

Geliş Tarihi:

15.08.2022

Kabul Tarihi:

06.09.2023

Yayımlanma Tarihi:

29.09.2023

Kaynakça Gösterimi: Gökmen, E. (2023).  
Televizyonda reality showların kadın izleyiciler  
için anlamları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(47), 705-742.  
doi:10.46928/iticusbe.1161367

## TELEVİZYONDA REALİTY SHOW'LARIN KADIN İZLEYİCİLER İÇİN ANLAMLARI

*Araştırma*

Esmâ Gökmen 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

[esma.gokmen@omu.edu.tr](mailto:esma.gokmen@omu.edu.tr)

Esmâ Gökmen, Ondokuz Mayıs Üniversitesi'nde Dr. Öğretim Görevlisidir. İletişim çalışmaları, medya, televizyon ve sinema alanlarında araştırmalar yapmakta ve dersler vermektedir.

**Not:** Araştırmada 10 kadın izleyici ile görüşülebilmesi için Ondokuz Mayıs Üniversitesi'nden Etik Kurul Onayı alınmıştır (Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Kararları, 30.06.2022, Toplantı Sayısı:6, Karar No: 2022-613).

# TELEVİZYONDA REALİTY SHOW'LARIN KADIN İZLEYİCİLER İÇİN ANLAMLARI

Esma Gökmen  
[esma.gokmen@omu.edu.tr](mailto:esma.gokmen@omu.edu.tr)

## Özet

Özel televizyon kanallarında hafta içi gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality Show programlarının ele alındığı bu çalışmada, kadın izleyicilerin bu tür programlara yönelik ilgisinin nedenleri araştırılmıştır.

**Amaç:** Özellikle kadınlar tarafından yoğun biçimde izlendiği düşünülen bu programların, kadın izleyicilerin zihnindeki anlamlarını belirlemek, onlar için ne ifade ettiğini ortaya çıkarmak hedeflenmektedir. Çalışma, ticari birer program olarak üretilen gündüz Reality Showlarının, kârı maksimize etmek için yapılandırılan biçim ve içeriklerinin izleyicideki anlam örüntülerini ortaya çıkarmak ve izleyicinin bu programlara dair düşüncelerini açığa çıkarmak üzere gerçekleştirilmiştir.

**Yöntem:** Bu çerçevede nitel araştırma tekniklerinden biri olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma evreni Türkiye'de özel televizyon kanallarında yayınlanmakta olan Reality Show programlarını izleyen kadın izleyicilerdir. Bu evren içinden "amaçlı örneklem" tekniği kullanılmak suretiyle seçilen 10 kadın izleyici ile görüşülmüştür. Kadınların hafta içi günde en az 2 saat bir ya da daha fazla Reality Show programını izlemeleri, ölçüt olarak belirlenmiştir. Bu nedenle bu ölçüte uyan kadın izleyiciler amaçlı olarak belirlenmiş ve yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

**Bulgular:** Elde edilen verilere göre, kadınların gündüz Reality Showlarını yoğunlukla olumsuz olarak değerlendirdikleri ve bu programların onları negatif etkilediği bilgisine ulaşılmıştır. Kadınlar, gündüz Reality Showlarında izledikleri hikâyelerden zaman zaman olumlu dersler çıkarsalar da genel olarak bu programların toplumdaki bireylere zarar verdiğini ve kötü örnek teşkil ettiğini düşünmektedir. Kadınların Reality Showları, belirli bir farkındalıkla izledikleri ancak, bu farkındalığın bu tür programları izlemeyi sonlandıracak bir boyut içermediği de ifade edilebilir.

**Özgünlük:** Çalışmanın özel televizyon kanallarının en çok seyredilen program türlerinden biri olan Reality Show'ların, bu programları yoğun olarak seyreden kadın izleyicilerdeki anlam örüntülerini ortaya çıkaracak olması ve kadınlarda ne tür etkiler oluşturduğunu belirleyerek bilimsel veriler sunması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın, ulaşılan verilerin bu tür programlara karşı izleyicide bir farkındalık yaratacak olması ve literatürde bu tür akademik çalışmaların son dönem televizyon kültürü bağlamında yeterli düzeyde yer almaması açısından özgün olduğu düşünülmektedir. Çalışma, bir izleyici çalışması olması ve izleyicilerin Reality Showlarla ilgili farklı düşüncelerini günümüz koşulları bağlamında açığa çıkarması nedeniyle de literatüre katkı sağlayacaktır.

**Anahtar Kelime:** Televizyon, Reality Show, Kadın İzleyici, Görüşme.

**JEL Sınıflandırması:** Z00

# THE MEANING OF REALITY SHOWS ON TELEVISION TO FEMALE AUDIENCES

## **Abstract**

In this study, which deals with reality show programs broadcast on weekdays on private television channels, the reasons for the interest of female viewers in such programs are investigated.

**Purpose:** It is aimed to determine the meanings of these programs, which are thought to be watched heavily by women, in the minds of female viewers and to reveal what they mean to them. The study was carried out in order to reveal the meaning patterns of the format and content of the daytime reality shows produced as commercial programs, which are structured to maximize profit, and the viewer's thoughts about these programs.

**Method:** In this framework, the interview technique, which is one of the qualitative research techniques, was used. The population of the research is the female viewers who watch the reality show programs broadcast on private television channels in Turkey. 10 female viewers selected from this universe by using the "purposive sampling" technique were interviewed. It was determined as a criterion for women to watch one or more reality show programs for at least 2 hours a day on weekdays. For this reason, female viewers who met this criterion were determined and face-to-face interviews were conducted.

**Results:** According to the data obtained, it was found out that women mostly evaluated daytime reality shows negatively and these programs affected them badly. Although women sometimes learn positive lessons from the stories they watch in daytime reality shows, they generally think that these programs harm individuals in the society and set a bad example. It can also be stated that women watch reality shows with a certain awareness, but this awareness does not include a dimension that will end watching such programs.

**Originality:** It can be stated that the study is important in terms of revealing the meaning patterns in the female audience who watch these programs intensively on reality shows, one of the most watched program types of private television channels, and presenting scientific data by determining what kind of effects they have on women. It is thought that the study is original in that the data obtained will create an awareness in the audience against such programs and that such academic studies are not sufficiently included in the context of recent television culture in the literature. The study will also contribute to the literature as it is an audience study and reveals the different thoughts of the audience about Reality Shows in the context of today's conditions.

**Keywords:** Television, Reality Show, Female Audience, Meeting.

**JEL Classification:** Z00

## GİRİŞ

Televizyon kanallarında gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality Show programları izleyiciler tarafından en çok izlenen ve en yüksek izlenme oranlarına ulaşan program türleri arasında yer almaktadır. Özellikle kadın izleyicilerin gündüz kuşağında ilgi ile izledikleri ve bu nedenle “kadın programları” olarak da ele alınan Reality Showlar, özel televizyon kanallarının sıklıkla ekrana getirdiği ve uzun yıllardır yayınına devam edilen programlar arasında yer almaktadır. Gerçek ile kurgunun iç içe geçtiği bu tür programlar yayınlanmaya başladığı günden itibaren yüksek bir izleyici ilgisi ile karşılaşmış, bu durum yapımcıları ve programcıları bu türe daha çok yöneltmiş ve sözü edilen ilgi her geçen gün artarak devam etmiştir.

Günümüz dünyasında medyanın önemi bilhassa bireylerin algı, fikir ve inançlarını şekillendirebilme gücüne dayanmaktadır. Ekonomik ve politik amaçların gerçekleştirilmesi sürecinde öncelikle akla gelen medyadır. Bu sebeple medyayı kontrol altına alarak tüm toplumların amaçları, fikirleri ve algılarını etkileme düşüncesi çoğu güç sahiplerince medyayı vazgeçilmez hale getirmekte ve medya sistemi toplumun güç beklentilerinin temel işareti ve ortamı olmaktadır (Katırcıoğlu, 2011, s. 13). Medya toplum ilişkileri düzeyinde gerçekleştirilen analizlerde televizyonun kitle iletişim araçları içerisinde özel bir yere sahip olduğu ifade edilmektedir. Bunun sebeplerinden biri televizyonun içsel özelliklerine dayanır. Farklı bir sebebiyse televizyonun toplumu etkileme gücünün yüksek oluşu ve gündelik hayatta yoğun olarak kullanılması ile ilişkilidir (Kaya, 2001, s. 202).

Özel televizyon kanallarının tecimsel örgütlenmeleri, üretilen programların da aynı ticari yapının birer ürünü olmasına neden olmaktadır. Reality Showlar hiç kuşkusuz böyle bir sistemin çıktısı olarak ortaya çıkmıştır. Kısa süre içerisinde bu programlar izleyici kitlenin ilgisini çekerek kâra ulaşmanın en temel araçlarından biri haline gelmiştir. Bu bağlamda, özel televizyon kanallarında hafta içi gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality Show programlarının ele alındığı bu çalışmada, kadın izleyicilerin bu tür programlara yönelik ilgilerinin nedenleri araştırılmıştır. Özellikle kadınlar tarafından yoğun biçimde izlendiği düşünülen bu programların kadın izleyicideki anlam örüntülerini belirlemek, neden ilgi ile izlendiğini ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Çalışma, ticari birer program olarak üretilen gündüz Reality Showlarının, kârı maksimize etmek üzere yapılandırılan biçim ve içeriklerinin, izleyicideki anlam örüntülerini ve izleyicinin bu programlara dair düşüncelerini açığa çıkarmak üzere gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler bu tür programların izleyiciyi hangi açılardan etkilediğini ve nasıl anlamlar ürettiğini ortaya çıkarmamızı sağlamıştır. Böylece ticari bir endüstrinin ürünü olan Reality Showların kadınlar zihnindeki etki ve anlamlarına ulaşılmıştır.

Araştırma evreni özel televizyon kanallarında gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality Show programlarını izleyen kadın izleyicilerdir. Araştırmanın kadın izleyiciler üzerine yapılmasının nedeni, yapılan ön araştırmada, özel televizyon kanallarında gündüz kuşağında yayınlanan Reality Showların yoğunlukla kadınlar tarafından izlendiğinin tespit edilmesidir. Bu programlar gündüz saatlerinde evde ya da işte bulunan kadınlar tarafından yoğun olarak izlendiği ve bir tür kadın programı olarak ele

alındığı için araştırma evreni kadın izleyicilerle sınırlı tutulmuştur. Bu evren içinden “amaçlı örneklem” tekniği kullanılmak suretiyle seçilen 10 kadın izleyici ile görüşme yapılmıştır. Tashakkori ve Teddlie’e göre, bu teknikte araştırmacı ilk olarak rastgele yöntemler aracılığıyla evren içerisinden bir örneklem seçmekte ve ardından örneklem içerisinden araştırmaya en fazla katkı sağlayacağını düşündüğü küçük bir alt grup belirlemektedir (akt. Baltacı, 2018, s. 258). Özel televizyon kanallarında gündüz kuşağında, Reality Show programları yoğunlukla reklam gelirleri açısından majör televizyon kanallarında yayınlanmakta olduğu için araştırma evreni Kanal D, Atv, Show Tv, Tv 8 ve Fox Tv’de yayınlanmakta olan Reality Showlar ile sınırlandırılmıştır. Bu çerçevede araştırmanın, Türk özel televizyonlarında en çok seyredilen program türlerinden biri olan Reality Showların, kadın izleyiciler açısından günümüz ekonomik, politik, toplumsal ve kültürel koşullarında ne tür anlamlar içerdiğini ve onlarda hangi zihinsel ve davranışsal örüntüleri ortaya çıkardığını belirleyecek olması açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## **BİR TELEVİZYON TÜRÜ OLARAK REALİTY SHOWLAR**

Türkiye’de özel televizyon yayıncılığının tecimsel yapılanması, dünyada televizyonda tecrübe edilmiş ve başarılı olmuş türlerin yeni versiyonlarının yapılmasının itici gücünü oluşturmuştur. Bu çerçevede, 1990’lı yılların yaygın türü olarak Reality Show programları ortaya çıkmış ve oldukça hızlı bir gelişme göstermiştir (Adaklı, 2001, s. 243). Tür sözcüğü Fransızca kökenli bir sözcüktür. Edebiyat, film veya televizyon incelemelerinde daha geniş kapsamlı biçimde ele alınır. Tür kavramı, benzersiz olmayan edebiyat yapıtlarının, filmlerin ve televizyon programlarının sınıflandırılmasını sağlar. Bu bakımdan tür teorisine göre bir ürün ilgili başka bir ürün grubu içerisinde yer alabilir (Feuer, 2005, s. 104). Gittlin’e göre (1994, s. 23), televizyon yayıncılığı ağı, genel itibariyle dev şirket politikalarını ve tüketici kapitalizm kültürünü temel alan bir takım tür ve biçimlere dayanmaktadır. Rose ve Edgerton’a (2005, s. 6) göre de, 1980’li yılların ortalarından beri televizyonda tür programlaması çok net biçimsel kategoriler ya da kesin biçim ve içerik kuralları temelinde yapılmamaktadır. Burton’a göre (2010, s. 100) türler endüstriler için büyük bir fayda üretir, çünkü çoğunlukla yüksek kâr sağlarlar. Kârı yüksektir; çünkü seyirci sürekli olarak onlar adına ödemedede bulunur. Seyirci haz aldığı ve tatmine ulaştığı için tür materyali onu etkiler ve seyirci buna istinaden ödeme yapar. Üreticileri için ise türleri üretmek iyidir, çünkü bu materyali seyirci iyi bilir ve onun ne şekilde olacağını kestirir. Tür materyallerinde dekorlar ve setin öteki unsurları sonradan da kullanılabilir. Genel olarak türler seyircinin inandıklarını ve inanmak istediklerini onaylar ve ekrana getirir.

