel, Kültürel ve Siyasal Bakımdan Kendilerinden Uzak Kişi ve İnançları Olumsuz Göstermek İçin, Haklarında Bilerek ve Kasıtlı Olarak Olumsuz Haberler Vermektedir" İddiaları Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Tamamen Katılıyorum/Doğru Olduğuna İnanıyorum	1.676	**46.91**
Doğru Olduğuna İnanıyorum, Ama Bunu Bazı Kanallar Yapmaktadır	813	**22.75**
Hayır, Böyle Bir Şeyin Doğru Olduğuna İnanmıyorum	795	22.25
Cevapsız	289	8.09
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 12
"Televizyonlar Dinsel, Kültürel ve Siyasal Bakımdan Kendilerinden Uzak Kişi ve İnançları Olumsuz Göstermek İçin, Haklarında Bilerek ve Kasıtlı Olarak Olumsuz Haberler Vermektedir" İddiaları Hakkındaki Düşünceler



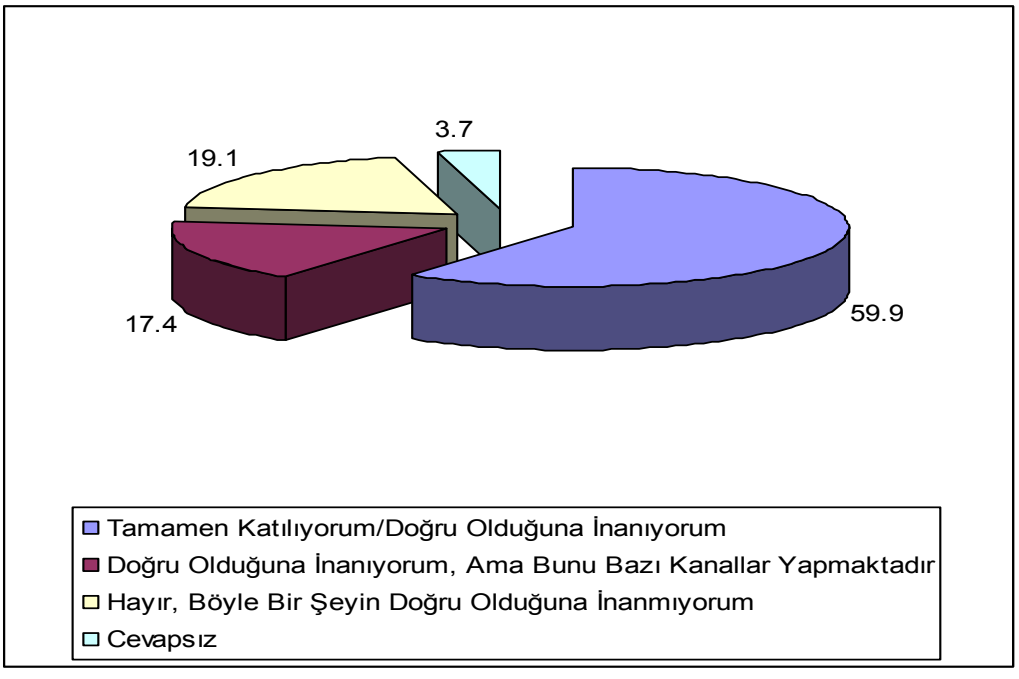
Bu soru, kamuoyunda yaygın biçimde dillendirilen, "televizyon kanallarında yer alan haberlerin bazı kişi, kuruluş, inanç ve düşünceleri hedef alarak onları kötü göstermeye dönük haberleri bilerek ve kasıtlı olarak yaydığı" konusundaki görüşleri araştırmak amacıyla düzenlenmiştir. TABLO-43'e ilişkin veriler, kamuoyunun bu konuda, yaygın olan görüşü doğrular nitelikte bir düşünce taşıdığını ortaya koymaktadır. Araştırmaya katılanların % 46.91'i bu söylentileri doğrular biçimde televizyonların bazı kişi, kuruluş, inanç ve düşünceleri hedef alarak, onları kötü göstermeye dönük haberleri bilerek ve kasıtlı olarak yaydığı görüşlerine tamamen katıldığını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların % 22.25'i, bu söylentilerin doğru olduğuna inandığını, ancak, bazı kanalların bunu yaptığını düşünmektedir. Bu iki grubun toplamı % 69.66'ya ulaşmakta, yani, yaklaşık her üç kişiden ikisi, televizyon haberlerinde bazı kişi, kuruluş, inanç ve düşünceleri hedef alarak onları kötü göstermeye dönük olarak davranıldığını düşünmektedir.

TABLO – 44
Televizyonlarda Yalan, Yanlış ve Eksik Haber Verildiği İddiaları Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Tamamen Katılıyorum/Doğru Olduğuna İnanıyorum	2.139	**59.8**
Doğru Olduğuna İnanıyorum, Ama Bunu Bazı Kanallar Yapmaktadır	621	**17.4**
Hayır, Böyle Bir Şeyin Doğru Olduğuna İnanmıyorum	682	19.0
Cevapsız	131	3.8
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 13
Televizyonlarda Yalan, Yanlış ve Eksik Haber Verildiği İddiaları Hakkındaki Düşünceler



Bu soru da kamuoyunun televizyon haberleri ile ilgili olarak dillendirilen "yalan, yanlış ve eksik haber verme" gibi bir söylentiyle ilgili düşüncelerini öğrenmeye yönelik olarak düzenlenmiştir. Buna göre, TABLO-44'ün verileri, kamuoyunun % 59.8'inin "Televizyonların Yalan, Yanlış ve Eksik Haber Verdiği" iddialarını doğru bulduklarını ve bu söylentilere tamamen katıldığını göstermektedir.

Kamuoyunun % 17.4'ü ise, bunun doğru olduğunu, ancak, bazı kanallar için söylenebileceğini düşünmektedir. Bu iki grubun aslında benzer bir şeyi ifade ettikleri kolayca görülmekte, yani, kamuoyunun % 77.2'si televizyonların yalan, yanlış ve eksik haber verdiği kanaatini taşımaktadır.

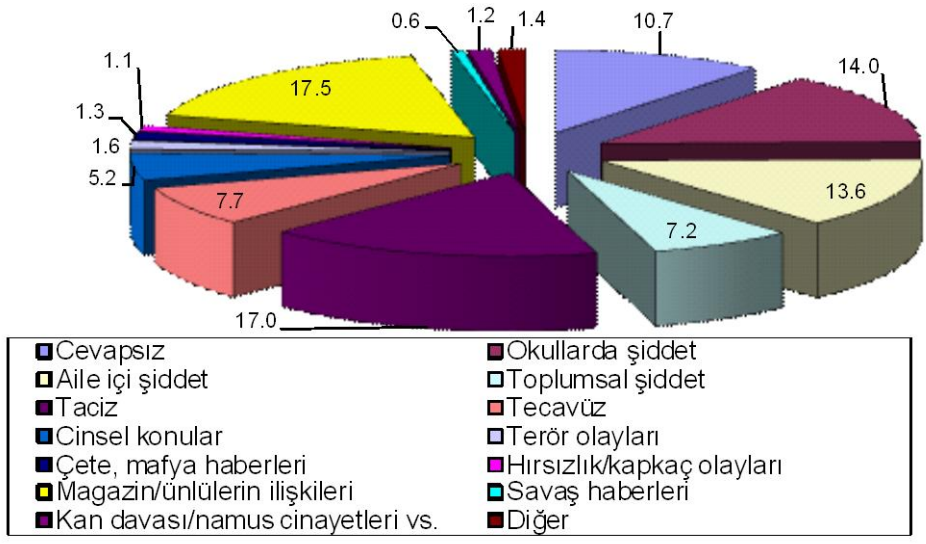
TABLO – 45
Haberleri İzlerken Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olunan Konular

Haber Konuları	Öncelik Düzeyi		
	I	II	III
Okullarda Şiddet	**14.0**	0.3	0.3
Aile İçi Şiddet	13.6	7.5	0.2
Toplumsal Şiddet	7.2	4.0	3.5
Cinsel Şiddet Konulu Haberler (Taciz, Tecavüz vd.)	**29.9**	**34.2**	**18.0**
Terör Olayları	1.6	2.4	2.5
Çete/Mafya Haberleri	1.3	3.3	1.8
Hırsızlık/Kapkaç Olayları	1.1	1.7	1.8
Magazin/Ünlü Kişilerin İlişkileri	**17.5**	**10.7**	**15.6**
Savaş Haberleri	0.6	1.8	1.5
Kan Davası/Namus Cinayetleri	1.2	3.6	5.1
Güvenlik Güçlerinin Güç Kullandığı Haberler	0.1	0.8	0.9
Kaza/Felaket Haberleri	0.3	1.3	3.4
Uyuşturucu Kullanımına İlişkin Haberler	0.2	1.6	4.6
Yargıya Müdahale	0.1	0.8	1.1
Kişilik Haklarına Saldırı	0.1	1.2	4.3
Cevapsız/Diğer	11.2	24.8	35.4
TOPLAM	**100.0**	**100.0**	**100.0**

TABLO-45'in verileri, televizyon izleyicilerinin haberlerin içeriklerine ilişkin değerlendirmeleri kapsamaktadır. Burada araştırılan şey, haber içeriklerinde yer alan konuların kanal değiştirecek kadar rahatsızlık yaratıp yaratmadığıdır.

