



**TELEVİZYON İZLEME EĞİLİMLERİ**  
**ARAŞTIRMASI - 2012**

**MART 2013**

---

**KAMUOYU, YAYIN ARAŞTIRMALARI VE ÖLÇME DAİRESİ BAŞKANLIĞI**

Üniversiteler Mahallesi 1597. Cadde No: 13 06800 Bilkent / ANKARA

Tel: 0312 266 19 44 Fax: 0312 266 20 09 Web: [www.rtuk.org.tr](http://www.rtuk.org.tr)

e-posta: [rtuk@rtuk.org.tr](mailto:rtuk@rtuk.org.tr)



## ÖNSÖZ

İnternetin ve sosyal ağların hayatımıza girmesiyle, iletişim alanında büyük gelişme yaşansa da, televizyon, her yaş ve cinsiyetten, sosyal, kültürel ve ekonomik düzey ayırt etmeksizin toplumun her kesimindeki birey tarafından izlenebilen, en yaygın ve etkili kitle iletişim aracı olmayı sürdürmektedir. Geniş kitleler tarafından izlenen televizyon yayınları, izleyenleri gelişmelerden haberdar etmekte ve eğlendirmekte, insanlar günlük hayatlarının önemli bir bölümünü televizyon izleyerek geçirmektedir. Televizyon yayınlarının etkileri ve televizyon izleyicilerinin eğilim ve tepkileri de bilimsel araştırmaların konusu olmaya devam etmektedir.

Ülkemizde radyo ve televizyon yayınlarını düzenleyen ve denetleyen Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun, kanunla verilmiş görevlerinden biri de kamuoyu araştırmaları yaparak, radyo ve televizyon yayınları ile ilgili tepki, beğeni ve hassasiyetleri izlemektir. Bu görev kapsamında 2006-2012 yılları arasında örneklemleri Türkiye genelini temsil eden on üç kamuoyu araştırması yapılmıştır. İlki 2006 yılında gerçekleştirilen Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmasını, 2009 yılında ikincisi, 2012 yılında üçüncüsü takip etmiştir. Böylelikle yıllar içerisinde izleyicilerin eğilimlerinde ortaya çıkan değişiklikler de tespit edilmiştir.

2012 yılında gerçekleştirilen Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmasının en önemli bulgularından biri, yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, bölge gibi demografik ve coğrafi değişkenler bazında tüm gruplarda hafta içi ve hafta sonu TV izleme sürelerinin düşmesidir. İzleyicilerin televizyon kanalı ve program türleriyle ilgili tercihlerinde de zaman içerisinde değişiklikler olduğu görülmektedir. Ancak kanallar her ne kadar yeni formatlara yönelseler de en çok izlenen program türleri dizilerdir ve izleyicilerin kanal tercihlerinde de dizi filmlerin beğenilme düzeyi etkili olmaktadır.

Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmasının planlanmasında ve gerçekleştirilmesinde katkısı olan RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığının değerli çalışanlarına teşekkür ediyor, bu araştırmanın başta yayın kuruluşları olmak üzere yayıncılık sektörüne ve ilgili kurum ve kuruluşlara faydalı olmasını diliyorum.

**Prof. Dr. Davut DURSUN**  
Radyo ve Televizyon  
Üst Kurulu Başkanı



**İÇİNDEKİLER**

Giriş.....	5
BİRİNCİ BÖLÜM	
ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ.....	31
İKİNCİ BÖLÜM	
SAHİP OLUNAN TELEVİZYON ADEDİ VE YAYINLARIN NEREDEN İZLENDİĞİ.....	37
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK ORTALAMA TELEVİZYON İZLEME SÜRESİ .....	41
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	
HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU TELEVİZYON İZLEME SAATLERİ .....	59
BEŞİNCİ BÖLÜM	
TELEVİZYON KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ .....	79
ALTINCI BÖLÜM	
TELEVİZYON İZLEME İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRMELER .....	125
YEDİNCİ BÖLÜM	
KORUYUCU SEMBOL SİSTEMİ (AKILLI İŞARETLER).....	131
TABLO VE GRAFİKLER.....	145



## GİRİŞ

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı "Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması – 2012" çalışmasının saha araştırması, veri girişi, analizi ve raporlama süreci Eylül – Aralık 2012 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma, 2006 ve 2009 yıllarında yapılan Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmalarının devamı niteliğinde olup, toplumun televizyon yayınlarından beklenti ve değerlendirmelerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

## AMAÇ

Araştırmanın amaçları şu başlıklar altında toplanmaktadır: Hafta içi ve hafta sonu günlerde televizyon izleme düzeyi; hafta içi ve hafta sonu günlerde televizyon izleme saatleri; televizyon kanallarını tercih etme düzeyi; televizyon programlarının hangi ölçüde ve hangi televizyon kanalından izlendiği; televizyonda yayınlanması istenen ve istenmeyen program türleri; televizyonda görmekten rahatsız olunan programların neler olduğu; yayınlarda rahatsız olunan görüntülerin neler olduğu; reklamların izlenme durumu; televizyon izleme ile ilgili değerlendirmeler; koruyucu sembol sistemi (akıllı işaretler) ile RTÜK'ün bilinme düzeyi ve RTÜK'ten beklentilerin neler olduğu.

## ÖRNEKLEM

Araştırma 21 ilde, toplam 2.525 kişiden oluşan bir örneklem grubu ile yapılmıştır. Örneklemin demografik yapısı ve sosyo-ekonomik düzeyi, Türkiye genelini yansıtacak şekilde cinsiyet, yaş, medenî durum, eğitim düzeyi, meslek grubu, coğrafi bölge ve gelir gruplarına göre kotalandırılmıştır. Örneklem, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından NUTS 2 düzeyinde çok aşamalı, tabakalı küme örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir.

## ANKET FORMU VE UYGULAMA

Araştırmada önceden hazırlanmış tam yapılandırılmış bir anket formu kullanılmıştır. Bu anket formu, ilk olarak Ankara ilinde bir ön teste tabi tutulmuştur. Ön testte elde edilen sonuçlara göre anket formuna son şekil verilmiş ve saha çalışmasına başlanmıştır. Anket çalışması, anketörler tarafından yüz yüze görüşme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Anket formlarında görüşme yapılan kişilerin kimlik bilgileri ile irtibat adres ve telefonları

alınmıştır. Anket uygulamasında, anketörlere birer saha koordinatörü eşlik etmiş ve anketörler tarafından doldurulan anketler sahada kontrol edilmiştir. Anketörler tarafından doldurulan anket formlarının içeriğinin % 10'u telefon ile denetlenmiştir.

### VERİLERİN İŞLENMESİ

Anket formları bir kod kitapçığı (code-book) hazırlanarak kodlanmış, sonrasında da Microsoft Excel formatında bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Analizler SPSS 16.0 programı ile yapılmıştır. Analizlerde sayı ve yüzde dağılımı ile çapraz tablolar (cross-tabulation) gibi betimsel istatistik teknikleri ve bağımsız (t) testi kullanılmıştır. Bazı çapraz tabloları oluşturan değişkenler arasındaki ilişkilere ise Phi katsayısı ve Cramers' V tekniklerinden uygun olanı ile bakılmıştır. Bu tür büyük örneklemlerle yapılan araştırmalarda kullanılan çıkarılma istatistikleri hemen hemen her durumda anlamlı bir ilişkinin varlığına işaret eder. Ancak, bir ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olması demek ilişkinin gücünü göstermez. Bu yüzden, burada her bir teknik için 0.10'dan daha büyük olan ilişkiler anlamlı kabul edilmiştir. Phi katsayısı sadece iki kategorisi olan iki nominal değişken arasındaki ilişkinin düzeyini gösterir. Cramers' V ise kategori sayısı 2'den fazla olan nominal değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini gösterir. Kategori sayısı iki olduğunda Phi katsayısı ile aynı sonucu verir. Eta ise değişkenlerden biri nominal diğeri ise eşit aralıklı olduğunda iki değişken arasındaki ilişkinin düzeyini gösterir. Her üç tekniğin de alabileceği değerler 0.00 ile 1.00 arasında değişmektedir. 0.00 iki değişken arasında hiçbir ilişkinin olmadığını gösterirken, 1.00 iki değişken arasındaki ilişkinin doğrusallığının mükemmel olduğunu gösterir. Genel olarak 0.33'ün altındaki ilişkiler zayıf, 0.34-0.60 civarındaki ilişkiler orta, 0.61 ve daha yüksek ilişkilerin ise güçlü olduğu varsayılır.

Araştırma sonuçlarının raporlaştırılması, uygun şekil ve tabloların oluşturulması ve bunların yorumlanması ile yapılmıştır.



## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

### DEMOGRAFİK VERİLER

- ✓ Araştırma, 1.219 kadın (% 48.3) ve 1.306 erkek (% 51.7) denek ile yapılmıştır.
- ✓ Deneklerin yaşları, 15 yaş üzeri 8 grupta incelenmiştir.
- ✓ Araştırmaya katılanların medenî durumları 1.449 evli (% 57.4), 986 bekar (% 39.0) ve 90 dul/boşanmış (% 3.6) şeklinde gerçekleşmiştir.
- ✓ Araştırmaya katılanların eğitim durumları okuryazar olmayan grubundan başlayarak lisansüstü/doktora düzeyine kadar 6 gruba ayrılarak sorgulanmış; bu gruplar daha sonra düşük, orta ve yüksek eğitimli olarak incelenmiştir.
- ✓ Deneklerin meslekleri; 588 kişi ev hanımı (% 22.8), 575 kişi esnaf ve sanatkar ( % 22.8) 434 kişi vasıfsız işçi (% 17.2), 316 kişi öğrenci (% 12.5), 262 kişi emekli (% 10.2), 133 kişi vasıflı teknik personel (% 5.3), 85 kişi masa başı çalışan memur (% 3.4), 117 kişi işsiz (% 4.6), 75 kişi profesyonel meslek sahibi (% 3.0), 40 kişi çiftçi, balıkçı (% 1.6) ve 13 kişi müdür orta düzey yönetici (% 0.5) şeklinde gerçekleşmiştir.
- ✓ Gelir durumunun da araştırıldığı çalışmada 1.000 TL ve altı – 5.001 TL ve üzeri aralığında bir de cevap vermeyen denekler olarak 7 grup oluşturulmuştur.

### ARAŞTIRMA BÖLGELERİ

- ✓ Televizyon İzleme Eğilimleri – 2012 Araştırmasının, coğrafi bölgelere göre denek dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir: Marmara Bölgesi % 42.8, İç Anadolu Bölgesi % 19.5, Ege Bölgesi % 12.2, Akdeniz Bölgesi % 10.8, Güneydoğu Anadolu Bölgesi % 6.3, Karadeniz Bölgesi % 5.6 ve Doğu Anadolu Bölgesi % 2.8.
- ✓ Araştırmada, deneklerin yaşadığı yer sorgulanmış ve % 52.1'inin metropolde, % 25.1'inin ilde, % 16.7'sinin ilçede ve % 6.2'sinin kasaba/ köyde yaşadığı tespit edilmiştir.

### SAHİP OLUNAN TELEVİZYON ADEDİ VE YAYINLARIN NEREDEN İZLENDİĞİ

- ✓ Deneklerin sahip olduğu televizyon adedinin izleme eğiliminde etkili olduğu düşünülerek evlerdeki televizyon adedi araştırılmış; elde edilen sonuçlara göre ankete katılanların % 60.8'inin "1 adet", % 31.0'inin "2 adet" ve % 8.2'sinin "3 adet ve üzeri" sayıda televizyona sahip oldukları gözlenmiştir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada sahip olunan televizyon adedine ilişkin verilere bakıldığında: % 54.6'sının "1 adet", % 36.4'ünün "2 adet" ve % 9'unun "3 adet ve üzeri" sayıda televizyona sahip oldukları görülmüştür.
- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, evlerde bulunan "1 adet" televizyon sahipliği oranının % 53.2, "2 adet" televizyon sahipliği oranının % 34.6 ve "3 adet ve üzeri" televizyon oranının % 11.1 olduğu tespit edilmiştir.
- ✓ Araştırmaya katılan deneklerin % 71.9'u "uydu anteni" ile, % 17.3'ü "normal anten" ile, % 12.6'sı "dijital platform" ile, % 5.2'si "kablo TV" ile, 0.6'sı IPTV ile 0.1'i de diğer ortamlardan yayınları izlemektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmaya katılan deneklerin % 67.3'ü "uydu anteni" ile, % 29.9'u "normal anten" ile % 8.9'u "kablo TV" ile ve % 1.6'sı "dijital platform" ile yayınları izlediği gözlenmiştir.
- ✓ Araştırmaya katılan deneklerin televizyon yayınlarını takip ettiği cihaz türüne göre dağılımları araştırıldığında; % 98.6'sının televizyondan, % 7.9'unun bilgisayardan, % 0.2'sinin cep telefonundan ve % 0.1'inin de diğer cihazlardan yayın izlemeyi tercih ettikleri gözlenmiştir.

### HAFTA İÇİ GÜNLÜK ORTALAMA TELEVİZYON İZLEME SÜRESİ

- ✓ Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine bakıldığında % 23.5 ile "2 saat", % 23.5 ile "3 saat" ve % 16.4 ile "4 saat" dilimlerinin öne çıktığı, % 4.7 oranında "10 saat ve üzeri" sürede televizyon izlendiği görülmektedir.

- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmanın sonuçlarına bakıldığında deneklerin, hafta içi günlük ortalama % 20.5 ile “3 saat”, % 17.2 ile “2 saat” ve % 16.4 ile “4 saat” ve % 4.5 oranında “10 saat ve üzeri” sürede televizyon izlediği tespit edilmiştir.
- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre deneklerin hafta içi günlük ortalama olarak % 18.7 ile “10 saat ve üzeri”, % 15.6 ile “3 saat”, % 15 ile “2 saat” ve % 13.4 ile “4 saat” süre ile televizyon izlediği gözlenmektedir.
- ✓ Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süresinin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında, kadınlar 3.8 saat, erkekler ise 3.6 saat televizyon izlemektedir.
- ✓ 2009 yılındaki araştırmada hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süresi kadınlar için 5.3 saat, erkekler için 4.9 olarak belirlenmiştir.
- ✓ 2006 yılında yapılmış olan araştırmada, hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süresinin cinsiyete göre dağılımında, kadınlar 4.5 saat, erkekler ise 4.1 saat televizyon izlemektedir.
- ✓ Hafta içi televizyon izleme sürelerinin yaş gruplarına göre çok farklı olmadığı, 41+ yaşlardan itibaren ortalama sürenin 3.9 saat olduğu görülmektedir.
- ✓ 2009 yılında gerçekleşen araştırmada ise hafta içi televizyon izleme süresi irdelendiğinde 41+ yaşlardan itibaren ortalama süre 4.5 saattir.
- ✓ 2006 yılında yapılmış olan araştırma sonuçlarına göre ise bu süreler 41+ yaş grubunda ortalama olarak 5.2 saattir.

Hafta içi yaş gruplarının televizyon izleme sürelerinde yıllar içinde bir düşüş olduğu görülmektedir.

- ✓ Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine göre, dul/boşanmış olanlar 4.2 saat ile en çok televizyon izleyen grubu oluşturmaktadır. Bekarların ise ortalama 3.4 saat ile medeni gruplar içinde daha az saat televizyon izlediği tespit edilmiştir.
- ✓ Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süreleri incelendiğinde, düşük eğitimliler ortalama 3.8 saat, orta eğitimliler ortalama 3.5 saat, yüksek eğitimliler de ortalama 3.5 saat televizyon izlemektedir.

- ✓ Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine bakıldığında ev hanımlarının 4.2 saat, emeklilerin 4.3 saat ve işsizlerin 3.9 saat televizyon izlediği gözlenmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine bakıldığında emekli ve işsizlerin yaklaşık 5 saat, ev hanımı gruplarının da buna yakın sürede televizyon izledikleri gözlenmektedir.
- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarında da, ev hanımlarının 5.75 saat, emeklilerin 5.48 saat, işsizlerin 5.14 saat televizyon izledikleri görülmüştür.

Araştırmaların sonuçlarına göre, yıllar içinde bütün gruplarda, hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin azaldığı tespit edilmiştir.

- ✓ Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine göre 4.5 saat ile Karadeniz Bölgesi, 4.1 saat ile İç Anadolu Bölgesi en çok televizyon izleyen bölgelerdir. Akdeniz Bölgesi ortalama 3.3 saat ile en az televizyon izleyen bölgedir.
- ✓ 2009 yılında gerçekleştirilen araştırmada coğrafi bölgelere göre hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süresine bakıldığında, 5.2 saat ile Akdeniz Bölgesi, 5.1 saat ile Karadeniz Bölgesi en çok televizyon izleyen bölgeleri oluşturmaktadır. Güneydoğu Anadolu 4.0 saat ile hafta içinde en az televizyon izleyen bölgedir.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırmanın sonuçlarında ise hafta içi günlük ortalama televizyon izleme oranı 5.85 saat ile İç Anadolu Bölgesinde en yüksek, 4 saat ile Doğu Anadolu Bölgesinde en düşük değerdedir. Akdeniz Bölgesinde 5.26 saat, Karadeniz Bölgesinde 5.44 saat ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 5.16 saat televizyon izlenmektedir.

Araştırmaların verilerine dikkat edildiğinde, yıllar içinde Güneydoğu, Karadeniz, Akdeniz, Ege ve Marmara Bölgelerinde, hafta içi ortalama televizyon izleme sürelerinde düşüş gözlenmektedir.

- ✓ Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine gelir düzeyine göre bakıldığında, gelir düzeyi arttıkça, televizyon izleme süresinin düştüğü görülmektedir. 0 – 3.000 TL aralığında yer alan üç gelir grubu, günde ortalama 3.7 saat televizyon izlemektedir.

### HAFTA SONU GÜNLÜK ORTALAMA TELEVİZYON İZLEME SÜRESİ

- ✓ Hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerine bakıldığında % 17.9 ile “3 saat”, % 17.7 ile “4 saat”, % 17 ile “5 saat” ve % 14.4 ile “2 saat” dilimlerinin öne çıktığı, “10 saat ve üzeri” saat diliminin % 5.4 olduğu görülmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerine bakıldığında, % 15.8 ile “6 saat”, % 15.7 ile “4 saat”, 15.6 ile “2 saat” ve % 15.2 ile “3 saat” dilimlerinin öne çıktığı, “10 saat ve üzeri” saat diliminin % 5.9 olduğu tespit edilmiştir.
- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre deneklerin, hafta sonu günlük ortalama olarak % 14.8 ile “10 saat ve üzeri”, % 14 ile “5 saat”, % 13.1 ile “4 saat” ve % 12.9 ile “3 saat” televizyon izlediği gözlenmektedir.

Araştırmalara bakıldığında, yıllar içinde hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerinde, “3 saat” ve “4 saat” diliminde artış, “10 saat ve üzeri” diliminde ise ciddi bir azalma tespit edilmiştir.

- ✓ Hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme süresinin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında, kadınlar 4.4 saat, erkekler ise 4.3 saat televizyon izlemektedir.
- ✓ 2009 yılındaki araştırma sonuçlarında, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme süresinin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında, kadınlar 4.5 saat, erkekler ise 4.6 saat televizyon izlemektedir.
- ✓ 2006 yılındaki araştırmada, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme süresinin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında, kadınlar 5.3 saat, erkekler ise 5.0 saat televizyon izlemektedir.

Araştırmalardan elde edilen sonuçlar, 2006 yılından itibaren, cinsiyete göre incelendiğinde, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin ciddi anlamda düştüğü görülmektedir.

- ✓ Hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin yaş gruplarına göre çok farklı olmadığı, sürenin 4.0 saat ve üzerinde olduğu görülmektedir.

- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada da hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin yaş gruplarına göre çok farklı olmadığı, 4.5 saat ve üzerinde olduğu görülmektedir.
- ✓ 2006 yılında gerçekleşen araştırmada yine, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin yaş gruplarına göre çok farklı olmadığı, 5.0 saat ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaların yıllara göre değişim verileri, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin yaş gruplarına göre çok farklı olmadığını; ancak, yıllar içinde televizyon izleme sürelerinde düşüş olduğunu göstermektedir.

- ✓ Hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerine göre, dul/ boşanmış olanlar 4.6 saat ile en çok televizyon izleyen grubu oluşturmakta; evliler 4.4 saat ve bekarlar ise 4.3 saat televizyon izlemektedir.
- ✓ 2009 yılında medenî duruma göre hafta sonu televizyon izleme süresine bakıldığında; evlilerde 4.6 saat, bekarlarda 4.5 saat ve dul/boşanmış olanlarda 4.2 saat olduğu görülmektedir.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırmada medenî duruma göre hafta sonu televizyon izleme süresine bakıldığında; evlilerin 5.2 saat, bekarların 5.0 saat ve dul/boşanmış olanların 5.7 saat televizyon izledikleri tespit edilmiştir.
- ✓ Hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme süreleri eğitim düzeyi açısından incelendiğinde, eğitim düzeyinin televizyon izleme eğiliminde çok etkili olmadığı ve tüm grupların ortalama 4 saat televizyon izlediği görülmektedir.
- ✓ Hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerine meslek grupları açısından bakıldığında, vasıflı teknik personelin 4.7 saat, işsizlerin 4.5 saat, emeklilerin 4.6 saat, ev hanımlarının 4.5 saat süre ile televizyon izlediği tespit edilmiştir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerine meslek grupları açısından bakıldığında, işsizlerin 5 saat, emeklilerin 4.8 saat; ev hanımı, işçi ve çiftçi gruplarının da bu sürelerle yakın oranda televizyon izlediği gözlenmektedir.

- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre, ev hanımları 5.90 saat, emekliler 5.41 saat, işsizler 5.21 saat ve çiftçiler 4.86 saat televizyon izlemektedir.
- ✓ Bölgelere göre hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerine bakıldığında 4.7 saat ile Ege, 4.5 saat ile Karadeniz ve İç Anadolu Bölgesi, 3.9 saat ile Ege Bölgesi en çok televizyon izleyen bölgeleri oluşturmaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi 3.7 saat ile en az televizyon izleyen bölgedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerine göre 5.5 saat ile Akdeniz ve 5.2 saat ile Karadeniz Bölgesi en çok televizyon izleyen bölgeleri oluşturmaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi 4.0 saat ile en az televizyon izleyen bölgedir.
- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre, hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme oranı 5.52 saat ile İç Anadolu Bölgesinde en yüksek değerdedir. Akdeniz Bölgesinde 5.38 saat, Ege Bölgesinde 5.33 saat ve Karadeniz Bölgesinde 5.12 saat televizyon izlenmektedir.
- ✓ Hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme sürelerine gelir düzeyine göre bakıldığında, çok ciddi bir fark olmadığı gözlenmektedir. 5.001 TL ve üstü gelir grubu 3.8 saat ile en az ve 2.001-3.000 TL aralığında yer alan gelir grubu, ortalama 4.6 saat ile en fazla televizyon izleyen grubu oluşturmaktadır.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, televizyon izleme sürelerine gelir düzeyine göre bakıldığında, gelir düzeyi arttıkça, televizyon izleme süresinin düştüğü görülmektedir. 0-2000 TL aralığında yer alan beş gelir grubu, ortalama 4.5 saat televizyon izlemektedir.
- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre, "0-500 TL" geliri olanlar 5.23 saat, "501-750 TL" geliri olanlar 5.29 saat ve "751-1000 TL" geliri olanlar 5.06 saat televizyon izlemektedir. "1001-1500 TL" gelir grubunun 5.42 saat ile en fazla televizyon izleyen grubu oluşturduğu gözlenmektedir.

## HAFTA İÇİ TELEVİZYON İZLEME SAATLERİ

- ✓ Hafta içi televizyon izlenen saat dilimleri incelendiğinde en yüksek izleme oranının % 61.0 ile 21:01-24:00 saatlerinde gerçekleştiği; bundan sonraki en yüksek izleme oranının % 53.7 ile 18:01-21:00 saatlerini kapsadığı, saat 15:01 ile 18:00 arasında % 18.7 oranında olduğu görülmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada hafta içi televizyon izleme saatleri incelendiğinde; % 70.9 ile 18.01-21.00, % 63.3 ile 21.01-24.00 arası saat dilimlerinin öne çıktığı; 15.01-18.00 saatlerinde % 22.9, 09.01-12.00 saatlerinde % 16.3 ve 12.01-15.00 saatleri arasında % 15 oranında televizyon izlendiği gözlenmektedir.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırma sonuçlarına göre % 60.2 ile "18.01-21.00", % 59.5 ile "21.01-24.00" dilimlerinin en çok televizyon izlenen saatleri oluşturduğu; "15.01-18.00" saatlerinin % 20.6, "09.01-12.00" saatlerinin % 17.8 ve "12.01-15.00" saatlerinin % 17.1 oranlarına sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmaların sonuçlarına dikkat edildiğinde yıllar içerisinde, 18:01 ile 21:00 saatleri arasında hafta içi televizyon izleyenlerin oranında ciddi bir azalma olduğu gözlenmektedir.

Bu veriler, RTÜK tarafından daha önce yapılan araştırma sonuçları ile cinsiyet açısından karşılaştırıldığında, aynı saat dilimlerinde kadın izleyicilerin daha çok olduğu görülmektedir.

- ✓ Cinsiyete göre hafta içi TV izleme saatlerinde anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. 09.01-12.00, 12.01-15.00, 15.01-18.00, 21.01-24.00, 24.01-03.00 ve 03.01-06.00 saatleri ve cinsiyet arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar vardır.
- ✓ Hafta içi 09.01-12.00, 12.01-15.00 ve 15.01-18.00 saatleri arasında TV izleyen kadın oranı erkeklerden daha yüksektir.
- ✓ Hafta içi 21.01-24.00, 24.01-03.00 saatlerinde TV izleyen erkek oranı kadınlardan yüksektir.



- ✓ Hafta içi 18:01-21:00 saatleri arasında televizyon izleyen % 67.0'lik oran 51-60 yaş arasındakilerdir. Saat 21:01-24:00 arasında en çok televizyon izleyenler % 67.3'lik bir oranla 31-35 yaş grubuna aittir.
- ✓ Hafta içi 06.01-15.00 saatlerini kapsayan üç farklı saat diliminde dul/ boşanmış olanların televizyon izleme oranı evlilere göre daha yüksektir.
- ✓ 15:01-21:00 saatlerini kapsayan iki farklı saat diliminde ise evlilerin bekar ve dul/boşanmış olanlara nazaran daha çok televizyon izlediği görülmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, hafta içi 06.01-18.00 saatlerini kapsayan dört farklı saat diliminde, evlilerin televizyon izleme oranı, bekar ve dul/boşanmışlara göre daha yüksek çıkmıştır.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırma verilerine göre hafta içi 09.01-18.00 saatlerini kapsayan üç saat diliminde, dul/boşanmışların televizyon izleme oranı diğer gruplardan daha yüksektir.
- ✓ Hafta içi 06.01-21.00 saatlerini kapsayan beş farklı saat dilimi arasında düşük eğitimlilerin TV izleme oranı, diğerlerine göre daha yüksektir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada benzer şekilde, hafta içi 06.01-21.00 saatlerini kapsayan beş saat dilimi arasında düşük eğitimlilerin TV izleme oranının orta ve yüksek eğitimlilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırmada da düşük eğitimlilerin 06.01-21.00 saatlerindeki televizyon izleme oranı, orta ve yüksek eğitimlilere göre daha yüksektir.
- ✓ Hafta içi 06.01-09.00 saatleri arasında iş yeri sahibi ve ortağı olanların, 18.01-21.00 saatleri arasında en çok emeklilerin ve çiftçilerin/balıkçıların televizyon izlediği gözlenmektedir. 09.01-18.00 saatleri arasında en çok ev hanımları televizyon izlemektedir.
- ✓ 2009 yılında gerçekleştirilen araştırmada, hafta içi 06.01-09.00 ve 18.01-21.00 saatleri arasında en çok emeklilerin ve çiftçilerin televizyon izlediği gözlenmektedir. 09.01-12.00 ve 15.01-18.00 saatleri arasında en çok ev hanımlarının televizyon izlediği tespit edilmiştir.

- ✓ Hafta içi televizyon izleme saatleri bölgelere göre incelendiğinde, Marmara ve Ege Bölgelerinin 21.01-24.00 saatlerinde, Doğu Anadolu Bölgesinin ise 18:01-21:00 saatlerinde en yüksek televizyon izleme oranına ulaştıkları gözlenmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada hafta içi televizyon izlemenin Marmara ve Ege Bölgelerinde 21.01-24.00 saatlerinde, diğer bölgelerde ise 18.01-21:00 saatlerinde en yüksek orana ulaştığı tespit edilmiştir.
- ✓ Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından 2006 yılında yapılan araştırmada İç Anadolu Bölgesi en yüksek izleme oranına 21.01-24.00 saat diliminde ulaşmakta, diğer tüm bölgeler, bu araştırma ile aynı özellikleri taşımaktadır.
- ✓ Gelir durumuna göre hafta içi televizyon izleme saatleri incelendiğinde, 0-2.000 TL grubunu oluşturan iki grubun 18:01-21:00 saatlerinde, 2.001-3.000 ve 5.001+ TL üzeri gelir grubundakilerin ise 21.01-24.00 saatlerinde en yüksek oranda televizyon izledikleri gözlenmektedir.

### **HAFTA SONU TELEVİZYON İZLEME SAATLERİ**

- ✓ Hafta sonu televizyon izlenen saat dilimleri incelendiğinde en yüksek izleme oranı % 70.2 ile 21.01-24.00 saatlerini, bundan sonraki en yüksek izleme oranı ise % 57.1 ile 18.01-21.00 saatlerini kapsamaktadır. Bu saat dilimleri, hafta içi en çok televizyon izleme saat dilimleri ile aynıdır.
- ✓ 2009 yılı araştırmasında, hafta sonu televizyon izleme saatlerinin, % 68.7 ile 18.01-21.00 ve % 68.1 ile 21.01-24.00 dilimlerinde öne çıktığı; 15.01-18.00'de % 25.2, 12.01-15.00 saatleri arasında % 17.7 oranında, 09.01-12.00'de % 14.8 oranında gerçekleştiği gözlenmektedir.
- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre hafta sonunda televizyonun % 59.6 ile 21.01-24.00, % 59 ile 18.01-21.00 saatlerinde en çok izlendiği görülmüştür. Yine aynı araştırmada 15.01-18.00 saatlerinde % 24.1, 12.01-15.00 saatlerinde % 20.8, 09.01-12.00 saatlerinde ise % 17.1 oranlarında televizyon izlendiği tespit edilmiştir.

- ✓ Hafta sonu 09.01-18.00 saatleri arasında televizyon izleyen kadın oranı, erkeklerden daha yüksektir. Bu bulgular 2009 yılında yapılan araştırmada da aynı şekilde tespit edilmiştir.

Söz konusu veriler, RTÜK tarafından daha önce yapılan araştırma sonuçları ile cinsiyet açısından karşılaştırıldığında da aynı saat dilimlerinde kadın izleyicilerin daha çok olduğu görülmektedir.

- ✓ Hafta sonu 41-50 ile 31-35 yaş aralığındaki denekler 18.01-21.00, 21-40 yaş grubundaki denekler ise 21.01-24.00 saat dilimlerinde en yüksek oranda televizyon izlemektedir.
- ✓ 2009 yılında gerçekleştirilen araştırmada, hafta sonu 15-35 yaş aralığındaki deneklerin 21.01-24.00, 36-61+ yaş grubundaki deneklerin ise 18.01-21.00 saat dilimlerinde en yüksek oranda televizyon izlediği tespit edilmiştir.
- ✓ 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmada 15-40 yaş grubunda yer alan deneklerin 21.01-24.00 saatlerinde, 41-61+ yaş grubundaki deneklerin ise 18.01-21.00 saatleri arasında en yüksek oranda televizyon izledikleri gözlenmektedir.
- ✓ Hafta sonu 18.01-21.00 saat diliminde evli ve dul/boşanmışlar, 21.01-24.00 saat diliminde ise bekarlar en yüksek oranda televizyon izlemektedir.
- ✓ 2006 ve 2009 yılında yapılan araştırma verilerine göre de evli ve dul/ boşanmışların en çok 18.01-21.00 saat diliminde televizyon izlediği gözlenmektedir.
- ✓ Hafta sonu 06.01-21.00 saatlerini kapsayan saat dilimi arasında düşük eğitimlilerin televizyon izleme oranı, orta ve yüksek eğitimlilere göre daha yüksektir.
- ✓ Bu veriler, 2009 yılı araştırması ile de uyumludur.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırma ile karşılaştırıldığında, düşük eğitimlilerin 06.01-21.00 saatlerini kapsayan beş saat diliminde en çok televizyon izleyen eğitim grubunu oluşturduğu gözlenmektedir.
- ✓ Hafta sonunda, tüm meslek gruplarının 21:01-24.00 saatleri arasında % 60'dan fazla televizyon izlediği tespit edilmiştir.

- ✓ 2009 yılı araştırmasında, tüm meslek gruplarının 18:01-24:00 saatleri arasında % 60'dan fazla televizyon izlediği görülmektedir.
- ✓ 2006 yılı araştırmasının sonuçlarına göre, tüm meslek grupları, 18.01-24.00 saatlerinde ortalama olarak % 50'den fazla televizyon izlemektedir.
- ✓ Hafta sonu televizyon izleme saatleri bölgelere göre incelendiğinde Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinin 21.01-24.00 saatlerinde, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve İç Anadolu bölgelerinin ise 18.01-21.00 saatlerinde en yüksek izleme oranına ulaştığı gözlenmektedir.
- ✓ 2009 yılı araştırmasında, hafta sonu televizyon izleme saatleri bölgelere göre incelendiğinde Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinin 21.01-24.00 saatlerinde, diğer bölgelerin ise 18.01-21.00 saatlerinde en yüksek izleme oranına ulaştığı tespit edilmiştir.
- ✓ Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından 2006 yılında yapılan araştırmada İç Anadolu ve Karadeniz Bölgeleri en yüksek izleme oranına 21.01-24.00 saat diliminde, Akdeniz Bölgesi ise en yüksek izleme oranına 18.01-21.00 saat diliminde ulaşmakta, diğer tüm bölgeler, bu araştırma ile aynı özellikleri taşımaktadır.
- ✓ Gelir durumuna göre hafta sonu televizyon izleme saatleri incelendiğinde, 0-2.000 TL gelir grubunu oluşturan iki grubun 18.01-21.00 saatlerinde, 3.001-4.000 TL grubundaki deneklerin ise 21.01-24.00 saatlerinde en yüksek oranda televizyon izledikleri gözlenmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, gelir durumuna göre hafta sonu televizyon izleme saatleri incelendiğinde, 0-1000 TL gelir grubunu oluşturan üç grubun 18.01-21.00 saatlerinde, diğer üç grubun ise 21.01-24.00 saatlerinde en yüksek oranda televizyon izledikleri belirlenmiştir.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırmaya göre sadece 751-1000 TL gelir grubunda olanlar 21.01-24.00 saatleri arasında en yüksek oranda televizyon izlemekte, diğer tüm gruplar bu araştırma ile aynı özellikleri taşımaktadır.

