



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
GAZETECİLİK BÖLÜMÜ

Üniversite Öğrencilerinin Medya Tercihleri

(JRN440 Bölüm Projesi)

Ferit GÖREN
20072828

Danışman
Yrd. Doç. Dr. İbrahim ÖZEJDER

Lefkoşa
Haziran 2011

ÖNSÖZ

Üniversite öğrencilerinin medyayla ne kadar ilgili olduğunu ve hangi medya organlarını kullandıklarıyla ilgili yoğun bir merak içerisindeydim. Bu merakımı bireysellikten kurtarmak ve bu konuyla ilgili daha önce yapılan çalışmalara verilen ilgi ve tepkiyi ortaya çıkarmak adına çeşitli gözlem ve araştırmalarda bulundum. Bu araştırmalardan elde ettiğim bilgilere dayanarak, daha önce üniversitelerde bu tür araştırmaların yapıldığını; çok çarpıcı ve belirleyici sonuçlara ulaşıldığını gördüm. Bu bağlamda daha önce farklı şekillerde yapılan bu araştırmayı, çeşitli yöntem ve örneklerle zenginleştirerek yakın çevremde gözlem yoluyla uygulamaya ve verdiği sonuçları az veya çok ortaya çıkartmaya çalıştım.

Yaptığım bu çalışmanın da, öğrencilerin medya tercihlerini ve medyayı takip etme boyutunu ortaya çıkarma açısından hem öğrenciler için hem de toplumsal açısından belirleyici bir sonuç vereceği düşüncesi ve inancındayım. Bu araştırma aslında öğrencilere biraz da kendilerini fark etmeleri ve toplumun okuyan kesimi olarak üzerlerindeki sorumluluğun farkında olmalarına katkı sağlayacaktır. Çünkü toplumun aydın kesimi olarak toplumsal her anlamda haberdar olmaları medyaya bağlı bir durumdur. Bunun için de medya takibi ve tercihi son derece önemlidir. Sonuç olarak bu çalışma;

"Üniversite öğrencilerinin medya tercihleri"ni ortaya çıkarmak için hazırlanmış ve yaklaşık olarak üç aylık eğitimin verdiği bir çalışma kapsamında ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmalarda ise; gerekli olan bilgilerin toplanılması ve değerlendirilmesi haftalık yapılan derslerle giderilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda üç aylık ders müfredatında yapılan çalışmaları haftalık olarak takip eden ve bizlere çalışmalarımız konusunda ayrı ayrı ilgi göstererek yardımcı olan ve büyük destek veren **Yrd. Doç. Dr. İbrahim ÖZEJDER** hocama sonsuz teşekkür eder, şükranlarımı sunarım. Yine projenin en büyük parçalarından biri olan anket çalışmalarında destek olan üniversite öğrencilerine ve bana anket konusunda yardım eden arkadaşlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

TABLO SORULARI

Tablo 1: En Çok İzlediğiniz Medya Organı Hangisidir?,

Tablo 2: En çok Bilgilendiren Medya Organı Hangisidir?,

Tablo 3: Gazete Okumadaki Asıl Amacınız nedir?,

Tablo 4: Gazetede En Çok Okuduğunuz Bölümler Nelerdir?,

Tablo 5: Televizyonda En Çok İzlediğiniz Program Türleri Hangileridir?,

Tablo 6: Televizyon İzlemekteki Asıl Amacınız Nedir?,

Tablo 7: Ne sıklıkla televizyon izliyorsunuz?,

Tablo 8: İnternete Ne Sıklıkla Bağlanıyorsunuz?,

Tablo 9: İnternette En çok Hangi Sitelere Giriyorsunuz?,

Tablo 10: Radyo Dinlemenizi Etkileyen Etmenler Nelerdir?,

Tablo 11: Radyoda En çok Dinlediğiniz Programlar Nelerdir?,

Tablo 12: Radyoda En çok Dinlediğiniz Müzik Türleri?

ÖNSÖZ	2
TABLO SORULARI	3
1. GİRİŞ	5
2. TABLOLAR	8
2.1. En Çok İzlediğiniz Medya Organı Hangisidir?	8
2.2. Sizi En Çok Bilgilendiren Medya Organı Hangisidir?	8
2.3. Gazete Okumadaki Asıl Amacınız Nedir?	9
2.4. Gazetede En Çok Okuduğunuz Bölümler Nelerdir?	10
2.5. Televizyonda En Çok İzlediğiniz Program Türleri hangileridir?	11
2.6. Televizyon İzlemedeki Asıl Amacınız nedir?	13
2.7. Ne Sıklıkla Televizyon İzliyorsunuz?	14
2.8. İnternette Ne Sıklıkla Bağlıyorsunuz?	15
2.9. İnternette En çok Hangi Sitelere Giriyorsunuz?	16
2.10. Radyo Dinlemenizi Etkileyen Etmenler Nelerdir?	17
2.11. Radyoda En çok Dinlediğiniz Programlar Nelerdir?	18
2.12. Radyoda En çok Dinlediğiniz Müzik türleri?	19
3. SONUÇ	21
KAYNAKLAR	23