Bu araştırma problemine uygun olarak, televizyon haberlerinde yer alan konuların bazılarının kanal değiştirmeye neden olacak kadar rahatsız edici bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Bu tablo verilerine göre birincil olarak kanal değiştirecek kadar rahatsız edici bulunan haber konuları sıralamasında cinsel şiddet konulu haberler (taciz, tecavüz vd.) % 29.9 ile ilk sırada, % 17.5 ile magazin haberleri ve ünlü kişilerin ilişkilerini konu alan haberler ikinci sırada yer almaktadır.

GRAFİK – 14
Haberleri İzlerken Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olunan Konular



Bunlardan sonra, % 14 ile okullarda şiddet, % 13.6 ile aile içi şiddet haberlerine ilişkin rahatsızlıklar dile getirilmiştir.

Veriler ikinci ve üçüncü öncelikli haber konuları için analiz edildiğinde, sonuçların iki haber konusu için değişmediği, yani cinsel şiddet konulu haberler ile magazin haberleri ve ünlü kişilerin ilişkilerine ait haberlerin ikinci ve üçüncü öncelik gruplarında da sırasıyla % 34.2 ve % 10.7 ile en yüksek oranda kanal değiştirecek kadar rahatsız edici olduğu görülmektedir.

Bu sonuçlar, hiçbir kuşkuya yer bırakmaksızın, cinsel şiddet konulu haberler ile magazin haberleri ve ünlü kişilerin ilişkilerine ait haberlerin, kesinlikle rahatsız edici bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Buradaki ilginç bir bulgu, cinayet ve öldürme içeren haber konularının çok fazla rahatsız edici bulunmamış olmasıdır. Bunun nedeni, cinsel konuların kültürümüzde görece daha fazla tabu niteliği taşıması olabilir.

TABLO – 46
Haberleri İzlerken Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olunan Görüntüler

Görüntü Türleri	Öncelik Düzeyi		
	I	II	III
Okullarda Şiddet Görüntüleri	**12.8**	0.3	0.3
Aile İçi Şiddet Görüntüleri	**13.2**	6.8	0.5
Toplumsal Şiddet/Saldırı Görüntüleri	6.8	3.8	2.4
Cinsel Şiddet Mağdurlarının Görüntüleri	**28.1**	**30.7**	9.4
Terör Olayları Görüntüleri	1.9	3.9	3.1
Çete/Mafya Haberleri Görüntüleri	1.6	3.2	2.4
Hırsızlık/Kapkaç Olayları Görüntüleri	1.2	2.1	2.2
Magazin/Ünlü Kişilerin İlişkilerinin Görüntüleri	**19.6**	**10.7**	**18.6**
Savaş Görüntüleri	1.5	2.7	2.6
Cinayet/Öldürme Mağdurlarının Görüntüleri	1.5	6.0	9.3
Kaza/Felaket Olay Yeri Görüntüleri	0.3	1.4	4.3
Uyuşturucu Kullanımına İlişkin Görüntüleri	0.3	1.3	5.5
Cevapsız/Diğer	11.1	27.1	39.4
TOPLAM	**100.0**	**100.0**	**100.0**

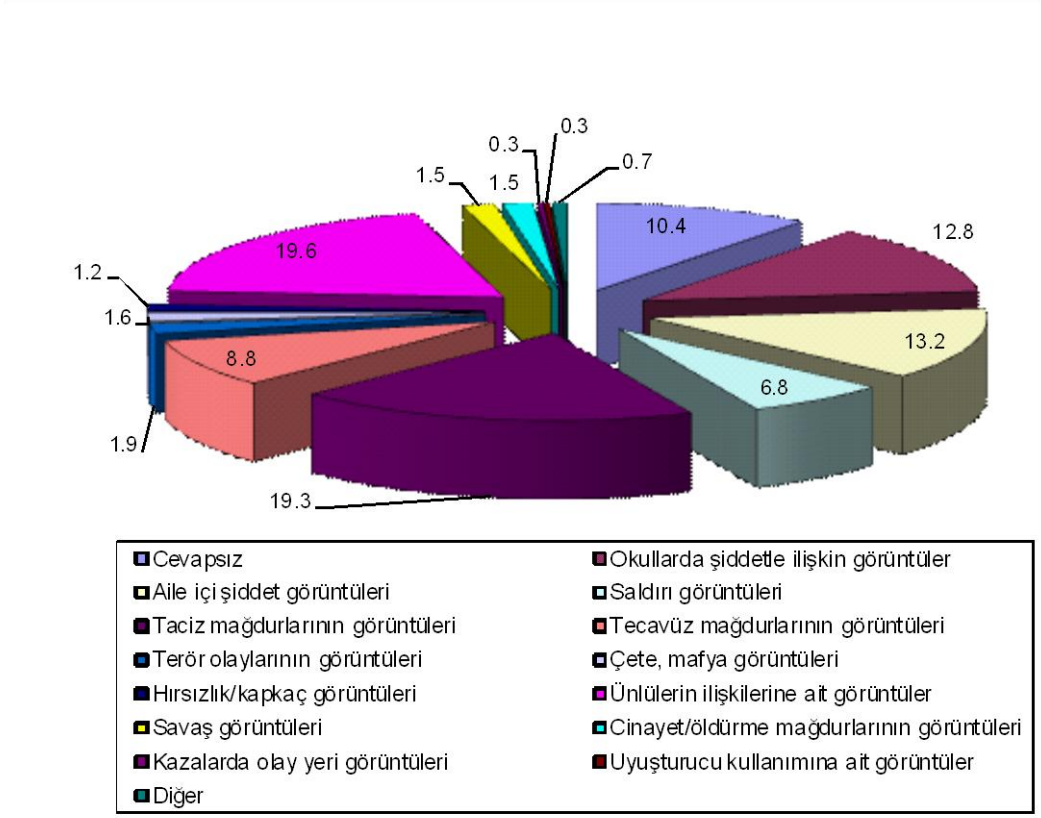
Bu soruya alınacak cevaplar ile televizyon haberlerinde yer alan görüntülerin değerlendirmesi yapılmaktadır.

Hangi tür haber görüntülerinin kanal değiştirmeye neden olacak kadar rahatsız edici bulunduğu konusunda elde edilen bulgular, TABLO-45'de yer alan rahatsız edici konulara ilişkin verileri destekler niteliktedir.

Haber görüntüleri konusunda, birincil olarak % 28.1 ile cinsel şiddet mağdurlarının görüntüleri ve % 19.6 ile magazin görüntüleri ve ünlü kişilerin ilişkilerine ait görüntüler rahatsız edici bulunmuştur. Birincil olarak rahatsızlık veren görüntü konusunda % 13.2 ile aile içi şiddet ve % 12.8 ile okullardaki şiddet görüntüleri de yer almaktadır..

Buradaki ilginç bulgulardan biri, diğer görüntü gruplarının (ki, şiddet ve suç içermektedir) hiçbirinin bu dört grup görüntü kadar rahatsız edici bulunmamasıdır.

GRAFİK – 15
Haberleri İzlerken Kanal Değiştirecek Kadar Rahatsız Olunan Görüntüler



Ankete katılan kişilerden öncelikli seçim yaparak işaretleme yapmaları istenen bu soruda, ikinci ve üçüncü öncelikli olarak belirtilen konularda büyük değişiklikler olmamış, cinsel şiddet mağdurlarına ilişkin görüntüler, birinci öncelikte aldığı değerin üzerine çıkarak % 30.7 değerine ulaşmıştır.

TABLO – 47
Haberlerde Yer Alan Bir Görüntü Nedeniyle Çocukların Olumsuz Etkilendiğine Şahit Olma Durumu

Çocuk Üzerindeki Olumsuzlukların Gözlenmesi	Sayı	%
Evet, Birçok Kez Bu Tür Etkilerine Şahit Oldum	759	**21.2**
Arada Bir Bu Tür Etkilerine Şahit Oluyorum	1.215	**34.0**
Hayır, Hiç Şahit Olmadım	1.089	**30.5**
Cevapsız	504	14.1
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 16
Haberlerde Yer Alan Bir Görüntü Nedeniyle Çocukların Olumsuz Etkilendiğine Şahit Olma Durumu



Araştırmanın en önemli bulgularından biri olan çocukların haberlerde yer alan görüntüler nedeniyle olumsuz etkilenip etkilenmediği sorgulamasına ilişkin bulgular, çok açık olarak, çocukların haber görüntülerinden olumsuz etkilendiğini ortaya koymaktadır.