### TELEVİZYON KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ

- ✓ Araştırmada, deneklere “en çok hangi gün televizyon izledikleri” sorulduğunda, genel dağılımın içinde en fazla oran olan % 21.4 ile “Pazar” günü cevabı alınmıştır.
- ✓ Deneklerin “en çok izledikleri kanal” hakkında yapılan sorgulamada, % 54.6 ile Kanal D'nin, % 51.9 ile ATV'nin, % 44.2 ile Show TV'nin izlendiği gözlenmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, deneklerin “en çok izledikleri kanal” hakkında yapılan sorgulamada, % 62.1 ile Kanal D'nin, % 56.8 ile Show TV'nin, % 43.3 ile ATV'nin izlendiği görülmektedir.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırmanın sonuçlarına göre % 51.2 ile ATV, % 48.8 ile Kanal D ve % 43 ile Show TV “en çok izlenen kanal” olarak tespit edilmiştir.
- ✓ “Televizyonda bir kanalı takip etmek zorunda kalsaydınız, bunun hangi kanal olmasını isterdiniz?” sorusuna alınan cevaplara göre % 17.2 ile TRT kanalları, %17.1 ile Kanal D, % 15.4 ile ATV tercih edilmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada “Televizyonda bir kanalı takip etmek zorunda kalsaydınız, bunun hangi kanal olmasını isterdiniz?” sorusuna alınan cevaplara göre sonuçlar şöyle gerçekleşmiştir: % 26.3 ile Kanal D, % 17.3 ile Show TV, % 10.3 ile TRT kanalları.
- ✓ Tercih edilen televizyon kanalı incelemesinin cinsiyet açısından sonuçlarına göre, TRT'yi tercih edenler arasında cinsiyete göre kadınların oranı % 36.5, erkeklerin oranı ise % 63.5'dir. Kanal D'yi tercih edenlerin cinsiyete göre dağılımlarında kadınların oranı % 62.6, erkeklerin oranı ise % 37.4'dür. ATV'yi tercih edenlerin cinsiyete göre kadın erkek oranı eşit (% 50) dağılımdadır.
- ✓ Yaş grupları açısından tercih edilen televizyon kanalı incelemesinde, CNBC-e en çok 15-25 yaş arasındaki iki grupta ve NTV 31-35 yaş grubunda tercih edilirken Kanal 7, 41-50 yaş grubu tarafından tercih edilmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada çıkan sonuçlara göre, Kanal D ve Show TV'nin en çok 15-20 yaş grubu, TRT kanallarının en çok 61+ yaş grubu tarafından tercih edildiği görülmüştür.

- ✓ Medenî duruma göre tercih edilen televizyon kanalı incelemesinde Kanal 7, Samanyolu TV ve TRT kanallarını izleyenler arasında büyük çoğunluğu evlilerin, CNBC-E, NTV ve Show TV'yi izleyenler arasında ise büyük çoğunluğu bekarların oluşturduğu belirlenmiştir.
- ✓ 2009 yılı araştırmasında, medenî duruma göre tercih edilen televizyon kanalı incelemesinde, tüm grupların en çok Kanal D'yi, bekarların Show TV'yi, dul/boşanmışların ise TRT kanallarını diğer gruplara oranlara daha fazla tercih ettiği tespit edilmiştir.
- ✓ Tercih edilen televizyon kanalı incelemesinin eğitim düzeyi açısından sonuçlarına bakıldığında Kanal 7, Samanyolu TV ve Fox TV'yi izleyenler arasında büyük çoğunluğu düşük, CNBC-E ve NTV'yi izleyenler arasında ise büyük çoğunluğu orta ve yüksek eğitimlilerin oluşturduğu gözlenmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılmış olan araştırmada, orta eğitimlilerin en çok Kanal D ve Show TV'yi tercih ettiği; TRT kanallarının, en çok yüksek eğitimliler tarafından tercih edildiği görülmektedir.
- ✓ Meslek gruplarının televizyon tercihlerine bakıldığında, Kanal 7 izleyenler arasında büyük çoğunlukla ev hanımı ve işsizlerin, NTV izleyenler arasında esnaf, sanatkar, memur, işçilerin, CNBC-E izleyenler arasında meslek prestiji yüksek olanların bulunduğu belirlenmiştir.
- ✓ 2009 yılında gerçekleştirilen araştırmada, meslek gruplarının televizyon tercihlerine bakıldığında, ev hanımı ve öğrencilerin en çok Kanal D'yi, serbest meslek grubu ile işçilerin ise en çok Show TV'yi izlediği gözlenmiştir.
- ✓ Tercih edilen televizyon kanalı incelemesine coğrafi bölgeler açısından bakıldığında, Fox TV'yi Akdeniz ve Ege Bölgesinin, CNBC-E'yi Marmara Bölgesinin, SHOW TV'yi Karadeniz Bölgesinin, Kanal 7'yi İç Anadolu ve Doğu Anadolu Bölgesinin, Star TV'yi Güneydoğu Anadolu Bölgesinin çoğunluklu olarak tercih ettiği görülmektedir.

- ✓ Gelir düzeyi açısından tercih edilen televizyon kanalı incelemesinde Kanal 7, Fox TV ve Samanyolu TV'yi tercih edenlerin çoğunluğu 1000 TL ve altı, NTV, Star TV ve Kanal D izleyenlerin çoğunluğu 1001-2000 TL grubunda yer almaktadır. TRT kanalları, 1000 TL ve altı ile 1001-2000 TL grubunda hemen hemen eşit bir izleyici topluluğu tarafından tercih edilmektedir.

### TELEVİZYON KANALLARININ TERCİH EDİLME NEDENLERİ

- ✓ Televizyon kanallarının tercih edilme nedenleri incelendiğinde, Kanal D'nin % 43.9 oranı ile "dizileri beğeniyorum" ve % 29.4 oranı ile "bütün programlarını beğeniyorum"; Show TV'nin tercih edilme nedenleri içinde % 31.4 oranı ile "dizileri beğeniyorum" ve % 38.6 oranı ile "bütün programlarını beğeniyorum" ifadelerinin yer aldığı görülmektedir.

TRT kanallarının tercih edilme nedenleri içinde % 47.0 oranı ile "bütün programlarını beğeniyorum" ve % 13.1 oranı ile "kaliteli ve seviyeli yayıncılık yapıyor"; ATV'nin tercih edilme nedenleri içinde % 37.4 oranı ile "dizileri beğeniyorum" ve % 32.2 oranı ile "bütün programlarını beğeniyorum" ifadelerinin ön plana çıktığı gözlenmektedir.

- ✓ Televizyon kanallarının tercih edilmesindeki en önemli unsur, yayınlanan dizilerin beğenilme düzeyidir.

### PROGRAM TÜRLERİNE GÖRE TERCİH EDİLEN TELEVİZYON KANALLARI

- ✓ Yerli dizileri izlemek için tercih edilen kanal sıralamasına bakıldığında % 30.4 ile ATV, % 25.7 ile Kanal D ve % 13.2 ile Star TV ön plana çıkmaktadır.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada yerli dizileri izlemek için, % 42 ile Kanal D, % 26.8 ile Show TV ve % 13.9 ile ATV tercih edilen kanal olmuştur.

- ✓ Yerli dizileri izlemek için tercih edilen kanallar cinsiyet açısından incelendiğinde, kadın izleyicilerin % 26,9'u ATV'yi, erkek izleyicilerin % 16'sı ATV ve TRT kanallarını tercih etmektedir.
- ✓ Yerli dizileri izlemek için tercih edilen kanallara yaş grupları, medenî durum, eğitim ve gelir düzeyi açısından bakıldığında, bütün grupların ATV'yi; coğrafi bölgeler bakımından Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgesinin Kanal D'yi, diğer bölgelerin tümünün ise yine ATV'yi öncelikli olarak tercih ettiği gözlenmektedir.
- ✓ Tüm meslek grupları açısından bakıldığında yerli dizileri izlemek için tercih edilen kanal ATV olarak tespit edilmiştir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, yerli dizileri izlemek için tercih edilen kanallar, meslek grupları açısından farklılık göstermekte; ev hanımları ve memurlar öncelikli olarak Kanal D'yi tercih ederken, çiftçi, serbest meslek ve işçi grupları öncelikli olarak Show TV'yi izlemektedir.
- ✓ Türk filmlerini izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 14 ile ATV, % 13.9 ile Kanal 7 ve % 12.9 ile Kanal D'dir.
- ✓ Haberleri izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 17 ile TRT kanalları, % 14.7 ile Show TV ve % 12.9 ile ATV şeklinde sıralanmaktadır.
- ✓ 2009 yılında gerçekleştirilen araştırmada, haberleri izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 19.4 ile Kanal D, % 18.7 ile Show TV ve % 14.1 ile ATV olarak gerçekleşmiştir.
- ✓ Haberleri izleyenlerin tercih ettiği kanallara cinsiyet açısından bakıldığında, kadınların % 17.8 ile en çok Kanal D'yi, erkeklerin % 24.8 ile TRT kanallarını izlediği gözlenmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, haberleri izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar, cinsiyet açısından kadınlarda % 24.1 ile Kanal D, erkeklerde % 17.6'lık eşit oranlarla Show TV ve TRT olarak sıralanmaktadır.



- ✓ Haberleri izleyenlerin yaş grupları göstergelerinde 15-25 yaş arası iki grubun Kanal D'yi, 31-35 yaş arası deneklerin ATV'yi, 26-30 ile 35-61 yaş ve üzeri grupların TRT kanallarını tercih ettikleri tespit edilmiştir.
- ✓ Haberleri izleyenlerin medenî durumları açısından göstergelere bakıldığında evli ve dul/boşanmış olanların TRT kanallarını, bekarların da Kanal D'yi tercih ettikleri görülmektedir.
- ✓ Haberleri izleyen deneklerin eğitim düzeyleri irdelendiğinde tüm grupların TRT kanallarını izlediği gözlenmektedir.
- ✓ Haberleri izleyenlerin tercih ettikleri kanallara coğrafi bölgeler açısından bakıldığında, Marmara, İç Anadolu, Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinin TRT Kanallarını, Ege Bölgesinin Show TV'yi, Akdeniz Bölgesinin Kanal D'yi, Doğu Anadolu Bölgesinin ise ATV'yi tercih ettiği belirlenmiştir.
- ✓ Spor programlarını izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 45.8 ile NTV, % 18.0 ile TRT kanalları ve % 7.5 ile ATV'dir.
- ✓ 2009'da yapılan araştırmada, spor programlarını izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 26.4 ile TRT kanalları, % 12.3 ile NTV ve % 11 ile Star TV'dir.
- ✓ Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından 2008 yılında yapılan "Televizyonlardaki Spor Programlarını İzleme Eğilimleri Araştırması" verilerine göre TRT 3 kanalı güreş, halter, tenis, voleybol ve yüzme dallarında en çok izlenen kanal olma özelliği taşımaktadır.
- ✓ Spor programlarını izleyenler cinsiyet açısından incelendiğinde, kadın ve erkek her iki grubun NTV'yi izlediği; yaş göstergelerine bakıldığında da 15-50 yaş aralığındaki 6 grupta yine NTV'nin tercih edildiği; bununla birlikte 51-61 yaş ve üzeri gruplarda TRT kanallarının öncelikli olarak tercih edildiği gözlenmektedir.
- ✓ Spor programlarını izleyenler sosyo-ekonomik göstergeler açısından incelendiğinde, bütün grupların öncelikli olarak NTV'yi tercih ettiği tespit edilmiştir.

- ✓ 2009 yılında gerçekleştirilen araştırmada, spor programlarını izleyenler sosyo-ekonomik göstergeler açısından incelendiğinde, bütün grupların öncelikli olarak TRT kanallarını tercih ettiği görülmüştür.
- ✓ Dinî programları izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 42.3 ile Samanyolu TV, % 23.8 ile Kanal 7, % 8.4 ile ATV'dir.
- ✓ 2009 yılında yapılmış olan araştırmada dinî programları izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar da % 39.3 ile Samanyolu TV, % 23.1 ile Kanal 7 ve % 18.8 ile Star TV'dir.
- ✓ Dinî programları izleyenler sosyo-ekonomik göstergeler açısından incelendiğinde, ağırlıklı olarak bütün gruplarda Samanyolu TV öncelikli olarak tercih edilmektedir.
- ✓ Yabancı filmleri izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 23.0 ile Star TV, % 16.7 ile Kanal D, % 12.4 ile Show TV'dir.
- ✓ 2009 yılı araştırmasına bakıldığında, yabancı filmleri izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 18.7 ile Kanal D, % 16.4 ile Show TV ve % 13.6 ile ATV olarak tespit edilmiştir.
- ✓ Açık oturum programlarını izleyenler en çok % 14.6 ile Kanal D'yi, % 13.8 ile ATV'yi ve % 12.7 ile NTV'yi tercih etmektedir.
- ✓ 2009 yılı araştırmasında, açık oturum programlarını izleyenler en çok % 20.5 ile Kanal D'yi, % 20 ile ATV'yi ve % 18.3 ile Show TV'yi tercih etmişlerdir.
- ✓ Belgeselleri izleyenlerin en çok % 31.9 ile Samanyolu TV'yi, % 12.6 ile TRT kanallarını ve % 8.9 ile NTV'yi tercih ettiği gözlenmektedir.
- ✓ 2009 araştırmasının verilerine göre, belgeselleri izleyenlerin en çok % 37.2 ile Samanyolu TV'yi, % 19.7 ile TRT'yi ve % 7 ile Discovery Channel'ı tercih ettiği görülmüştür.
- ✓ Yarışma programlarını izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 28.5 ile Kanal D, % 22.5 ile Star TV ve % 18.7 ile Show TV şeklinde sıralanmaktadır.

- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, yarışma programlarını izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 67.5 ile Show TV, % 12.5 ile Fox TV ve % 5.1 ile Kanal D olarak sıralanmaktadır.
- ✓ Müzik/eğlence/klip programlarını izleyenlerin en çok tercih ettiği kanallar % 20.7 ile Kral TV, % 13.2 ile Kanal D ve % 12.1 ile Show TV'dir.
- ✓ 2009 yılında da müzik/eğlence/klip programlarını izleyenlerin en çok tercih ettiği kanalların % 37.4 ile Kral TV, % 9.6 ile Kanal D ve % 9.3 ile Show TV olduğu gözlenmektedir.
- ✓ Magazin programlarını izleyenlerin en çok % 38.2 ile Show TV'yi, % 18.3 Kanal D'yi, % 14.5 ile Star TV'yi tercih ettikleri görülmektedir.
- ✓ 2009 yılı araştırmasında ise magazin programlarını izleyenlerin en çok % 33.1 ile Kanal D'yi, % 22.3 ile ATV'yi ve % 21.7 ile Show TV'yi tercih ettiği tespit edilmiştir.
- ✓ Güldürü/talk show programlarını izleyenlerin en çok tercih ettiği kanalların % 48.4 ile Kanal D, % 14.7 ile Show TV ve % 12.4 ile Star TV olduğu görülmektedir.
- ✓ 2009 yılında gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre, güldürü/talk show programlarını izleyenlerin en çok tercih ettiği kanalların % 57.9 ile Kanal D, % 12.1 ile TRT kanalları ve % 8.7 ile ATV olduğu gözlenmektedir.
- ✓ Kadın kuşak programlarını izleyenler en çok % 46.7 ile ATV, % 12.8 ile Star TV ve % 11.8 ile Show TV'yi tercih etmektedir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, kadın kuşak programlarını izleyenler en çok % 48 ile Kanal D'yi, % 12.6 ile Show TV'yi ve % 12 ile ATV'yi tercih etmiştir.

### TELEVİZYON PROGRAMLARININ İZLENME SIKLIĞI

- ✓ Televizyon programlarının izlenme sıklığı ile ilgili verilere bakıldığında, % 76.7 ile "yerli diziler", % 74.5 ile "haberler" ve % 49.7 ile "Türk Filmleri", ankete katılanlar tarafından "izlenen" program türlerinde en yüksek orana sahiptir.

- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmada, televizyon programlarının izlenme sıklığı ile ilgili verilere bakıldığında, % 93.7 ile “haberler”, % 86.2 ile “yerli diziler” ve % 61.8 ile “dinî programlar”, ankete katılan denekler tarafından “izlenen” program türleri içinde en yüksek oran olarak görülmektedir.
- ✓ 2006 yılı araştırmasına göre, “izlenen” program türleri açısından “haberler” % 88.1, “yerli diziler” % 71.9 ve “dinî programlar” % 60.6 değer almıştır.
- ✓ Araştırmaya katılan deneklerin % 73.7'sinin “kadın kuşak programlarını”, % 69.9'unun “magazin programlarını” ve % 61.3'nün “gerçek hayat hikayelerini” “izlemiyorum” kategorisinde değerlendirdiği gözlenmektedir.
- ✓ Televizyon programlarının izlenme sıklığına cinsiyet açısından bakıldığında, kadınların sırasıyla en çok yerli dizileri, haberleri, erkeklerin de sırasıyla haberleri ve yerli dizileri “izliyorum ve ara sıra izliyorum” kategorisinde değerlendirdiği; sıralamanın kadınlarda Türk filmleri, erkeklerde spor programları şeklinde devam ettiği gözlenmektedir.
- ✓ Programların izlenme sıklığı yaş grupları açısından incelendiğinde, 15-30 yaş grubundakilerin tamamı için yerli diziler öncelikli olmakta; ikinci sırada haberler “izliyorum ve ara sıra izliyorum” kategorisinde yer almaktadır. 31-60+ yaş grubundakiler için ise haberlerin öncelikli olarak izlendiği, devamında en çok yerli dizilerin tercih edildiği tespit edilmiştir.
- ✓ Televizyon programlarının izlenme sıklığı medenî durum açısından irdelendiğinde, bekarların ve dul/başanmış olanların daha çok haberleri, evlilerin ise yerli dizileri tercih ettiği; tüm eğitim kategorilerinde haber ve yerli dizilerin “izliyorum ve ara sıra izliyorum” cevaplarında en çok tercih edilen program türü olarak öne çıktığı görülmektedir.
- ✓ Televizyon programlarının izlenme sıklığının gelir düzeyi ile bağlantısına bakıldığında, tüm gelir gruplarında yerli dizilerin ve haberlerin daha çok tercih edildiği gözlenmektedir.

- ✓ Meslek gruplarının televizyon programlarını izleme sıklığına bakıldığında; ev hanımı, işsiz, öğrenci vb. yerli diziler öncelikli olmak üzere, haberleri sıklıkla tercih etmektedir. Meslekî presetiji yüksek gruptakilerin ise öncelikle haberleri ve sonra yerli dizileri en yoğun olarak tercih ettiği; diğer meslek gruplarının tercihinin de haberler ve yerli diziler türünde yoğunlaştığı gözlenmektedir.
- ✓ Bölgeler açısından televizyon programlarının izlenme sıklığına bakıldığında, Marmara, Ege, İç Anadolu, Güneydoğu Anadolu Bölgeleri öncelikle yerli dizileri ve sonra haberleri en yoğun olarak tercih etmekte; diğer bölgelerdeki sıralama haberler ve yerli diziler şeklinde gerçekleşmektedir.
- ✓ Ankete katılan deneklerin "Türkçeyi en iyi kullanan kanal" değerlendirmesi incelendiğinde, % 49.7 gibi yüksek bir oran ile TRT kanallarının, % 11.4 ile Kanal D'nin ve % 9.0 ile ATV'nin ilk üç sırayı aldığı gözlenmektedir.
- ✓ 2009 yılında gerçekleştirilen araştırmada, deneklerin "Türkçeyi en iyi kullanan kanal" konusundaki değerlendirmeleri incelendiğinde, % 40.9 gibi yüksek bir oran ile yine TRT kanallarının, % 12.6 ile Kanal D'nin ve % 8.6 ile Show TV'nin ilk üç sırayı aldığı gözlenmektedir.
- ✓ Televizyonlarda öncelikli olarak yayınlanması istenen program türleri sıralamasının % 86.3 ile "yerli diziler", % 85.1 ile "haber ve habere dayalı programlar", % 74.8 ile "Türk filmleri" şeklinde olduğu ve bu sıralamanın en çok izlenen program türleri ile uyumlu olduğu görülmektedir.
- ✓ 2009 yılı araştırmasında, televizyonlarda öncelikli olarak yayınlanması istenen program türleri sıralamasının % 48.5 ile "haberler", % 40.9 ile "yerli diziler", % 26.4 ile "dinî programlar" şeklinde olduğu tespit edilmiştir.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, yayınlanması istenen program türleri sıralaması % 34.8 ile "haberler", % 32.9 ile "yerli diziler" ve % 31.1 ile "müzik-eğlence programları" şeklindedir.
- ✓ Televizyon yayınlarında rahatsız olunan görüntüler sıralamasında % 49.3 ile "cinsel içerikli ve müstehcen görüntülerden", % 39.5 ile "şiddet, korku, savaş, kan, silah

görüntülerinden" ve % 16.9 ile "reklamlardan, reklamların uzun sürmesinden, sık olmasından ve aynı olmasından" rahatsız olunduğu görülmektedir.

- ✓ Yayınlarda rahatsız olunan görüntülerle karşılaşıldığında sergilenen davranış sıralamasında deneklerin, % 81.7 oranı ile kanal değiştirdiği, % 11.1 oranı ile izlemeye devam ettiği gözlenmiştir.

### TELEVİZYON İZLEME İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRMELER

- ✓ Televizyon izleme eğilimleri araştırması yapılırken, araştırmaya katılan deneklere, bazı kanaat cümleleri verilerek, bunlara katılıp katılmama durumları sorgulanmış ve televizyon izlemek "Dünyadaki gelişmelerin takip edilmesini sağlar" ifadesine katılma düzeyi % 83.8; "Aile içi ilişkileri olumlu etkiler" kanaatine katılmama oranı % 53.9; "Arkadaşlar ile ilişkileri olumlu yönde etkiler" ifadesine katılmama oranı %57.1; "Sosyal gelişimi engeller" ifadesine katılım oranı % 52.7 olarak tespit edilmiştir.
- ✓ 2009 yılı araştırması sonuçlarına göre; televizyon izlemenin etkilerine ilişkin olarak verilen kanaat cümlelerine katılım: "Dünyadaki gelişmelerin takip edilmesini sağlar" % 90.8; "İnsanlar ile iletişim kurulmasını kolaylaştırır" % 46.9; "Eş ile ilişkileri olumlu yönde etkiler" % 36.5; "Çocuklar ile ilişkileri olumlu yönde etkiler" % 36; "Arkadaşlar ile ilişkileri olumlu yönde etkiler" % 34.8'dir.

*Dünyadaki gelişmelerin takibi açısından belirtilen olumlu kanaat, eş, çocuk, arkadaş ve insan ilişkileri açısından aynı özelliği taşımamakta; bu grupta verilen kanaat cümlelerine vatandaşların çoğu katılmamaktadır.*

- ✓ Televizyon izleme alışkanlığıyla oluşturduğu düşünülen davranışlar hakkında verilen kanaat cümlelerinden, "Toplumda şiddeti artırır" ifadesine katılım % 61.0; "İnsanları televizyona bağımlı hale getirir" ifadesine katılım % 71.1; "Dil yapımızı olumlu etkiler" ifadesine katılmama oranı % 44.9; "Kültür, örf ve adetlerin gelişmesine yardımcı olur" ifadesine katılmama oranı % 45.9; "Çocukların sosyal gelişimine olumlu etkisi olur" ifadesine katılım % 53.0'dür.

- ✓ 2009 yılı araştırmasında, televizyon izleme alışkanlığı nedeniyle olduğu düşünülen davranışlara ilişkin olarak verilen kanaat cümlelerine bakıldığında katılım oranları: "Toplumda şiddeti artırır" % 79.6; "İnsanları televizyona bağımlı hale getirir" % 83.7; "Dil yapımızı olumlu etkiler" % 48.8; "Kültür, örf ve adetlerin gelişmesine yardımcı olur" % 44.2; "Çocukların sosyal gelişimine olumlu etkisi olur" % 45.1'dir.

## REKLAMLARA İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

- ✓ Araştırmaya katılan deneklerin % 56.4'ü "Reklamları gördüğümde hemen kanal değiştiririm"; % 30.8'i "Reklamları gördüğüm zaman bir kısmını seyrederek kanal değiştiririm" ifadesine katılmaktadır. "Reklamları gördüğüm zaman tamamını izlerim" ifadesine katılan denek oranı sadece % 10.7'dir.
- ✓ 2009 yılında yapılan araştırmaya katılan deneklerin % 60.3'ü "Reklamları gördüğümde hemen kanal değiştiririm"; % 25.2'si "Reklamları gördüğüm zaman bir kısmını seyrederek kanal değiştiririm" ifadesine katılmaktadır. "Reklamları gördüğüm zaman tamamını izlerim" ifadesine katılan denek oranı sadece % 10'dur.
- ✓ 2006 yılında yapılan araştırma sonuçlarına göre, deneklerin % 40.4'ü "Reklamları gördüğümde hemen kanal değiştiririm"; % 34.6'sı "Reklamları gördüğüm zaman bir kısmını seyrederek kanal değiştiririm" ifadesine katılmaktadır. "Reklamları gördüğüm zaman tamamını izlerim" ifadesine katılan denek oranı sadece % 19.5'tir.
- ✓ Ankete katılan deneklere, reklamlarda ne tür görüntülerden rahatsız oldukları sorularak elde edilen veriler incelendiğinde, % 62.5 oranında, aynı reklamın tekrar tekrar verilmesi ve uzun süreli reklamlardan rahatsız olduğu gözlenmektedir.

## KORUYUCU SEMBOL SİSTEMİNE İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

- ✓ Araştırmaya katılan deneklerin % 62.5'inin, "koruyucu sembol sisteminin, televizyon programlarının içeriği konusunda izleyicileri bilgilendirdiğini" ifade ettiği tespit edilmiştir.

- ✓ Araştırmaya katılan deneklerin % 62.3 gibi önemli bir kısmı, koruyucu sembol sistemi uygulamasını faydalı bulmaktadır.
- ✓ Araştırma neticesinde görülmektedir ki, koruyucu sembol sistemi % 53.8 oranında program tercihlerini etkilemektedir.
- ✓ Program için uygulanacak koruyucu sembollerin seçimine karar verdiği düşünülen kuruluşun % 69.4 ile RTÜK olduğu, % 18.1 ile fikri olmayanların ilk iki sırayı kapsadığı görülmektedir. Araştırmaya katılan deneklerin, bu açıdan sosyo-ekonomik göstergelerine bakıldığında, gruplar arasında herhangi bir anlamlı fark olmadığı görülmektedir.
- ✓ Araştırmada, deneklere koruyucu sembollerin işaretleri gösterilmiş ve deneklerin bu işaretlerin anlamlarını bilip bilmedikleri ölçülmüştür. Yapılan çalışmada deneklerin % 87.7'sinin genel izleyici, % 80.1'inin korku-şiddet sembollerini yüksek bir oranda bildiği; % 39.4 oranı ile en az oranda olumsuz örnek işaretini tanıdığı gözlenmiştir. Denekler, yaş gruplarıyla ilgili sembollerini ise % 90 gibi yüksek bir oranda bilmektedir.
- ✓ Koruyucu sembollerin program içeriğine uygun kullanılıp kullanılmadığı deneklere sorulduğunda, % 50'nin üzerinde bir oranla, işaretlerin program içeriklerine uygun yerleştirildiği ifade edilmiştir.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ

**1.1.Örneklemin illere göre dağılımı**

	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
<b>ADANA</b>	100	4,0
<b>ANKARA</b>	321	12,7
<b>ANTALYA</b>	111	4,4
<b>BALIKESİR</b>	70	2,8
<b>BURSA</b>	149	5,9
<b>DENİZLİ</b>	59	2,3
<b>DİYARBAKIR</b>	50	2,0
<b>EDİRNE</b>	30	1,2
<b>ERZURUM</b>	31	1,2
<b>GAZİANTEP</b>	80	3,2
<b>HATAY</b>	61	2,4
<b>İSTANBUL</b>	741	29,3
<b>İZMİR</b>	250	9,9
<b>KAYSERİ</b>	60	2,4
<b>KOCAELİ</b>	90	3,6
<b>KONYA</b>	111	4,4
<b>MALATYA</b>	40	1,6
<b>MARDİN</b>	30	1,2
<b>SAMSUN</b>	60	2,4
<b>TRABZON</b>	41	1,6
<b>ZONGULDAK</b>	40	1,6
<b>TOPLAM</b>	<b>2.525</b>	<b>100</b>

## 1.2. Örneklemin coğrafi bölgelere göre dağılımı

	Sayı	%
Marmara Bölgesi	1.080	42,8
Ege Bölgesi	309	12,2
Akdeniz Bölgesi	272	10,8
İç Anadolu Bölgesi	492	19,5
Karadeniz Bölgesi	141	5,6
Doğu Anadolu Bölgesi	71	2,8
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	160	6,3
<b>TOPLAM</b>	<b>2.525</b>	<b>100</b>

**1.3. Örneklemin cinsiyet, yaş grupları ve medenî durumlarına göre dağılımı**

	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
<b>CİNSİYET</b>		
<b>Kadın</b>	1.219	48,3
<b>Erkek</b>	1.306	51,7
<b>YAŞ</b>		
<b>15-20 arası</b>	389	15,4
<b>21-25 arası</b>	387	15,3
<b>26-30 arası</b>	339	13,4
<b>31-35 arası</b>	332	13,1
<b>36-40 arası</b>	307	12,2
<b>41-50 arası</b>	422	16,7
<b>51-60 arası</b>	268	10,6
<b>61 ve daha yukarı</b>	81	3,2
<b>MEDENİ DURUM</b>		
<b>Evli</b>	1.449	57,4
<b>Bekar</b>	986	39,0
<b>Dul / Boşanmış</b>	90	3,6
<b>TOPLAM</b>	<b>2.525</b>	<b>100</b>

## 1.4. Örneklemin eğitim düzeyine göre dağılımı

	Sayı	%
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>		
Okur-yazar değil	66	2,6
İlkokul	669	26,5
Ortaokul	481	19,0
Lise	886	35,1
Üniversite	389	15,4
Lisansüstü / Doktora	34	1,3
<b>TOPLAM</b>	<b>2.525</b>	<b>100</b>

## 1.5. Örneklemin meslek gruplarına göre dağılımı

	Sayı	%
<b>MESLEK GRUPLARI</b>		
İş yeri sahibi veya ortağı	8	0,3
Esnaf veya sanatkar	575	22,8
Ev hanımı	588	23,3
Vasıflı teknik personel	133	5,3
Profesyonel meslek sahibi (Doktor, Avukat, Mühendis vs.)	76	3,0
Müdür, orta düzey yönetici	13	0,5
Masa başı çalışan memur	85	3,4
Vasıfsız işçi	434	17,2
Öğrenci	316	12,5
Çiftçi, balıkçı	40	1,6
Emekli	140	5,5
İşsiz	117	4,6
<b>TOPLAM</b>	<b>2.525</b>	<b>100</b>

**1.6. Örneklemin yaşamakta olduğu yere dağılımı (%)**

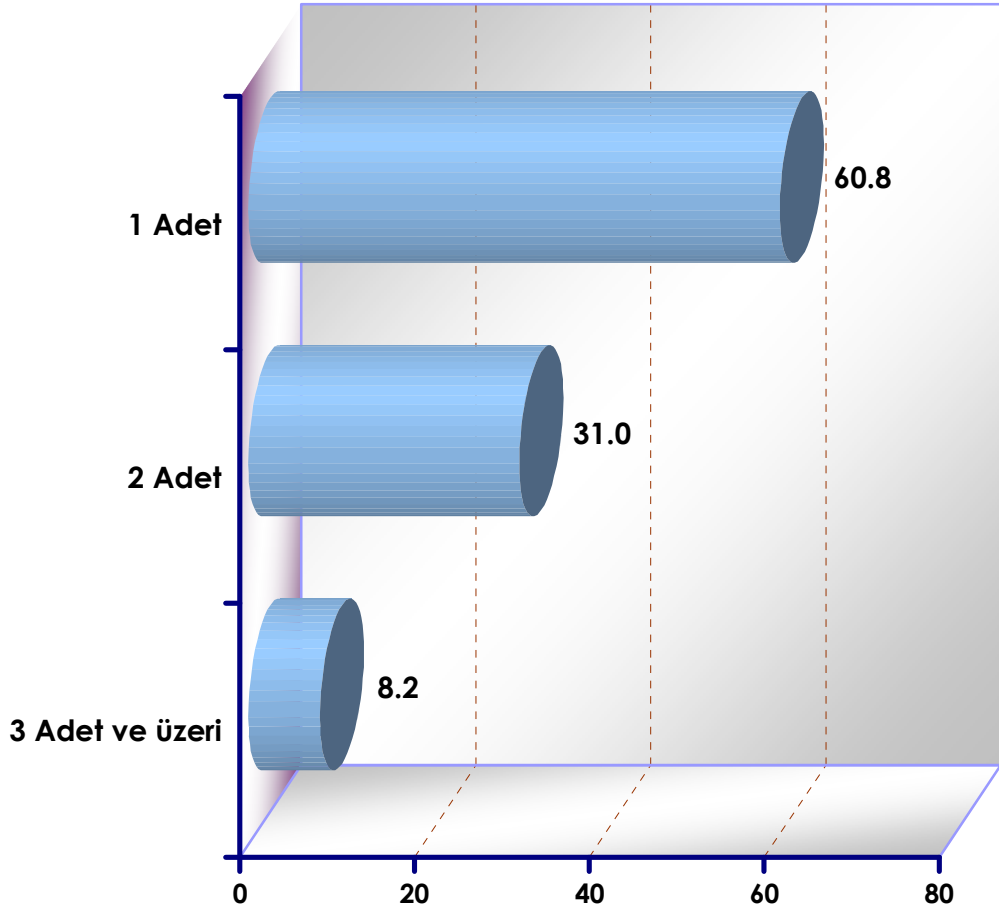
	Sayı	%
<b>YAŞANILAN YER</b>		
Metropol	1.315	52,1
İl	633	25,1
İlçe	421	16,7
Kasaba/Köy	156	6,2
<b>TOPLAM</b>	<b>2.525</b>	<b>100</b>

**1.7. Örneklemin gelir gruplarına göre dağılımı (%)**

	Sayı	%
<b>GELİR</b>		
1000 TL ve altı	866	34,3
1001-2000 TL arası	1.022	40,5
2001-3000 TL arası	387	15,3
3001-4000 TL arası	99	3,9
4001-5000 TL arası	57	2,3
5001 TL ve üstü	43	1,7
Cevap vermeyen	51	2,0
<b>TOPLAM</b>	<b>2.525</b>	<b>100</b>

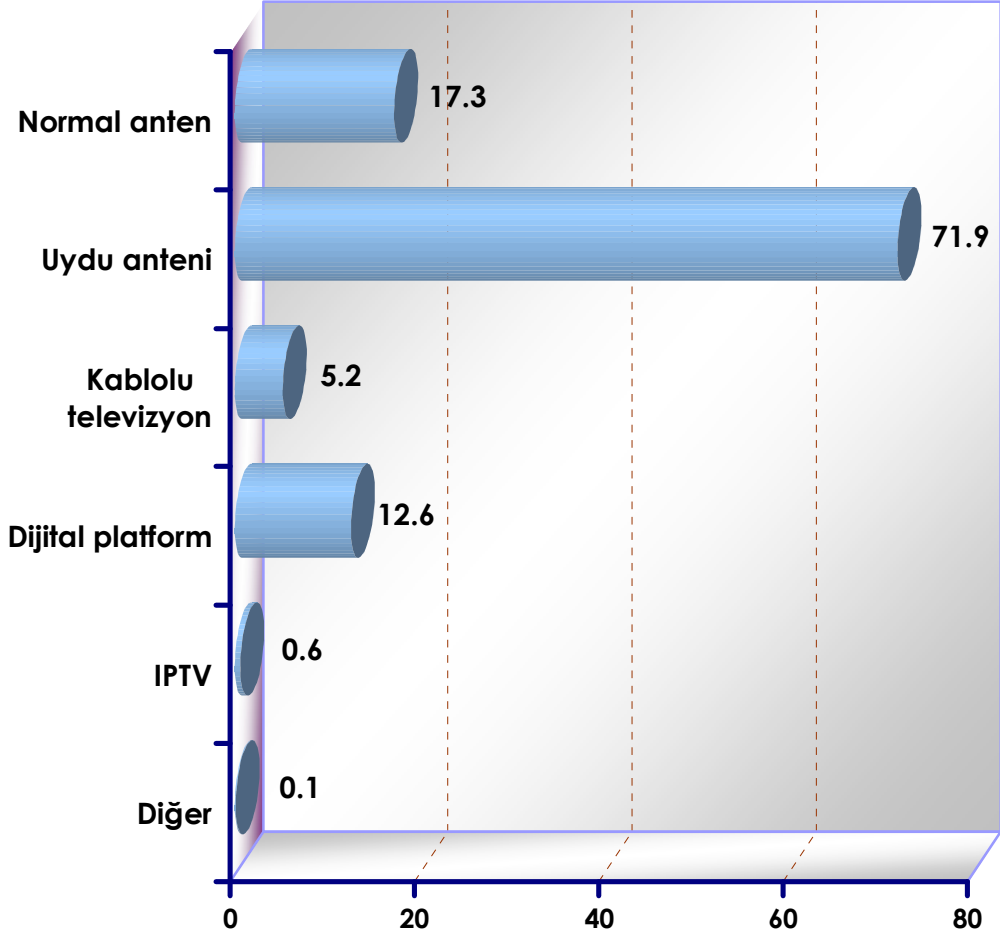
## İKİNCİ BÖLÜM

### SAHİP OLUNAN TELEVİZYON ADEDİ VE YAYINLARIN NEREDEN İZLENDİĞİ

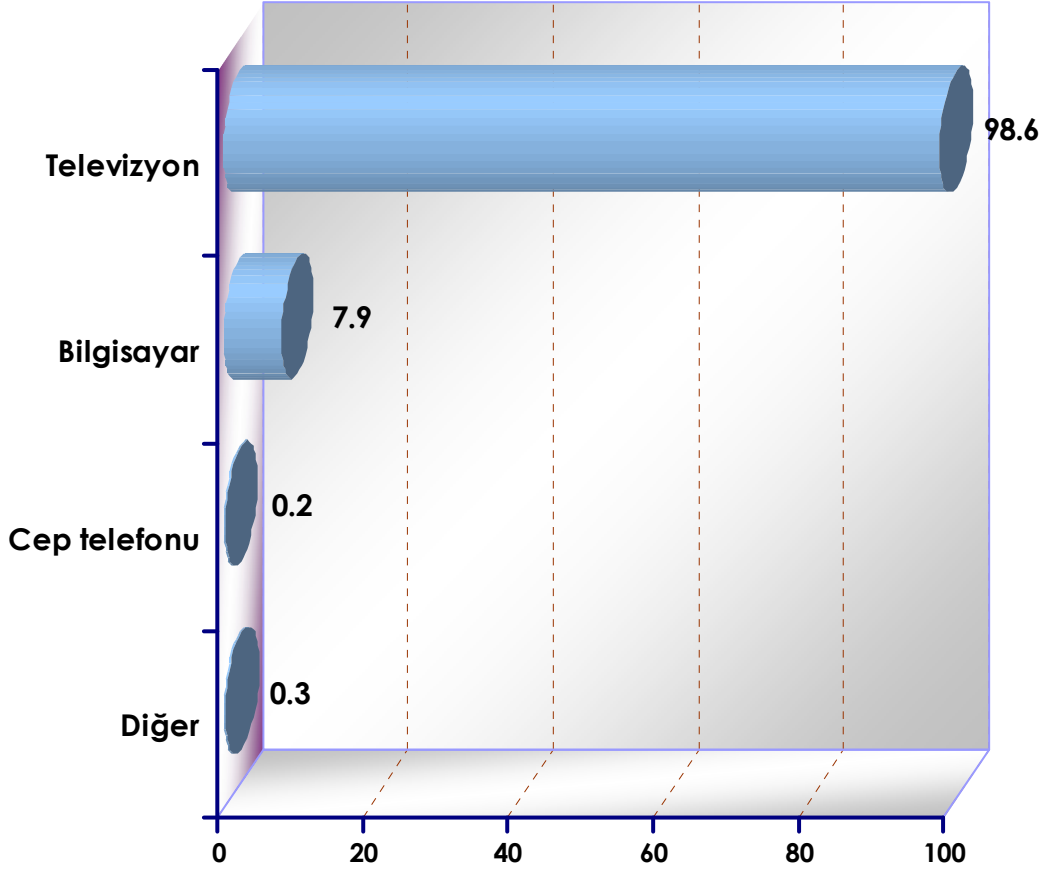
**2.1. Sahip olunan televizyon adedine göre dağılım (%)**



**2.2. Televizyon/televizyonlardaki bağlantı türüne göre dağılım (%)**  
(Birden fazla bağlantı türü için cevap verilebildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.)



