

CİNSEL EĞİTİMDE TELEVİZYONUN ROLÜ

THE ROLE OF TELEVISION IN SEX EDUCATION

Doç. Dr. İsmihan ARTAN
Hacettepe Üniversitesi
Eğitim Fakültesi
Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Bölümü

ÖZ

İçinde bulunduğumuz yüzyılda medyanın, diğer bir deyişle kitle iletişim araçlarının gücü inkâr edilemez. Bu araçların en güçlüsünün de televizyon olduğu söylenebilir. Televizyon, günümüz çocuk ve gençlerinin yaşamına çok erken dönemlerde girmektedir. Bununla beraber televizyondaki haber, beyaz dizi, çocuk programları, reklamlar, klipler, talk şovların cinsel mesajlar içerebildiği görülmektedir. Bu nedenle televizyonun cinsel gelişim ve eğitim üzerindeki etkileri olduğu düşünülmüş ve bu etkileri incelemek amacı ile pek çok çalışma yürütülmüştür. Çalışmaların sonucunda araştırmacıların bir kısmı televizyonun cinsel gelişim üzerinde olumlu, bir kısmı ise olumsuz etkileri olduğunu savunmaktadırlar. Ancak her iki koşulda da çocukların cinsel rolleri kazanmaları üzerinde etkili olduğu görülmektedir. O halde özellikle ülkemiz gibi cinsellikle ilgili konuların ayp, yasak hatta günah olarak düşünüldüğü ülkelerde televizyon sahipleri, yöneticileri, genel yayın yönetmenleri, yapımcılarına büyük ve önemli sorumluluklar düştüğü göz ardı edilmemelidir.

ABSTRACT

In the current century the power of the media, in other words the power of tools of public communication, cannot be denied. It can be stated that the most powerful of these tools is television. Television can be said to enter the lives of children and young people at very early stages. Additionally, it has been observed that news on television, soap opera, childrens' programs, advertisements, video clips, and talk shows may contain messages related to sex. That is why it has been thought that television has an impact on sexual development and education and a number of studies have been done to research its effects. In these studies some researchers have been defending the positive effects of television on sexual development while others have been defending the negative effects. Yet, in either case television is accepted to be effective on children's acquisition of sexual roles. It should not be ignored that owners of televisions, administrators, and directors of general broadcasting have responsibilities especially in countries like ours where the subjects related to sex are considered shameful, sinful or are banned.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda medyanın, diğer bir deyişle kitle iletişim araçlarının gücü inkâr edilemez. Bu araçlar pek çok bilgi, haber, yorum yanında cinsel mesajları da insanlara taşımaktadırlar. Yetişkinler ve çocuklar bir gün boyunca pek çok kez cinsel uyarıcılar ile karşılaşmaktadırlar. Bu uyarıcılar ve beraberindeki cinsel mesajlar yaşamın davetsiz ve kaçınılmaz konuklarıdır denebilir. Magazinler, gazeteler, radyo, televizyon, video, posterler, billboardlardaki reklamlar, sinema, takvimler ve son yıllarda yaşamımıza giren internet bu taşıma görevini ısrarla yapmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının en güçlülerinden birinin televizyon olduğu söylenebilir. Toplumsal gündemi hemen hemen dünyanın her yerinde televizyonun saptadığı savunulmaktadır. Televizyon izleme çok küçük yaşlarda başlamaktadır. Carroll ve Wolpe yaptıkları bir araştırmanın sonucunda 2-5 yaş grubu çocukların haftada 28 saat, ergenliktekilerin ise haftada 22 saat televizyon izlediklerini bulmuşlardır. Liseyi bitirme yaşındaki gençlerin toplam 15.000 saat televizyon seyrettikleri

bulunmuştur. Bu sürenin gençlerin o güne kadar aldıkları sınıf eğitiminden daha uzun olduğunu tespit edilmiştir (Thema Larousse, 1994a; Carroll ve Wolpe, 1996: 697).