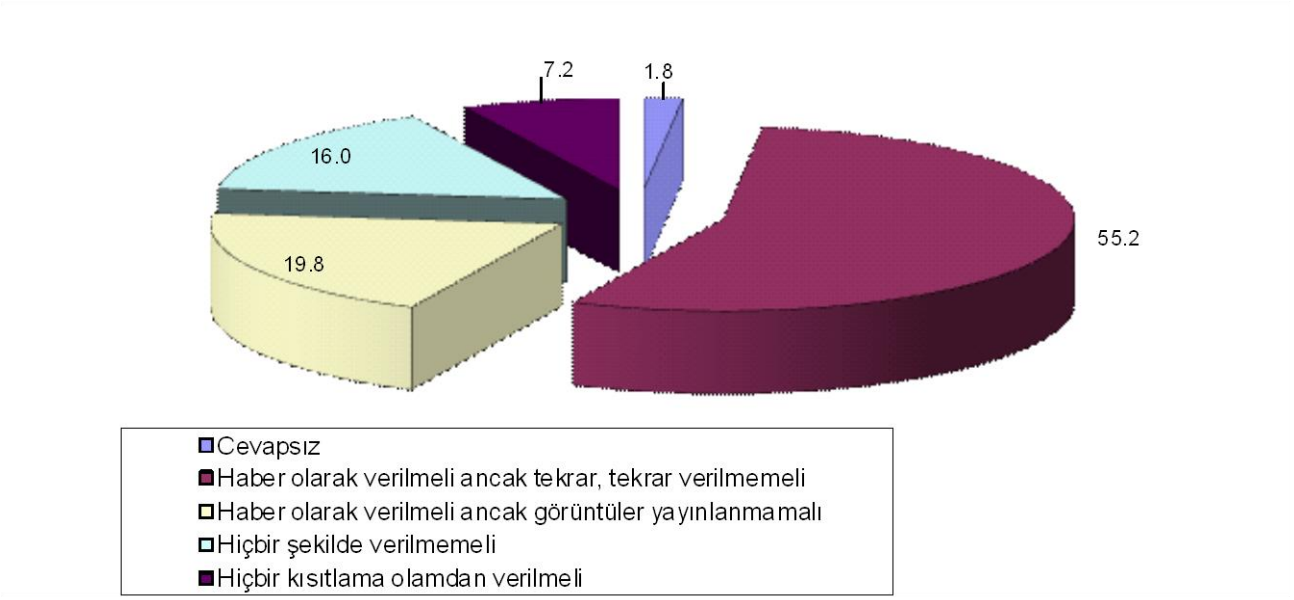
TABLO-47'deki bulgulara göre, deneklerin % 55.2'si birçok kez ya da arada bir, çocukların haber görüntülerinden olumsuz biçimde etkilendiğine ve bunu çığlık atma, korktuğunu ifade etme veya utanma şeklindeki davranışlar ile ortaya koyduğuna şahit olduğunu ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların üçte birinden fazlasının çocuğu olmadığı göz önüne alındığında (araştırmaya katılanların % 39'u bekardır), neredeyse çocuklu her ailenin, çocuklarının haber görüntülerinden olumsuz biçimde etkilendiğini ifade ettiği sonucuna ulaşmak mümkündür.

TABLO – 48
Uluslararası Alanda Türkiye'yi, Ekonomik, Kamuoyu ve Hukuk Bakımından Zora Soktuğu Söylenen ve Tekrar Tekrar Yayınlanan Haber ve Haber Görüntüleri Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Haber Olarak Verilmeli Ancak Tekrar Tekrar Verilmemeli	1.973	**55.2**
Haber Olarak Verilmeli Ancak Görüntüler Yayınlanmamalı	707	**19.8**
Hiçbir Şekilde Verilmemeli	571	16.0
Hiçbir Kısıtlama Olmadan Verilmeli	258	7.2
Cevapsız	64	1.8
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 17
Uluslararası Alanda Türkiye'yi, Ekonomik, Kamuoyu ve Hukuk Bakımından Zora Soktuğu Söylenen ve Tekrar Tekrar Yayınlanan Haber ve Haber Görüntüleri Hakkındaki Düşünceler



Televizyonlarda yer alan bazı haberlerin Türkiye'yi uluslararası alanda kamuoyu ve hukuk bakımından zora soktuğu konusundaki tartışmaların, kamuoyundaki/televizyon izleyicileri üzerindeki etkileri konusundaki bu veri grubu, kamuoyunun, haber alma hakkının sınırlandırılmasına pek sıcak bakmadığını ortaya koymaktadır. Buna karşılık, Türkiye'yi uluslararası alanda kamuoyu ve hukuk bakımından zora sokabilecek haber ve görüntülerin tekrar tekrar yayınlanmasını istemediği de açıkça görülmektedir.

TABLO-48'in verileri incelendiğinde, cevaplayıcıların % 55.2'si, Türkiye'yi zora soksa da haber ve görüntülerin verilmesi, ancak tekrar tekrar yayınlanmaması gerektiği konusunda görüş bildirmektedir. % 19.8'lik bir grup, haber olarak yayınlanmasından, ancak görüntülerin verilmemesinden yanadır.

Bu tür haberlerin hiçbir kısıtlama olmadan verilmesi gerektiğini düşünen grup ise % 7.2'lik bir oranla temsil edilmektedir..

Bu üç kategori, haberlerin Türkiye'yi zora soksa da verilmesi gerektiğini düşünen bir gruptur ve toplamda % 82.2'lik bir büyüklüğü oluşturmaktadır. Zaten kamuoyunun haber alma hakkı konusundaki özgürlüklerden vazgeçmeme eğilimi de bu veriden yola çıkarak elde edilmektedir.

% 16 oranı ile temsil edilen bir grubun, bu tür haberlerin hiçbir şekilde verilmemesi gerektiğini düşündüğü de TABLO-48'de gözlenen bir sonuçtur.

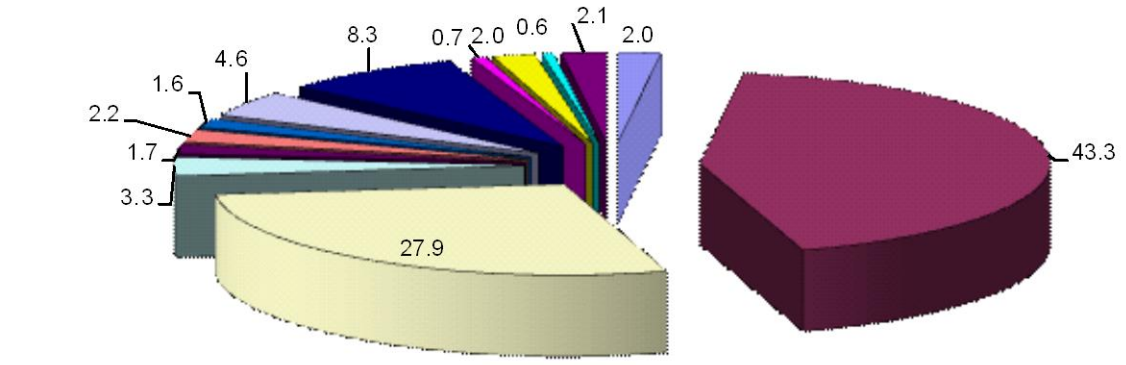
TABLO – 49
Haberlerin Sunuluş Şekli İle İlgili Rahatsızlık Yaratan Konular