**2.3. Televizyon yayınlarının takip edildiği cihaz türüne göre dağılım (%)**  
(Birden fazla bağlantı türü için cevap verilebildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.)

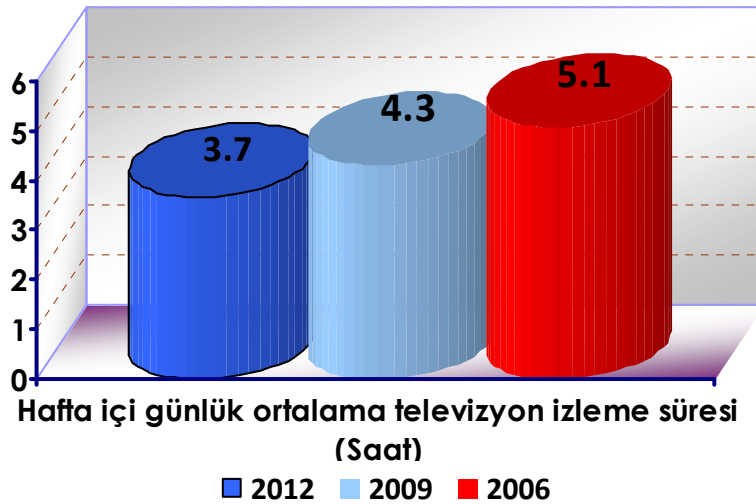


### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

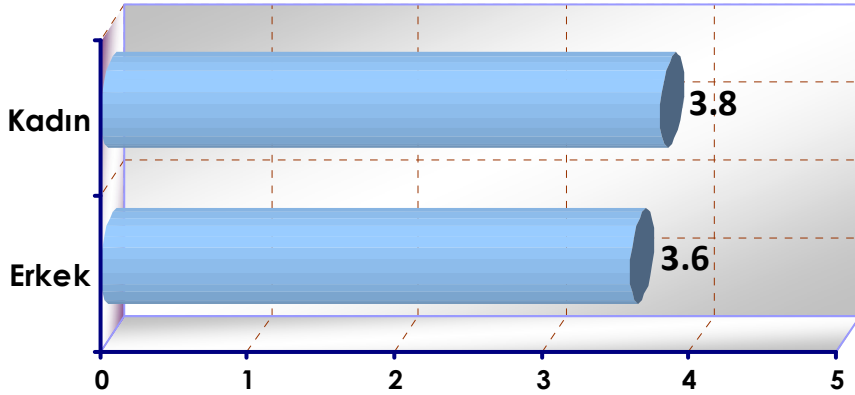
#### HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK ORTALAMA TELEVİZYON İZLEME SÜRESİ

**3.1. Hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%)***(Cevap veren sayısı = 2.503 kişi)*

	%
1 Saat	10,0
2 Saat	23,5
3 Saat	23,5
4 Saat	16,4
5 Saat	10,9
6 Saat	6,7
7 Saat	2,0
8 Saat	1,7
9 Saat	0,6
10 Saat +	4,7
<b>TOPLAM</b>	100

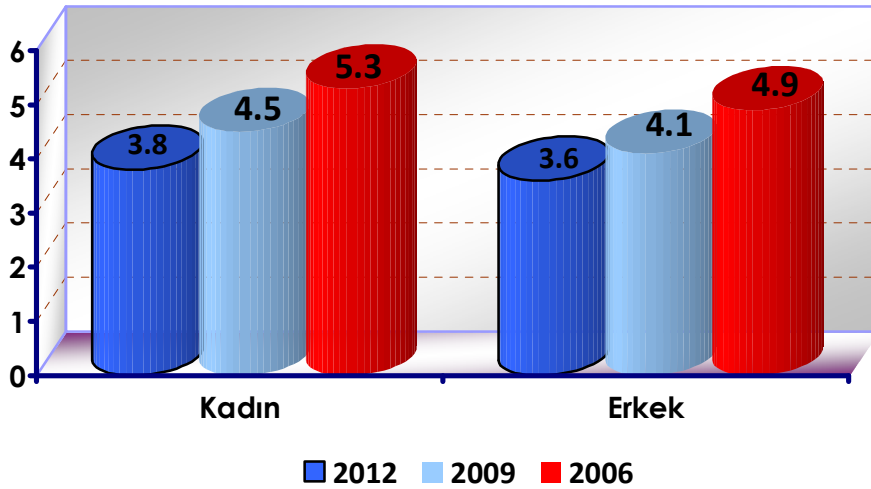
*Ortalama = 3,7saat ; Standart sapma = 2,3***3.2. Hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%)****2006-2009-2012 karşılaştırması***(2006 yılı için cevap veren sayısı = 4.581 kişi)(2009 yılı için cevap veren sayısı = 2.570 kişi)(2012 yılı için cevap veren sayısı = 2.448 kişi)*

**3.3. Cinsiyete göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>1</sup> (Saat)**  
 (Cinsiyete göre cevap veren sayısı Kadın = 1.210 kişi, Erkek = 1.293 kişi)



Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süresine cinsiyet açısından bakıldığında, kadınların ortalama 3.8 saat, erkeklerin ise ortalama 3.6 saat televizyon izlediği gözlenmektedir.

**3.4. Cinsiyete göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**



<sup>1</sup>  $t(2501) = 3,09; p = .002$

**3.5. Yaş gruplarına göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>2</sup> (Saat)**

(Yaş gruplarına göre cevap veren sayısı 15-20 yaş arası = 385 kişi, 21-25 yaş arası = 385 kişi, 26-30 yaş arası = 333 kişi, 31-35 yaş arası = 327 kişi, 36-40 yaş arası = 304 kişi, 41-50 yaş arası = 422 kişi, 51-60 yaş arası = 266 kişi, 61 ve daha yukarı yaş = 81 kişi)

	Saat
15-20 yaş arası	3,4
21-25 yaş arası	3,6
26-30 yaş arası	3,4
31-35 yaş arası	3,7
36-40 yaş arası	3,8
41-50 yaş arası	3,9
51-60 yaş arası	4,0
61 ve üstü	4,0

Hafta içi televizyon izleme sürelerinin yaş gruplarına göre çok farklı olmadığı, 51+ yaşlardan itibaren ortalama sürenin 4.0 saate ulaştığı görülmektedir.

**3.6. Yaş gruplarına göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**

	2012	2009	2006
15-20 yaş arası	3,4	4,1	4,9
21-25 yaş arası	3,6	4,3	5,0
26-30 yaş arası	3,4	4,2	5,1
31-35 yaş arası	3,7	4,1	5,2
36-40 yaş arası	3,8	4,2	5,2
41-50 yaş arası	3,9	4,5	5,2
51-60 yaş arası	4,0	4,5	5,4
61 ve üstü	4,0	4,5	4,7

<sup>2</sup>  $F(7,2495) = 3,44, p = .001$

**3.7. Medenî duruma göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>3</sup> (Saat)**

(Medenî duruma göre cevap veren sayısı Evli = 1.441 kişi, Bekar = 974 kişi ,  
 Dul/boşanmış = 88 kişi)

	Saat
<b>Evli</b>	3,8
<b>Bekar</b>	3,4
<b>Dul/boşanmış</b>	4,2

Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine göre, dul/boşanmışlar 4.2 saat ile en çok televizyon izleyen grubu oluşturmaktadır.

**3.8. Medenî duruma göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**

	2012	2009	2006
<b>Evli</b>	3,8	4,4	5,2
<b>Bekar</b>	3,4	4,0	4,8
<b>Dul/boşanmış</b>	4,2	4,1	5,7

<sup>3</sup>  $F(2,2500) = 13,17; p = .0001$

**3.9. Eğitim düzeyine göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>4</sup> (%)**  
(Eğitim düzeyine göre cevap veren sayısı Düşük eğitilmiş = 1.206 kişi, Orta eğitilmiş =878 kişi, Yüksek eğitilmiş = 419 kişi)

	Saat
Düşük eğitilmişler (*)	3,8
Orta eğitilmişler	3,5
Yüksek eğitilmişler	3,5

Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süreleri incelendiğinde, daha önce yapılan araştırmaların da desteklediği biçimde, düşük eğitilmişler daha çok televizyon izlemekte, eğitim düzeyi arttıkça televizyon izleme süresi düşmektedir.

**3.10. Eğitim düzeyine göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**

	2012	2009	2006
Düşük eğitilmişler	3,8	4,4	5,2
Orta eğitilmişler	3,5	4,1	5,1
Yüksek eğitilmişler	3,5	3,9	4,5

(\*) **Düşük Eğitilmişler** : Okuryazar değil; okuryazar, okula gitmemiş; ilkokul mezunu

**Orta Eğitilmişler** : Ortaokul ve lise mezunları

**Yüksek Eğitilmişler** : Üniversite mezunu; lisansüstü/doktora

<sup>4</sup>  $F(2,2500) = 7,11; p = .001$



### 3.11. Meslek gruplarına göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>5</sup>.(Saat)

(Meslek gruplarına göre cevap veren sayısı İş yeri sahibi veya ortağı = 7 kişi, Esnaf veya sanatkar = 452 kişi, Ev hanımı = 567 kişi, Vasıflı teknik personel = 131 kişi, Profesyonel meslek sahibi = 76 kişi, Müdür, orta düzey yönetici = 13 kişi, Masa başı çalışan memur = 84 kişi, Vasıfsız işçi=431 kişi, Öğrenci 314 kişi, Çiftçi, balıkçı=39 kişi, Emekli=139 kişi, İşsiz=115 kişi )

	Saat
<b>İş yeri sahibi veya ortağı</b>	3,9
<b>Esnaf veya sanatkar</b>	3,5
<b>Ev hanımı</b>	4,2
<b>Vasıflı teknik personel</b>	3,5
<b>Profesyonel meslek sahibi (Doktor, Avukat, Mühendis vs.)</b>	3,3
<b>Müdür, orta düzey yönetici</b>	2,5
<b>Masa başı çalışan memur</b>	3,7
<b>Vasıfsız işçi</b>	3,5
<b>Öğrenci</b>	3,2
<b>Çiftçi, balıkçı</b>	3,2
<b>Emekli</b>	4,3
<b>İşsiz</b>	3,9

Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine bakıldığında ev hanımı ve emeklilerin 4 saatten fazla süre ile televizyon izlediği gözlenmektedir.

<sup>5</sup>  $F(11,2491) = 7,99; p = .0001$

**3.12. Coğrafi bölgelere göre, hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>6</sup> (Saat)**

(Coğrafi bölgelere göre cevap veren sayısı Marmara = 1.064 kişi, Ege = 309 kişi, Akdeniz = 271 kişi, İç Anadolu = 489 kişi, Karadeniz = 140 kişi, Doğu Anadolu = 70 kişi, Güneydoğu Anadolu = 160 kişi)

	<b>Saat</b>
<b>Marmara</b>	3,4
<b>Ege</b>	3,9
<b>Akdeniz</b>	3,3
<b>İç Anadolu</b>	4,1
<b>Karadeniz</b>	4,5
<b>Doğu Anadolu</b>	3,4
<b>Güneydoğu Anadolu</b>	3,5

Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine göre 4.5 saat ile Karadeniz Bölgesi, 4.1 saat ile İç Anadolu Bölgesi en çok televizyon izleyen bölgeleri oluşturmaktadır. Akdeniz Bölgesi ortalama 3.3 saat ile en az televizyon izleyen bölgedir.

**3.13. Coğrafi bölgelere göre, hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**

	<b>2012</b>	<b>2009</b>	<b>2006</b>
<b>Marmara</b>	3,4	4,2	4,8
<b>Ege</b>	3,9	4,2	4,9
<b>Akdeniz</b>	3,3	5,2	5,3
<b>İç Anadolu</b>	4,1	4,1	5,9
<b>Karadeniz</b>	4,5	5,1	5,4
<b>Doğu Anadolu</b>	3,4	4,1	4,0
<b>Güneydoğu Anadolu</b>	3,5	4,0	5,2

<sup>6</sup>  $F(6,2496) = 13,01; p = .0001$

**3.14. Gelir düzeyine göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>7</sup> (Saat)**

(Gelir düzeyine göre cevap veren sayısı 1000 TL ve daha az = 862 kişi, 1001-2000 TL arası = 1.013 kişi, 2001-3000 TL arası = 384 kişi, 3001-4000 TL arası = 97 kişi, 4001-5000 TL arası = 57 kişi, 5001 TL ve daha fazla =43 kişi)

	Saat
1000 TL ve altı	3,6
1001-2000 TL arası	3,8
2001-3000 TL arası	3,7
3001-4000 TL arası	3,1
4001-5000 TL arası	3,3
5001 TL ve üstü	3,1
<b>TOPLAM</b>	<b>3,7</b>

Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine gelir düzeyine göre bakıldığında, gelir düzeyi arttıkça, televizyon izleme süresinin düştüğü görülmektedir. 0–3000 TL aralığında yer alan üç gelir grubu günde ortalama 3.7 saat televizyon izlemektedir.

<sup>7</sup>  $F(5,2450) = 2,76; p = .017$

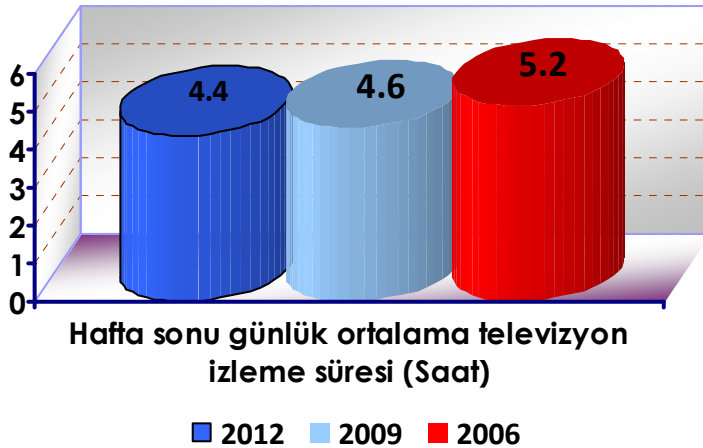
**3.15. Hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%)**  
(Cevap veren sayısı = 2.448 kişi)

	%
1 Saat	7,6
2 Saat	14,4
3 Saat	17,9
4 Saat	17,7
5 Saat	17,0
6 Saat	10,9
7 Saat	4,4
8 Saat	3,3
9 Saat	1,6
10 Saat +	5,4
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

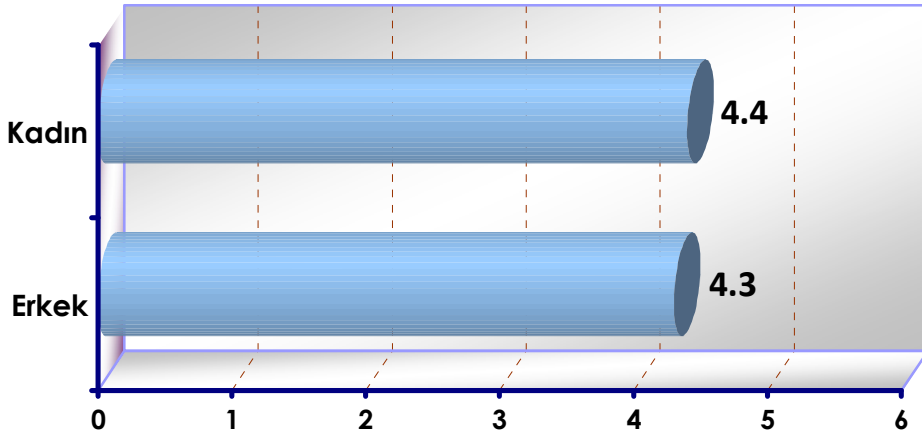
Ortalama = 4,4 saat ; Standart sapma =2,3

**3.16. Hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%)**  
**2006-2009-2012 karşılaştırması**

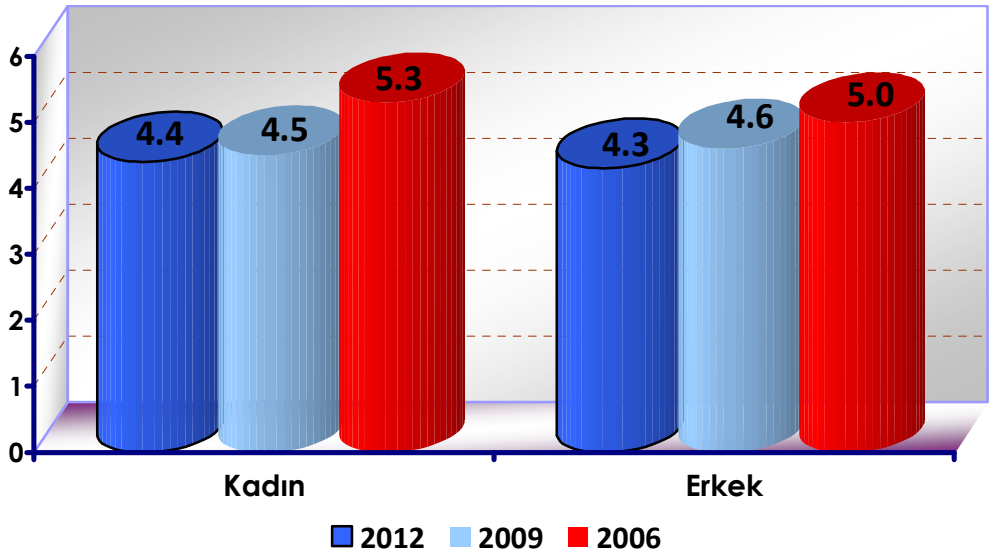
(2006 yılı için cevap veren sayısı = 4.563 kişi) (2009 yılı için cevap veren sayısı = 2.567 kişi)  
(2012 yılı için cevap veren sayısı = 2.448 kişi)



**3.17. Cinsiyete göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat)**  
 (Cinsiyete göre cevap veren sayısı Kadın = 1.180 kişi ve Erkek = 1.268 kişi)



**3.18. Cinsiyete göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat)**  
 2006-2009-2012 karşılaştırması



**3.19. Yaş gruplarına göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat)**

(Yaş gruplarına göre cevap veren sayısı 15-20 yaş arası = 379 kişi, 21-25 yaş arası = 374 kişi, 26-30 yaş arası = 322 kişi, 31-35 yaş arası = 320 kişi, 36-40 yaş arası = 300 kişi, 41-50 yaş arası = 414 kişi, 51-60 yaş arası = 261 kişi, 61 ve daha yukarı yaş = 78 kişi)

	Saat
15-20 yaş arası	4,2
21-25 yaş arası	4,4
26-30 yaş arası	4,2
31-35 yaş arası	4,5
36-40 yaş arası	4,5
41-50 yaş arası	4,5
51-60 yaş arası	4,3
61 ve üstü	3,9

**3.20. Yaş gruplarına göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**

	2012	2009	2006
15-20 yaş arası	4,2	4,5	5,1
21-25 yaş arası	4,4	4,6	5,2
26-30 yaş arası	4,2	4,6	5,4
31-35 yaş arası	4,5	4,5	5,3
36-40 yaş arası	4,5	4,5	5,1
41-50 yaş arası	4,5	4,7	5,2
51-60 yaş arası	4,3	4,5	5,1
61 ve üstü	3,9	4,5	4,8

**3.21. Medenî duruma göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat)**

(Medenî durumuna göre cevap veren sayısı Evli = 1410 kişi, Bekar = 952 kişi, Dul/boşanmış = 86kişi)

	Saat
<b>Evli</b>	4,4
<b>Bekar</b>	4,3
<b>Dul/boşanmış</b>	4,6

**3.22. Medenî duruma göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**

	2012	2009	2006
<b>Evli</b>	4,4	4,6	5,2
<b>Bekar</b>	4,3	4,5	5,0
<b>Dul/boşanmış</b>	4,6	4,2	5,7

**3.23. Eğitim düzeyine göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat)**

(Eğitim düzeyine göre cevap veren sayısı Düşük eğitimli = 1.181 kişi, Orta eğitimli = 863 kişi, Yüksek eğitimli = 404 kişi)

	Saat
Düşük eğitimliler	4,4
Orta eğitimliler	4,3
Yüksek eğitimliler	4,4

**3.24. Eğitim düzeyine göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**

	2012	2009	2006
Düşük eğitimliler	4,4	4,6	5,2
Orta eğitimliler	4,3	4,5	5,1
Yüksek eğitimliler	4,4	4,4	4,8



### 3.25. Meslek gruplarına göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat)

(Meslek gruplarına göre cevap veren sayısı İş yeri sahibi veya ortağı =8 kişi, Esnaf veya sanatkar = 561 kişi, Ev hanımı = 572 kişi, Vasıflı teknik personel = 123 kişi, Profesyonel meslek sahibi = 74 kişi, Müdür, orta düzey yönetici = 13 kişi, Masa başı çalışan memur = 83 kişi, Vasıfsız işçi=424 kişi, Öğrenci 308 kişi, Çiftçi, balıkçı=38 kişi, Emekli=135 kişi, İşsiz=109 kişi )

	Saat
<b>İş yeri sahibi veya ortağı</b>	4,6
<b>Esnaf veya sanatkar</b>	4,2
<b>Ev hanımı</b>	4,5
<b>Vasıflı teknik personel</b>	4,7
<b>Profesyonel meslek sahibi (Doktor, Avukat, Mühendis vs.)</b>	4,3
<b>Müdür, orta düzey yönetici</b>	4,2
<b>Masa başı çalışan memur</b>	4,6
<b>Vasıfsız işçi</b>	4,4
<b>Öğrenci</b>	4,0
<b>Çiftçi, balıkçı</b>	3,9
<b>Emekli</b>	4,6
<b>İşsiz</b>	4,5

**3.26. Coğrafi bölgelere göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>8</sup> (Saat)**

(Coğrafi bölgelere göre cevap veren sayısı Marmara =1.029 kişi, Ege = 306 kişi, Akdeniz = 269 kişi, İç Anadolu = 481 kişi, Karadeniz = 139 kişi, Doğu Anadolu = 66 kişi, Güneydoğu Anadolu = 158 kişi)

	Saat
Marmara	4,4
Ege	4,7
Akdeniz	3,9
İç Anadolu	4,5
Karadeniz	4,5
Doğu Anadolu	3,7
Güneydoğu Anadolu	4,1

**3.27. Coğrafi bölgelere göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması**

	2012	2009	2006
Marmara	4,4	4,5	4,9
Ege	4,7	4,3	5,3
Akdeniz	3,9	5,5	5,4
İç Anadolu	4,5	4,4	5,5
Karadeniz	4,5	5,2	5,1
Doğu Anadolu	3,7	4,0	4,8
Güneydoğu Anadolu	4,1	4,2	4,9

<sup>8</sup>  $F(6,2441) = 4,956; p = .0001$

**3.28. Gelir düzeyine göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi<sup>9</sup> (Saat)**

(Gelir düzeyine göre cevap veren sayısı 1.000 TL ve daha az = 844 kişi, 1001-2000 TL arası = 997 kişi, 2001-3000 TL arası = 369 kişi, 3001-4000 TL arası = 96 kişi, 4001-5000 TL arası = 54 kişi, 5001 TL ve daha fazla = 43 kişi)

	Saat
1000 TL ve altı	4,1
1001-2000 TL arası	4,5
2001-3000 TL arası	4,6
3001-4000 TL arası	4,1
4001-5000 TL arası	4,2
5001 TL ve üstü	3,8

<sup>9</sup>  $F(5,2397) = 5,89; p = .0001$

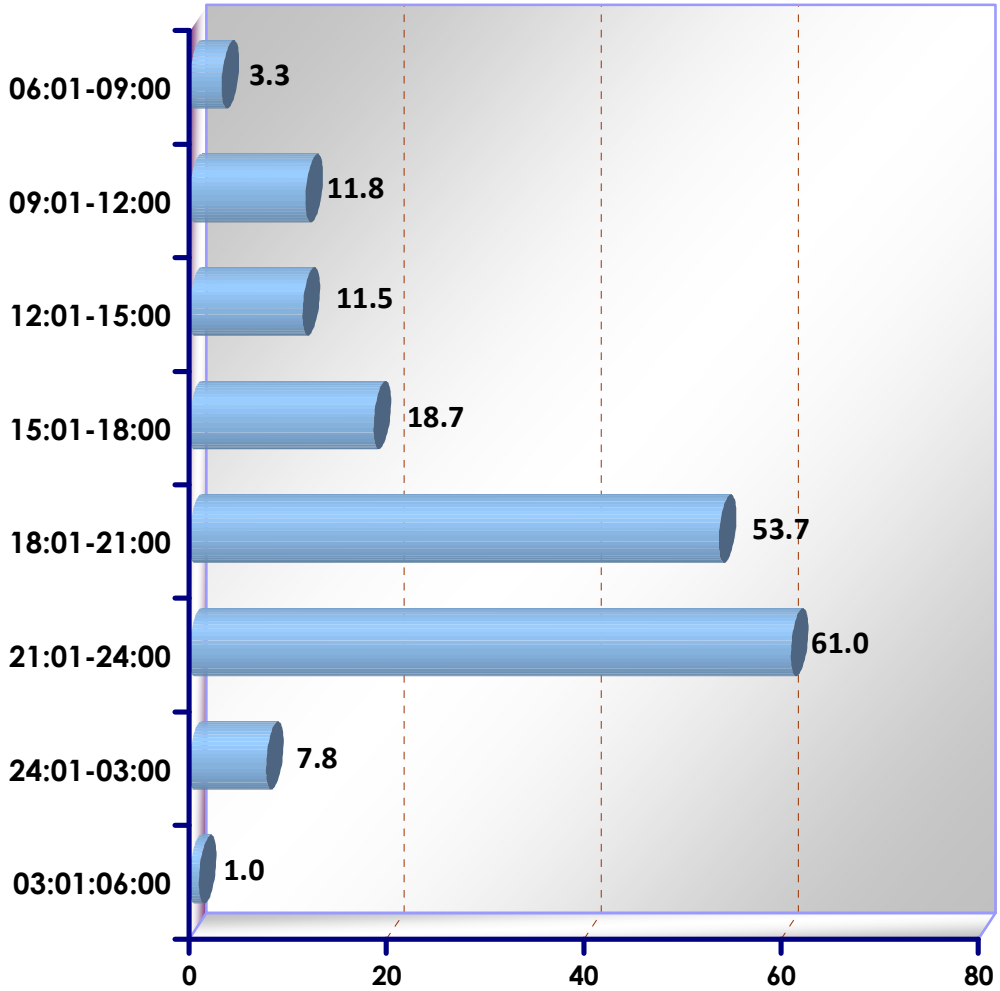


**DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

**HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU  
TELEVİZYON İZLEME SAATLERİ**

**4.1. Hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.)



Hafta içi televizyon izlenen saat dilimleri incelendiğinde en yüksek izleme oranının % 61.0 ile 21:01-24:00 saatlerinde gerçekleştiği; bundan sonraki en yüksek izleme oranının % 53.7 ile 18:01-21:00 saatlerini kapsadığı gözlenmektedir.

**4.2. Hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)**  
**2006-2009-2012 karşılaştırması**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.)