Televizyonun cinsel gelişim ve eğitim üzerindeki rolü ile ilgili pek çok çalışma yapılmıştır. Araştırmacılar birbirleri ile çelişen görüşler savunmaktadırlar. Bir yandan televizyonun olumlu etkilerinden söz edilmektedir; çünkü televizyon bir anlamda bir cinsel eğitimci rolünü üstlenmektedir. Televizyonun ulaşılabilirlik, doğruluk, popülerlik özelliklerinin yanı sıra cinsel konularda utanmaya yol açmadan uygun bir dille bilgiler verme özelliği de vardır. Gençlere kız-erkek arkadaşlığı, iletişim, cinsel ilişki hakkında pek çok sözel ve görsel model sunar. Diğer yandan da televizyonun olumsuz etkilerinden söz edilmektedir. Televizyondaki mesajların çok fazla sayıda olduğuna ve bunların zararlı olabileceğine inananlar da vardır (Ward ve Rivadeneyra, 1999: 237).

Bu nedenle ABD, İngiltere, Fransa, Almanya, İsveç, İspanya, Kanada, İtalya, İsviçre, Portekiz, Japonya gibi pek çok ülkede TV'deki cinsel içerikli yayınları denet-

leyen kuruluşlar vardır. Bu alanda ülkemizin henüz televizyon ile tanışmadığı 1939 yılında "Filmlerin ve Film senaryolarının kontrolüne dair nizamname" karışımıza çıkmaktadır. Ankara'da 31 Ocak 1968 tarihinde başlayan ilk yayımdan bugüne de yayınları denetleme ile ilgili çeşitli uygulamalar görülmektedir (Thema Larousse, 1994b; İşçibaşı, 1998: 17-79).

Pek çok çalışmacı, çocukların cinsel rolleri kazanmasında aile, yaşlılar ve kitle iletişim araçlarının etkili olduğunu savunmaktadırlar (Kunkel ve ark, 1999: 230). Ve son 25 yılda basılı ve görsel medyadaki cinsel sunumların arttığı görülmektedir (Carroll ve Wolpe, 1996: 686). Bu sunumlar toplumun cinselliğe karşı tutumlarını nasıl etkilemektedir? Bu cinsellik içeren mesajlar aile yaşamını olumsuz yönde etkilemekte, rasgele cinsel ilişkiyi teşvik etmekte midir? Bunlar dikkatle ele alınması, tartışılması ve uygun tedbirlerin alınmasını gerektiren sorulardır.

Televizyonda cinsellik pek çok program tipinde görülebilmektedir; komedi programları, haber programları, beyaz diziler, televizyon filmleri, müzik klipleri, reklamlar, hatta çizgi filmler bile cinsellikle ilgili mesajlar taşıyabilmektedirler. Bunlardaki mesajların mutlaka cinsel görüntü içermeleri gerekmez. Bazen aile yaşamı ile ilgili tabular, kurallar da öyle algılanmasa bile cinsellikle ilgili mesajlar taşıyabilir. Örneğin homoseksüelliğin kötü bir şey olduğunun söylenmesi de cinsel içeriklidir.

Beyaz dizilerde ana temalardan birinin ihanet olduğu görülmektedir. Pek çok karakter arasında ya şimdi, ya geçmişte aşk ilişkisi olmuştur. İhanet, hamilelik, kıskançlık, intikam, ele verme sık sık gözlenir. Bunlarla beraber cinsiyet rolleri basmakalıptır. Erkekler, kadınlardan daha baskın ve agresiftirler.

İlişkiler genelde fırtınalı ve kısa sürelidir. Pek çok ilişkide memnuniyet, tam anlamıyla aradığını bulma yoktur. Cinsel ilişki açıkça gösterilmese de karakterler yatakta gösterilerek, neler olduğu anlatılır.

