



## KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA YER ALAN TERÖR VE ŞİDDET İÇEREN MESAJLARIN BİREYLERİN DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: KARAMAN İLİ ÖRNEĞİ\*

Dr. Fadime DİLBER\*\*

### Öz

Küreselleşen dünyamızda bireyler her bilgiye çok kısa bir sürede ulaşma imkânına kavuşmaktadırlar. Özellikle iletişimin kitleselleşmesi bilgiye ulaşmayı kolaylaştıran en önemli unsurlardan biri olmuştur. Kitle iletişim araçlarının bu özelliği ile dünyada ve ülkemizde yaşanan olaylardan anında ve görsel olarak bilgi sahibi olmaktayız. Kitle iletişim araçları, bilgi aktarımının yanında bireylerin ve toplumun yapısında sosyal davranış değişikliklerinin oluşmasına neden olabilmektedir. Kitle iletişim araçları, bireylere yeni yaşam modelleri sunarak, yeni beklentilerin, duyguların, düşüncelerin, değerlerin, inançların, tutumların ve eylemlerin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Günümüzde hızla artan iletişim araçlarının yoğun mesajlarına maruz kaldıkları inkâr edilemez bir gerçektir.

Dünyada ve ülkemizde en önemli problemlerden biri de terör ve şiddettir. Son günlere yoğun bir şekilde yaşadığımız bu olaylar toplumumuzu fazlasıyla etkilemektedir. Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet mesajları bireyleri farklı düzeylerde olmak kaydıyla etkilemektedir. Bu bağlamda çalışmamızın konusu olan kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına nasıl bir etki ettiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada alan araştırması yapılmıştır. Sonuçlar elde edilen verilerle açıklanmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** kitle iletişim araçları, terör ve şiddet, birey, davranış

### Abstract

#### "MASS MEDIA THE EFFECT OF TERROR AND VIOLENCE THE MESSAGES CONTAINING THE BEHAVIOR OF INDIVIDUALS: KARAMAN SAMPLE"

In our globalized world, individuals (veya people) have gained to achieve the opportunity of all information in a very short time. In particular, massification of communication has been one of the most important elements that make it easy to reach the knowledge. With this feature of the mass media we are instantly informed by visual information for events taking place in our country and the world.

Besides mass media transfers information, it can lead to the formation of the social behaviour of individuals and societies change in structure.

Mass media, providing new models of life for individuals, new expectations, feelings, thoughts, values, beliefs, and contributes to the formation of attitudes and actions.

Today, the rapidly growing media exposed to intense message is undeniable fact. One of the most important problems in the world and our country is terror and violence. We have heavily lived these events in recent days, they affect our society too. The terror and violence messages located on mass media effects to individuals with the condition to be at different levels. Subject of our study aims to demonstrate how the messages including terrorism and violence in the mass media had an impact on the behavior of individuals. This study was conducted field research. The results were explained by the data obtained.

**Key Words:** Mass Media, terror and Violence,

\* Bu çalışma Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi kapsamında desteklenmiştir. Tamamlanan proje çalışmasıdır.

\*\* Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu. fdilber@hotmail.com



## GİRİŞ

Günümüzde hızla değişen teknoloji, kitle iletişim araçlarını da değiştirip geliştirirken hayatın her alanında etkili kılmış, yaşamın vazgeçilmez bir unsuru yapmıştır. Kitle iletişim araçları, yaşadığımız yüzyılda etkin bir şekilde bireylerin yaşamlarına girmiştir. Toplumsallaşma ve sosyal yaşam içinde değişimin önemli etkenlerinden birisi haline gelmişlerdir.

Kitle iletişim araçları kanalıyla mesajların bireylere ulaştırılması ve bireylerin bunu kullanması önem kazanmıştır. Ancak bu önemlilik her şeyden önce ortamdaki gelişmelerden haberdar olmayı gerektirmektedir. Günümüzde en kolay ve en yaygın haber verme araçları ise, kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçlarıyla her seviyedeki kültürel ürün, düşünce, bilgi, tarihin hiç bir döneminde gerçekleşmediği kadarıyla geniş bir kitleye ulaşabilir duruma gelmiştir.

Bireylerin sosyal çevreleri içinde birçok fonksiyona sahip olmaları, onların aynı zamanda toplum içindeki davranışlarını etkilemektedir. Bireyler bu çevre içinde toplumda meydana gelen tüm dış etkilere açık hale getirmektedir. Kitle iletişim araçları toplumları yönlendirerek bireylere yeni yaşam modelleri sunarak, onların fikirlerinde, inançlarına, tutum ve davranışlarına yön vermelerinde ve ikna etme gücüne bakıldığında etkin bir güce sahip olduğu görülmektedir. Özellikle televizyon, internet, video oyunları vb. gibi görsel ve işitsel yönü güçlü mecraların daha fazla etkili olduğu söylenebilir. Günümüzde bireyler boş zamanlarını geçirmek ve eğlenmek için kitle iletişim araçlarına yönelmektedirler. Kitle iletişim araçları bireylerin yaşamlarını kolaylaştırırken, olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir.

Günümüzde dünyada ve ülkemizde bireyler sosyal yaşantıları içinde yaşanan terör ve şiddet olaylarını son dönemde sıkça yaşamakta ve bireyler bu olayları an be an izlemekte ya da yaşamaktadır. Bireylerin yaşadıkları olumsuz ortam kendi gerçekliği ile bir etki oluşturmakta ve kitle iletişim araçlarında yer alan terör, kan, şiddet, saldırganlık ve ahlak normlarını zedeleyici programların olması bireylerin gün boyu farklı sürelerde de olsa bu tür mesajlara maruz kalması günlük yaşamlarına farklı düzeylerde de olsa bir etki yaptığını söylemek mümkündür.

Bu bağlamda araştırmamızın ana unsuru bireylerin sosyal yaşantılarına ve davranışlarını kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların ne düzeyde etkilediğini ortaya koymak adına model çalışma olarak ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kitle iletişim araçlarının teorik bilgisi verilirken; ikinci bölümde ise kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların ne düzeyde etkilediğini ortaya koymak adına anket çalışmasına yer verilmiştir. Elde edilen veriler istatistikî açıdan değerlendirilerek çıkan veriler tablolar halinde hazırlanmış; sonrasında ise elde edilen sonuçlar ışığında açıklamalarda bulunulmuştur.



## 1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

İletişim, Latince'deki “communis” kelimesinden türetilmiş “communication” kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. Birey ile bireyler arasında yapılan anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenimi, yeniden gönderimi, yeniden alımı ve yeniden işlenim süreci olarak ifade edilen iletişim terimi, communication sözünün temelindeki toplumsallaşma anlamını ifade etmektedir. Oysa Latince'deki anlamı, communa, de communis, communicare gibi kelimelerden anlaşılacağı gibi, bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği, iştirak haline gelmiş olmayı kapsamakta, dolayısı ile iletişimi hem bireyler arasında bir süreç olarak, hem de bunlar aracılığı ile toplumsal düzeyde bir süreç olarak ifade edebilmektedir (Oskay Ü. , 1993:309-310).

XX. yüzyılda teknolojiye büyük gelişmelere paralel olarak iletişim araçları da söz konusu teknik gelişmelerden nasibini almış ve kitle iletişim olgusu giderek önem kazanmıştır. “kitle iletişimi” (mass communication), İletişimden farklılık gösteren bir kavramdır. Buradan hareketle, kitle iletişimi kısaca enformasyon, düşünce ve tutumların geniş bir kitleye teknik aygıtlarla iletilmesi sürecidir (Yumlu, 1994:16).

Kitle iletişim araçları teknolojilerinin özellikle günümüzde çok hızlı gelişmesi, insanların dünyanın her tarafındaki olaylardan anında haberdar olmasına, her türlü konu hakkında daha kolay ve çok düşük maliyetle bilgilenmesine sebep olmuştur. Bu durum, çoğu insanın günlük hayatındaki olaylara bakış açısını değiştirmekte ve karar verme sürecini de etkilemektedir (Kalender, 2005:106).

Kitle iletişim araçları, toplumsal yaşamda insanların günlük hayatlarında vazgeçemediklerinin başında gelmektedir. Kitle iletişim araçları yapıları itibariyle topluma birçok hizmetler sunmaktadır. Bunlar bireylerin kendi yaşadıkları toplumla ilgili bilgilerle birlikte diğer ülkelerde gelişen haberleri almakta, dinlenme, eğlenme, eğitime, denetleme ve toplumsallaştırma gibi fonksiyonları taşıdığından artık bireyler için vazgeçilmez duruma geldiğini ifade edebiliriz (Taşdemir, 2002:83).

Günümüzde son derece önemli ve etkili olan kitle iletişim araçlarının bir takım işlevleri mevcuttur. Bu konuda farklı açıklamaların yapıldığı görülmektedir. Bunların her birine değinmek yerine MacBride'in ‘Birçok Ses Tek Bir Dünya’ isimli raporunda belirttiği gibi iletişimin işlevleri sekiz başlık altında toplanmıştır. Bunlar; habercilik, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma-diyalog, eğitim, kültürel geliştirme, eğlence ve bütünleştirme işlevleridir. İletişimin temel amacı ve işlevi insanlar arasında ortaklık yaratma biçiminde algılanmaktadır. Bu değerlendirmeler ülkeden ülkeye değişkenlik göstermesine karşın bu işlevler geçerliliğini korumaktadır (Bülbül, 2001:61).

Kitle iletişim araçları, bireylerin duygu, düşünce ve inançları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Arslan'a göre, kitle iletişim araçları, ortaya çıkan kültürel üretimi geniş halk kitlelerine yayma ve onları benimsemelerini ve benimsenen davranışları pekiştirmeye yardımcı olma işlevine sahiptir. Bu yayma işleminde amaç, farklı mesajları farklı insanlara taşıyarak toplumsallaşmayı sağlamaktadırlar (Aslan, 2004:4a).

Berelson ve Janowitz kitle iletişim araçlarının temel görevlerini şöyle sıralamaktadırlar.



Günlük gelişme, olay ve olguları doğru, tam ve mantıklı bir biçimde sunma, Düşünce, kanaat ve eleştirilerin değiş tokuş edilmesine aracılık eden bir forum olma, Toplumsal grupların kanaat ve tavırlarını birbirlerine duyurabilmelerine imkân sağlama, Toplumsal amaç değerleri sunup, açıklayabilme,

Habercilik işlevi, kitle iletişim araçlarının temel ve en bilinen işlevidir. Gazetelerin sayfalarında, radyoların ve televizyonların haber saatlerinde verdikleri bilgiler bu işlevin bir göstergesidir (Savaş, 2004).

Kitle iletişim araçları, insanların toplum içinde varlığını sürdürebilmesi için gerekli olan toplumsallaşmayı sağlaması; toplumun maddi ve manevi temellerinin topluluk üyelerine aktarılması ve aktarılanların onlar tarafından öğrenilmesini sağlamaktadır (Yüksel, 2001:7).

Kişilerin günlük hayatlarında ilgili oldukları her konuda bilgi edinmeleri, öğrenmeleri, öğrendikleri konularda yorum, inceleme ve eleştiride bulunmaları bireylerin en doğal haklarıdır. Bu da topluma ve bireylere olayların duyurulması ile mümkün olmaktadır. Bu duyurma işlevini de etkin bir şekilde kitle iletişim araçları gerçekleştirmektedir. Genel olarak kitle iletişim araçlarının gazete, dergi, televizyon, radyo, kitap, billboardlar, internet gibi iletişim araçlarını kapsadığı söylenebilir. Kitle iletişim araçlarının tasnifini üç şekilde yapmak mümkündür; Görsel araçlar, İşitsel araçlar ve Görsel-İşitsel araçlar.

Kitle iletişim araçlarının toplumda üstlendiği fonksiyonlar aynı olmakla birlikte, birbirine oranla etkili oldukları değişik yer ve zamanlar bulunmaktadır. Bunlardan biri olan yazılı araçlar özellikle gazete, kişiye dilediği hızda ilerleme, materyale ise istenildiği kadar sunulabilme, istenilen uzunlukta ele alınabilme imkânı tanımaktadır. Kitle iletişim araçları toplum ve dünyada olan olaylar ve şartlar hakkında bilgi sağlamak ve güç ilişkilerini işaret etmek, yenilik, uyum ve ilerlemeyi kolaylaştırmaktadır (Kalender, 2005:106-108).

Güz'e göre, kitle iletişim araçları, ekonomik kurumlardır. Bu da kitle iletişim araçları arasında bir rekabete neden olmaktadır. Bu rekabet kitle iletişim araçlarının dikkat çekmek ve yönetmek, insanları etkilemek ve yönlendirmek, düşünce ve tutumları değiştirmek gibi uygulamalara sahip olmasına neden olmaktadır (Güz, 1995:114).

Günümüzde kitle iletişim araçları; iletişimin ayrılmaz parçaları durumuna gelmiştir. Bu elektronik iletişim araçları, günümüzde, kurduğu haberleşme ağıyla kültürü de yaygınlaştırmış; dünyamızı Mc. Luhan'ın deyişiyle 'küresel bir köy'e dönüştürmüştür. Kitle iletişim araçları, genel bir tanımla 'kitlesele bir boyutta ileti dağıtabilen araçlar' olarak tanımlanabilmektedir (Özkök, 1985:93).

Kitle iletişim araçları, toplumda etki, denetim ve yeniliklerin potansiyel araçları olarak güç kaynağı, çoğu toplumsal kurumun çalışması için gerekli bilgilerin kaynağı ve aktarım aracıdır. Ulusal ve uluslararası toplumsal yaşamın yer aldığı bir konum, bir arena görünümündedirler. Toplumsal gerçekliğin imgeleri ve tanımları için referans olarak kullanılırlar. Etkili performans sergileme için en elverişli ve kısa yoldur. Toplumun ve grupların değerlerinin oluşturulduğu, saklandığı ve açıkça görünür kılındığı temel bir



kaynaktır. Toplumsal anlam sisteminde nelerin normal olduğunu ve normlara uygun anlamların dolaşımını belirleyen bir kaynaktır (Türkoğlu, 2003:35-36).

Kitle iletişim araçları, toplumları yönlendirme, kültürü şekillendirerek yayma ve gelecek kuşaklara aktarma noktasında büyük öneme sahiptir. Kitle iletişim araçları, inanç ve fikirleri ikna etmek, dikkat çekmek, yöneltmek gibi etkiler açısından bakıldığında; çok yaygın bir biçimde gücün etkili elemanları olarak göz önünde tutulur. Günümüzde insanlar, televizyondan gördükleri, radyodan işittikleri ve gazeteden okudukları ile iyi bir yaşam biçimi ve toplumun politikası hakkında bilgi sahibi olmakta ve başkalarına olan tutumlarını bu araçlara göre ayarlamaktadırlar. Diğer bir deyimle kitle iletişim araçları, insanın dünya görüşünü, tutum ve davranışlarını etkilemekte ve diğer bildirimler ile insanları belirli bir yönde değiştirmektedir. Bütün kitle iletişim araçları ortak nokta, toplumdaki insanların düşüncelerini etkileyerek, belli bir senteze kavuşturmak ve ortak bir davranış biçimi kazandırmaktır (Kara, 2011:5).

Günümüzde teknolojik gelişmeler çok hızlı gelişmektedir. Kitle iletişim araçları da bu gelişmelerden fazlasıyla etkilenmektedir. İnsanlığa bilgi aktarımı, haber verme işlevini, büyük bir kitle ulaşarak fazlasıyla yerine getirmektedir. Bu işlevi yerine getirirken bireylere kolaylıklar sağlarken, aynı zamanda olumsuz yönleri de ortaya çıkmaktadır.

Kitle iletişim araçları, bilgi aktarımının yanında bireylerin ve toplumun yapısında sosyal davranış değişikliklerinin oluşmasına neden olabilmektedir. Kitle iletişim araçları, bireylere yeni yaşam modelleri sunarak, yeni beklentilerin, duyguların, düşüncelerin, değerlerin, inançların, tutumların ve eylemlerin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Günümüzde hızla artan iletişim araçlarının yoğun mesajlarına maruz kaldıkları inkâr edilemez bir gerçektir. Özellikle çocuk ve gençlerin boş zamanlarını çoğunlukla kitle iletişim araçlarını kullanarak vakit geçirmeleri çocuklar ve gençler üzerinde olumsuz etki yaratarak suç işleme oranlarını yükselttiğini söylemek mümkündür (Dilber, 2014:60).

Medya, demokratik ülkelerde yasama, yürütme ve yargıdan sonra sosyal hayatta etkili dördüncü güçtür. Bu bağlamda medya nasıl topluma ayna tutuyorsa; haber medyası da sosyal gerçekliğe ayna tutmakta ve onu yansıtmaktadır. Bu bağlamda her ne kadar medyanın nesnel olup olamayacağı konusunda tartışmalar olsa da, sosyal hayatta ve gündemi belirlemede önemli bir etkiye sahip olduğuna ilişkin olarak bugün önemli bir mutabakat sağlanmış durumdadır. Dolayısıyla medyada yer alan suç temsilleri de bu açıdan sosyal hayatı önemli ölçüde etkilemektedir. (Karakehya, 2013:731).

Toplumlar belirli zaman dilimleri içerisinde sürekli sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunlarla ilgili olarak medya organları haberler yapmakta, yorum ve görüşlere yer vermektedir. Bu sorunun da medya tarafından sürekli olarak işlenmesi, soruna çözüm yolları aranması, okurların ve izleyicilerin bilinçlenmesi talepleri, zaman içerisinde olayın konusuna bağlı olarak sapkın davranışta bulunan kişilere ve benzer özellik taşıyan kişilere önyargıyla bakılmasına yol açmaktadır. Toplumda bu olaydan kaynaklanan bir korku ve endişe hali baş göstermektedir. Bu tür olayların toplumdaki yansımalarına ahlaki panik adı verilmektedir (Yıldız & Sümer, 2010:36).



Çocuk ve gençlerimizin boş zamanlarının büyük bir bölümünün eğlence ile geçirdiğini biliyoruz. Ancak son zamanlarda denetlenemeyen ve ticari amaç güden eğlence araçlarının çoğaldığını, çocuklar ile gençler üzerinde olumsuzluklar yaratarak suç işleme oranlarını yükselttiğine hemen her gün yaşanan yüzlerce olayda tanık oluyoruz. Dünyanın birçok ülkesinde bazı yazılı eserlerin, kanlı katilleri öykülendiren, müstehcen öykü ve resimleri içeren yayınların insanlardaki suç işleme dürtülerini geliştirdiği görülmüş ve kanıtlanmıştır. Kitle İletişim araçlarının kriminojenik etkileri üzerine araştırmaların çoğu, özellikle sinema ve televizyon programlarında görülen şiddet üzerine yoğunlaşmıştır (Kunt, 2003:60).

Sosyal Medya (Social Media Network) ya da ‘sosyal paylaşım siteleri’ gün geçtikçe etkinliği artan hemen herkesin kullandığı internet sayfalarıdır. Yapılan araştırmalar sayıları ve nitelikleri artan bu sosyal paylaşım sitelerinin aynı zamanda birer etkileşim aracı olarak da kullanıldığını ortaya çıkarmıştır (Çınar, 2012:4). İnsanların yaşamları üzerine etkileri akademisyenlerin dikkatini çekmektedir ki

. Amerikan Pediatri Akademisi medya şiddetinin çocuklar üzerinde ki etkileri ile ilgili olarak aşağıda ki tespitlerde bulunmaktadır.