(2006 yılı için Cevap veren sayısı = 4.574 kişi)

(2009 yılı için Cevap veren sayısı = 2.567 kişi)

(2012 yılı için Cevap veren sayısı = 2.525 kişi)

	<b>2012</b>	<b>2009</b>	<b>2006</b>
<b>06:01 – 09:00 arası</b>	3,3	3,0	5,9
<b>09:00 – 12:00 arası</b>	11,8	16,3	17,8
<b>12:01 – 15:00 arası</b>	11,5	15,0	17,1
<b>15:01 – 18:00 arası</b>	18,7	22,9	20,6
<b>18:01 – 21:00 arası</b>	53,7	70,9	60,2
<b>21:01 – 24:00 arası</b>	61,0	63,3	59,5
<b>00:01 – 03:00 arası</b>	7,8	5,8	7,4
<b>03:01 – 06:00 arası</b>	1,0	0,4	1,4

**4.3. Cinsiyete göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
(Cinsiyete göre cevap veren sayısı Kadın = 1.211 kişi, Erkek = 1.287 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>Kadın</b>	2,7	15,2	17,0	25,1	54,7	58,3	5,5	0,4
<b>Erkek</b>	4,0	8,9	6,6	13,1	53,8	64,9	10,1	1,5
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>3,3</b>	<b>11,8</b>	<b>11,5</b>	<b>18,7</b>	<b>53,7</b>	<b>61,0</b>	<b>7,8</b>	<b>1,0</b>

Cinsiyete göre hafta içi TV izleme saatlerinde anlamlı farklılıklar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>10</sup>:

<sup>10</sup> 09.01-12.00 saatleri arası için  $\Phi = -0.01$ ,  $p = .0001$ ; 12.01-15.00 saatleri arası için  $\Phi = -0.163$ ,  $p = .0001$ ; 15.01-18.00 saatleri arası için  $\Phi = -0.155$ ,  $p = .0001$ ; 21.01-24.00 saatleri arası için  $\Phi = 0.062$ ,  $p = .002$ ; 24.01-03.00 saatleri arası için  $\Phi = 0.083$ ,  $p = .0001$ , 03.01-06.00 saatleri arası için  $\Phi = 0.054$ ,  $p = .007$



#### 4.4. Yaş gruplarına göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
 (Yaş gruplarına göre cevap veren sayısı 15-20 yaş arası = 384 kişi, 21-25 yaş arası = 381 kişi, 26-30 yaş arası = 332 kişi, 31-35 yaş arası = 327 kişi, 36-40 yaş arası = 305 kişi, 41-50 yaş arası = 421 kişi, 51-60 yaş arası = 267 kişi, 61 ve daha yukarı yaş = 81 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>15-20 yaş arası</b>	1,8	6,8	7,8	17,2	54,9	56,5	9,1	1,8
<b>21-25 yaş arası</b>	1,8	10,8	11,5	19,2	52,8	65,6	10,5	1,3
<b>26-30 yaş arası</b>	2,1	9,9	10,2	15,4	47,6	62,7	9,0	0,6
<b>31-35 yaş arası</b>	2,4	11,9	8,0	16,5	51,4	67,3	7,0	0,9
<b>36-40 yaş arası</b>	3,9	11,5	11,8	16,1	51,8	64,6	7,9	0,3
<b>41-50 yaş arası</b>	4,8	14,3	14,3	21,9	54,6	60,8	5,7	1,2
<b>51-60 yaş arası</b>	6,0	17,6	16,9	26,2	67,0	57,7	6,7	0,4
<b>61 ve daha yukarı</b>	8,6	21,0	19,8	21,0	63,0	48,1	3,7	0,0
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>3,3</b>	<b>11,8</b>	<b>11,5</b>	<b>18,7</b>	<b>53,7</b>	<b>61,0</b>	<b>7,8</b>	<b>1,0</b>

Yaş gruplarına göre hafta içi TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>11</sup>:

<sup>11</sup> 06.01-09.00 saatleri için Cramers' V = .06, p = .009, 09.01-12.00 saatleri için Cramers' V = .105, p = .0001; 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .066, p = .003, 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = 053, p = .029

**4.5. Medenî duruma göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
(Medenî duruma göre cevap veren sayısı Evli = 1.441 kişi, Bekar = 970 kişi, Dul/boşanmış = 87 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>Evli</b>	4,2	14,2	13,7	23,0	57,0	61,1	6,2	0,5
<b>Bekar</b>	1,9	7,5	7,9	13,1	50,6	62,4	10,2	1,6
<b>Dul / Boşanmış</b>	5,7	24,1	18,4	16,1	49,4	63,2	9,2	1,1
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>3,3</b>	<b>11,8</b>	<b>11,5</b>	<b>18,7</b>	<b>53,7</b>	<b>61,0</b>	<b>7,8</b>	<b>1,0</b>

Medenî duruma göre hafta içi TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>12</sup>:

<sup>12</sup> 06.01-09.00 saatleri için Cramers' V = .06, p = .009, 09.01-12.00 saatleri için Cramers' V = .105, p = .0001; 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .066, p = .003, 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = 053, p = .029

#### 4.6. Eğitim düzeyine göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
 (Eğitim düzeyine göre cevap veren sayısı Düşük eğitilmiş = 1.203 kişi, Orta eğitilmiş = 876 kişi, Yüksek eğitilmiş = 419 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>Düşük eğitilmişler</b>	3,7	15,1	15,5	24,4	59,2	57,2	6,4	0,6
<b>Orta eğitilmişler</b>	3,4	9,6	9,1	15,1	50,0	65,9	8,9	1,5
<b>Yüksek eğitilmişler</b>	2,4	7,6	6,0	11,2	49,2	65,9	10,0	1,0
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>3,3</b>	<b>11,8</b>	<b>11,5</b>	<b>18,7</b>	<b>53,7</b>	<b>61,0</b>	<b>7,8</b>	<b>1,0</b>

Eğitim düzeyine göre hafta içi TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>13</sup>:

<sup>13</sup> 06.01-09.00 saatleri için Cramers' V = .07, p = .002, <sup>13</sup>09.01-12.00 saatleri için Cramers' V = .148, p = .0001, 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .095, p = .0001, 15.01-18.00 saatleri için Cramers' V = .071, p = .002, 15.01-18.00 saatleri için Cramers' V = .077, p = .0001

**4.7. Meslek gruplarına göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
(Meslek gruplarına göre cevap veren sayısı İş yeri sahibi veya ortağı =7 kişi, Esnaf veya sanatkar = 565 kişi, Ev hanımı = 586 kişi, Vasıflı teknik personel = 131 kişi, Profesyonel meslek sahibi = 75 kişi, Müdür, orta düzey yönetici = 12 kişi, Masa başı çalışan memur = 83 kişi, Vasıfsız işçi=429 kişi, Öğrenci 314 kişi, Çiftçi, balıkçı=40 kişi, Emekli=140 kişi, İşsiz=116 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>İş yeri sahibi veya ortağı</b>	14,3	-	14,3	-	28,6	57,1	57,1	-
<b>Esnaf veya sanatkar</b>	3,9	7,6	7,1	8,8	44,8	67,1	7,8	0,7
<b>Ev hanımı</b>	3,8	21,8	24,9	37,7	59,9	53,2	5,3	0,2
<b>Vasıflı teknik personel</b>	3,1	6,9	5,3	8,4	54,2	74,0	13,0	3,1
<b>Profesyonel meslek sahibi (Doktor, Avukat, Mühendis vs.)</b>	1,3	6,7	-	6,7	45,3	69,3	9,3	-
<b>Müdür, orta düzey yönetici</b>	-	8,3	-	-	33,3	75,0	-	-
<b>Masa başı çalışan memur</b>	1,2	7,3	7,3	14,6	54,9	61,0	9,8	-
<b>Vasıfsız işçi</b>	2,1	8,4	6,5	12,8	49,4	68,5	10,5	2,1
<b>Öğrenci</b>	0,3	7,3	6,4	15,3	58,9	52,2	7,0	1,0
<b>Çiftçi, balıkçı</b>	12,5	15,0	5,0	22,5	65,0	60,0	5,0	-
<b>Emekli</b>	9,3	17,9	14,3	21,4	75,0	61,4	7,1	0,7
<b>İşsiz</b>	4,3	13,8	18,1	26,7	57,8	59,5	6,0	1,7
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>3,3</b>	<b>11,8</b>	<b>11,5</b>	<b>18,7</b>	<b>53,7</b>	<b>61,0</b>	<b>7,8</b>	<b>1,0</b>

Meslek gruplarına göre hafta içi TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>14</sup>:

<sup>14</sup> 06.01-09.00 saatleri için Cramers' V = .098, p = .002, 18.01-21.00 saatleri için Cramers' V = .136, p = .0001

#### 4.8. Coğrafi bölgelere göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)

(Coğrafi bölgelere göre cevap veren sayısı Marmara = 1.061 kişi, Ege = 308 kişi, Akdeniz = 271 kişi, İç Anadolu = 487 kişi, Karadeniz = 140 kişi, Doğu Anadolu = 71 kişi, Güneydoğu Anadolu = 160 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>Marmara Bölgesi</b>	1,9	9,9	10,2	15,5	47,9	66,8	7,8	0,9
<b>Ege Bölgesi</b>	1,9	12,7	9,1	21,1	51,9	74,0	9,7	1,6
<b>Akdeniz Bölgesi</b>	4,8	8,9	8,5	16,2	58,3	49,4	8,1	-
<b>İç Anadolu Bölgesi</b>	4,9	15,4	15,2	24,4	59,1	57,9	8,8	0,8
<b>Karadeniz Bölgesi</b>	1,4	18,6	13,6	12,1	55,0	52,1	7,9	2,9
<b>Doğu Anadolu Bölgesi</b>	8,5	11,3	11,3	29,6	87,3	40,8	1,4	-
<b>Güneydoğu Anadolu Böl.</b>	8,1	13,1	19,4	26,3	64,4	53,8	4,4	0,6
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>3,3</b>	<b>11,8</b>	<b>11,5</b>	<b>18,7</b>	<b>53,7</b>	<b>61,0</b>	<b>7,8</b>	<b>1,0</b>

Bölgelere göre hafta içi TV izleme saatlerinde anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>15</sup>:

<sup>15</sup> 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .083, p = .006

**4.9. Gelir düzeyine göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)

(Gelir düzeyine göre cevap veren sayısı 0-1000 TL = 864 kişi, 1001-2000 TL = 1.012 kişi, 2001-3000 TL = 380 kişi, 3001-4000 TL = 95 kişi, 4001-5000 TL = 57 kişi, 5001 TL ve üzeri = 43 kişi)

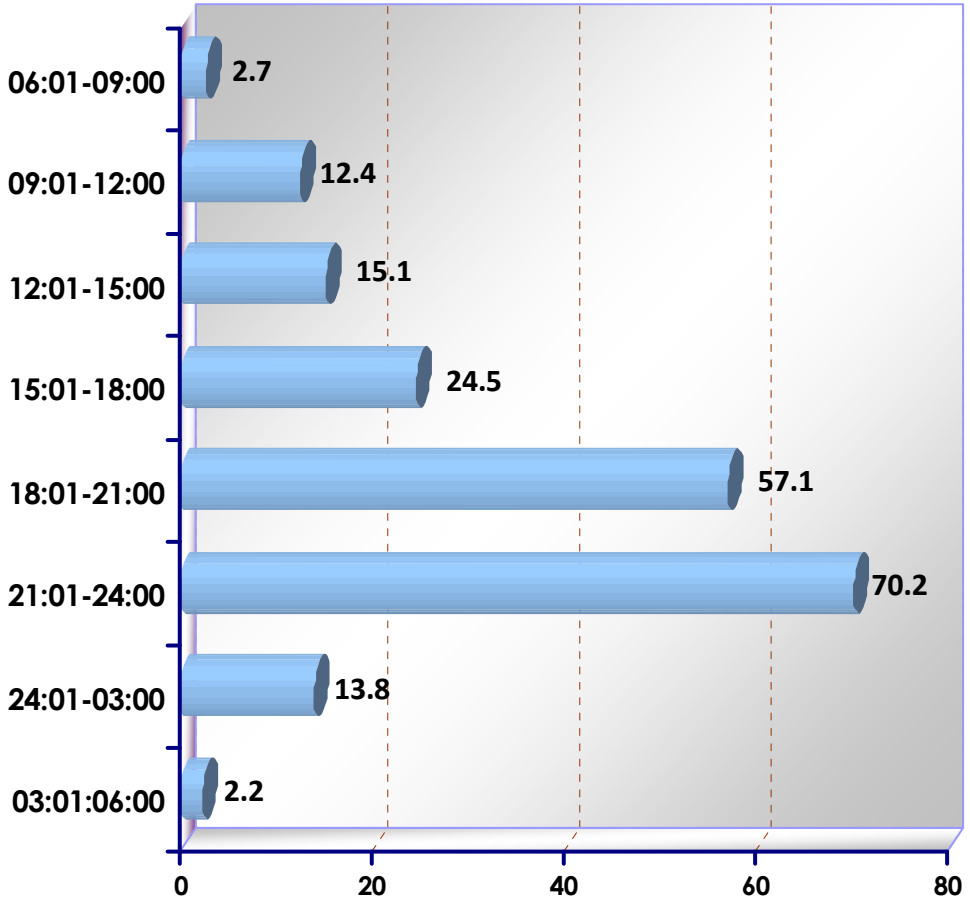
	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>0-1000 TL</b>	4,4	14,1	13,7	24,2	58,4	53,4	6,0	0,3
<b>1001-2000 TL</b>	2,8	12,4	12,5	18,3	57,7	63,3	8,8	0,6
<b>2001-3000 TL</b>	2,9	7,9	7,9	12,6	43,7	72,6	7,9	2,1
<b>3001-4000 TL</b>	2,1	5,3	4,2	11,6	34,7	70,5	10,5	1,1
<b>4001-5000 TL</b>	1,8	7,0	7,0	15,8	47,4	63,2	12,3	3,5
<b>5001 TL ve üstü</b>	4,7	14,0	11,6	4,7	37,2	72,1	7,0	-
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>3,3</b>	<b>11,8</b>	<b>11,5</b>	<b>18,7</b>	<b>53,7</b>	<b>61,0</b>	<b>7,8</b>	<b>1,0</b>

Gelir gruplarına göre hafta içi TV izleme saatleri arasında anlamlı bir farklılaşma gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>16</sup>:

<sup>16</sup> 09.01-12.00 saatleri için Cramers' V = .134, p = .0001, 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .096, p = .0001, 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .110, p = .0001

**4.10. Hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)



Hafta sonu televizyon izlenen saat dilimleri incelendiğinde en yüksek izleme oranının % 70.2 ile 21.01-24.00 saatlerinde gerçekleştiği; bundan sonraki en yüksek izleme oranının % 57.1 ile 18.01-21.00 saatlerini kapsadığı gözlenmektedir.

Bu saat dilimleri, hafta içi en çok televizyon izleme saat dilimleri ile aynıdır.

**4.11. Hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)  
2006-2009-2012 karşılaştırması**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)

(2006 yılı için Cevap veren sayısı = 4.515 kişi)

(2009 yılı için Cevap veren sayısı = 2.562 kişi)

(2012 yılı için Cevap veren sayısı = 2.525 kişi)

	<b>2012</b>	<b>2009</b>	<b>2006</b>
<b>06:01 – 09:00 arası</b>	2,7	2,4	3,8
<b>09:00 – 12:00 arası</b>	12,4	14,8	17,1
<b>12:01 – 15:00 arası</b>	15,1	17,7	20,8
<b>15:01 – 18:00 arası</b>	24,5	25,2	24,1
<b>18:01 – 21:00 arası</b>	57,1	68,7	59,0
<b>21:01 – 24:00 arası</b>	70,2	68,1	59,6
<b>00:01 – 03:00 arası</b>	13,8	11,1	10,6
<b>03:01 – 06:00 arası</b>	2,2	1,3	1,9



**4.12. Cinsiyete göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)

(Cinsiyete göre cevap veren sayısı Kadın = 1.186 kişi, Erkek = 1.271 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>Kadın</b>	2,4	13,4	18,0	28,2	56,2	67,4	10,5	1,7
<b>Erkek</b>	3,0	11,5	12,5	21,0	57,8	72,8	16,8	2,7
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>2,7</b>	<b>12,4</b>	<b>15,1</b>	<b>24,5</b>	<b>57,1</b>	<b>70,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2,2</b>

Cinsiyete göre hafta içi TV izleme saatlerinde anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>17</sup>:

<sup>17</sup> 12.01-15.00 saatleri arası için  $\Phi = -0.075$ ,  $p = .0001$ ; 15.01-18.00 saatleri arası için  $\Phi = -0.083$ ,  $p = .0001$ ; 21.01-24.00 saatleri arası için  $\Phi = 0.057$ ,  $p = .004$ ; 00.01-03.00 saatleri arası için  $\Phi = 0.091$ ,  $p = .0001$

**4.13. Yaş gruplarına göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
(Yaş gruplarına göre cevap veren sayısı 15-20 yaş arası = 378 kişi, 21-25 yaş arası = 372 kişi, 26-30 yaş arası = 324 kişi, 31-35 yaş arası = 320 kişi, 36-40 yaş arası = 304 kişi, 41-50 yaş arası = 415 kişi, 51-60 yaş arası = 263 kişi, 61 ve daha yukarı yaş = 81 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
15-20 yaş arası	2,1	9,3	14,8	27,2	52,4	68,0	13,2	3,2
21-25 yaş arası	2,4	9,9	14,0	23,4	55,9	73,7	19,4	2,7
26-30 yaş arası	1,9	11,7	13,6	22,5	55,2	74,1	15,4	1,9
31-35 yaş arası	0,9	13,8	13,1	24,4	57,5	74,1	15,3	2,8
36-40 yaş arası	3,0	11,8	14,5	20,1	54,3	75,0	12,8	1,3
41-50 yaş arası	3,1	14,7	16,6	26,7	59,0	65,8	12,8	2,2
51-60 yaş arası	4,2	15,2	20,2	28,5	63,9	64,3	8,4	1,5
61 ve daha yukarı	8,6	17,3	14,8	17,3	67,9	56,8	3,7	-
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>2,7</b>	<b>12,4</b>	<b>15,1</b>	<b>24,5</b>	<b>57,1</b>	<b>70,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2,2</b>

Yaş gruplarına göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>18</sup>:

<sup>18</sup> 06.01-09.00 saatleri arası için Cramers' V = .088, p = .006; 18.01-21.00 saatleri arası için Cramers' V = .082, p = .018; 21.01-24.00 saatleri arası için Cramers' V = .090, p = .005, 24.01-03.00 saatleri arası için Cramers' V = .096, p = .001

#### 4.14. Medenî duruma göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
 (Medenî duruma göre cevap veren sayısı Evli =1.420 kişi, Bekar = 951 kişi, Dul/boşanmış = 86 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>Evli</b>	3,1	13,5	16,2	25,6	60,5	69,2	10,6	1,5
<b>Bekar</b>	1,9	9,9	13,0	23,2	51,7	71,8	17,7	3,2
<b>Dul / Boşanmış</b>	4,7	22,1	20,9	20,9	59,3	68,6	22,1	3,5
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>2,7</b>	<b>12,4</b>	<b>15,1</b>	<b>24,5</b>	<b>57,1</b>	<b>70,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2,2</b>

Medenî duruma göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>19</sup>:

<sup>19</sup> 09.01-12.00 saatleri için Cramers' V = .077, p = .001; 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .053, p = .028; 18.01-21.00 saatleri için Cramers' V = .091, p = .0001; 00.01-03.00 saatleri için Cramers' V = .103, p = .0001

**4.15. Eğitim düzeyine göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
(Eğitim düzeyine göre cevap veren sayısı Düşük eğitilmiş = 1.187 kişi, Orta eğitilmiş = 866 kişi, Yüksek eğitilmiş = 404 kişi )

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>Düşük eğitilmişler</b>	2,9	14,0	18,2	27,1	60,4	66,2	9,4	1,4
<b>Orta eğitilmişler</b>	2,7	11,1	13,4	24,0	55,0	75,4	16,2	3,2
<b>Yüksek eğitilmişler</b>	2,2	10,6	9,9	17,8	51,7	70,5	21,5	2,2
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>2,7</b>	<b>12,4</b>	<b>15,1</b>	<b>24,5</b>	<b>57,1</b>	<b>70,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2,2</b>

Eğitim düzeyine göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>20</sup>:

<sup>20</sup> 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .089, p = .0001, 15.01-18.00 saatleri için Cramers' V = .079, p = .0001, 18.01-21.00 saatleri için Cramers' V = .073, p = .001; 21.01-24.00 saatleri için Cramers' V = .088, p = .0001; 00.01-03.00 saatleri için Cramers' V = .13, p = .0001; 03.01-06.00 saatleri için Cramers' V = .055, p = .022

#### 4.16. Meslek gruplarına göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
 (Meslek gruplarına göre cevap veren sayısı İş yeri sahibi veya ortağı =8 kişi, Esnaf veya sanatkar = 558 kişi, Ev hanımı = 575 kişi, Vasıflı teknik personel = 123 kişi, Profesyonel meslek sahibi = 73 kişi, Müdür, orta düzey yönetici = 13 kişi, Masa başı çalışan memur = 83 kişi, Vasıfsız işçi=427 kişi, Öğrenci 309 kişi, Çiftçi, balıkçı=40 kişi, Emekli=138 kişi, İşsiz=110 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01- 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>İş yeri sahibi veya ortağı</b>	12,5	12,5	12,5	-	37,5	75,0	50,0	25,0
<b>Esnaf veya sanatkar</b>	1,8	10,2	10,6	16,8	48,6	74,7	13,6	1,3
<b>Ev hanımı</b>	3,1	16,3	23,0	34,3	62,6	62,6	7,3	1,2
<b>Vasıflı teknik personel</b>	2,4	13,0	14,6	25,2	52,8	78,9	27,6	4,1
<b>Profesyonel meslek sahibi (Doktor, Avukat, Mühendis vs.)</b>	-	12,3	12,3	24,7	52,1	68,5	19,2	2,7
<b>Müdür, orta düzey yönetici</b>	7,7	15,4	15,4	7,7	30,8	84,6	30,8	15,4
<b>Masa başı çalışan memur</b>	1,2	12,2	12,2	18,3	57,3	69,5	22,0	1,2
<b>Vasıfsız işçi</b>	2,3	10,8	12,6	22,7	57,6	76,1	16,2	3,0
<b>Öğrenci</b>	1,3	8,7	14,9	25,9	56,6	64,1	15,9	3,6
<b>Çiftçi, balıkçı</b>	7,5	7,5	12,5	27,5	72,5	70,0	10,0	0,0
<b>Emekli</b>	8,0	17,4	17,4	23,9	73,9	68,1	8,7	2,2
<b>İşsiz</b>	3,6	14,5	10,9	22,7	55,5	72,7	10,0	0,9
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>2,7</b>	<b>12,4</b>	<b>15,1</b>	<b>24,5</b>	<b>57,1</b>	<b>70,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2,2</b>

Meslek gruplarına göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>21</sup>:

<sup>21</sup> 06.01-09.00 saatleri için Cramers' V = .111, p = .001; 09.01-12.00 saatleri için Cramers' V = .089, p = .043; 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .130, p = .0001, 15.01-18.00 saatleri için Cramers' V = .149, p = .0001; 18.01-21.00 saatleri için Cramers' V = .147, p = .0001, 21.01-24.00 saatleri için Cramers' V = .118, p = .0001, 00.01-03.00 saatleri için Cramers' V = .161, p = .0001, 03.01-06.00 saatleri için Cramers' V = .132, p = .001

**4.17. Coğrafi bölgelere göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)**

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
(Coğrafi bölgelere göre cevap veren sayısı Marmara = 1.035 kişi, Ege = 304 kişi, Akdeniz = 271 kişi, İç Anadolu = 481 kişi, Karadeniz = 140 kişi, Doğu Anadolu = 69 kişi, Güneydoğu Anadolu = 157 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>Marmara Bölgesi</b>	1,7	13,0	14,0	21,5	52,4	74,9	15,0	2,4
<b>Ege Bölgesi</b>	2,0	13,5	19,7	28,9	54,3	78,6	16,8	2,6
<b>Akdeniz Bölgesi</b>	3,3	6,3	8,9	21,4	59,8	69,4	14,4	0,7
<b>İç Anadolu Bölgesi</b>	4,2	12,9	14,6	28,3	62,4	68,4	12,9	2,3
<b>Karadeniz Bölgesi</b>	-	16,4	22,9	18,6	45,7	50,7	14,3	3,6
<b>Doğu Anadolu Bölgesi</b>	8,7	13,0	11,6	31,9	85,5	40,6	8,7	1,4
<b>Güneydoğu Anadolu Böl.</b>	4,5	11,5	21,0	31,2	70,1	59,9	3,2	1,3
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>2,7</b>	<b>12,4</b>	<b>15,1</b>	<b>24,5</b>	<b>57,1</b>	<b>70,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2,2</b>

Bölgelere göre hafta sonu günlük TV izleme saatlerinde anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>22</sup>:

<sup>22</sup> 06.01-09.00 saatleri için Cramers' V = .098, p = .0001; 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .103, p = .0001, 15.01-18.00 saatleri için Cramers' V = .095, p = .001; 18.01-21.00 saatleri için Cramers' V = .154, p = .0001, 21.01-24.00 saatleri için Cramers' V = .170, p = .0001, 00.01-03.00 saatleri için Cramers' V = .089, p = .003,

#### 4.18. Gelir düzeyine göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%)

(Birden fazla saat dilimi için cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)  
 (Gelir düzeyine göre cevap veren sayısı 0-1000 TL = 849 kişi, 1001-2000 TL = 999 kişi, 2001-3000 TL = 371 kişi, 3001-4000 TL = 94 kişi, 4001-5000 TL = 55 kişi, 5001 TL ve üzeri = 43 kişi)

	06:01 - 09:00	09:01 - 12:00	12:01 - 15:00	15:01 - 18:00	18:01 - 21:00	21:01 - 24:00	24:01 - 03:00	03:01 - 06:00
<b>0-1000 TL</b>	4,2	12,7	14,7	25,2	57,8	63,0	7,9	0,7
<b>1001-2000 TL</b>	1,6	12,9	17,1	26,0	62,6	71,7	14,9	2,2
<b>2001-3000 TL</b>	3,2	12,1	14,8	23,7	47,4	78,7	18,9	4,0
<b>3001-4000 TL</b>	1,1	8,5	5,3	12,8	43,6	85,1	23,4	2,1
<b>4001-5000 TL</b>	-	7,3	10,9	14,5	45,5	65,5	21,8	7,3
<b>5001 TL ve üstü</b>	2,3	14,0	7,0	11,6	44,2	79,1	18,6	2,3
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>2,7</b>	<b>12,4</b>	<b>15,1</b>	<b>24,5</b>	<b>57,1</b>	<b>70,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2,2</b>

Gelir düzeyine göre hafta sonu günlük TV izleme saatleri arasında anlamlı farklılaşmalar gözlenmektedir. İstatistiksel açıdan farklılık gösteren gruplar<sup>23</sup>:

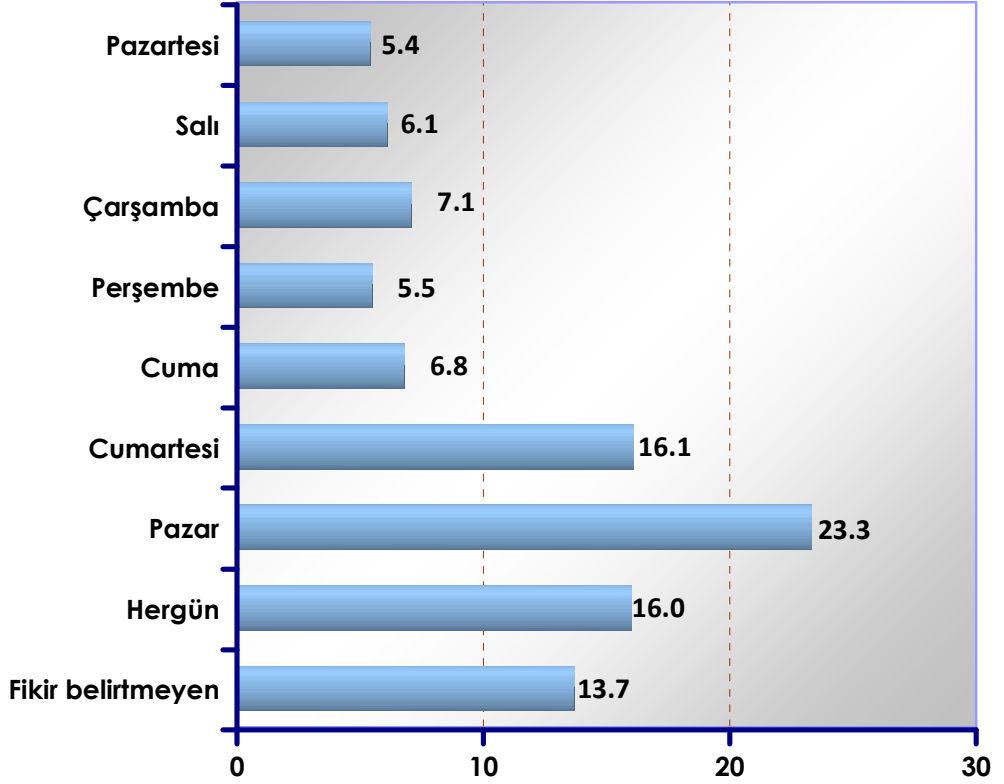
<sup>23</sup> 06.01-09.00 saatleri için Cramers' V = .078, p = .01; 12.01-15.00 saatleri için Cramers' V = .074, p = .018, 15.01-18.00 saatleri için Cramers' V = .081, p = .006; 18.01-21.00 saatleri için Cramers' V = .132, p = .0001, 21.01-24.00 saatleri için Cramers' V = .124, p = .0001, 00.01-03.00 saatleri için Cramers' V = .132, p = .0001, 03.01-06.00 saatleri için Cramers' V = .094, p = .001



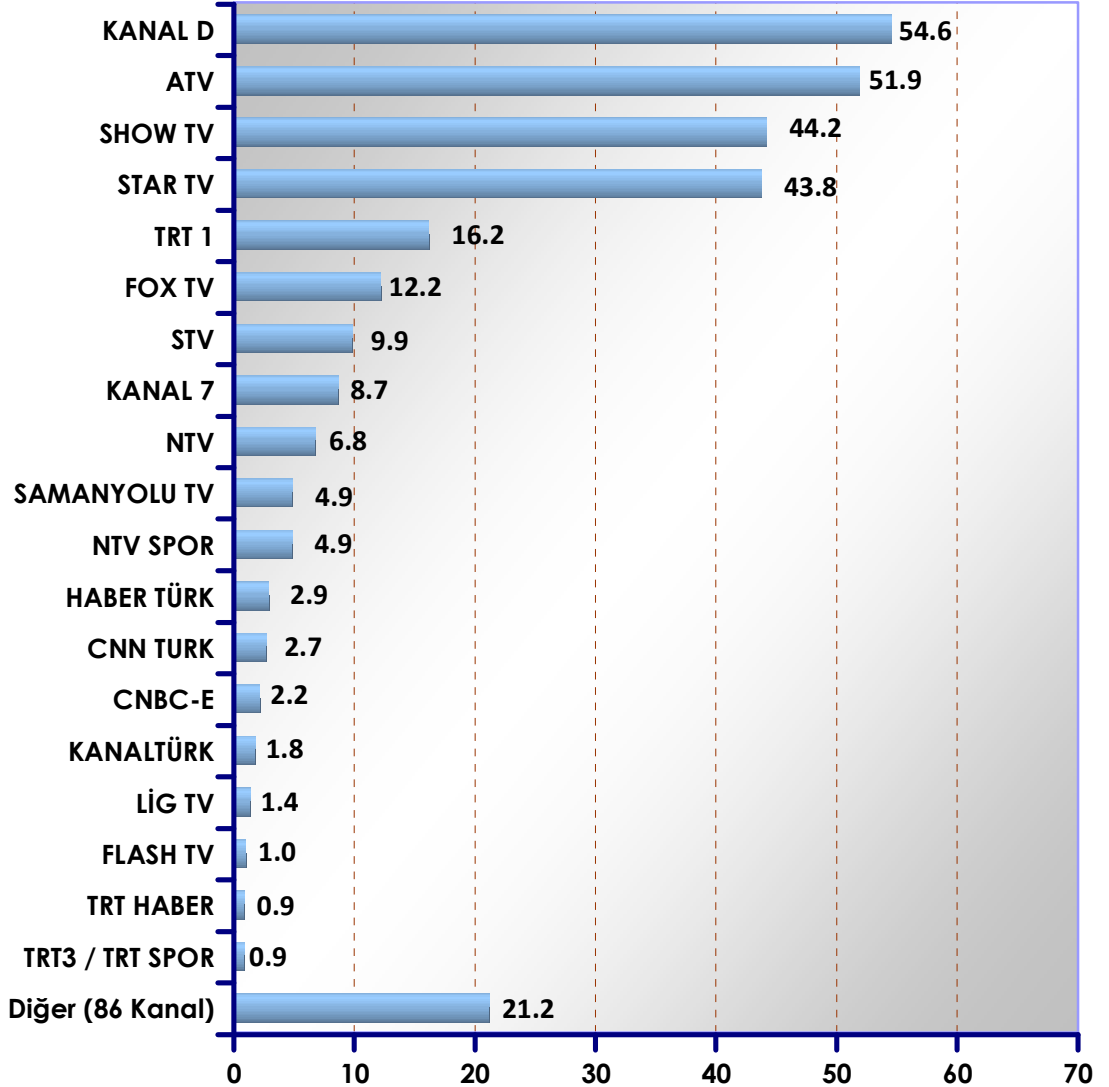


## BEŞİNCİ BÖLÜM

### TELEVİZYON KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ

**5.1. En çok televizyon izlenen günler (%)**

**5.2. En çok izlenen televizyon kanalları (%)**  
 (Birden fazla cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)



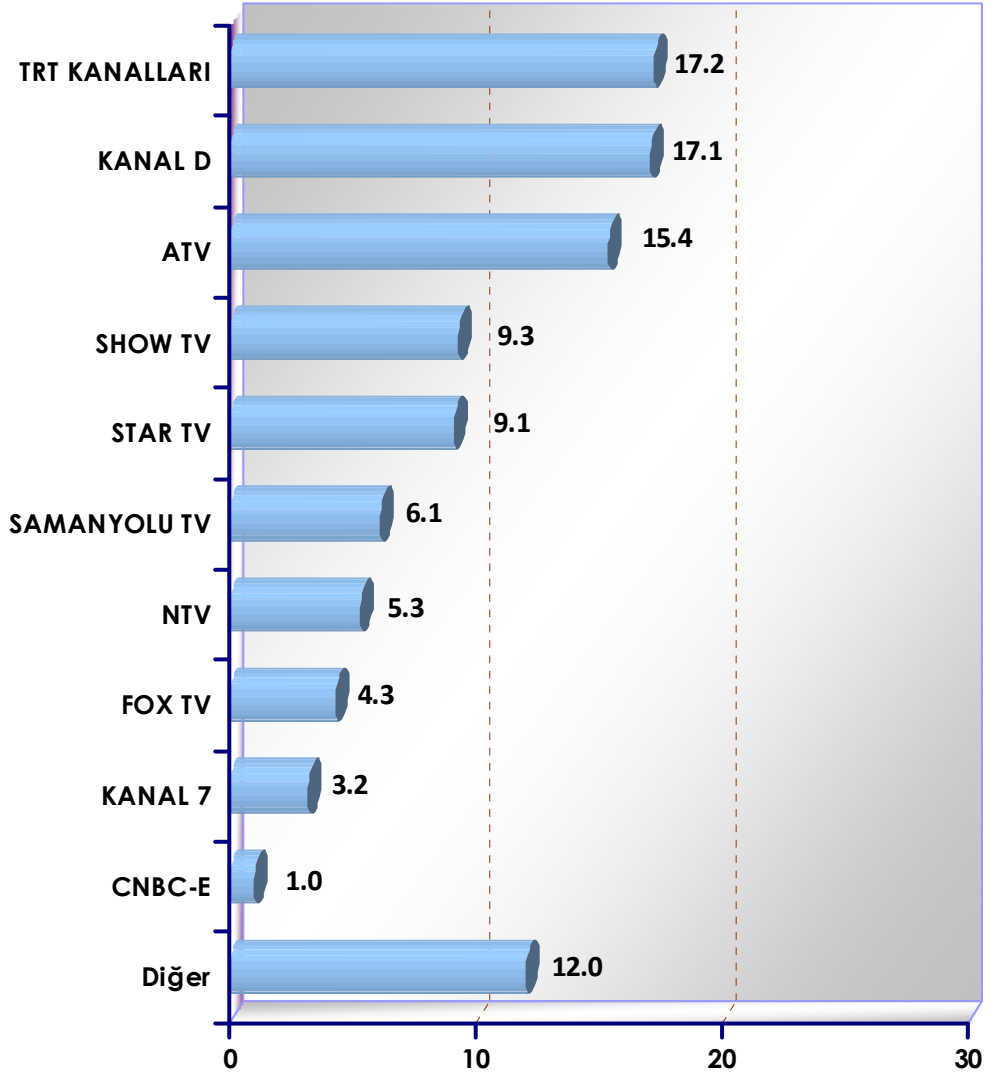
**5.3. En çok izlenen televizyon kanalları (%)  
2006-2009-2012 karşılaştırması**

(Birden fazla cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)

	<b>2012</b>	<b>2009</b>	<b>2006</b>
<b>KANAL D</b>	54,6	62,1	48,8
<b>ATV</b>	51,9	43,3	51,2
<b>SHOW TV</b>	44,2	56,8	43,0
<b>STAR TV</b>	43,8	29,0	22,2
<b>TRT KANALLARI</b>	19,4	19,9	21,7
<b>SAMANYOLU TV</b>	14,9	21,5	17,8
<b>FOX TV</b>	12,2	8,4	7,3
<b>KANAL 7</b>	8,7	15,1	16,2
<b>NTV</b>	6,8	7,4	11,0
<b>DİĞER</b>	36,6	31,1	52,3

**5.4. Yalnızca bir televizyon kanalı seyredilebilse, örneklemin tercih edeceği kanal (%)**

(Cevap veren sayısı = 2.396 kişi)



**5.5. Cinsiyete göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%)**

(Sadece ilgili televizyon kanalını "beğeniyorum" diyenlerin oranları verilmiştir.)

	<b>Kadın</b>	<b>Erkek</b>	<b>Toplam</b>
<b>TRT KANALLARI</b>	36,5	63,5	100
<b>KANAL D</b>	62,6	37,4	100
<b>ATV</b>	50,0	50,0	100
<b>SHOW TV</b>	59,8	40,2	100
<b>STAR TV</b>	54,4	45,6	100
<b>SAMANYOLU TV</b>	43,9	56,1	100
<b>NTV</b>	11,2	88,8	100
<b>FOX TV</b>	78,4	21,6	100
<b>KANAL 7</b>	59,2	40,8	100
<b>CNBC-E</b>	62,5	37,5	100
<b>DİĞER</b>	32,6	67,4	100
<b>TOPLAM</b>	<b>48,3</b>	<b>51,7</b>	<b>100</b>

**5.6. Yaş gruplarına göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%)**

(Sadece ilgili televizyon kanalını “beğeniyorum” diyenlerin oranları verilmiştir.)

