

MEDYANIN BOŞANMAYA ETKİSİ

Yrd. Doç. Dr. Şahin DOĞAN*

Bu araştırmanın temel amacı halkın, medyanın boşanmaya etkisi konusundaki tutumlarının araştırılmasıdır. Bu amaçla Türkiye genelinde 33 ilde Şubat 2014 tarihinde araştırma yapılmıştır. Örneklem genişliği % 95 güvenle ve % 2.5 hata payı ile 1.667 kişi bulunmuştur. Bu 33 ilde 18 yaş ve üzeri 1.667 kişiye rastgele (randomsampling) yöntemi ile yüz yüze görüşülerek anket uygulaması yapılmıştır. Katılımcıların %58,7'i eşlerin boşanma kararı almalarında medyanın etkili olduğuna, %58,8'i televizyondaki evlendirme programlarının aileleri olumsuz yönde etkilediğine, %59,4'ü televizyonda yayımlanan bazı dizilerin eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olduğuna, % 69,7'si internet (facebook, twitter vb.) eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olduğuna, % 66,6'sı televizyonun eşler arasında iletişim kopukluğuna neden olduğuna, % 69,3'ü televizyondaki bazı programların aile mahremiyetini olumsuz yönde etkilediğine inanmaktadır.

Anahtar kelimeler: medya, aile, boşanma, tutum, medyanın etkisi.

The main objective of this research is to investigate the attitudes of the society about the impact of media on divorce. The 58,7% of the participants indicated that the media had an impact on his/her spouse on taking a divorce decision, 58,8% of them believed that dating shows effect the families in a negative way, 59,4% of them expressed that some TV series on TV have an impact on the spouses to cheat on, 69,7% of them indicated that the internet (Facebook, twitter, etc.) had an impact on the spouses to cheat on, 66,6% of them thought that the TV causes lack of communication between the spouses, 69,3% of them believed that some TV programs affect the family privacy in a negative way.

Keywords: Media, family, internet, media impact.

Giriş

Yapılan araştırmalarda medyanın aileyi değişik açılardan etkilediği anlaşılmaktadır. Aile mahremiyeti her geçen gün biraz daha zarar görmektedir. Türk aile yapısına ve kültürüne uymayan bir çok davranış ve ilişki biçimleri medya aracılığı ile normal gibi gösteriliyor. Medya eşlerin birbirini aldatmasında etkili olmaktadır. Kısaca medya farklı açılardan aileyi olumsuz olarak etkilemektedir. Bu nedenle medyanın aileye etkisi daha fazla araştırılması gereken bir konudur. Oldukça yaygın ve yoğun kullanımı nedeniyle televizyon (diziler, evlendirme programları, yarışmalar ve kadın programları), aileyi farklı yönleriyle etkilemektedir.

Küçükcan'ın yaptığı araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların %78,9'u televizyon dizilerinde kadınların reyting amacıyla çoğunlukla cinsel obje olarak sunulduğuna inanmaktadır. Benzer şekilde katılımcıların %79,1'i televizyonlardaki evlilik programlarının, Türk aile yapısı ve evlilik ilişkilerini olumsuz etkileyeceğini düşündüğünü belirtmektedir (Küçükcan, 2011:112-115).

*Çankırı Karatekin Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
sahindogan@karatekin.edu.tr

I.Bölüm

Araştırmanın Konusu, Amacı, Önemi ve Yöntem Yaklaşımı

1.1. Araştırmanın Konusu: Araştırmanın konusu Türkiye’de ikamet eden 33 ildeki 18 yaş ve üzeri kadın ve erkeklerin medyanın boşanmaya etkisi konusundaki tutumlarıdır.

1.2. Araştırmanın Amacı: Türkiye’de 33 ildeki 18 yaş ve üzeri kadın ve erkeklerin medyanın boşanmaya etkisi konusundaki tutumlarının araştırılmasıdır. Araştırma betimsel bir çalışmadır genelleme iddiası taşımamaktadır

Araştırmanın önemi:

Aile toplumun temel yapı taşıdır. Ailenin yıkılması toplumun yıkılması demektir. Türkiye’de boşanma son yıllara kadar düşük düzeyde seyretmekteydi. Fakat son yıllarda özellikle 2000’li yıllardan sonra boşanma oranlarında hızlı bir artışın olduğu gözlenmektedir. Hatta halk içinde "boşanma artık moda oldu" gibi sözleri duyar olduk (Doğan,2016:993). Boşanmaların artmasında değişik faktörler farklı düzeylerde etkili olmaktadır. Bunlardan birisi de hiç şüphesiz medyadır. Boşanma nedenlerine yönelik ölçek geliştirme çalışmamızda da medya ile ilgili altı soru sorduk. Bunlardan üç tanesi faktörlerden bir boyutu oluşturdu. Yaptığımız araştırma sonucunda boşanma nedenlerine yönelik tutumların dört faktörde toplandığı görüldü. Bunlardan birisi de “medya etkisine tepkili” olarak adlandırdığımız medyanın etki boyutudur. Boşanmaya etki eden temel dört faktörden birisinin medya boyu olması medyanın boşanmaya etkisini göstermesi açısından oldukça önemli bir sonuçtur (Doğan,2016:1006-1007). Yapılan değişik araştırmalarda medyanın aileye olan etkisi ortaya konulmuştur. Günümüzde medya aileyi değişik yönlerden etkilemektedir. Bu nedenle bizde bu araştırmamızda boşanmaya etki eden faktörlerden medyayı boşanmaya etkisi konusunu araştırdık.

1.1.Araştırmanın Yöntem Yaklaşımı:

1.3.1. Veri Toplama Aracı: Araştırmada nicel veri toplamak amacıyla anket formu veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Soru kağıdı 6 demografik soru, 6 tane beşli likert tipi tutum sorusu olmak üzere toplam 12 sorudan oluşmaktadır.

Medyanın boşanmaya etkisini ölçmek için kullanılan tutum soruları için Likert tipi beşli cevap kategorileri kullanan sorular kullanılmıştır. Bunlar “kesinlikle katılıyorum”, “katılıyorum”, “kararsızım”, “katılmıyorum”, “kesinlikle katılmıyorum” şeklindedir. “Kesinlikle katılıyorum” beş puan , “Katılıyorum” dört

puan, “Karasızım” üç puan, “Katılmıyorum” iki puan ve “Kesinlikle katılmıyorum” bir puan üzerinden değerlendirilmiştir.

1.3.3. Veri Analizi : Araştırma soruları SPSS 22 paket programında analiz edilmiş frekans analizi yapılmıştır.

1.4. Evren ve Örneklem: Araştırmanın evrenini 18 ve üzeri yaşa sahip olanlar ve Türkiye'de (33 ilde) ikamet eden kadın ve erkekler oluşturmaktadır. Örneklem seçimi olarak tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örneklem genişliği %95 güvenle ve %2.4 hata payı ile 1667 kişi bulunmuştur. Örneklem nüfus genişliğine göre orantılı dağıtım yapılmış ve bu 33 ilde ikamet eden 18 yaş ve üzeri 1667 kişiye Şubat 2014’de rastgele anket uygulaması yapılmıştır.

Tablo 1: Anket Uygulanan İller

	Sayı	Oran %
Ankara	170	10,2
Bursa	96	5,8
Çankırı	7	,4
Çorum	20	1,2
Diyarbakır	61	3,7
Eskişehir	30	1,8
Gaziantep	70	4,2
İstanbul	446	26,8
İzmir	153	9,2
İzmit	50	3,0
Kırıkkale	10	,6
Kütahya	21	1,3
Muğla	33	2,0
Nevşehir	11	,7
Ordu	27	1,6
Samsun	47	2,8
Şırnak	18	1,1
Tekirdağ	34	2,0
Karabük	9	,5
Uşak	13	,8
Siirt	12	,7
Amasya	12	,7
Balıkesir	44	2,6

Bitlis	13	,8
Denizli	36	2,2
Elazığ	21	1,3
Hatay	56	3,4
Karaman	9	,5
Kahraman Maraş	40	2,4
Mersin	64	3,8
Niğde	13	,8
Düzce	13	,8
Bilecik	8	,5
Total	1667	100,0

(Doğan, 2016:995).