- Medya şiddeti çocuklarda saldırgan davranışlara yol açmaktadır.
- Bir Amerikan çocuğu 18 yaşına gelene kadar sadece televizyonda yaklaşık 200 bin şiddet sahnesi izlemektedir.
- Medya şiddeti 8 yaş altındaki çocukları daha fazla etkilemektedir.
- Medya şiddeti çocuklarda saldırgan ve asosyal davranışları artırmakta, şiddete kurban olma korkusunu doğurmaktadır.
- Çocukları şiddete ve şiddet kurbanlarına karşı duyarsızlaştırır (Pediatrics., 1995:113-117)

Kitle iletişimi de kişilerarası iletişim gibi haberleşmeye dayanan bir eylemdir ancak, kişisel iletişimde bu eylem bireysel bazda kalırken, kitle iletişiminde bu eylem kamusal bir özellikle kazanmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişimini, kişisel iletişimden ayıran en önemli fark birincisinin kamusal nitelikte olması ve çok geniş halk kitlelerine ulaşmasıdır.

Terörizmin amaçlarından birinin de “kamuoyunun dikkatini çekmek” olduğu bugün için yaygın olarak kabul edilen bir görüştür. Bu dikkati çekme de en kolay biçimde kitle iletişim araçlarının kullanılmasıyla gerçekleşmektedir. Hatta öğretilerde en yaygın kullanılan terörist eylem biçimi olan “bombalama”; “basın olayı” (media events) olarak nitelendirilmektedir; çünkü bu tür olaylar anında canlı TV haberlerine konu olmakta, gazetelerin ilk sayfalarında birinci sayfadan verilmekte, adeta eylemin gerçekleştirildiği ülkenin bir numaralı gündemini oluşturmaktadır. Gerçekten teknolojik gelişmeler kitle haberleşme araçlarının “...sosyal hayata ve insanların tavır ve hareketlerine en fazla etkili...” olma niteliğini kazandırmış, toplum üzerinde bu derecede etkili araçlardan “...psikolojik baskı sayesinde halk üzerinde etkili olmak...” amacını güden teröristler de yararlanmışlardır. Terör eylemlerinde seçilen hedefler incelendiğinde bunların gerek



bireyler için gerekse kitle iletişim araçları için dramatik özellikler taşıdığı görülebilir. Dramatik özellik kavramından anlaşılması gereken, toplumda belirli ölçüde heyecan ve korku yaratma isteğidir. Teröristler gerçekleştirdikleri eylemlerle yazılı ve görsel basında yer almak istemekte ve böylelikle hem kendi düşünce, slogan ve adlarını duyurmaya hem de toplumda korku ve baskı oluşturmaya çalışmaktadırlar (Dülger, 2007:10-11).

Görsel medya araçlarında şiddeti destekleyen, şiddet örnekleri sunan, model olan ya da şiddeti önlemeye çalışan öğeler görmek olasıdır. Özellikle televizyon dizileri, filmler, çizgi filmler, bilgisayar oyunları, şiddetle ilgili öğeler barındırmaktadır. Medyanın toplumsal cinsiyet ve şiddetle ilgili algılarımızı etkilediği belirtilmektedir (Kara, 2011:45). Bu bağlamda terör ve şiddet olaylarının medyada etkin bir şekilde haber, bilgi yada mesaj olarak kullanılması bireyleri etkilediği görüşü güçlenmektedir. Bunun yanında kadın cinayetleri, provokasyon içeren sokak olayları, çocuk istismarları, kapçak ve kaçakçılık gibi birçok olayın her gün kitle iletişim araçlarından topluma ulaştırılması bireylerin yaşam ortamlarına olan güvenini azaltarak tedirgin ve panik bir davranışa sevk ettiği söylenebilir.

Bireylerde ve toplumda kitle iletişim araçlarının mesajları sayesinde meydana gelen bütün değişiklikler olarak tanımlanmakta; medya yalnız bireyler üzerinde doğrudan etkili olmakla kalmayıp, toplumun kültürünü, bilgi birikimini, normlarını ve değerlerini de etkilemektedir (Mc Quail & Windahl, 1997:115).

Kitle iletişim araçları hayatımızın olmazsa olmazı durumu geldiğinden, bireyler ve toplumları etkilemeye, yönlendirmeye devam edecektir. Çünkü nerdeyse her evde bir televizyon bir telefon ya da internet ortamının olması bu etkiyi sürekli kılmaktadır. Özellikle genç ve çocuklar bu etki grubunun en kalabalık ve en zayıf halkası durumundadır. Kitle iletişim araçlarından alınan mesajların bu grubu daha fazla etkileyerek, davranışlarına yansımaktadır.

Son yıllarda yapılan bilimsel araştırmalar ve medyada yer alan haberler incelendiğinde, alınan tüm önlemlere rağmen tüm dünyada ve Türkiye’de çocuk ve gençler arasında suç ve şiddet olaylarının arttığı görülmektedir. Şiddet günümüzün önemli ve ciddi sosyal problemlerinden biri haline gelmektedir (Buluç, 2005:1).

## 1.1. Kitle İletişim Araçları ve Televizyonun Etki Teorileri

### 1.1.1. Duyarsızlaşma Etkisi

Bazı araştırmacılar, televizyon uyarıcılarıyla aşırı yüklemenin insanları hiperaktif yapma yerine onlar üzerinde anestezi etkisi yarattığını belirterek uyarma kuramının varsayımlarını sorgulamaktadırlar. Böylesi bir uyarılmanın başlıca etkisi de duyarsızlaşmadır. Cline, Croft ve Courier’in araştırmaları, şiddet edimlerine dolaysız olarak ya da medya aracılığıyla aşırı ölçüde maruz kalmanın, şiddet içeren olaylara karşı normal duygusal tepkileri psikolojik bir donukluğa, boşluğa dönüştürdüğünü saptamaktadır. Bu etki derecesi özellikle medyadaki şiddet içerikli mesajlar, şiddetin haklı görülebilir olduğunu öğrettiğinde daha da artmaktadır. Örneğin, polisiye dizilerde suçlulara karşı veya suçluların yakalanması için şiddet içeren eylemlere başvurulması ya da haksızlığın şiddete başvurularak cezalandırılması bu etkinin en bilinen kaynakları arasındadır (Mutlu, 2005:178)



### 1.1.2. Toplumsal Öğrenme Kuramı

Televizyonda şiddet içeriği ile bireyin saldırganlık eğilimi ve anti-sosyal davranışları arasındaki ilişkinin en yaygın kuramsal çerçevesi, hala büyük ölçüde A. Bandura'nın toplumsal öğrenme kuramına dayanmaktadır. Bandura'nın kuramına göre, insanların öğrenmesinde üç ayrı araç bulunmaktadır: dolaysız, gözlemsel ve simgesel. Bunların ilki, çevreyle insanın dolaysız ilişkisinin sonucunda ortaya çıkar. İkincisi, gözlem veya taklit yoluyla gerçekleşir. Üçüncüsü de, dil ve simgelerin kullanımıyla olur (Bandura, 1973:79).

Bandura'nın toplumsal öğrenme kuramına göre birey televizyonda şiddete başvuran karakterleri izleyerek aynı ana baba, yakınlar, akranlar ve diğerlerini izleyerek toplumsal becerileri öğrendiği gibi saldırgan davranmayı da öğrenmektedir. Televizyonda izlediği ve televizyondaki karakterin verdiği tepkiyi, gözlemleyerek içselleştiren birey, gerçek hayatta maruz kaldığı benzer bir durumda öğrendiği tepkiyi verecektir. Çünkü daha önce izlediği ve öğrendiği kadarıyla, aynı tepkiyi veren karakter onun gözünde kazançlı ve kahramandır. Birey karakterin tepkisini içselleştirerek kendi hayatına uyarlar. Öğrenme kuramı çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmalar, saldırganlığın ve şiddet kullanımının verili bir durumda savunulabilir bir davranış biçimi olarak temsil edilip edilmemesinin de önemli bir değişken olduğunu göstermektedir. Buna göre, şiddet kullanımının haklı bir gerekçeye dayalı olarak gerçekleştirildiği televizyon sahnelerinin, birey tarafından taklit edilme olasılığı yüksektir (Mutlu, 2005:180).

Kitle haberleşme araçları, halkın yenileşmeden yana yeni tutumlar kazanmasını sağlar; yeni fikirlere, yeni mallara, yeni bir hayat tarzına karşı istek duymasına neden olur. Bu ise, ulusal kalkınmaya yardım edebilir. Ekonomik bakımdan gelişmiş ülkelerdeki araçları ve hayatı göstererek, uzak ülkelerdeki gelişmeleri tanıtarak, dünyanın çeşitli ülkelerindeki siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel konularda bilgiler vererek gelişmekte olan ülke halkının kendi pratikleri ve gelenekleri üzerinde değişik bir yönden düşünmesini sağlayarak ülkede «değişik bir entellektüel iklim» yaratırlar. Böyle bir iklim içinde ise, toplum, geleneksel yapısındaki bazı kurumları atar, yenilerini geliştirir; bu yolla da, insanlar arasındaki ilişkileri kolaylaştırır ve toplumun daha etkin sosyal ilişkiler kurmasını sağlar (Oskay,1971:74)

### 1.1.3. Kısıtsızlaştırma Hipotezi

Kısıtsızlaştırma hipotezi televizyon şiddetinin belli koşullarda, insanların böylesi bir davranışla ilgili kısıtlamalarını zayıflattığı için, kişiler arası saldırganlığın artışıyla sonuçlanacağını öne sürmektedir. Buradaki temel değişken televizyondaki şiddetin ödüllendirildiği, televizyondaki şiddet temsiline benzer uyaranların insanın çevresinde ortaya çıktığı ve çevrede daha önce izleyiciyi kışkırtmış veya izleyiciye zarar vermiş bir hedefin bulunduğu durumlardır. Böyle durumlarda karşılaşıldığında, kişiler arası ilişkilerde insanların saldırgan davranışlarda bulunma olasılığı televizyondaki şiddet içeriğiyle bağlantılı olarak artmaktadır (Mutlu, 2005:181).

Televizyonun buna benzer etkilerinden bir başkası ise, diğer iletişim araçlarıyla etkileşime girmesiyle ortaya çıkan 'törel ürkü' (moral panic)'dir. Belli toplumsal gerilim dönemlerinde, belli bir grup ya da sorun medya tarafından odak haline getirilir, bu da





dikkatin onun üzerinde toplanmasına neden olur. Medyanın bu tutumu, hükümet, polis ve mahkemelerin, o meseleye yönelik yeni uygulamalar geliştirmesine sebep olmaktadır (Aydın, 2007:121).

#### **1.1.4. Katharsis Hipotezi**

Katharsis Hipotezi (saldırganlık azalması) belli koşullar altında televizyondaki şiddete maruz kalmanın, izleme sonrasında izleyicilerdeki saldırganlık eğilimini azalttığını öne sürmektedir. Çünkü bu tür gösterimler, insanların şiddet içerikli anti sosyal davranışlarından arınmalarına neden olmaktadır (Mutlu, 2005:181).

Gerbner, televizyonu modern toplumları şekillendiren bir güç olarak görmektedir. Ona göre televizyonun gücü, her gün gösterilen gerçek hayat dramalarının sembolik muhtevasında gizlidir. Bu noktadan hareketle, televizyonun, toplumun kurumsal hikâye anlatıcısı olduğunu ve olan hakkında tutarlı bir resim sunduğunu ifade etmektedir. Televizyon bir hikaye anlatıcısı olarak sembolik dünyamıza hakimdir ve kafamızın içindeki imajları o belirler, ona göre televizyonda en çok gösterilen şey, izleyiciler açısından da oldukça ilgi çekici olan şiddet sahneleridir. Gerbner bu şiddet görüntülerinin izleyicileri şiddete yöneltmekten çok dışarıdaki dünyanın vahşi bir dünya olduğuna inancını pekiştireceğini ifade etmektedir (Aydın, 2007:121).

Dramanın amacını ‘katharsis’ olarak tanımlayan Aristoteles, bu kavramla seyircilerin, sadece kurmaca olduğunu bildikleri halde, sahnedeki öyküye psikolojik olarak dâhil olduklarını, oyuncular arasında saldırganlık doruğa ulaştığında bir katharsis veya baskının gevşeyip gitmesi duygusu yaşadıklarını, bunun deneyimlenmesi haz veren bir duygu olduğu ve onları arınmış, boşalmış ve şiddet davranışına daha az eğilim gösterecek hale getirdiğini anlatmaktadır (Mutlu, 2005:181).

#### **1.1.5. Kullanıma Hazırlama**

Bu kuram, Berkowitz ve Rogers tarafından, bilişsel psikoloji ve insanın enfomasyonu bir işleme tabi tutma yetisini konu alan güncel çalışmalardan yararlanılarak yapılan şiddet araştırmalarına ilişkin bir genel değerlendirmede ortaya atılmaktadır. Berkowitz ve Rogers, televizyonun etkilerini koşullanma ilkelerine dayanarak açıklayan yaklaşımların yerine, zihinsel çağrışım kavramlarını, özellikle de Kullanıma hazırlama kavramını koymaktadırlar (Mutlu, 2005:182).

Bu kurama göre, bir düşünce harekete geçirildiğinde, bu düşünceyle ilişkili olan diğer düşünceler çağrışıma dayalı olarak bilince getirilir. Bu işleyiş, ilişkili düşüncelerin yeniden zihne gelme olasılığını artırır ve böylelikle bunlara ortaya çıkma, gerçekleşme talimatını verir. Televizyon programları, saldırgan düşünceler gibi değişik edinimleri izleyicilerin daha sonra kullanmaları için hazırlar bilinçaltına yerleştirir, çağrışımlar olduğu takdirde bu düşünceler harekete geçer, ama olmadığı takdirde de bu düşünceler yok olup gitmektedir (Mutlu, 2005:182).

#### **1.1.6. Oyalanma ve Kaçış Etkisi**

Gündelik yaşamın alışlagelen ve sıkıcı rutininin dayattığı kısıtlamalardan uzaklaşmak, sorunların, dertlerin insana yüklediği sıkıntılardan kaçmak, duygusal bir



boşalma ve rahatlamak; kendi içinde cazip bir fantezi dünyası sunan bir televizyon programını seyretmek suretiyle izleyici bu dünyayı geçici olarak işgal edebilmektedir.

Böylece kendilerini baskı altında hisseden insanlar, televizyonu bu düşüncelerini bloke etmek için kullanırlar. Gündelik dertlerden ve uğraşlardan kaçınmak olduğunu ortaya koymaktadır. Bu anlamda televizyon bir tür sakinleştirici, yatıştırıcı işlevi görmektedir.

‘Kullanımlar ve Doyumlar’ yaklaşımının temelinde yatan en temel düşünce, ‘kaçış’ kavramıdır. Kitle iletişim araştırmalarının önde gelen isimlerinden, Merton ve Lazarsfeld’in bu araçların etkilerine yönelik olarak ortaya attıkları ‘uyuşturma etkisi’ (narcotizing dysfunction) kavramı, izleyici kitlesinin toplumsal sorunlara tepki vermek ve müdahale etmek yerine, uyuşmuş ve tepkisiz olması anlamına gelmektedir. Burada da suç kitle iletişim araçlarına atılmaktadır. Özellikle Marksist kuramcılar, kitle iletişim araçlarını insanları kaçışa yönelterek pasifleştirdikleri için eleştirmişlerdir (Mutlu, 1998:194)

### 1.1.7. Kişisel İlişkiler

İzleyici başka insanlarla ister gerçek kişiler isterse medya kişilikleri olsun, televizyon izleme sayesinde ilişkiler kurmaktadır.

İletişim kuramlarında ‘üçüncü kişi etkisi’ olarak ifade edilen hipoteze göre ise, insanlar medya mesajlarının diğer kişiler üzerindeki etkisinden çok daha fazla olduğunu düşünmeleri eğilimini ortaya koyarken üçüncü kişiler üzerinde kendilerinden daha fazla etkilediği düşüncesine sahiptirler. Bunun nedeni kişinin bu etkinin farkında olmasının, onun etki altında kalmasını engelleyeceği görüşüdür. Kişilerin eğitim seviyesi arttıkça, diğerlerinin televizyon içeriğinden etkilendiklerine yönelik inançları da artmaktadır (Mutlu, 1999:90)

Günümüzde medya kullanımının zayıf toplumsal uyumun bir nedeni mi olduğu, yoksa sadece onunla birlikte görülen bir olgu mu, hatta bu uyumsuzluğun bir telafisi mi olduğu belirsizliğini korumaktadır. Bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun bireyin insani temas için diğer insanlarla bağımlılığını azalttığı da bir gerçektir. McQuail’a göre, uygulamada medya kullanımı kişinin istediği kadar yalnız ve istediği kadar toplumsal olabilir. Televizyonun bugünkü kullanım biçimi ve yayın politikası uzakları yakınlaştırırken, yakınımızı bizden ustaca uzaklaştırmakta, evin içindeki aile bireyleri arasında bile yalnız bir kalabalık yaratmaktadır. Artık bizi bekleyen ise “elektronik bir yalnızlıktır”. Böylece yalnızlaştırılmış insanlar yalnızlıklarını fark edemeyecekleri bir aldanışa düşmektedir (Çakır, 2005:13).

### 1.1.8. Kişisel Kimlik

Kişisel kimlik etkisi, bireyin kendi kişiliğini bazı kişilikler ile kendini özdeşleştirmesi ve onlara karşı eğilim hissetmesidir. Her bireyin kendini nasıl gördüğü ile ilgili bir düşüncesi vardır. Kendi düşüncelerine en uygun olduğunu düşündükleri kimlikleri seçerler.

Kişisel kimlik ifadesiyle ortaya konulmak istenen şey, televizyondaki izlenen programların izleyicinin kendi yaşamında var olan ve ayrı değerlere sahip önem verdiği



şeylere artı bir ağırlık kazandırmaktır. Televizyonun izleyicinin kendine ait dünyasındaki unsurlarla televizyonda sunulanların ilişkilendirilmesi şeklinde işler ve televizyon programlarında, izleyici kendinden bir şeyler bulma, hayal, kurmaca da olsa gerçekleşmesi ve inançlarını değerlerinin pekişmesine kadar çok geniş bir kullanım alanı bulmaktadır. İzlenen programın izleyiciye, izlediklerini düşündürmesi, kendisini programdaki kişilerle özdeşleştirilmesi ya da mukayese edebilmesi gibi bir davranış ortaya koymaktadırlar diyebiliriz. Seyircinin toplumsal ortamında yaşadığı veya yaşayabileceği konuları içeren programların fikir vermesini dile getirmektedir. Hemen hemen her türlü dizi ve televizyon filminin düzenli izleyicileri, o programı kendi gerçek hayatlarındaki sorunlarıyla ilgili bir uyarıcı bir etki olarak görebilmektedirler. Televizyon programındaki sanal insanların sorunlarıyla birey kendi sorunlarının benzeşmesi, sanal olarak verilen karakterle kendi yaşamını anlamasına yardımcı olduğunu düşünmesine yol açmaktadır.

Değer pekiştirme, izleyicinin inandığı, benimsediği ve taşıdığı belli değerleri destekleyen, savunan bir programın o izleyici için ilgi alanını dile getirmektedir. Kendi değer yargılarıyla örtüşen ve kendinden bir şeyler bulduğu programları izleyen izleyici, kendini mutlu hissetmekte ve değer yargılarının pekiştirdiğini görmektedir.