	15-20 yaş arası	21-25 yaş arası	26-30 yaş arası	31-35 yaş arası	36-40 yaş arası	41-50 yaş arası	51-60 yaş arası	61 ve üstü yaş	Toplam
<b>TRT KANALLARI</b>	6,9	10,8	13,1	12,6	14,0	18,8	17,2	6,7	100
<b>KANAL D</b>	21,3	17,8	17,1	12,5	11,2	11,7	6,4	2,0	100
<b>ATV</b>	17,1	14,9	12,8	16,6	12,0	17,1	7,6	1,9	100
<b>SHOW TV</b>	24,1	21,4	16,1	8,0	8,0	13,4	6,7	2,2	100
<b>STAR TV</b>	17,1	17,5	17,1	14,7	9,7	15,2	8,3	0,5	100
<b>SAMANYOLU TV</b>	11,5	9,5	8,8	10,8	14,2	22,3	17,6	5,4	100
<b>NTV</b>	12,0	21,6	12,8	17,6	12,0	14,4	8,8	0,8	100
<b>FOX TV</b>	19,6	15,7	7,8	7,8	15,7	20,6	10,8	2,0	100
<b>KANAL 7</b>	5,3	7,9	7,9	13,2	13,2	28,9	18,4	5,3	100
<b>CNBC-E</b>	33,3	29,2	8,3	4,2	12,5	8,3	4,2	-	100
<b>DİĞER</b>	13,5	16,1	10,1	15,4	12,0	16,9	11,2	4,9	100
<b>TOPLAM</b>	<b>15,5</b>	<b>15,6</b>	<b>13,3</b>	<b>13,1</b>	<b>12,0</b>	<b>16,6</b>	<b>10,6</b>	<b>3,3</b>	<b>100</b>

**5.7. Medenî duruma göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%)**

(Sadece ilgili televizyon kanalını "beğeniyorum" diyenlerin oranları verilmiştir.)

	Evli	Bekar	Dul/ Boşanmış	Toplam
<b>TRT KANALLARI</b>	72,2	23,4	4,4	100
<b>KANAL D</b>	48,4	47,2	4,4	100
<b>ATV</b>	54,9	41,0	4,1	100
<b>SHOW TV</b>	44,6	53,1	2,2	100
<b>STAR TV</b>	51,2	46,5	2,3	100
<b>SAMANYOLU TV</b>	73,0	23,6	3,4	100
<b>NTV</b>	45,6	52,0	2,4	100
<b>FOX TV</b>	57,8	34,3	7,8	100
<b>KANAL 7</b>	85,5	7,9	6,6	100
<b>CNBC-E</b>	25,0	75,0	-	100
<b>DİĞER</b>	56,2	41,9	1,9	100
<b>TOPLAM</b>	<b>57,2</b>	<b>39,1</b>	<b>3,7</b>	<b>100</b>

**5.8. Eğitim düzeyine göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%)**

(Sadece ilgili televizyon kanalını "beğeniyorum" diyenlerin oranları verilmiştir.)

	Düşük Eğitilmişler	Orta Eğitilmişler	Yüksek Eğitilmişler	Toplam
<b>TRT KANALLARI</b>	51,8	35,8	12,4	100
<b>KANAL D</b>	46,2	38,4	15,4	100
<b>ATV</b>	48,4	38,0	13,6	100
<b>SHOW TV</b>	50,0	34,4	15,6	100
<b>STAR TV</b>	36,9	43,3	19,8	100
<b>SAMANYOLU TV</b>	66,9	22,3	10,8	100
<b>NTV</b>	28,0	42,4	29,6	100
<b>FOX TV</b>	62,7	28,4	8,8	100
<b>KANAL 7</b>	76,3	10,5	13,2	100
<b>CNBC-E</b>	8,3	45,8	45,8	100
<b>DİĞER</b>	43,8	34,1	22,1	100
<b>TOPLAM</b>	<b>48,4</b>	<b>35,4</b>	<b>16,2</b>	<b>100</b>



### 5.9. Meslek gruplarına göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%)

(Sadece ilgili televizyon kanalını “beğeniyorum” diyenlerin oranları verilmiştir.)

	Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.(**)	Esnaf, sanatkar, işçi, memur	Mesleki prestiji yüksek olanlar	Toplam
TRT KANALLARI	40,8	55,7	3,4	100
KANAL D	54,3	43,3	2,4	100
ATV	48,4	47,0	4,6	100
SHOW TV	54,9	42,9	2,2	100
STAR TV	48,8	47,5	3,7	100
SAMANYOLU TV	51,4	45,3	3,4	100
NTV	30,4	61,6	8,0	100
FOX TV	63,7	34,3	2,0	100
KANAL 7	68,4	28,9	2,6	100
CNBC-E	33,3	54,2	12,5	100
DİĞER	37,1	58,4	4,5	100
<b>TOPLAM</b>	<b>47,8</b>	<b>48,5</b>	<b>3,7</b>	<b>100</b>

(\*\*)Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.: Ev hanımı, işsiz, öğrenci, emekli ve çiftçi balıkçı

Esnaf, sanatkar, işçi, memur: İşyeri sahibi veya ortağı, esnaf veya sanatkar, vasıflı teknik personel, masa başı çalışan memur ve vasıfsız işçi

Mesleki Prestiji Yüksek Olanlar: Profesyonel meslekler (Dr,Av,Müh,vb)

**5.10. Coğrafi bölgelere göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%)**

(Sadece ilgili televizyon kanalını "beğeniyorum" diyenlerin oranları verilmiştir.)

	Marmara Bölgesi	Ege Bölgesi	Akdeniz Bölgesi	İç Anadolu Bölgesi	Karadeniz Bölgesi	Doğu Anadolu Bölgesi	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Toplam
<b>TRT KANALLARI</b>	47,0	8,9	11,0	19,3	6,2	2,8	4,8	100
<b>KANAL D</b>	39,9	11,7	15,2	16,6	5,4	2,7	8,6	100
<b>ATV</b>	46,2	12,5	8,7	18,2	4,1	2,2	8,2	100
<b>SHOW TV</b>	46,0	17,9	8,9	14,3	8,0	2,7	2,2	100
<b>STAR TV</b>	43,8	16,6	7,4	17,5	5,5	0,5	8,8	100
<b>SAMANYOLU TV</b>	35,8	10,1	11,5	26,4	3,4	4,7	8,1	100
<b>NTV</b>	38,4	20,8	12,0	22,4	3,2	2,4	0,8	100
<b>FOX TV</b>	26,5	18,6	18,6	19,6	5,9	5,9	4,9	100
<b>KANAL 7</b>	32,9	2,6	7,9	35,5	5,3	13,2	2,6	100
<b>CNBC-E</b>	75,0	16,7	-	4,2	4,2	-	-	100
<b>DİĞER</b>	44,9	11,6	9,0	16,5	7,9	2,2	7,9	100
<b>TOPLAM</b>	<b>42,9</b>	<b>12,8</b>	<b>10,8</b>	<b>18,7</b>	<b>5,6</b>	<b>2,9</b>	<b>6,3</b>	<b>100</b>

**5.11. Gelir düzeyine göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%)**

(Sadece ilgili televizyon kanalını “beğeniyorum” diyenlerin oranları verilmiştir.)

	0-1000 TL	1001-2000 TL	2001-3000 TL	3001-4000 TL	4001-5000TL	5001 TL ve Üstü	Toplam
<b>TRT KANALLARI</b>	36,8	35,0	20,3	3,7	2,6	1,6	100
<b>KANAL D</b>	38,4	41,3	13,9	3,5	1,7	1,2	100
<b>ATV</b>	30,8	47,5	14,3	4,7	1,9	0,8	100
<b>SHOW TV</b>	35,5	45,5	10,9	4,1	2,7	1,4	100
<b>STAR TV</b>	26,6	45,9	19,8	2,9	1,9	2,9	100
<b>SAMANYOLU TV</b>	44,1	39,3	10,3	2,1	1,4	2,8	100
<b>NTV</b>	23,8	50,8	17,2	4,1	4,1	-	100
<b>FOX TV</b>	44,3	41,2	9,3	2,1	1,0	2,1	100
<b>KANAL 7</b>	59,2	27,6	6,6	3,9	1,3	1,3	100
<b>CNBC-E</b>	16,7	29,2	25,0	20,8	-	8,3	100
<b>DİĞER</b>	35,1	36,3	18,3	3,8	3,4	3,1	100
<b>TOPLAM</b>	<b>35,5</b>	<b>41,1</b>	<b>15,5</b>	<b>3,8</b>	<b>2,3</b>	<b>1,7</b>	<b>100</b>

**5.12. TRT kanallarının tercih edilme nedenleri**

(Beğenilen ilk altı kanal ve tercih edilme nedenleri verilmiştir.)

(Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir.)

	%
Bütün programlarını beğeniyorum	47,0
Kaliteli ve seviyeli yayıncılık	13,1
Haberlerini seviyorum	9,3
Tarafsız yayıncılık	8,6
Dizileri beğeniyorum	3,6
Devlet kanalı olması sebebiyle	3,1
İçerik	2,1
Yayın akışı	2,1
Spor programları	1,7
Ailece izleyebilmek	1,7
Eğitici programlar	1,4
Diğer	6,4
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

**5.13. Kanal D'nin tercih edilme nedenleri (%)**

(Beğenilen ilk altı kanal ve tercih edilme nedenleri verilmiştir.)

(Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir.)

	%
Dizileri beğeniyorum	43,9
Bütün programlarını beğeniyorum	29,4
Yayın akışı	5,7
Haberlerini seviyorum	4,4
Kaliteli ve seviyeli yayıncılık	4,2
Filmler	2,3
İçerik	2,1
Tarafsız yayıncılık	1,8
Diğer	6,2
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

#### 5.14. ATV'nin tercih edilme nedenleri (%)

(Beğenilen ilk altı kanal ve tercih edilme nedenleri verilmiştir.)  
 (Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir.)

	%
Dizileri beğeniyorum	37,4
Bütün programlar	32,2
Haberlerini seviyorum	6,4
Dizilerden dolayı (Kurtlar Vadisi)	4,9
Yayın akışı	3,8
Kaliteli ve seviyeli yayıncılık	3,5
Filmler	2,0
Kadınlara yönelik programlar olduğu için	1,4
Diğer	8,4
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

#### 5.15. SHOW TV'nin tercih edilme nedenleri (%)

(Beğenilen ilk altı kanal ve tercih edilme nedenleri verilmiştir.)  
 (Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir.)

	%
Bütün programlar	38,6
Dizileri beğeniyorum	31,4
Kaliteli ve seviyeli yayıncılık	5,2
Yayın akışı	5,2
Yarışma programları	2,9
Haberlerini seviyorum	2,4
Spor programları	1,9
İçerik	1,9
Filmler	1,9
Eğitici programlar	1,4
Kadınlara yönelik programlar olduğu için	1,4
Eğlenceli buluyorum	1,4
Diğer	4,3
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

**5.16. STAR TV'nin tercih edilme nedenleri (%)**

(Beğenilen ilk altı kanal ve tercih edilme nedenleri verilmiştir.)

(Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir.)

	%
Dizileri beğeniyorum	38,0
Bütün programlar	30,0
Spor programları	6,0
Yayın akışı	5,0
İçerik	3,0
Kaliteli ve seviyeli yayıncılık	2,5
Filmler	2,5
Diğer	13,0
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

**5.17. Samanyolu TV'nin tercih edilme nedenleri (%)**

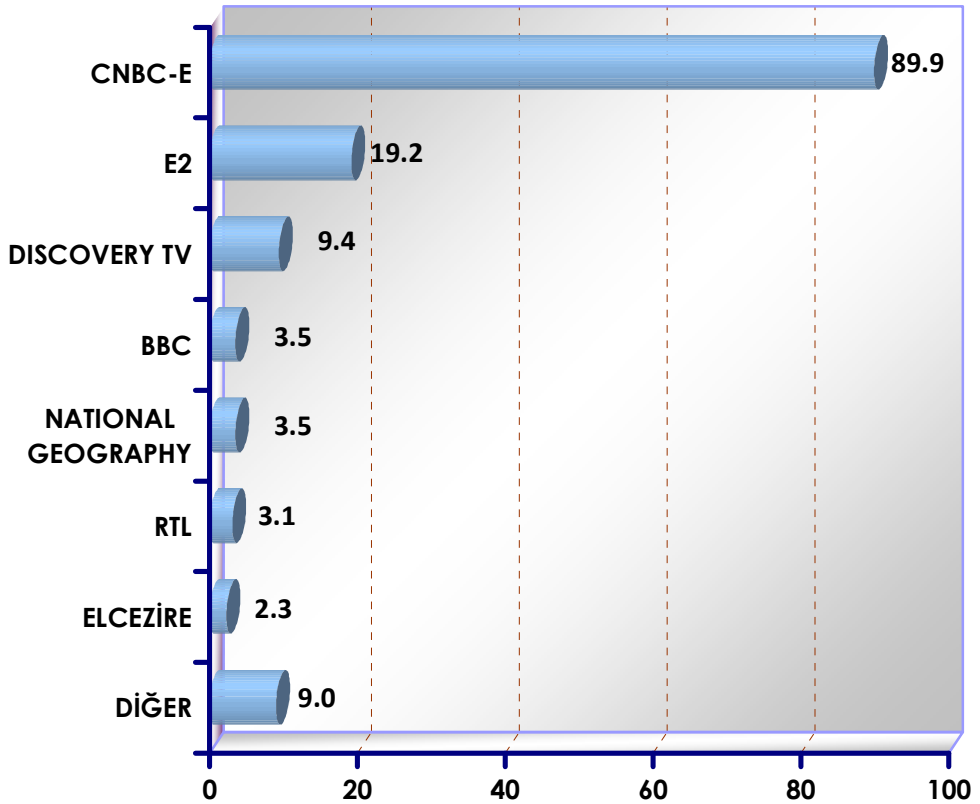
(Beğenilen ilk altı kanal ve tercih edilme nedenleri verilmiştir.)

(Açık uçlu soruya verilen cevaplardan derlenmiştir.)

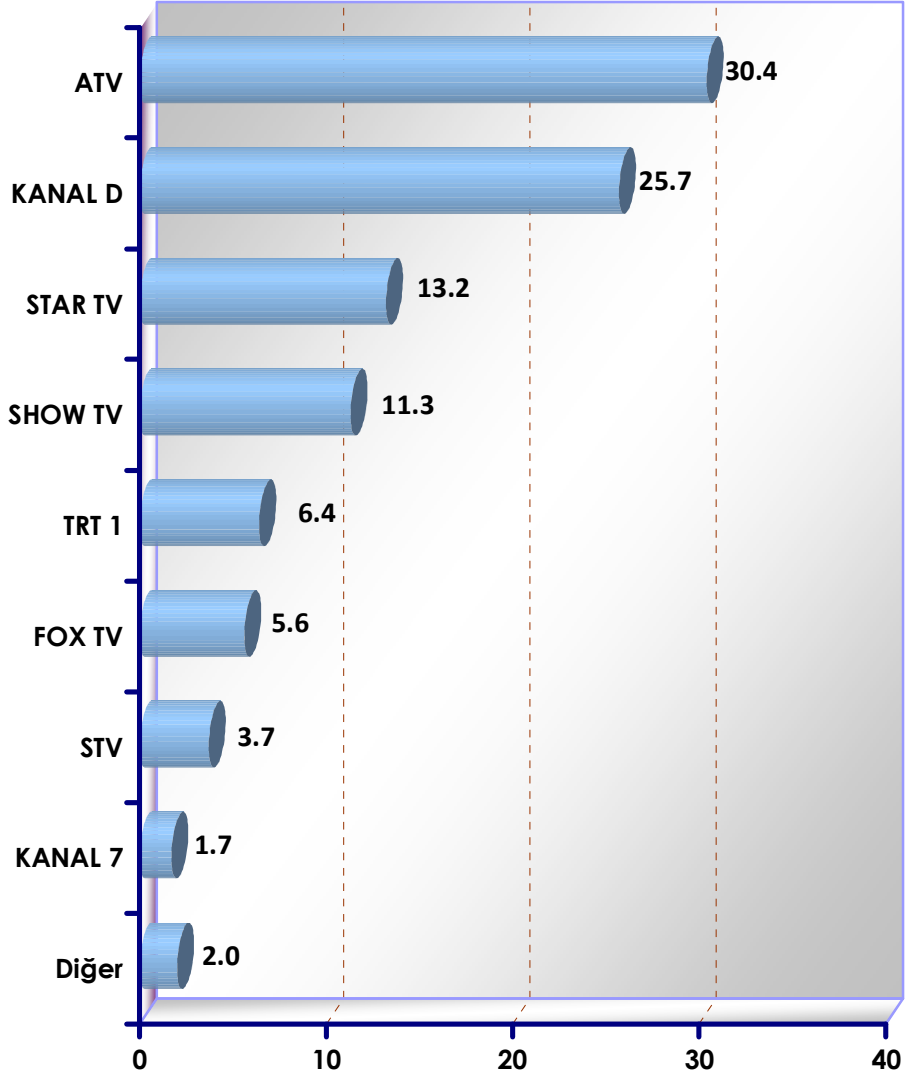
	%
Dizileri beğeniyorum	38,0
Bütün programlar	30,0
Spor programları	6,0
Yayın akışı	5,0
İçerik	3,0
Kaliteli ve seviyeli yayıncılık	2,5
Filmler	2,5
Haberlerini seviyorum	2,0
Diğer	11,0
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

**5.18. Yabancı dilde yayın yapan kanalları izleme düzeyi (%)**
*(Cevap veren sayısı = 2.525 kişi)*

	%
<b>Evet</b>	15,8
<b>Hayır</b>	84,2
<b>TOPLAM</b>	100.0

**5.19. En çok izlenen yabancı dilde yayın yapan televizyon kanalları (%)**
*(Yabancı yayın yapan televizyon kanalı izleyenlere sorulmuştur.)*
*(Birden fazla cevap verilebildiğinden toplam %100'ü geçmektedir.)*


**5.20. Yerli dizileri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)**  
(Cevap veren sayısı = 2.076 kişi)





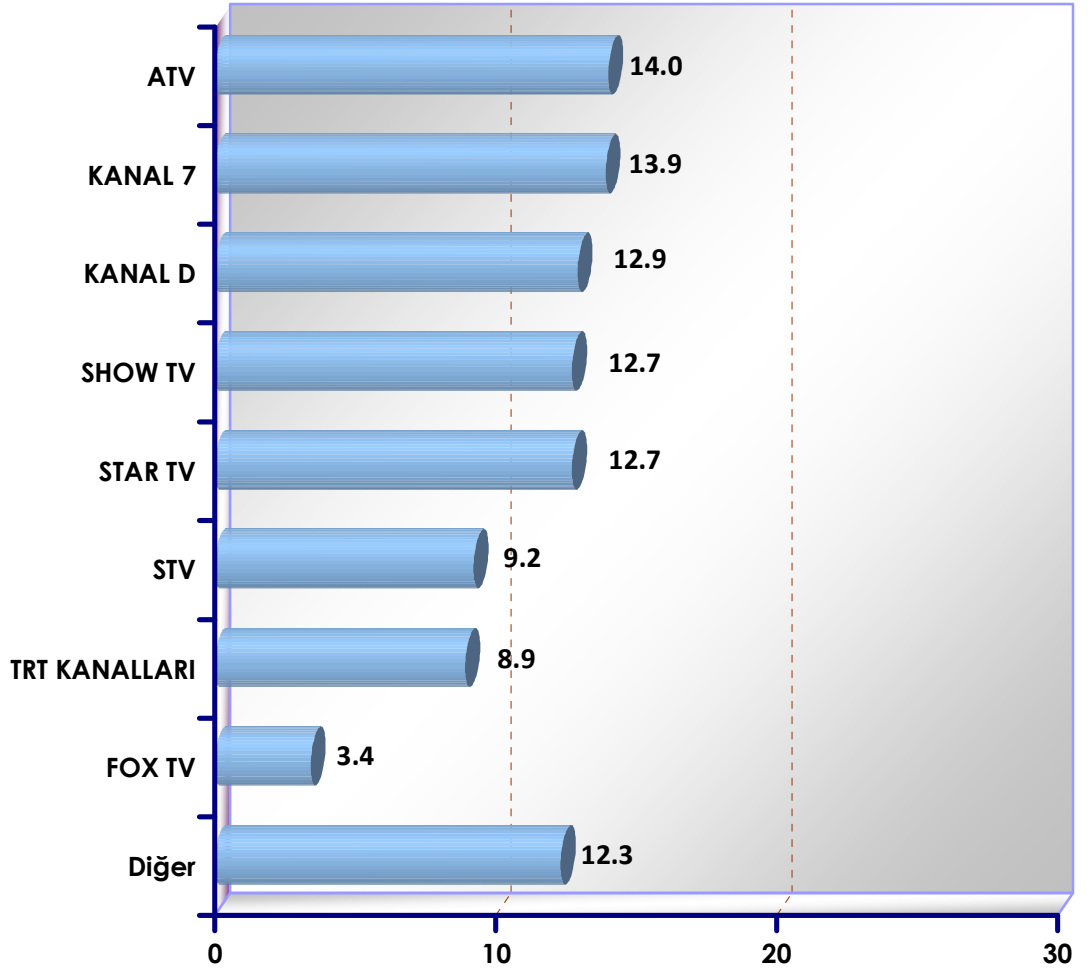
**5.21. Yerli dizileri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%)**

	ATV	KANAL D	STAR TV	SHOW TV	TRT KANALLARI	FOX TV	SAMANYOLU TV	KANAL 7	Diğer	TOPLAM
<b>CİNSİYET</b>										
Kadın	26,9	10,7	10,8	3,5	11,7	3,5	1,6	1,4	26,9	100
Erkek	16,0	11,2	8,1	7,1	16,0	3,6	1,2	4,1	16,0	100
<b>YAŞ GRUPLARI</b>										
15-20 arası	24,2	11,4	13,5	2,3	11,7	2,1	1,6	2,3	24,2	100
21-25 arası	22,4	12,8	14,1	2,1	10,7	3,1	1,3	3,1	22,4	100
26-30 arası	23,4	11,7	8,7	3,9	10,8	2,4	0,9	3,6	23,4	100
31-35 arası	22,4	13,6	7,6	3,9	13,9	3,3	0,9	3,0	22,4	100
36-40 arası	20,1	9,2	8,9	8,6	13,2	3,3	1,0	3,0	20,1	100
41-50 arası	20,7	10,2	7,9	6,9	15,0	2,6	1,7	3,3	20,7	100
51-60 arası	14,3	9,1	4,5	10,2	21,5	9,1	1,1	1,5	14,3	100
61 ve üstü	19,8	2,5	3,7	11,1	25,9	7,4	6,2	-	19,8	100
<b>MEDENİ DURUM</b>										
Evli	19,9	9,9	7,7	7,2	15,2	4,9	1,5	2,4	19,9	100
Bekar	23,4	12,6	11,8	3,0	11,4	1,8	1,0	3,4	23,4	100
Dul / Boşanmış	21,3	9,0	10,1	2,2	21,3	1,1	3,4	2,2	21,3	100
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>										
Düşük Eğitimliler	20,2	9,3	8,8	6,1	15,8	5,9	1,9	1,9	20,2	100
Orta Eğitimliler	22,4	12,9	9,4	4,9	11,4	1,1	1,1	3,1	22,4	100
Yüksek Eğitimliler	22,2	11,7	11,2	4,1	13,9	2,2	0,5	4,8	22,2	100
Türkiye ortalaması	30,4	25,7	13,2	11,3	6,4	5,6	3,7	1,7	2,0	100

**5.21. Yerli dizileri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) (Devam)**

	ATV	KANAL D	STAR TV	SHOW TV	TRT KANALLARI	FOX TV	SAMANYOLU TV	KANAL 7	Diğer	TOPLAM
<b>MESLEK GRUPLARI</b>										
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	28,4	22,4	10,8	9,8	4,7	15,9	4,5	2,0	1,5	100
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	34,2	20,3	11,2	8,9	5,9	12,0	2,7	0,9	3,8	100
Mesleki prestiji yüksek olanlar	29,9	20,6	9,3	10,3	6,2	14,4	3,1	-	6,2	100
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>										
Marmara	34,2	20,9	10,3	9,7	6,0	12,3	2,2	0,8	3,6	100
Ege	26,0	18,8	17,5	14,3	3,2	14,6	3,2	0,3	1,9	100
Akdeniz	33,0	22,6	10,0	5,2	6,3	16,3	4,1	1,5	1,1	100
İç Anadolu	33,3	20,6	8,6	9,1	5,3	12,1	4,7	2,7	3,5	100
Karadeniz	17,1	24,3	14,3	15,7	5,0	15,0	5,0	0,7	2,9	100
Doğu Anadolu	18,3	21,1	5,6	4,2	7,0	26,8	8,5	7,0	1,4	100
Güneydoğu Anadolu	30,6	26,3	10,6	2,5	3,1	18,8	6,3	1,3	0,6	100
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>										
0-1000 TL	25,9	22,2	9,5	8,5	5,5	16,8	6,9	2,6	2,2	100
1001-2000 TL	33,8	21,4	10,6	10,6	5,2	12,9	2,3	0,8	2,5	100
2001-3000 TL	36,6	19,8	14,9	7,3	5,2	10,7	1,6	0,8	3,1	100
3001-4000 TL	32,3	22,2	11,1	10,1	5,1	11,1	1,0	-	7,1	100
4001-5000 TL	38,2	20,0	7,3	12,7	10,9	9,1	1,8	-	-	100
5001 TL ve üstü	21,4	19,0	16,7	11,9	2,4	16,7	-	-	11,9	100
Türkiye ortalaması	30,4	25,7	13,2	11,3	6,4	5,6	3,7	1,7	2,0	100

5.22. Türk filmlerini izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)  
(Cevap veren sayısı = 1.547 kişi)

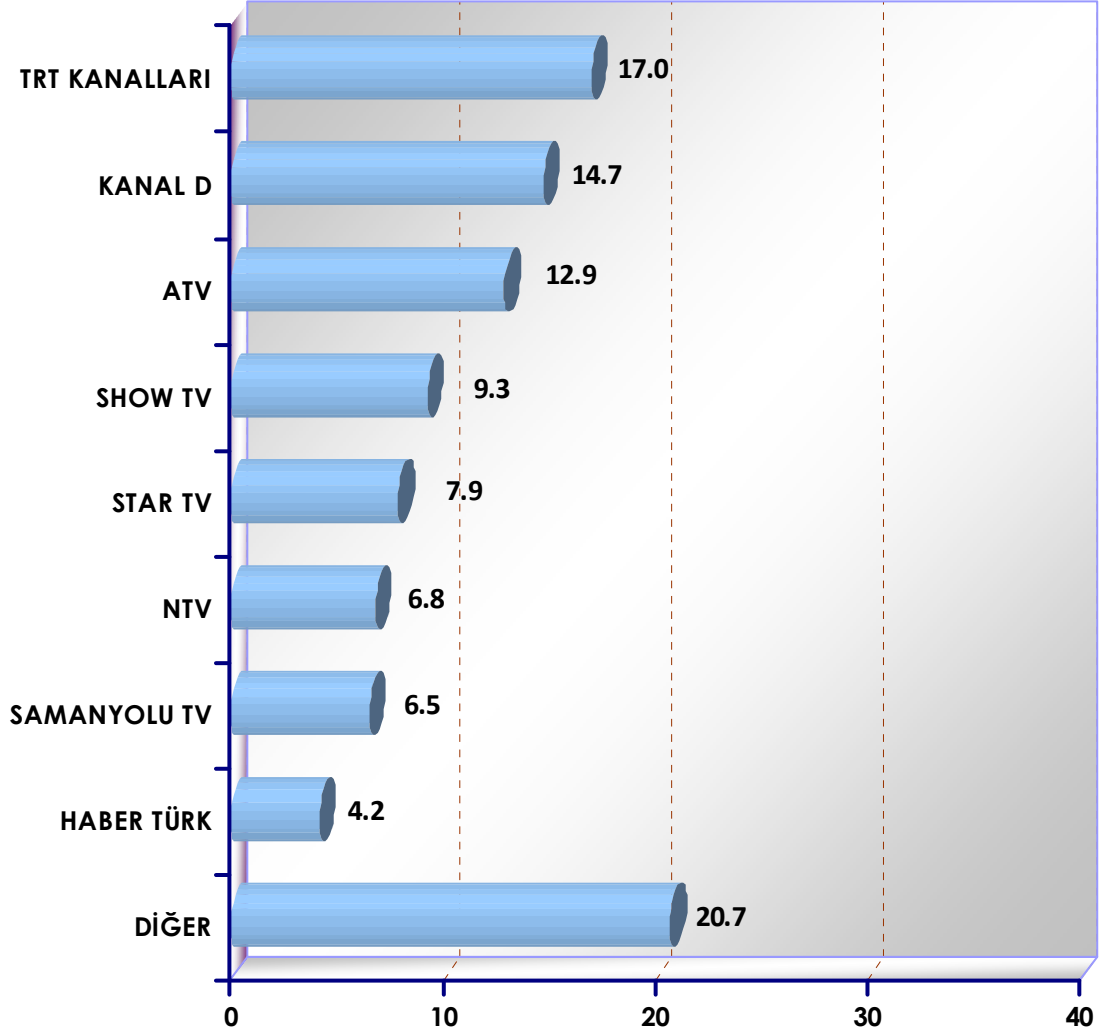


**5.23. Türk filmlerini izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%)**

	ATV	KANAL 7	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	SAMANYOLU TV	TRT KANALLARI	FOX TV	Diğer	TOPLAM
<b>CİNSİYET</b>										
<b>Kadın</b>	14,6	12,4	15,0	14,3	13,1	11,3	6,2	3,9	9,2	<b>100</b>
<b>Erkek</b>	13,5	15,4	10,8	11,2	12,3	10,3	12,3	2,8	11,3	<b>100</b>
<b>YAŞ GRUPLARI</b>										
<b>15-20 arası</b>	11,7	17,6	10,0	12,1	15,1	13,0	6,3	4,2	10,0	<b>100</b>
<b>21-25 arası</b>	13,6	14,3	14,0	16,7	9,3	10,9	6,2	3,9	11,2	<b>100</b>
<b>26-30 arası</b>	15,0	13,0	15,0	12,1	14,5	7,7	6,8	2,4	13,5	<b>100</b>
<b>31-35 arası</b>	18,5	8,5	13,5	11,5	19,0	8,0	7,5	2,0	11,5	<b>100</b>
<b>36-40 arası</b>	11,1	15,8	13,2	11,6	10,5	10,5	13,7	3,7	10,0	<b>100</b>
<b>41-50 arası</b>	13,5	14,8	13,9	12,3	12,3	9,8	9,8	5,3	8,2	<b>100</b>
<b>51-60 arası</b>	15,0	11,4	11,4	12,0	11,4	13,8	15,0	1,8	8,4	<b>100</b>
<b>61 ve üstü</b>	16,7	16,7	7,1	11,9	0	21,4	21,4	-	4,8	<b>100</b>
<b>MEDENİ DURUM</b>										
<b>Evli</b>	14,0	14,2	13,3	11,6	11,8	11,7	10,9	3,5	9,1	<b>100</b>
<b>Bekar</b>	14,3	13,8	12,5	14,3	13,8	9,6	7,0	3,0	11,8	<b>100</b>
<b>Dul / Boşanmış</b>	10,9	10,9	10,9	14,5	16,4	9,1	9,1	5,5	12,7	<b>100</b>
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>										
<b>Düşük Eğitimliler</b>	13,2	15,8	12,3	11,8	11,0	12,5	9,8	5,0	8,6	<b>100</b>
<b>Orta Eğitimliler</b>	14,1	11,8	13,8	13,6	15,9	9,7	7,6	1,8	11,8	<b>100</b>
<b>Yüksek Eğitimliler</b>	16,7	12,6	12,6	14,0	10,7	7,4	12,1	1,9	12,1	<b>100</b>
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>14,0</b>	<b>13,9</b>	<b>12,9</b>	<b>12,7</b>	<b>12,7</b>	<b>9,2</b>	<b>8,9</b>	<b>3,4</b>	<b>12,3</b>	<b>100</b>

5.23. Türk filmlerini izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (Devam)

	ATV	KANAL 7	KANAL D	SHOW TV	STAR TV	SAMANYOLU TV	TRT KANALLARI	FOX TV	Diğer	TOPLAM
<b>MESLEK GRUPLARI</b>										
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	14,7	15,4	13,8	12,8	10,8	12,8	8,6	3,1	8,0	100
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	13,5	12,8	12,1	12,0	14,6	8,9	9,9	3,9	12,3	100
Mesleki prestiji yüksek olanlar	12,0	8,0	10,0	22,0	14,0	8,0	12,0	-	14,0	100
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>										
Marmara	15,7	15,1	11,3	14,7	15,1	8,2	9,4	1,2	9,3	100
Ege	17,8	4,7	15,7	15,7	15,2	5,8	8,9	6,3	9,9	100
Akdeniz	10,1	10,7	15,7	8,4	7,9	12,4	15,2	2,8	16,9	100
İç Anadolu	10,3	18,3	13,3	13,0	13,0	15,3	6,3	3,7	7,0	100
Karadeniz	13,1	19,2	11,1	8,1	8,1	17,2	10,1	2,0	11,1	100
Doğu Anadolu	18,8	12,5	18,8	12,5	6,3	9,4	3,1	3,1	15,6	100
Güneydoğu Anadolu	13,3	11,2	11,2	6,1	7,1	15,3	9,2	13,3	13,3	100
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>										
0-1000 TL	13,4	16,3	14,7	11,1	7,5	14,1	9,3	3,9	9,7	100
1001-2000 TL	16,1	13,6	12,1	14,1	14,0	8,2	9,3	3,1	9,5	100
2001-3000 TL	9,9	11,2	12,6	12,1	21,1	9,9	9,4	4,0	9,9	100
3001-4000 TL	15,1	7,5	7,5	15,1	13,2	7,5	11,3	-	22,6	100
4001-5000 TL	8,7	13,0	8,7	21,7	13,0	13,0	13,0	-	8,7	100
5001 TL ve üstü	10,5	10,5	5,3	10,5	10,5	15,8	10,5	-	26,3	100
Türkiye ortalaması	14,0	13,9	12,9	12,7	12,7	9,2	8,9	3,4	12,3	100