II: Bölüm

Bulgular ve Yorum

Tablo 2: Katılımcıların Sosyo-demografik Değişkenlerinin Frekans Dağılımları

Değişken	Sayı	Geçerli %
Cinsiyet		
Kadın	871	52,2
Erkek	796	47,8
Toplam	1667	100,0
Yaş		
18-25 yaş	460	27,6
26-35 yaş	494	29,7
36-45 yaş	430	25,8
46 yaş ve üzeri	282	16,9
Toplam	1666	100,0
Kayıp Değer	1	
Genel Toplam	1667	
Medeni Durum		
Evli	984	59,1
Bekar	567	34,1
Eşinden Ayrılmış	73	4,4
Eşi Ölmüş	40	2,4
Toplam	1664	100,0
Kayıp Değer	3	
Genel Toplam	1667	
Eğitim		
İlkokul ve aşağısı	270	16,2

Ortaokul ve İlköğretim	192	11,5
Lise	426	25,6
Önlisans	243	14,6
Lisans ve Lisansüstü	534	32,1
Toplam	1665	100,0
Kayıp Değer	2	
Genel Toplam	1667	
Meslek		
İşçi	266	16,0
Memur	269	16,2
Esnaf	129	7,8
Serbest meslek	67	4,0
Emekli	70	4,2
Ev hanımı	261	15,7
Öğretmen	166	10,0
Çiftçi	16	1,0
İşsiz	28	1,7
Öğrenci	268	16,1
Diğer	122	7,3
Toplam	1662	100,0
Kayıp Değer	5	
Genel Toplam	1667	
Aylık Kazanç		
1000TL ve altı	273	16,4
1001-2000TLarası	386	23,2
2001-3000TLarası	349	21,0
3001TLveüzeri	144	8,7
Düzenli kazancı yok	511	30,7
Toplam	1663	100,0
Kayıp Değer	4	
Genel Toplam	1667	

(Doğan, 2016:1003-1004).

Tablo 3: Günümüzde medya, eşlerin boşanma kararı almalarında etkili olmaktadır.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	415	24,9
Kararsızım	267	16,0
Katılıyorum	978	58,7
Total	1660	99,6
Kayıp Değer	7	,4
Toplam	1667	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında medyanın eşlerin boşanma kararı almalarında etkili olduğu görüşüne katılmayanların oranı %24,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı %10 ve katılanların oranı ise %58,7'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların büyük oranda

eşlerin boşanma kararı almalarında medyanın etkili olduğu görüşünü benimsedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 4:Televizyondaki evlendirme programları aileleri olumsuz yönde etkilemektedir.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	429	25,7
Kararsızım	253	15,2
Katılıyorum	980	58,8
Total	1662	99,7
Kayıp değer	5	,3
Toplam	1667	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında evlendirme programlarının aileyi olumsuz yönde etkilediği görüşüne katılmayanların oranı %25'7, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı %15,2 ve katılanların oranı ise %58,8'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların büyük oranda evlendirme programlarının aileyi olumsuz yönde etkilediği görüşünü benimsedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 5: Televizyonda yayınlanan bazı diziler eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olmaktadır.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	436	26,2
Kararsızım	234	14,0
Katılıyorum	990	59,4
Toplam	1660	99,6
Kayıp değer	7	,4
Genel toplam	1667	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında televizyonda yayınlanan bazı dizilerin eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olduğu görüşüne katılmayanların oranı %26'2, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı %14,0 ve katılanların oranı ise %59,4'dir. Tablo sonuçlarından

katılımcıların büyük oranda televizyonda yayınlanan bazı dizilerin eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olduğu görüşünü benimsedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 6: İnternet (facebook, twitter vb.) eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olmaktadır.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	366	22,0
Kararsızım	134	8,0
Katılıyorum	1162	69,7
Toplam	1662	99,7
Kayıp değer	5	,3
Toplam	1667	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında internet (facebook, twitter vb.) eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olduğu görüşüne katılmayanların oranı %22,0, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı %8,0 ve katılanların oranı ise %69,7'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların büyük oranda internet (facebook, twitter vb.) eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olduğu görüşünü benimsedikleri görülmektedir.

Tablo 7 : Televizyon eşler arasında iletişimin kopukluğuna neden olmaktadır.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	384	23,0
Kararsızım	166	10,0
Katılıyorum	1111	66,6
Toplam	1661	99,6
Kayıp değer	6	,4
Toplam		100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında televizyonun eşler arasında iletişim kopukluğuna neden televizyonun eşler arasında iletişim kopukluğuna neden görüşüne katılmayanların oranı %23,0, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı %10,0 ve katılanların oranı ise %66,6'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların büyük oranda televizyonun eşler arasında iletişim kopukluğuna neden televizyonun eşler arasında iletişim kopukluğuna neden görüşünü benimsedikleri görülmektedir.