### 1.1.9. Gözetim Altına Alma

Kitle iletişim araçlarının verdiği bilgiler, haberler bireylerin “Dikkatini Odaklaştırır:” Toplumdaki tehlikeleri, imkânlar ve olaylar hakkında farklı kaynaklara kulak veren geleneksel toplumun kitle haberleşme araçlarına yöneltilmesini sağlamaktadır. Kitle haberleşme araçları ulusal kalkınma ve modernleşme gibi sorunlar üzerinde odaklanmış bir kamuoyu yaratabilir; bu konuda kişilerarası ve sözsözsel nitelikteki az gelişmiş ülke haberleşme alışkanlıklarının biçim, nitelik ve etkilerini «manipüle» edebilir (Oskay, 1971:73).

20. yüzyıl toplumlarında sosyal kontrol aracı olarak kitle iletişim araçlarının önemi göz ardı edilemez. Çok kültürlü toplumlarda, toplumun geneli tarafından benimsenen değerlerin kabullenilmesinde, genel kabul gören tavır ve davranışlar ile normların topluma aktarılmasında kitle iletişim araçları önemli bir rol oynamaktadır.

## 2. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet Haberlerinin Bireylerin Davranışına Etkisi

Kitle İletişim Araçları'nı oluşturan teknolojinin gelişmesi, insanlığın teknik alanda yaptığı buluşlarla her zaman paralellik göstermiştir. Yani tutum ve davranışların geliştirilmesinde insanı etkileyen bu araçlar, yine insanoğlunun kendi eliyle inşa edilmiş ve yaratılmıştır. Bu durum kendi içinde bir ironiyi barındırır. Çünkü sonuç olarak ortaya çıkan konu davranışın etkilenmesidir ancak girdi olarak ortaya koyulan malzeme davranışın öznesi olan insanın kendisidir. Bir yanda içinde bulunduğu toplumdan aldığı değerlerle davranışlarını geliştiren birey, diğer tarafta değişim içinde olan bireylerden oluşan bir topluluk vardır. Her ikisinin de etkileşim içinde bulunduğu kurum ise Kitle İletişim Araçları'dır (Gürocak, 2013:72).



Konuya açıklık getirmesi noktasında terör ve şiddet tanımı baktığımızda; T.C Resmi Gazete’de terör şöyle tanımlanmaktadır: “Terör; baskı, cebir ve şiddet, korkutma, yıldırma, sindirme veya tehdit yöntemlerinden biriyle Anayasa’da belirtilen cumhuriyetin niteliklerini, siyasi, hukuki, sosyal, laik, ekonomik düzeni değiştirmek, devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünü bozmak, Türk devletinin ve cumhuriyetinin varlığını tehlikeye uğratmak, yıkmak veya ele geçirmek, devletin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni veya genel sağlığı bozmak amacıyla bir örgüte mensup kişi veya kişiler tarafından girişilecek her türlü eylemlerdir.” (Resmi Gazete, 1991: 20843) ve Şiddetin tanımı konusunda çağdaş Fransızca sözlükleri;

- a) bir kişiye, güç veya baskı uygulayarak isteği dışında bir şey yapmak veya yaptırmak,
- b) şiddet uygulama eylemi,
- c) duyguların kabaca ifade edilmesi eğilimi,
- d) bir şeyin karşı konulmaz gücü,
- e) bir eylemin hoyrat yapısı, gibi tanımlar getirmektedir (Özerkmen & Gölbaşı, 2010:23-37 ).

Şiddet ile terörizm arasında kavram benzerliği bulunmaktadır; örneğin 1974 tarihli Britanya Terörizmi Önleme Yasası "Bu yasaya göre terörizm, siyasal amaçlı şiddet kullanımını" demektedir (Özerkmen & Gölbaşı, 2010:23-37 ). Şiddet, bireyi fiziksel, duygusal ve sosyal yönden ciddi şekilde etkilemektedir.

Günümüzde gelişen iletişim teknolojilerinin de etkisiyle terörün dolaylı ve sembolik etkisi, saldırıların fiziksel etkisinden daha geniş bir alana ulaşmaktadır. Kitle iletişim araçları gündemi seçmekte, düzenlemekte ve belirlemiş olduğu gündem üzerine çeşitli yorumlar yaparak, sorunlara çözüm önerileri sunmaktadır. (Demirli, 2011)Özellikle bireyselleşmiş kültürlerde, medyanın toplulukçu kültürlerden daha etkili olduğu belirtilmektedir. Bu durum terörün ve şiddetin, bireyselleşmiş kültürlerde, üçüncü kişiler üzerinde daha kolay etkili olabildiğini göstermektedir (Demirli, 2011:69).

Terör örgütleri medya sayesinde etkilerini yaymaktadır ve propaganda yapmaktadırlar. Her şeyden önce terörizme, televizyon ve radyo yayın ve haberlerinde ayrılan yer, terörizmi, kişilerin bilinçlerinde büyük ve daimi bir tehdit haline getirmektedir, terörist eylemlere medyada ve toplumda verilen önem ve ilginin bu eylemlerin ölçülen etkileri ile karşılaştırıldığında orantısız olduğunu vurgulamaktadır. Medya teknik kapasitesi sayesinde tüm haberleri canlı olarak; görüntü, ses ve ifadelerle vererek milyonlarca insanı, kendilerini kurbanların yerine koymaya ve onların yaşadığı dehşeti hissetmeye zorlamaktadır. Medyanın diğer bir özelliği de, her yeni saldırıdan sonra geçmişte olan terörist eylemleri bulup, belirsiz analizlerde bulunması ve yeni saldırıyla ilişkilendirerek yayınlamasıdır (Demirli, 2011:69).

Terör görüldüğü gibi medyayı kullanarak, başka şekilde etkileyemeyeceği toplumsal kesimlerde de korku yaratmayı başarmaktadır. Terörizmin temel hedefinin,



toplumun emniyet, güven ve birlik duygusunu sarsmak ve bireyler üzerinde korku ve baskı oluşturmak olduğu düşünülürse (Demirli, 2011:70), medya oldukça kullanışlı bir araç durumuna gelebilmektedir.

Terörizm bir tür siyasal şiddet biçimidir. Terörist için şiddet, insanları öldürdüğü zaman toplumda yaratacağı etkinin bir aracıdır. Ancak amacı olabildiğince çok insan öldürmek değil, kitlelerin eylemlerinden etkilenmesini sağlamaktır. Ve bu etkilenmeyi medya yoluyla mesajlarını geniş kitlelere ileterek sağlamayı amaçlamaktadır. Yapılan çalışmalar, bireyselleşen ve teknolojiyi yaşamında yoğun olarak kullanan bireylerden oluşan toplumların kitle iletişim araçlarından gelen mesajları içselleştirmeye daha açık olduklarını göstermektedir. (Demirli, 2011:69-71).

Terör olgusunun ayrılmaz bir parçası olan şiddet kullanma ögesinin, zalim kadar mazlum tarafından da başvurulan bir savunma aracı olmasıdır.

Hollandalı siyaset bilimci Alex P. Schmid, terörizmin 140 ayrı tanımını saptamıştır. Bunların içinde en sık sözü edilen beş öge şunlardır:

- 1) şiddet veya zor kullanımı
- 2) bir siyasal amaç güdülmesi
- 3) dehşet ve korku salma
- 4) tehdit

5) toplumda uyandırılan psikolojik etki veya üçüncü kişilerden beklenen yaygın tepki. (Ergil, 1993.140).

Teknolojinin gelişmesinin doğal sonucu olarak iletişim araçlarındaki farklılaşma, yeni bir iletişimsel düzlem oluşturmuştur. Yaşanan gelişmeye bağlı olarak ortaya çıkan iletişim modelinde, etkinin genişliği ve derinliği sürekli artış göstermiştir. Özellikle yeni iletişim teknolojileri olarak adlandırılan internet, uydu teknolojileri ve cep telefonu gibi küresel ağa bütünleşmiş mobil uygulamalar, yeni davranışları oluşmasını da beraberinde getirmiştir. Yazılı basın araçlarından farklı olarak elektronik ortamda yaşanan bu devrim, haberleşme ve bilgi ağını genişletmiş; ideolojik düşüncelerin farklı coğrafyalara kısa sürede ve engelsiz olarak ulaşmasını sağlamıştır (Gürocak, 2013). Bu varoluşun sürdürülebilmesi için öncelikle kitle iletişim araçlarına ihtiyaç vardır. Sonuçta bu araçlar, birey ve toplumun ortak bir noktada birleştirecek yayınlar yaparken; aynı zamanda bilgi akışını sağlayıcı uygulamalarla etkileşim sürecinin zeminin sağlamlaştırmayı hedefler ve toplumsal yaşantıyı önemli bir kısmını oluşturur (Gürocak, 2013:72).

Kitle İletişim Araçlarının gücü, alıcı olarak tanımlanan kitlenin üzerinde yarattığı etkiyle doğru orantılıdır. Bu perspektiften baktığımız da kitle iletişim araçları, ortak bazı temel özellikleri olduğunu görürüz. Bunları kısaca toparlarsak

1. Kitle İletişim Araçları, toplumsal yapı içindeki bireyi farklı yaklaşımları sunabilen, sadece haber ve bilgi kaynağı değil aynı zamanda bireyin esinlenebileceği organik yapılarıdır.



2. Bu araçların kullanılmasında ortaya çıkan sürekli ve düzenli yayıncılık anlayışı, kitlesel davranışların şekillenmesinde daimi bir etki yaratır.

3. Kitle iletişim araçlarının, aktarılan bilginin içeriği ile aynı zamanda ikna edici bir yönü bulunmaktadır.

4. Klasik kitlesel iletişimde geri bildirimler söz konusu değil iken; yeni iletişim teknolojilerinde bu mümkündür. Yani gazetede yer alan bir haberle ilgili düşüncenin geri aktarılması uzun ve zahmetli bir süreç iken; aynı durum internet üzerinde kısa sürede ve kolaylıkla yapılabilir (Gürocak, 2013:72).

Kitle İletişim Araçları sadece bireyi etkilemez. Bunlar aynı zamanda toplumun farklı kesimleri üzerinde etki bırakır. Konunun anlaşılması açısından önce kitle iletişimi araçlarının birey üzerindeki etkilerine kısaca değinmekte fayda vardır. Birey, bu araçlar vasıtasıyla bilgi ve dünya görüşünü geliştirip değiştirebilir. Yani kendisinden fiziken uzak olan ya da düşünce itibariyle kendi yaşam biçimiyle örtüşmeyen bir konu hakkında birey, iletişim araçlarıyla kendisine aktarılan bilgileri farklı noktalarda yorumlayabilir. Bu durum konuyu kabul etmek şeklinde de olabilir reddetmek yönünde de ya da konuya bakış açısından olumlu da olabilir olumsuz da. Burada önemli olan sonucun kendisinden çok etkinin olup olmamasıdır. Burada söz konusu olan, amaca ilişkin içeriğin izleyicide duygusal anlam yaratacak şekilde verilmesidir. Yani bir anlamda insana ilişkin değerlerin işlenmesidir. Ancak bundan sonra iletişim araçları bireysel davranışlar üzerinde doğrudan etkide bulunur. Bunların ne şekilde olduğu, yaştan cinsiyete kişisel özelliklerden toplumsal beklentilere kadar geniş bir skala içinde değişiklik gösterir. Dolayısıyla buna yönelik yapılan bütün uygulamalar anlamlı ya da anlamsız bir etki ve değişiklik yaratır (Gürocak, 2013:72).

Genel anlamda bir değerlendirme yapacak olursak; günümüzde kitle iletişim araçlarının çok geniş bir alan içinde olduğunu söylemek mümkündür. Kitle iletişim araçlarının toplumlar ve bireyler üzerinde etkisinin olduğu ortadadır. Sonuçta sosyal yapıyı güçlendiren, bilgi, duygu ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlayan, örgütsel yapıları güçlendiren, kamuoyu oluşturan, kamusal alanı etkileyen; insanın algı kabiliyetini geliştirerek yeni davranış biçimlerinin ortaya çıkmasını sağlayan kitle iletişim araçları, bu süreçte toplum davranışlarının oluşmasında da etkin bir rol oynamaktadır (Gürocak, 2013:72).

### 3. METODOLOJİ

Metodoloji bölümünde araştırmanın uygulama kısmında kullanılmış olan anket soruları, araştırma soruları, örneklem, veri toplama teknikleri ve araştırma bulguları üzerine uygulanan istatistik teknikleri incelenmiştir. Bunun için ilgili literatür taramasıyla elde edilen ilk bölümde bölümdeki bilgiler doğrultusunda hazırlanan anketin, Karaman İli merkezinde katılımcılara uygulanmasıyla oluşturulan bu bölüm; Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına ne derecede etki ettiğini ortaya koymak ve hangi davranışlarına yönelttiği ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur.



### 3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesine bağlı olarak gelişen kitle iletişim araçları geniş bir kitleye hızlı ve farklı mecralardan ulaşma imkânının olması nedeniyle; bireylere bu mecralardan yoğun bilgi ve mesaj aktarımı olmaktadır. Bireyler yoğun mesaj ve bilgileri aldıktan sonra toplum içinde davranış ve tepkilere dönüştürdükleri söylenebilir. Bu tepkiler olumlu olduğu kadar olumsuz da olabilmektedir. Günümüzde artan şiddet ve terör olaylarının kitle iletişim araçlarından doğrudan bireylere ulaşması toplumda nasıl bir etkiye neden olduğu merak konusu olup bu çalışma ile etkinin nasıl bir davranış ve tepkilere yol açtığına ortaya konulması amacıyla bu çalışma hazırlanmıştır.

Kitle iletişim araçları büyük kitlelere hızlı bir şekilde farklı mecralardan ulaşabilme imkânına sahiptir. Bu mecralardan alınan yoğun mesaj aktarımı insanları panik, tedirgin ve suça eğilimini arttırmaktadır. Toplumun bu tür haber ve mesajlar karşısında davranışlarında oluşan tepkiler toplum huzuru için önem arz etmektedir. Bu bağlamda böyle bir araştırma ile toplum tansiyonunu ölçerek gerekli proaktif tedbirlerin alınması yönünden önemlidir.

### 3.1.2. Veri Toplama Araçları

Katılımcıların kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına etkisini belirlemek amacıyla 3bölüm, 44 sorudan oluşan anket hazırlanmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri, medya ile olan ilişkileri göz önünde bulundurulmuştur. İlk aşamada katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere 6 soru sorulmuştur. İkinci bölümde ise kitle iletişim araçlarından ne kadar süre ve hangi mecrayı kullandıklarını ifade eden 6 soru, 5'li likert ölçeği tipinde sorulardan oluşurken; üçüncü bölüm ise terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarında etkili olan unsurları belirlemek amacıyla oluşturulmuş 4'lü tablo şeklinde 32 soru 5'li likert ölçeği tipinde sorulardan oluşmaktadır. 5'li likert ölçeğinde(1: Kesinlikle Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Fikrim Yok; 4: Katılıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum) Aralıklarında cevaplar alınmıştır.

### 3.1.3. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Dolayısıyla hesaplamalarda da her elemana verilecek ağırlık aynıdır. (Özdamar, 2002). Bu bağlamda Karaman İli merkez Nüfus sayısı baz alınarak örneklem sayısı belirlenmiş olup 700 katılımcıya anket uygulaması yapılarak, anket formları SPSS programında değerlendirildi. Anket uygulaması ön anket değerlendirmesiyle güvenilirlik testine tabii tutulduktan sonra sahada uygulanmıştır.

Verilerin analizinde sırasıyla; ankete katılanların demografik özellikleriyle, frekans dağılımları gibi betimleyici istatistik teknikleri esas alınmıştır. Demografik özelliklere göre kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına etkisinin farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla Crosstab analizleri yapıp Ki-Kare analizleri anlamlılıkları test edilmiştir. Örneklem testi T-Testi (Independent Samples T-Test) ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) aracılığıyla test edilmiştir. Çoklu karşılaştırmada Multi Comparisons testi uygulaması esas alınmıştır.



Ki-kare testi, iki isimsel değişkenin analizinde frekans dağılımlarının karşılaştırılmasına dayanan bir testtir. Bu test, iki değişken arasında sistemli bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek için yapılır( Erdoğan, 2003:286) Anlamlılık değeri, test sonucunda ( $p < ,05$ ) şeklinde çıkması ile anlaşılır ve yokluk hipotezi reddedilir. Fazla gruba sahip değişkenlere uygulanan çapraz tablolarda ki-kare testi uygulanmamış, sadece çapraz tablolar ve yüzdeler üzerinden yorum yapılmıştır (Özdamar, 2002:481).

T-testi Araştırmada uygulanan bir diğer test ise T-testidir. Bu testte iki bağımsız grubun ortalaması alınabilir değişkenlere göre ortalamaları karşılaştırılmış ve yokluk hipotezi sınanmıştır( Özdamar, 2002: 358-359) Bağımsız T-testlerinde, varyansların homojenlik durumuna göre T-testinin anlamlı farklılık ilişkisine bakılmıştır. Cinsiyet, birinci ve dördüncü sınıf olma, okunulan alan değişkenleri ile ilgili olarak yapılan analizlerde T-testi uygulanmıştır. Bu testte de iki grup arasındaki ilişkinin anlamlılık derecesi  $p < ,05$  düzeyinde tespit edilmektedir.

Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA) K bağımsız grup denemelerinden elde edilen nicel verilerin analizinde yararlanılan bir yöntem olan tek yönlü varyans analizi, ikiden fazla gruba sahip olan değişkenler için uygulanmıştır (Özdamar, 2002:358-359).

Uygulamada hata yapmamak için gereken hassasiyet gösterilmiş; anketörler ön eğitime tabii tutulmuş, oluşabilecek aksaklıkların önceden görülebilmesi için denek gruplarda anket test edilmiştir. Araştırmada uygulamaya koyduğumuz anketin güvenilirliği Cronbach Alpha katsayısı ile test edilmiştir. Cronbach Alpha değerinin 0.5 üstünde olmasının ölçme aracının güvenilirliği için yeterli düşüncesi genel kabul görmüştür. Araştırmada, Cronbach Alpha katsayılarının değeri 0.814 olarak belirlenmiştir.

### 3.1.4. Araştırma Soruları

**Araştırma sorusu 1-** kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına etkisinde Cinsiyete göre farklılık var mıdır?

**Araştırma sorusu 2-** kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına etkisinde Yaş guruplarına göre farklılık var mıdır?

**Araştırma sorusu 3-** kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına etkisinde eğitim düzeyine göre farklılık var mıdır?

**Araştırma sorusu 4-** kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına etkisinde gelir düzeyine göre farklılık var mıdır?

**Araştırma sorusu 5-** kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışlarına etkisinde meslek guruplarına göre farklılık var mıdır?