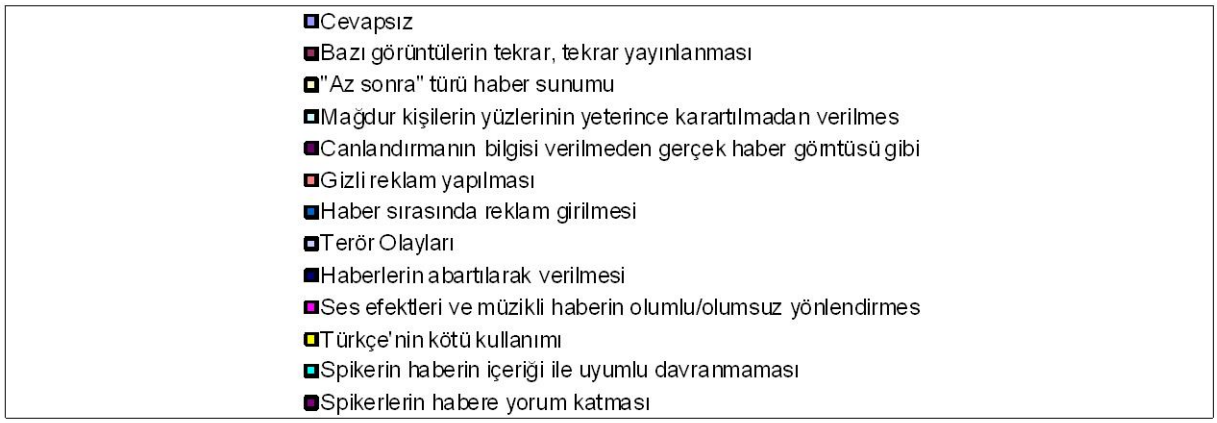
Rahatsızlık Konuları	Öncelik Düzeyi		
	I	II	III
Bazı Görüntülerin Tekrar Tekrar Yayınlanması	**43.3**	14.5	8.1
"AZ SONRA" Türü Haber Sunumu	**27.9**	**33.2**	6.6
Mağdurların Yüzlerinin Yeterince Karartılmadan Verilmesi	3.3	4.7	5.6
Canlandırmanın Bilgisi verilmeden Gerçek Gibi Sunulması	1.7	4.2	3.9
Gizli Reklam Yapılması	2.2	6.5	6.3
Haber Sırasında Araya Reklam Girilmesi	1.6	3.8	5.6
Arşiv Görüntülerinin Yeni Haber Gibi Verilmesi ya da Haber İçerisinde Kullanılması	4.6	**10.8**	**16.4**
Haberlerin Abartılarak Verilmesi	**8.3**	**11.3**	**22.3**
Ses Efektleri ve Müzikli Haberlerin Olumlu/Olumsuz Yönlendirmeleri	0.7	1.9	4.0
Türkçenin Kötü Kullanımı	2.0	2.1	5.1
Spikerin Haberin İçeriği İle Uyumlu Davranmaması	0.6	1.6	3.2
Spikerin Habere Yorum Katması	2.1	2.8	8.6
Cevapsız	2.0	2.6	4.4
TOPLAM	**100.0**	**100.0**	**100.0**

Haberlerin sunuluş şeklinde, haber izleyenlerin en rahatsız olduğu sunuş biçiminin % 43.3 ile görüntülerin tekrar tekrar yayınlanması şeklinde ön plana çıktığı görülmektedir ki, bu çok belirgin bir yakınma konusudur. Bu konu, TABLO-49'un verilerinde görüldüğü gibi, birinci öncelikli rahatsızlık konuları içerisinde yer almaktadır.

Birinci öncelikli rahatsızlık yaratan sunuş biçimi grubunda ikinci konu, % 27.9 ile "az sonra" türü haber sunumudur.

GRAFİK – 18
Haberlerin Sunuluş Şeklinde, Sizde Rahatsızlık Yaratan Konular





Bu iki haber sunumu dışında öne çıkan birinci öncelikli konu, % 8.3'lük oranla, haberlerin abartılarak verilmesidir.

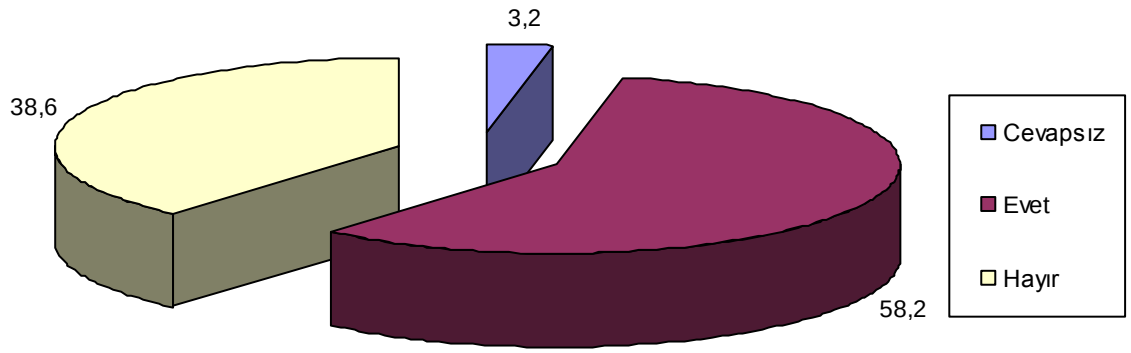
İkinci öncelikli rahatsızlık yaratan haber sunum biçimi sıralamasında, % 33.2 ile "az sonra" türü haber sunumu birinci, tekrar tekrar haber sunumu ise % 14.5 ile ikinci sırada yer almaktadır. Bu grupta haberlerin abartılarak verilmesi ve arşiv görüntülerinin taze haber gibi sunulması konuları, sırasıyla % 11.3 ve % 10.8'lik değerler almıştır.

Üçüncü öncelik grubunda iki konu ön plana çıkmaktadır: Haberlerin abartılarak verilmesi % 22.3 ve arşiv görüntülerinin yeni haber gibi sunulması % 16.4 oranları ile rahatsızlık yaratan konular olarak belirtilmiştir.

TABLO – 50
Televizyondaki Haberlerin Haber Değeri Taşıyan Bilgi İçermesi Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Evet	2.081	**58.2**
Hayır	1.379	**38.6**
Cevapsız	113	3.2
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 19
Televizyondaki Haberlerin Haber Değeri Taşıyan Bilgi İçermesi Hakkındaki Düşünceler

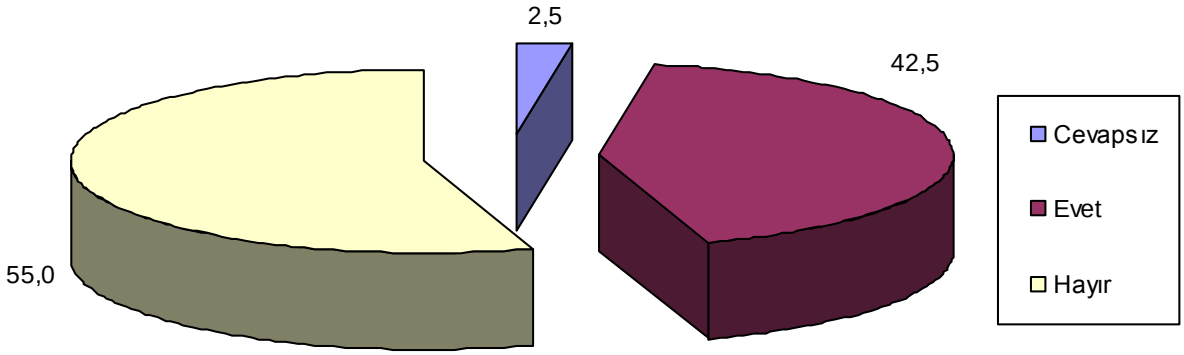


Televizyonda sunulan haber konularının haber değeri taşıyan bilgi içerip içermediğine ilişkin kanaatler ile ilgili genel bir değerlendirme yapabilmek için araştırılan bu konuda, izleyicilerin % 58.2'sinin televizyonda yayınlanan haberlerde yer alan bilgileri "haber değeri taşıyor" şeklinde değerlendirdiği, % 38.6'lık bir kesimin ise ele alınan konuları gerçekte "haber değeri taşımıyor" şeklinde değerlendirdiği görülmektedir.

TABLO – 51
Televizyondaki Haberlerin Ülke Gündemini Yeterince Vermesi Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Evet	1.520	**42.5**
Hayır	1.965	**55.0**
Cevapsız	88	2.5
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 20
Televizyondaki Haberlerin Ülke Gündemini Yeterince Vermesi Hakkındaki Düşünceler



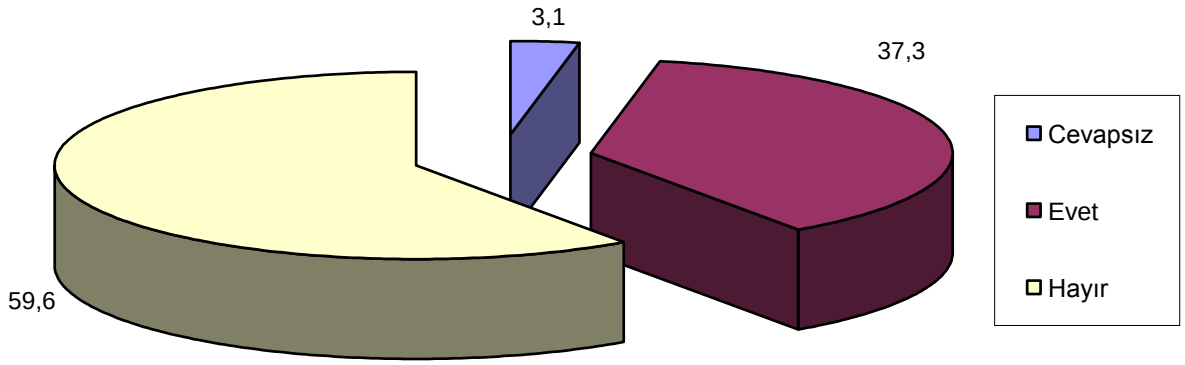
"Televizyon haberleri ülke gündemini yeterince vermekte midir?" şeklinde sorulan soru ile araştırılan bu konuya alınan cevaplardan elde edilen bulgular, izleyicilerin % 55'inin, haberlerin ülke gündemini yansıtmadığına inandığını göstermektedir.