ABD'de televizyonda gösterilen beyaz diziler incelendiğinde her saatte 2.4 kez evli olmayan 2 kişi arasında cinsel ilişki; her saatte 1.4 kez tecavüz; her saatte 1.1 kez öpüşme; her saatte 0.72 kez evli çiftler arasında cinsel ilişkiye yer verildiği bulunmuştur. (Greenberg ve Woods, 1999: 253).

Greenberg ve Woods (1999: 256) ergenlik dönemindeki gençlerin televizyondaki beyaz dizilerden şu mesajları alacaklarını düşünmektedirler:

Kadın-erkek ilişkisi zordur ve sürekli ilgi gerektirir.

Bir ilişkiyi sürdürmekte cinsellik çok önemlidir.

Cinsel ilişki birden oluverir, bir plan yapmak gerekemeyebilir.

Cinsel ilişki evlenmeden önce daha eğlencelidir.

Evlilik pek uzun sürmez.

Aşık olmasan bile cinsel ilişki olabilir.

Cinsel ilişki için beklemeye gerek yoktur.

Cinselliği isteklerini elde etmek için kullananlar her zaman isteklerini elde ederler.

Bazı haber programları da cinsel mesajlar taşır. Haber programlarında da tecavüz, çocukların cinsel istismarı, pornografi, yakalanan hayat kadınları gibi pek çok cinsel içerikli konu görülebilmektedir (Strong ve ark., 1996: 11-15, 17).

Reklamların da cinsel rol kazanma sürecini etkilediği savunulmaktadır. Televizyonun çocukların tutumlarının oluşumunda önemli bir rol üstlendiği düşünülmektedir (Kaufman, 1999: 440).

Kadınların daha çok güzellik ürünleri, temizlik maddeleri ve ev aletleri ile ilgili reklamlarda; erkeklerin ise araba, seyahat ve içki reklamlarının yasak olmadığı ülkelerde içki reklamlarında rol aldıkları görülmektedir (Santrock, 1994: 380).

Postman, günümüzde ABD'de 12-13 yaşındaki kız çocuklarının en yüksek ücretli modeller arasında yer aldıklarını ve bu kızların tüm görsel iletişim araçlarında yayınlanan reklamlarda yaşından büyük ve cinsel çekiciliğe sahip yetişkinlerin giysileri ile rahat ve erotik bir hava içinde halka sunulduğunu belirtmektedir (Orhan, 1997: 49).

Çocuklara yönelik bazı programlarda da problem olduğu söylenebilir. Eğitici programlar, çizgi filmlerde (Carroll ve Wolpe, 1996: 698) kadın karakterlerin lider rolü almadıkları görülmektedir. Örneğin, Susam Sokağında pek çok etnik gruptan, her iki cinsiyette de karakterler olmasına rağmen en dikkati çeken kuklalar olan Kermit, Edi, Būdü, Minik Kuş erkektir. Televizyon yapımcıları, erkek çocukların lideri kız olan çizgi filmleri izlemeyeceklerini ancak, kızların lideri erkek olan çizgi filmleri izleyeceklerini belirtmektedirler. Bu durumda ekonomik kaygılar devreye girmekte ve yönlendirici olmaktadır. Dietz ve Strasburger 1991 yılında yürüttükleri bir çalışmada çocuk programlarının 38 saatlik bir gözlemi sonucu 1145 karakterden % 75'inin erkek olduğunu bulmuşlardır. Bu karakterlerin yaklaşık % 1'i yaşlıdır ve hemen hemen hiçbiri şişman değildir. % 90'ı beyaz, % 6'sı Afrikalı, % 6'sı diğer etnik gruplardandır.

Bu arada bir problem de dikkat çekmektedir. Çizgi filmlerdeki "kötü karakter"("bad guy") çoğunlukla yabancı kökenlidir ve beyaz ırktan değildir. Karakterlerin çoğunlukla üst SED'den olduğu da tespit edilmiştir (Carroll ve Wolpe, 1996: 699). Ülkemizde üretilen çocuk programlarının sayıca azlığı nedeni ile televizyonlarımızdaki pek çok çocuk programı yabancı kaynaklıdır. Bu nedenle bu bulgular ülkemizde yürütülen bir çalışmanın sonucunda elde edilmemiş olsalar da verilerin çok fazla değişmeyeceği düşünülebilir.