1. GİRİŞ

Medya gündelik hayatımızın en önemli enformasyon unsuru haline gelmiştir. Günümüz insanı, kitle iletişim araçları sayesinde hayatını yönlendirip programlandırmaktadır. Medyanın yoğun olarak egemen olduğu modern toplumlarda insanlar artık e-maillerine bakmadan, gazete ve televizyona göz atmadan güne başlamamakta, giyimini kuşamını hava raporuna göre ayarlamakta, akşamki etkinliklerini televizyon veya sinemadaki programa göre yönlendirmektedir. Medya sadece kişinin bireysel ihtiyaçlarına yön vermemekte ayrıca toplumsal hayatın önde gelen unsurlarından olan ekonomik, siyasi, kültürel hayat üzerinde de önemli roller oynamaktadır. İnsanlar dünyayı medya kanalıyla öğrenmekte ve tanımaktadır. İnsanlar, tüm dünyadaki haber ve gelişmeleri medya aracılığıyla almakta ona göre ekonomik portfoyuüne yön vermekte hatta siyasal tercihlerinde bile medyadan etkilenmektedir. Enformasyon görevleri dışında medya bireylerin eğlence ihtiyacını karşılayan önemli bir unsur haline gelmiştir.

Kitle iletişim araçları yani medya artık toplumsal hayatımızın temel unsurlarından biri olmuştur. Böylesi önemli konuma gelen kitlesel iletişim araçlarının, iletişim ile toplumun değişik düzeyleri arasındaki etkileşimde oynadıkları toplumsal işlevler UNESCO komisyonu tarafından hazırlanan ve "Mac Bride Raporu" olarak bilenen çalışmada, sekiz başlık altında toplanmıştır. Bu işlevlerin yerine getirilme dereceleri ülkeden ülkeye farklılıklar göstermesine karşın, aşağıdaki sekiz ögenin tümüne her ülkede rastlanılabilmektedir. Haber ve bilgi sağlama: Kitle iletişim araçları olaylar ve koşullar hakkında haber ve bilgi aktararak, ulusal ve uluslar arası koşulların anlaşılmasını, bilerek tepkide bulunulmasını sağlayabilirler. Bu işlev, haberlerin, verilerin, imgelerin, görüş ve yorumların toplanmasını ve işlem görmesini içerir. Toplumsallaştırma: Bireylerin toplumları hakkında genel bilgi ve değerleri alabilmeleri ve toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmelerinde kitle iletişim araçlarının önemli yer tutmaktadırlar. Güdüleme: Toplumların kendilerine belirledikleri amaçları açıklayarak, özendirerek, bireyin topluluk yaşamına olduğu gibi, bu amaçlar için sarf edilen çabalara da katılmasını sağlarlar. Eğitim: Kitle iletişim araçları bilgi aktarırken, doğal olarak, toplum üyelerinin bilgi düzeylerini, yetenek ve becerilerini daha üst düzeye çıkarmalarına yardımcı olurlar. Tartışma ortamı hazırlama: Kitle iletişim araçları, bireye toplumun değerlerini aktarma ve onları toplumsal amaçlar yönünde harekete geçirmenin yanında hazırlayabilecekleri bir tartışma ortamı ile bu toplumsal değer ve amaçlara açıklık

kazandırabilirler, gelişmelerine katkıda bulunurlar. Tartışma ortamının ve ulaşılacak sentezin, bireylerin ve grupların katılımları ile gerçekleşmesi, onların bu amaç doğrultusunda seferber olmalarını da sağlayacaktır. Kültürün gelişmesine katkı: Kültürün, gerek tanıtımı ve geliştirilmesinde, gerekse kültür mirasının korunmasında kitle iletişim araçlarının önemli görevleri vardır. Eğlendirme: Kitle iletişim araçları, toplumsal yaşamın baskıcı temposundan bunalan insanlara, hoşça zaman geçirtme, dinlendirme imkanını daha ucuz ve çeşitlilik içinde sunabilirler. Bütünleştirme: Sayılan işlevlerin yerine getirilmesiyle toplumdaki bireyler, gruplar arasında ilişkiler gelişip, onların toplumlarını olduğu kadar birbirlerini de tanıması ve anlaması için bir ortam doğacaktır. Böylece kitle iletişim araçları, bütünleştirici bir misyonda yüklenmiş olacaklardır (<http://unesdoc.unesco.org>). Genel anlamıyla (bireysel veya kitlesel) iletişim bireysel ve toplumsal hayatımızın su, hava, gıda vb. ihtiyaçları gibi vazgeçilmez bir unsurudur. Schramm ve Porter, Lasswell'in ve Wright'ın daha önce yaptıkları analizlerden yararlanarak iletişimin işlevlerini toplumsal sistemin geneline siyasal ve ekonomik sistemlere göre (a.) Haberdar etme, (b). Eşgüdüm, (c). Kuşaklararası aktarma ve (d). Eğlence olmak üzere dört kategoride sınıflandırmaktadır (Zillioğlu, 1993:80). Buradan iletişimin toplumsal işlevlerini: Geçmiş sürdürmek ve güncelleştirmek, bugünü yaşayabilmek, geleceği güvence altına almak olarak ifade edebiliriz. Bu ilkeler kültürlere göre değişse de yalnız insana özgü bir zaman anlayışı içinde geçmiş, bugün ve gelecek arasında toplumsal boyutta kurduğu ilişkiyi yansıtmaktadır (Atabek&Dağtaş, 1998:297). Medya günümüz insanının hayatında bu kadar önemli yer tutarken onun, insanlar üzerindeki etkisini tespit eden araştırmalar yapmakta, iletişim biliminin en önemli konularından birini oluşturmuştur. Bazı araştırmalar medyanın insan davranışları üzerinde fazlaca etkisi olduğunu ortaya koyarken, bazı araştırmalar ise bunun hiçte böyle olmadığını kısaca izleyicinin medyadan istediğini aldığını bulgulamıştır. Bu hususta medyayı öğrenciler açısından ele almak için **“üniversite öğrencilerin medya tercihleri”** konulu bir çalışma yapılmış ve şu yöntemler kullanılmıştır.