Televizyon kanallarında tür sınıflandırması yapılırken herhangi bir programın bir tür içine alınması veya o türün dışında tutulması oldukça zordur ve bunun net bir kuralı söz konusu değildir. Bunun tespitinin de günümüzde yayıncılık açısından olanaklı olmadığı düşünülmektedir. Tür tanımları yaygın şekilde sistematize ya da kategorize etmek suretiyle yapılmaktadır. Oysa aynı programların

farklı ülkelerde ya da zamanlarda farklı türler içinde ele alınması mümkündür. Bu anlamda literatürde Reality Tv türü ile ilgili kesin bir tanıma ulaşmak olanaklı değildir (Yıldırım ve Esen, 2018, s. 489).

1980'li yılların ortalarından itibaren “gerçeklik programları” olarak sınıflandırılan program türü, gerek Amerika gerekse Avrupa televizyonlarına girmiştir. ABD ve Avrupa’da çok sayıda televizyon kuruluşu bundan böyle kendine has reality programlarını üretmeye başlamış ve “Realite Televizyonu” kavramı geçerlilik kazanmıştır (Kilborn, 1994, s. 421). Türkiye’de ilk Reality Show, 5 Mayıs 1993’de Show Tv’de yayınlanmaya başlayan “Sıcağı Sıcağına” isimli programdır. Bu yapımın izlenme oranlarının yüksekliği diğer kanalları da etkilemiş ve formatın dünyada yapılan örneklerine de bakılarak farklı versiyonları yapılmıştır: “Söz Fato’da, Kayıp Aranıyor, Yangın Var, Alo Polis, Mahkeme Kapısı, Prizma, Böyle Gitmez, Operasyon” bunlardan bazılarıdır (Adaklı, 2001, s. 244).

Reality Showların ortaya çıkan ilk versiyonları “gazetelerin üçüncü sayfa haberi” olarak isimlendirilen haber formatının televizyona yansıtılmış örnekleriydi. Bu program türü içinde muhabirlik mesleği, polisliğe özenilen bir üslupla gerçekleştirilmekteydi. Nitekim televizyonun toplumsal adaleti mümkün kılmak adına devletin güç mekanizmaları ile ilişkisi, yalnızca bir öykünme ilişkisi olmaktan çıkmıştı. Bu türde bir ilk olan “Sıcağı Sıcağına” programının yapım şirketi Senkron Tv’de de diğer yapımçı şirketlerde de telsizler devamlı açık tutulmuş, İstanbul’da meydana gelen olaylar izlenerek ilginç olanlara ekipler gönderilmiştir. Reality Show üreten şirketler yapım şirketi yerine adeta işlek birer karakol gibiydi. Televizyon kuruluşlarının devletin güç aygıtları ile kurmuş oldukları bu tür bir ilişki, vaka yerine giden muhabir ve sunucuların müdahaleci ve sorgulayıcı üsluplarıyla desteklenmekteydi. Reality Show programlarının ilk örnekleri tecimsel yayıncılığın başlangıç yıllarında devlet tekeline karşı ortaya atılan “çokseslilik”, “tarafsızlık”, “haberde gerçeklik” gibi söylemlere dayandırılmaktaydı. Nitekim bu ilk programlar bir süreliğine önemli bir kâr sağlamayı başardılar. Reality Showların bu ilk versiyonları yoğun biçimde canlandırmalara ve garip hayali öykülerden oluşan bir programcılık formatına da yön verdi (Çelenk, 2005, s. 212).

Özel televizyon yayıncılığı ile birlikte Reality Showlar dönem dönem biçim değişikliğine uğramış ve farklı formatları ile karşılaşmıştır. Sıcağı Sıcağına gibi polis-muhabir ilişkisiyle sürdürülen programlar yerine bir süre sonra “Yaşam Öyküleri” olarak sınıflandırılan farklı biçimler ortaya çıkmıştır. “Film Gibi”, “Karar Anı”, “Reha Muhtar’a İtiraf” bunlardan bazılarıdır. Bu tür programlarda adli suçlar yerine aile içi ilişkilerde yaşanan ayrılıklar ve vicdani konular ele alınmaktaydı. Reality Showların diğer bir biçimi ise dünya televizyonları ile aynı dönemde yayınlanan ve Türkiye’de de büyük bir ilgi ile karşılanan yarışma formatlı programlardır. 2000’li yılların en çok izlenen programlarından biri ve Avrupa televizyonlarından ithal edilmiş olan “Biri Bizi Gözetliyor” bu formatın en bilinen örneğidir: “Seriyaliteyi, yarışmacılığı, realite’yi ve show’u” anlatsal açıdan bir araya getiren bu yeni formatın kısa süre içinde “Dokun Bana”, “Kaçak”, “101 Milyon” gibi yeni örnekleri de yayınlanmıştır (Çelenk, 2005, s. 212-213).

### ***Reality Showların Temel Özellikleri***

Kilborn (1994, s. 423) “reality programlar” kategorisi olarak sınıflandırdığı programların özelliklerini şöyle ifade eder:

- a.) Hafif video ekipmanlarının yardımıyla bireylerin ya da grupların hayatlarındaki olayların kaydedilmesi,
- b.) Çeşitli formlarda dramatize edilmiş canlandırma biçimleri aracılığıyla gerçek yaşamdaki olayları taklit etme girişimi,
- c.) Bu materyallerin, uygun şekilde düzenlenmiş olarak, gerçeklik etkisini artıracak biçimde bir araya getirilmesi, çekici bir biçimde paketlenmiş bir televizyon programına dönüştürülmesi.

Reality programların temel unsurlarını meydana getiren olaylar, oldukça farklı birey eylemlerini içerir. Bunlar gerek sıradan gerekse kahramanlık içeren olaylar olabilir. Aynı zamanda, hangi konu ele alınırsa alınsın televizyon seyircisi izlediği hikâye ile basitçe ilişki kurabilir. Nitekim genellikle bu tür programların etkileyici yönü, anlatılan olayların evde onu izleyen bireylerin de başından geçmiş olabileceğidir. Reality programların gerek format gerekse içerik açısından ne kadar farklılaşsa da, kimi ortak yanları sürdürülür. Her biri betimlenen olayların gerçekliği hususunda birtakım iddialar öne sürer ve ulaştıkları materyalden en yüksek eğlenceye erişmeyi hedeflerler. Bu yolla, reality ürününün “paketleme”si bu tür içinde yer alan program malzemelerinin üretiminde önemli bir rol oynar. Eğlencenin televizyondaki hakimiyeti düşünüldüğünde, programın temposunu ve görsel heyecanı sağlayabilmek için çağın teknolojisinin tüm kaynaklarından yararlanır. Reality Show üretenler seyircinin dünyaya dair algılarına hükmetmekten çok, olayların oldukça bireyselleştirilmiş hesaplarını üretmeye çalışır. Yapılması istenen, hafif, basitçe anlaşılabilir ve izleyiciyi bir diğer hafta tekrar getirmesi garantili bir program yapmaktır (Kilborn, 1994, s. 424-426).

Çaplı ve Dündar (1995) Reality Showları şöyle anlatmaktadır:

Yazılı basındaki ‘polis adliye muhabirlerinin’ izlediği türde cinayet, soygun, saldırı türü olaylar ve yargılamalar televizyonlara ‘Reality Show’ başlığı altında yansıtıldı. Özel televizyonların başlangıç yıllarında birden yaygınlık kazanan ve bu tür olayları olanca vahşetiyle ekrana taşıyan reality show’lar, yüksek izlenme oranlarına rağmen eleştiri konusu oldular. Gerek kanlı canlı görüntüleri yayınlamadaki ısrarları, gerekse habercilikten çok dedektifliğe ya da polisliğe soyunmaları nedeniyle program yapımcıları bu eleştirileri göğüslemekte çoğu zaman zorlandılar.

Küçükcan (2019, s. 11), bilhassa, gündüz kuşağında yayımlanan, yüksek ratinglere ulaşan ve kurgu olmayan Reality Showların “mağdur ve tanık boyutunu, mağduriyetin ve tanıklığın psikolojik ve duygusal hallerini” yansıttığını dile getirir. Yazara göre medya, Reality Showlarda kadınların mağdura ve mağduriyete yönelik duyarlılıklarından gerek reyting için gerekse onları olaya dahil etme yoluyla yardımlarını almak için yararlanmaktadır. Reality Showlarda “evlilik vaadiyle dolandırma, kayıp arama, çocuk kaçırma, çocuk istismarı ve tecavüzü, çocuk cinayeti, kadın-erkek cinayetleri, alıkoyma-kaçırma” olayları ele alınmaktadır (Küçükcan, 2019, s.13)

Müge Anlı ile Tatlı Sert programı çözüme kavuşturduğu/aydınlattığı olayların sayısıyla özellikle önemli bir noktadadır. Bu programın 11 yıllık yayın hayatında 21 Haziran 2019 tarihi itibarıyla 2753 kayıp kişi bulunmuş; 762 ailenin birbirlerine kavuşması sağlanmış; 137 cinayet dosyası canlı yayında aydınlatılmıştır (Küçükcan, 2019, s. 13).

Küçükcan (2019, s. 24) kurgu olmayan Reality Showlarda, “faillerin, mağdurların ve mağdur yakınlarının sosyal çevreleri, aile ilişkileri ve biyolojik özellikleri”nin ele alındığını ve sorgulandığını dile getirir. Bu yolla olay (fail bulunduğu zaman netleştirilmek kaydıyla) ele alınan suç konusunun “kültürel, kriminal, patolojik” ya da koşullara bağlı şiddet vakası olup olmadığını netleştirmeye imkân sağlayacak diyaloglarla irdelenmiş olur. Yazar kurguya dayalı Reality Showların (mağdur ve suçlunun öyküleri kurgusal olarak öncesinde ortaya konduğu için) ekrana getirildiği kanalın sahiplerinin, yöneticilerin, yapımcı ya da senaristlerin kararlarına bağlı olarak kişileri mağdur ve suçlu ilan edilebildiklerini söyler. Bu bağlamda bu tür programların seyircilerin algılarını etkileme olanağı söz konusudur. Aksine kurgu olmayan reality showların ise mağdur, mağdur yakınları ve görgü tanıklarının ifadeleri ile olayı irdelediklerini dile getirir. Bu programlarda olay toplumsal normlar ve yasalar etrafında incelenir (2019, s.25).

Reality Tv programlarının başarılarının nedeni, özgün formatların ekrana getirildiği ülkenin “yerel, kültürel ve sosyolojik kodları” ile uyumlu biçimde dönüşüm geçirebilmeleridir. “Orjinal formatlar”, yerel seyirciyi etkilemek ve izlenme oranlarının yükseltilmesi için yerel kültür ve kimlikle uyumlu hale getirilmektedir. Bu çerçevede, Türkiye televizyonlarında ekrana getirilen Reality Tv programlarında aktarılan yaşam tarzları, ülkenin sosyal ve kültürel niteliği açısından yeniden biçimlendirilmek suretiyle yerelleştirilmiş ve 2000’lerde kendi orijinal formatlarını ortaya çıkarmıştır (Yıldırım ve Esen, 2018, s. 486).

Reality Tv, ortaya çıktığı günden bu yana geniş kesimlere yenilikçi yöntemlerle ulaşmış ve uzunca bir dönem seyircilerin, akademisyenlerin ve medya endüstrisinin odağında yer almayı başarmıştır. Reality Tv, televizyonun çalışma faaliyetlerindeki farklılaşmalardan faydalanarak ve bunlara katkılar sağlayarak, program yapımcılarına yeni olanaklar sunmuş ve seyircilerde farklı beklentiler oluşturarak “olguşal programlamanın” seyrini değiştirmiştir. Reality Tv, oyun ve eğlenceyi bir zorunluluk olarak içeren, kökten farklılaştırılmış kültürel ve ekonomik bir ortamı tanımlar ve kamusal alan ile özel alan, sıradan birey ile ünlü birey, medya ile sosyal alan arasında var olan farklılıkların aşınması ile karakterize olur. Reality Tv’nin popülerliği oldukça yüksektir. Bu durum senaryosuz durumda sıradan bireylerin varlığının görünürlüğü ile ilişkilidir ve bu, programların seyircileri etkilemesinin temel nedenidir. Sıradan bireyin görünürlüğü, seslerinin duyulabilirliği ve televizyonda olmalarının onlara vaat ettiği sosyal hareketlilik imkânı bu programların izlenilirliğini sağlar. Bu programlar sıradan bireylerin ve sıradan yaşamların temsilini mümkün kılar. Eleştirmenler açısından, Reality Tv programlarında yeni model ünlülerin genellikle geveze ve eğitimsizlikleri bu türün sıradanlığının ve gittikçe sığlaşan değerlerinin göstergesidir. Bu türün destekçileri açınsansa, bu programlar çok kanallı bir sistemde “daha demokratik bir televizyon çağını” haber veren öncü



şeklinde ele alınabilir. Reality Tv, seçim gücü veya emek gücünden ziyade ebeveyn gücü, tüketici gücü ya da kadın gücüne odaklanır. Zaman zaman politik olarak “muhafazakâr, cezalandırıcı ve yargılayıcı” olduğu görülebilir (Biressi ve Nunn, 2005, s. 2-3).

Gittlin’e göre (1979, s. 257) medya sahipleri en fazla kitleyi elde edebilecek programları tercih eder. Bu durum, yayıncıların popüler beğeni anlayışı ile hareket etmelerini gerekli kılar. Farklı bir ifadeyle, türler biraz hassasiyet içerir, çok detaylı olmasa da bize “popüler ruh halleri” ile ilgili bilgi verirler. Kitle-kültürel üretim biçimi hiçbir zaman toplumsal hayattan bağımsız değildir. Ticari kültür ideoloji üretimi yapmaz. Gerek elit kesimlerden gerekse toplumdaki etkin sosyal gruplardan ve hareketlerden yansıyan ideolojiyi aktarır ve bu ideolojinin yeniden üretimini yapar (Gittlin, 1979, s. 253).