**5.24. Haberleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)**  
(Cevap veren sayısı = 1.911 kişi)

**5.25. Haberleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%)**

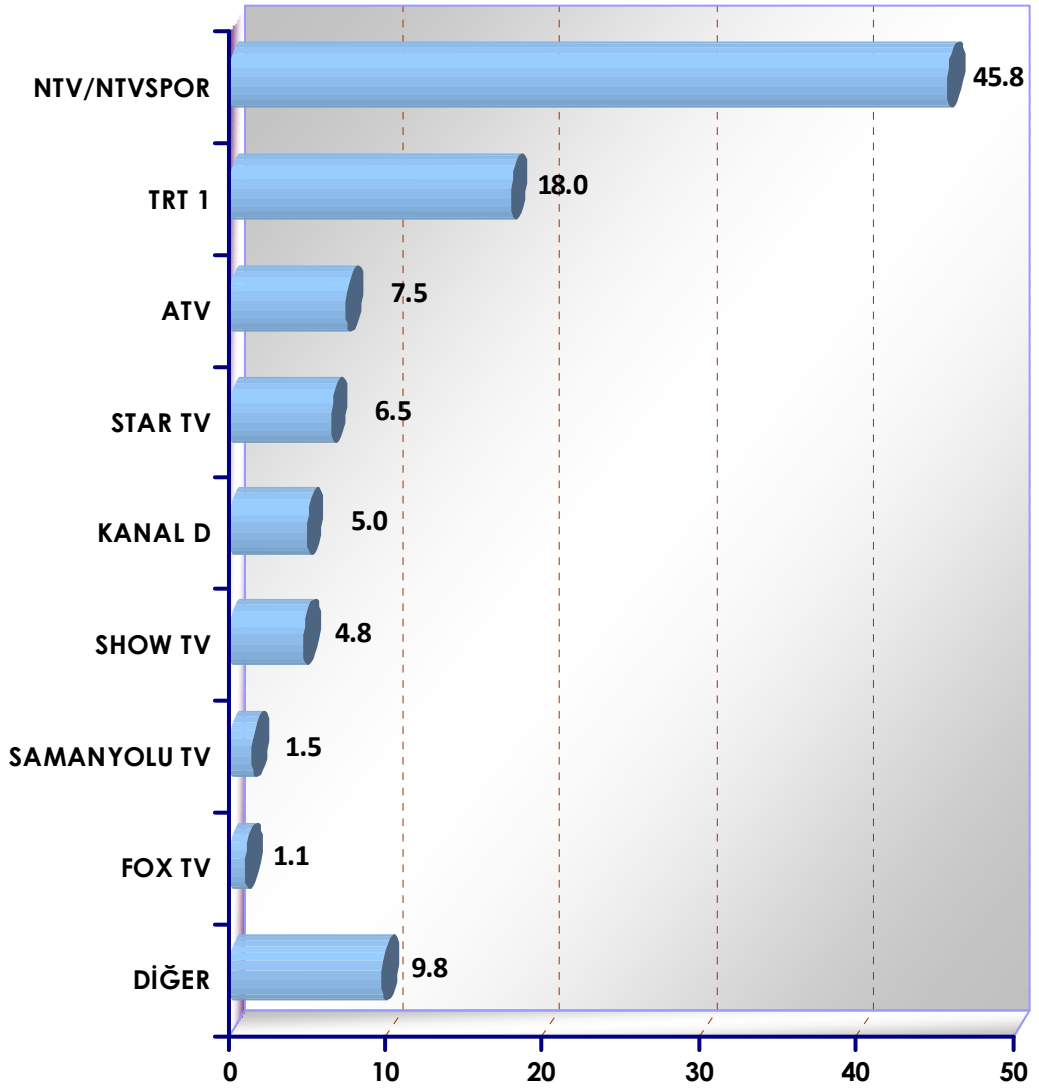
	TRT KANALLARI	KANAL D	ATV	SHOW TV	STAR TV	NTV	SAMANYOLU TV	HABER TÜRK	DiĞER	TOPLAM
<b>CİNSİYET</b>										
Kadın	15,4	17,8	14,3	10,0	9,7	5,5	6,9	3,5	16,8	100
Erkek	24,8	11,8	11,7	8,6	6,2	8,3	9,0	4,7	14,9	100
<b>YAŞ GRUPLARI</b>										
15-20 arası	15,3	19,1	11,8	13,0	11,1	6,5	5,3	6,1	11,8	100
21-25 arası	16,1	20,8	14,1	11,7	6,7	7,4	6,0	2,0	15,1	100
26-30 arası	21,9	13,6	14,5	7,0	10,7	7,0	7,9	2,9	14,5	100
31-35 arası	15,6	14,1	18,4	7,8	8,2	10,2	6,6	4,7	14,5	100
36-40 arası	18,1	11,5	11,9	7,8	8,2	6,2	11,5	6,2	18,5	100
41-50 arası	21,8	11,8	11,5	9,7	5,7	7,6	8,8	5,4	17,8	100
51-60 arası	27,0	13,1	11,3	7,7	6,3	5,4	9,0	1,4	18,9	100
61 ve üstü	49,3	5,6	2,8	7,0	2,8	-	14,1	4,2	14,1	100
<b>MEDENİ DURUM</b>										
Evli	22,1	12,3	12,6	8,2	7,0	6,3	10,1	4,0	17,4	100
Bekar	17,0	17,9	14,0	11,1	9,3	8,1	4,8	4,6	13,2	100
Dul / Boşanmış	25,4	18,3	8,5	8,5	7,0	7,0	7,0	2,8	15,5	100
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>										
Düşük Eğitimliler	22,5	13,7	12,1	9,5	6,6	4,2	10,9	3,7	16,8	100
Orta Eğitimliler	18,4	16,6	14,7	9,9	10,3	8,1	4,3	4,3	13,4	100
Yüksek Eğitimliler	18,2	12,9	11,6	7,3	6,3	12,9	7,6	5,3	17,9	100
Türkiye ortalaması	17,0	14,7	12,9	9,3	7,9	6,8	6,5	4,2	20,7	100

**5.25. Haberleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) (Devam)**

	TRT KANALLARI	KANAL D	ATV	SHOW TV	STAR TV	NTV	SAMANYOLU TV	HABER TÜRK	DiĞER	TOPLAM
<b>MESLEK GRUPLARI</b>										
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	17,8	15,9	14,1	10,3	8,9	5,2	9,0	2,5	16,2	<b>100</b>
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	22,9	13,8	11,8	8,3	6,7	8,4	7,2	5,7	15,1	<b>100</b>
Mesleki prestiji yüksek olanlar	19,4	9,0	11,9	9,0	9,0	10,4	6,0	6,0	19,4	<b>100</b>
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>										
Marmara	23,1	12,4	14,8	7,9	6,9	8,5	5,1	5,3	15,9	<b>100</b>
Ege	9,4	12,1	12,1	20,4	10,6	7,5	6,4	2,6	18,9	<b>100</b>
Akdeniz	22,4	24,9	9,8	6,3	9,3	2,9	8,8	4,4	11,2	<b>100</b>
İç Anadolu	17,1	15,3	12,0	8,1	7,2	4,8	16,2	2,1	17,4	<b>100</b>
Karadeniz	33,6	10,1	10,9	8,4	5,0	6,7	4,2	7,6	13,4	<b>100</b>
Doğu Anadolu	11,9	13,6	16,9	8,5	8,5	3,4	13,6	1,7	22,0	<b>100</b>
Güneydoğu Anadolu	22,5	20,8	10,0	4,2	10,0	10,0	9,2	2,5	10,8	<b>100</b>
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>										
0-1000 TL	23,7	16,2	10,4	7,6	6,7	4,9	12,2	3,0	15,4	<b>100</b>
1001-2000 TL	19,1	13,0	14,6	11,6	9,5	6,6	6,5	3,5	15,6	<b>100</b>
2001-3000 TL	21,1	16,8	13,1	6,7	6,4	9,1	4,4	7,0	15,4	<b>100</b>
3001-4000 TL	12,5	15,3	15,3	5,6	5,6	11,1	5,6	8,3	20,8	<b>100</b>
4001-5000 TL	13,5	13,5	10,8	13,5	2,7	27,0	5,4	2,7	10,8	<b>100</b>
5001 TL ve üstü	9,4	3,1	18,8	12,5	6,3	9,4	9,4	9,4	21,9	<b>100</b>
Türkiye ortalaması	<b>17,0</b>	<b>14,7</b>	<b>12,9</b>	<b>9,3</b>	<b>7,9</b>	<b>6,8</b>	<b>6,5</b>	<b>4,2</b>	<b>20,7</b>	<b>100</b>



5.26. Spor programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)  
(Cevap veren sayısı = 1.028 kişi)



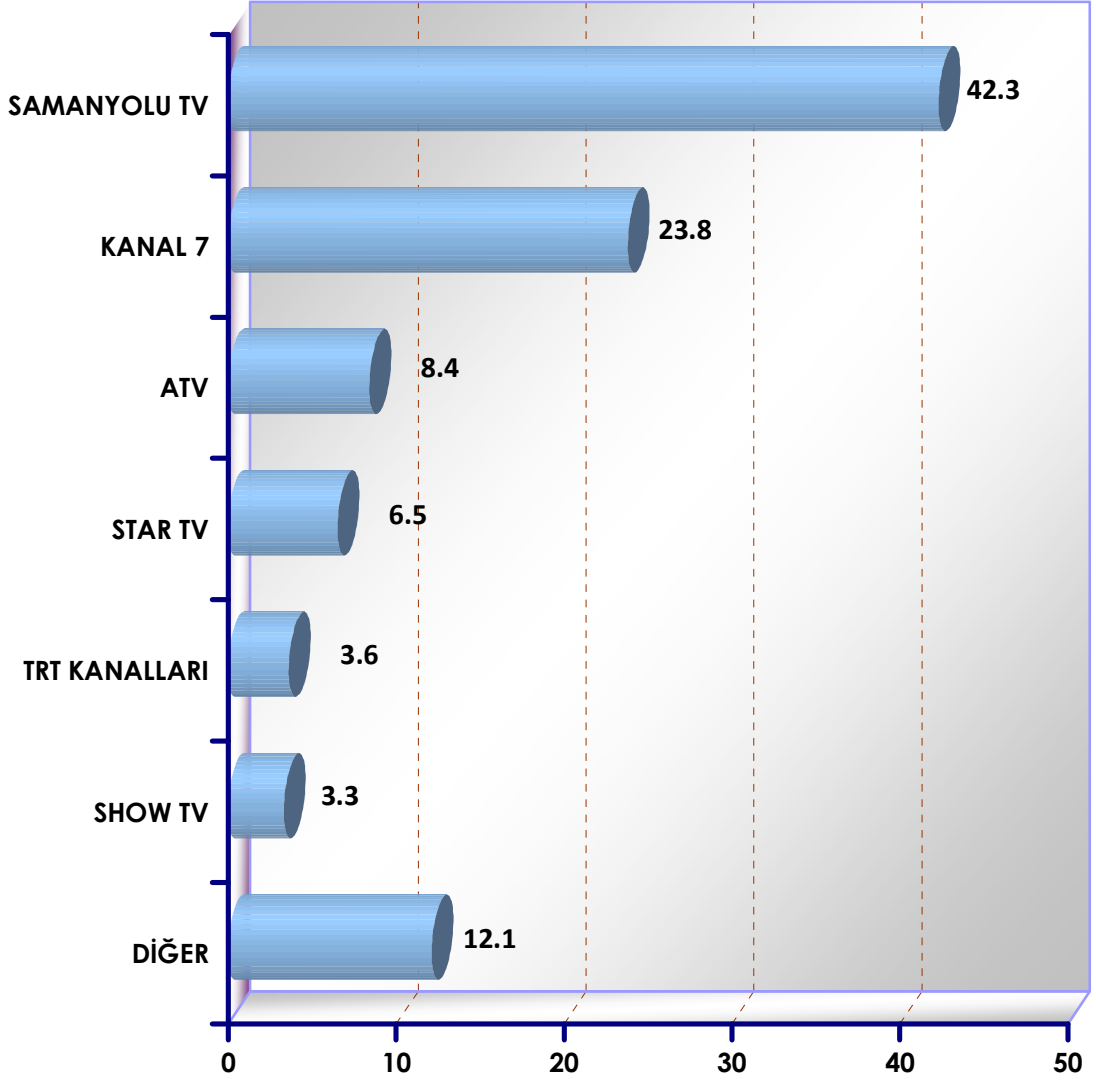
**5.27. Spor programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%)**

	NTV/NTVSPOR	TRT KANALLARI	ATV	STAR TV	KANAL D	SHOW TV	SAMANYOLU TV	FOX TV	DİĞER	TOPLAM
<b>CİNSİYET</b>										
<b>Kadın</b>	34,2	19,6	11,7	11,3	7,1	5,4	2,1	1,3	7,5	<b>100</b>
<b>Erkek</b>	49,4	17,5	6,2	5,1	4,3	4,6	1,3	1,0	10,7	<b>100</b>
<b>YAŞ GRUPLARI</b>										
<b>15-20 arası</b>	57,0	14,0	4,3	5,9	3,2	5,4	-	-	10,2	<b>100</b>
<b>21-25 arası</b>	52,4	14,3	4,8	6,0	4,8	6,0	1,8	0,6	9,5	<b>100</b>
<b>26-30 arası</b>	43,0	15,5	9,9	8,5	7,7	7,0	1,4	1,4	5,6	<b>100</b>
<b>31-35 arası</b>	48,6	11,8	7,6	5,6	4,2	5,6	0,7	1,4	14,6	<b>100</b>
<b>36-40 arası</b>	41,7	20,0	11,7	1,7	5,0	5,0	0,8	0,8	13,3	<b>100</b>
<b>41-50 arası</b>	40,5	22,8	8,9	7,6	4,4	1,9	2,5	1,3	10,1	<b>100</b>
<b>51-60 arası</b>	31,4	32,6	8,1	10,5	5,8	1,2	1,2	3,5	5,8	<b>100</b>
<b>61 ve üstü</b>	20,8	33,3	4,2	12,5	8,3	4,2	12,5	-	4,2	<b>100</b>
<b>MEDENİ DURUM</b>										
<b>Evli</b>	39,9	23,4	7,6	7,6	5,3	3,2	1,9	1,5	9,5	<b>100</b>
<b>Bekar</b>	52,3	12,4	7,3	5,2	4,6	6,0	1,0	0,6	10,6	<b>100</b>
<b>Dul / Boşanmış</b>	45,0	10,0	10,0	10,0	5,0	15,0	-	-	5,0	<b>100</b>
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>										
<b>Düşük Eğitimliler</b>	43,3	22,4	7,9	6,9	6,0	2,9	2,1	1,0	7,6	<b>100</b>
<b>Orta Eğitimliler</b>	46,6	15,9	8,1	6,4	4,8	6,9	0,7	1,2	9,5	<b>100</b>
<b>Yüksek Eğitimliler</b>	49,7	12,8	5,3	5,9	3,2	4,3	1,6	1,1	16,0	<b>100</b>
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>45,8</b>	<b>18,0</b>	<b>7,5</b>	<b>6,5</b>	<b>5,0</b>	<b>4,8</b>	<b>1,5</b>	<b>1,1</b>	<b>9,8</b>	<b>100</b>

5.27. Spor programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) (Devam)

	NTV/NTVSPOR	TRT KANALLARI	ATV	STAR TV	KANAL D	SHOW TV	SAMANYOLU TV	FOX TV	DiĞER	TOPLAM
<b>MESLEK GRUPLARI</b>										
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	45,7	16,2	8,0	8,0	6,5	4,3	2,3	0,9	8,2	100
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	45,5	19,3	7,2	5,7	4,3	4,9	1,1	1,3	10,7	100
Mesleki prestiji yüksek olanlar	51,0	14,3	8,2	6,1	2,0	6,1	-	-	12,2	100
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>										
Marmara	42,6	19,6	9,2	7,5	4,3	4,5	0,4	0,6	11,4	100
Ege	59,6	8,8	7,4	5,9	3,7	4,4	0,7	1,5	8,1	100
Akdeniz	49,1	19,8	3,4	7,8	7,8	6,0	0,9	-	5,2	100
İç Anadolu	45,0	15,0	6,3	6,9	6,3	8,1	4,4	2,5	5,6	100
Karadeniz	43,3	26,9	4,5	1,5	6,0	-	-	1,5	16,4	100
Doğu Anadolu	33,3	22,2	22,2	5,6	-	5,6	5,6	5,6	-	100
Güneydoğu Anadolu	42,5	20,0	2,5	-	5,0	-	7,5	-	22,5	100
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>										
0-1000 TL	43,2	22,0	7,0	3,8	7,0	4,2	3,1	0,7	9,1	100
1001-2000 TL	48,0	12,2	9,0	8,7	6,2	6,4	1,1	1,1	7,1	100
2001-3000 TL	42,9	24,1	7,3	5,8	2,1	2,1	0,5	2,1	13,1	100
3001-4000 TL	53,8	23,1	1,9	5,8	-	1,9	-	-	13,5	100
4001-5000 TL	50,0	16,7	6,7	3,3	-	6,7	-	-	16,7	100
5001 TL ve üstü	47,6	9,5	4,8	9,5	-	-	-	-	28,6	100
Türkiye ortalaması	45,8	18,0	7,5	6,5	5,0	4,8	1,5	1,1	9,8	100

**5.28. Dinî programları izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)**  
(Cevap veren sayısı = 1.051 kişi)



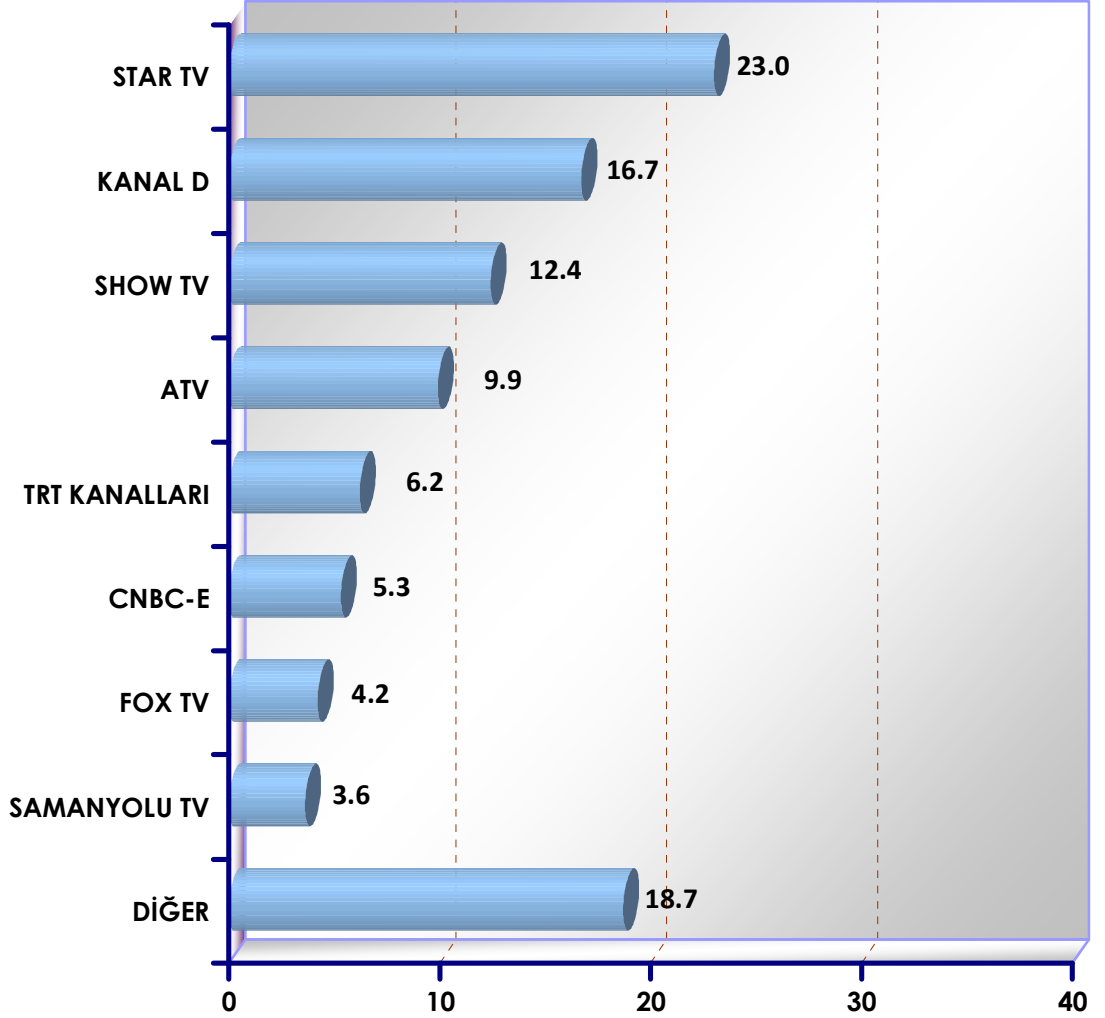
**5.29. Dini programları izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%)**

	SAMANYOLU TV	KANAL 7	ATV	STAR TV	TRT KANALLARI	SHOW TV	TOPLAM
<b>CİNSİYET</b>							
Kadın	42,5	24,5	8,3	7,6	1,7	2,9	100
Erkek	42,2	23,1	8,4	5,4	5,4	3,7	100
<b>YAŞ GRUPLARI</b>							
15-20 arası	41,8	17,2	11,5	9,0	1,6	4,9	100
21-25 arası	39,1	28,6	6,8	5,3	6,0	3,0	100
26-30 arası	43,8	18,8	10,2	7,8	3,1	4,7	100
31-35 arası	41,2	23,7	6,9	9,2	3,8	2,3	100
36-40 arası	43,4	20,4	9,9	6,6	3,3	3,3	100
41-50 arası	40,8	29,1	7,7	5,6	2,6	3,1	100
51-60 arası	48,2	25,5	5,8	3,6	3,6	2,9	100
61 ve üstü	38,5	25,0	9,6	3,8	7,7	1,9	100
<b>MEDENİ DURUM</b>							
Evli	43,5	25,8	7,7	5,2	3,1	2,7	100
Bekar	39,9	17,9	10,3	9,3	5,0	4,7	100
Dul / Boşanmış	39,5	31,6	5,3	7,9	2,6	5,3	100
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>							
Düşük Eğitimliler	44,6	25,4	7,3	5,1	2,2	2,7	100
Orta Eğitimliler	40,9	21,3	9,8	10,5	3,5	4,2	100
Yüksek Eğitimliler	35,3	21,6	10,1	4,3	10,1	4,3	100
Türkiye ortalaması	<b>42,3</b>	<b>23,8</b>	<b>8,4</b>	<b>6,5</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>100</b>

**5.29. Dini programları izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) (Devam)**

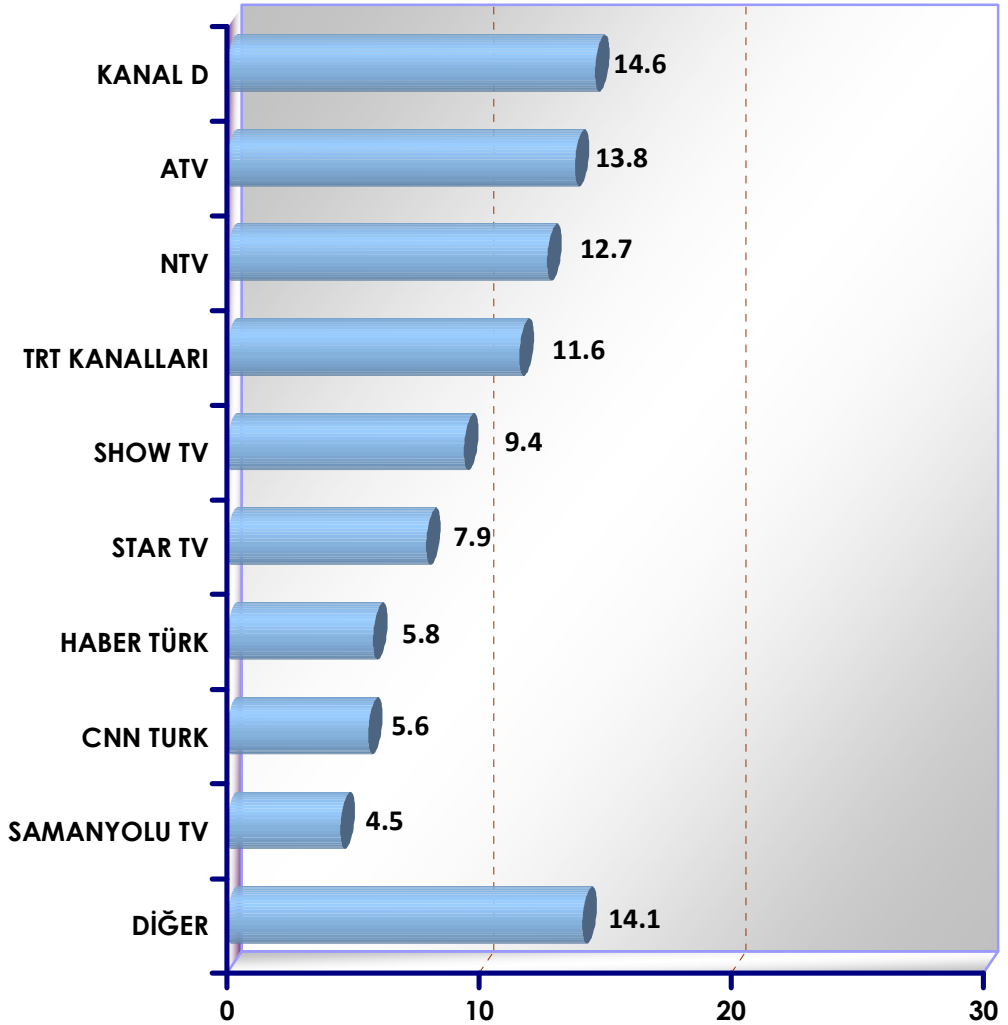
	SAMANYOLU TV	KANAL 7	ATV	STAR TV	TRT KANALLARI	SHOW TV	TOPLAM
<b>MESLEK GRUPLARI</b>							
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	43,3	24,8	9,2	6,0	2,4	3,1	100
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	40,9	23,3	7,7	7,1	4,7	3,4	100
Mesleki prestiji yüksek olanlar	46,9	12,5	3,1	6,3	9,4	6,3	100
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>							
Marmara	41,4	24,7	8,2	7,2	4,7	3,2	100
Ege	43,5	15,3	7,1	12,9	4,7	5,9	100
Akdeniz	47,3	8,2	3,6	7,3	10,0	5,5	100
İç Anadolu	40,2	31,6	6,4	4,5	1,1	3,4	100
Karadeniz	38,2	25,0	14,5	3,9	1,3	2,6	100
Doğu Anadolu	47,2	33,3	11,1	2,8	-	-	100
Güneydoğu Anadolu	48,1	18,2	16,9	5,2	-	-	100
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>							
0-1000 TL	44,7	27,4	6,6	2,8	3,3	2,8	100
1001-2000 TL	40,9	20,7	10,0	8,8	4,5	3,1	100
2001-3000 TL	38,5	25,9	6,7	10,4	1,5	5,2	100
3001-4000 TL	42,9	14,3	14,3	7,1	3,6	7,1	100
4001-5000 TL	52,6	10,5	10,5	-	10,5	5,3	100
5001 TL ve üstü	50,0	25,0	-	16,7	-	-	100
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>42,3</b>	<b>23,8</b>	<b>8,4</b>	<b>6,5</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>100</b>

5.30. Yabancı filmleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)  
(Cevap veren sayısı = 1.237 kişi)



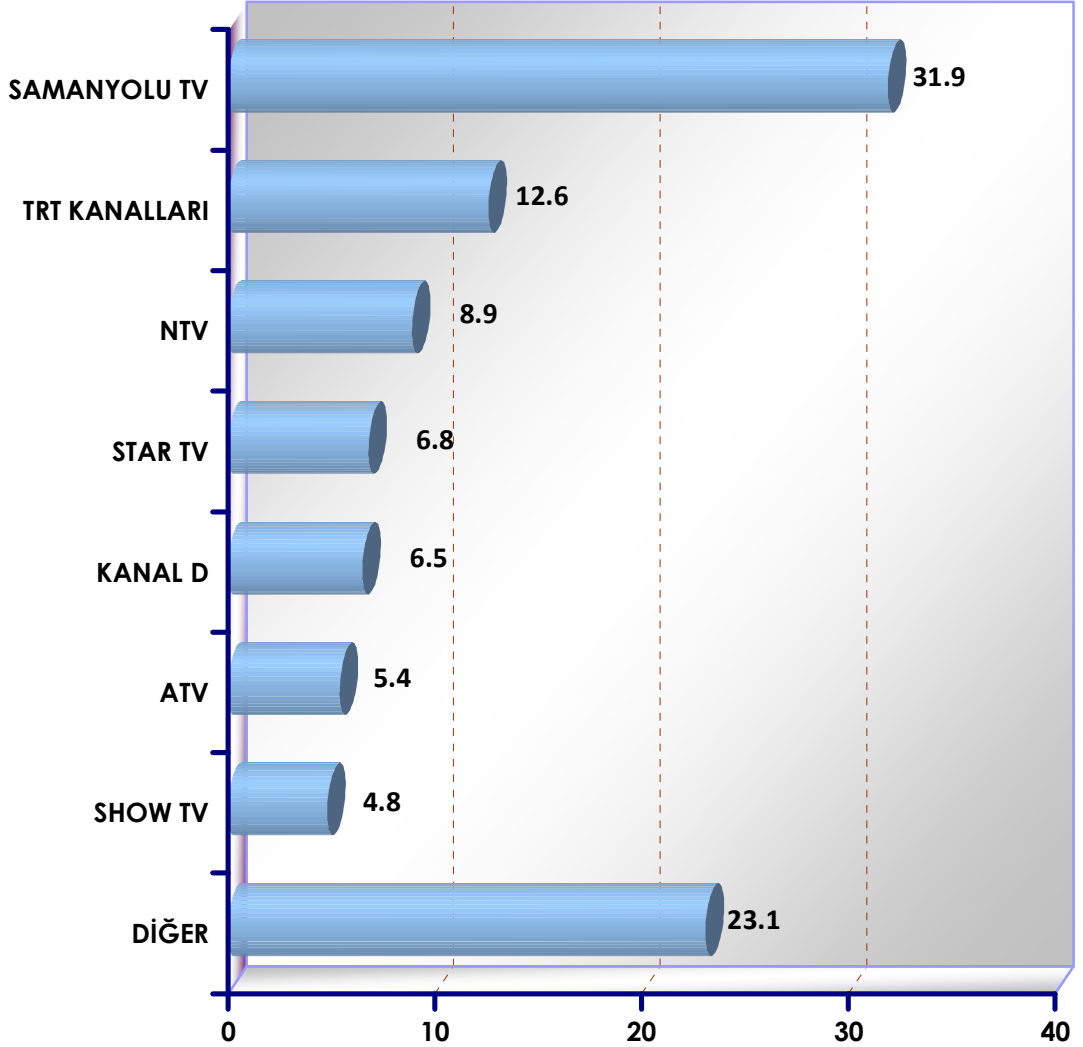
**5.31. Açık oturum programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)**

(Cevap veren sayısı = 1.021 kişi)



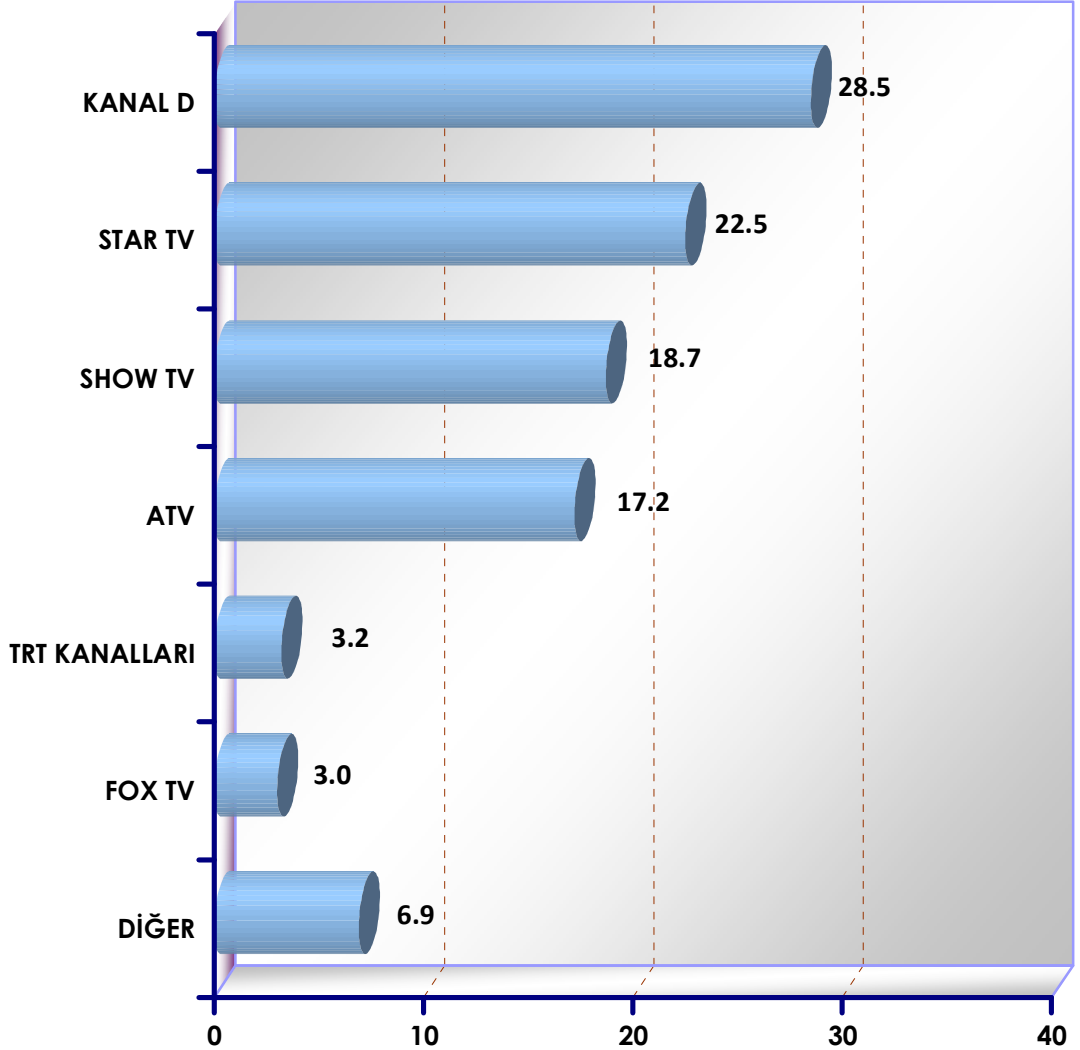


5.32. Belgeselleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)  
(Cevap veren sayısı = 1.209 kişi)



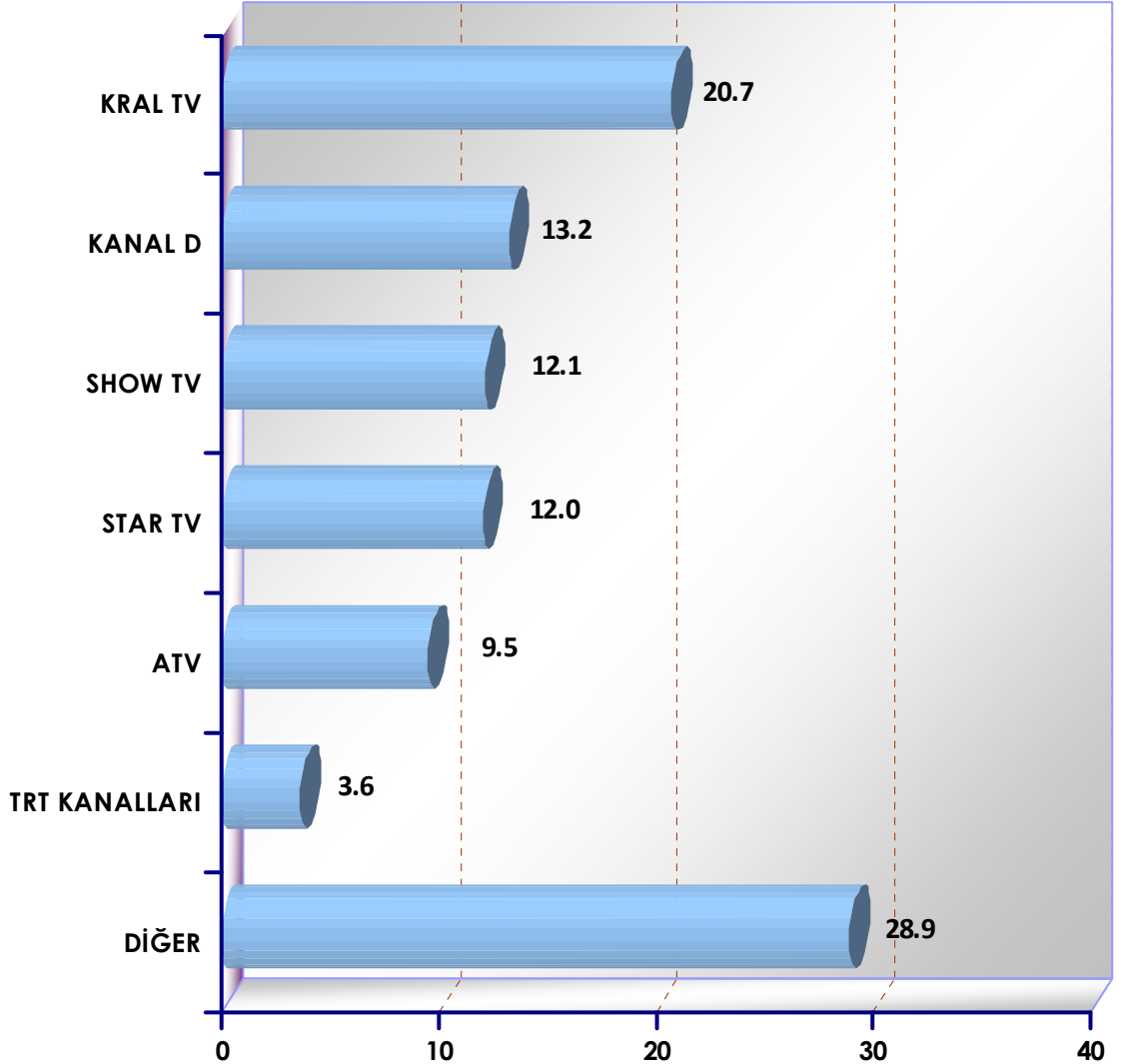
**5.33. Yarışma programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)**