Araştırma üniversite öğrencilerine anket yöntemiyle uygulanan on iki sorudan oluşmaktadır. Bu sorular yüz öğrenciye sorulmuş ve bu öğrenciler üzerinden genel bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Üniversite öğrencilerinin hangi medya araçlarını daha çok kullanıyorlar **problem**ile hazırlanan bu sorular ise; . En Çok İzlediğiniz Medya Organı Hangisidir?, En çok Bilgilendiren Medya Organı Hangisidir?, Gazete Okumadaki Asıl Amacınız nedir?, Gazetede En Çok Okuduğunuz Bölümler Nelerdir?, Televizyonda En Çok İzlediğiniz

Program Türleri Hangileridir?, Televizyon İzlemekteki Asıl Amacınız Nedir?, Ne sıklıkla televizyon izliyorsunuz?, İnternete Ne Sıklıkla Bağlanıyorsunuz?, İnternette En çok Hangi Sitelere Giriyorsunuz?, Radyo Dinlemenizi Etkileyen Etmenler Nelerdir?, Radyoda En çok Dinlediğiniz Programlar Nelerdir?, Radyoda En çok Dinlediğiniz Müzik Türleri? Şeklinde sorulan sorulardır.

Genel olarak üniversite öğrencileri kısıtlı imkanlar ve zaman sorunu nedeniyle yazılı medya araçlarını görsel medya araçlarından daha çok tercih etmektedirler. Yani gazete, dergi gibi medya araçlarını, tv vb. araçlardan daha çok tercih ediyorlar. Şeklinde çıkan **hipotezin** doğru olup olmadığı da anketlerden çıkan sonuçlarla tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. TABLOLAR

Tablo 2.1. En Çok İzlediğiniz Medya Organı Hangisidir?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Gazete	22	78	100	%22	%78	%100
Televizyon	51	49	100	%51	%49	%100
Radyo	3	97	100	%3	%97	%100
Kitap	8	92	100	%8	%92	%100
İnternet	43	57	100	%43	%57	%100
Sinema	2	98	100	%2	%98	%100

“En çok izlediğiniz medya organı hangisidir” sorusuyla öğrencilerin en çok hangi medya organını takip ettikleri “evet” ve “hayır” cevaplarıyla tespit edilmeye çalışılmıştır. Tabloda çıkan sonuçlara göre öğrencilerin % 51’i “televizyon”, % 43’ü “internet”, % 22’si “gazete”, % 8’i “kitap”, % 3’ü “radyo” ve % 2’si “sinema” sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bu da gösteriyor ki öğrencilerin en çok izledikleri medya organları arasında “televizyon” ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada ise; “internet” bulunmaktadır. En çok izlenenin üçüncü sırasını da “gazete” oluşturmaktadır. Diğerlerine bakıldığında ise; “kitap” % 8, “radyo” % 3 gibi düşük oranlarla takip edilmektedir. En az izlenen medya organına baktığımızda da %2’lik gibi bir oranla “sinema”nın yer aldığı görülüyor.

Tablo 2.2. Sizi En Çok Bilgilendiren Medya Organı Hangisidir?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Gazete	31	69	100	%31	%69	%100
Televizyon	26	74	100	%26	%74	%100
Radyo	1	99	100	%1	%99	%100

Kitap	6	94	100	%6	%94	%100
İnternet	53	47	100	%53	%47	%100
Sinema	3	97	100	%3	%97	%100

Üniversite öğrencilerini en çok hangi medya organının bilgilendirdiğini ortaya çıkarmak için hazırlanan bu soruda ise; % 53 oranıyla “internet” sonucuna ulaşılmıştır. Bu da öğrencileri en çok bilgilendiren medya organının internet olduğu sonucuna ulaşıyor. Bu rakamı % 31 ile “gazete” ikinci sırada takip ederken, üçüncü sırayı % 26 oranıyla “televizyon” izlemektedir.

Diğerler seçeneklere bakıldığında; “kitap” % 6, “sinema” % 3 ve “radyo” % 1 gibi çok düşük oranlarda bilgilendiren medya organları arasında yer almaktadır. Bu da gösteriyor ki öğrencilerin daha çok görsel ve işitsel işlev sunan medyayı daha çok tercih ettikleri sonucuna ulaşıyor.

Tablo 2.3. Gazete Okumadaki Asıl Amacınız Nedir?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Bilgilenmek	80	20	100	%80	%20	%100
Eğlenmek	1	99	100	%1	%99	%100
Sosyalleşmek	13	87	100	%13	%87	%100
Yalnızlığımı paylaşmak	1	99	100	%1	%99	%100
Vakit geçirmek	12	88	100	%12	%88	%100

Öğrencilerin gazete okumadaki asıl amaçlarının belirlenmesi için hazırlanan bu tabloda ise; % 80’lik gibi çok büyük bir oranla “bilgilenmek” sonucuna ulaşılmıştır. Bu da gösteriyor ki öğrencilerin çok büyük bir çoğunluğu gazeteyi bilgilenmek için okumaktadır.

Üniversite öğrencilerinin bu denli yüksek bir oranla "Bilgilenmek" için gazeteyi seçmeleri öğrencilerin kişisel olarak gelişimi, toplumsal olaylardan haberdar olması ve katılımı açısından çok önemli bir durumdur.