Locher (2015, s. 14) Reelality Showların önemli düzeyde melezlik gösterdiğini söyler. Reality Tv programları bilinen çok sayıda türle benzer nitelikler taşısa da “yenilik” savına sahiptir. Fakat aslında çok az sayıda program temelde yenilik özelliği içerir. Reality Tv programları gerçekte hali hazırdaki televizyon türleri ve formatlarının bir araya getirilmesi ile ortaya çıkarılmış “melez (hybrid)” türlerdir (Yıldırım ve Esen, 2018, s. 489-490). Hill’e (2005, s.2) göre Reality Tv yoğunlukla bu adla anılan bir televizyon türünün ortaya çıkmasına dayanır. Reality Tv, farklı eğlence programlarını kapsayan ve reel birey yaşamına ilişkin birçok şeyi içeren bir türdür. Zaman zaman “popüler olgusal televizyon” olarak isimlendirilen Reality Tv, “bilgi ve eğlence, belgesel ve drama arasında” kalan bir program türüdür. İlk başlarda polislerin olay yeri görüntülerini içeren ve “popüler gerçeklere dayalı programlar için bir kategori olarak kullanılan” bu tür 1990’lı ve 2000’li yıllarda önemli bir başarı elde etmiştir. Sağlık alanından kuaförlüğe, insan yaşamından evcil hayvanlara değin hemen her şey ile ilgili programlar üretilmiştir. Birleşik Krallık’tan Uruguay’a değin dünyanın her yerine satılan Reality Tv formatları olmuştur. Reality Tv’yi sevenler ve ondan nefret eden bireyler vardır. Bu tür gelişen gerçeklere dayalı bir tür olma özelliği taşır. İzleyicilerin eğlence ile bilgi, kurgu ile gerçeklik arasındaki ayrımı algılayamadıkları yaygın şekilde öngörülür (Hill, 2005, s.2). Reality programcılığı eleştirilenlerce başlangıcından bu yana “röntgenci, ucuz ve sansasyonel” olduğu düşüncesi ile eleştirilmiştir (Hill, 2005, s. 7). Bu türün yeni melez programlar üretmek amacıyla var olan televizyon tür ve formatlarından faydalandığı da ifade edilebilir. “Gerçek eğlence” televizyon yayıncılığında popüler gerçeklik televizyonu için sıklıkla ele alınan bir terimdir. Haber ve belgesel tarzı gerçeklikten beslenen programların “oyun showları ve pembe dizi” gibi kurgusal nitelikli programlar ile birlikteliğini gösterir. Nitekim gerçek bireylerle ilişkili eğlence programlarının neredeyse hepsi popüler gerçeklik televizyonunun kapsamı altındadır (Hill, 2005, s.14).

Hill’e (2005, s.15) göre, gerçeklik televizyonunun nereden geldiğini cevaplamak oldukça zordur. Popüler gerçeklik televizyonunun kökeni oldukça karmaşıklık içerir. Popüler gerçeklik televizyonu birbiri ile ilişkili üç temel alana dayanır: “Tabloid Tv, televizyon belgeselciliği ve popüler eğlence”. Reality programcılığın gelişimi aslında televizyonun hayatta kalmak için verdiği mücadele sonucunda kendi parçalarından yarattığı, yani kendi mevcut program türlerinden ve üretim tekniklerinden

yaratmış olduğu başarılı bir melez televizyon program türü olmasına dayanır. Reality TV programlarına kaynaklık eden pek çok farklı programın olması, türün çeşitli alt türlere sahip olduğunun bir göstergesidir. Çünkü Reality TV’de üretilen her bir format farklı bir televizyon türünden beslenebilmektedir. 2000’lerde ise Reality TV’nin kapsama alanı genişlemiş, farklı program türlerinin de içinde yer aldığı bir televizyon türü oluşmuştur. (Yıldırım ve Esen, 2018, s. 491).

Rushdie (2001), Reality Show programları ile seyircilerin röntgenciliğinin yarışmacıların teşhirciliği ile birleştiğinden bahseder ve bunun hastalıklı bir toplum ortaya çıkardığını ifade eder. Bu programlarda anlatılan olaylar öyle cazipçe anlatılır ki tüm gerçek değerler etkisizleştirilir. Bu da etiğin tersine çevrilmesi ve kötünün iyi olmasına neden olur. Yazar açısından bu tür tasarlanmış gerçeklik showları şayet kendini yenilemezse büyük olasılıkla sönüp gidecektir. Muhtemelen izleyicinin röntgenciliği daha da talepkâr bir hal alacaktır. “Birinin kedicik olmasını, cehennemden kovulduğunda ağlamasını ya da ... her şeyi ifşa etmesini izlemek” bir süre sonra yeterli gelmeyecektir.

Reality Showlarda kahraman olarak yer alan ve hikâyesini aktaran sıradan birey “medyanın kahramanlık söylemi” ile yüceltilir. Bu tür programlarda genel olarak bir star olma hikayesi ya da acı hayat tecrübeleri içeren ibretlik öyküler, felaket veya kazaların ardından çekilen acılar ya da mucizevi durumlar anlatılır. Bu yolla sıradan insan taçlandırılmış olur (Yıldırım ve Esen, 2018, s. 493). Seyirci katılımlı Reality Showlarda uzmanlardan ayrı şekilde, sadece dinlemekle kalmayıp konuşabilen sıradan birey, sıradan seyirciler ile iletişim kurabilme olanağını elde eder. Sıradan birey, medya aracı ile yakınlaştıkça iletişimi de güçlenir. Bu yolla sıradan bireyin programlardaki katılımı sayesinde söylem farklılaşır, “uzmanlık çürütülür”, sıradan söylem taçlandırılır. Sıradan bireyin uzmanlardan daha fazla katılımının sağlandığı ve basit hikâyelerin yüceltildiği bu tür programlar Türkiye’de Reality Tv Programı olmasına rağmen seyirciler tarafından kadın programı şeklinde isimlendirilebilir (Yıldırım ve Esen, 2018, s. 494).

Dauncey (1996), kimilerinin Reality Showları “en düşük ortak paydalı televizyona (LCDTV) yönelik standartların düşürülmesine bir katkı” olarak ele aldığını söyler. Kimileri ise bu program türünün sıradan bireyler için güçlendirici yönlerine işaret eder. Yazar bu programların en temel özelliğinin, gerçeklik ile ilişkisi olduğunu dile getirir. Bunun nedeni seyircilerin gerçek durumların yeniden canlandırılmasını seyrettiklerine olan inançlarıdır. Bu programlarda olayların gerçekliği, stüdyoda bulunan gerçek kahramanların varlığı ve “bir gerçeklik şovu” ile sunucu, uzmanlar ve telefonla yayına bağlanan seyircilerin etkileşimi sayesinde üretilir. Yazar bu programların en kötülerinin sadece bireylerin sırlarını açığa çıkarmakla değil, bunun yanında seyircileri halka açık alanlarda “kirli çamaşırları” seyretmeye yönlendirmeleri açısından da suçlanabileceğini söyler.

Televizyon bireylerin ilgisini, gerçek olaylardan gösterilerle, daha da ötesi olayları gösteriye çevirerek aktarmaktadır. Bu durum, bireyleri yalnızca izleme eylemi içine hapseder. Televizyonun bireyleri gerçek hayatlarından soyutlayıp uyuşturduğu yönündeki iddiaları, televizyonun bu yönü

destekler niteliktedir. Televizyon kanallarında görev yapanların şüphesiz uyuşturma gibi bir istekleri bulunmaz. Televizyonda bir programın üç amaçla oluşturulduğu söylenebilir: eğlendirmek, bilgi vermek ve eğitmek. Fakat yapılan programlarda yoğunlukla eğlence ögesi diğer iki öge üzerinde egemen olmaktadır (Groombridge, 1976, s. 27). Reality Showlar da hiç kuşkusuz böyle bir yaklaşımın ürünüdür. Televizyon kuruluşlarının en yüksek kâr anlayışı ile yöneldikleri eğlence ögesi, Reality Showlarda biçim değiştirmiş ve sıradan bireylerin sorunlu ve tuhaf yaşamları seyirlik bir nesneye dönüştürülmüştür. İzleyici kendisini bu sıradan bireyin sıradışı hikâyelerine kaptırmak suretiyle tüm zamanlarını ekran karşısında geçirmeye and içmiş gibidir.

Reality Show programları devamlı suretle tekrarlanan yapıları ve her daim içerik üretebilme potansiyelleri ile ekranda kalmayı daha uzun yıllar sürdürecektir gibidir. Bu yönü ile bu programların dönemsel bir trend olmaktan çıktığı söylenebilir. Örn; 2004 yılında ilk kez ekrana getirilen “Pop Star” isimli programın 2018 yılında tekrar yayınlanmaya başladığı görülmüştür. Seyirci ilgisini her daim çeken bu tür programların en büyük desteği de hiç kuşkusuz sosyal medyadır. Sosyal medyada da Reality Showlardan beslenen örneklerle karşılaşılabilir. Sıradan bireylerin yaşamlarını gözetleme ve teşhircilik kültürü, Instagram ve You Tube gibi platformlarda devam ettirilmektedir (Yıldırım ve Esen, 2018, s. 499).

## **MEDYA, TELEVİZYON VE İZLEYİCİ ÜZERİNE YAKLAŞIMLAR**

İletişim bilimi, farklı disiplinleri içine alan bir bilim dalı olarak var olduğu günden bu yana birtakım bölünmeler geçirmiştir. Bu süreç içerisinde sürdürülen iletişim çalışmaları ve üretilen iletişim kuramları uzun yıllar birtakım tartışmalarla kendine yön bulmuş ve iletişim kuramlarının belirli dönemler altında toplanması ise 1980’lerden sonra söz konusu olabilmıştır (Tokgöz, 2015, s. 25). Medya alanındaki kuramsal çalışmalar belirli dönemler içerisinde gerçekleştirilmiştir. Mc Quail, Severin ve Tancard medya temelindeki yaklaşımları dört ayrı dönem içerisinde ele almaktadır. Bu dönemler şöyle ifade edilebilir (akt. Tokgöz, 2015, s. 25-26):

- a) birinci dönem: kitle toplumu ve kitle kültürü dönemi-ki güçlü etkiler dönemi diye de anılır.
- b) ikinci dönem sınırlı etkiler perspektifinin ortaya çıkışı – ana akım, yönetsel kuramsal araştırmalar, seçkinci çoğulculuk, Mc Cartycilik, sınırlı etkilere karşı çıkışlar – neo Marxism, İngiliz Kültürel Çalışmaları, medyadan anlam çıkarma,
- c) üçüncü dönem sınırlı etkilerden kurtulma ve tekrar güçlü etkilere dönme – kullanım ve doyum, gündem koyma, suskunluk sarmalı, yetiştirme kuramı ve kültürel göstergeler.
- d) dördüncü dönemde – çerçeveleme, medya okuryazarlığı, kültürün metalaşması ve eğlence kuramı, yeni medya açısından gelişmeler olumlamamayı içermektedir .

Bu çerçevede, Mc Quail eserlerinde kitle iletişim araçlarının etkileri çerçevesinde yapılan kuramsal çalışmalar açısından üç dönemden bahseder (akt. Tokgöz, 2015, s. 26):

- 1- güçlü etkiler dönemi 1920-1940
- 2- sınırlı etkiler dönemi 1940-1960
- 3- güçlü etkiler dönemi 1960 ve sonrası

1920-1940 yılları arası, kitle iletişim araçlarının güçlü etkiler dönemi olarak ele alınmaktadır. Bu dönemde “sihirli mermi, su şırıngası, aktarma kemeri gibi kuramsal yaklaşımlar” geliştirilmiştir. Kitle iletişim araçları tarafından aktarılan iletilerin kişileri güçlü biçimde etkilediği ileri sürülmüştür. Bu dönem çizgisel yaklaşım dönemidir. 1940-1960 dönemi ise kitle iletişim araçlarının sınırlı etkilere sahip olduğu ileri sürülmüştür. Bu süreçte kitle iletişim araçlarının bireyleri araçlar yolu ile etkilediği ileri sürülmüş ve ilk iletişim kuramları ve modelleri geliştirilmiştir. 1960 sonrası ise, kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri tekrar ele alınmaya başlanmıştır. Gazete, dergi ve radyo ile birlikte televizyon da yaygınlaşmıştır. Bu dönemde yeni kuramsal çalışmalar yapılmış “kullanım ve doyum, gündem koyma, suskunluk sarmalı, yetiştirme kuramı ve kültürel göstergeler” gibi kuramlar geliştirilmiştir. Mc Quail üçüncü dönemin hali hazırda devam ettiğini söyler (Tokgöz, 2015, s. 27). Kitle iletişim araştırmalarında, “pozitivist, davranışçı, nicel yöntemlerle ve ağırlıklı olarak yapısal-ışlevci paradigmayla karakterize olan toplumsal-bilimselci ‘anayol’ iletişim çalışmalarının” toplumsal unsurları dışlayan, mevcut sistemin dengesini devam ettirme amacına dayalı araştırma yaklaşımı ve hipotezleri olduğu söylenebilir. Bunun karşısında ise, “Marxism, psikoanaliz, kültürelcilik, yapısalcılık, göstergebilim gibi” çeşitli kaynaklarla karakterize olan ve iletişimi toplumsal süreç ve yapılar etrafında ve ondan soyutlamadan bütüncül bir anlayışla ele alan kapsayıcı yaklaşımlar yer alır (Mutlu, 1995:109). Eleştirel iletişim kuramı Avrupa’da, ilk olarak Frankfurt Okulu olarak ortaya çıkan ve gelişen bir kuramdır. Frankfurt Okulu II. Dünya Savaşı sürecinde ABD’ye taşınmış ancak bir süre sonra Avrupa’ya geri dönmüştür. Ayrıca, 1960’ların sonu ve özellikle 1970’li yıllarda kuram “kültürel çalışmalar” adı altında yeni bir yaklaşım geliştirmiştir. Böylece gerek ABD gerekse çok sayıda ülkede geçerlilik kazanmıştır (Tokgöz, 2015, s. 31).