TABLO-51'in verilerine göre, % 42.5'lik orana sahip olan izleyici grubu, haberlerin ülke gündemini yeterince verdiği kanaatini taşımaktadır.

TABLO – 52
Televizyondaki Haberlerin Dünya Gündemini Yeterince Vermesi Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Evet	1.333	**37.3**
Hayır	2.129	**59.6**
Cevapsız	111	3.1
TOPLAM	3.573	100.0

GRAFİK – 21
Televizyondaki Haberlerin Dünya Gündemini Yeterince Vermesi Hakkındaki Düşünceler



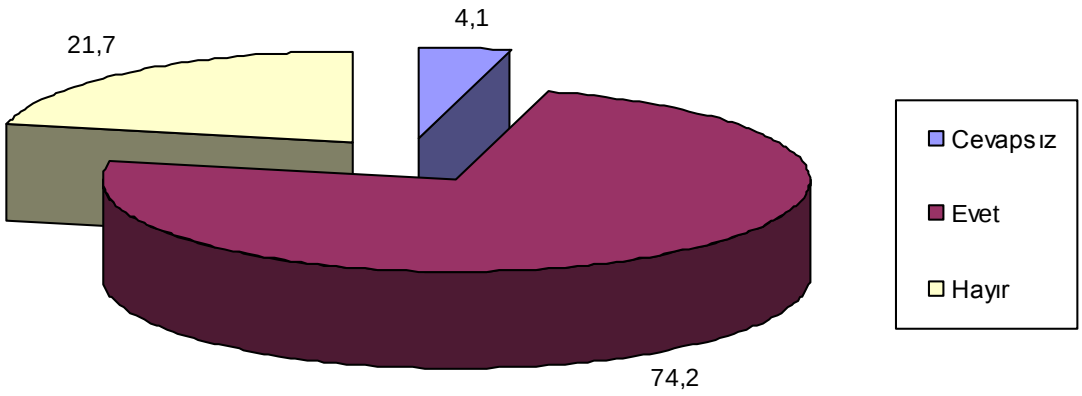
"Televizyon haberleri dünya gündemini yeterince vermekte midir?" şeklinde sorulan soru ile araştırılan bu konuya alınan cevaplardan elde edilen bulgular, izleyicilerin % 59.6'sının, haberlerin dünya gündemini yansıtmadığına inandığını göstermektedir.

TABLO-52'nin verilerine göre, % 37.3'lük orana sahip olan izleyici grubu, haberlerin dünya gündemini yeterince verdiği kanaatini taşımaktadır.

TABLO – 53
Televizyondaki Haberlerin İzleyiciye Gününde ve Zamanında Ulaşması Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Evet	2.650	**74.2**
Hayır	776	**21.7**
Cevapsız	147	4.1
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 22
Televizyondaki Haberlerin İzleyiciye Gününde ve Zamanında Ulaşması Hakkındaki Düşünceler

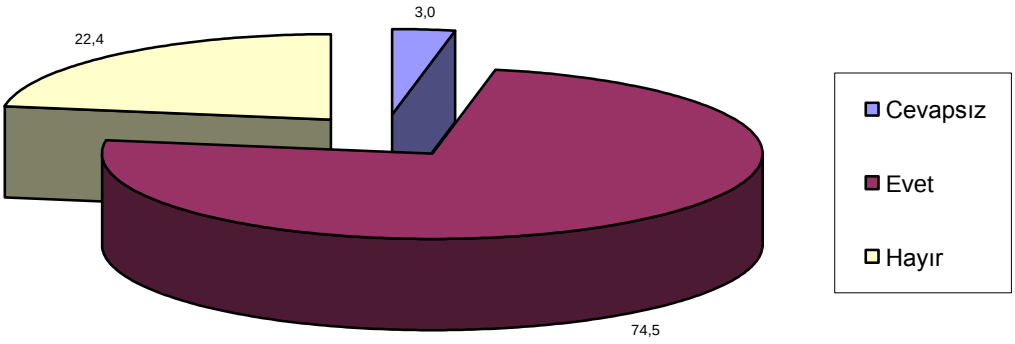


"Televizyondaki haberler gününde ve zamanında izleyiciye ulaşıyor mu?" sorusu ile araştırılan bu konu hakkında verilen cevaplar, televizyon izleyicilerinin, değerlendirmelerinde son derece adil ve demokrat olduklarını göstermektedir. Şöyle ki, daha önce televizyon haberlerinin haber değeri taşımadığı, ülke ve dünya gündemini yansıtmadığı konularında ağırlıklı olarak olumsuz fikir beyan eden televizyon haber izleyicileri, bu değerlendirmelerinden bağımsız olarak, televizyondaki haberlerin izleyiciye gününde ve zamanında ulaştığı konusunda % 74.2 gibi yüksek bir yüzde ile "Evet, gününde ve zamanında ulaşmaktadır" cevabı vermiştir. Buna karşılık % 21.7'si ise "Hayır, gününde ve zamanında haber vermemektedirler" demektedir.

TABLO – 54
Televizyondaki Haberlerin Halkın Ruh Sağlığı Üzerinde Olumsuz Etki Yapması Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Evet	2.663	**74.5**
Hayır	802	**22.4**
Cevapsız	108	3.0
TOPLAM	3.573	100.0

GRAFİK – 23
Televizyondaki Haberlerin Halkın Ruh Sağlığı Üzerinde Olumsuz Etki Yapması Hakkındaki Düşünceler



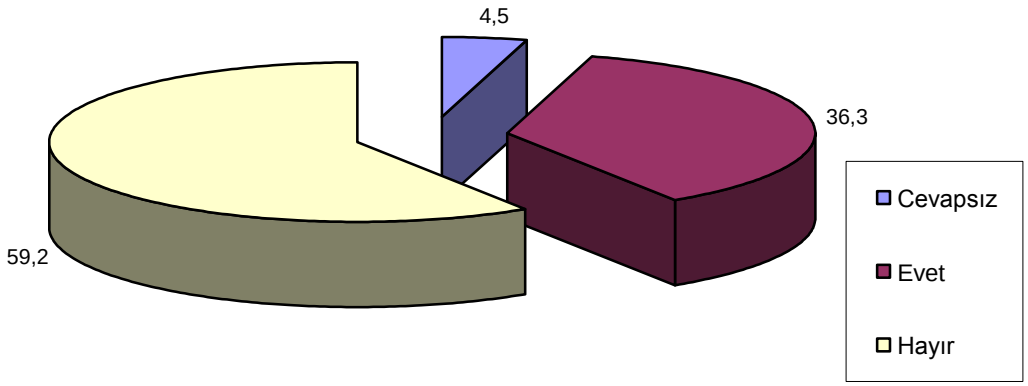
Televizyon haberleri ile halkın ruh sağlığı arasında bir ilişkinin varlığı konusundaki değerlendirmeleri irdelemek için araştırılan bu konuda, televizyon haber izleyicilerinin % 74.5'inin televizyon haberlerinin halkın ruh sağlığı üzerinde olumsuz etkisi olduğuna inandığını göstermektedir.

Buna karşılık % 22.4'lük bir grup, ruh sağlığı ile televizyon haberleri arasında bir ilişkinin olmadığı kanaatindedir.

TABLO – 55
Televizyon Haberlerinin Meslek Ahlakına Uygun Hazırlanması Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Evet	1.298	**36.3**
Hayır	2.116	**59.2**
Cevapsız	159	4.5
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 24
Televizyon Haberlerinin Meslek Ahlakına Uygun Hazırlanması Hakkındaki Düşünceler



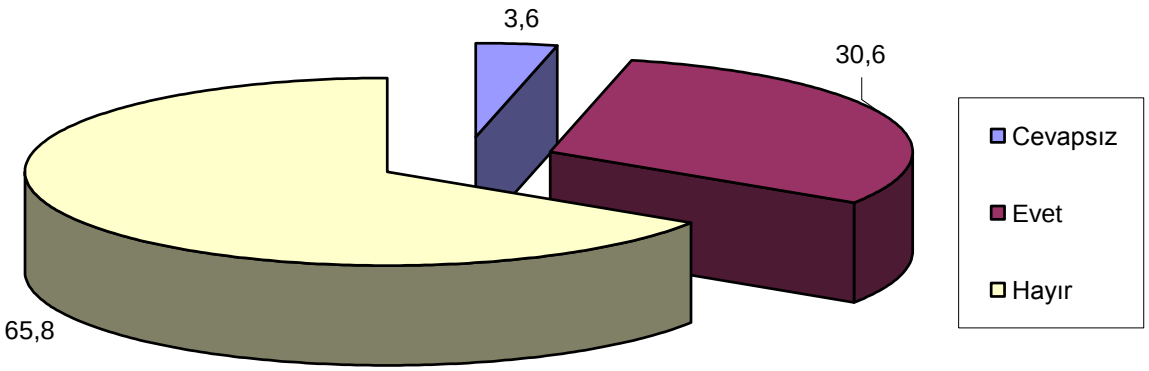
Televizyon haberlerinin meslek ahlakına uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadığı konusundaki kanaatler şu şekilde oluşmuştur: Televizyon haber izleyicilerinin % 59.2'si "Hayır, televizyon haberleri meslek ahlakı gözetilerek hazırlanmıyor!" biçiminde cevap vermiştir.