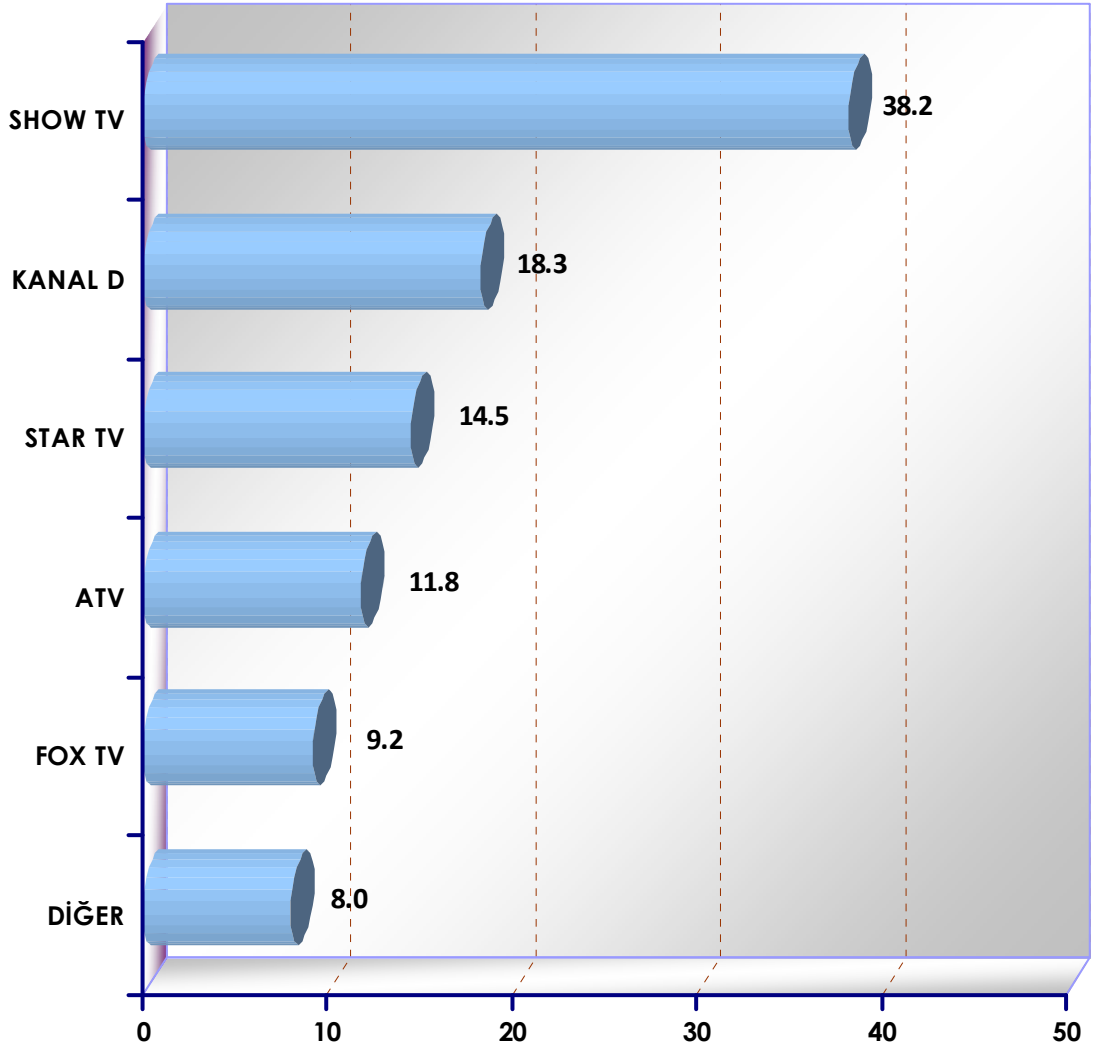
(Cevap veren sayısı = 1.174 kişi)

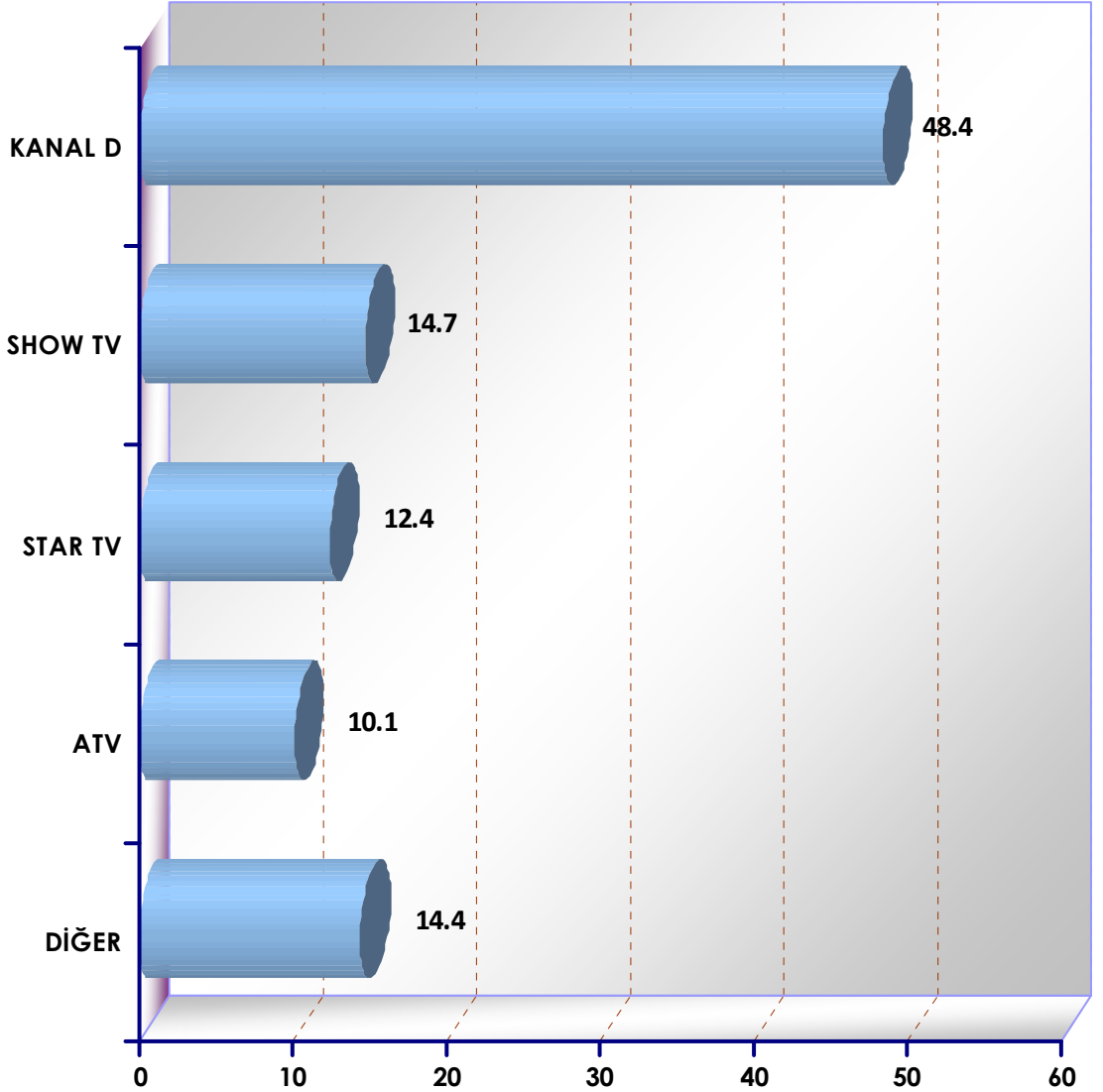


**5.34. Müzik/Eğlence/Klip programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)**

(Cevap veren sayısı = 1.072 kişi)

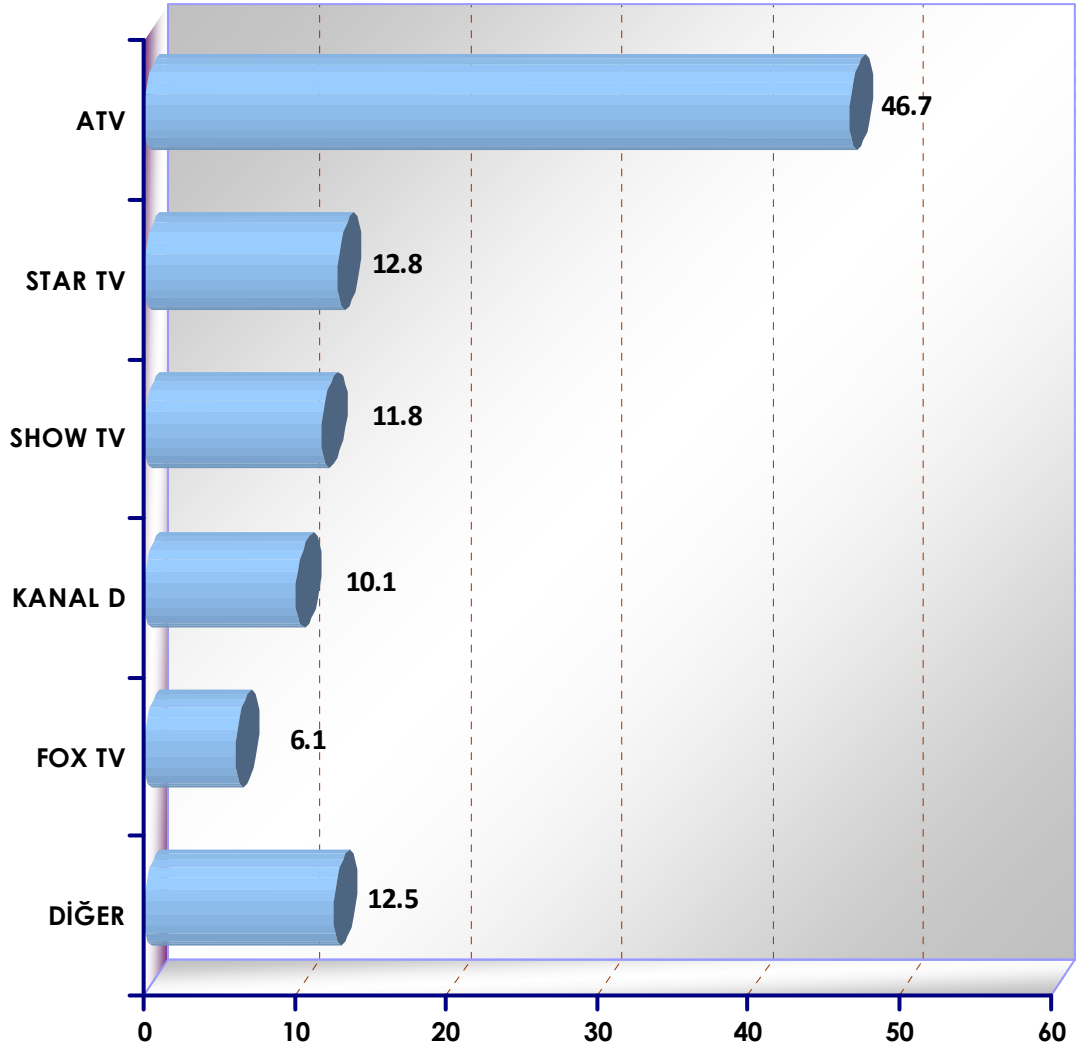


**5.35. Magazin programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)***(Cevap veren sayısı = 782 kişi)*

**5.36. Güldürü/Talk Show programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)***(Cevap veren sayısı = 914 kişi)*

**5.37. Kadın kuşak programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%)**

(Cevap veren sayısı = 525 kişi)



## 5.38. Televizyon programlarının izlenme sıklığı (%)

	İZLİYORUM	ARA SIRA İZLİYORUM	İZLEMİYORUM
Yerli diziler	76,7	13,1	10,2
Haberler	74,5	15,4	10,1
Türk filmleri	49,7	24,3	25,9
Yarışma programları	42,4	23,0	34,7
Yabancı filmler	39,4	22,2	38,4
Belgeseller	38,2	21,3	40,5
Spor programları	36,0	13,3	50,7
Müzik/eğlence/klip	34,4	19,1	46,5
Dinî programlar	31,2	20,2	48,6
Açık oturum ve tartışma programları	30,8	20,1	49,0
Güldürü / talk show	26,5	20,7	52,8
Yabancı diziler	23,0	16,1	60,9
Magazin programları	20,6	18,1	61,3
Gerçek hayat hikayeleri	16,6	13,4	69,9
Kadın kuşak programları	15,8	10,4	73,7

Televizyon programlarının izlenme sıklığı ile ilgili verilere bakıldığında, % 76.7 ile “yerli diziler”, % 74.5 ile “haberler” ve % 49.7 ile “Türk filmleri”, ankete katılan denekler tarafından “çok sık izlenen” türler olarak sıralanmaktadır.

**5.39. Televizyon programlarının izlenme sıklığı (%)**
**2006-2009-2012 karşılaştırması**
*(Sıralama, "izliyorum" diyenlere göre yapılmıştır.)*

	İZLİYORUM			ARA SIRA İZLİYORUM			İZLEMİYORUM		
	2012	2009	2006	2012	2009	2006	2012	2009	2006
<b>Yerli diziler</b>	76,7	57,1	56,8	13,1	29,1	15,1	10,2	13,8	28,1
<b>Haberler</b>	74,5	77,2	74,8	15,4	16,5	13,3	10,1	6,3	12,0
<b>Türk filmleri</b>	49,7	19,9	37,3	24,3	42,8	28,7	25,9	37,3	34,0
<b>Yarışma programları</b>	42,4	25,8	32,1	23,0	34,5	22,5	34,7	39,6	45,4
<b>Yabancı filmler</b>	39,4	26,2	40,8	22,2	33,6	19,5	38,4	40,2	39,7
<b>Belgeseller</b>	38,2	29,8	40,8	21,3	28,6	25,1	40,5	41,6	34,0
<b>Spor programları</b>	36,0	28,7	30,0	13,3	14,6	13,2	50,7	56,8	56,8
<b>Dinî programlar</b>	31,2	33,7	40,5	20,2	28,1	20,1	48,6	38,3	39,4
<b>Açık oturum ve tartışma programları</b>	30,8	26,3	40,4	20,1	25,8	21,8	49,0	47,9	37,8
<b>Magazin programları</b>	20,6	9,5	18,2	18,1	19,5	15,7	61,3	71,0	66,1
<b>Kadın kuşak programları</b>	15,8	11,3	10,8	10,4	12,3	7,4	73,7	76,4	81,8



**5.40. Televizyon programlarının izlenme sıklığının sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (%)**

(Sadece ilgili program türünü "izliyorum" diyenlerin oranları verilmiştir.)

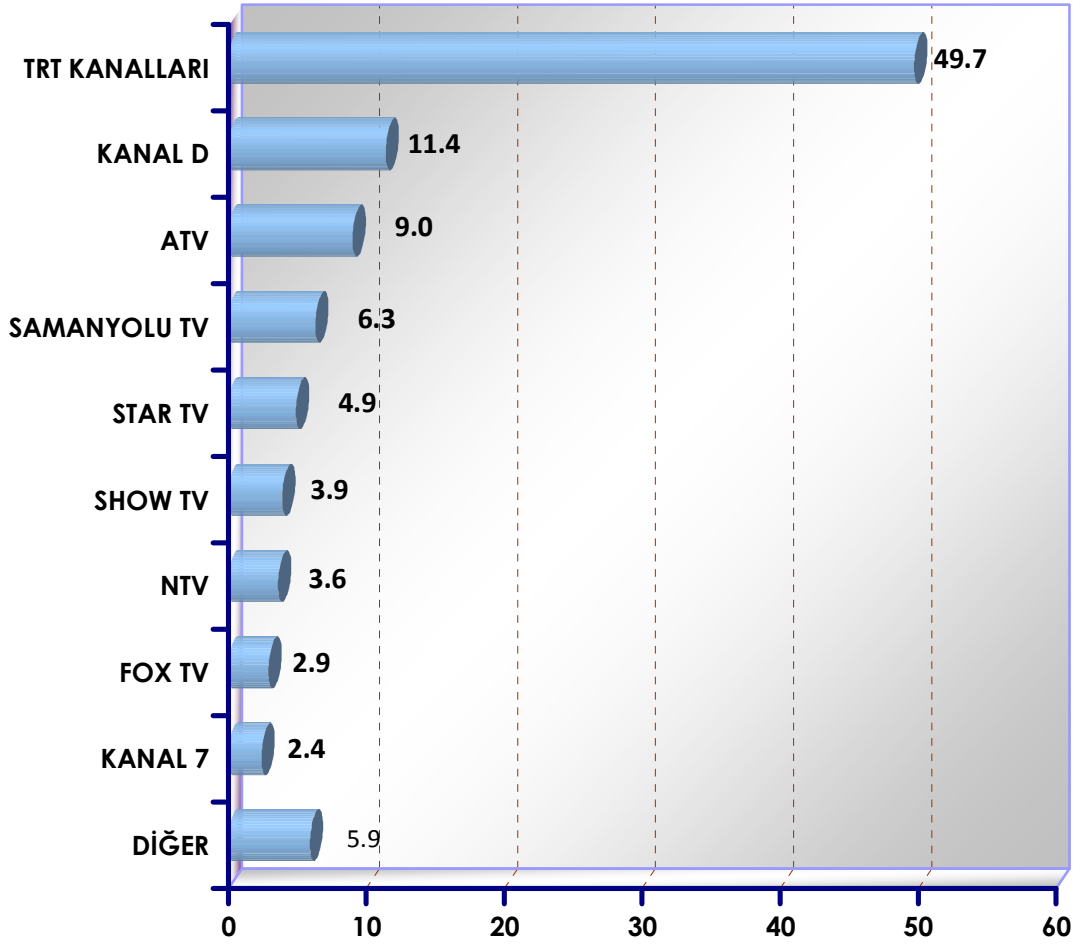
	Yerli diziler	Haberler	Türk filmleri	Yarışma programları	Yabancı filmler	Belgeseller	Spor programları	Dini programlar	Açık oturum ve tartışma programları	Magazin programları
<b>CİNSİYET</b>										
Kadın	87,5	68,0	50,5	47,5	35,9	30,5	12,3	32,8	24,5	31,0
Erkek	66,6	80,5	49,0	37,5	42,7	45,4	57,8	29,7	36,7	10,8
<b>YAŞ GRUPLARI</b>										
15-20 arası	79,9	49,5	46,7	46,1	41,9	33,4	39,2	18,4	14,4	29,7
21-25 arası	80,2	68,9	51,4	45,4	45,2	33,7	36,6	22,0	22,8	22,6
26-30 arası	79,9	74,0	51,4	45,5	46,5	37,7	39,2	30,0	31,0	23,8
31-35 arası	74,2	79,4	52,1	41,6	46,4	38,2	37,9	27,9	32,5	19,4
36-40 arası	78,0	79,8	55,1	47,5	40,9	47,7	38,7	40,7	36,3	22,9
41-50 arası	74,8	84,1	46,6	40,5	34,1	40,7	34,3	37,9	38,8	17,4
51-60 arası	71,3	85,8	49,8	29,3	22,5	36,7	29,2	40,2	42,7	9,5
61 ve üstü	65,0	95,0	35,0	33,8	20,3	42,0	18,8	54,4	39,2	3,8
<b>MEDENİ DURUM</b>										
Evli	76,0	81,9	51,2	42,3	35,3	39,3	32,1	39,4	35,6	19,1
Bekar	77,6	63,6	47,7	44,0	45,8	37,1	42,9	18,7	23,7	23,1
Dul / Boşanmış	78,7	73,9	48,3	25,0	36,4	33,3	23,9	34,1	31,8	15,9
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>										
Düşük Eğitimliler	78,1	73,8	50,3	40,6	31,7	35,2	30,1	41,1	27,5	20,9
Orta Eğitimliler	77,4	74,5	53,2	45,2	46,2	39,4	42,1	22,8	31,5	21,6
Yüksek Eğitimliler	71,2	76,4	40,6	41,6	47,8	44,5	40,3	20,0	39,0	17,6

**5.40. Televizyon programlarının izlenme sıklığının sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (Devam) (%)**

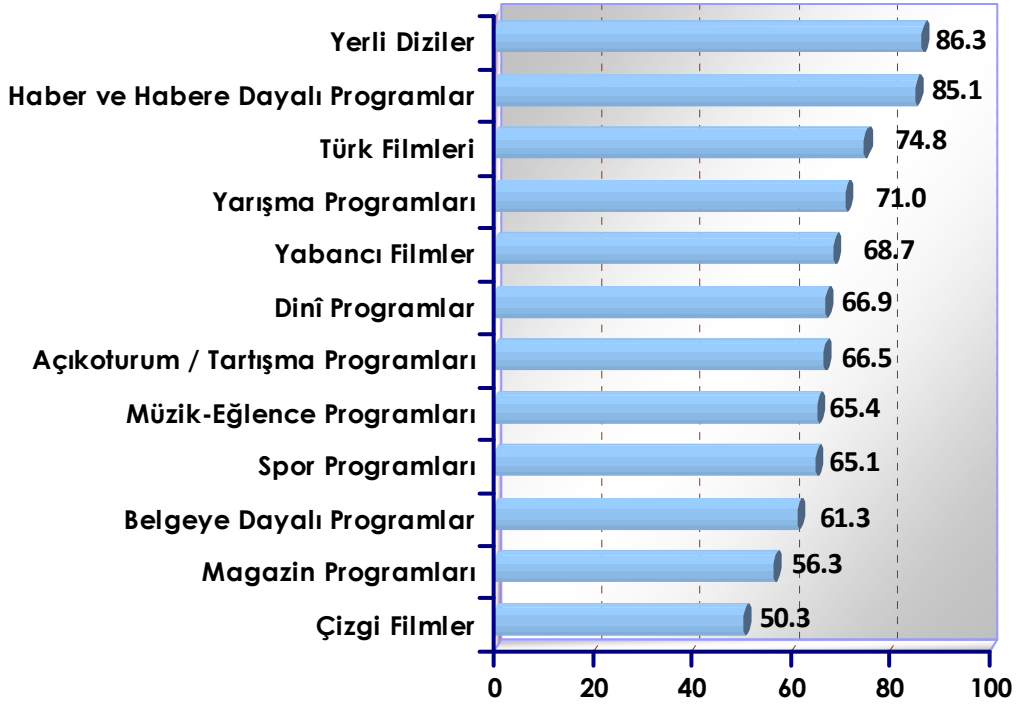
(Sadece ilgili program türünü "izliyorum" diyenlerin oranları verilmiştir.)

	Yerli diziler	Haberler	Türk filmleri	Yarışma programları	Yabancı filmler	Belgeseller	Spor programları	Dini programlar	Açık oturum ve tartışma programları	Magazin programları
<b>MESLEK GRUPLARI</b>										
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	80,9	71,9	51,4	44,2	33,0	34,1	23,8	36,9	26,3	24,6
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	73,6	76,9	48,9	40,3	45,0	41,7	47,3	26,6	34,6	16,5
Mesleki prestiji yüksek olanlar	64,9	76,3	39,6	45,3	49,0	44,8	44,2	19,1	39,6	22,8
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>										
Marmara	75,4	72,5	48,1	41,9	40,7	38,4	38,7	23,1	33,6	20,5
Ege	76,9	68,8	44,4	37,3	35,9	30,9	36,9	14,0	23,2	21,8
Akdeniz	78,1	85,2	61,4	55,0	50,9	56,1	44,4	41,9	40,7	28,4
İç Anadolu	80,0	73,2	58,8	42,6	38,4	37,9	33,1	52,3	26,4	19,0
Karadeniz	78,4	84,1	46,4	51,8	38,2	46,0	40,4	40,4	28,1	22,6
Doğu Anadolu	74,6	90,1	34,3	28,2	21,7	19,7	18,6	41,4	15,7	14,5
Güneydoğu Anadolu	72,5	69,4	33,3	31,3	29,9	23,4	15,0	23,4	32,7	11,3
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>										
0-1000 TL	76,3	73,5	52,8	40,4	33,8	36,4	27,8	40,8	24,9	18,3
1001-2000 TL	79,0	73,7	51,7	41,4	40,3	37,0	38,4	29,0	29,9	22,0
2001-3000 TL	75,1	78,0	41,1	49,2	43,8	41,4	42,5	22,0	40,6	22,2
3001-4000 TL	67,7	73,5	41,8	42,1	46,9	45,4	42,9	17,0	37,8	9,4
4001-5000 TL	81,8	78,6	37,5	33,3	48,2	42,1	47,4	27,3	42,9	26,8
5001 TL ve üstü	52,4	78,6	41,5	47,6	45,2	40,5	51,3	15,0	52,4	22,0

## 5.41. Türkçeyi en iyi kullanan televizyon kanalı (%)



**5.42. Televizyonlarda öncelikli olarak yayınlanması istenilen program türleri (%)**  
(Birden fazla cevap verilebildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.)



#### 5.43. Yayınlarda rahatsız olunan görüntüler (%)

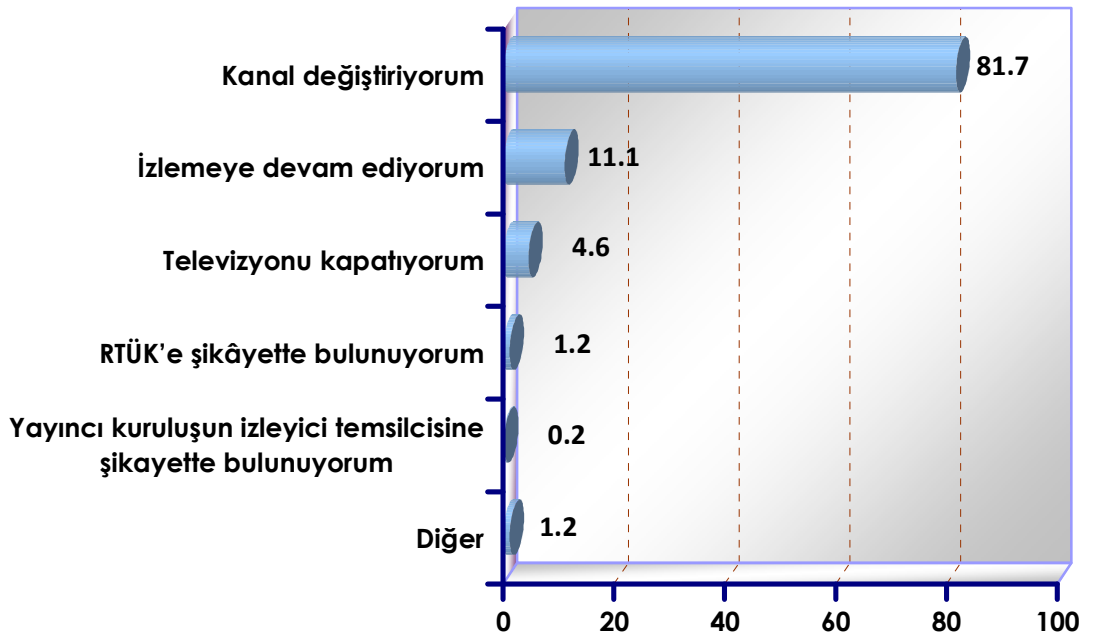
*Birden fazla cevap verilebildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.)*

	%
<b>Cinsel içerikli ve müstehcen görüntülerden</b>	49,3
<b>Şiddet görüntülerinden -korku, savaş, silah, kan-</b>	39,5
<b>Reklamlardan -reklamların uzun sürmesi, sık olması, aynı olması-</b>	16,9
<b>Küfürlü filmlerden -küfürlü-argo kelimeler konuşmalar-</b>	4,3
<b>Kadın, evlilik ve yarışma programları</b>	2,6
<b>Aile kavgaları ile ilgili görüntülerden -aile yapısına uymayan her şeyden-</b>	2,0
<b>Çocuk istismarına yönelik görüntülerden -çocuğa şiddet-</b>	2,0
<b>Yalan haberlerden</b>	1,7
<b>Sigara-alkol reklamları</b>	1,4
<b>Ürün satışı yapan programlar</b>	1,3
<b>Tartışma programları</b>	1,3
<b>Cinayet görüntülerinden</b>	1,2
<b>Dini istismar eden programlardan</b>	1,2
<b>Magazin programları</b>	1,2
<b>Tarafli yayınlardan</b>	1,0
<b>Diğer</b>	21,6

Ankete katılan deneklere, yayınlarda ne tür görüntülerden rahatsız oldukları sorularak elde edilen veriler incelendiğinde, , % 49,3 oranında cinsel içerikli ve müstehcen görüntülerden, % 39.5 oranında şiddet görüntülerinden ve % 16,9 oranında reklamlardan rahatsız olduğu gözlenmektedir.

**5.44. Yayınlarda rahatsız olunan görüntüler ile karşılaşıldığında sergilenen davranışlar (%)**

(Birden fazla cevap verilebildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.)



Araştırmaya katılan deneklere, "Televizyon izlerken sizi rahatsız eden görüntülerle karşılaştığınızda nasıl davranıyorsunuz?" sorusu sorularak, cevapların verilen seçeneklerden işaretlenmesi istenmiştir. Deneklerin % 81.7'si "hemen kanal değiştiririm" ifadesine katıldığını belirtmiş; "izlemeye devam ediyorum" ifadesine katılan denek oranı sadece % 11.1 olmuştur.

**ALTINCI BÖLÜM**

**TELEVİZYON İZLEME İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRMELER**

**6.1. Televizyon izlemenin etkilerine ilişkin kanaatler hakkındaki dağılım (%)**

	<b>Katılıyorum</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Fikrim Yok</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>Dünyadaki gelişmelerin takip edilmesini sağlar</b>	83,8	10,2	6,0	<b>100</b>
<b>Aile içi ilişkileri olumlu yönde etkiler</b>	32,3	53,9	13,7	<b>100</b>
<b>Arkadaşlar ile ilişkileri olumlu yönde etkiler</b>	28,2	57,1	14,7	<b>100</b>
<b>Sosyal gelişimi engeller</b>	52,7	33,3	14,1	<b>100</b>

Televizyon izlemenin etkilerine ilişkin olarak verilen kanaat cümlelerine katılım oranları incelendiğinde, “Dünyadaki gelişmelerin takip edilmesini sağlar” ifadesine katılım oranı % 83.8; “Aile içi ilişkileri olumlu yönde etkiler” ifadesine katılım oranı % 32.3; “Arkadaşlar ile ilişkileri olumlu yönde etkiler” ifadesine katılım oranı % 28.2; “Sosyal gelişimi engeller” ifadesine katılım oranı % 52.7 olarak tespit edilmiştir.

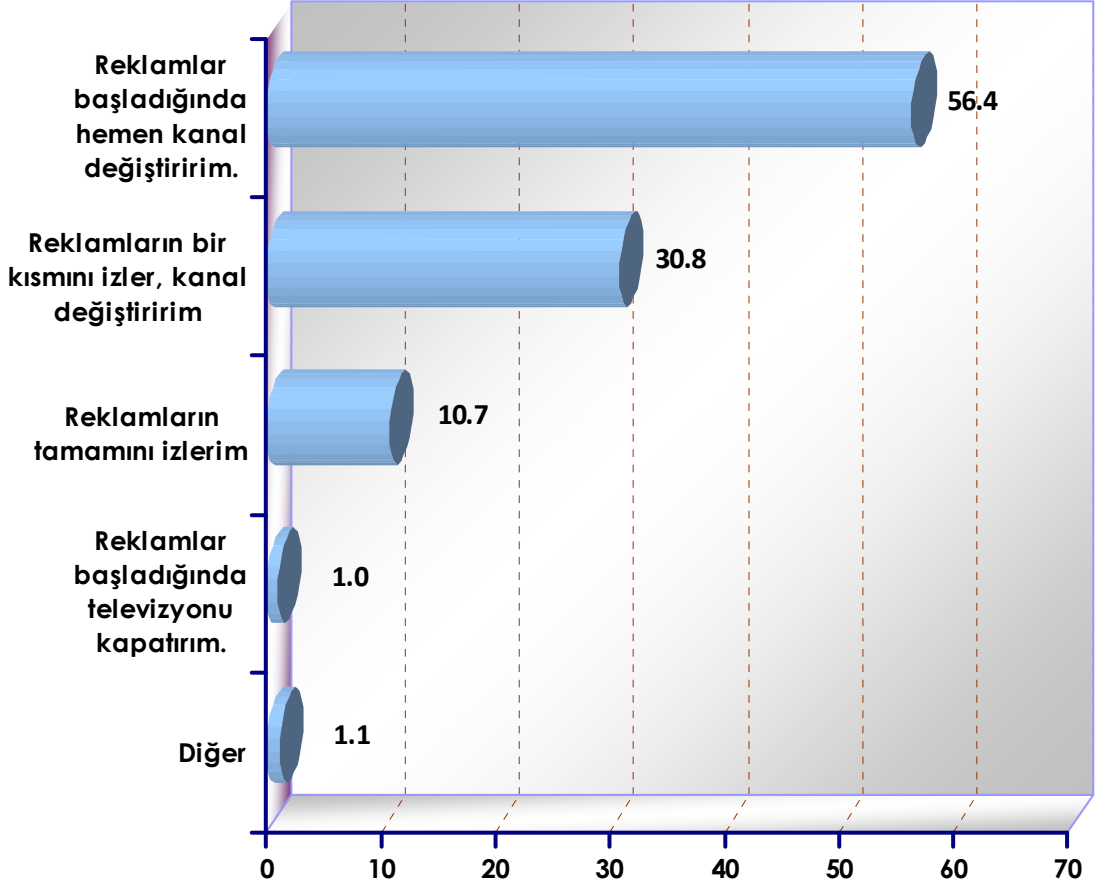


**6.2. Televizyon izleme alışkanlığı ile oluşan kanaatler hakkındaki dağılım (%)**

	Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	TOPLAM
<b>Toplumsal şiddeti artırır</b>	61,0	23,2	15,8	<b>100</b>
<b>İnsanları televizyona bağımlı hale getirir</b>	71,1	18,4	10,5	<b>100</b>
<b>Dil yapımızı olumlu etkiler</b>	38,4	44,9	16,8	<b>100</b>
<b>Kültür, örf ve adetlerin gelişmesine yardımcı olur</b>	38,2	45,9	15,9	<b>100</b>
<b>Tüketimi artırıp aile ekonomisini olumsuz etkiler</b>	53,0	32,0	15,0	<b>100</b>

Televizyon izleme alışkanlığı nedeniyle oluşturduğu düşünülen davranışlara ilişkin olarak verilen kanaat cümlelerine katılım düzeyine bakıldığında, “Toplumda şiddeti artırır” ifadesine katılım oranı % 61.0; “İnsanları televizyona bağımlı hale getirir” ifadesine katılım oranı % 71.1; “Dil yapımızı olumlu etkiler” ifadesine katılım oranı % 38.4; “Kültür, örf ve adetlerin gelişmesine yardımcı olur” ifadesine katılım oranı % 38.2; “Tüketimi artırıp aile ekonomisini olumsuz etkiler” ifadesine katılım oranı % 53.0 olarak gözlenmektedir.