### 3.1.5. Araştırmada Elde Edilen Bulgular ve Değerlendirilmesi (FINDINGS AND DISCUSSIONS)

#### 3.1.6. Araştırmaya Katılanlara İlişkin Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine ilişkin dağılıma bakıldığında %53,1'i erkek, %46,9'u kadın katılımcılardan oluştuğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların medeni durumlarına ilişkin bilgilere bakıldığında %66,0'sı evli, %34,0'ü bekar katılımcılardan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılanların mesleklerine ilişkin verilerde ise %15,4'ü Ev hanımı, %6,0'sı Emekli, %12,4'ü Esnaf, %18,0'i Memur, %17,7'si İşçi, %14,6'sı Öğrenci, %9,0'u Serbest Meslek, %6,9' Diğ er meslek grubu katılımcılardan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılanların yaşlarına göre dağılıma bakıldığında %12,6'sı 18-22 yaş grubu, %10,3'ü 23-27 yaş grubu, %17,3'ü 28-32 yaş grubu, %21,6'sı 33-37 yaş grubu, %11,4'ü 38-42 yaş grubu, %8,0'i 43-47 yaş grubu, %7,4'ü 48-52 yaş grubu, %6,9'u 53-57 yaş grubu ve %4,6'sı 58-62 ve üzeri yaş grubu katılımcılardan oluştuğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına ilişkin bilgilere bakıldığında ise, %1,0' okuma yazma bilmiyor, %2,1'i öğrenim görmemiş ama okuma yazma biliyor, %10,6'sı ilköğretim mezunu, %10,4'ü ilköğretim mezunu, %11,1'i orta öğretim mezunu, %25,7'si lise mezunu, %13,4'ü önlisans mezunu, %21,6'sı lisans ve %4,0'ü yüksek lisans eğitilmiş katılımcılardan oluştuğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların aylık gelirlerine ilişkin bilgilere bakıldığında ise, Araştırmaya katılanların %22,9'u 500 TL altı gelire sahip olanlar, %9,9'u 500-1000 TL gelire sahip olanlar, %32,9'u 1 001-2000 TL gelire sahip olanlar, %19,3'ü 2 001-3000TL gelire sahip olanlar, %8,0'i 3 001-4000TL gelire sahip olanlar, %4,1'i 4 001-5000TL gelire sahip olanlar ve %3,0'ü 5 000TL'den fazla gelire sahip olan katılımcılardan oluştuğu görülmektedir.

**Tablo 1 Katılımcıların Demografik Özellikleri**

DEĞİŞKEN (N=700 )	SIKLIK	YÜZDE (%)
<b>Cinsiyet</b>		
<b>Erkek</b>	372	53,1
<b>Kadın</b>	328	46,9
<b>Medeni durumunuz</b>		
<b>Evli</b>	462	66,0
<b>Bekar</b>	238	34,0
<b>Yaşınız</b>		
<b>18-22</b>	88	12,6
<b>23-27</b>	72	10,3
<b>28-32</b>	121	17,3
<b>33-37</b>	151	21,6
<b>38-42</b>	80	11,4
<b>43-47</b>	56	8,0
<b>48-52</b>	52	7,4



## AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 60 Mart - Nisan 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası  
Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



53-57	48	6,9
58-62 ve üzeri	32	4,6
<b>Eğitimiz</b>		
<b>Okuma- yazma bilmiyor</b>	7	1,0
<b>Öğrenim görmemiş ama okuma yazma biliyor</b>	15	2,1
<b>İlkokul mezunu</b>	74	10,6
<b>İlköğretim mezunu</b>	73	10,4
<b>Orta öğretim mezunu</b>	78	11,1
<b>Lise</b>	180	25,7
<b>Ön lisans</b>	94	13,4
<b>Lisans</b>	151	21,6
<b>Lisansüstü</b>	28	4,0
<b>Meslek</b>		
<b>Ev hanımı</b>	108	15,4
<b>Emekli</b>	42	6,0
<b>Esnaf</b>	87	12,4
<b>Memur</b>	126	18,0
<b>İşçi</b>	124	17,7
<b>Öğrenci</b>	102	14,6
<b>Serbest Meslek</b>	63	9,0
<b>Diğer</b>	48	6,9
<b>Aylık gelir</b>		
<b>500 TL altı</b>	160	22,9
<b>500-1000 TL</b>	69	9,9
<b>1 001-2000 TL</b>	230	32,9
<b>2 001-3000TL</b>	135	19,3
<b>3 001-4000TL</b>	56	8,0
<b>4 001-5000TL</b>	29	4,1
<b>5 000TL'den fazla</b>	21	3,0
<b>Toplam</b>	700	100

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçları denince akıllarına ilk gelen %40.7'si televizyon, %4.3' gazete, %31.1' internet, %0.6'sı dergi, %22.0'si sinema, %1.0'i telefon ve %0.3'ü kitap olarak belirtmişlerdir.

**Tablo 2. Araştırmaya Katılanların kitle İletişim Araçları Tercihleri ve Kullanma Sıklıkları**

Kitle iletişim araçları denince aklınıza ilk gelen nedir?	SIKLIK	YÜZDE (%)
Televizyon	285	40,7
Gazete	30	4,3
İnternet	218	31,1
Dergi	4	0,6
Sinema	154	22,0
Telefon	7	1,0
Kitap	2	0,3
Toplam	700	100



Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından günde ne kadar faydalandıkları süreye bakıldığında; %9.0'u 1 saatten az, %27.9'u 1-2 saat, %29.4'ü 3-4 saat, %13.7'si 4-5 saat, %20.0'si 5 saat ve daha fazla süreyle kitle iletişim araçlarından faydalandıklarını ortaya koymaktadır.

**Tablo 3. Kitle İletişim Araçlarından Günde Ne Kadar Faydalandıkları İlgili Değerler**

Kitle iletişim araçlarından günde ne kadar faydalaniyorsunuz?	SIKLIK	YÜZDE (%)
1 saatten az	63	9,0
1-2 saat	195	27,9
3-4 saat	206	29,4
4-5 saat	96	13,7
5 saat ve daha fazla	140	20,0
<b>Toplam</b>	<b>700</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından hangisine en fazla vakit ayırıyor olduklarına bakıldığında; %41,3'ü Televizyon, %37,3'ü İnternet, %1,9'u Gazete, %0,6'sı Dergi, %0,9'u Sinema, %16,7'si Telefon ve %1,4'ü Kitaba vakit ayırdıkları görülmektedir. Bu bağlamda televizyon, internet ve telefona katılımcıların daha fazla vakit ayırdıklarını söylemek mümkündür.

**Tablo 4. Kitle İletişim Araçlarından Hangisine En Fazla Vakit Ayırdıkları İlgili Değerler**

Kitle iletişim araçlarından hangisine en fazla vakit ayırıyorsunuz?	SIKLIK	YÜZDE (%)
Televizyon	289	41,3
İnternet	261	37,3
Gazete	13	1,9
Dergi	4	0,6
Sinema	6	0,9
Telefon	117	16,7
Kitap	10	1,4
<b>Toplam</b>	<b>700</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların Görsel medyada en çok takip ettiğiniz program türüne bakıldığında; %8,4'ü Eğlence programları, %28,4'ü Haber programları, %6,7'si Kadın programları, %3,4'ü Magazin programları, %0,6'sı Realite programları, %9,9'u Siyasi içerikli programlar, %10,9'u Spor programları, %4,4'ü Belgesel programları, %23,9'u Diziler ve %3,4'ü Diğer cevabını vermişlerdir. Bu bağlamda katılımcıların çoğunluğunun en çok dizileri takip ettiğini söyleyebiliriz.



**Tablo 5. Araştırmaya Katılanların Kitle İletişim Araçlarında Takip Ettikleri Program Türleri**

Görsel medyada en çok takip ettiğiniz program türü hangisidir?	SIKLIK	YÜZDE (%)
Eğlence programları	59	8,4
Haber programları	199	28,4
Kadın programları	47	6,7
Magazin programları	24	3,4
Realite programları	4	0,6
Siyasi içerikli programlar	69	9,9
Spor programları	76	10,9
Belgesel programları	31	4,4
Diziler	167	23,9
Diğer	24	3,4
<b>Toplam</b>	<b>700</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini takip edip etmediklerine baktığımızda; %60,3'nün evet cevabıyla takip ettikleri, %35,1'nin ise bazen cevabıyla süreklilik arz etmese de takip ettiklerini söylemek mümkündür. %4,6'sı is hayır cevabıyla terör ve şiddet haberlerini takip etmemekte olduğunu görmekteyiz.

**Tablo 6. Araştırmaya Katılanların Kitle İletişim Araçlarında Terör ve Şiddet Haberlerini Takip Etme Sıklıkları**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini takip eder misiniz?	SIKLIK	YÜZDE (%)
Evet	422	60,3
Bazen	246	35,1
Hayır	32	4,6
<b>Toplam</b>	<b>700</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini takip edip etmediklerine baktığımızda; %60,3'nün evet cevabıyla takip ettikleri, %35,1'nin ise bazen cevabıyla süreklilik arz etmese de takip ettiklerini söylemek mümkündür. %4,6'sı is hayır cevabıyla terör ve şiddet haberlerini takip etmemekte olduğunu görmekteyiz.

**Tablo 7. Araştırmaya Katılanların Kitle İletişim Araçlarında Terör ve Şiddet Haberlerinden En Fazla Etkilendikleri Olaylar Sizi En Fazla Etkilemektedir? ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinden hangisi size en fazla etkilemektedir?	SIKLIK	YÜZDE (%)
Çocuk istismarları	171	24,4
Kadın cinayetleri	114	16,3
Aile içi şiddet	26	3,7
Terör ve şehit haberleri	323	46,1
Sokak olayları	28	4,0



Namus cinayetleri	33	4,7
Kan davaları	5	0,7
<b>Toplam</b>	<b>700</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinden hangisi size en fazla etkilemektedir? sorusuna katılımcılar; %24,4' ü Çocuk istismarlarının, %16,3'ü Kadın cinayetlerinin, %3,7'si Aile içi şiddetin, %46,1'i Terör ve şehit haberlerinin, %4,0'ü Sokak olaylarından, %4,7'si Namus cinayetlerinden, %0,7'si Kan davalarını içeren olayların kendilerini en fazla etkilediğini belirtmektedirler. Bu bağlamda en fazla terör ve şehit haberlerinden etkilendiklerini söylemek mümkündür

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini takip edip etmemeleri arasındaki ilişkiyi gösteren bilgilere bakıldığında istatistiksel bakımdan anlamlılık vardır ( $p < 0,07$ ). Erkek katılımcıların %57,8 kadın katılımcıların %45,1 “bazen” cevabıyla kitle iletişim araçlarında terör ve şiddet haberlerini takip ettiğini ifade ederken, kadın katılımcıların %54,9'u da bazen takip ettiğini ortaya koymaktadır. Erkek katılımcıların %53,1'nin kitle iletişim araçlarında terör ve şiddet haberlerini takip etmedikleri görülürken, kadın katılımcıların %46,9'nun kitle iletişim araçlarında terör ve şiddet haberlerini takip etmedikleri görülmektedir.

**Tablo 8. Kitle İletişim Araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini Takip Eder misiniz? Cinsiyet ile Değişkeni Arasındaki İlişki**

Notlar= (i)  $n=700$ , (ii) Pearson  $\chi^2= 10,063$ ;  $p=0,007$

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından yer alan terör ve şiddet haberlerinden hangisi size en fazla etkilemekte arasındaki ilişkiyi gösteren bilgilere bakıldığında istatistiksel bakımdan anlamlılık vardır ( $p < 0,000$ ). Erkek katılımcıların %45,6, kadın katılımcıların %54,4'nü “çocuk istismarları” en fazla etkilediği görülürken; Erkek katılımcıların %15,8, kadın katılımcıların %84,4'nü “Kadın cinayetleri” nin en fazla

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini takip eder misiniz?				
Cinsiyet	Evet	Bazen	Hayır	Toplam
Erkek	244	111	17	372
	%57,8	%45,1	%53,1	53,1
Kadın	178	135	15	328
	%42,2	%54,9	%46,9	46,9
<b>Toplam</b>	<b>422</b>	<b>246</b>	<b>32</b>	<b>700</b>

etkilediği görülürken; Erkek katılımcıların %57,7, kadın katılımcıların %42,3'nü “Aile içi şiddet” en fazla etkilediği görülürken; Erkek katılımcıların %67,5, kadın katılımcıların %32,5'nin “Terör ve şehit haberleri” nin en fazla etkilediği görülürken; Erkek katılımcıların %76,8, kadın katılımcıların %21,4'nün “Sokak olayları”nın en fazla etkilediği görülürken; Erkek katılımcıların %51,5 kadın katılımcıların %48,5'nin “Namus cinayetleri” nin en fazla etkilediği görülüyorken; Erkek katılımcıların %80,0, kadın katılımcıların %20,0'nin en fazla etkilediği görülmektedir.



**Tablo 9. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet Haberlerinden Hangisi**

Cinsiyet	Kitle iletişim araçlarından yer alan terör ve şiddet haberlerinden hangisi size en fazla etkilemektedir?							Toplam
	Çocuk istismarları	Kadın cinayetleri	Aile içi şiddet	Terör ve şehit haberleri	Sokak olayları	Namus cinayetleri	Kan davaları	
Erkek	78	18	15	218	22	17	4	372
	%45,6	%15,8	%57,7	%67,5	%76,8	%51,5	%80,0	53,1
Kadın	93	96	11	105	6	16	1	328
	%54,4	%84,4	%42,3	%32,5	%21,4	%48,5	%20,0	46,9
<b>Toplam</b>	171	114	26	323	28	33	5	700/100

Notlar= (i) n=700, (ii) Pearson  $\chi^2 = 1,034$ ; p=0,000

### 3.2. Cinsiyete Göre Kitle İletişim Araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinde Kendini Nasıl Hissettiği ile İlgili Unsurlar Arasındaki T -Testi

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettiği ile ilgili unsurlarla cinsiyete göre bir farklılığın olup olmadığını ortaya koymak amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Elde edilen verilere göre katılımcıların “Gelecek kaygısına düşüyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=5,796$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=4,12) erkeklere (A.O=4,12) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Ailem ve kendim için kaygılanıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=4,238$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=4,18) erkeklere (A.O=3,81) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Stres ve kaygı yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=4,193$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=4,04) erkeklere (A.O=3,67) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Bu haberleri izlemekten kaçınıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=,2,175$   $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=2,97) erkeklere (A.O=2,71) göre daha fazla önem atfetmektedirler.

**Tablo 10. Cinsiyete Göre Kitle İletişim Araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiğiniz ile ilgili Unsurlar Arasındaki T testi**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinizde kendinizi nasıl hissettiğiniz	Erkek (n=372)		Kadın (n=328)		Bağımlı İki Grup t Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	T	p
Mutsuz oluyorum	4,04	1,29	4,20	0,94	1,804	0,072
Öfkeleniyorum	4,16	1,15	4,21	0,94	0,545	0,586
Gelecek kaygısına düşüyorum	4,12	1,36	4,12	1,01	5,796	0,000*
Ailem ve kendim için kaygılanıyorum	3,81	1,27	4,18	0,99	4,238	0,000*
Ülkem için kaygı duyuyorum	4,11	1,11	4,18	1,00	0,831	0,406
İntikam almak istiyorum	3,62	1,38	3,43	1,31	1,812	0,070
Stres ve kaygı yaşıyorum	3,67	1,27	4,04	1,02	4,193	0,000*
Bu haberleri izlemekten kaçınıyorum	2,71	1,53	2,97	1,55	2,175	0,030*



### 3.3. Yaş Gruplarına Göre Kitle İletişim Araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiği ile İlgili Unsurlar Arasındaki İlişki

Yaş gruplarına göre kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettiği ile ilgili unsurlarla bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık oluşmamaktadır. Yaş düzeylerine göre kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettiği anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamaktadır.(Ekteki Tablo 11'e bakınız)

### 3.4. Eğitim Düzeylerine Göre Kitle İletişim Araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiği ile İlgili Unsurlar Arasındaki İlişki

Eğitim düzeylerine göre kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettiği etkili olan unsurlarda bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin ilköğretim mezunu olanları “Mutsuz oluyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,39) arasında anlamlı farklılaşma olurken, lise mezunlarında “İntikam almak istiyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,83) arasında anlamlı farklılaşma ortaya çıkmaktadır. Okuma yazma bilmeyen katılımcılarda ise “Bu haberleri izlemekten kaçınıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,27) arasında anlamlı farklılaşma ortaya çıkmaktadır. Bu unsurlardan kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izleyen katılımcıların en fazla hissettiği birinci duygu lise mezunlarında “İntikam almak istiyorum” değişkenine (A.O=3,83, p<016) en fazla olduğu görülürken; ikincisi ise okuma yazma bilmeyen katılımcılarda ise “Bu haberleri izlemekten kaçınıyorum” değişkeni(A.O=3,27, p<018) olurken; üçüncü ise ilköğretim mezunu olanları “Mutsuz oluyorum” değişkeni(A.O=4,39, p<020) etkili olduğu olarak ortaya çıkmaktadır.

Eğitim durumlarına göre farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi eğitim düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda eğitim düzeylerine göre bakıldığında anlamlı farklılığın gruplar arasında oluşmadığı görülmektedir. (Ekteki Tablo 12'ye bakınız).

### 3.5. Meslek Gruplarına Göre Kitle İletişim Araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiği ile İlgili Unsurlar Arasındaki İlişki

Meslek gruplarına göre, kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettiği etkili olan unsurlarda bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin; öğrenci katılımcılar için “Gelecek kaygısına düşünüyorum” ” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,19) arasında anlamlı farklılaşma olurken, ; öğrenci katılımcılar “Ülkem için kaygı duyuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,42) arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir. Bu unsurlardan kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izleyen katılımcıların en fazla hissettiği birinci duygu öğrenci



katılımcılar için “Gelecek kaygısına düşünüyorum” ” değişkeni (A.O=4,19,  $p<000$ ) en fazla hissettiği duygu iken; ikinci sırayı aynı gruptan “Ülkem için kaygı duyuyorum” değişkeni (A.O=4,19,  $p<018$ ) en fazla hissettiği duygu olarak ortaya çıkan anlamlı farklılık olmaktadır.

Meslek gruplarına göre farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi meslek grupları arasında farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda; öğrencilerle esnaf katılımcıların “Gelecek kaygısına düşünüyorum” ( $p=0.006$ ) değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu değişken en fazla öğrencileri kaygılandırmaktadır. (Ekteki Tablo 13’e bakınız)

### **3.6. Gelir Düzeyine Göre Kitle İletişim Araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiği ile İlgili Unsurlar Arasındaki İlişki**

Gelir düzeyine göre kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettiği etkili olan unsurlarda bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde hissettiği 500 TL altı gelire sahip katılımcıların “Mutsuz oluyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,28) arasında anlamlı farklılaşma olurken, 2 001-3000 TL gelire sahip katılımcıların “Öfkeleniyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,43) arasında anlamlı farklılaşma oluşmakta; 500 TL altı gelire sahip katılımcıların “Gelecek kaygısına düşünüyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,06) arasında anlamlı farklılaşma olurken; 3 001-4000 TL gelire sahip katılımcıların “Ailem ve kendim için kaygılanıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,06) arasında anlamlı farklılık oluşmaktadır. 2 001-3000 TL ve 4 001-5000 TL gelire sahip katılımcıların “İntikam almak istiyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,72) arasında anlamlı farklılık oluşmaktadır.

Gelir gruplarına göre farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi gelir düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda gelir düzeylerine göre 2 001-3000 TL gelir düzeyine sahip katılımcılar ile 5000 TL ve üzeri gelir düzeyindeki katılımcılar arasında “İntikam almak istiyorum” ( $p=0.050$ ) değişkeni arasında anlamlı farklılık oluşmaktadır. Bu gruplar arasında en fazla 2 001-3000 TL gelir düzeyine sahip katılımcıların intikam alma duygusuna sahip oldukları görülmektedir. (Ekteki Tablo 14’e bakınız).

### **3.7. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet Haberlerinin Bireyleri Nasıl Yönlendirdiği ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişki T-Testi**

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişki ilgili unsurlarla cinsiyete göre bir farklılığın olup olmadığını ortaya koymak amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Elde edilen verilere göre erkek katılımcıların “Olumsuz fikirleri tetiklemekte” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı





farklılaşma vardır ( $t=2,479$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene erkekler ( $A.O=3,57$ ) kadınlara ( $A.O=3,32$ ) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=2,843$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene erkekler ( $A.O=3,61$ ) kadınlara ( $A.O=3,34$ ) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=2,095$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene erkekler ( $A.O=3,40$ ) kadınlara ( $A.O=3,19$ ) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=3,454$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar ( $A.O=4,09$ ) erkeklere ( $A.O=3,80$ ) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etnik, ırksal ve dinsel gruplaşmaya yol açmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=2,566$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar ( $A.O=4,09$ ) erkeklere ( $A.O=3,86$ ) göre daha fazla önem atfetmektedirler. (Ekteki Tablo 15’e bakınız).