Buna karşılık % 36.3'lük bir grup, televizyon haberlerinin meslek ahlakı gözetilerek hazırlandığı kanaatindedir.

TABLO – 56
Televizyondaki Habercilik Anlayışında Kamu Yararı Gözetilmesi Hakkındaki Düşünceler

Düşünçeler	Sayı	%
Evet	1.094	30.6
Hayır	2.352	**65.8**
Cevapsız	127	3.6
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 25
Televizyondaki Habercilik Anlayışında Kamu Yararı Gözetilmesi Hakkındaki Düşünceler

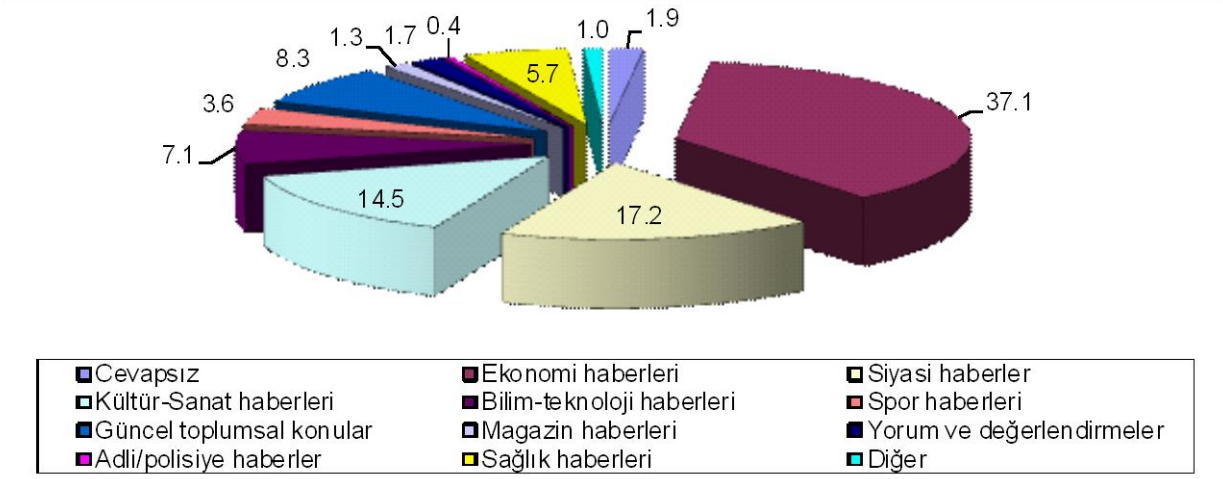


"Televizyonlardaki habercilik anlayışında kamu yararı gözetildiğine inanıyor musunuz?" şeklinde sorulan soru ile araştırılan bu konuda, televizyon haber izleyicilerinin büyük bir bölümü olumsuz kanaate sahiptir. İzleyicilerin % 65.8'i "Hayır, kamu yararı gözetilmemektedir!" derken, % 30.6'sı "Evet, kamu yararı gözetilmektedir!" şeklinde görüş belirtmiştir.

TABLO – 57
Televizyon Haberlerinde
Daha Fazla Yer Verilmesi İstenen Konular

Haber Konuları	Öncelik Düzeyi		
	I	II	III
Ekonomi Haberleri	**37.1**	5.0	4.4
Siyasi Haberler	**17.2**	**27.0**	3.7
Kültür-Sanat haberleri	**14.5**	**13.2**	10.2
Bilim-Teknoloji Haberleri	**7.1**	**16.2**	9.5
Spor Haberleri	3.6	7.5	9.5
Güncel Toplumsal Konular	**8.3**	11.7	**18.3**
Magazin Haberleri	1.3	2.0	2.5
Yorum ve Değerlendirmeler	1.7	4.2	9.9
Adli/Polisiye Haberler	0.4	1.1	3.8
Sağlık Haberleri	5.7	6.9	**17.1**
Diğer	1.0	0.4	0.9
Cevapsız	1.9	4.8	10.2
TOPLAM	**100.0**	**100.0**	**100.0**

GRAFİK – 26
Televizyon Haberlerinde
Daha Fazla Yer Verilmesi İstenilen Konular



TABLO-57'den elde edilen bulgular, televizyon haber izleyicilerinin haberlerde yer verilmesini istediği konuların başında birinci öncelikli olarak % 37.1 ile ekonomi haberlerinin geldiğini göstermektedir.

Birinci öncelikli talep edilen ikinci haber konusu % 17.2 ile siyasi haberler olurken, birinci öncelikli üçüncü konu % 14.5 ile kültür ve sanat haberleridir. Bunlara ek olarak % 8.3 oranında güncel toplumsal konular ile % 7.1 oranında bilim ve teknoloji haberleri talep edilmektedir.

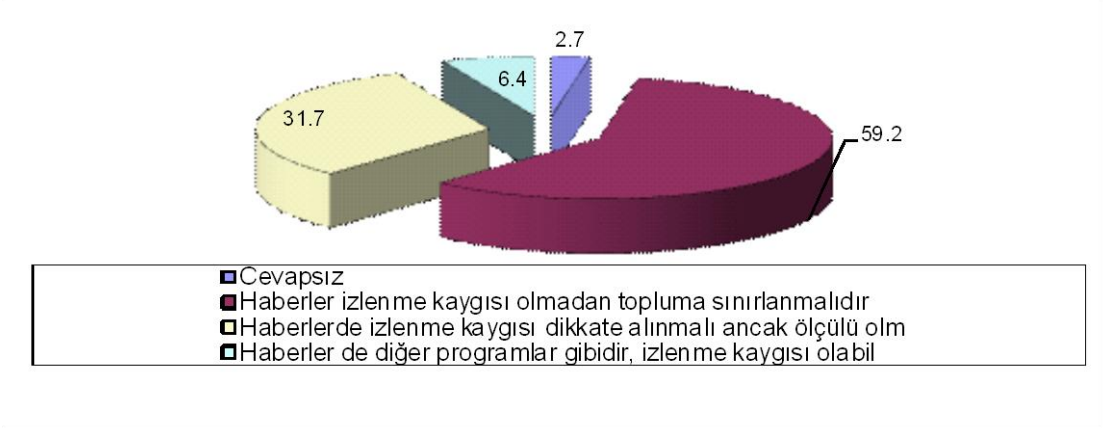
İkinci öncelikli haber konusu talep grubu içerisinde ilk sırayı % 27 ile siyasi haberler almaktadır. Bu grubun ikinci talep konusunu % 16.2 ile bilim ve teknoloji haberleri oluşturmakta, üçüncü talep olarak % 13.2 ile kültür ve sanat haberleri belirtilmektedir.

Üçüncü öncelik grubunun ilk konusu % 18.3 ile güncel toplumsal konuların haberlerde daha çok işlenmesidir. Bu grubun ikinci talebini % 17.1 ile sağlık haberleri oluşturmaktadır.

TABLO – 58
Televizyon Haberleri İle İlgili Olarak
İzlenme Kaygısı Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Haberler İzlenme Kaygısı Olmadan Topluma Sunulmalıdır	2.115	**59.2**
Haberlerde İzlenme Kaygısı Dikkate Alınmalı, Ancak Ölçülü Olmalıdır	1.133	**31.7**
Haberler de Diğer Programlar Gibidir İzlenme Kaygısı Olabilir	230	**6.4**
Cevapsız	95	2.7
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 27
Televizyon Haberleri İle İlgili Olarak
İzlenme Kaygısı Hakkındaki Düşünceler



İzlenme kaygısı, hemen her televizyon kanalının önem verdiği ve belki de vazgeçilmez bir konudur. Ancak, haberler izlenme kaygısı taşımalı mıdır? Bu konuda elde ettiğimiz veriler, televizyon haber izleyicilerinin % 59.2'sinin televizyon haberlerinin izlenme kaygısı taşımadan hazırlanması gerektiğini düşündüğünü ortaya koymaktadır.

