

**EBEVEYNLERİN TELEVİZYON REKLAM İÇERİKLERİNİN  
ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİ ETİK AÇIDAN  
ALGILAMALARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

*A Study About Parent's Ethical Perceptions of The Effects Of Tv  
Advertising Contents on Children*

*Yusuf KARACA\**  
*Asuman PEKYAMAN\*\**  
*Hatice GÜNEY\*\*\**

**ÖZET**

Reklamlar satışları artırma ve hedef kitlenin firma ve ürünleri lehine olumlu davranışta bulunması amacı ile yapılır. Bununla beraber reklamlar hazırlanırken bazı ilkeleri de göz önünde tutmak gerekir. Özellikle çocuklara yönelik yapılan reklamlardan çocukların olumsuz bir şekilde etkilenmemesi için verilecek mesaj ve uygulanacak reklam tekniklerinin iyi seçilmiş olması gerekir. Bu çalışmanın amacı, 4-13 yaş arası çocuk sahibi ailelerin televizyon reklamlarının çocuklar üzerindeki etkilerini algılamalarını etik açıdan değerlendirmektir. Genellikle toplumda ailelerin, televizyon reklamlarının çocukları olumsuz etkilediği yönünde bir görüş vardır. Bu görüşün etik açıdan boyutlarını tespit etmek amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket program yardımı ile frekans analizi ve faktör analizine tabi tutulmuştur. Bulunan sonuçlara göre genellikle ailelerin görüşü; reklamların çocuklara zarar verdiği ve reklamların etik açıdan problemli olduğu yönündedir.

**Anahtar Kelimeler:** Reklam, reklam etiği, reklamın olumsuz etkileri

**ABSTRACT**

Advertisements aim to increase sales and to encourage development of positive attitudes in the target groups in favor of firms and their products. However, in seeking for these goals, advertisements should take certain principles into account. Particularly, when the target group is children, in order not to affect the children negatively, the message and the techniques of the advertisements should be chosen carefully. This study examines the ethical perceptions of parents of children in 4-13 years of age group on how the content of the advertisements on TVs affect their children. In general,

---

\* Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.Fakültesi, İşletme Bölümü

\*\* Arş. Grv., Afyon Kocatepe Üniversitesi A.M.Y. Okulu, Turizm Otelcilik Bölümü

\*\*\* Arş. Grv., Afyon Kocatepe Üniversitesi A.M.Y. Okulu, Turizm Otelcilik Bölümü

parents perceive the effect of TV advertisements on their children negatively.

**Key Words:** Advertisement, advertisement ethics, negative effects of advertisement.

\*\*\*