"Sosyalleşmek" % 13, "vakit geçirmek" % 12 gibi oranlarla az da olsa gazete okumadaki asıl amaçlar arasında yer almaktadır. "Eğlenmek" ve "Yalnızlığımı paylaşmak" seçeneklerine bakıldığında ise; % 1'lik gibi çok düşük bir oranda asıl okuma amaçları içinde yer almaktadır.

Tablo 2.4. Gazetede En Çok Okuduğunuz Bölümler Nelerdir?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Toplumsal Olaylar	45	55	100	%45	%55	%100
Spor	22	78	100	%22	%78	%100
Ekonomi	11	89	100	%11	%89	%100
İç Siyaset	36	64	100	%36	%64	%100
Dünya Haberleri	33	67	100	%33	%67	%100
Bulmaca	8	92	100	%8	%92	%100
Magazin	10	90	100	%10	%90	%100
Araştırma ve yazı dizileri	9	91	100	%9	%91	%100
Din ve Ahlak yazıları	3	97	100	%3	%97	%100
Köşe yazarları ve yazıları	28	72	100	%28	%72	%100

"Gazetede en çok okuduğunuz bölümler nelerdir?" sorusuyla öğrencilerin çoğunlukla hangi bölüme öncelikli ilgi gösterdikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Tablo 4'teki sonuçlara bakıldığında öğrencilerin, % 45'inin "Toplumsal olaylar" bölümünü okuduğu sonucuna ulaşıyor. "Toplumsal olaylar" bölümünden sonra % 36'lık oranla "İç siyaset" in geldiği görülüyor. Daha sonra % 33 oranla "Dünya haberleri" geliyor. "Köşe yazarları ve yazıları" % 28, "Spor" % 22, "Ekonomi" % 11 ve "Magazin" % 10'luk bir oranla takip ediliyor.

"Araştırma ve yazı dizileri" ne bakıldığında % 9, 'Bulmaca' ise; % 8'lik bir oran oluşturuyor. "Din ve Ahlak yazıları" na bakıldığında ise; % 3 oranla gazetede en çok okunulan bölümler arasında son sırada yer almaktadır.

Genel olarak bakıldığında gazetede ki bölümlerin okunmasıyla ilgili şunları söyleyebiliriz: öğrencilerin hemen yarısının gazetede ki "Toplumsal olaylar" bölümüne ilgi duyduğu görülmektedir. "İç siyaset, Dünya haberleri, Köşe yazarları ve yazıları" bölümlerine gösterilen ilgi ise; "Spor, Ekonomi, Magazin, Araştırma ve yazı dizileri, Bulmaca" ya gösterilen ilgiden fazladır. En çok okuduğunuz bölümler arasında en az ilgiyi gören seçenek ise; "Din ve Ahlak yazıları" olmuştur.

Tablo 2.5. Televizyonda En Çok İzlediğiniz Program Türleri hangileridir?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Haber bültenleri ve haber programları	60	40	100	%60	%40	%100
Spor	16	84	100	%16	%84	%100
Müzik – eğlence	14	86	100	%14	%86	%100
Tartışma programları	25	75	100	%25	%75	%100
Belgesel	18	82	100	%18	%82	%100
Sinema filmleri	19	81	100	%19	%81	%100
Yerli dizi filmler	21	79	100	%21	%79	%100
Çizgi film	5	95	100	%5	%95	%100
Magazin	6	94	100	%6	%94	%100

Din ve Ahlak programları	4	96	100	%4	%96	%100
Yabancı dizi filmler	8	92	100	%8	%92	%100
Evlilik programları	6	94	100	%6	%94	%100
Ekonomi programları	4	96	100	%4	%96	%100

Televizyonun kitle iletişim araçları içinde önemli bir yeri vardır. Görüntü ve hareketi aynı anda insanlara sunabilme özelliğinden dolayı insanlar arasında en çok tercih edilen medya organlarından biridir. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin televizyonlarda en çok tercih ettikleri program türlerini tespit etmek için yapılan bu tablodan şu sonuçlara ulaşılmıştır. % 60 oranında "Haber bültenleri ve haber programları" seçeneğiyle, öğrencilerin en çok tercih ettikleri program türleri arasında birinci sırada yer almaktadır. Diğer seçeneklere bakıldığında % 25 oranıyla "Tartışma programları" oluştururken, bunu % 21 oranıyla "Yerli dizi filmler" takip etmektedir. % 19 "Sinema filmleri", % 18 "Belgesel", % 16 "Spor" ve % 14 "Müzik ve eğlence" seçenekleri gelmektedir. Daha sonra bunları % 8 oranla "Yabancı dizi filmler", % 6'lık oranlarla "Magazin" ve "Evlilik programları" takip ederken, % 5 oranla "Çizgi filmler" yer almaktadır. Televizyonda en çok izlenen programlar arasında en az tercih edilenlere bakıldığında ise; % 4'lük oranlarla "Din ve Ahlak programları" ve "Ekonomi programları" yer alıyor.

Tabloya genel olarak bakıldığında ise; öğrencilerin en çok izledikleri program türleri arasında % 60'lık oranla "Haber bültenleri ve haber programları" oluşturuyor. Bu da gösteriyor ki öğrencilerin yarısından fazlasının en çok izlediği program türüdür. En çok izlenen program türleri arasında % 25 oranla "Tartışma programları" ikinci sırada yer almaktadır.