Televizyon çocuklar için çok etkili bir öğrenme aracıdır ve bazı müzik kanallarının da cinsellikle ilgili mesajlarla dolu olduğunu savunulmaktadır (Carroll ve Wolpe, 1996: 699).

MTV'de 110 müzik klipi ile bir araştırma yapılmış % 57'sinde kadınların cinsel bir obje olarak gösterildiği, sadece % 14'ünde erkeklerle eşit rolde yer aldıkları bulunmuştur (Strong ve ark., 1996: 16).

Bazı talk şovlarda da cinsel konuşmalar, mesajlar ağırlıktadır. Bunlar seyircinin ilgisini takrik etmek için sık kullanılmaktadır (Strong ve ark., 1996:16).

Pek çok okulöncesi çocuğu için televizyon "elektronik bir babysitter" olarak tanımlanabilir. Pek çok aile bu şekilde rahat etmekte, zaman bulabilmektedirler (Stewart ve Friedman, 1987: 405). Oysa televizyonun etkileri göz ardı edilmemelidir.

Televizyon bugünkü çocuk ve gençlerin yaşamına çok erken dönemlerde girmekte ve pek çok etkiyi de beraberinde getirmektedir. Kaiser Family Foundation'ın 1998 yılında yaptığı bir çalışmada gençlerin % 40'ı kız veya erkek arkadaşları ile konuşurlarken medyadaki cinsel sunumlardan etkilendiklerini belirtmişlerdir (Kunkel ve ark., 1999: 230).

Yürütülen bazı araştırmalarda ergenlik döneminde cinsel içerikli televizyon programları seyretme ile erken dönemde cinsel ilişkiye girme arasında korelasyon olduğu bulunmuştur (Kunkel ve ark, 1999: 230).

Televizyon insanlara evinde rahat koltuğunda otururken dünyayı ayaklarına getirme konforunu sağlamıştır. Ama televizyonda görülen gerçek yaşamın sadece küçük bir dilimidir; televizyon gerçek yaşamı kendi bakış açısından insanlara sunmaktadır. Örneğin televizyonda gün boyu pek çok cinsel mesaj, cinsel ilişki, cinsel haber görülmektedir; ancak, bunlarla ilgili tartışma, bilgilendirme, korunma, bu davranışların ahlaki boyutu, cinsel yolla bulaşan hastalıklar, istenmeyen hamilelikler, iktidarsızlık, pişmanlık gibi konulara çok az rastlanmaktadır. Film ve dizilerde pek çok çift kısa bir

tanışmanın ardından cinsel ilişkiye girebilmekte ve aralarında duygusal bir ilişki oluşması için kendilerine yeterli zamanı tanımamaktadırlar. Pembe dizilerde evlilik dışı cinselliğin karı-koca arasındaki cinsellikten 8 kat fazla işlendiği belirlenmiştir. (Carroll ve Wolpe, 1996: 689).

Televizyonda herhangi bir program izlerken anneler bazen onun cinsel içeriğinin farkında olmayabilirler. Programda cinsel davranışlar, cinsel konuşmalar, fikirler, mesajlar olabilir. ABD'de yürütülen bir çalışmada 1000'den fazla program incelenmiştir. Programların % 57'sinde cinsellikle ilgili konuşmalar olduğu bulunmuştur (Kunkel ve ark.,1999: 232).

Bazı araştırmacılar ise televizyonun cinselliğe bakış açısı ile çok televizyon seyreden ergenlerin daha çok oranda cinsel ilişki denemeleri arasında bir ilişki olduğunu belirtmektedirler (Carroll ve Wolpe, 1996: 699).