Medyanın ideolojik alanlardaki egemenliğini ele alan eleştirel medya incelemeleri, “sınıfsal, etnik, dinsel, cinsel” anlamda değişik izleyici gruplarının piyasa mantığı karşısında görece aktif bir rolde oldukları yönünde görüş bildirmektedir. 1950’li yıllarda R. Williams, E.P. Thompson ve R. Hoggart gibi teorisyenler tarafından “yüksek/aşağı kültür” kavramı ile temellenen geleneksel kültür tanımının eleştirel analizi ile beraber seyircinin, kültür ürünleri karşısında pasif birer alıcı konumunda olmadıkları, onlara aktarılanı basit bir mantıkla tüketmedikleri, kültürün inşa edilmesinde etken bir rolde oldukları ileri sürülmüştür (Adaklı, 2001, s. 235). Adaklıya göre (2001, s. 235) ise bir hayli tartışmalı olan bu konuda hiç değilse düşünülmesi gereken şey, varsayımın birinci bölümüdür, seyirci günümüzde kendisine sunulan kültür ürünlerini alan ve pasifçe tüketen homojen bir alıcı grubu biçiminde değerlendirilemez, onun ideolojik süreçlerle beraber ele alınması doğru olandır.

1960’lı yıllar itibariyle ortaya çıkan “İngiliz Kültürel İncelemeleri” geleneği açısından küreselleşme evreninde kültür, küresel medya kuruluşlarınca tüm dünyaya aktarılan medya içerikleri vasıtası ile

bireylerin çoğunluğunun paylaştığı anlamlar olarak ifade edilebilir. Kültür işaretler ve dil yoluyla aktarılır. Kültürel anlamların şekillendirilmesi ve aktarılmasında kullanılan temel öge dildir. Bu gelenek açısından dilin tarafsız bir araç olduğundan bahsedilemez. Reel yaşamdaki nesne ve ilişkileri anlamlandıran ve biçimlendiren dildir. Materyal nesnelere ve toplumsal pratikler dil vasıtasıyla anlamlandırılır. Televizyon ise sözü edilen anlamların yeniden üretildiği ve kültürel pratiklerin taşındığı en temel araçların başında gelir. Kültürel İncelemeler geleneği, dil ve anlamlar vasıtasıyla reel evrenin toplumsal düzeyde nasıl biçimlendirildiği ve temsil edildiği meselesi üzerinde durur. Kültürel çalışmalar, bireylerin anlam üretme ve temsil pratikleri vasıtasıyla kültürü anlamlandırmayı amaçlar (Barker'den akt. Yaylagül, 2016, s. 130).

İngiliz Kültürel İncelemeler geleneği R. Hoggart ve R. Williams'ın öncülüğünde gelişir. Bu teorisyenlerin çalışmaları Batı Marxizmi veya Yeni Sol düşünce geleneği içinde temellenir. Batı Marxizminin temel düşüncesi geleneksel Marxizmin ekonomik indirgemeci olduğu yönündedir ve bu akım geleneksel Marxizmi toplumsal, politik, ekonomik ve ideolojik araştırmalar içinde kültürü göz ardı etmekle ve de belirsiz bir fenomen olarak ele almakla suçlar. İngiliz Kültürel Çalışmalar yaklaşımı öncelikle Althusser'in "yapısalcı Marxist ideoloji" yaklaşımı ile temellenirken ardından Gramsci'nin hegemonya yaklaşımını esas alır. Batı Marxizm'i geleneğinde yer alan iki teorisyenin görüşüne göre "kültür görece olarak özerktir" ve ideolojik ortam ile popüler kültür vasıtasıyla popüler bilincin biçimlendirilmesi işlevini taşır. İngiliz Kültürel İncelemeler yaklaşımının ya da asıl adıyla Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler geleneğinin 1960'lı yıllardaki kurucu ve temsilcisi Richard Hoggart'tır. Fakat bu okulun dünyaca ünlü hale gelişi Stuart Hall'un yönetici olması ile birlikte olur. Hall bir süre sonra Açık (Open) Üniversite'ye geçiş yapmıştır. Kültürel Çalışmalar Geleneği bilhassa medya aracılığıyla yayılan içeriğin metin olarak çözümlemesini yapmıştır. Söz konusu metinler kapitalist sınıfın tahakkümünü ve kapitalist ideolojiyi baskılayan unsurlar olarak ele alınmıştır (Yaylagül, 2016, 131-134). Hall Althusser'i izleyerek medya tarafından gerçeğin inşa edilmesine karşın medyanın gerçeği yansıtmış gibi yaptığını ifade eder. Hall, Policing the Crisis isimli yapıtında medyanın anlam üretme potansiyelini, Gramsci'nin hegemonya yaklaşımı ve Althusser'in medyaya göreli özerklik atfeden ve egemen ideolojinin üretiminde "devletin ideolojik aygıtları" olarak işlev gören unsurlar etrafında Marxist kültürelci bir yaklaşımla ele almıştır. Düşünceye göre, medya egemen sınıfın yararına hizmet eden yorumları yeniden üretir. Ancak bu yorumlar bir taraftan da ideolojik bir mücadele alanını temsil eder (akt. Yaylagül, 2016, s. 134).

B. Küçükerdoğan'a göre (2009, s. 82), seyircinin herhangi bir katılımını mümkün kılmayan ve onun tamamıyla edilgenleşmesine neden olan televizyonun mantığı, daha fazla şey izlemeye, daha sınırlı sayıda karşılıklı etkileşime girmeye olanak sağlamaktadır. Çünkü aksi halde, seyrettiğimiz yayında geçen bir sonraki cümle kaçınılmaz ve anlaşılabilir. Televizyonda izlediğimiz görüntüler başı ve sonu olmayan nitelikte izlencelerdir. Anlık şekilde, sevdiğimiz programları izlerken gelip giderler: "Televizyon bir kültürel karıştırıcı, mikser niteliğiyle her şeyi karıştırır, sırasız, sonsuz sürekli bir görüntü ırmağı, mozaığı yaratır"; televizyon seyircisi olan bizler ve bilhassa da gençler ve çocuklarsa

sözü edilen ırmakta “boğulabilir, sersemleyebiliriz”. Bizim için değerli ya da önemli olanın ne olduğunu algılayamayabiliriz (B. Küçükdoğan, 2009, s. 105). Fiske’ye göre ise aksine, televizyon seyretme, sinema seyretmekten veya yeni okuma süreçlerinden daha etkileşimli bir süreçtir ve bu nedenle metinleri müzakereye daha müsaittir.

## **YÖNTEM**

### ***Araştırmanın Modeli***

Araştırma, özel televizyon kanallarında gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality Showların kadın izleyicilerin zihinlerindeki anlam örüntülerini derinlemesine analiz edebilmek için bilimsel araştırma modellerinden biri olan genel tarama modeli ile yapılmıştır. Genel tarama modelleri, “çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir” (Karasar, 2012, s. 79). Araştırma genel tarama modellerinden “tekil tarama modeli” ile gerçekleştirilmiştir. Tekil tarama modelleri, anlık durum saptamaları ile birlikte, zamansal gelişimler ve farklılaşmaların da saptanabilmesini sağlamaktadır (Karasar, 2012, s. 79).

### ***Araştırmanın Yöntemi***

Araştırma nitel bir araştırmadır. Araştırmada bulguların elde edilebilmesi için bilimsel araştırma türlerinden biri olan betimsel araştırma kullanılmıştır. Betimsel araştırmalar, olayın olduğu şekilde araştırılmasını ve mevcut olan durumun ortaya çıkarılmasını sağlayan araştırmalardır. Betimsel araştırmalarda konu edilen olay ve durumlar detaylı biçimde incelenmekte, daha evvelki olaylar ve durumlarla ne tür bir ilişki içinde olduğu saptanarak “Ne” olduklarını betimlemek amaçlanmaktadır. Bu araştırmaların kapsamında genel olarak “tarihi yöntemin kullanıldığı tarihi araştırmalar, etnografik araştırma yönteminin kullanıldığı etnografik araştırmalar ve tarama yöntemlerinin kullanıldığı tarama (survey) araştırmaları” yapılmaktadır (Karakaya, 2014, s. 78). Bu çalışmada, betimsel araştırma türlerinden biri olan tarama (survey) araştırması yapılmıştır. Tarama (survey) araştırması, “örnek olay ve ilişkisel araştırma yöntemleri ile beraber betimsel araştırma grubunda yer alır”. Çoğunlukla geniş toplulukların düşünceleri ve niteliklerini belirlemek amaçlanır. Hedefi, araştırma konusu etrafında var olan durumun fotoğrafını çekmek suretiyle betimlenmesidir (Akarsu ve Akarsu, 2019, s. 22).

Araştırmada verilerin elde edilebilmesi için nitel veri toplama tekniklerinden biri olan "görüşme" tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme tekniğinin kullanılmasının nedeni kadın izleyicilerin Reality Showlarla ilgili tutum ve düşüncelerinin ayrıntılı şekilde belirlenebilmesi ve derinlemesine analiz edilebilmesidir. Görüşme (‘interview’, mülakat) “sözlü iletişim yoluyla veri toplama (soruşturma) tekniğidir” (Karasar, 2012, s.165). Görüşme, genel olarak yüz yüze gerçekleştirilse de, telefonla ve televizyonlu telefon gibi anında görüntü ve ses iletebilen araçlarla da yapılabilir. Genel olarak görüşmeler üç temel amaca dayanır (Karasar, 2012, s. 165-166):

İş birliği sağlamak ya da sürdürmek

Sağaltım (tedavi kendine güveni artırman) ile

Araştırma verisi toplamaktır.

Görüşme kişilerin bilgileri, düşünceleri, tutum ve davranışlarının ve bunların muhtemel sebeplerinin anlaşılmasında en temel araçlardan biri olarak kullanılır. Bireyler yoğunlukla düşüncelerini aktarırken yazılı anlatımı değil sözlü anlatımı tercih ederler. Görüşmeler ifade edilenlerin yüzeysel anlamlarının ötesinde “gerçek ve derinliğine” anlamlarının ortaya çıkarılmasını sağlar. Yapmacık ifadelerin çıkarılabilmesi ve gerçeklerin belirlenebilmesi mümkündür. Araştırmacının tüm belirsizlikleri o anda sorarak açığa kavuşturabilme imkânı söz konusudur. Görüşülen kişilerin ses tonu, mimikleri, soruları yanıtlamada gösterdikleri istek ya da isteksizlik araştırmacının ifade edilenleri analizinde önemli veriler sunar. Görüşmeler görüşmeye katılan kişilerin sayısı bakımından “bireysel ve grupça” olacak şekilde ikiye ayrılır. Bireysel görüşmeler görüşmeci ve kaynak kişi arasında yapılır. Bireylere özel bilgiler bireysel görüşmelerle açığa çıkarılabilir (Karasar, 2012, s. 166-167). Araştırma bireysel görüşmeler şeklinde yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknikte araştırmacı tarafından görüşme soruları önceden hazırlanır, fakat görüşme esnasında görüşülen bireylere kısmi bir esneklik sağlanarak, hazırlanan soruların yeniden biçimlendirilmesine, tartışılmasına imkân verilir. Bu tür görüşmelerde, görüşülen kişilerin de araştırma üzerinde denetimi bulunur (Ekiz, 2020, s. 70). Görüşmede açık uçlu sorularla, kadınların Reality Showlar ile ilgili olarak zihinlerinde var olan anlam örüntüleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır: Kadınların Reality Showları yoğun olarak izleme nedenleri, programların ilgilerini çeken yönleri, izlediklerinden ne düzeyde etkilendikleri, programlara yönelik tutum ve düşünceleri, beklenti ve istekleri, programların kadınlardaki olumlu ve olumsuz etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

### ***Evren ve Örneklem***

Araştırma evreni Türkiye'de özel televizyon kanallarında yayınlanmakta olan Reality Show programlarını izleyen kadın izleyicilerdir. Bu evren içinden örnekleme tekniklerinden biri olan "amaçlı örneklem" tekniği kullanılmak suretiyle seçilen 10 kadın izleyici ile görüşülmüştür. Tashakkori ve Teddlie'e göre, bu teknikte araştırmacı ilk olarak rastgele yöntemler aracılığıyla evren içerisinden bir örneklem seçmekte ve ardından örneklem içerisinden araştırmaya en fazla katkı sağlayacağını düşündüğü küçük bir alt grup belirlemektedir (akt. Baltacı, 2018, s. 258). Kadınların “hafta içi günde en az 2 saat bir ya da daha fazla Reality Show programını izlemeleri”, ölçüt olarak belirlenmiştir. Araştırma örneklemini Ankara ve Samsun'da bu ölçüte uyan kadın izleyiciler arasından seçilmiş ve 10 kadın izleyici ile telefonda görüşülmüştür<sup>1</sup>. Ankara ve Samsun örneklemini çevresel

---

<sup>1</sup> Bu iki ilin seçilme nedeni, Samsun'da ikamet ediyor olmam ve Ankara'ya çevresel yakınlığımdır. Bu anlamda belirlenen kriterlere uygun katılımcıların seçilmesinde, yakın çevre ilkesi gözetilmiştir.

yakınlık ve buna bağlı olarak belirlenen kriterlere uygun kadınlara ulaşılabılme kolaylığı nedeniyle seçilmiştir.