% 4 oranlarıyla en az izlenen program türleri ise; "Din ve Ahlak programları" ve "Ekonomi programları" oluyor. Bu da gösteriyor ki üniversite öğrencilerinin diğer program türlerine göre "Din ve Ahlak programları" ve "Ekonomi programları" nı fazla tercih etmediklerini göstermektedir.

Tablo 2.6. Televizyon İzlemedeki Asıl Amacınız nedir?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Bilgilenmek - Öğrenmek	64	36	100	%64	%30	%100
Eğlenmek	20	80	100	%20	%80	%100
Sosyalleşmek - çevreyle iletişim kurabilmek	3	97	100	%3	%97	%100
Yalnızlığımı gidermek	2	98	100	%2	%98	%100
Rahatlamak	6	94	100	%6	%94	%100
Can sıkıntısını gidermek	24	76	100	%24	%76	%100
Alışkanlık	4	96	100	%4	%96	%100

Televizyon izlemedeki asıl amacın belirlenmesi için sorulan bu soruda ise; gene öğrencilerin yarısından fazlasının yani % 64'ünün "Bilgilenmek – öğrenmek "seçeneğine " evet" diyerek, hemfikir bir durum oluşturdıkları görülüyor. Bunu % 24 oranıyla "Can sıkıntısını gidermek"" ve % 20 oranla "Eğlenmek" seçenekleri takip etmektedir.

Diğer asıl amaç seçeneklerine bakıldığında ise; % 6 oranla "Rahatlamak", % 4 oranla "Alışkanlık" ve % 3 oranla "Sosyalleşmek – çevreyle iletişim kurabilmek" gibi düşük rakamlar yer almaktadır. "Yalnızlığımı gidermek" seçeneği ise; % 2'lik gibi çok düşük bir oranla asıl amaçlar arasında son sırada yer almaktadır.

Üniversite öğrencilerinin televizyon izlemedeki asıl amaçlarına genel olarak bakıldığında ise; daha çok "Bilgilenmek ve öğrenmek" için izledikleri görülüyor. Bu seçeneğin diğer seçeneklere göre daha faydalı oluşu ve öğrencilerin yarısından fazlasının bu seçenekte hem fikir olması son derece olumlu bir sonuçtur. Öğrencilerin % 2'sinin "Yalnızlığımı gidermek" seçeneğine "evet" demesi ise; gösteriyor ki, üniversitede hemen yok denecek kadar az bir sayı bu amaç için televizyon izlemektedir.

Tablo 2.7. Ne Sıklıkla Televizyon İzliyorsunuz?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Günde 1-2 saat	28	72	100	%28	%72	%100
Günde 3-4 saat	25	75	100	%25	%75	%100
Günde 4 saat ve üzeri	11	89	100	%11	%89	%100
Haftada 1-2 kez veya üzeri	15	85	100	%15	%85	%100
Bazen	19	81	100	%19	%81	%100
Hiç izlemem	4	96	100	%4	%96	%100

Üniversite öğrencilerinin ne sıklıkla televizyon izlediklerini ortaya çıkarmak için düzenlenmiş olan bu tablodan çıkan sonuçlara göre, öğrencilerin % 28'inin "Günde 1-2 saat" seçeneğiyle düzenli bir televizyon izleme alışkanlığına sahip olduklarını görüyor. Bu oranı %25 ile öğrencilerin seçmiş oldukları "Günde 1-2 saat" seçeneği takip etmektedir. Bu da gösteriyor ki "günde 1-2 saat" izleme seçeneğiyle, "Günde 3-4 saat" seçenekleri arasında çok büyük bir fark olmadığını ve öğrencilerin bu 2 oran arasındaki saat dilimlerinde televizyon izlediklerini gösteriyor.

Diğer seçeneklere bakıldığında ise; % 19 oranla "Bazen", % 15 oranla "Haftada 1-2 kez ve üzeri" gelmektedir. % 11 oranıyla bunları "Günde 4 saat ve üzeri" takip ederken, % 4'lük gibi çok düşük bir oranla "Hiç izlemem" seçeneği yer almaktadır.

Ne sıklıkla televizyon izlendiğine genel olarak bakıldığında öğrencilerin televizyon izlemeye pek fazla önem vermedikleri görülüyor. Ancak bu durum öğrencilerin televizyon izlemedikleri anlamına gelmiyor. Günde 1-2 saat izleyenlerin oranı % 28 iken, bu oranı %25'le "Günde 3-4 saat" seçeneği takip etmektedir. Televizyonu hiç izlemeyenler ise; % 4'lük gibi bir oran oluşturmaktadır.

Tablo 2.8. İnternette Ne Sıklıkla Bağlanıyorsunuz?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Hiç girmem	1	99	100	%2	%98	%100
Ayda bir	2	98	100	%1	%99	%100
On beş günde bir	4	96	100	%4	%96	%100
Haftada bir	6	94	100	%6	%94	%100
Haftada 2-3 kez	12	88	100	%12	%88	%100
Günde 1-2 saat	41	59	100	%41	%59	%100
Günde 3-4 saat	15	85	100	%15	%85	%100
Günde 5-6 saat	10	90	100	%10	%90	%100
Günde 7-8 saat	2	98	100	%2	%98	%100
Günde 8 saat ve üzeri	7	93	100	%7	%93	%100

Üniversite öğrencilerinin ne sıklıkla internete bağlandığını ortaya çıkarmak için hazırlanan bu tabloda ise; öğrencilerin hemen hepsinin interneti kullandıkları görülüyor. Bu kullanımın süre zarfında değerlendirilmesine bakıldığında % 41 oranla "Günde 1-2 saat" seçeneğinin ilk sırada yer aldığı görülüyor. Bu da gösteriyor ki öğrencilerin diğer seçeneklere oranla büyük bir çoğunluğu "Günde 1-2 saat" internete bağlanmaktadır.