Steenland çocuk ve gençlere yönelik 200'den fazla televizyon programını incelemiş ve ana tema olarak hiçbirinde dışı bir karakterin akademik bir girişimi, işi ile ilgili planları olmadığını bulmuştur. Bunun yerine TV programlarındaki genç kadınların, moda, flört, giyim kuşam gibi konularla ilgilendiği bulmuştur (Carroll ve Wolpe, 1996: 698).

Televizyon ve filmlerde "cinsellik satar" fikrine inandığı ve bu nedenle cinselliğin bol bol kullanıldığı görülmektedir. Amerikan halkının televizyonda her saat 27 tane cinsel davranış örneği gördükleri belirlenmiştir (Carroll ve Wolpe, 1996: 689).

Bunun yanında gerçekte düşünüldüğünde reklamlar ve toplum arasında karşılıklı bir etkileşimden de söz edilebilir. Toplumların da reklamlar üzerinde etkili olduğu görüşü savunulmaktadır (Kaufman, 1999: 442).

Cinsellik konusunda bir topluma "doğal" gelenin başka bir toplum için doğal olmayabileceği unutulmamalıdır. Örneğin pek çok toplum için öpüşmek normaldir. Ancak Amazon'da yaşayan Mehinaku'lar öpüşmeyi iğrenç ve tiksindirici bulmaktadırlar. Kültürün de cinselliği yönlendirdiği unutulmamalıdır (Strong ve ark., 1996: 21).

Pollner (1982) bir çalışmasında televizyondaki evli ve bekâr erkeklerin ele alınışını değerlendirmiştir. Evli erkeklerin tenkit edilen, tuzağa düşürülmüş olarak, bekâr olanların ise olumlu bir şekilde resmedildiği, örneğin özgür, mutlu ve heyecanlı bir yaşam sürdürdükleri bulunmuştur. Küçük erkek çocuklar için mesaj çok açıktır: Bekâr kalın (Kaufman, 1999: 442).

Zaman içinde medyada sunulan cinsel rollerde bir değişim olup olmadığı da incelenmiştir. Sternglanz ve Serbin 1970'lerde en çok izlenen saatlerdeki programlarda erkeklerin % 70 oranında olduğunu bulmuşlardır. Erkekler işgücü olarak ele alınırken, kadınlar ev kadını veya romantik rollerdedir. Aynı zamanda erkekler daha agresif olarak ele alınmıştır. 1950'ler ve 1980'lerde ele alınan erkek imajında çok az bir fark olduğu bulunmuştur. Her ne kadar bazı reklamlarda kadın ve erkek rolleri hemen hemen eşitmiş gibi ele alınsa da aralarında hâlâ farklılıklar olduğu görülmektedir. Erkekler çalışırken kadınlar daha çok eş veya anne ve genelde herhangi bir mesleği olmayan bir rolde görülmektedirler. Erkeklerin baba ve eş rolünde artış vardır; ancak, erkekler hala ev dışında görülmekte ve ev dışı ürünlerin reklamlarında rol almaktadırlar (Kaufman, 1999: 442).

Kaufman (1999 : 449-450) araştırmasında, televizyon reklamlarında erkek ve kadınların aile içindeki rollerinin farklı sunulduğunu bulmuştur. Örneğin temizlik maddeleriyle ilgili reklamlar % 79-80 oranında kadınlar; % 20-21 oranında erkekler tarafından yapılmaktadır. Bulaşık yıkama % 93 oranında kadınlar, % 7 oranında erkekler tarafından yapılmaktadır.

Annelerin daha çok yemek yedirmek, ilaç içirmek, burnunu silmek, çocuğunun uykusu için endişelenmek rollerinde olduğu görülmüştür. Babaların % 41'inin çocuklarına bir şey okur veya öğretirken görülmesine karşın, anneler bu rolde % 14 oranında görülmektedirler (Kaufman, 1999: 452).

Kaufman'ın önemli bulgularından biri de reklamlarda erkeklerin/babaların çoğunlukla kız çocuklar ile değil, erkek çocuklar ile görülmesidir (Kaufman, 1999: 454).