### **3.8. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet Haberlerinin Bireyleri Nasıl Yönlendirdiği ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile Yaş gurupları değişkenleri arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. 48-52 yaş grubundaki katılımcıların “Bireylere örnek olmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $A.O=3,67$ ) arasında anlamlı farklılaşma olurken, 18-22 yaş grubundaki katılımcıların “Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $A.O=3,17$ ) arasında anlamlı farklılaşma oluşmaktadır. 58-62 ve üzeri yaş grubundaki katılımcıların “Yeni meraklar uyandırmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $A.O=3,62$ ) arasında anlamlı farklılaşma oluşmaktadır. 48-52 yaş grubundaki katılımcıların “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $A.O=3,90$ ) arasında anlamlı farklılaşma oluşmaktadır. 23-27 yaş grubundaki katılımcıların arasında ( $A.O=3,65$ ) arasında anlamlı farklılaşma oluşmaktadır. 33-37 yaş grubundaki katılımcıların “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $A.O=4,15$ ) arasında anlamlı farklılaşma oluşmaktadır. Yaş guruplarına göre farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi yaş düzeyleri arasında farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda yaş guruplarına göre 48-52 yaş gurupları ile 33-37 yaş grubu arasında ( $p=0,007$ ) anlamlı bir farklılık oluşmakta “Bireylere örnek olmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından 48-52 yaş grubuna göre ( $p=0,00$ ) anlamlı bulunmaktadır. 18-22 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında “Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından anlamlı farklılık oluşmakta ( $p=0,004$ ) 18-22 yaş grubunu ( $p=0,000$ ) daha fazla yönlendirdiğini söylemek mümkündür. Aynı değişken için 23-27 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında “Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından anlamlı farklılık oluşmakta ( $p=0,044$ ) ve 28-32 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında “Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0,026$ )



anlamli farklılık oluşmaktadır. 33-37 yaş grubu arasında “Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından bu yaş grubunu daha fazla yönlendirdiğini söylemek mümkündür.

23-27 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0.025$ ) anlamlı bir farklılık oluşmaktadır. 18-22 yaş grubu ile 28-32 yaş grubu arasında “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0.028$ ) anlamlı farklılık oluşurken; 18-22 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında ( $p=0.002$ ) anlamlı farklılık oluşmakta ve bu yaş gruplarını daha fazla yönlendirmektedir. (Ekteki Tablo 16’ya bakınız).

### 3.9. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet Haberlerinin Bireyleri Nasıl Yönlendirdiği ile Eğitim Değişkeni Arasındaki İlişki

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile eğitim düzeyleri değişkenleri arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. Okuma yazma bilmeyen katılımcıların “Bireylere örnek olmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,14) arasında anlamlı farklılaşma olurken, aynı grubun “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,43) arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmektedir.

Eğitim düzeylerine göre farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi eğitim düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda eğitim düzeylerine göre bakıldığında “Bireylere örnek olmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından ilköğretim mezunu ile lise mezunu eğitim düzeyleri arasında ( $p=0.004$ ) anlamlı farklılık olduğu görülmekte ve bu eğitim düzeylerini daha fazla yönlendirdiğini söylemek mümkündür. (Ekteki Tablo 17’ye bakınız).

### 3.10. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet Haberlerinin Bireyleri Nasıl Yönlendirdiği ile Meslek Değişkeni Arasındaki İlişki

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile meslek grupları değişkenleri arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. Emekli grubu katılımcılar “Bireylere örnek olmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,59) arasında anlamlı farklılaşma olurken; Memur grubu katılımcılar “Olumsuz fikirleri tetiklemekte” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,69) arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülürken; Esnaf grubu katılımcılar “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,82) arasında anlamlı farklılaşma olurken;

Öğrenci grubu katılımcılar “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,55)



arasında anlamlı farklılaşma olurken; İşçi grubu katılımcılar “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etnik, ırksal ve dinsel gruplaşmaya yol açmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,18) arasında anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir.

Farlılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi meslek grubunda farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda göre “Olumsuz fikirleri tetiklemekte” değişkenine verdikleri önem bakımından memur grubu ile işçi grubu arasında (p=0.019) anlamlı farklılık oluşurken; memur grubunu daha fazla yönlendirdiği görülmekte; “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından esnaf grubu ile işçi grubu arasında (p=0.020) anlamlı farklılık oluşmaktadır. Esnaf grubunu daha fazla yönlendirdiği görülmektedir. (Ekteki Tablo 18’e bakınız)

### **3.11. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet Haberlerinin Bireyleri Nasıl Yönlendirdiği ile Gelir Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile gelir düzeyi değişkenleri arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. 5 000TL’den fazla gelir düzeyine sahip katılımcıların “Olumsuz fikirleri tetiklemekte” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,76) arasında anlamlı farklılaşma olurken; 3 001-4000TL gelir düzeyine sahip katılımcıların “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,84) arasında anlamlı farklılaşma olurken; 500-1000 TL gelir düzeyine sahip katılımcıların “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,60) arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmektedir.

Farlılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi gelir düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda gelir düzeylerine göre bakıldığında anlamlı farklılığın gruplar arasında oluşmadığı görülmektedir. (Ekteki Tablo 19’a bakınız).

### **3.12. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Gösteren T -Testi**

Araştırmaya katılanların Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile cinsiyet arasındaki ilişki ilgili unsurlarla cinsiyete göre bir farklılığın olup olmadığını ortay koymak amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulamıştır. Elde edilen verilere göre kadın katılımcıların “Korkarak yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır (t=4,675, p<.05). Bu değişkene kadınlar (A.O=2,83) erkeklere (A.O=2,36) göre daha fazla önem atfetmektedirler. Kadın katılımcıların “Panik oluyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır (t=4,729, p<.05). Bu değişkene kadınlar (A.O=2,72) erkeklere (A.O=2,32) göre daha fazla önem atfetmektedirler. Kadın katılımcıların “Bunalıma giriyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır (t=2,604, p<.05). Bu değişkene kadınlar (A.O=2,54)



erkekler (A.O=2,29) göre daha fazla önem atfetmektedirler. Kadın katılımcıların “Sosyal hayattan uzaklaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=2,398, p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=2,61) erkekler (A.O=2,36) göre daha fazla önem atfetmektedirler. Kadın katılımcıların “Geleceğim için güvensizlik duyuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=6,499, p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=3,74) erkekler (A.O=3,01) göre daha fazla önem atfetmektedirler. Kadın katılımcıların “Yalnız kalmak istemiyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=3,498, p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=2,90) erkekler (A.O=2,53) göre daha fazla önem atfetmektedirler. Kadın katılımcıların “Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum” ” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=5,645, p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=3,99) erkekler (A.O=3,43) göre daha fazla önem atfetmektedirler. (Ekteki Tablo 20’ye bakınız)

### **3.13. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişki**

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile yaş grupları arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. 28-32 yaş grubu katılımcıların “Panik oluyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=2,70) arasında anlamlı farklılaşma olurken, 48-52 yaş grubu katılımcıların “Sosyal hayattan uzaklaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=2,77) arasında anlamlı farklılaşma olurken, 28-32 yaş grubu katılımcıların “Geleceğim için güvensizlik duyuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,71) arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülürken; aynı yaş grubunun “Kuşkucu bir davranış gösteriyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,71) arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmekte, 38-42 yaş grubu katılımcıların “Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,94) arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmektedir. Yaş gruplarına göre farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi eğitim düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda yaş gruplarına göre “Kuşkucu bir davranış gösteriyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından 33-37 yaş grubu ile 28-32 yaş grubu ve 38-42 yaş grubu arasında ( $p=0.050$ ) anlamlı farklılık oluşmakta; 28-32 yaş grubuna daha fazla etki yaptığını söylemek mümkündür.(Ekteki Tablo 21’e bakınız)

### **3.14. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Eğitim Değişkeni Arasındaki İlişki**

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişki, arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. Lisansüstü eğitime sahip katılımcıların “Ruhsal travma yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,25) arasında anlamlı farklılaşma olurken, Okuma yazma bilmeyen katılımcıların “Korkarak yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,86) arasında anlamlı farklılaşma olurken, aynı grubun “Panik oluyorum”



değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,43) arasında anlamlı farklılaşma olurken; Okuma yazma bilmeyen katılımcıların “Sosyal hayattan uzaklaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,57) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte ve aynı grup katılımcıların “Kuşkuca bir davranış gösteriyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,00) arasında anlamlı farklılaşma olurken, “Yalnız kalmak istemiyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,57) arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir.

Eğitim düzeylerine göre farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi eğitim düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda eğitim düzeylerine göre “Ruhsal travma yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından lise mezunları ile önlisans mezunu gruplar arasında (p=0.012) anlamlı farklılık olduğu görülmekte; önlisans mezunlarına daha fazla etki yaptığını söylemek mümkündür. (Ekteki Tablo 22’ye bakınız).

### 3.15. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Meslek Değişkeni Arasındaki İlişki

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile meslek grupları arasındaki ilişki, arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. Ev hanımı katılımcıların “Ruhsal travma yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=2,84) arasında anlamlı farklılaşma olurken, aynı grup katılımcıların “Korkarak yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,16) arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmekte; “Panik oluyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,06) arasında anlamlı farklılaşma olurken; “Sosyal hayattan uzaklaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=2,68) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte “Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,02) arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir.

Meslek gruplarına göre farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi meslek grubunda farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda meslek grubuna göre; “Ruhsal travma yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından ev hanımları ile işçi grubu arasında (p=0.023) anlamlı farklılık olduğu görülmekte; ev hanımları daha fazla etkilenmekte; “Korkarak yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından ev hanımı ile esnaf, serbest meslek grubu arasında (p=0.012) anlamlılık oluşurken; ev hanımları daha fazla etkilenmekte ve ev hanımı ile öğrenci arasında ise (p=0.050) anlamlı farklılık oluşmakta; ev hanımları daha fazla etkilenmekte “Panik oluyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından ev hanımı ile esnaf meslek grubu arasında (p=0.023) anlamlılık oluşurken, ev hanımları daha fazla etkilenmekte; ev hanımı ile işçi meslek grubu arasında (p=0.004), ev hanımları daha fazla etkilenmekte; aynı değişkene göre serbest meslek grubu arasında (p=0.011) anlamlı farklılık oluşmaktadır. Ev hanımlarının daha fazla etkilenmekte olduğunu söylemek mümkündür. (Ekteki Tablo 23’e bakınız).



### **3.16. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Gelir Değişkeni Arasındaki İlişki**

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile gelir düzeyleri arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların “Ruhsal travma yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=2,84) arasında anlamlı farklılaşma olurken, “Panik oluyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=2,81) arasında anlamlı farklılaşma olurken; “Bunalıma giriyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=2,68) arasında anlamlı farklılaşma olurken; 3 001-4000TL gelir düzeyine sahip katılımcıların “Sosyal hayattan uzaklaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=2,77) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların “Geleceğim için güvensizlik duyuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,64) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların “Kuşkucu bir davranış gösteriyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,16) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; aynı gelir grubunda “Yalnız kalmak istemiyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,09) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte ve “Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,96) arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir.

Farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi gelir düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda gelir düzeylerine göre 500 TL altı ve 1001-2000 TL gelir düzeyine sahip katılımcıların “Ruhsal travma yaşıyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0.001$ ) anlamlı farklılık oluşmaktadır. 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların daha fazla etkilenmekte; 500 TL altı ve 1001-2000 TL gelir düzeyine sahip katılımcıların; “Panik oluyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından( $p=0.003$ ) anlamlı farklılık oluşmaktadır. 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların daha fazla etkilenmekte; 500 TL altı ve 2 001-3000 TL gelir düzeyine sahip katılımcıların “yalnız kalmak istemiyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0.029$ ) anlamlı farklılık oluşmaktadır. 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların daha fazla etkilenmekte; 500 TL altı ve 5000 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip katılımcıların “Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0.033$ ) anlamlı bir farklılık oluşmakta; 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların daha fazla etkilenmekte olduğunu söylemek mümkündür. (Ekteki Tablo 24’e bakınız)

### **3.17. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Gösteren T-Testi**

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünce ile cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişki ilgili unsurlarla cinsiyete göre bir farklılığın olup olmadığını ortaya koymak amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulamıştır. Elde edilen verilere göre “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.”



değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=4,448$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=4,04) erkeklere (A.O=3,64) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=4,036$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=3,65) erkeklere (A.O=3,24) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=2,062$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=3,89) erkeklere (A.O=3,72) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=4,548$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=4,14) erkeklere (A.O=3,77) göre daha fazla önem atfetmektedirler. “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ( $t=4,577$ ,  $p<.05$ ). Bu değişkene kadınlar (A.O=4,35) erkeklere (A.O=3,98) göre daha fazla önem atfetmektedirler. (Ekteki Tablo 25’e bakınız)

### **3.18. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişki**

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünce ile yaş grupları arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımda anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. 28-32 yaş grubu katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,05) arasında anlamlı farklılaşma olurken, 38-42 yaş grubu katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,84) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; 53-57 yaş grubu katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,04) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; 48-52 yaş grubu katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir.” .” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,13) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; 43-47 yaş grubu katılımcıların “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,42) arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir.

Farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi yaş düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda yaş düzeylerine göre 18-22 yaş grubu ile 28-32 yaş grubu arasında “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.” değişkenine verdikleri önem



bakımından ( $p=0.001$ ) arasında anlamlı farklılaşma olurken; 18-22 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında aynı değişkene göre ( $p=0.031$ ) anlamlı farklılaşma olurken, 18-22 yaş grubu ile 38-42 yaş grubu arasında aynı değişkene göre ( $p=0.038$ ) anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. Bu bağlamda 18-22 yaş grubu ile 28-32 yaş grubu arasında “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

33-37 yaş grubu ile 43-47 yaş grubu katılımcıların “ Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0.015$ ) anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. 33-37 yaş grubu ile 53-57 yaş grubu katılımcılar aynı değişkene göre ( $p=0.029$ ) anlamlı farklılaşma olduğu görülmektedir. Bu bağlamda 33-37 yaş grubu ile 43-47 yaş grubu katılımcıların “ Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

18-22 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir”. değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0.050$ ) anlamlı farklılaşma olduğu görülmektedir. Bu bağlamda “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

18-22 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $p=0.004$ ) anlamlı farklılaşma olduğu görülmektedir. 18-22 yaş grubu ile 38-42 yaş grubu arasında aynı değişkene göre ( $p=0.012$ ) anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. 18-22 yaş grubu ile 43-47 yaş grubu katılımcıların aynı değişkene göre ( $p=0.022$ ) anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. Bu bağlamda “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır” değişkenine 18-22 yaş grubu ile 38-42 yaş grubunun “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. (Ekteki Tablo 26’ya bakınız)

### **3.19. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Eğitim Değişkeni Arasındaki İlişki**

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünce ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımda anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. Okuma yazma bilmeyen katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından ( $A.O=4,43$ ) arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir. Farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi eğitim düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek





için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda eğitim düzeylerine göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık oluşmamaktadır. (Ekteki Tablo 27'ye bakınız)

### **3.20. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Meslek Değişkeni Arasındaki İlişki**

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünce ile meslek grupları arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımda anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. Memur grubundaki katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,07) arasında anlamlı farklılaşma olurken, aynı meslek grubunun “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,77) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; ev hanımlarına göre “ Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,04) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; İşçi grubundaki katılımcıların “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,33) arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir.

Farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi meslek gruplarında farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda mesleklere göre Memur ile öğrenci grubundaki katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.” değişkenine verdikleri önem bakımından (p=0.010) anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. İşçi ile öğrenci grubundaki katılımcıların aynı değişkene verdikleri önem bakımından (p=0.014) anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. Memur ile öğrenci grubundaki katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Ev hanımı ile işçi arasında “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından (p=0.003) anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bu grup katılımcıların düşüncelerinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.” değişkenine verdikleri önem bakımından ev hanımı ile öğrenci arasında (p=0.047), memur ile öğrenci arasında (p=0.048), işçi ile öğrenci arasında (p=0.025) anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. işçi ile öğrenci arasında (p=0.025) anlamlı farklılaşmanın “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.” değişkenine olan düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. (Ekteki Tablo 28'e bakınız)



### **3.21. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Gelir Değişkeni Arasındaki İlişki**

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünce ile gelir düzeyleri arasındaki ilişki arasında bir farklılık olup olmadığına bakıldığında veriler İstatistiksel bakımda anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. 2 001-3000 TL gelir düzeyine sahip katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=4,01) arasında anlamlı farklılaşma olurken, aynı gelir düzeyine sahip katılımcılar “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,69) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte ve yine aynı gelir grubunun “Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,98) arasında anlamlı farklılaşma görülmekte; 3 001-4000TL gelir düzeyine sahip katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır” değişkenine verdikleri önem bakımından (A.O=3,94) arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir.

Farklılıkların görülebilmesi için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonrasında hangi gelir düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Multiple Comparisons testi yapılmıştır. Bu test sonucunda gelir düzeylerine göre “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından 500-1000 TL ile 2 001-3000 TL gelir düzeyine sahip katılımcılar arasında (p=0.027) anlamlı farklılaşma görülmektedir. “Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir” değişkenine verdikleri önem bakımından 1001-2000 TL ile 5000 TL gelir düzeyine sahip katılımcılar arasında (p=0.050) anlamlı farklılaşma görülmektedir. Aynı değişkenle 2 001-3000 TL ile 5000 TL gelir düzeyine sahip katılımcılar arasında (p=0.020) anlamlı farklılaşma görülmektedir ve atfedilen değişkene düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür

500 TL ve altı ve 1001-2000 TL gelir düzeyine sahip katılımcılar arasında “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır” değişkenine verdikleri önem bakımından (p=0.026) anlamlı farklılaşma görülmektedir ve atfedilen değişkene yönelik düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. (Ekteki Tablo 29’a bakınız)

## **4. SONUÇ(CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)**

Günümüzde ülkemizin ve dünya ülkelerinin en büyük sorunlarından birinin terör ve şiddet olduğu yadsınamaz bir gerçek olup bireylerin yaşamları içinde yerini almıştır. Terör ve şiddet var olduğu ortama maddi ve manevi zarar vermeye devam etmektedir.

Terör ve şiddet olayları yakın zaman içinde o kadar yoğun bir şekilde yaşanmaktadır ki haklı olarak içinde yaşadığımız toplumun ve bireylerinin bu olaylardan



etkilenmemesi mümkün değildir. Küresel bir boyut kazanan terör ve şiddet tüm toplumları etkilemektedir. Bu etki bireyleri toplum içinde korku, endişe, huzur ve güven noktasında farklı düzeylerde olsa da etkilemektedir.