Bu grupta verilen iki olumsuz kanaat cümlesine, ankete katılan deneklerin katılım oranı % 71.1 ve % 61.0 gibi yüksek oranlarda gerçekleşmiş; olumlu kanaat cümlelerine katılım oranları ise % 50'nin altında kalmıştır.

**6.3. Televizyon izlerken reklamlar çıktığında sergilenen davranışlar (%)**

Araştırmaya katılan deneklere, “Televizyon izlerken reklamlar çıktığında nasıl davranıyorsunuz?” sorusu sorularak, cevapların verilen seçeneklerden işaretlenmesi istenmiştir. Deneklerin % 56.4’ü “Reklamları gördüğümde hemen kanal değiştiririm” ifadesine katıldığını belirtmiş; % 30.8’i “Reklamları gördüğüm zaman bir kısmını seyrederek kanal değiştiririm” ifadesine katılmıştır. “Reklamları gördüğüm zaman tamamını izlerim” ifadesine katılan denek oranı sadece % 10.7’dir.

**6.4. Televizyon izlerken reklamlar çıktığında sergilenen davranışlar (%)**  
**2006-2009-2012 karşılaştırması**

	2012	2009	2006
<b>Reklamları gördüğüm zaman tamamını seyrederim</b>	10,7	10,0	19,5
<b>Reklamları gördüğüm zaman bir kısmını seyreder kanal değiştiririm</b>	30,8	25,2	34,6
<b>Reklamları gördüğümde hemen kanal değiştiririm</b>	56,4	60,3	40,4
<b>Reklamları gördüğümde televizyonu kapatırım</b>	1,0	4,0	3,0
<b>Diğer</b>	1,2	0,5	1,4

**6.5. Reklamlarda rahatsız olunan görüntüler (%)**

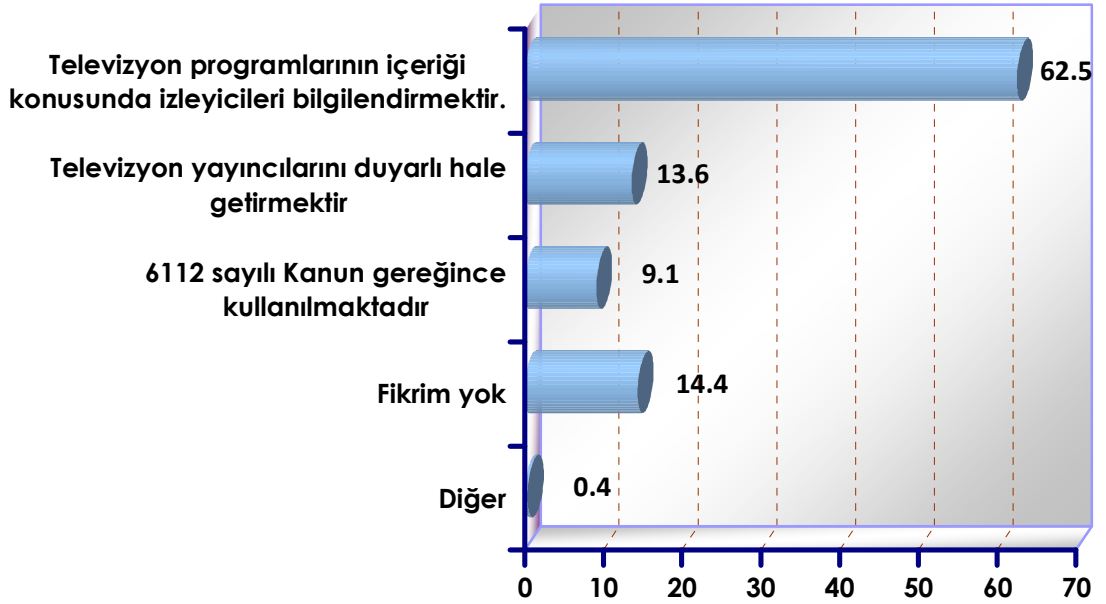
(Birden fazla cevap verilebildiğinden toplam % 100'ü geçmektedir.)

	%
<b>Reklamlardan -Reklamların uzun sürmesi, sık olması, aynı olması vb.-</b>	62,5
<b>Müstehcen görüntüler</b>	12,9
<b>Yanılıcı reklamlar</b>	4,5
<b>Gıda ürünleri</b>	4,4
<b>Reklamların çok abartılı olması</b>	4,1
<b>Ürün satışı yapan programlar</b>	4,0
<b>Kozmetik ürünleri</b>	2,9
<b>Aynı görüntülerin tekrar tekrar verilmesi</b>	2,2
<b>Ürünleri bayanların tanıtmaları, reklamlarda bayanların olması</b>	2,2
<b>Şiddet görüntüleri -korku, savaş, silah, kan-</b>	2,1
<b>Banka ve kredi-kredi kartı reklamları</b>	1,7
<b>Diğer</b>	19,5

Ankete katılan deneklere, reklamlarda ne tür görüntülerden rahatsız oldukları sorularak elde edilen veriler incelendiğinde, % 57,4 oranında aynı reklamın tekrar tekrar verilmesi ve uzun süreli reklamlardan rahatsız olduğu gözlenmektedir.

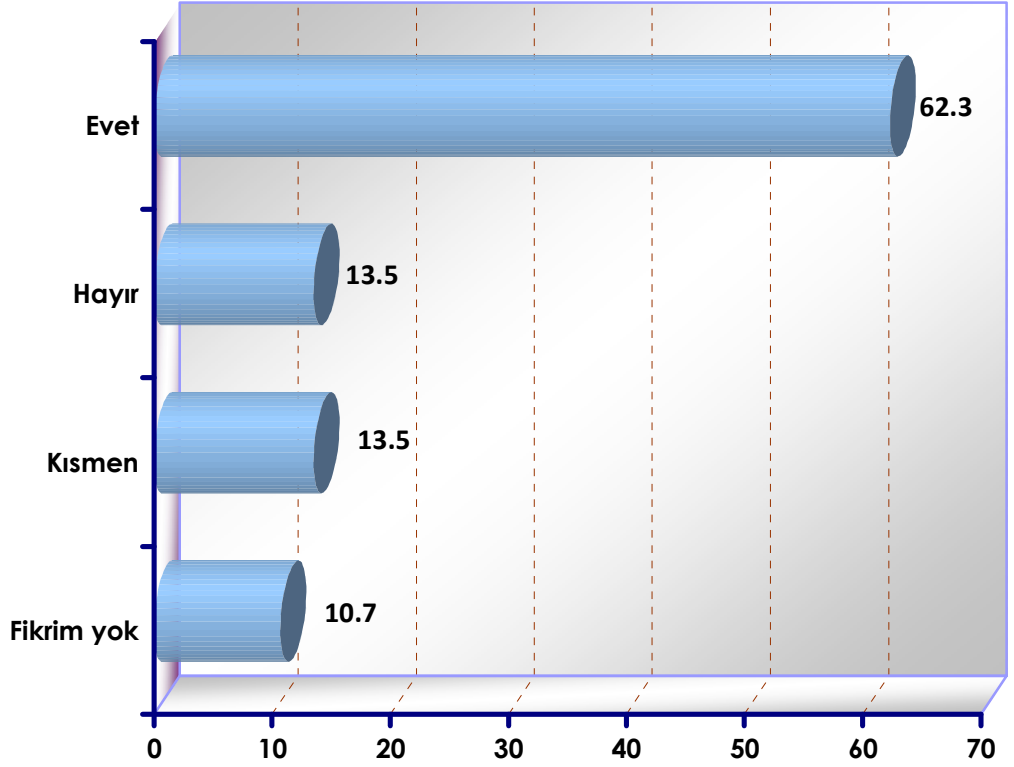
**YEDİNCİ BÖLÜM**

**KORUYUCU SEMBOL SİSTEMİ (AKILLI İŞARETLER)**

**7.1. Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretler) kullanılma amacı (%)**

Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretler) kullanılma amacına ilişkin düşüncelerin öğrenilmesi amacıyla oluşturulan sorunun cevapları üzerinde yapılan incelemede, koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretler) kullanımının bilinen en yoğun amacının % 62,5 ile “Televizyon programlarının içeriği konusunda izleyicileri bilgilendirmektir” ve % 13,6 ile “Televizyon yayıncılarını duyarlı hale getirmektir” olduğu gözlenmiştir.

## 7.2. “Koruyucu sembol sistemi (akıllı işaretler) uygulamasını faydalı buluyor musunuz?” (%)



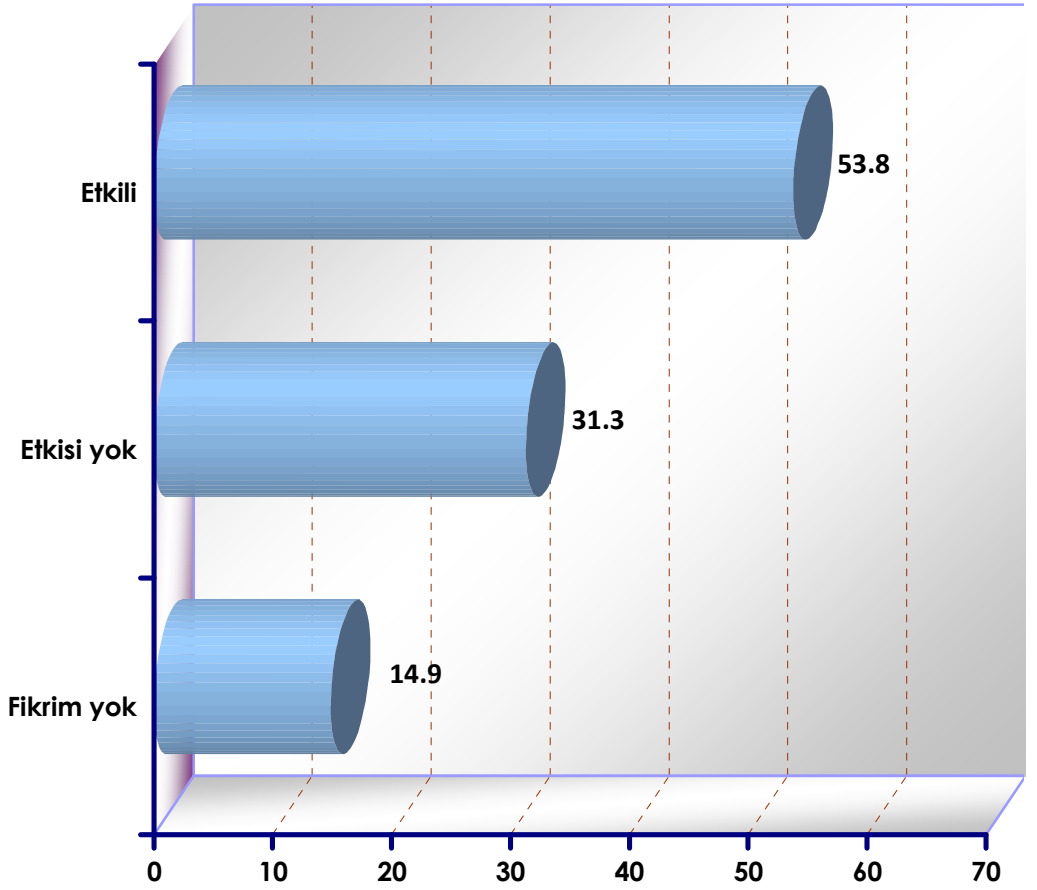
**7.3. “Koruyucu sembol sistemi (akıllı işaretler) uygulamasını faydalı buluyor musunuz?” sorusuna verilen cevapların, sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (%)**

	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Kismen</b>	<b>Fikrim yok</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>CİNSİYET</b>					
<b>Kadın</b>	61,4	12,6	13,7	12,4	<b>100</b>
<b>Erkek</b>	63,1	14,3	13,2	9,3	<b>100</b>
<b>YAŞ GRUPLARI</b>					
<b>15-20 arası</b>	65,3	16,7	11,3	6,7	<b>100</b>
<b>21-25 arası</b>	59,7	14,5	18,1	7,8	<b>100</b>
<b>26-30 arası</b>	68,7	11,5	12,7	7,1	<b>100</b>
<b>31-35 arası</b>	63,3	16,0	12,0	8,7	<b>100</b>
<b>36-40 arası</b>	60,9	12,4	15,3	11,4	<b>100</b>
<b>41-50 arası</b>	62,1	12,3	14,0	11,6	<b>100</b>
<b>51-60 arası</b>	57,8	11,6	12,3	18,3	<b>100</b>
<b>61 ve daha yukarı</b>	49,4	7,4	4,9	38,3	<b>100</b>
<b>MEDENİ DURUM</b>					
<b>Evli</b>	64,0	11,4	12,4	12,2	<b>100</b>
<b>Bekar</b>	61,6	16,2	14,7	7,5	<b>100</b>
<b>Dul / Boşanmış</b>	41,1	16,7	17,8	24,4	<b>100</b>
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>					
<b>Düşük eğitilmişler</b>	62,2	11,0	10,6	16,2	<b>100</b>
<b>Orta eğitilmişler</b>	64,0	16,0	14,9	5,1	<b>100</b>
<b>Yüksek eğitilmişler</b>	58,9	15,1	18,7	7,3	<b>100</b>
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>62,3</b>	<b>13,5</b>	<b>13,5</b>	<b>10,8</b>	<b>100</b>



7.3. “Koruyucu sembol sistemi (akıllı işaretler) uygulamasını faydalı buluyor musunuz?” sorusuna verilen cevapların, sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (%)  
(Devam)

	Evet	Hayır	Kısmen	Fikrim yok	TOPLAM
<b>MESLEK GRUPLARI</b>					
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	59,3	12,7	13,1	15,0	100
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	65,5	14,3	13,2	6,9	100
Mesleki prestiji yüksek olanlar	57,7	12,4	21,6	8,2	100
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>					
Marmara Bölgesi	57,5	18,0	16,5	8,1	100
Ege Bölgesi	68,3	12,9	7,1	11,7	100
Akdeniz Bölgesi	74,6	4,8	8,1	12,5	100
İç Anadolu Bölgesi	66,3	12,2	15,4	6,1	100
Karadeniz Bölgesi	66,7	9,2	14,9	9,2	100
Doğu Anadolu Bölgesi	43,7	12,7	7,0	36,6	100
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	53,8	6,9	10,0	29,4	100
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>					
0-1000 TL	63,6	8,2	10,5	17,7	100
1001-2000 TL	62,0	17,3	13,1	7,5	100
2001-3000 TL	60,2	11,6	20,4	7,8	100
3001-4000 TL	55,6	22,2	14,1	8,1	100
4001-5000 TL	68,4	12,3	15,8	3,5	100
5001 TL ve üstü	69,8	7,0	18,6	4,7	100
Türkiye ortalaması	<b>62,3</b>	<b>13,5</b>	<b>13,5</b>	<b>10,8</b>	<b>100</b>

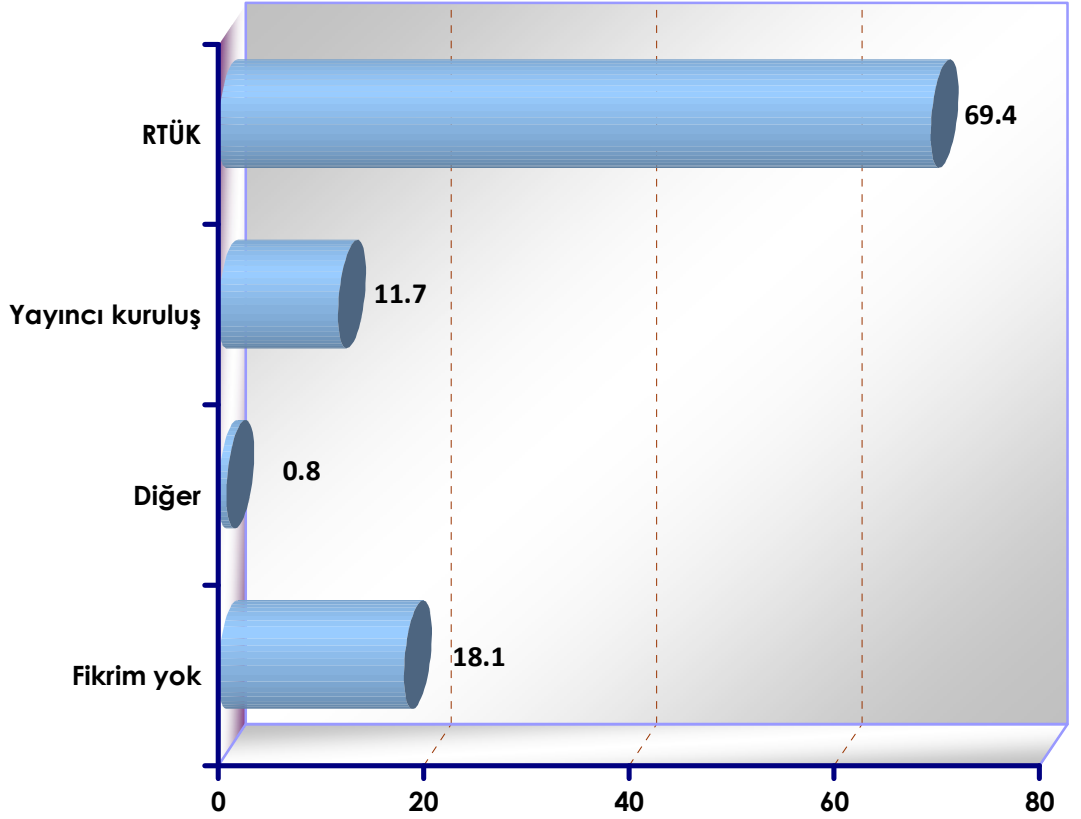
**7.4. “Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretlerin) program tercihlerine etkisi var mıdır?” (%)**

7.5. “Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretlerin) program tercihlerine etkisi var mıdır?” sorusuna verilen cevapların, sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (%)

	Etkili	Etkisi yok	Fikrim yok	TOPLAM
<b>CİNSİYET</b>				
Kadın	54,1	29,0	16,9	100
Erkek	53,6	33,5	12,9	100
<b>YAŞ GRUPLARI</b>				
15-20 arası	52,2	35,5	12,3	100
21-25 arası	52,2	34,9	12,9	100
26-30 arası	58,7	29,5	11,8	100
31-35 arası	59,3	30,7	9,9	100
36-40 arası	56,0	29,6	14,3	100
41-50 arası	53,6	31,0	15,4	100
51-60 arası	48,9	25,7	25,4	100
61 ve daha yukarı	35,8	30,9	33,3	100
<b>MEDENİ DURUM</b>				
Evli	55,8	28,6	15,7	100
Bekar	52,7	34,6	12,7	100
Dul / Boşanmış	34,4	40,0	25,6	100
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>				
Düşük eğitilmişler	51,4	28,9	19,7	
Orta eğitilmişler	57,9	32,1	10,0	100
Yüksek eğitilmişler	52,2	36,6	11,1	100
Türkiye ortalaması	<b>53,8</b>	<b>31,3</b>	<b>14,9</b>	100

**7.6. “Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretlerin) program tercihlerine etkisi var mıdır?” sorusuna verilen cevapların, sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (%) (Devam)**

	<b>Etkili</b>	<b>Etkisi yok</b>	<b>Fikrim yok</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>MESLEK GRUPLARI</b>				
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	50,4	30,1	19,5	<b>100</b>
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	57,1	32,4	10,4	<b>100</b>
Mesleki prestiji yüksek olanlar	54,6	32,0	13,4	<b>100</b>
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>				
Marmara Bölgesi	53,5	33,7	12,8	<b>100</b>
Ege Bölgesi	56,3	29,1	14,6	<b>100</b>
Akdeniz Bölgesi	63,6	19,1	17,3	<b>100</b>
İç Anadolu Bölgesi	55,9	33,7	10,4	<b>100</b>
Karadeniz Bölgesi	54,6	34,0	11,3	<b>100</b>
Doğu Anadolu Bölgesi	39,4	25,4	35,2	<b>100</b>
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	33,8	33,1	33,1	<b>100</b>
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>				
0-1000 TL	52,3	27,3	20,4	<b>100</b>
1001-2000 TL	53,8	35,0	11,2	<b>100</b>
2001-3000 TL	58,9	28,7	12,4	<b>100</b>
3001-4000 TL	51,5	32,3	16,2	<b>100</b>
4001-5000 TL	50,9	33,3	15,8	<b>100</b>
5001 TL ve üstü	58,1	37,2	4,7	<b>100</b>
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>53,8</b>	<b>31,3</b>	<b>14,9</b>	<b>100</b>

**7.7. Program için uygulanacak koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) seçimine karar verdiği düşünülen kuruluşlar (%)**








**7.8. Program için uygulanacak koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) seçimine karar verdiği düşünülen kuruluşların sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı**

	<b>RTÜK</b>	<b>Yayıncı kuruluş</b>	<b>Diğer</b>	<b>Fikrim yok</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>CİNSİYET</b>					
<b>Kadın</b>	66,8	11,2	0,7	21,4	<b>100</b>
<b>Erkek</b>	71,8	12,3	0,8	15,1	<b>100</b>
<b>YAŞ GRUPLARI</b>					
<b>15-20 arası</b>	73,3	11,6	0,5	14,7	<b>100</b>
<b>21-25 arası</b>	71,8	14,0	0,8	13,4	<b>100</b>
<b>26-30 arası</b>	74,9	10,9	0,9	13,3	<b>100</b>
<b>31-35 arası</b>	70,5	13,6	0,9	15,1	<b>100</b>
<b>36-40 arası</b>	70,4	10,7	-	18,9	<b>100</b>
<b>41-50 arası</b>	68,5	10,7	1,4	19,4	<b>100</b>
<b>51-60 arası</b>	59,3	11,2	-	29,5	<b>100</b>
<b>61 ve daha yukarı</b>	45,7	8,6	2,5	43,2	<b>100</b>
<b>MEDENİ DURUM</b>					
<b>Evli</b>	68,0	10,4	0,6	21,0	<b>100</b>
<b>Bekar</b>	72,2	14,0	1,0	12,8	<b>100</b>
<b>Dul / Boşanmış</b>	60,0	7,8	1,1	31,1	<b>100</b>
<b>EĞİTİM DÜZEYİ</b>					
<b>Düşük eğitilmişler</b>	62,4	11,8	0,4	25,4	<b>100</b>
<b>Orta eğitilmişler</b>	76,9	11,3	0,8	11,1	<b>100</b>
<b>Yüksek eğitilmişler</b>	73,8	12,5	1,7	12,1	<b>100</b>
<b>Türkiye ortalaması</b>	<b>69,4</b>	<b>11,7</b>	<b>0,8</b>	<b>18,1</b>	<b>100</b>

7.8. Program için uygulanacak koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) seçimine karar verdiği düşünülen kuruluşların sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (Devam)








	RTÜK	Yayın kuruluş	Diğer	Fikrim yok	TOPLAM
<b>MESLEK GRUPLARI</b>					
Ev hanımı, işsiz, öğrenci, vb.	63,8	11,7	0,7	23,8	100
Esnaf, sanatkar, işçi, memur	74,5	11,2	0,9	13,4	100
Mesleki prestiji yüksek olanlar	74,2	18,6	-	7,2	100
<b>COĞRAFİ BÖLGELER</b>					
Marmara Bölgesi	71,7	15,0	1,1	12,2	100
Ege Bölgesi	71,2	5,2	0,6	23,0	100
Akdeniz Bölgesi	73,5	5,1	-	21,3	100
İç Anadolu Bölgesi	74,0	10,8	0,8	14,4	100
Karadeniz Bölgesi	67,4	9,9	0,7	22,0	100
Doğu Anadolu Bölgesi	43,7	22,5	-	33,8	100
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	42,5	13,1	-	44,4	100
<b>GELİR DÜZEYLERİ</b>					
0-1000 TL	62,0	9,5	0,6	27,9	100
1001-2000 TL	70,0	14,6	0,5	15,0	100
2001-3000 TL	80,9	9,3	1,3	8,5	100
3001-4000 TL	75,8	10,1	1,0	13,1	100
4001-5000 TL	71,9	19,3	1,8	7,0	100
5001 TL ve üstü	83,7	4,7	4,7	7,0	100
Türkiye ortalaması	<b>69,4</b>	<b>11,7</b>	<b>0,8</b>	<b>18,1</b>	<b>100</b>

**7.9. Koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) bilinirlik düzeyi (%)**

		%
	Korku, şiddet	80,1
	Cinsel içerik	65,9
	Olumsuz örnek	39,4
	Genel izleyici	87,7
	7 yaş üstü	90,2
	13 yaş üstü	90,1
	18 yaş üstü	90,3



7.10. Koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) program içeriğine uygun kullanılıp kullanılmadığına ilişkin düşünceler (%)

	Doğru kullanılıyor	Bazen doğru kullanılıyor bazen kullanılmıyor	Doğru kullanılmıyor
	67,0	22,5	10,5
	58,1	28,6	13,3
	54,2	29,6	16,2
	69,0	21,0	10,0
	67,5	21,7	10,7
	68,0	21,7	10,3
	67,4	21,7	10,9

**7.11. Televizyon yayınları hakkında RTÜK'ten beklenti ve istekler (%)**

	%
Reklamların uzun olmaması	23.8
Genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı programların olmaması	11.1
Dizilere düzenleme getirilsin	8.8
Şiddet içeren görüntülerin kaldırılması	7.4
Cinsellik / müstehcenliğin kaldırılması	6.5
Sansürün kaldırılması	4.8
Daha fazla denetimin yapılması	3.9
Çocukların gelişimine uygun programların yapılması	3.4
Kaliteli yayınların yapılması	2.6
Tarafsız yayıncılık yapılması	1.9
Beklentim yok, güzel çalışıyorlar	1.5
Diğer	24.3
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

## TABLO VE GRAFİKLER

GİRİŞ .....	5
ARAŞTIRMANIN BULGULARI .....	7

### **BİRİNCİ BÖLÜM**

#### **ARAŞTIRMA BÖLGELERİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ**

1.1. Örneklemin illere göre dağılımı.....	32
1.2. Örneklemin coğrafi bölgelere göre dağılımı .....	33
1.3. Örneklemin cinsiyet, yaş grupları ve medenî durumlarına göre dağılımı.....	34
1.4. Örneklemin eğitim düzeyine göre dağılımı .....	35
1.5. Örneklemin meslek gruplarına göre dağılımı.....	35
1.6. Örneklemin yaşamakta olduğu yere göre dağılımı (%).....	36
1.7. Örneklemin gelir gruplarına göre dağılımı (%) .....	36

### **İKİNCİ BÖLÜM**

#### **SAHİP OLUNAN TELEVİZYON ADEDİ VE YAYINLARIN NEREDEN İZLENDİĞİ**

2.1. Sahip olunan televizyon adedine göre dağılım (%) .....	38
2.2. Televizyon/televizyonlardaki bağlantı türüne göre dağılım (%) .....	39
2.3. Televizyon yayınlarının takip edildiği cihaz türüne göre dağılım (%) .....	40

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

#### **HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK ORTALAMA**

3.1. Hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%) .....	42
3.2. Hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%) .....	42
3.3. Cinsiyete göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	43
3.4. Cinsiyete göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması .....	43
3.5. Yaş gruplarına göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	44
3.6. Yaş gruplarına göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması .....	44
3.7. Medenî duruma göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	45
3.8. Medenî duruma göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması .....	45
3.9. Eğitim düzeyine göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%) ..	46
3.10. Eğitim düzeyine göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması .....	46

3.11.Meslek gruplarına göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	47
3.12.Coğrafi bölgelere göre, hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	48
3.13.Coğrafi bölgelere göre, hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması.....	48
3.14.Gelir düzeyine göre hafta içi, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	49
3.15.Hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%).....	50
3.16.Hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (%).....	50
2006-2009-2012 karşılaştırması.....	50
3.17.Cinsiyete göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) ....	51
3.18.Cinsiyete göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması .....	51
3.19.Yaş gruplarına göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	52
3.20.Yaş gruplarına göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması .....	52
3.21.Medenî duruma göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	53
3.22.Medenî duruma göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması.....	53
3.23.Eğitim düzeyine göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	54
3.24.Eğitim düzeyine göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması.....	54
3.25.Meslek gruplarına göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	55
3.26.Coğrafi bölgelere göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	56
3.27.Coğrafi bölgelere göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) 2006-2009-2012 karşılaştırması.....	56
3.28.Gelir düzeyine göre hafta sonu, günlük ortalama televizyon izleme süresi (Saat) .....	57

### **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

#### **HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU TELEVİZYON İZLEME SAATLERİ**

4.1. Hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%) .....	60
4.2. Hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%) .....	61
2006-2009-2012 karşılaştırması .....	61

4.3. Cinsiyete göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%) ..62	62
4.4. Yaş gruplarına göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%).....63	63
4.5. Medenî duruma göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%).....64	64
4.6. Eğitim düzeyine göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%).....65	65
4.7. Meslek gruplarına göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%).....66	66
4.8. Coğrafi bölgelere göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%).....67	67
4.9. Gelir düzeyine göre hafta içi, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılım (%).....68	68
4.10.Hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%).....69	69
4.11.Hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%) 2006-2009-2012 karşılaştırması.....70	70
4.12.Cinsiyete göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%).....71	71
4.13.Yaş gruplarına göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%).....72	72
4.14.Medenî duruma göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%).....73	73
4.15.Eğitim düzeyine göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%).....74	74
4.16.Meslek gruplarına göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%).....75	75
4.17.Coğrafi bölgelere göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%).....76	76
4.18.Gelir düzeyine göre hafta sonu, televizyon izlenen saat dilimlerine göre dağılımı (%).....77	77

### **BEŞİNCİ BÖLÜM**

#### **TELEVİZYON KANALLARINI TERCİH DÜZEYİ**

5.1. En çok televizyon izlenen günler (%).....80	80
5.2. En çok izlenen televizyon kanalları (%).....81	81
5.3. En çok izlenen televizyon kanalları (%) 2006-2009-2012 karşılaştırması.....82	82
5.4. Yalnızca bir televizyon kanalı seyredilebilse, örneklemin tercih edeceği kanal (%).....83	83
5.5. Cinsiyete göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%).....84	84
5.6. Yaş gruplarına göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%).....85	85

5.7. Medenî duruma göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%) .....	86
5.8. Eğitim düzeyine göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%) .....	86
5.9. Meslek gruplarına göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%).....	87
5.10.Coğrafi bölgelere göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%) .....	88
5.11.Gelir düzeyine göre TV kanallarını tercih etme düzeyi (%).....	89
5.12.TRT kanallarının tercih edilme nedenleri .....	90
5.13.Kanal D'nin tercih edilme nedenleri (%) .....	90
5.14.ATV'nin tercih edilme nedenleri (%) .....	91
5.15.SHOW TV'nin tercih edilme nedenleri (%).....	91
5.16.STAR TV'nin tercih edilme nedenleri (%) .....	92
5.17.Samanyolu TV'nin tercih edilme nedenleri (%) .....	92
5.18.Yabancı dilde yayın yapan kanalları izleme düzeyi (%).....	93
5.19.En çok izlenen yabancı dilde yayın yapan televizyon kanalları (%) .....	93
5.20.Yerli dizileri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	94
5.21.Yerli dizileri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) .....	95
5.21.Yerli dizileri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) (Devam).....	96
5.22.Türk filmlerini izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	97
5.23.Türk filmlerini izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) .....	98
5.23.Türk filmlerini izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (Devam).....	99
5.24.Haberleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%).....	100
5.25.Haberleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) .....	101
5.25.Haberleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) (Devam) .....	102
5.26.Spor programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	103
5.27.Spor programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) .....	104
5.27.Spor programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) (Devam).....	105
5.28.Dinî programları izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	106
5.29.Dini programları izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) .....	107
5.29.Dini programları izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına ve sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılım (%) (Devam).....	108

5.30.Yabancı filmleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	109
5.31.Açık oturum programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	110
5.32.Belgeselleri izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	111
5.33.Yarışma programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	112
5.34.Müzik/Eğlence/Klip programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	113
5.35.Magazin programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	114
5.36.Güldürü/Talk Show programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	115
5.37.Kadın kuşak programlarını izleyenlerin tercih ettiği televizyon kanalına göre dağılım (%) .....	116
5.38.Televizyon programlarının izlenme sıklığı (%) .....	117
5.39.Televizyon programlarının izlenme sıklığı (%) .....	118
2006-2009-2012 karşılaştırması.....	118
5.40.Televizyon programlarının izlenme sıklığının sosyo ekonomik göstergelere göre dağılımı (%) .....	119
5.40.Televizyon programlarının izlenme sıklığının sosyo ekonomik göstergelere göre dağılımı (Devam) (%).....	120
5.41.Türkçeyi en iyi kullanan televizyon kanalı (%) .....	121
5.42.Televizyonlarda öncelikli olarak yayınlanması istenilen program türleri (%).....	122
5.43.Yayınlarda rahatsız olunan görüntüler (%) .....	123
5.44.Yayınlarda rahatsız olunan görüntüler ile karşılaşıldığında sergilenen davranışlar (%) .....	124

### **ALTINCI BÖLÜM**

#### **TELEVİZYON İZLEME İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRMELER**

6.1. Televizyon izlemenin etkilerine ilişkin kanaatler hakkındaki dağılım (%).....	126
6.2. Televizyon izleme alışkanlığı ile oluşan kanaatler hakkındaki dağılım (%) .....	127
6.3. Televizyon izlerken reklamlar çıktığında sergilenen davranışlar (%).....	128
6.4. Televizyon izlerken reklamlar çıktığında sergilenen davranışlar (%) 2006-2009-2012 karşılaştırması.....	129
6.5. Reklamlarda rahatsız olunan görüntüler (%).....	130

**YEDİNCİ BÖLÜM****KORUYUCU SEMBOL SİSTEMİ (AKILLI İŞARETLER)**

7.1. Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretler) kullanılma amacı (%) .....	132
7.2. "Koruyucu sembol sistemi (akıllı işaretler) uygulamasını faydalı buluyor musunuz?" (%) .....	133
7.3. "Koruyucu sembol sistemi (akıllı işaretler) uygulamasını faydalı buluyor musunuz?" sorusuna verilen cevapların, sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (%) .....	134
7.3. "Koruyucu sembol sistemi (akıllı işaretler) uygulamasını faydalı buluyor musunuz?" sorusuna verilen cevapların, sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (%) (Devam).....	135
7.4. "Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretlerin) program tercihlerine etkisi var mıdır?" (%).....	136
7.5. "Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretlerin) program tercihlerine etkisi var mıdır?" sorusuna verilen cevapların, sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (%) .....	137
7.6. "Koruyucu sembol sisteminin (akıllı işaretlerin) program tercihlerine etkisi var mıdır?" sorusuna verilen cevapların, sosyo-ekonomik göstergelere göre ..... dağılımı (%) (Devam) .....	138
7.7. Program için uygulanacak koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) seçimine karar verdiği düşünülen kuruluşlar (%) .....	139
7.8. Program için uygulanacak koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) seçimine karar verdiği düşünülen kuruluşların sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı.....	140
7.8. Program için uygulanacak koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) seçimine karar verdiği düşünülen kuruluşların sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımı (Devam).....	141
7.9. Koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) bilinilirlik düzeyi (%) .....	142
7.10.Koruyucu sembollerin (akıllı işaretlerin) program içeriğine uygun kullanılıp kullanılmadığına ilişkin düşünceler (%).....	143
7.11.Televizyon yayınları hakkında RTÜK'ten beklenti ve istekler (%) .....	144