Neil Postman çocukların televizyonda yetişkinler için yayınlanan film ve programları izlediklerini, bu durumun çocukluk ve yetişkinlik yaşının küçülmesine, çocukların büyüklere özenerek onlar gibi giyinip, onlar gibi yetişkinlere hitap eden şarkılar söylemelerine, cinsellik yaşının küçülmesine ve minyatür yetişkinlerin ortaya çıkmasına sebep olduğunu belirtmektedir (Orhan, 1997: 19).

Ergenlerin oda kültürleri ile ilgili yapılan çalışmada da gençlerin medyadaki imajlardan ve öykülerden etkilendikleri bulunmuştur. Gençlerin medyadan edindikleri sosyokültürel bilgilerden etkilendikleri belirtilmektedir (Steele, 1999: 331).

O'Bryant ve Corder-Bolz'a göre reklamların ilkököl çocuklarının kadınların mesleki rolleri ile ilgili bakış açıları üzerinde olumsuz etkileri vardır ve kızlar

reklamlarda sunulan rollere göre kendi meslek tercihlerini değiştirebilmektedirler. Kimball ise televizyonun etkisine açık kalan çocukların cinsel rolleri adeta bir şablondan çıkmışçasına algıladıklarını savunmaktadır (Kaufman, 1999: 440).

Zillman ve Bryant'ın 1984 yılında yaptıkları bir deneyde, deneklere farklı miktarlarda erotik materyal izlettirilmiş ve bu seansın ardından izledikleri kurgusal bir tecavüz olayında, tecavüz eden kişiye ne kadar hapis cezası verdikleri sorulmuştur. Deneklerin erotik materyale maruz kalma süreleri arttıkça verdikleri hapis cezasının o kadar azaldığı, bir başka deyişle, deneklerin erotik materyale maruz kalma süreleri arttıkça tecavüz suçuna toleranslarının da o kadar arttığı bulunmuştur. Bu ilişkinin hem kadın hem de erkek denekler için aynı olduğu, yalnızca aynı miktarda erotik materyal izleyen kadın ve erkek deneklerde, kadınların toleransının erkeklerle göre daha düşük kalabildiği gözlenmiştir (Köksal, 1997: 10).

Ülkemizde pek çok alanda çalışan araştırmacı, televizyonun çocuklar üzerindeki etkilerini saptamaya yönelik çalışmalar yapmışlardır. Araştırmalar sonucunda bir kısmı olumlu, bir kısmı olumsuz etkileri olduğunu bulmuşlardır (Orhan, 1997: 19-22).

Orhan, 1997 yılında "televizyonda yayınlanan şiddet, cinsel ve dini içerikli filmlerin ve çizgi filmlerin çocukların dini duyguları üzerine etkisi"ni incelemek amacıyla ile Ankara ilinde 300 ilköğretim çocuğu ile çalışmıştır. Araştırmanın sonucunda çocukların televizyonda en çok dikkatlerini çeken görüntünün öncelikle kavga, ikinci sırada komedyenler ve üçüncü sırada % 13.0 oranında öpüşme sahneleri olduğu bulunmuştur. Bunun yanında çocukların televizyonda yayınlanan ve içerisinde cinsel konuşmalar, şakalar ve görüntülerin olduğu eğlence programları ve sinema filmleri de seyrettikleri ortaya çıkmıştır (Orhan, 1997: 26,36,51).

Bülbül, televizyonun eğitim amaçlı kullanıma en uygun, en uygun kitle iletişim aracı olduğunu belirtir. Çok sayıda bireye aynı anda seslenebildiğini ve bunun eşit koşullar altında geniş kesimlerin çeşitli ihtiyaçlarını karşıladığını savunur. Eğitimde fırsat eşitliğinin gelecekte okul eğitiminin ekonomik nedenlerle yetersiz kaldığı pek çok ülkede televizyon yayınları ile yaratılabildiğini belirtmektedir (Bülbül, 1992: 31).