Günümüzde küresel bir boyut kazanan kitle iletişim araçları bireylere dünya ve ülkemizde yaşanan her türlü bilgiyi, kısa bir süre içinde çok büyük kitlelere ulaştırmaktadır. Bireylerde kitle iletişim araçlarını teknolojik gelişmeler ışığında aktif bir şekilde kullanmaktadır. Bireyler boş vakitlerini değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek gibi benzer amaçlarla bu iletişim araçlarıyla ilgilenmektedirler. Kitle iletişim araçları kullanan bireyler yoğun bir şekilde mesajlara maruz kalmaktadır. Özellikle genç ve çocuklar bu mesajlardan daha fazla etkilenmekte; bu etki onların tutum davranışlarına da yansıdığını söylemek mümkündür.

Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet mesajları da bireylerin davranışlarına etki ettiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda çalışmamızın ana konusu olan terör ve şiddet haberlerinin bireylerin davranışlarını nasıl etki ettiğini ortaya koymak adına; Çalışmanın temel evreninin oluşturan Karaman İli, katılımcılarından elde edilen veriler göre; araştırmaya katılanların yarısından fazlası erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Tüm katılımcıların yarısından fazlasının evli olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim aracı olarak en fazla “Televizyon”u, ikinci olarak “İnterneti” kullandıklarını söyleyebiliriz.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından günde 3-4 saat ve 5 saat ve üzeri süre ile faydalandıklarını görmekteyiz.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarına en fazla vakit ayırdıkları mecra “televizyon”, ikincisi ise “İnterneti” olarak görülmektedir.

Araştırmaya katılanların görsel medyadan en fazla takip ettiği program türü “haber programları”, ikinci olarak ise “dizileri” takip ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini %60.3 oranında takip ettiği, bunun yanında %35.1’inde ara sıra bile olsa takip ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinden en fazla etkilendikleri olaylara baktığımızda “terör ve şehit haberlerinden” daha fazla etkilendiği görülmekte, ikinci sırada ise “çocuk istismarı”, üçüncü olarak “kadın cinayeti” olaylarından en fazla etkilendikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini takip etmeleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık oluşmakta “Erkek” katılımcıların daha fazla takip ettiklerini görmekteyiz.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinden en fazla etkilendikleri olaylarla cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık oluşmakta; erkek katılımcılar “terör ve şehit haberlerinden”, “sokak olaylarından” ve “kan davalarından”



etkilenmekte; kadın katılımcılar ise “çocuk istismarı”, “kadın cinayetleri” ve “namus cinayetlerinden” daha fazla etkilendiklerini söylemek mümkündür.

Cinsiyete göre kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettikleri değişkeni arasındaki ilişkiye baktığımızda elde edilen bulgu; erkek ve kadın katılımcıların aynı düzeyde “gelecek kaygısına düştükleri” görülürken, kadın katılımcıların “ailesi ve kendisi için kaygılandığı” ortaya çıkmakta; aynı zamanda kadınların “stres ve kaygı yaşadıkları” görülmektedir.

Yaşa göre kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettikleri değişkeni arasındaki ilişkiye baktığımızda yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık oluşmamıştır.

Eğitim düzeylerine göre kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettikleri değişkeni arasındaki ilişkiye baktığımızda ise; ilköğretim mezunlarının “ mutsuz oldukları”, lise mezunları ise “intikam almak istedikleri” görülürken; okuma yazma bilmeyenlerin ise “bu tür haberleri izlemekten kaçındıklarını” görmekteyiz.

Gelir düzeyine göre kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinde kendilerini nasıl hissettikleri değişkeni arasındaki ilişkiye baktığımızda 2001- 3000TL gelire sahip katılımcılar ile 5000 TL ve üzeri gelir düzeyindeki katılımcıların “İntikam almak istemeleri” şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Araştırmaya katılanların Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişkiye baktığımızda; erkek katılımcıların “Olumsuz fikirleri tetiklediği” şeklinde yönlendirdiğini düşünmekte, erkek katılımcıların “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırdığı” şeklinde bir yönlendirmenin olduğu görüşünde; erkek katılımcıların “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirdiği” şeklinde bir yönlendirmenin olduğu görüşünde; kadın katılımcılar ise “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk ettiği” değişkeninin daha fazla yönlendirdiği görüşünde ve “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etnik, ırksal ve dinsel gruplaşmaya yol açtığı” kadınlar terör ve şiddet haberlerinin bireyleri yönlendirdiği görüşüne sahip olduklarını söylemek mümkündür.

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile Yaş grupları değişkenleri arasındaki ilişkiye baktığımızda ise; “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk ettiği” değişkenine verdikleri önem bakımından 18-22 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında bireyleri daha fazla yönlendirdiğini söylemek mümkündür.

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile eğitim düzeyleri değişkenleri arasındaki ilişkiye bakıldığında “Bireylere örnek olmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından ilköğretim mezunu ile lise mezunlarını daha fazla yönlendirdiğini söylemek mümkündür.



Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile meslek grupları değişkenleri arasındaki ilişkiye bakıldığında “Olumsuz fikirleri tetiklemekte” değişkenine verdikleri önem bakımından memur grubunu daha fazla yönlendirdiği görülmekte; “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta” değişkenine verdikleri önem bakımından esnaf grubunu daha fazla yönlendirdiği görülmektedir.

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile gelir düzeyi değişkenleri arasındaki ilişkiye bakıldığında 5 000TL’den fazla gelir düzeyine sahip katılımcıları “Olumsuz fikirleri tetiklemekte” değişkenine verdikleri önem bakımından bu gelir grubunu daha fazla yönlendiği görülürken, 3 001-4000TL gelir düzeyine sahip katılımcıları “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta” bu gelir grubunu daha fazla yönlendiği görülürken; 500-1000 TL gelir düzeyine sahip katılımcıları ise “Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte” görüşüne yönlendirdiğini söylemek mümkündür.

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkiye baktığımızda; kadın katılımcıların “Korkarak yaşıyorum”, “Panik oluyorum”, “Bunalıma giriyorum”, “Sosyal hayattan uzaklaşıyorum” “Geleceğim için güvensizlik duyuyorum”, “Yalnız kalmak istemiyorum”, “Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum” ” değişkenlerine verdikleri önem bakımından kadın katılımcılara sosyo-psikolojik olarak daha fazla etki yaptığını söylemek mümkündür.

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile yaş grupları arasındaki ilişkiye baktığımızda; Lisansüstü eğitime sahip katılımcılara sosyo-psikolojik olarak “Ruhsal travma yaşıyorum” şeklinde bir etki yaptığını, Okuma yazma bilmeyen katılımcılara ise sosyo-psikolojik olarak “Korkarak yaşıyorum”, “Panik oluyorum”, “Sosyal hayattan uzaklaşıyorum” ve “Kuşkucu bir davranış gösteriyorum” ve “Yalnız kalmak istemiyorum” şeklinde bir etki yaptığı görülürken; lise mezunları ile önlisans mezunu katılımcılarda ise “Ruhsal travma yaşıyorum” şeklinde sosyo-psikolojik olarak bir etkilenmenin olduğunu görmekteyiz.

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile meslek grupları arasındaki ilişkiyi incelediğimizde elde edilen bulgu ise; ev hanımlarının “Ruhsal travma yaşıyorum”, “Korkarak yaşıyorum”, “Panik oluyorum” değişkenlerine verdikleri önem bakımından sosyo-psikolojik olarak daha fazla etkilenmekte olduğunu söylemek mümkündür.

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı ile gelir düzeyleri arasındaki ilişkiye baktığımızda 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların “Ruhsal travma yaşıyorum” ,“Panik oluyorum” ,“yalnız kalmak istemiyorum”, “Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum” değişkenine verdikleri önem bakımından 500 TL altı gelir düzeyine sahip katılımcıların sosyo-psikolojik olarak daha fazla etkilenmekte olduklarını söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceleri ile cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişkiye



bakıldığında elde edilen bulgu; kadınlar katılımcıların genel düşüncesi “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.”, “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum”, “Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir”, “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir”, “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.” bu şekilde ortaya koymaktadırlar.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından alınan terör ve şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceleri ile yaş grupları arasındaki ilişkiye bakıldığında 18-22 yaş grubu ile 28-32 yaş grubu arasında “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

33-37 yaş grubu ile 43-47 yaş grubu katılımcıların “ Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

18-22 yaş grubu ile 33-37 yaş grubu arasında “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir”. Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

18-22 yaş grubu ile 38-42 yaş grubunun “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceleri ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiye baktığımızda; Okuma yazma bilmeyen katılımcıların “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceleri ile meslek grupları arasındaki ilişkiye bakıldığında Ev hanımı ile işçi meslek grupları arasında “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.” Düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. İşçi ile öğrenci meslek grupları arasında “Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.”değişkenine olan düşüncelerinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünce ile gelir düzeyleri arasındaki ilişkiye baktığımızda ise; 2 001-3000 TL ile 5000 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip katılımcıların “Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan



bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir” düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

500 TL ve altı ve 1001-2000 TL gelir düzeyine sahip katılımcılar arasında ise; “Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır” düşüncesinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Bu çalışmada ortaya çıkan bulguları genel anlamda değerlendirecek olursak; Farklı demografik özelliklere sahip bireylerin üzerinde yapılan bu çalışma ile; Bireylerin yaşamları içinde terör ve şiddet mesajlarına farklı düzeylerde maruz kalmaları da esas alınarak bakıldığında

- Bireyler yaşamları içinde aile ve kendi güvenliği için kaydı duymakta,
- Orta düzeyde eğitime sahip bireylerin mutsuz olduğu ve bu bireylerin terör ve şiddete karşı intikam alma isteğine yöneldiği,
- Bireyler terör ve şiddet içeren haber ve mesajları takipten kaçındıklarını,
- Bireylerin terör ve şiddet içeren mesajlara maruz kaldıklarında olumsuz fikirleri oluşmasında tetikleyici olarak görmekte,
- Bireylerin terör ve şiddet içeren mesajlara maruz kaldıklarında terör ve şiddete yönelmelerinde etki artırdığını, mesajların sıklığına bağlı olarak terör ve şiddeti birey gözünde normalleştirdiğini düşünmekte,
- Kadınlar terör ve şiddet mesajlarına maruz kaldıklarında günlük yaşamlarını daha tedbirli olmaya yöneltmekte ve terör ve şiddetin toplum içinde etnik, ırksal ve dinsel ayrışmalara yönelttiğini düşünmekte,
- 18-22 ve 33-37 yaş gruplarını daha tedbirli olmaya yöneltmekte,
- Terör ve şiddet mesajları bireylere olumsuz örnek teşkil ettiğini düşünmekte
- Bireylere terör ve şiddet mesajları sosyo-psikolojik açıdan etkisine baktığımızda, kadınların ve meslek olarak ev hanımlarının; korkarak yaşamasına, panik olmalarına, bunalıma girmelerine, sosyal hayattan uzaklaşmalarına, gelecekları için güvensizlik duymalarına, yalnız kalmak istememelerine yakınları için sürekli endişe duymaları noktasında etki ettiği,
- Yüksek eğitimlilerin ruhsal travma yaşamlarına neden olmakta,
- Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceleri baktığımızda kadınların kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirdiğini düşünmekte, kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru olmadığı düşünmekte, kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilendiğini düşünmekte, kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görüşünde, ve şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar (iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşandığını düşünmekte,
- 18-22 yaş grubu ile 28-32 yaş grubu arasında bireyler kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirdiği görüşünde, kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli



mesajlardan dolayı suç işleme eğilimini arttırdığı düşüncesinde olup, 33-37 yaş grubu ile 43-47 yaş grubu bireyler kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model aldıkları görüşünde,

- Okuma yazma bilmeyen katılımcılar, Ev hanımı ile işçi meslek grupları ve 500 TL ve altı ve 1001-2000 TL gelir düzeyine sahip bireyler kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model aldığını düşünmekte ve şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar (iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşadığı görüşünde,
- 5000TL ve üzeri gelir sahip bireyler ise katılımcıların kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilendiği görüşünde olduklarını söylemek mümkündür.

Bu bağlamda dünyada ve ülkemizde meydana gelen terör ve şiddet olayları, bireyleri olumsuz yönde etkilemektedir. Sağlıklı bir toplum ve gelecek için terör ve şiddete karşı tüm toplumların hem fikir bir çözümde birleşmeleri gerekliliği ve tedbirlerin alınması kaçınılmaz bir gerçektir. Araştırmamıza konu olan ve terör ve şiddeti an be an yaşadığımız ortama taşıyan kitle iletişim araçları, mevcut yaşanan terör ve şiddet içerikli mesajlara maruz kalan bireylerin davranışlarını etkilediğini söylemek mümkündür.

Araştırmamızı konu ve sonuç açısından bilimsel çalışmalarla karşılaştırdığımızda benzer konunun çalışılmadığı görülmekte; fakat kitle iletişim araçlarının etkileri açısından çalışmalar bulunmakla birlikte çalışmamıza en yakın içeriğe sahip birkaç çalışmanın sonuç olarak karşılaştırdığımızda;

“Toplumsal Davranışlara Etkisi Açısından Kitle İletişim Araçlarının Stratejik Değerlendirilmesi” konulu çalışmada kitle iletişim araçlarının toplumsal davranışlara etki ettiği sonucu ortaya çıkmakta, bu bağlamda bizim çalışmamızda toplumu oluşturan birey bazında değerlendirildiğinde etkinin bireylerden başlayarak tüm toplumu etkisi altına aldığı sonucu ile bizim çalışmamızın ana eksenini oluşturan birey bazında etkinin oluşması çalışmamızı destekler niteliktedir.

“Terörizm, Psikososyal Etkileri ve Müdahale Modelleri” konulu teorik çalışmada terör ve şiddet yapan yada yapma eğilimi olan grupların kitle iletişim araçlarıyla topluma mesaj verme tanınırlılık yaratma, sempati kurma, korku ve ruhsal travma gibi birçok etkiyi yaratmak için kitle iletişim araçlarını etkin kullanması gerçeğini ortaya koymasıyla bizim çalışmamızın ana ekseninde kitle iletişim araçlarından alınan terör ve şiddet mesajlarının bireylerin hangi davranışlara yönelttiği noktasında kesişmekte, bizim çalışmamızdaki sonuçlarla örtüşmektedir. Terör ve şiddetin son dönemlerde ülkemizde ve dünyada etkin olduğu bu durum bireylerde sosyal yaşantı ve psikolojik olarak etkilendiklerini ortaya koymaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla iletilen mesajların yoğunluğu da bu etkiyi arttırdığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının etkileri noktasında çalışmalar olduğu görülürken; bizim konumuzun daha özel bir nitelikte olması araştırmamızı farklı kılmaktadır.

“Görsel Medya ve Şiddet Kültürünün Orta Öğretim Öğrencileri Üzerine Etkisi” konulu çalışmada da çalışmamızın içeriğindeki genç ve çocukların kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içeren programlardan etkilenmeleri, dizi, film çizgi film





karakterlerinin model alınması, hayat tarzı olarak benimsenmesi noktasında olumsuz örnek oluşturarak, şiddeti normalleştirmekte sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Araştırmacıların kitle iletişim araçlarının etkileri konusundaki eğilimleri son dönemlerde incelenmeye başlanmış olup gelecekte de araştırılmaya devam edecek gibi gözükmektedir. Bu bağlamda çalışmamız bir model oluşturmakta, referans olan kaynaklara baktığımızda bu çalışmalarla örtüşen sonucun kitle iletişim araçlarının bireyleri ve toplumların davranışlarına farklı düzeylerde etki ettiği ortaya çıkmaktadır. Çalışmamızda ortaya koyduğumuz hipotezleri destekler nitelikte olup, literatür taraması sırasında özellikle farklı disiplinler ele alınmış ve incelenmiş; bu sayede konuya bilimsel açıdan farklı bir bakış açısı getirmesi hedeflenmiştir. Kitle iletişim araçlarından alınan terör ve şiddet içeren mesajların bireylerin davranışları üzerine etkisine ilişkin yapılan anket çalışması da bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Dolayısıyla bireysel davranışlar kitle iletişim araçları tarafından etkilenmektedir.

Sonuç olarak;

- Bireyler, kitle iletişim araçlarını kullanırken daha bilinçli olmalı, seçici olmalıdır.
- Kitle iletişim araçlarının da yayın ve içerik olarak gerekli hassasiyete sahip olmaları gerekliliği ortaya çıkmaktadır.
- Bireyler olarak geleceğimiz olan genç ve çocuklarımızı bu etkilere karşı korumak ve sağlıklı bireyler olması adına, bu araçlarla ilgilerini, aileler olarak kontrollü hale getirmeliyiz.
- Eğitimle tüm bireyler bilinçlendirilmelidir.
- Kitle iletişim araçlarının yayın ilkeleri ve içeriğinin Türk toplumunun sosyal ve ahlak yapısına hitap eden yayın ilkelerine uygululuğuna dikkat etmelidir.
- Terör ve şiddet içeren dizi, film vb. yayınların özellikle çocuk ve gençlere olumsuz örnek teşkil etmesi gerçeğini göz önüne alarak ailelerin ve yetkililerin bu konuda duyarlı, sorumlu çözümler üreterek, gelecekte sağlıklı, ahlaklı ve huzurlu bir toplum için gerekli tedbirleri proaktif olarak almalıyız.
- Aile içi iletişimi artırmalıyız,
- Kitle iletişim araçlarına yönelmek yerine farklı sosyal sorumluluk içeren grup etkinliklerine yönelmeliyiz.

## 5. KAYNAKLAR

Aslan, A. (2004, 11 17). *Medyanın Toplumsal Gücü*. Türkiye .

Aydın, O. Ş. (2007). *Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6 Sayı:11 Bahar,121.

Bandura, A. (1973). *Agression: A Social Learning Analysis*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.



- Buluç, B. (2005). *Televizyonlarda yer alan şiddet içeren programların okulda şiddete etkisi ve şiddet önleme amacıyla okul yöneticilerinin alabileceği önlemler*. Gazi Üniversitesi, Mesleki Eğitim Dergisi, 7(14), 44-73.
- Bülbül, R. (2001). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayın.
- Çakır, V. (2005). *Bir Sosyal Etkinlik Olarak Eğlence ve Televizyon (Konya Örneği)*, . Konya, Türkiye.
- Çınar, B. (2012). *Sosyal Medyanın Örgütlü Suç İşlemede Rolü*. Journal of Business Economics and Political Science [JOBEPs], 1(2): 79–102.
- Demirli, A. (2011). *Terörizm, Psikososyal Etkileri ve Müdahale Modeller*. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 4 (35),69.
- Dilber, F. (2014). *Kitle İletişim Araçları ve Suç Olgusu*. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16 (Özel Sayı I): 60-66.
- Dülger, M. V. (2007). *Teknolojideki ve Kitle İletişim Araçlarındaki Gelişmelerin Uluslar arası Terörizme Etkileri*. Hukuk ve Adalet Eleştirel Hukuk Dergisi, İstanbul, Y:4 S:8, Nisan s.55–76.
- Ergil, D. (1993). *Uluslararası Terörizm* . A.Ü. S.B.F. Dergisi, Cilt 47, Sayı 3-4, 140.
- Gürocak, K. (2013). *Toplumsal Davranışlara Etkisi Açısından Kitle İletişim Araçlarının Stratejik Değerlendirilmesi* İzmir, Türkiye: Ege Üniversitesi, S.B.E., Gazetecilik ABD, Yüksek Lisans Tezi.
- Güz, N. (1995). *Siyasal Tercihleri Belirlemede Kitle İletişim Araçlarının Rolü* . *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 28, sayı 1,114.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal İletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kara, T. ( 2011).. *Görsel Medyanın Aile Bireyleri Üzerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma*, Manisa, Türkiye: T.C Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, Türk Uzmanlık Tezi,.
- Karakehya, H. (2013). *Yazılı Haber Medyasında Suçun Temsili*. İÜHFMC., LXXI, S. 1, 732 s. 731-744.
- Kunt, V. (2003). *Suç ve Çocuk, Yüksek Lisans Tezi*, . Ankara, Ankara: Ankara Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Antropoloji ABD.
- Mc Quail, D., & Windahl, S. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. Yumlu, Konca, (Çev.), İmge kitapevi, Ankara.
- Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınları.
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*,. Ankara: TRT Yayınları.



- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Oskay, Ü. (1971). *Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon, Geri Kalmışlık Açısından Olanaklar ve Sınırlar*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Oskay, Ü. (1993). *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-I*. Eskişehir: Kaan Kitabevi, 4. Baskı.
- Özerkmen, N., & Gölbaşı, H. (2010 ). Toplumsal Bir Olgu olarak Şiddet . *SBArD* , Mart, Sayı 15, sh. 23 – 37.
- Özkök, E. (1985). *İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü*. Ankara: Tan Yayınları.
- Pediatrics., A. A. (1995). Media Violence. *AAP Committe on Commnications in Pediatrics*, 95(6), 113,117.
- Savaş, G. (2004). *Kitle İletişim Araçlarına Eleştirel Bir Yaklaşım*. Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi, Vol:1, No:1,2.
- Taşdemir, E. (2002). *Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu Doğrultusunda Siyasi Partilere Yaklaşımı*. Selçuk İletişim Dergisi, Cilt:2, Sayı:3, 83.
- Türkoğlu, N. (2003). *Kitle İletişimi ve Kültür*. İstanbul: Naos Yayınları.
- Yıldız, S., & Sümer, H. H. (2010). *Medya ve Ahlaki Panik*. Akademia Erciyes Ün. İletişim Fak. Der, Ocak Sayısı,36.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*. İzmir: Naim Basım ve Yayın.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi

## EKLER

**Tablo 11. Kitle iletişim araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiği ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinizde kendinizi nasıl hissettiğiniz	Yaş Grubu																			
	18-22 (n=88)		23-27 (n=72)		28-32(n=121)		33-37(n=151)		38-42(n=80)		43-47(n=56)		48-52(n=52)		53-57 (n=48)		58-62 ve üzeri (n=32)		Anova Testi	
	Or.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	F	p
Mutsuz oluyorum	3,97	1,42	4,22	1,16	4,23	1,17	4,15	0,96	4,21	1,01	4,27	0,96	3,77	1,26	4,00	1,15	3,97	1,23	1,346	0,217
Öfkeleniyorum	4,10	1,26	4,28	1,10	4,18	1,10	4,24	0,95	4,32	0,98	4,14	1,01	3,98	1,15	4,08	1,00	4,22	0,87	0,670	0,719
Gelecek kaygısına düşünüyorum	3,90	1,25	3,83	1,32	3,98	1,18	3,81	1,16	4,06	1,11	3,80	1,26	3,69	1,21	3,67	1,37	3,19	1,59	1,892	0,058
Ailem ve kendim için kaygılanıyorum	3,92	1,24	3,96	1,35	4,01	1,16	4,00	1,16	4,18	0,97	3,91	1,16	4,03	0,95	3,98	1,06	3,59	1,39	0,855	0,554
Ülkem için kaygı duyuyorum	4,18	1,22	4,18	1,26	4,20	0,98	4,13	0,99	4,26	0,91	3,96	1,14	4,23	0,78	4,08	1,10	3,79	1,29	0,918	0,501
İntikam almak istiyorum	3,74	1,37	3,40	1,50	3,52	1,33	3,58	1,30	3,62	1,41	3,45	1,30	3,63	1,29	3,08	1,27	3,53	1,34	1,145	0,331
Stres ve kaygı yaşıyorum	3,52	1,40	3,76	1,26	3,93	1,06	3,92	1,07	4,12	1,07	3,87	1,13	3,85	1,14	3,77	1,11	3,62	1,43	1,796	0,075
Bu haberleri izlemekten kaçmıyorum	2,86	1,58	2,70	1,55	2,89	1,53	2,84	1,59	2,87	1,66	3,03	1,43	3,03	1,44	2,16	1,36	2,96	1,57	1,478	0,162

**Tablo 12. Kitle iletişim araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiği ile Eğitim Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinizde kendinizi nasıl hissettiğiniz	Eğitim Grubu																		Anova Testi	
	Okuma yazma bilmiyor (n=7)		Öğrenim görmemiş, ama okuma yazma biliyor (n=15)		İlkokul mezunu (n=74)		İlköğretim mezunu (n=73)		Orta Öğretim mezunu (n=78)		Lise (n=180)		Ön lisans (n=94)		Lisans (n=151)		Lisansüstü (n=28)			
	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	F	p
Mutsuz oluyorum	4,28	1,11	3,47	1,18	4,39	0,77	4,30	0,95	4,14	1,05	3,91	1,20	4,22	1,06	4,14	1,23	4,07	1,65	2,285	0,020*
Öfkeleniyorum	4,14	0,37	3,47	1,19	4,26	0,83	4,08	1,24	4,11	1,04	4,10	1,08	4,25	0,98	4,35	1,00	4,28	1,33	1,725	0,089
Gelecek kaygısına düşüyorum	3,57	1,51	3,13	1,30	3,63	1,36	4,01	1,08	3,77	1,12	3,81	1,22	3,95	1,21	3,86	1,31	4,18	1,21	1,482	0,160
Ailem ve kendim için kaygılanıyorum	4,28	0,48	3,53	0,91	3,78	1,17	4,09	1,04	4,00	1,14	3,93	1,14	4,02	1,22	4,05	1,26	4,25	1,07	1,007	0,429
Ülkem için kaygı duyuyorum	4,43	0,53	3,73	1,16	3,88	1,18	4,18	0,99	4,12	0,94	4,12	1,03	4,11	1,06	4,28	1,10	4,42	1,10	1,503	0,152
İntikam almak istiyorum	3,71	1,25	2,80	1,01	3,24	1,44	3,42	1,33	3,48	1,30	3,83	1,22	3,50	1,29	3,54	1,44	3,25	1,62	2,375	0,016*
Stres ve kaygı yaşıyorum	4,43	0,53	3,80	1,08	3,67	1,30	3,97	1,05	4,02	1,00	3,78	1,24	3,73	1,16	3,81	1,23	4,37	0,78	1,618	0,116
Bu haberleri izlemekten kaçınıyorum	3,27	1,51	2,40	1,18	3,06	1,54	3,14	1,44	2,75	1,54	2,87	1,60	3,05	1,49	2,45	1,53	2,78	1,68	2,332	0,018*

**Tablo 13. Kitle iletişim araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiği ile Meslek Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinizde kendinizi nasıl hissettiğiniz	Meslek Grubu																Anova Testi	
	Ev hanımı (n=108)		Emekli (n=42)		Esnaf (n=87)		Memur (n=126)		İşçi (n=124)		Öğrenci (n=102)		Serbest meslek (n=63)		Diğer (n=48)			
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Mutsuz oluyorum	4,19	0,99	4,14	1,09	3,88	1,40	4,22	1,03	4,18	0,96	4,20	1,20	4,01	1,08	3,91	1,53	1,158	0,325
Öfkeleniyorum	4,08	1,10	4,24	0,98	4,06	1,15	4,30	0,95	4,18	1,01	4,38	1,00	4,07	1,06	4,04	1,27	1,340	0,229
Gelecek kaygısına düşünüyorum	3,91	1,13	3,52	1,45	3,39	1,46	3,97	1,12	3,94	1,07	4,19	1,06	3,52	1,37	3,79	1,44	4,234	<b>0,000*</b>
Ailem ve kendim için kaygılanıyorum	4,05	1,11	3,78	1,26	4,09	1,13	4,09	1,13	4,06	1,06	4,12	1,18	3,85	1,17	3,79	1,37	1,354	0,222
Ülkem için kaygı duyuyorum	3,96	1,13	3,78	1,26	4,08	1,07	4,25	0,98	4,17	1,06	4,42	0,99	4,07	0,90	4,12	1,14	2,438	<b>0,018*</b>
İntikam almak istiyorum	3,31	1,31	3,09	1,39	3,58	1,32	3,50	1,30	3,59	1,33	3,81	1,34	3,57	1,43	3,60	1,44	1,759	0,093
Stres ve kaygı yaşıyorum	3,91	1,10	3,62	1,29	3,85	1,27	3,92	1,01	4,00	1,13	3,81	1,26	3,57	1,23	3,75	1,26	1,199	0,301
Bu haberleri izlemekten kaçınıyorum	3,17	1,45	2,67	1,57	2,85	1,60	2,78	1,48	2,90	1,64	2,69	1,60	2,74	1,42	2,56	1,56	1,252	0,272

**Tablo 14. Kitle iletişim araçlarından Terör ve Şiddet Haberlerini İzlediğinizde Kendinizi Nasıl Hissettiği ile Gelir Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerini izlediğinizde kendinizi nasıl hissettiğiniz	Gelir Grubu															
	500 TL altı (n=108)		500-1000 TL (n=42)		1 001-2000 TL (n=87)		2 001-3000 TL (n=126)		3 001-4000 TL (n=124)		4 001-5000 TL (n=102)		5 000 TL'den fazla (n=63)		Anova Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Mutsuz oluyorum	4,28	0,98	3,93	1,36	4,15	1,11	4,24	0,92	3,80	1,43	3,90	1,42	3,62	1,53	2,737	0,012*
Öfkeleniyorum	4,22	1,03	3,98	1,29	4,15	1,05	4,43	0,72	4,03	1,25	4,27	1,06	3,71	1,45	2,626	0,016*
Gelecek kaygısına düşüyorum	4,06	1,05	3,62	1,40	3,89	1,19	3,76	1,26	3,89	1,34	3,27	1,38	3,33	1,55	2,994	0,007*
Ailem ve kendim için kaygılanıyorum	4,13	1,05	3,88	1,31	3,92	1,17	4,05	1,12	4,16	1,00	3,45	1,35	3,76	1,37	2,130	0,048*
Ülkem için kaygı duyuyorum	4,17	1,08	4,04	1,19	4,14	1,01	4,24	0,92	4,18	1,19	3,72	1,31	4,09	1,13	1,098	0,362
İntikam almak istiyorum	3,56	1,32	3,43	1,51	3,50	1,30	3,72	1,31	3,48	1,39	3,72	1,33	2,62	1,46	2,289	0,034*
Stres ve kaygı yaşıyorum	3,93	1,10	3,76	1,35	3,80	1,17	3,96	1,08	3,87	1,13	3,51	1,35	3,61	1,43	0,992	0,430
Bu haberleri izlemekten kaçınıyorum	3,08	1,53	2,73	1,52	2,73	1,55	2,74	1,61	2,76	1,45	2,79	1,47	3,23	1,58	1,237	0,285

**Tablo 15. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet Haberlerinin Bireyleri Nasıl Yönlendirdiği ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişki T-Testi**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği	Erkek (n=372)		Kadın (n=328)		Bağımlı İki Grup T- Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss	T	p
Bireylere örnek olmakta	3,10	1,52	3,00	1,48	0,879	0,380
Olumsuz fikirleri tetiklemekte	3,57	1,28	3,32	1,34	2,479	0,013*
Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta	2,80	1,43	2,72	1,43	0,776	0,438
Yeni meraklar uyandırmakta	3,14	1,33	3,01	1,28	1,310	0,191
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta	3,61	1,25	3,34	1,34	2,843	0,005*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi kitle iletişim araçlarından uzaklaştırmakta	2,97	1,43	2,90	1,35	0,667	0,505
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte	3,40	1,33	3,19	1,37	2,095	0,038*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte	3,80	1,14	4,09	1,00	3,454	0,001*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etnik, ırksal ve dinsel gruplaşmaya yol açmakta	3,86	1,23	4,09	1,10	2,566	0,010*



**Tablo 16. Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği	Yaş Grubu																			
	18-22 (n=88)		23-27 (n=72)		28-32 (n=121)		33-37 (n=151)		38-42 (n=80)		43-47 (n=56)		48-52 (n=52)		53-57 (n=48)		58-62 ve üzeri (n=32)		Anova Testi	
	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	F	p
Bireylere örnek olmakta	2,82	1,54	3,14	1,36	3,21	1,50	2,59	1,50	2,82	1,52	3,32	1,40	3,67	1,33	3,44	1,30	3,62	1,38	5,070	0,000*
Olumsuz fikirleri tetiklemekte	3,64	1,26	3,50	1,37	3,54	1,29	3,12	1,37	3,38	1,40	3,55	1,26	3,60	1,19	3,60	1,20	3,69	1,25	1,881	0,060
Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta	3,17	1,44	3,06	1,52	2,98	1,38	2,26	1,34	2,57	1,46	2,80	1,43	2,94	1,32	2,54	1,30	2,93	1,43	4,608	0,000*
Yeni meraklar uyandırmakta	3,15	1,27	3,22	1,47	3,21	1,32	2,76	1,29	3,03	1,32	3,08	1,22	3,09	1,21	3,14	1,27	3,62	1,18	2,157	0,029*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta	3,43	1,27	3,64	1,30	3,59	1,27	3,10	1,48	3,39	1,33	3,69	1,23	3,90	0,95	3,58	1,02	3,75	1,24	3,013	0,002*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi kitle iletişim araçlarından uzaklaştırmakta	3,11	1,33	3,00	1,48	2,92	1,41	2,64	1,33	2,97	1,43	2,91	1,39	3,26	1,33	2,97	1,36	3,25	1,41	1,643	0,109
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte	3,42	1,26	3,65	1,40	3,47	1,28	2,84	1,37	3,17	1,45	3,28	1,40	3,44	1,22	3,52	1,15	3,44	1,39	3,498	0,001*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte	3,44	1,21	3,74	1,24	4,06	1,04	4,15	0,99	4,08	1,00	4,07	0,97	3,80	1,06	3,93	0,98	3,90	1,11	4,108	0,000*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etnik, ırksal ve dinsel gruplaşmaya yol açmakta	3,65	1,29	3,86	1,23	4,00	1,25	4,09	1,11	4,24	1,05	4,00	1,09	3,98	1,03	3,89	1,27	3,75	1,19	1,831	0,068

**Tablo 17. Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile Eğitim Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği	Eğitim Grubu																		Anova Testi	
	Okuma yazma bilmiyor (n=7)		Öğrenim görmemiş, ama okuma yazma biliyor (n=15)		İlkokul mezunu (n=74)		İlköğretim mezunu (n=73)		Orta Öğretim mezunu (n=78)		Lise (n=180)		Ön lisans (n=94)		Lisans (n=151)		Lisansüstü (n=28)			
	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	Ort	Ss.	F	p
Bireylere örnek olmakta	4,14	1,07	3,80	1,08	3,20	1,42	3,68	1,20	2,87	1,50	2,72	1,54	3,18	1,44	2,96	1,55	3,07	1,44	4,259	0,000*
Olumsuz fikirleri tetiklemekte	4,00	1,00	3,93	0,96	3,29	1,36	3,61	1,17	3,29	1,30	3,34	1,26	3,60	1,36	3,50	1,41	3,50	1,40	1,157	0,323
Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta	3,00	1,29	2,80	1,26	2,62	1,50	2,96	1,28	2,68	1,42	2,63	1,39	2,92	1,39	2,80	1,53	2,93	1,65	0,729	0,666
Yeni meraklar uyandırmakta	3,14	1,07	3,66	1,11	3,11	1,31	3,14	1,19	3,03	1,29	3,02	1,30	3,25	1,29	2,99	1,41	2,96	1,35	0,762	0,636
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta	3,85	0,90	3,80	0,94	3,59	1,19	3,59	1,21	3,40	1,43	3,28	1,37	3,79	1,08	3,46	1,41	3,43	1,26	1,567	0,131
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi kitle iletişim araçlarından uzaklaştırmakta	3,86	0,90	3,53	1,12	2,85	1,47	3,04	1,25	2,95	1,41	3,03	1,38	3,02	1,37	2,70	1,44	2,82	1,42	1,535	0,142
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte	3,86	1,06	3,80	1,08	3,04	1,46	3,45	1,20	3,14	1,38	3,15	1,36	3,44	1,27	3,42	1,38	3,46	1,45	1,569	0,130
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte	4,43	0,53	4,00	1,13	4,20	0,83	3,78	1,04	3,90	1,13	4,07	1,02	3,86	0,94	3,84	1,26	3,57	1,34	1,933	0,050*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etnik, ırksal ve dinsel gruplaşmaya yol açmakta	4,14	0,69	3,80	1,08	3,88	1,20	3,93	0,98	3,99	1,21	4,01	1,23	4,08	0,92	3,96	1,29	3,68	1,46	0,484	0,868

**Tablo 18. Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile Meslek Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği	Meslek Grubu																Anova Testi	
	Ev hanımı (n=108)		Emekli (n=42)		Esnaf (n=87)		Memur (n=126)		İşçi (n=124)		Öğrenci (n=102)		Serbest meslek (n=63)		Diğer (n=48)			
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	P
Bireylere örnek olmakta	3,26	1,32	3,59	1,40	3,29	1,49	3,08	1,49	2,64	1,59	3,00	1,47	2,82	1,51	3,06	1,50	3,097	0,003*
Olumsuz fikirleri tetiklemekte	3,61	1,13	3,59	1,31	3,50	1,33	3,69	1,25	3,01	1,45	3,66	1,32	3,41	1,20	3,06	1,34	3,920	0,000*
Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta	3,97	1,33	2,57	1,45	2,78	1,46	2,86	1,43	2,49	1,39	2,95	1,47	2,59	1,41	2,73	1,59	1,549	0,148
Yeni meraklar uyandırmakta	3,23	1,21	3,36	1,16	3,16	1,40	3,05	1,33	2,88	1,34	3,15	1,31	2,95	1,30	3,04	1,34	1,079	0,375
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta	3,63	1,17	3,69	1,07	3,82	1,24	3,53	1,27	3,08	1,43	3,62	1,27	3,52	1,34	3,00	1,40	4,081	0,000*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi kitle iletişim araçlarından uzaklaştırmakta	3,00	1,34	3,00	1,29	3,25	1,46	2,84	1,39	2,68	1,36	3,09	1,42	2,96	1,39	2,75	1,42	1,691	0,108
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte	3,45	1,22	3,30	1,28	3,36	1,40	3,47	1,32	2,91	1,44	3,55	1,30	3,21	1,24	3,00	1,51	2,881	0,006*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte	4,04	0,83	3,86	1,02	3,95	1,03	3,97	1,07	4,11	1,10	3,72	1,24	3,96	1,04	3,66	1,34	1,644	0,120
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etnik, ırksal ve dinsel gruplaşmaya yol açmakta	3,85	1,10	3,83	1,24	4,05	1,07	4,16	1,09	4,18	1,10	3,79	1,28	3,92	1,28	3,60	1,39	2,338	0,023*