### ***Verilerin Toplanması***

Araştırmada rneklem olarak seçilen 10 kadın izleyici ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Öncelikle televizyonda yayınlanan Reality Showlarla ilişkili olarak detaylı bir araştırma yapılmış ve buna dayanarak sorular hazırlanmıştır. Kadınlardan izin alınmak suretiyle yapılan görüşmelerde soru formu kullanılmamış, önceden hazırlanmış açık uçlu sorular yönlendirilmiştir. Görüşme esnasında kadınlara fikirlerini rahatça ifade edilebilmeleri için esneklik sağlanmıştır. Ayrıca kadınların aktardığı bilgilere dayanarak bazı sorular yeniden düzenlenmiş ve farklı sorular eklenmiştir. Araştırma verileri karşılıklı sohbet içinde fikirlerin sorgulanması yöntemiyle elde edilmiştir. Verilerin toplanması bir aylık süreç içerisinde gerçekleştirilmiş, veriler gerek ses kayıt cihazı ile kaydedilerek gerekse notlar alınarak toplanmış ve deşifre edilmiştir. Yapılan görüşmelerde araştırma problemi aşağıdaki temalar etrafında sorgulanmıştır:

**Tema:** Kadın izleyicilerin özel televizyon kanallarında gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality Show programları ile ilgili tutum ve düşünceleri nelerdir, bu programlardan nasıl etkilenmektedirler, programlarla ilgili zihinlerinde var olan anlam örüntüleri nelerdir?

### **Alt Temalar:**

Reality Showlar kadınlar tarafından günde kaç saat, hangi sıklıkla izlenmektedir?

İzleyiciler Reality Showları neden izlemektedir?

Reality Showların kadınları çeken ve etkileyen yönleri nelerdir?

İzleyiciler Reality Showlarda anlatılan olay ve yaşam öykülerinden nasıl etkilenmektedir?

Reality Showlarda anlatılan yaşam öyküleri izleyicilere hangi mesajları aktarmaktadır?

Reality Showlar neden devamlı suretle acı olay ve hikâyeleri ekrana getirmektedir?

İzleyiciler Reality Showlarda tanık oldukları hikâyeler ile kendi hayatlarını karşılaştırmakta mıdır, nasıl bir karşılaştırma yapmaktadır?

Reality showlar genel olarak bireyleri nasıl etkilemektedir ?

İzleyiciler programları izlerken ve izledikten sonra neler hissetmektedir ve duygusal olarak programlardan nasıl etkilenmektedir?

İzleyicilerin Reality Show programlarında kadın ve erkeklere ilişkin rol ve temsiller konusundaki düşünceleri nelerdir?



İzleyicilere göre Reality Showlar toplumsal ve ahlaki değerleri nasıl etkilemektedir?

İzleyiciler Reality Showları hangi araçlar vasıtasıyla (televizyon, internet) izlemektedir?

İzleyiciler Reality Showları izlerken ya da izledikten sonra yakınları ve diğer bireylerle programlar hakkında konuşmakta mıdır, konuşulanlar nelerdir?

İzleyiciler gündüz Reality Showlarında izledikleri olayların esas kişilerini ve sunucuları sosyal medyadan takip etmekte midir?

Not: Araştırmada 10 kadın izleyici ile görüşülebilmesi için Ondokuz Mayıs Üniversitesi'nden Etik Kurul Onayı alınmıştır (Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Kararları, 30.06.2022, Toplantı Sayısı:6, Karar No: 2022-613).

### ***Geçerlilik ve Güvenilirlik***

Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlanması için görüşme yapılan kadın izleyicilerin aktardıkları bilgiler doğrultusunda veriler analiz edilmiş, araştırmaya katılan kişilerin bu verileri ve analizi doğrulaması sağlanmıştır. Yapılan analiz ve yorumlama görüşme yapılan kadınlara mail yoluyla iletilmiş, bu yorumlama ve çıkarılan anlamların doğru olup olmadığı katılımcılar tarafından kontrol edilmiştir. Kadınların istekleri doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Bununla birlikte katılımcıların eklemek istedikleri fikirler, bilgi ve yorumlar yapılan analize dâhil edilmiştir.<sup>2</sup>

### ***Verilerin Analizi***

Araştırmada verilerin analizi betimsel analiz ile gerçekleştirilmiş, bu analiz için önceden belirlenmiş olan temalar etrafında veriler düzenlenmiş ve organize edilmiştir. Araştırmanın kavramsal çerçevesine, görüşmede yer alacak boyutlara göre veri analizi için bir çerçeve oluşturulmuş ve bu doğrultuda bulguların hangi temalar altında ele alınacağı ve değerlendirileceği önceden belirlenmiştir. İlk olarak yapılan görüşmelerde elde edilen veriler tek tek ses kayıtlarından deşifre edilmiş, her görüşmenin doğruluğu kontrol edilmiştir. Anlaşılmayan verilerle ilgili olarak katılımcılara telefon yoluyla ulaşılarak ilgili sorular tekrar yönlendirilmiş, cevaplar üzerinde gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Ardından görüşmelerde elde edilen verilerin kodlanması aşamasına geçilmiştir. Öncelikle cevapların yukarıda belirlenen alt temalara göre anlamlı kategorilere dönüştürülmesi sağlanmıştır. Her kategorinin ismi alt temalardan elde edilmiştir. Katılımcıların cevapları bu kategorilere kaydedilmiş, veriler işlenmiş ve düzenlenmiştir. Çalışmanın kavramsal çerçevesi doğrultusunda düzenlenen veriler analiz edilerek yorumlanmıştır. Düzenlenen veriler arası neden-sonuç ilişkileri ortaya çıkarılmış, veriler karşılaştırılarak yorumlanmıştır. Betimsel analiz yukarıdaki tema ve alt temalar etrafında gerçekleştirilmiştir.

---

<sup>2</sup> Bkz. Ekiz, D. (2020). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Anı Yayınları.

## **BULGULAR**

Araştırmada kadın izleyicilerin majör televizyon kanallarında (reklam gelirlerinin büyüklüğü bakımından özel televizyon kanalları arasında ilk 10'da yer alan) gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality Show programları ile ilişkili tutum ve düşünceleri ve bu programların onların zihinlerinde yarattıkları anlamlar ortaya çıkarılmaya çalışılmış ve bu çerçevede elde edilen bulgular aşağıda aktarılmıştır.

Araştırmada toplam 10 kadın izleyici ile görüşülmüştür. İsimlerin yayınlanması hususunda etik bir kusur oluşturmamak için kadınlara K1'den K10'a kadar numaralar verilmiştir.

### ***Reality Showların İzlenme Sıklığı***

Araştırmada kadınların Reality Show programlarını yoğunlukla günde 2-3 saat izledikleri belirlenmiştir. Sekiz kadın bu tür programları en az 10-15 yıldır izlediğini söylerken kadınlardan biri (K2-kişisel görüşme, 01.04.2022) 1 yıldır, biri de (K10-kişisel görüşme, 07.4.2022) 2 yıldır izlediğini söylemiştir. Kadınların yoğun olarak izlediği Reality Showlar ATV'de yayınlanan "Müge Anlı İle Tatlı Sert" ve "Esra Erol'da", Show Tv'de yayınlanan "Didem Arslan Yılmaz'la Vazgeçme", Star Tv'de yayınlanan "Serap Paköz İle Gerçeğin Peşinde", Fox Tv'de yayınlanan "Fulya İle Umudun Olsun" (1-2 kadın tarafından) programlarıdır.

### ***Reality Showların İzlenilme Nedenleri***

Görüşme yapılan K1 Reality Showları merak uyandırdığı ve hoşuna gittiği için izlediğini, K2 olaylar ilgisini çektiği için izlediğini, K3 ev hanımı olması nedeniyle izlemek zorunda kaldığını, K4 programların gerçek olduğuna inandığı için izlediğini, K5 tamamiyle gerçek olduğuna inandığı için (Müge Anlı İle Tatlı Sert) izlediğini, K6 programların gerçek hayatı anlattığına olan inancı nedeniyle izlediğini, K7 ailesi izlediği için ve Müge Anlı'yı gerçekçi bulduğu için izlediğini, K8 programların yaşanmışlıkları anlatması ve onlardan ders çıkarması nedeniyle izlediğini, K9 merak uyandırdığı için izlediğini, K10 merak duyduğu ve ilgisini çektiği için izlediğini ifade etmiştir. Bu çerçevede görüşme yapılan kadınların çoğunun gündüz kuşağı Reality Showlarını izlemelerinin nedeninin, programların ilgi çekici olması, merak uyandırması ve kadınların anlatılanların gerçek olduğuna dair inançları olduğu söylenebilir. Kadınların önemli bir bölümü bu programlarda anlatılan hikâyelerin gerçek olduğunu ve gerçekliği izlemekten hoşlandığını söylemiştir (K1, K2, K4, K5 (Müge Anlı), K6, K7 (Müge Anlı), K10). Hatta K4 (kişisel görüşme, 20.03.2022) "kesinlikle gerçek olduğunu düşünüyorum, değil hayır kesinlikle kurgu değil" diyerek programların gerçek olduğuna dair kesin inancını vurgular. Kadınlardan bazıları ise her programda gerçeklik olmadığını, bir kısmının kurgu içerdiğini ve rating için konuların abartıldığını düşünmektedir (K5 -Müge Anlı dışındakiler-, K7, K8, K9). Görüşme yapılan kadın izleyicilerden K3 ise programlarda izlediği olayların tamamen kurgu olduğunu şu sözleriyle ifade etmektedir (kişisel görüşme, 02.04.2022 tarihli görüşme):

Bence kurgu, hele Seda Sayan'a bakıyorsun, getiriyor oraya zavallıları, orada her gün ağlatıyor onları, kavga ediyorlar. Ondan sonra ertesi gün barışıyorlar. Kurgu bence yani gerçek değil.

Müge Anlı da şimdi cinayet çözüyor ama ona da diyorum ki yani bu emniyet bulamıyor da Müge Anlı mı buluyor. İşte ne bileyim hepsi kurgu bana göre. Yani gerçekçi gelmiyor.

Kadınların bir kısmı programlarda izlediği hikâyelerdeki bireylerin sıradan bireyler olduğunu düşünmektedir (K1, K2, K4, K6, K8, K10). Diğerleri ise bazı programlarda sıradan bireyler varken bazılarında seçilmiş oyuncuların bulunduğunu dile getirir (K3, K5, K7, K9).

Reality Showların kadınları çeken ve etkileyen yönlerine bakıldığında, bunlardan birinin kadınların (K1, K4, K5, K6, K8, K9, K10), programların gerçekliğine olan inançları nedeniyle, izledikleri hikâyelerden dersler çıkarmaları, gerçek yaşamdaki insanların sıkıntılarını, sorunlarını izlemekten hoşlanmaları olduğu söylenebilir. Programların konularının merak uyandırması, devamında ne olacağını öğrenme ve başladıkları bir konuyu bitirme istekleri kadınlar için yönlendiricidir. Bu nedenle kadınlar programların bağımlılık yaptığını düşünmektedir (K2, K7,). Müge Anlı'yı hafta içi her gün izleyen K7 programın onu çeken yönünün sunucunun programda tüm gerçekleri açığa çıkarması, dürüst olması ve programa katılanlara her şeyi rahatlıkla ifade edebilmesi olduğunu söylemiştir. Diğer programlarsa onu çeken yönünün bulunmadığını ve zaman geçirmek için izlediğini düşünmektedir (kişisel görüşme, 23.03.2022). K10 (kişisel görüşme, 07.04.2022), kendisi dışındaki insanların neler yaşadığını izlemekten hoşlandığını ve bu programlar sayesinde bu insanların yaşam biçimleri ile ilgili bilgi sahibi olabildiğini söylemiştir. Kendi yaşamının belirli bir çevreden oluştuğunu, toplumdaki diğer insanların yaşam biçimlerini ve hikâyelerini izlemenin hoşuna gittiğini dile getirmiştir. Hatta eskiden filmlerde gördüğü şeylerin daha beterlerini bu programlarda gördüğünü düşünmektedir. K3 ise programlarda aslında onu etkileyen bir şeyin olmadığını, buna rağmen bir cinayetin çözülmesinin, bir kaybın bulunmasının ve ailelerin kavuşmasının hoşuna gittiğini düşünmektedir. Bu konuda eşi ile sürekli konuştuklarını ve eşinin onu bu programları izlememesi konusunda uyardığını, programların onun için çok da çekici olmadığını ve hatta artık sıkıldığını dile getirmiştir (kişisel görüşme, 02.04.2022).