Diğerlerinde ise; bu bağlanma sıklığını % 15 oranla "Günde 3-4 saat" seçeneği takip ederken, Öğrencilerin % 12'si ise; "Haftada 2-3 kez" cevabıyla bağlanma sıklığının üçüncü sırasında yer almaktadır. Daha sonra bunları % 10 oranıyla "Günde 5-6 saat", % 7 oranıyla "Günde 8 saat ve üzeri" ve % 6 oranıyla "Haftada bir" seçenekleri takip etmektedir. % 2'lik oranlarıyla "Ayda bir" ve "Günde 7-8 saat" seçenekleri ise; bağlanma sıklığında bunlardan sonra yer almaktadır. İnternette hiç girmeyen öğrencilere bakıldığında; % 1'lik gibi yok denecek bir oranda yer almaktadır.

Tabladan genel olarak çıkarılan sonuca bakıldığında. Öğrencilerin % 41'i yani yarısına yakın bir bölümü "Günde 1-2 saat" internete bağlanmaktadır. Diğer seçenekte bağlanma sıklıkları oransal olarak değişse de hemen hepsinin son dönemde insanlar için büyük bir

önem taşıyan internete bağlandığı görülmektedir. Günümüz en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan interneti, çok az da olsa % 1'lik bir oran hiç kullanmamaktadır.

Tablo 2.9. İnternette En çok Hangi Sitelere Giriyorsunuz?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Haber ve gazete siteleri	47	53	100	%	%	%100
Spor	17	83	100	%	%	%100
Müzik - eğlence - fan kulüp vb.	18	82	100	%	%	%100
Forum – tartışma	13	87	100	%	%	%100
Bilimsel veri tabanları	11	89	100	%	%	%100
Sinema ve film izleme	16	84	100	%	%	%100
Tartışma	3	97	100	%	%	%100
Arama motorları	21	79	100	%	%	%100
Erotik – porno vb. siteler	8	92	100	%	%	%100
Chat ve arkadaşlık siteleri	14	86	100	%	%	%100
Din ve Ahlak siteleri	3	97	100	%	%	%100
Okul vb. resmi işlemler için	10	90	100	%	%	%100
E-mail – iletişim amaçlı	24	76	100	%	%	%100
Ödev	23	77	100	%	%	%100

“İnternette en çok hangi sitelere giriyorsunuz?” sorusuyla öğrencilerin en çok ziyaret ettikleri siteler tespit edilmeye çalışılmıştır. Tablodan çıkan sonuçlara göre, öğrencilerin % 47’

si "Haber ve gazete" sitelerini ziyaret etmektedir. Bunu % 24 oranıyla "E-mail – iletişim amaçlı" takip etmektedir. % 23 oranla "Ödev" sayfaları bunlardan sonra gelmektedir.

Diğer seçeneklere bakıldığında % 21 oranla "Arama motorları", % 18 "Müzik –eğlence – fan kulüp vb.", % 17 "Spor" ve % 16 oranlarıyla "Sinema ve film izleme" siteleri takip etmektedir. Sonraki bölümlere bakıldığında , % 14 oranla "Chat ve arkadaşlık siteleri", % 13 oranla "Form – tartışma", % 11 oranla "Bilimsel veri tabanları", % 10 oranla "Okul vb. resmi işlemler için" ve % 8 oranıyla "Erotik – porno vb. siteler" seçenekleri gelmektedir.

Öğrencilerin en çok tercih ettikleri internet sitelerinin en düşük oranını oluşturan seçenekler ise; % 3 oranlarıyla "Tartışma". "Din ve Ahlak siteleri" bölümleridir.

Tabloya genel olarak bakıldığında özetle şunlar söylenebilir; öğrencilerin çoğu yani hemen hemen yarısı % 47'lik gibi bir oranla en çok "Haber ve gazete siteleri"ni tercih etmektedir. Bu da diğer seçeneklere oranla büyük bir çoğunluğu oluşturmaktadır.

Diğer bölümlere gösterilen ilgiler ise; birbirleri arasında farklılıklar gösterse de, en çok tercih edilenler listesinde tercih edilenler arsında yer almaktadır. İnternette en çok tercih edilen siteler arasında % 3'lük oranlarla yer alan "Tartışma" ve "Din – Ahlak siteleri" ise; üniversite öğrencilerini diğer sitelere oranla pek tercih etmedikleri seçenekleri oluşturmaktadırlar.

Tablo 2.10. Radyo Dinlemenizi Etkileyen Etmenler Nelerdir?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Alışkanlık haline gelmesi	15	85	100	%15	%85	%100
Diğer etkinlikleri engellememesi	11	89	100	%11	%89	%100
Dinleme kolaylığı	24	76	100	%24	%76	%100
Ekonomik yük getirmemesi	0	100	100	%0	%100	%100
Diğer etkinlikleri sıkılmadan	28	72	100	%28	%72	%100

yapmaya olanak vermesi						
Zaman geçirmek	29	71	100	%29	%71	%100

Radyo dinlememizi etkileyen en önemli etmenin ortaya çıkarılması için yapılan bu tabloya göre; en önemli etmen, % 29 oranıyla "Zaman geçirmek" seçeneğidir. Bunu % 28 gibi çok yakın bir oranla takip eden "Diğer etkinlikleri sıkılmadan yapmaya olanak vermesi" seçeneği oluşturmaktadır.