**Tablo 19. Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği ile Gelir Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından terör ve şiddet haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiği	Gelir Grubu															
	500 TL altı (n=108)		500-1000 TL (n=42)		1 001-2000 TL (n=87)		2 001-3000 TL (n=126)		3 001-4000 TL (n=124)		4 001-5000 TL (n=102)		5 000 TL'den fazla (n=63)		Anova Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Bireylere örnek olmakta	3,18	1,39	3,11	1,48	2,92	1,55	2,90	1,55	3,45	1,39	3,27	1,41	2,90	1,54	1,535	0,164
Olumsuz fikirleri tetiklemekte	3,73	1,14	3,36	1,35	3,26	1,33	3,41	1,38	3,62	1,37	3,37	1,37	3,76	1,26	2,448	0,024*
Terör ve şiddete karşı sempati yaratmakta	3,03	1,37	2,87	1,46	2,60	1,43	2,70	1,45	2,71	1,41	2,62	1,45	2,90	1,55	1,691	0,120
Yeni meraklar uyandırmakta	3,26	1,27	3,11	1,23	3,04	1,29	3,00	1,36	3,12	1,31	2,93	1,53	2,76	1,44	0,882	0,507
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etkiyi artırmakta	3,64	1,19	3,69	1,15	3,30	1,36	3,33	1,41	3,84	1,20	3,59	1,30	3,57	1,25	2,528	0,020*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi kitle iletişim araçlarından uzaklaştırmakta	3,09	1,34	3,28	1,30	2,88	1,36	2,76	1,42	3,00	1,57	2,69	1,51	2,95	1,32	1,593	0,146
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi olayları birey gözünde normalleştirmekte	3,53	1,25	3,60	1,18	3,06	1,37	3,26	1,45	3,28	1,46	3,37	1,35	3,23	1,22	2,599	0,017*
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi bireyleri daha tedbirli olmaya sevk etmekte	3,95	1,05	3,78	0,95	3,99	1,10	4,05	0,99	3,84	1,26	3,76	1,24	3,57	1,38	1,233	0,287
Terör ve şiddet haberlerinin sıkça verilmesi etnik, ırksal ve dinsel gruplaşmaya yol açmakta	3,88	1,05	3,96	1,22	4,04	1,22	4,11	1,20	3,91	1,27	3,55	1,43	3,71	1,23	1,439	0,197

**Tablo 20. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Gösteren T -Testi**

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı hakkında	Erkek (n=372)		Kadın (n=328)		Bağımlı İki Grup t Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss	T	p
Ruhsal travma yaşıyorum	2,36	1,41	2,52	1,44	1,440	0,150
Korkarak yaşıyorum	2,36	1,36	2,83	1,32	4,675	0,000*
Panik oluyorum	2,23	1,32	2,72	1,39	4,729	0,000*
Bunalıma giriyorum	2,29	1,30	2,54	1,25	2,604	0,009*
Sosyal hayattan uzaklaşıyorum	2,36	1,39	2,61	1,32	2,398	0,017*
Geleceğim için güvensizlik duyuyorum	3,01	1,42	3,74	1,20	6,499	0,000*
Kuşkucu bir davranış gösteriyorum	2,80	1,40	2,92	1,45	1,112	0,267
Yalnız kalmak istemiyorum	2,53	1,39	2,90	1,33	3,498	0,000*
Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum	3,43	1,43	3,99	1,06	5,645	0,000*

**Tablo 21. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişki**

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı	Yaş Grubu																		Anova Testi	
	18-22 (n=88)		23-27 (n=72)		28-32 (n=121)		33-37 (n=151)		38-42 (n=80)		43-47 (n=56)		48-52 (n=52)		53-57 (n=48)		58-62 ve üzeri (n=32)			
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Ruhsal travma yaşıyorum	2,54	1,41	2,66	1,40	2,65	1,49	2,08	1,38	2,47	1,44	2,32	1,41	2,56	1,45	2,33	1,34	2,56	1,41	1,961	0,049*
Korkarak yaşıyorum	2,46	1,42	2,53	1,40	2,85	1,34	2,32	1,25	2,68	1,32	2,61	1,42	2,57	1,39	2,69	1,40	2,81	1,46	1,620	0,115
Panik oluyorum	2,32	1,37	2,58	1,41	2,70	1,43	2,09	1,27	2,62	1,34	2,41	1,49	2,63	1,37	2,52	1,22	2,69	1,45	2,370	0,016*
Bunalıma giriyorum	2,52	1,38	2,40	1,27	2,57	1,29	2,20	1,12	2,43	1,24	2,39	1,45	2,53	1,43	2,25	1,23	2,40	1,34	0,996	0,437
Sosyal hayattan uzaklaşıyorum	2,41	1,39	2,50	1,38	2,68	1,36	2,13	1,29	2,50	1,25	2,52	1,46	2,77	1,38	2,52	1,30	2,75	1,46	2,095	0,034*
Geleceğim için güvensizlik duyuyorum	3,21	1,34	3,30	1,50	3,71	1,17	3,35	1,36	3,70	1,25	3,32	1,52	3,34	1,35	3,04	1,36	3,06	1,54	2,262	0,022*
Kuşkucu bir davranış gösteriyorum	2,78	1,27	2,98	1,46	3,18	1,35	2,50	1,45	2,82	1,45	2,69	1,55	3,07	1,41	3,04	1,33	3,00	1,50	2,481	0,012*
Yalnız kalmak istemiyorum	2,62	1,40	2,75	1,42	2,82	1,44	2,51	1,29	2,72	1,27	2,71	1,49	3,02	1,42	2,60	1,27	2,87	1,38	0,964	0,463
Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum	3,37	1,38	3,43	1,45	3,76	1,31	3,91	1,16	3,94	1,21	3,80	1,24	3,67	1,23	3,54	1,25	3,37	1,45	2,384	0,015*

**Tablo 22. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Eğitim Değişkeni Arasındaki İlişki**

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı	Eğitim Grubu																			
	Okuma yazma bilmiyor (n=7)		Öğrenim görmemiş, ama okuma yazma biliyor (n=15)		İlkokul mezunu (n=74)		İlköğretim mezunu (n=73)		Orta Öğretim mezunu (n=78)		Lise (n=180)		Ön lisans (n=94)		Lisans (n=151)		Lisansüstü (n=28)		Anova Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Ruhsal travma yaşıyorum	2,57	1,39	2,60	1,68	2,43	1,45	2,59	1,35	2,28	1,39	2,06	1,30	2,86	1,34	2,46	1,51	3,25	1,53	4,071	0,000*
Korkarak yaşıyorum	3,86	1,34	3,40	1,55	2,44	1,30	2,68	1,28	2,66	1,40	2,49	1,30	2,69	1,25	2,32	1,42	3,32	1,39	3,619	0,000*
Panik oluyorum	3,43	1,40	3,13	1,46	2,47	1,36	2,65	1,28	2,48	1,35	2,23	1,36	2,51	1,29	2,35	1,44	3,11	1,31	2,646	0,007*
Bunalıma giriyorum	3,00	1,63	2,66	1,54	2,32	1,32	2,32	1,14	2,35	1,19	2,33	1,23	2,62	1,23	2,30	1,36	3,03	1,48	1,733	0,087
Sosyal hayattan uzaklaşıyorum	3,57	1,33	3,00	1,25	2,34	1,29	2,66	1,22	2,35	1,31	2,36	1,42	2,77	1,31	2,32	1,38	2,75	1,50	2,354	0,017*
Geleceğim için güvensizlik duyuyorum	3,71	1,25	3,13	1,50	3,38	1,44	3,57	1,23	3,38	1,34	3,40	1,36	3,37	1,32	3,24	1,42	3,86	1,32	0,913	0,515
Kuşkucu bir davranış gösteriyorum	4,00	1,00	3,33	1,34	2,62	1,31	3,20	1,18	2,87	1,55	2,64	1,45	3,10	1,31	2,69	1,48	3,50	1,43	3,510	0,001*
Yalnız kalmak istemiyorum	3,57	1,27	3,33	1,40	2,66	1,35	3,16	1,29	2,61	1,34	2,66	1,41	2,65	1,26	2,53	1,40	2,68	1,49	2,181	0,027*
Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum	4,57	0,53	3,80	1,26	3,63	1,26	3,89	1,02	3,61	1,36	3,75	1,26	3,83	1,15	3,50	1,50	3,53	1,37	1,312	0,234

Tablo 23. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Meslek Değişkeni Arasındaki İlişki

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı	Meslek Grubu																Anova Testi	
	Ev hanımı (n=108)		Emekli (n=42)		Esnaf (n=87)		Memur (n=126)		İşçi (n=124)		Öğrenci (n=102)		Serbest meslek (n=63)		Diğer (n=48)			
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	P
Ruhsal travma yaşıyorum	2,84	1,36	2,12	1,23	2,19	1,39	2,72	1,43	2,09	1,39	2,61	1,42	2,01	1,30	2,56	1,63	4,862	0,000*
Korkarak yaşıyorum	3,16	1,28	2,26	1,17	2,33	1,48	2,61	1,27	2,60	1,31	2,48	1,44	2,25	1,23	2,60	1,48	4,287	0,000*
Panik oluyorum	3,06	1,32	2,26	1,21	2,27	1,40	2,59	1,36	2,24	1,30	2,43	1,36	2,14	1,40	2,31	1,44	4,674	0,000*
Bunalıma giriyorum	2,58	1,27	2,04	1,10	2,34	1,41	2,55	1,28	2,29	1,23	2,56	1,31	2,11	1,12	2,39	1,38	1,881	0,070
Sosyal hayattan uzaklaşıyorum	2,68	1,23	2,33	1,28	2,52	1,44	2,66	1,37	2,25	1,33	2,50	1,43	2,06	1,28	2,62	1,42	2,199	0,033*
Geleceğim için güvensizlik duyuyorum	3,68	1,19	3,21	1,38	3,27	1,52	3,46	1,32	3,43	1,33	3,39	1,35	2,95	1,36	3,39	1,51	1,934	0,062
Kuşkucu bir davranış gösteriyorum	3,13	1,29	2,95	1,38	2,78	1,52	2,98	1,43	2,65	1,47	2,93	1,37	2,65	1,43	2,62	1,47	1,589	0,135
Yalnız kalmak istemiyorum	3,14	1,32	2,59	1,28	2,61	1,46	2,63	1,31	2,64	1,36	2,67	1,40	2,60	1,42	2,56	1,38	1,675	0,071
Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum	4,02	1,02	3,48	1,29	3,35	1,58	3,80	1,20	3,99	1,06	3,48	1,41	3,46	1,31	3,48	1,49	4,049	0,000*



**Tablo 24. Terör ve Şiddet İçeren Haberlerin Sosyo-psikolojik Olarak Sizde Nasıl Bir Etki Yaptığı ile Gelir Değişkeni Arasındaki İlişki**

Terör ve şiddet içeren haberlerin sosyo-psikolojik olarak sizde nasıl bir etki yaptığı	Gelir Grubu														Anova Testi	
	500 TL altı (n=108)		500-1000 TL (n=42)		1 001-2000 TL (n=87)		2 001-3000 TL (n=126)		3 001-4000TL (n=124)		4 001-5000TL (n=102)		5 000TL'den fazla (n=63)			
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Ruhsal travma yaşıyorum	2,84	1,40	2,53	1,41	2,15	1,35	2,34	1,46	2,70	1,46	2,58	1,40	2,00	1,48	4,647	0,000*
Korkarak yaşıyorum	2,89	1,39	2,62	1,40	2,48	1,30	2,42	1,31	2,59	1,43	2,58	1,35	2,28	1,55	2,070	0,055
Panik oluyorum	2,81	1,39	2,72	1,40	2,19	1,29	2,43	1,39	2,43	1,36	2,52	1,43	2,00	1,38	4,177	0,000*
Bunalıma giriyorum	2,68	1,32	2,42	1,24	2,23	1,17	2,44	1,30	2,55	1,44	2,24	1,24	1,81	1,43	2,968	0,007*
Sosyal hayattan uzaklaşıyorum	2,73	1,34	2,43	1,31	2,29	1,33	2,45	1,34	2,77	1,55	2,72	1,36	1,76	1,18	3,308	0,003*
Geleceğim için güvensizlik duyuyorum	3,64	1,19	3,32	1,39	3,40	1,34	3,46	1,38	3,18	1,55	2,76	1,48	2,71	1,49	3,149	0,005*
Kuşkucu bir davranış gösteriyorum	3,16	1,30	3,03	1,33	2,68	1,43	2,81	1,50	2,91	1,47	2,69	1,56	2,38	1,43	2,517	0,020*
Yalnız kalmak istemiyorum	3,09	1,33	2,62	1,43	2,67	1,34	2,50	1,30	2,68	1,45	2,41	1,50	2,14	1,35	3,593	0,002*
Yakınlarım için sürekli endişe ediyorum	3,96	1,08	3,59	1,36	3,67	1,24	3,81	1,25	3,34	1,56	3,38	1,61	2,86	1,62	3,923	0,001*

**Tablo 25. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Gösteren T-Testi**

Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceniz	Erkek (n=372)		Kadın (n=328)		Bağımlı İki Grup T- Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	T	p
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.	3,64	1,30	4,04	1,04	4,448	0,000*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum	3,24	1,41	3,65	1,27	4,036	0,000*
Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir	3,72	1,12	3,89	1,04	2,062	0,040*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.	3,69	1,27	3,60	1,36	0,845	0,398
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir	3,77	1,16	4,14	0,95	4,548	0,000*
Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.	3,98	1,18	4,35	0,87	4,577	0,000*

**Tablo 26. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceniz	Yaş Grubu																		Anova Testi	
	18-22 (n=88)		23-27 (n=72)		28-32 (n=121)		33-37 (n=151)		38-42 (n=80)		43-47 (n=56)		48-52 (n=52)		53-57 (n=48)		58-62 ve üzeri (n=32)			
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.	3,27	1,47	3,53	1,32	4,05	1,05	3,93	1,13	4,01	1,08	3,98	1,09	3,79	1,14	3,85	1,22	4,00	1,08	4,128	0,000*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum	3,05	1,40	3,12	1,49	3,52	1,40	3,61	1,28	3,84	1,16	3,25	1,39	3,40	1,25	3,33	1,36	3,56	1,36	2,854	0,004*
Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir	3,53	1,27	3,66	1,25	3,78	1,05	3,81	1,07	3,96	1,01	3,87	0,95	3,81	1,15	4,04	0,82	3,90	0,93	1,391	0,197
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.	3,62	1,16	3,87	1,20	3,77	1,25	3,16	1,59	3,42	1,41	4,03	0,99	3,92	1,12	4,04	0,90	3,96	1,09	5,212	0,000*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir	3,55	1,18	3,73	1,27	3,96	1,01	4,12	0,97	4,05	1,07	3,91	1,18	4,13	1,02	4,04	0,85	3,97	1,18	2,624	0,008*
Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.	3,67	1,35	3,90	1,20	4,16	1,18	4,34	0,89	4,39	0,74	4,42	0,63	4,13	1,02	4,21	0,94	4,06	1,19	4,543	0,000*

**Tablo 27. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Eğitim Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceniz	Eğitim Grubu																			
	Okuma yazma bilmiyor (n=7)		Öğrenim görmemiş, ama okuma yazma biliyor (n=15)		İlkokul mezunu (n=74)		İlköğretim mezunu (n=73)		Orta Öğretim mezunu (n=78)		Lise (n=180)		Ön lisans (n=94)		Lisans (n=151)		Lisansüstü (n=28)		Anova Testi	
	Ort	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.	3,86	0,90	3,73	1,09	3,96	0,96	3,94	1,09	3,71	1,30	3,77	1,21	3,99	1,16	3,81	1,27	3,43	1,57	0,941	0,482
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum	3,86	0,90	3,40	1,40	3,24	1,38	3,48	1,36	3,33	1,47	3,44	1,31	3,60	1,33	3,41	1,40	3,61	1,26	0,559	0,812
Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir	3,71	0,95	4,00	0,65	3,63	1,22	3,71	1,02	3,79	1,04	3,93	1,00	3,90	1,13	3,71	1,17	3,71	1,15	0,910	0,507
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.	4,43	0,53	4,13	0,83	3,96	0,94	3,85	1,08	3,42	1,45	3,29	1,52	3,85	1,17	3,65	1,33	4,14	0,89	4,132	0,000*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir	4,43	0,53	3,93	0,96	3,94	1,13	3,93	1,05	3,95	1,19	4,05	1,04	4,01	1,00	3,75	1,18	4,03	0,88	1,030	0,412
Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar (iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.	4,28	0,49	4,26	0,70	4,24	0,92	4,26	0,88	4,18	1,18	4,13	1,12	4,14	1,03	4,10	1,14	4,03	1,17	0,290	0,969

**Tablo 28. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Meslek Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünce	Meslek Grubu																Anova Testi	
	Ev hanımı (n=108)		Emekli (n=42)		Esnaf (n=87)		Memur (n=126)		İşçi (n=124)		Öğrenci (n=102)		Serbest meslek (n=63)		Diğer (n=48)			
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	P
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.	3,99	0,95	3,95	1,17	3,62	1,36	4,07	1,07	4,05	1,05	3,39	1,41	3,82	1,14	3,41	1,38	4,996	0,000*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum	3,54	1,29	3,40	1,27	3,33	1,43	3,77	1,17	3,48	1,39	3,20	1,42	3,14	1,42	3,29	1,44	2,226	0,030*
Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir	3,66	1,01	3,81	1,11	3,66	1,14	4,00	1,01	3,98	1,00	3,64	1,28	3,79	1,15	3,71	0,94	1,954	0,059
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır.	4,04	0,88	3,97	1,02	3,72	1,27	3,83	1,28	3,24	1,58	3,69	1,21	3,30	1,40	3,31	1,46	5,112	0,000*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir	4,09	0,95	4,00	0,94	3,91	1,22	4,07	0,85	4,03	1,15	3,66	1,19	3,82	1,17	3,83	1,21	1,817	0,081
Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar (iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.	4,31	0,81	4,19	1,04	4,11	1,03	4,29	0,94	4,33	0,95	3,76	1,37	4,09	1,01	3,96	1,33	3,461	0,001*

**Tablo 29. Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Terör ve Şiddet İçeren Mesajlar Hakkında Genel Düşünce ile Gelir Değişkeni Arasındaki İlişki**

Kitle iletişim araçlarından alınan şiddet içeren mesajlar hakkında genel düşünceniz	Gelir Grubu															
	500 TL altı (n=160)		500-1000 TL (n=69)		1 001-2000 TL (n=230)		2 001-3000 TL (n=135)		3 001-4000TL (n=56)		4 001-5000TL (n=29)		5 000TL'den fazla (n=21)		Anova Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	F	p
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb programlar izleyicileri olumsuz yönlendirmektedir.	3,85	1,15	3,58	1,32	3,84	1,15	4,01	1,12	3,93	1,29	3,55	1,32	3,19	1,50	2,377	0,028*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajların yayınlanmasını doğru bulmuyorum	3,55	1,33	2,94	1,36	3,35	1,37	3,69	1,29	3,61	1,37	3,48	1,15	3,00	1,61	3,272	0,004*
Kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde meydana gelen şiddet içeren haberlere maruz kalan bireyler terör ve şiddetten küresel boyutta etkilenmektedir	3,74	1,09	3,61	1,19	3,87	1,03	3,98	1,02	3,87	1,17	3,58	1,05	3,00	1,09	3,456	0,002*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli filmler, diziler vb program kahramanlarını çocuk ve gençler kendine rol model almaktadır	3,87	1,07	3,75	1,00	3,36	1,48	3,68	1,40	3,94	1,16	3,79	1,32	3,57	1,25	3,274	0,003*
Kitle iletişim araçlarında yer alan terör ve şiddet içerikli mesajlardan dolayı suç işleme eğiliminin arttığı görülmektedir	3,95	1,06	3,77	1,11	3,86	1,14	4,15	0,97	4,05	1,05	3,62	1,26	4,05	0,86	1,947	0,071
Şiddet içeren oyunları oynayan çocukların davranışlarında sorunlar(iletişim sorunları, şiddet eğilimi vb.) yaşanmaktadır.	4,20	1,08	4,01	1,02	4,13	1,08	4,35	0,91	4,11	1,17	4,00	1,16	3,71	1,14	1,740	0,109



## AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 60 Mart - Nisan 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası  
Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>