### ***Reality Showların Kadın İzleyiciler Üzerindeki Etkileri***

Kadınların yaşamlarının Reality Showlarda aktarılan olay ve yaşam öykülerinden nasıl etkilendiği sorusu, araştırmanın temel problemlerinden bir diğeridir. Kadınların bazıları programlarda izlediklerinden etkilenmediklerini ve bunun bilinçli bir izleyici olmalarına dayandığını ifade etmiştir (K2, K3, K4, K9). Görüşme yapılan K5 ise programların yaşamını etkilediğini düşünmektedir. Programda izlediklerinden etkilendiği için çocuğuna davranışlarının değiştiğini, evden kaçan bir çocuğu gördüğünde o çocuğun ailesi ile aynı hataları yapmamak için çaba sarfettiğini ve kendi çocuğuna karşı daha anlayışlı olmaya çalıştığını dile getirmiştir. Ayrıca aldatma hikâyeleri izlediği için eşi ile ilgili zaman zaman bir güven problemi yaşayabildiğini de ifade etmiştir (kişisel görüşme, 20.03.2022). K7, programları izlediğinde psikolojisinin bozulabildiğini, insanlara karşı güvenini

yitirdiğini, kendisinin ve ailesinin hayata karşı daha korkulu ve kaygılı hale geldiğini düşünmektedir (kişisel görüşme, 23.03.2022). K1 programları izlediğinde üzüntülü hale geldiğini ve korkularının arttığını dile getirmiştir (kişisel görüşme, 24.03.2022). K8 ise, programlarda izlediği olayların onu ve ailesini etkilediğini düşünmektedir. Ailesinin korkuları nedeniyle, onun arkadaşlarının ya da akrabalarının evine gitmesine ve yatılı kalmasına izin vermediğini ve zaman zaman onu bunalttıklarını söylemiştir. Bu durumun ona göre nedeni programlarda şahit oldukları olaylardır (kişisel görüşme, 23.03.2022). K10 programlardan belirgin olarak etkilendiğini düşünmediğini, ancak mutlaka birtakım etkilerinin olabileceğini düşünmektedir. Ona göre programlarda izledikleri, farkında olmasa da davranışlarını etkileyebilir. Bu bağlamda kadınların genel olarak Reality Showların etkisi altında oldukları ve bunun da daha çok olumsuz sonuçlarının olduğu ifade edilebilir. Nitekim programlarda izlediği olay ve hikâyelerden etkilenmediğini söyleyen kadınların dahi, görüşme içerisinde belirli sorulara verdikleri yanıtlardan, aslında izlediklerinin tesiri altında oldukları ve çoğunlukla programlardan olumsuz etkilendikleri kanısına ulaşılmıştır. Bu soruya direkt etkileniyorum cevabını vermeseler de izledikleri hikâyelerin onları üzdüğü, kaygılı ve korkulu hale getirdiği söylenebilir.

Araştırmada Reality Showlarda anlatılan yaşam öykülerinin izleyicilere hangi mesajları aktardığı da sorgulanmıştır. K4, programları izlediğinde kendi yaşamına şükrettiğini, hayatta çok sorunu olan ve zor şartlar altında yaşayan kişiler olduğu için daha iyi durumda olduğunu bir kez daha anladığını dile getirmiştir. Bu açıdan programların onun için yaşadığı koşullara şükretme mekanizması işlevi taşıdığı söylenebilir. Aynı zamanda programların topluma daha çok olumsuz mesajlar ilettiğini ve izlenen hikâyelerde olumlu dersler çıkarılacak hemen hiçbir şey olmadığını düşünmektedir (kişisel görüşme, 20.03.2022). K5, Müge Anlı'nın programında daha çok alt sınıf yaşamının konu edildiğini, yaşanan cinayetlerin ve olayların yoğunlukla insanların yoksul olmalarından ve cahilliklerinden kaynaklandığını düşünmektedir. İnsanların sosyo-ekonomik statüleri ve eğitim durumları geliştikçe yaşam biçimlerinin de olumlu anlamda geliştiğini dile getirmiştir. Ona göre izlediği olaylarda olumlu mesajlar aktarılmamakta aksine toplum bireylerinin ne kadar kötü durumda oldukları, sosyo-ekonomik çıkmazları, işsizlikleri, eğitimsizlikleri ve ahlaksız yaşamları gözler önüne serilmektedir. Aynı zamanda, programı izleyenlerin bir cinayetin yolunu öğrenebileceklerini ve izlediklerinin bireyler için yol gösterici olabileceğini ifade etmiştir (kişisel görüşme, 20.03.2022). K7, programlarda herkese güvenilmemesi gerektiği, en yakınından bile zarar gelebileceği mesajının topluma iletildiğini düşünmektedir. Ona göre, programların bu yönü ile olumlu mesajlar aktardığı ve toplumu uyarıcı bir işlev taşıdığı söylenebilir. Ancak programlarda çok sayıda olumsuz mesajın iletildiğini de düşünmektedir. Toplumun acımasız ve sorunlu insanlarla ve hazine yaşam öyküleriyle dolu olduğunun iletildiğini, aile kavramının yok edildiğini söylemiştir (kişisel görüşme, 23.03.2022). K2 ve K9'a göre ise, programlarda verilen mesajlar, anlatılan acı olay ve hikâyeler, toplumdaki bireylerin kendilerini kontrol etmelerini sağlayabilir ve yanlış davranışlarda bulunmalarını engelleyebilir. Bu anlamda onlara göre izleyiciler ekrana getirilen olaylardan dersler çıkarabilir (kişisel görüşme, 01.04.2022-

04.04.2022). Kadın izleyicilerden bazıları programlarda topluma tamamiyle olumsuz mesajlar aktarıldığını düşünmektedir ve onlara göre ekrana getirilen olaylarla toplum bireylerinin ne kadar kötü ve aciz durumda oldukları, ahlaki değerlerin yok edildiği anlatılmaktadır. Bu izleyiciler programların olumlu manada öğrenilebilecek ve örnek alınabilecek hiçbir yönü olmadığını dile getirmiştir (K3, K6). K8 ise bu programlarda izleyicilere kimsenin susmaması ve korkmaması gerektiği mesajının verildiğini düşünmektedir. Hatta Esra Erol'un "hiç kimse yalnız değil, herkesin arkasında ben varım" dediğini ve bilhassa zor durumda olan kadınlara izleyicilerin de yardımlarıyla destek olduğunu, sorunlarını çözdüğünü ifade etmiştir. Programlarda topluma bu anlamda olumlu mesajlar verildiğini ancak bir taraftan da yaşanan kötü olayların yol gösterici olduğunu dile getirmiştir. Ona göre izleyicilerin programlarda izlediği kötü ve ahlak dışı davranışları örnek alabilme ve yineleme ihtimali programların olumsuz yanlarından birini oluşturur. Bu anlamda aktarılan mesajlar da olumsuz mesajlardır (kişisel görüşme, 23.03.2022). K10 ise konuya farklı bir açıyla yaklaşır. Ona göre programlarda toplumun eğitim seviyesinin düşük olduğu, maddi imkânsızlıkların insanları ne hale getirebileceği anlatılmaktadır. Sapkınlıklar ekrana getirilmekte, ihanet doğallaştırılmakta, ahlaki ve toplumsal değerler yerle bir edilerek yaratılan ortama izleyicinin aşına olması sağlanmaya çalışılmaktadır. Kadın ve erkeğin eşini aldatması ve çocuklarını terk etmesinin normalleştirildiğini ve izleyiciye bu yönde mesajların iletildiğini ifade etmiştir (kişisel görüşme, 07.04.2022).

Yapılan görüşmelerde kadın izleyicilere Reality Showların neden devamlı suretle acı olay ve hikâyeleri ekrana getirdiği sorusu yöneltmiştir. İzleyicilerin neredeyse hepsi toplum bireylerinin acıdan hoşlandığını, keder ve sorun içeren olayların daha ilgi çekici olduğunu ifade etmiştir. K7 toplumda bu tür olayların çok fazla yaşandığını ve gerçeklikle bağı nedeniyle ilgi çekici olduğunu düşünmektedir (kişisel görüşme, 23.03.2022). K3'ün bu konuda söyledikleri ise oldukça dikkat çekicidir (02.04.2022 tarihli görüşme):

...bizim milletimiz de seviyor ajitasyonu. Şimdi bir eğitici bir şey olsa, kanal olsa, izlemiyorlar böyle şeyleri, daha çok şey yapıyorlar, ben de içinde. Hem izlemek istemiyorsun, nefret ediyorsun, acaba ne oldu, bulundu mu, kimdi, Ahmet miydi, Mehmet miydi, yine çekiyor. Millet olarak öyleyiz ya, onlar da hani araştırıyorlar herhalde ki daha çok izlendiği için bu programları yapıyorlar.

K7'nin yukarıdaki ifadeleri aslında programların neden bu kadar çok izlendiğini açıklar niteliktedir. Programların bu denli izlenmesinin nedeni ona göre ajitasyon içermesidir. K7'nin ifadeleri, bir taraftan da pasif bir izleyici olmadığını ve programlardan birtakım anlamlar çıkardığını göstermektedir. O her ne kadar programları izlemekten sıkıldığını ve nefret ettiğini söylese de acı hikayelerin çekici olduğunun ve bir nevi bağımlılık yaptığının bilincindedir. Ancak izleyicinin bu bilinçlilik hali dahi programlardan uzaklaşmasını ve bağımlılığını sonlandırmasını sağlayamamaktadır. K8 ise Reality Showların neden çok izlendiğini şu sözlerle anlatmaktadır (23.03.2022 tarihli görüşme):

Çünkü acı bizi daha çok çekiyor. Ben mesela sınırlı olduğum zaman ya da moralim bozursa sınırlımı çıkarıyorum yani. Çünkü biz acıdan ve kaostan beslenen bir toplum olduğumuz için, kendim de dâhil olmak üzere bizi daha çok çekiyor böyle şeyler, bir de Karadenizli olduğumuz için biraz daha çekiyor yani.

Araştırmada kadın izleyicilerin Reality Showlarda izledikleri hikâyeler ile kendi hayatlarını karşılaştırıp karşılaştırmadıkları da sorgulanmıştır. K2 ve K4 zaman zaman karşılaştırdıklarını ve kendi yaşantılarına şükrettiklerini dile getirmiştir. Bununla birlikte izlediklerinin kendi yaşam koşullarından, kültürel ve ahlaki değerlerinden oldukça uzak olduğunu düşünmektedirler (kişisel görüşmeler, 01.04.2022 ve 20.03.2022). K5 izlediklerini zaman zaman kendi hayatı ile karşılaştırdığını ve birtakım dersler çıkardığını söylemiştir. Müge Anlı'nın programında izlediği olaylarda aile bireylerinin çocukları ya da birbirleri ile ilgili hatalı davranışlarına bakarak, benzerlerini yapmamaya çalıştığını ve olayların kötü sonuçlarından birtakım dersler çıkardığını ifade etmiştir. Olayların nasıl başladığına ve bittiğine şahit olmanın bireyin de aynı hatalara düşmemesi için işe yarar olduğunu düşünmektedir. Ancak bazı insanların bu programları izleyerek cinayeti, ihanet etmeyi, madde bağımlılığını ve şiddet gibi sorunlu davranışları örnek alabileceğini de eklemektedir (kişisel görüşme, 20.03.2022). K7 programlarda izledikleri ile kendi hayatını karşılaştırmadığını ancak kimseye güvenmemesi konusunda dersler çıkardığını dile getirmiştir (kişisel görüşme, 23.03.2022). K3, programlarda izledikleri ile kendi hayatını bazen karşılaştırdığını ve yaşamına şükrettiğini söylemiştir. Programları izlediğinde oğlunu ve kızını ne kadar iyi yetiştirdiğini anladığını düşünmektedir (kişisel görüşme, 02.04.2022). K6 ise programlarda izlediklerini kendi hayatı ile karşılaştırmadığını dile getirmiştir (kişisel görüşme, 27.03.2022). K10, izlediklerini kendi hayatı ile karşılaştırmadığını, ancak şükrettiğini düşünmektedir. Bazen kıyaslamalar yaptığını ve izlediği olaylarda ben yapmak zorunda olsam ne yapardım diye düşündüğünü ifade etmiştir (kişisel görüşme, 07.04.2022).

Araştırmada kadın izleyicilerin, Reality Showların genel olarak toplumu olumlu ya da olumsuz etkilediği konusundaki düşünceleri de açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. K4, bu tür programları gençlerin izlediğini düşünmediğini ifade etmiştir. Ona göre reality programlar bu nedenle gençleri etkilemeyebilir. Ancak yetişkinlerin izlediğini ve zaman zaman olumsuz etkilenebildiğini düşünmektedir (kişisel görüşme, 20.03.2022). K7 Reality Showların izleyicileri olumsuz etkilediğini, bunun ise programların olumsuz mesajlar içermesinden kaynaklandığını dile getirmiştir. Programlarda insanların başına gelen kötü olaylardan izleyicilerin olumsuz etkilenebileceğini ve aynı şeyleri yaşamamak için uğraş içinde olacağını düşünmektedir (kişisel görüşme, 23.03.2022). K2 programlardan, bağımlı olanların olumsuz etkilenebileceğinden bahsetmiştir. Ona göre tüm hayatını bu programlara göre organize eden ve hiç kaçırmadan izleyenler, izlediklerinin olumsuz etkilerine maruz kalabilirler. Ancak kendisinin öyle olmadığını, programları izlese de kendisini çok kaptırmadığını, bu nedenle de olumsuz etkilenmediğini dile getirmiştir (kişisel görüşme, 01.04.2022). K3 bu programların toplumdaki insanları tamamiyle kötü etkilediğini düşünmektedir. Ona göre izleyicilerin bu tür programlardan olumlu anlamda örnek alabilecekleri ve öğrenebilecekleri hiçbir

şey yoktur. Özellikle çocuğu ile birlikte izleyenlerin daha da vahim durumda olduklarını ve bilhassa çocukların silahların ve cinayetlerin konuşulduğu bu programların olumsuz etkilerine daha fazla maruz kaldıklarını ifade etmiştir (kişisel görüşme, 02.04.2022). K6 da programların izleyicileri olumsuz etkilediğini, bunun ise programlarda sürekli olumsuzlukların ve sorunların ekrana getirilmesinden kaynaklandığını dile getirmiştir (kişisel görüşme, 27.03.2022). K9, diğer kadınlar gibi, Reality Showların toplumdaki bireyleri olumsuz etkilediğini düşünmektedir. İnsanların bu programları izlerken dinlenmek yerine üzüldüklerini ve gerildiklerini dile getirmiştir. Örneğin bir çift, programlarda izlediği olaylar nedeniyle birbirlerine güvenini yitirebilir, kendi hayatı ile izlediklerini karşılaştırarak olumsuz etkilenebilir (kişisel görüşme, 04.04.2022). K8 ise programların toplumu gerek olumlu gerekse olumsuz etkileyebileceğini söylemiştir. Bazı insanlar programlarda izlediklerinden olumlu dersler çıkarabilirken bazıları ise kötü yanlarını örnek alabilir. Ancak bireylerin daha çok olumsuz etkilendiklerini ve izlediği problemleri ve davranışları örnek alarak taklit ettiklerini düşünmektedir (kişisel görüşme, 23.03.2022). K10 (kişisel görüşme, 07.04.2022) da, programların toplumu olumsuz etkileyebileceğini söylemiştir. Toplumda sapkınlıkların, ihanetin, kötülüğün doğallaştırıldığına ve bu bakış açısının insanları kötü etkileyebileceğine değinmiştir.