"Dinleme kolaylığı" ise; % 24'lük oranıyla, "Alışkanlık haline gelmesi" % 15'lik oranıyla ve "Diğer etkinlikleri engellememesi" % 11'lik oranıyla bunlardan sonra gelen diğer seçeneklerdir. "Ekonomik yük getirmemesi" seçeneği ise; öğrencilerin radyo dinlemelerini etkileyen seçenekler arasında öğrencilerin hiç tercih etmedikleri bir seçenektir.

Tablodan genel olarak çıkarılan sonuca bakıldığında ise; diğer seçeneklere oranla öğrencilerin en çok tercih ettikleri % 29 oranıyla "Zaman geçirmek" ve % 28 oranıyla "Diğer etkinlikleri sıkılmadan yapmaya olanak vermesi" bölümleri olmuştur.

"Dinleme kolaylığı" ise; % 24'lük gibi azımsanmayacak bir oranla tabloda dinlemede etkili olan etmenler arasında üçüncü sırada yer almaktadır. "Ekonomik yük getirmemesi" seçeneğine öğrencilerin % 100 "Hayır" diyerek, radyo dinlemelerini etkileyen etmenler arasında hiç tercih etmedikleri bir seçenek olmuştur.

Tablo 2.11. Radyoda En çok Dinlediğiniz Programlar Nelerdir?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Haber ve haber programları	23	77	100	%23	%77	%100
Müzik programları	75	25	100	%75	%25	%100
Eğitim ve kültür programları	11	89	100	%11	%89	%100

Spor programları	6	94	100	%6	%94	%100
Yarışma programları	1	99	100	%1	%99	%100
Radyo tiyatroları	1	99	100	%1	%99	%100

Radyoda en çok dinlenen programların tespiti için hazırlanan bu tablodaya; üniversite öğrencilerinin % 75'lik gibi çok yüksek bir oranı "Müzik programları" seçeneğini tercih etmektedir. Diğerlerinde bakıldığında, % 23 oranıyla "Haber ve haber programları" gelmektedir. "Eğitim ve kültür programları" % 11, "Spor programları" % 6 oranlarıyla bunlarda sonra gelen seçeneklerdir. "Yarışma programları" ve "Radyo Tiyatroları" % 1'lik gibi çok düşük rakamlarla öğrencilerin en az dinledikleri programlardır.

Tablonun geneline bakıldığında şöyle bir sonuca ulaşılabilir; üniversite öğrencilerinin radyoda en çok dinledikleri programlar "Müzik programları"dır. "Haber ve haber programları" ise; "Müzik programları"na oranla az olsa da en çok tercih edilen programlarda arasında "Müzik programları"ndan sonra gelmektedir. "Yarışma programları" ve "Radyo tiyatroları" % 1'lik oranlarıyla en çok dinlenen programlar arasında yok denecek kadar az bir oranla yer alan programlardır.

Tablo 2.12. Radyoda En çok Dinlediğiniz Müzik türleri?

	Kişiler			Yüzde %		
	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
Türk halk müziği	17	83	100	%17	%83	%100
Türk sanat müziği	8	92	100	%8	%92	%100
Özgün müzik	44	56	100	%44	%56	%100
Anadolu müziği	12	88	100	%12	%88	%100
Batı müziği	12	88	100	%12	%88	%100

Klasik batı müziği	8	92	100	%8	%92	%100
Caz müziği	2	98	100	%2	%98	%100
Opera - bale	6	94	100	%6	%94	%100
Diğer (.....)	27	73	100	%27	%73	%100

Bu tabloda ise; üniversite öğrencilerinin radyoda en çok dinledikleri müzik türleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çıkan sonuçlarda görüldüğü gibi birinci sırayı % 44 gibi yüksek bir oranıyla “Özgün müzik” oluşturmaktadır.

Bunu % 27 oranıyla “Diğer” seçeneği takip etmektedir. “Türk halk müziği” % 17, “Anadolu müziği” ve “Batı müziği” % 12 oranlarıyla bunlardan sonra gelen diğer müzik türleridir. Bu türleri de % 8 oranlarıyla “Türk sanat müziği”, “Klasik batı müziği” ve % 6 oranıyla “Opera – bale” takip etmektedir. Öğrencilerin en az dinledikleri müzik türleri içinde ise; “Caz müziği” % 2’lik oranıyla ilk sırada yer almaktadır.

Tablodan çıkan genel sonuca bakıldığında; üniversite öğrencilerin en çok dinledikleri müzik türünün % 44 oranıyla “Özgün müzik” olduğu görüyor. En çok dinlenenler müzik türlerinin içinde % 27’lik oranıyla ikinci sırasını oluşturan “Diğer” seçeneğine bakıldığında ise; bunun içinde “Türkçe ve yabancı pop, Kürtçe müzikler, Rack, Slow parçalar vb.” müzik türlerinin yer almaktadır. “Caz müziği”nde ise; çıkan % 2’lik oran gösteriyor ki üniversite öğrencileri bu müzik türünü pek tercih etmemektedir.

3. SONUÇ

“Üniversite öğrencilerinin medya tercihleri”ne ilişkin yapılan bu çalışma, öğrencilerin medya tercihleri konusunda gösterdikleri eğilimleri belli yönleriyle ortaya koymaya çalışmış ve şu sonuçlara ulaşmıştır

* Üniversite öğrencilerin en çok izledikleri medya organları arasında “televizyon” ilk sırada yer alırken, “internet” ise; ondan sonra gelmektedir. En az izlenen medya organına baktığındaysa; “sinema”nın yer aldığı görülüyor.