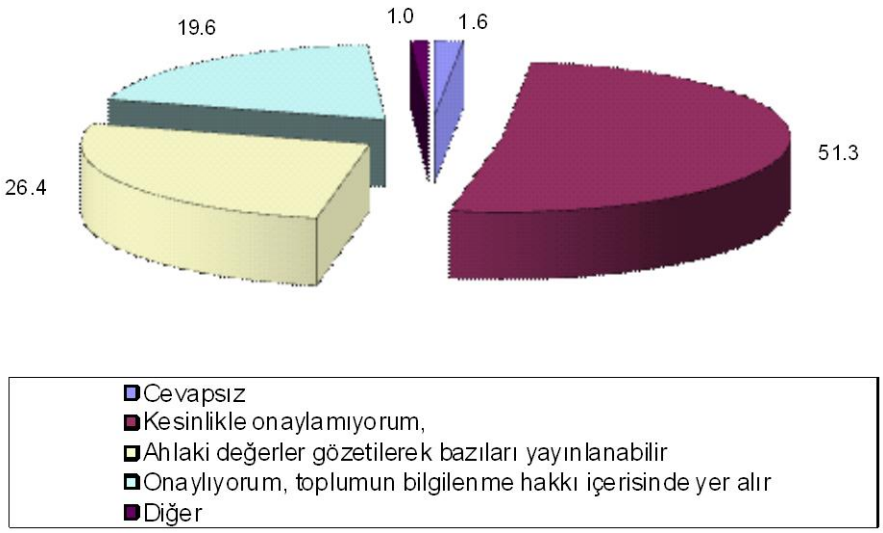
Buna karşılık % 31.7 lik bir grup, izlenme kaygısının olabileceğini, ancak ölçülü olması gerektiğini ifade etmektedir.

TABLO-58'in verilerinde % 6.4 lük bir grubun, haberlerin diğer programlardan farklı olmadığını ve izlenme kaygısı ile hazırlanabileceğini düşündüğü görülmektedir.

TABLO – 59
Televizyon Haberlerinde Siyasetçilerin ve Özellikle Siyasi Parti Liderlerinin Birbirleri Hakkındaki Olumsuz ya da Eleştirel Sözlerinin Tekrar Tekrar Yayınlanması Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Kesinlikle Onaylamıyorum, Siyaset ve Toplumun Gerilmesine Neden Oluyor	1.834	**51.3**
Ahlakî Değerler Gözetilerek Bazıları yayınlanabilir	945	**26.4**
Onaylıyorum, Toplumun Bilgilenme Hakkı İçerisinde Yer Alır	701	**19.6**
Cevapsız/Diğer	57	2.6
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 28
Televizyon Haberlerinde Siyasetçilerin ve Özellikle Siyasi Parti Liderlerinin Birbirleri Hakkındaki Olumsuz ya da Eleştirel Sözlerinin Tekrar Tekrar Yayınlanması Hakkındaki Düşünceler



Televizyon haberlerinde, siyasilerin birbirleri ile ilgili olarak söyledikleri sözlere yer verilmekte ve bunlar tekrar tekrar yayınlanmaktadır. Bu durumun toplum üzerindeki etkisi nasıldır ve bu tür haberler nasıl düzenlenmelidir konusu ile ilgili olarak elde edilen bulgularda, haber izleyicilerinin % 51.3'ü, bu tür haberlerin kendisinde bir gerilim yarattığını ve bunun defalarca tekrar edilerek yayınlanmasını onaylamadığını ifade etmiştir.

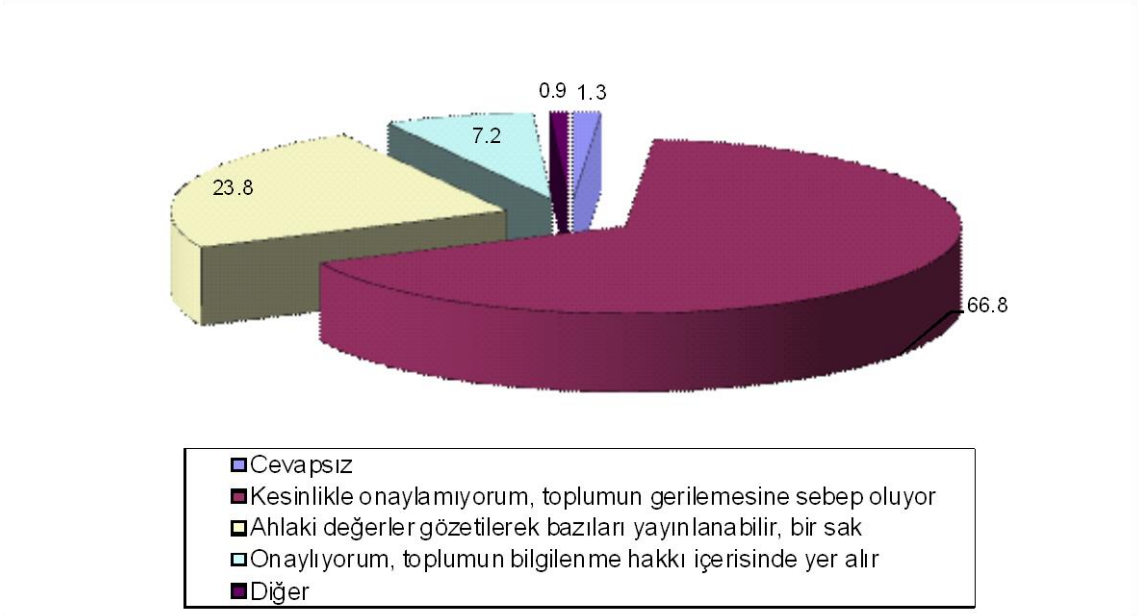
Televizyon haber izleyicilerinin % 26.4'ü bu tür haberlerin yayınlanabileceğini, ancak, bunun ahlakî sınırlar içerisinde kalması (defalarca tekrar edilmeden, haber niteliği taşıyan bir sürede yayınlanması) gerektiğini belirtmiştir. Bu ifade, siyasilerin birbirleri ile ilgili olarak söyledikleri olumsuz şeylerin izlenme oranlarını artırmak ve hakkında olumsuz bir şey söylenen siyasi kişi ve taraftarlarının tepkide bulunmasını sağlamak amacıyla tekrar tekrar yayınlandığı kanaati taşıdıklarının bir göstergesi olarak nitelenebilir.

Araştırmaya katılan haber izleyicilerinin % 19.6'sı ise hiçbir kısıtlama olmaksızın bu tür haberlerin yayınlanabileceği görüşüne sahiptir.

TABLO – 60
Televizyon Haberlerinde Tanınmış Kişilerin Birbirleri Hakkındaki Olumsuz ya da Eleştirel Sözlerinin Tekrar Tekrar Yayınlanması Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Kesinlikle Onaylamıyorum Toplumun Gerilmesine Neden Oluyor	2.385	**66.8**
Ahlakî Değerler Gözetilerek Bazıları yayınlanabilir	851	**23.8**
Onaylıyorum, Toplumun Bilgilenme Hakkı İçerisinde Yer Alır	257	**7.2**
Cevapsız/Diğer	48	2.2
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 29
Televizyon Haberlerinde Tanınmış Kişilerin Birbirleri Hakkındaki Olumsuz ya da Eleştirel Sözlerinin Tekrar Tekrar Yayınlanması Hakkındaki Düşünceler



Burada, bir önceki sorunun amacına benzer şekilde, toplumun tanınmış kişilerinin (spor kulübü başkanları, kanaat önderleri, sanatçılar vb.) birbirleri hakkındaki olumsuz ya da eleştirel sözlerinin televizyon haberlerinde tekrar tekrar yayınlanmasının yol açacağı toplumsal sorunlar ve bu tür haberlerin düzenlenme biçimi hakkındaki görüşler araştırılmıştır.

Televizyon haber izleyicilerinin % 66.8'i, bu tür haber yaklaşımlarını hiçbir biçimde onaylamadığını belirtmiştir. Burada, bu sonucun % 51.3'lük siyaset sonucundan daha yüksek çıkması, televizyon haber izleyicilerinin siyasetin doğasında bir çatışmanın varlığını kabul etmiş olmalarını akla getirmektedir.