Araştırmada izleyicilerin programları izlerken ve izledikten sonra neler hissettikleri ve duygusal olarak programlardan etkilenip etkilenmedikleri de sorgulanmıştır. İzleyicilerin hemen hepsi üzüldüklerini ve kızdıklarını ifade etmişlerdir. K4 üzüntü ile birlikte zaman zaman da eğlendiğini dile getirmiştir (kişisel görüşme, 20.03.2022). K5, bazı konuların onu çok etkileyebildiğini ve üzüntü duyduğunu söylemiştir. Her ne kadar programı (Müge Anlı ile Tatlı Sert) izledikten sonra onun için bitmiş olsa da medyaya yansıyan bazı önemli konulara daha çok kafa yordüğünü ve üzüldüğünü düşünmektedir (kişisel görüşme, 20.03.2022). K7 de programları izlerken üzüldüğünü şu sözleriyle dile getirmiştir (kişisel görüşme, 23.03.2022):

Genelde hep evlilik bitimleri. Hep bir yuva yıkılıyor, hep geride kalanlar çocuklar oluyor, hep öyle yani. Yarım bırakılan, eksik kalan hep çocuk oluyor, bu da insanı üzüyor.

Bir de ben tek çocuğum, hani insan kendini yerine koyuyor, ne bileyim benim ailem aynı şeye kalksa ben çok üzülürüm şahsen toparlanamam, çok düşkünüm çünkü aileme.

K1 programlarda izlediklerinden oldukça etkilendiğini ve üzüldüğünü söylemiştir. Hatta bu nedenle bazen izlemek istemediğini, fakat yalnız yaşadığı için mecburen izlemek zorunda kaldığını düşünmektedir. Ona göre bu mecburiyetin nedeni gündüz kuşağında televizyon kanallarında farklı bir program türünün bulunmamasıdır (kişisel görüşme, 24.03.2022). K3, programları izledikten sonra hiçbir şey hissetmediğini ve artık izlediklerine alıştığını dile getirmiştir. Ancak programlarda uyuşturucu batağında olan, fuhuşa sürüklenen gençlere çok üzüldüğünü ifade etmiş ve şunları eklemiştir (kişisel görüşme, 02.4.2022): “Yoksa ki bazıları çıkıyor işte benim yaşlarımda, beni aldattı sevgilim, şu kadar paramı aldı, bu kadar paramı aldı, iyi yaptı sana diyorum, yapmasaydın diyorum, öyle de eleştiriyorum yani”. İzleyicinin bu cümleleri programları izlerken pasif olmadığını ve

izlediklerine eleştirel yaklaştığını gösterir. Nitekim izlediklerinden artık hiç etkilenmediğini söylemesi de onun programlara karşı eleştirel duruşunun ve kızgınlığının göstergesi olarak yorumlanabilir. K8 ise programları izlerken oldukça etkilendiğini, hatta annesi ile birlikte zaman zaman ağladıklarını şu sözleriyle ifade etmektedir (kişisel görüşme, 23.03.2022):

Bazen ağlıyorum, çünkü bu insanların yaşantıları gerçekten beni çok yoruyor. Mesela Fatma diye küçük bir kız var, sürekli eşini bırakmıyor, annesinin ona feryadını görüyorum. Kıza yapılan işkence, saçını kazımasını, küçük yaşta hamile olmasını, yaşantılarını gördüğüm zaman hani üzülüyorum, diyorum ki ya ben de bu şekilde olsaydım. Hani benim annem babam bu şekilde olsaydı diyorum, ağlıyorum hani. Annemle beraber oturup ağlayabiliyoruz bazen onlara. Bazen onlara verilen cevaplar ya da verilen cezalardan dolayı mutlu da oluyorum yani.

Görüşülen kadın izleyicilerin yukarıdaki ifadeleri aslında programlardan duygusal olarak yoğun biçimde etkilendiklerini göstermektedir. Bazı izleyiciler her ne kadar programları öylesine izlediklerini ve etkilenmediklerini söyleseler de bu ifadeler programların onlarda nasıl bir iz bıraktığını kanıtlar niteliktedir. İzleyiciler programları izlerken aslında duygusal bir katarsis yaşamakta ve üzülen, kızarak, heyecanlanarak, kaygılanarak ve merak duyarak olaylara dâhil olmaktadır.

### ***Kadın İzleyicilerin Reality Showlarda Sunulan Toplumsal Cinsiyet, Ahlak ve Değer Temsillerine İlişkin Yaklaşımları***

Araştırma kapsamında, kadın izleyicilerin Reality Show programlarında kadın ve erkeklere ilişkin rol ve temsiller konusundaki düşünceleri de sorgulanmış ve önemli verilere ulaşılmıştır. K4 (kişisel görüşme, 20.03.2022) programlarda, kadının rol ve temsilinin, toplumsal cinsiyet normları açısından geleneksel bir temsil içermediğini, kadın ve erkeğin rol ve sorumluluklarının paylaşılması gerektiğine işaret edildiğini ifade etmiştir. Hatta ona göre programlarda zaman zaman genç nesil için kadının özel alandaki sorumluluklarının erkeğe yüklenmesi gerektiği dile getirilmektedir. Ancak K4 bu duruma eleştirel yaklaşmaktadır. Kadının sorumluluklarının bir kısmının özel alanla ilişkili olduğunu, evine, eşine ve çocuklarına karşı görevlerinin olduğunu ifade etmiştir. Onun bu yaklaşımı toplumsal cinsiyet açısından geleneksel bir söylem içermektedir. K5 (kişisel görüşme, 20.03.2022), programlarda kadının genel olarak ezilen, şiddet gören, aldatılan, öldürülen kadın olarak temsil edildiğini söylemiştir. Programa katılan ve sorun yaşayan insanların yoğun olarak kadınlar olduğunu, erkeklerin kadınlara oranla çok daha az oranda temsil edildiğini düşünmektedir. Programa katılan erkeklerin daima egemen, güçlü, kazanan ve kadına hükmeden taraf olduğunu düşünmektedir. Kadın, işi ve mesleği olmayan, evde oturan, özel alandaki iş ve sorumlulukları yüklenendir. K5, programda Müge Anlı'nın karşıt bir söylem geliştirdiğini ve kendi hayatından örnekler vererek kadınları desteklediğini ifade etmiş ve ona karşı beğenisini dile getirmiştir. K7 (kişisel görüşme, 23.03.2022), programlarda kadının genellikle mağdur edilen, güçsüz ve cahil taraf olduğunu düşünmektedir. Ona göre kadın mutsuz, kimsesiz ve çaresizdir. Erkek ise güçlü ve üstün olandır. K2 de (kişisel görüşme, 01.04.2022), programlarda temsil edilen kadınların bilgisiz ve cahil kadınlar olduğunu söylemiştir. Ezilen



kadınların da, mücadele etmekten kaçan kadınların da olduğunu düşünmektedir. Kadınların kolay yolu seçmelerine, mücadeleden kaçmalarına ve güçsüzlüklerine kızgınlığını dile getirmiştir. Erkekler ise çoğunlukla saygısız, kadını ezen, aldatan, bencil kişilerdir. K6 da (kişisel görüşme, 27.03.2022) kadının genellikle alt sınıfla temsil edilen, ezilen, aldatılan, mağdur olan, pasif kadın olduğunu düşünmektedir. Erkekse sözü geçen ve aldatandır. K3 (kişisel görüşme, 02.04.2022), programlarda kadının ezilen ve güçsüz olduğunu düşünse de şu sözlerle farklı bir bakış açısı ortaya koymaktadır:

Ya kadın, hani şimdi çıkıyor orada ... güya kadınlardan yana oluyolar, ama orada daha çok deşifre ediyorlar kadını. Şimdi Didem miydi o ... çıkarıyor oraya garibanı, ya oğlunu aramaya çıkmış, kadının özel hayatı mı kalıyor, yani her şeyini didik didik yapıyorlar, ondan sonra da hiçbir sonuç almadan evine gönderiyorlar. Bu kadının nerede sen arkasındasın? Daha çok kadını rencide ediyorsun. Bence öyle.

K3 programlarda kadının tüm özel hayatının rating uğruna deşifre edildiğini ve hiçbir sonuç alınmadan evine gönderildiğini dile getirmiştir. Erkeklerinse daha baskın ve güçlü göründüklerini düşünmektedir. Bu ifadeleri, onun programların rating odaklı olduğu konusundaki farkındalığını ve eleştirel duruşunu gösterir. Bu anlamda kadın izleyicilerin pasif izleyici olmadıkları ve programların ardındaki temel dinamiklerin belirli düzeyde bilincinde oldukları söylenebilir. K9 (kişisel görüşme, 04.04.2022), da kadının pasifliğini ve güçsüzlüğünü onaylamıştır, ona göre de erkek genellikle güçlü olandır. Bununla birlikte programlarda kadının evde iş yapması, çocuklarına bakması, kocasına hizmet etmesi gereken kişi olarak görüldüğünü ve toplumda var olan cinsiyet temsillerinin tekrar edildiğini ifade etmiştir. Bu anlamda ona göre toplumda kadına biçilen geleneksel roller programlarda yeniden üretilmeye devam etmektedir. K8 (kişisel görüşme, 20.03.2022), programlarda kadınların erkeğin bakımına muhtaç olan, kendi ayakları üzerinden duramayan kadınlar olarak temsil edildiğini düşünmektedir. Bu anlamda ona göre kadınlar ezilen, güçsüz kadınlardır. Programlarda özel alana ait rol ve sorumlulukların kadına atfedildiğini ve erkeğin kadını evlendikten sonra dizini kırıp çocuğuna bakacak biri olarak gördüğünü dile getirmiştir. Erkeklerse ona göre daima güçlü olan ve aldatandır. Erkeğin aldatması normal karşılanırken kadının aldatması büyük bir suç olarak görülmektedir. K10 (kişisel görüşme, 07.04.2022) programlarda kadının güçsüz ve bastırılmış olduğunu, fakat geçmişteki kadın profilinden oldukça farklı görüldüğünü vurgulamıştır. Kadının kocasını terk etmesine rağmen kocası tarafından çoğunlukla geri çağırıldığını ve namus anlayışının da değiştiğini ifade etmiştir. Ona göre programlarda, kadının eşini ve çocuklarını bırakarak başka bir erkeğe kaçması namussuzluk olarak değerlendirilmemektedir. Bu anlamda kadının egemen sistemdeki rolü ve ona yaklaşım farklılaşmıştır. Erkeğinse kadına karşı biraz daha sinmiş olduğunu ve egemenliğinin azaldığını düşünmektedir.

Görüşme yapılan kadın izleyiciler programlarda toplumsal ve ahlaki değerlerin yok edildiğini ve iyilik, doğruluk, dürüstlük, yardımseverlik gibi değerlerin ortadan kaldırıldığını, yerine kötülük, yalan, entrika ve ihanet gibi kavramların vurgulandığını ifade etmektedir. K7 (kişisel görüşme, 23.03.2022), programlarda namus kavramına işaret edildiğini ve bu kavramın çoğunlukla kadına ithafen kullanıldığını dile getirmiştir. Kadının erkek tarafından mağdur edilmesine rağmen eşini

aldattığında namussuz olarak nitelendirildiğini ve bu bakış açısının son derece kusurlu olduğunu söylemiştir. Erkeğinse hemen hiçbir zaman namus söylemi içinde anılmadığını ve topun altında olanın daima kadın olduğunu düşünmektedir. K2 (kişisel görüşme, 01.04.2022), programlarda ahlaki değerlerin yok edildiğini yinelemiştir. Çocuklarını bırakıp başka bir erkeğe kaçan kadınların gösterildiğini dile getirmiş ve bunu ahlaksızlık olarak değerlendirmiştir. K3 (kişisel görüşme, 02.04.2022) de, programlarda ahlaki değerlerin aşındığını düşünmektedir: “Bakma mecburi bakıyoruz, yani başka bir şey olmadığı için, hiçbir toplumsal değer yok, hiç ahlaki değer yok. Herkes kendini düşünüyor, rating amaçlı”. K3 aynı zamanda programlarda namus kavramına değinildiğini ve bunun kadın için de erkek için de vurgulandığını ifade etmiştir. K6 (27.03.2022) ise programların izleyiciyi ahlaki olarak kötü etkileyebileceğine değinmektedir: “Herkes birbirini aldatıyor, herkes yalan söylüyor, ailenin içinde mutsuzluk var, dışarda arıyorlar genelde, tabi ahlaki değerler yok ediliyor”. K8 de (kişisel görüşme, 20.03.2022), programlarda ahlaki değerlerin çöktüğünü ve yerini kötülük, yalan, ihanet, iftira gibi kavramlara bıraktığını düşünmektedir. Ona göre namus kavramına yoğun olarak işaret edilmektedir, ancak ele alınan kadının namusudur. Kadının eşini aldatması, açık giyinmesi, sevgili olması, evden kaçması vb. durumlarda namus üzerinden yargılandığını dile getirmektedir. K10 (kişisel görüşme, 07.04.2022), program sunucuları tarafından ahlaki ve toplumsal değerlere işaret edildiğini ve programa katılan kişilere iyi ve doğru olanın ne olduğunun anlatıldığını söylemiştir. Her ne kadar izlediği hikâyelerde ahlaki değerler yerle bir edilse de bu değerlerin vurgulandığını düşünmektedir.