* Üniversite öğrencileri bilgilenecek için en çok “interneti” tercih etmektedirler. Bu da gösteriyor ki öğrencileri en çok bilgilendiren medya organı “internet”tir. Öğrencilerin en çok tercih ettikleri diğer medya organı ise; “gazete”dir.

* Öğrencilerin gazete okumadaki asıl amaçlarının “bilgilenecek” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu da gösteriyor ki öğrencilerin çok büyük bir çoğunluğu gazeteyi bilgilenecek için okumaktadır.

* Üniversite öğrencilerin hemen yarısının gazetede “Toplumsal olaylar” bölümüne ilgi duyduğu görülmektedir. “İç siyaset, Dünya haberleri, Köşe yazarları ve yazıları” bölümlerine gösterilen ilgi ise; “Spor, Ekonomi, Magazin, Araştırma ve yazı dizileri, Bulmaca” ya gösterilen ilgiden fazladır. En az ilgiyi gören seçenek ise; “Din ve Ahlak yazıları” olmuştur.

* Üniversite öğrencilerin televizyonda en çok izledikleri program türleri “Haber bültenleri ve haber programları”dır. Bu da öğrencilerin yarısından fazlası gibi büyük bir oran oluşturmaktadır. Ayrıca üniversite öğrencileri, diğer program türlerine göre “Din ve Ahlak programları” ve “Ekonomi programları” nı fazla tercih etmemektedirler.

* Üniversite öğrencilerinin televizyon izlemedeki asıl amaçlarına genel olarak bakıldığında ise; “Bilgilenecek ve öğrenmek” için izledikleri görülüyor. Bu seçeneğin diğer seçeneklere göre daha faydalı oluşu ve öğrencilerin yarısından fazlasının bu seçenekte hem fikir olması da son derece olumlu bir sonuçtur.

* Öğrencilerin televizyon izlemeye pek fazla önem vermedikleri görülmektedir. Ancak bu durum öğrencilerin televizyon izlemedikleri anlamına gelmemektedir. Bunu da

seçeneklerde çıkan “Günde 1-2 saat” ve “Günde 3-4 saat” seçenekleri ile açıkça göstermektedir.

* Üniversite ğrencilerinin yarısına yakın bir bölümü “Günde 1-2 saat” internete bağlanmaktadır. Öğrencilerin internete bağlanma sıklıkları oransal olarak farklılık gösterse de hemen hepsinin son dönemde insanlar için büyük bir önem taşıyan internete bağlandığı görülmektedir. Günümüz en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan interneti, çok az da olsa hiç kullanmayan öğrenciler de bulunmaktadır.

* Öğrencilerin çoğu yani hemen yarısı en çok “Haber ve gazete siteleri”ni tercih etmektedir. Bu da diğer seçeneklere oranla büyük bir çoğunluğu oluşturmaktadır. “Tartışma” ve “Din – Ahlak siteleri” ise; niversite öğrencilerini pek tercih etmedikleri seçenekleri oluşturmaktadırlar.

* Öğrencilerin radyo dinlemelerinde etkili olan etmenler “Zaman geçirmek” ve “Diğer etkinlikleri sıklımadan yapmaya olanak vermesi” seçenekleri ile en çok tercih edilen bölümlerdir. “Ekonomik yük getirmemesi” seçeneğinde ise; ğrencilerin % 100 “Hayır” diyerek, radyo dinlemelerini etkileyen etmenler arasında hiç tercih etmedikleri bir seçenek olmuştur.

* Üniversite ğrencilerinin radyoda en çok dinledikleri programlar “Müzik programları”dır. “Haber ve haber programları” ise; “Müzik programları”na oranla az olsa da en çok tercih edilen programlarda arasında “Müzik programları”ndan sonra gelmektedir. “Yarışma programları” ve “Radyo tiyatroları” en çok dinlenen programlar arasında yok denecek kadar az bir yer kaplamaktadır.

* Üniversite ğrencilerin en çok dinledikleri müzik türünün “zgn müzik” olduğu görülmektedir. En çok dinlenenler müzik türlerinin içinde ikinci sırasını oluşturan “Diğer” seçeneğinin içinde ise; “Türkçe ve yabancı pop, Kürtçe müzikler, Rack, Slow parçalar vb.” müzik türlerinin yer almaktadır. “Caz müziği” ise; öğrencilerin çok fazla tercih etmedikleri bir türüdür.

KAYNAKLAR

Aziz, Aysel. Radyo Ve Televizyona Giriş, Ankara Üni. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları (1976)

Zıllıoğlu, Z. Merih. İletişim Nedir?, Cem Yayıncılık (2003)

Şenyapılı, Önder, Toplum ve iletişim, Turhan Kitapevi (1981)

Karasar, Niyazi. Bilimsel Araştırma Yöntemi, Matbaş Matbaacılık (1982)

WEP 1: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN RADYO, TELEVİZYON, SİNEMA VE TİYATRO İZLEME
ALİŞKANLIKLARI

<http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/510/6263.pdf>

WEB 2: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN MEDYA KULLANMA ALİŞKANLIKLARI ÜZERİNE BİR ANALİZ

http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler/%C4%B0brahim%20TORUK/TORUK,%20%C4%B0BRAH%C4%B0M.pdf