Bülbül'ün sözlerinden yola çıkıldığında televizyonun çok uygun bir eğitim aracı olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar da televizyonun cinsel eğitim üzerinde olumlu ya da olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymaktadır. O halde televizyon sahipleri, yöneticileri, genel

yayın yönetmenleri, yapımcıları ve tüm diğer çalışanları önemli bir sorumlulukla karşı karşıyadırlar. Özellikle ülkemiz gibi cinsel eğitim konusuna tedirgin, çekingen, korkak yaklaşılan, ayıp, günah sayılan ülkelerde bu sorumluluk daha da artmaktadır. Sorumluluğun kapsamında sadece çocuk ve gençler değil, her yaştan, her sosyoekonomik ve sosyokültürel düzeyden insanların olması gerektiği düşünülmelidir. Televizyon ulaşabilirlik özelliği çok yüksek bir kitle iletişim aracıdır. Bu nedenle ülkemizdeki tüm insanların yararına daha fazla özenle, sevgiyle, saygıyla, bilgiyle, dürüstlikle, iyi niyetle sunulmasının yarınlarımıza ışık tutacağı unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Bülbül, Mustafa. (1992) "TRT Televizyonunda Okul-öncesi Çağ Çocuklarına Yönelik Program Çalışmaları", 8. YA-PA Okulöncesi Eğitimi ve Yaygınlaştırılması Semineri Kitabı, İstanbul, YA-PA Yayınları.

Carroll, Janell L.; Wolpe, Paul Root. (1996) *Sexuality and Gender in Society*, U.S.A., Harper Collins College Publishers.

Greenberg, Bradley S.; Woods, Mark G. (1999) "The Soaps: Their Sex, Gratifications and Outcomes", *The Journal of Sex Research*, Vol. 36; n:3, pp: 250-257.

İşçibaşı, Yaprak. (1998). "Televizyonda Müstehcenlik, İzleyicinin Kabul Sınırları", Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir.

Kaufman, Gayle. (1999) "The Portrayal of Men's Family Roles in Television Commercials", *Sex Roles*, Vol: 41, n: 5/6, pp: 439-458.

Köksal, Şehnaz. (1997) "İletişim Sürecinde Porno-

grafik-Erotik Görsel Materyal ve Cinsel Şiddet", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Kunkel, Dale; Cope, Kirstie M.; Biely, Erica. (1999) "Sexual Messages on Television", *The Journal of Sex Research*, vol: 36, n:3, pp:230-236.

Orhan, Eftal. (1997) "Televizyonda Yayınlanan Şiddet, Cinsel ve Dini İçerikli Filmlerin ve Çizgi Filmlerin Çocukların Dini Duyguları Üzerine Etkisi", Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Santrock, John W. (1994) *Child Development, Sixth Edition*, U.S.A., Brown and Benchmark Publishers.

Steele, Jeanne Rogge. (1999) "Teenage Sexuality and Media Practice: Factoring in the Influences of Family, Friends and School", *The Journal of Sex Research*, vol:36, n:4, pp:331-341.

Stewart, Alison Clarke; Friedman, Susan. (1987) *Child Development: Infancy Through Adolescence*. U.S.A., John Wiley and Sons.

Strong, Bryan; DeVault Christine; Sayad, Barbara Werner. (1996) *Core Concepts in Human Sexuality*, U.S.A., Mayfield Publishing Company.

Thema Larousse: *Tematik Ansiklopedi*. (1994a) Medya, Milliyet Yayınları, Cilt: 5, s: 512-513.

Thema Larousse: *Tematik Ansiklopedi*. (1994b) Medya, Televizyon, Milliyet Yayınları, cilt:6, s: 454.

Ward, L. Monique; Rivadeneyra, Rocio. (1999) "Contributions of Entertainment Television to Adolescents' Sexual Attitudes and Expectations. The Role of Viewing Amount Versus Viewer Involvement", *The Journal of Sex Research*, Vol: 36, n:3, pp: 237-249.