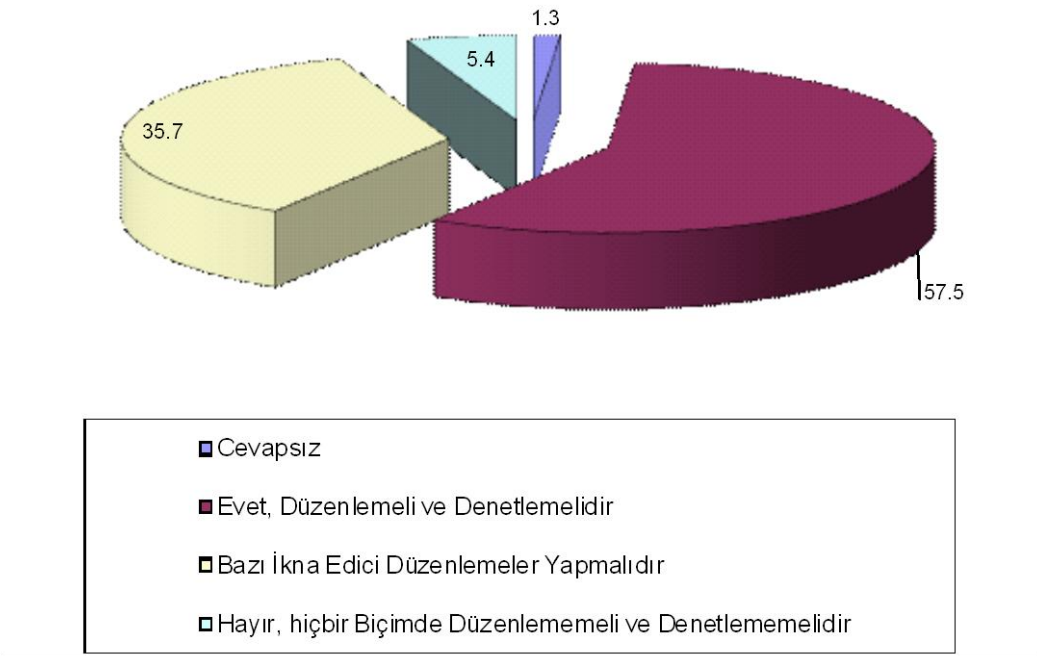
Araştırmaya katılan haber izleyicilerinin % 23.8'i (ki % 26.4 olan siyaset alanındaki kanaatlere yakın bir oran), belli ahlakî değerler gözetilmek kaydı ile bu tür haberlerin yayınlanmasının bir sakıncasının olmadığını ifade etmiştir.

Televizyon haber izleyicilerinin % 7.2'si ise bu tür haberlerin yayınlanmasının hiçbir sakıncası olmadığı kanaatini taşımaktadır.

TABLO – 61
RTÜK'ün, Televizyonlarda Yayınlanan Haberlerin İçeriğinde Yer Alan Şiddet, Suç, Çatışma vb. Türden Görüntülerin Yayınlanmasını Düzenlenmesi ve Denetlemesi Hakkındaki Düşünceler

Düşünceler	Sayı	%
Evet, Kesin Olarak Düzenlemeli ve Denetlemelidir	2.056	**57.5**
Bazı Düzenlemeler Getirilebilir Ancak Bunlar İkna Edici Olmalıdır	1.277	**35.7**
Hayır, Hiçbir Şekilde Düzenlememeli ve Denetlememelidir	193	**5.4**
Cevapsız	47	1.3
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 30
RTÜK'ün, Televizyonlarda Yayınlanan Haberlerin İçeriğinde Yer Alan Şiddet, Suç, Çatışma vb. Türden Görüntülerin Yayınlanmasını Düzenlenmesi ve Denetlemesi Hakkındaki Düşünceler



Bu konudaki düşüncelerin öğrenilmesi, televizyon haberleri ile RTÜK arasındaki ilişkinin muhtemel niteliklerini araştırmayı amaçlamaktadır. Bu konuda belirtilen düşüncelerden elde edilen sonuçlarda, televizyon haber izleyicilerinin % 57.5'inin, RTÜK'ün, herhangi bir nedenle haberlerin içeriğinde yer alan şiddet, suç, çatışma gibi görüntülerin yayınlanmasını kesinlikle düzenlemesi ve bu tür görüntülerin yayınlanmasını denetlemesi gerektiğini düşündüğü görülmektedir.

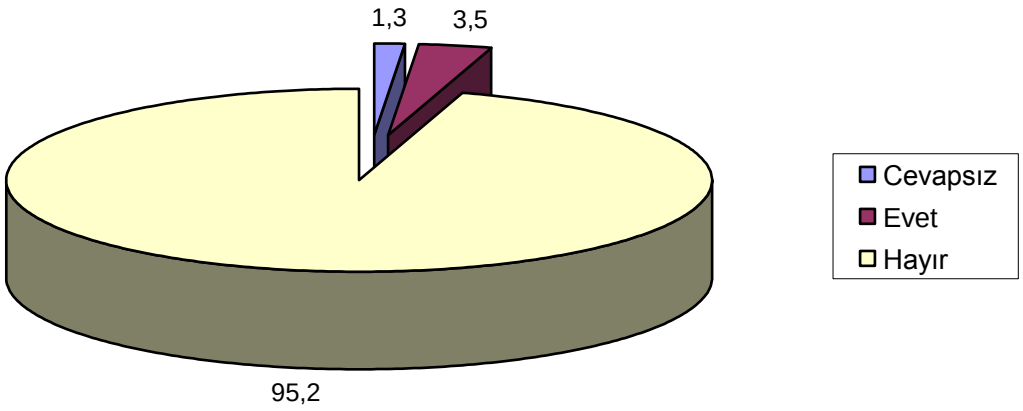
Araştırmaya katılan haber izleyicilerinin % 35.7'si, RTÜK'ün, bu tür görüntülerin yayınlanmasını denetleyebileceğini ve bazı düzenlemeler getirmesi gerektiğini, ancak bunların yasaklama ve sınırlandırma biçiminde değil, ikna etme biçiminde olması gerektiğini belirtmektedir.

Televizyon haber izleyicilerinin % 5.4'ü, bu tür görüntülerin yayınlanmasına düzenleme ve denetleme de dahil, hiçbir biçimde müdahale edilememesi gerektiği kanaatini taşımaktadır.

TABLO – 62
Bu Güne Kadar, Televizyon Haberlerinde Yer Alan Bir Görüntü ya da Haber Nedeniyle RTÜK'e Başvurma Durumu

	Sayı	%
Evet	126	3.5
Hayır	3.400	95.2
Cevapsız	47	1.3
TOPLAM	**3.573**	**100.0**

GRAFİK – 31
Bu Güne Kadar, Televizyon Haberlerinde Yer Alan Bir Görüntü ya da Haber Nedeniyle RTÜK'e Başvurma Durumu



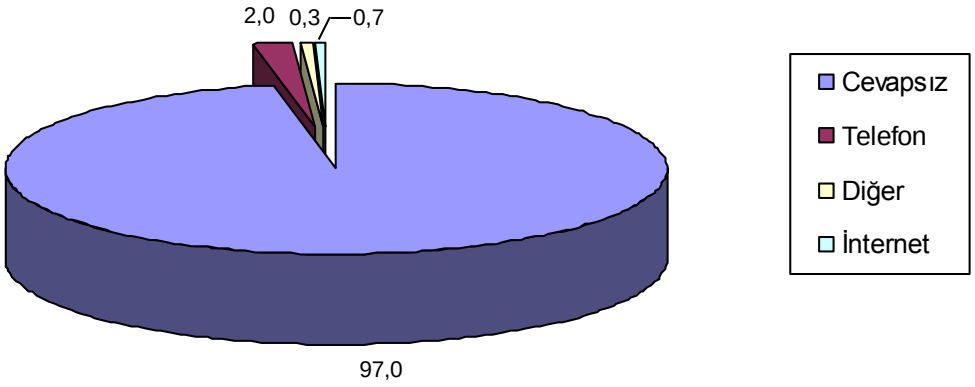
Televizyon haber izleyicilerinin, bu güne kadar televizyon haberlerinde yer alan bir görüntü ya da haber nedeni ile RTÜK'e şikayet amaçlı olarak başvurma durumunu ölçmek amacı ile sorulan bu soruya alınan cevaplar, televizyon haber izleyicilerinin % 95.2'sinin böyle bir girişimde bulunmadığını ortaya koymaktadır.

RTÜK'e şikayet amaçlı başvuruda bulunanlar, sadece % 3.5'lik bir oranı kapsamaktadır,

TABLO – 63
RTÜK'e Başvurmak İçin Tercih Edilen Yol

Başvurma Yolu	Sayı	%
Mektup	3	**2.7**
Telefon	70	**64.8**
İnternet	24	**22.2**
Diğer	11	0.3
TOPLAM	**108**	**100.0**

GRAFİK – 32
RTÜK'e Başvurmak İçin Tercih Edilen Yol



Televizyondaki bir haber ya da haber görüntüsü ile ilgili, şikayet amaçlı olarak RTÜK'e başvuranların hangi yolları kullandığını öğrenmek amacı ile sorulan soru ile ilgili bulgulara göre, RTÜK'e şikayet amaçlı başvuranların % 64.8'i telefon ederek şikayette bulunduğunu, % 22.2'si RTÜK'ün internet sayfasını ziyaret ederek başvuruda bulunduğunu ifade etmiştir. Grubun % 2.7 si, RTÜK'e mektup yazarak şikayetini iletmiştir.