Tablo 8 : Televizyondaki bazı programlar aile mahremiyetini olumsuz yönde etkilemektedir.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	373	22,4
Kararsızım	134	8,0
Katılıyorum	1155	69,3
Toplam	1662	99,7
Kayıp değer	5	,3
Toplam		100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında televizyondaki bazı programlar aile mahremiyetini olumsuz yönde etkilediği görüşüne katılmayanların oranı %22,4, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı %8,0 ve katılanların oranı ise %69,3'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların büyük oranda Televizyondaki bazı programlar aile mahremiyetini olumsuz yönde etkilediği görüşünü benimsedikleri anlaşılmaktadır.

Sonuç

Günümüzde medya aileyi farklı yönlerden etkilemektedir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında medyanın ailelerin boşanma kararı almalarında etkili olduğu görülmektedir. Katılımcıların %58,7'i eşlerin boşanma kararı almalarında medyanın etkili olduğuna inanmaktadır. Bu sonuç medyanın boşanmaya olan etkisi açısından önemli bir sonuçtur. Yine benzer şekilde katılımcıların %58,8'i televizyondaki evlendirme programlarının aileleri olumsuz yönde etkilediğine inanmaktadır. Aile değerlerinin aşındırılması ve evlilik gibi çok önemli bir konunun sıradanlaştırılması ve magazinleştirilmesi açısından medyanın olumsuz etkisi tablo sonuçlarından anlaşılmaktadır. Boşanmayı etkileyen en önemli konulardan biri eşlerin birbirini aldatmasıdır. Katılımcıların %59,4'ü televizyonda yayınlanan bazı dizilerin eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olduğuna, % 69,7'si internet (facebook, twitter vb.) eşlerin birbirlerini aldatmasında etkili olduğuna inanmaktadır. Tablo sonuçlarına bakıldığında medyanın eşlerin birbirini aldatmasında ne kadar etkili olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların % 66,6'sı televizyonun eşler arasında iletişim kopukluğuna neden olduğuna inanmaktadır. ASAGEM(2009:134) tarafından yapılan boşanma nedenlerine yönelik araştırmada boşanma nedenleri arasında ilk sırayı aile içi iletişim sorunları olduğu sonucu çıkmıştır. Araştırma sonuçları aile içi iletişim eksikliğine neden olan medyanın boşanmaya götüren bir faktör olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 69,3'ü televizyondaki bazı programların aile mahremiyetini olumsuz yönde etkilediğine inanmaktadır. Son yıllarda medya aracılığı ile aile mahremiyetinin büyük oranda kaybolduğu görüşü sıkça dile getirilmektedir. Tablo sonuçlarından aile mahremiyetinin medya aracılığı ile büyük hasar uğratıldığı görüşüne katılımın oldukça yüksek olması(69,3) medyanın aileye olan olumsuz etkisinin anlaşılması açısından önemli bir bulgudur. Kısaca medya boşanmaya farklı yönlerden etki etmektedir.

Not: Bu araştırma aşağıda künyesi yazılı olan boşanma nedenlerine yönelik tutum araştırmasında kullandığımız sorulardan oluşmaktadır. Araştırmamızda sorduğumuz soru adedi fazla idi bunlardan bir kısmı ölçek çalışmasında faktör analizi sonucunda oluşan dört faktörün maddelerini oluşturdu. Faktör değerlerine girmeyen diğer sorularımızdan bir kısmını burada kullandık. Kısaca medya ile ilgili altı soru sormuştuk bunlardan üçü yukarıda da

belirtildiği gibi “medya etkisine tepkili” şeklinde adlandırdığımız faktörü oluşturdu. Medya ile ilgili sorduğumuz toplam altı sorunun frekans dağılımları ilk defa bu araştırmamızda yayınlanmaktadır.

Kaynakça

ASAGEM (TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı),(2009). Boşanma Nedenleri Araştırması, Ankara.

Doğan, ř.(2016) Boşanma Nedenlerine Yönelik Tutumlar: Boşanmayı Artırıcı veya Engelleyici Faktörlere Yönelik Tutum Ölçeđi Geliştirme Çalışması I. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi Cilt: 5, Sayı: 4, ss, 991-1011, Nisan Özel.

Küçükcan, T.(2011) Toplumun Kültür Politikaları ve Medyanın Kültürel Süreçlere Etki Algısı Araştırması, Ankara:SETA.