### ***Reality Showların Yoğun Olarak İzlenilme Nedenleri***

Araştırmada kadın izleyicilerin, gündüz Reality Showlarını neden yoğun olarak izlediği de sorgulanmıştır. K4 (kişisel görüşme, 20.03.2022), hafta içi gündüz saatlerinde televizyon kanallarında aynı tür programların ekranda olduğunu ve izleyecek farklı bir programın olmadığını ifade etmiştir. Ona göre izleyicinin bu programları yoğun olarak izlemesinin nedeni televizyon ekranlarındaki benzeşmedir. K2 de (kişisel görüşme, 01.04.2022), bu düşüncüyü yinelemektedir. Reality Showlar dışında farklı programlar yapılsa izleyebileceğini, ancak seçim şansının bulunmadığını ifade etmiştir. K3 (kişisel görüşme, 02.04.2022), televizyon kanallarında farklı programlar olmaması nedeniyle Reality Showları mecburen izlediğini şu sözleriyle dile getirmiştir: “Mecburen şimdi, böyle özel kanallar yok bizde, ben daha çok belgesel falan izlemeyi seviyorum. Hani bir TRT belgesel var işte, ona bakmaya çalışıyorum, çok fazla seçeneğim olmadığı için bakıyorum”. K3 eğitici, öğretici, sosyal içerikli programlar ve belgeseller yapılsa daha çok severek izleyebileceğini söylemiştir: “Bakıyorlar ki rating alıyor, herkes kendini düşünüyor, toplumu düşünen yok”. K6 da (kişisel görüşme, 27.03.2022) televizyon kanallarında gündüz kuşağında Reality Showlar yerine farklı ve eğlenceli programlar yapılsa çok daha mutlu olacağını ve zevkle izleyebileceğini dile getirmiştir. Gündüz kuşağında başka izleyecek bir şey olmaması nedeniyle bu programları izlemek zorunda kaldığını düşünmektedir: “Evet iyi programlar olsa daha mutlu oluruz. Bu tür programların hepsi tamamen kaldırılrsa daha mutlu oluruz yani, daha güzel programlar olsun, daha eğlenceli”. K9 (kişisel görüşme,

02.04.2022), Reality Showları mecburiyetten izlediğini düşünmemektedir. Ancak bu tür programlara, çok küçük yaşlardan itibaren ailesi ile birlikte izlemek durumunda kaldığı için artık alıştığını, konularını merak ettiği için izlediğini dile getirmiştir. Bu tarz programlar ekranlarda olmasa aramayacağını söylese de merak duygusunun onu bu programlara yönlendirdiğini ve onun için ilgi çekici olduğunu ifade etmiştir. K8 (kişisel görüşme, 23.03.2022) bu programların devam etmesini istediğini, ona iyi geldiğini, sınırlı olduğu zamanlarda izleyerek rahatladığını dile getirmiştir. K10 (kişisel görüşme, 07.04.2022) bu programları mecbur olduğu için değil ilgisini çektiği için izlediğini düşünmektedir.

Kısaca, kadın izleyicilerin yoğun olarak gündüz Reality Showlarını televizyon ekranlarında farklı türde programlar olmadığı için izledikleri ve aslında bu durumdan çok memnun olmadıkları söylenebilir. Bu tür programları izlemenin kendileri için yararlı olmadığı ve hatta oldukça zararlı etkileri olabileceğinin bilincinde olan bir izleyici ile karşılaşılmıştır. Böyle bir durumda programları izlemeye devam etmelerininse, merak duygusunun baskınlığı ve bu duygunun onları yönlendirmesi ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Ancak programları ilgi ve merak duyduğu için izleyen ve bu durumun devam etmesini isteyen kadın izleyicilerin de olduğu akıldan çıkarılmamalıdır.

### ***İzleme Kanalı ve Tercih***

Kadın izleyicilere gündüz Reality Showlarını televizyondan mı internetten mi izlediği sorusu da yönlendirilmiştir. İzleyicilerin çoğunluğu televizyondan izlediği bilgisini vermiştir (K1, K2, K3, K4, K6, K8). K5 (kişisel görüşme, 20.03.2022) işyerinde izlemesi nedeniyle internetten izlediğini ifade etmiştir. K7 (kişisel görüşme, 23.03.2022) ve K9 (kişisel görüşme, 04.04.2022), programları genellikle televizyondan, kimi zaman da internetten izlediklerini söylemiştir. K10 ise televizyondan izlemektedir. Bu anlamda programların görünürlüğünün gerek televizyon gerekse internet üzerinde sürdürüldüğü ve internetin televizyon izleme deneyimini yerine getirdiği ifade edilebilir.

Kadın izleyicilerin programları içeriğinden dolayı mı sunucusundan dolayı mı izledikleri de belirlenmeye çalışılmıştır. Kadınlar genel olarak programları içeriğinden dolayı izlediklerini ifade etmiştir. K4 (kişisel görüşme, 20.03.2022) programları içeriğinden dolayı izlediğini söylese de sunuculara olan beğenisini şu sözleri ile dile getirmektedir: “Esra da çok düzgün, Esra, Müge Anlı, Zahide Yetiş, Serap Ezgü zaten kendini ispatlayan kişiler bunlar, çok düzgün sunuculuk yapıyorlar. Yani onların kesinlikle kötü niyetli bu programları yaptığını düşünmüyorum”. K6 (kişisel görüşme, 27.03.2022) ise, programları sunucularından dolayı izlediğini söylemiştir. Sunucuların anlatım tarzını beğenirse izlediğini, aksi taktirde izlemediğini ifade etmektedir. K9 (kişisel görüşme, 04.04.2022), programları genelde içeriğinden dolayı izlediğini, ancak ATV’de yayınlanan “Müge Anlı ile Tatlı Sert” programını Müge Anlı’ya olan sempatisi nedeniyle de izlediğini dile getirmiştir. K8 (kişisel görüşme, 23.03.2022), programları konularına ilgi duyduğu için izlediğini, ancak sunucularını da genellikle beğendiğini söylemiştir. Sunucuların programların izlenmesini sağladıklarını ve izleyiciyi kendilerine çektiklerini düşünmektedir.

### ***Reality Show Kritiği***

Kadın izleyicilerin Reality Showları izlerken ya da izledikten sonra yakınları ve arkadaşları ile programlar hakkında konuşup konuşmadıkları da sorgulanmıştır. İzleyiciler programlar hakkında genel olarak konuştuklarını dile getirmişlerdir. K3 (kişisel görüşme, 02.04.2022), programları izlerken eşi ile zaman zaman konuştuklarını, eşinin programların tamamıyla kurgu olduğunu düşündüğü için ona kızdığını ifade etmiştir. Özellikle kadınların bir araya geldikleri gün etkinliklerinde, programlar hakkında konuşulduğunu dile getirmiştir. K6 (kişisel görüşme, 27.03.2022), programları izledikten sonra sinirli şekilde bazı olayları eşine ya da bir arkadaşına anlattığını ve üzerinde yorum yaptıklarını söylemiştir. K9 (kişisel görüşme, 04.04.2022), programları izledikten sonra gündem olan bazı konular hakkında ailesi ya da arkadaşları ile konuştuklarını ifade etmiştir. K8 (kişisel görüşme, 23.03.2022) programlar hakkında yakınları ve arkadaşları ile konuştuğunu şu sözleri ile anlatmaktadır: “Evet çok konuşuyorum. Hatta geçen bir misafirimiz geldi onlarla da konuştuk. Didem Arslan’da bir kadın vardı işte eşinin bir cinayetini çözmek için gelmiş, mesela onu konuştuk. Ya da işte ATV Esra Erol’da Fatma diye bir kız var, onu konuştuk. Konuşuyoruz yani okulda da konuşuyoruz arkadaşlarımla. Annemle konuşuyoruz ya da işte gelen misafirlerle de konuşuyoruz”. Bu bağlamda, kadın izleyicilerin ifadeleri Reality Showların etkilerinin yalnızca program süresince değil program sonrasında da sürdüğünü gösterir. Zira izleyicilerin yakınları ile programlar hakkında konuşmaları, programların onlar üzerindeki yoğun tesirine ve bıraktığı izlere işaret eder. Bu da programların elde ettiği yüksek izlenme oranlarının güvencesi olarak yorumlanabilir.

Görüşme yapılan kadın izleyicilerin gündüz Reality Showlarında izledikleri olayların esas kişilerini ve sunucuları sosyal medyadan takip etme durumları da sorgulanmış ve kadınların bir kısmı bu kişileri sosyal medyadan takip etmediklerini ve aynı zamanda bu kişilerle iletişime geçmediklerini söylemişlerdir (K1, K2, K8, K10). Kadınların bir bölümü ise her ne kadar programlarda hikayelerini izledikleri kişilerle iletişime geçmese de sunucuları takip ettiğini ifade etmiştir. K4 (kişisel görüşme, 20.03.2022) Show Tv’de yayınlanan “Didem Arslan Yılmaz’la Vazgeçme” programının sunucusuna programın Instagram sayfasından yorum yaptığını anlatmıştır. Sunucuya programa katılan konuklara ve özellikle de kadınlara çok sert ve yargılayıcı davrandığını ve bundan hoşlanmadığını yazdığını dile getirmiştir. İzlediği programların sunucularını sosyal medyadan takip ettiğini eklemiştir. K5 (kişisel görüşme, 20.03.2022), Müge Anlı’nın programında izlediği kişileri sosyal medyadan takip etmese de zaman zaman profillerini incelediğini ve aynı zamanda Müge Anlı’yı takip ettiğini dile getirmiştir. Bunun nedenini de Müge Anlı’yı çok gerçekçi bulması ile ilişkilendirir. Ona göre Müge Anlı samimi ve dobra olduğu, programda her şeyi açıkça ifade ettiği, kimseden çekinmediği ve rating odaklı davranmadığı için başarılıdır. Bu yönleriyle sunucuyu kendisine benzettiğini ve beğendiğini söylemiştir. K7 (kişisel görüşme, 23.03.2022), Reality Showlarda hikâyelerini izlediği kişilerin sosyal medya profillerine zaman zaman baktığını, programların sosyal medya sayfalarında yayınlanan anketlere katıldığını ve anlatılan konularla ilgili

görüşünü bildirdiğini söylemiştir. K3 (kişisel görüşme, 02.04.2022), Show Tv’de yayınlanan “Didem Arslan Yılmaz’la Vazgeçme” programının sosyal medya sayfasını bir dönem takip ettiğini, yorumları okuduğunu dile getirmiştir. K6 (kişisel görüşme, 27.03.2022), programlarda izlediği konukları sosyal medyadan takip etmezken, sunucuları takip ettiğini ifade etmiştir. K9 da (kişisel görüşme, 04.04.2022) programlarda izlediği kişileri takip etmediğini, ancak Müge Anlı’yı takip ettiğini dile getirmiştir.

Görüşme verilerine dayanılarak kadın izleyiciler için televizyon programlarının etkilerinin sosyal medyada da devam ettirildiği ve televizyonun kendini bu alanda da yeniden ürettiği ifade edilebilir. İzleyiciler programları sadece televizyondan izlemekle yetinmemekte, sosyal medyayı da programlarda izledikleri hikâyeleri ve kişileri izlemek ve takip etmek için kullanmaktadır. İzleyiciler için, gerek hikâyelerine şahit oldukları kişileri gerekse sunucuları sosyal medyadan takip etmenin, programlardan kopmamak adına önemli bir araç olduğu söylenebilir. Programların sunucularının da izleyiciler üzerindeki etkisi açıktır. Sunucuların sevilen ve beğenilen kişiler olmaları ile izleyicilerin programlara bağlılıkları arasında doğrusal bir ilişki vardır. Bu bağlamda, izleyicilerin programlarla ilişkili fikirlerinin şekillendirilmesinde sunucuların etkisinin yüksek olduğu ifade edilebilir. Hatta kadınların, programların gerçek ya da kurgu olduğu ile ilgili fikirlerinin şekillenmesinde de, sunucuların gerçekçi ve samimi tavırlarının etkili olduğu kanısına ulaşılmıştır. Sunucuları ne kadar açık ve sahici görürlerse programların gerçek olduğunu düşünme ihtimalleri o kadar yükselir. Bunun dışında izleyiciler sunucuların genel olarak toplumun değerlerine saygı gösterdiklerini düşünmekte ve bu nedenle de onları sevdiklerini söylemektedirler.

### ***Kadın İzleyiciler İçin Reality Showların Amacı***

Görüşülen kadın izleyicilerin Reality Showlarda asıl amacın kanal sahiplerinin ve yapımcıların para kazanması olduğunun bilincinde oldukları söylenebilir. İzleyiciler programların yüksek rating elde etmek üzere yapıldığını ve buna hizmet ettiğini düşünmektedirler. Bu temel amaç çerçevesinde topluma da birtakım mesajlar verildiğini ifade etmektedirler. K7 (kişisel görüşme, 23.03.2022) yapımcıların amacının topluma mesaj vermek olduğunu ve bu yolla da para kazandıklarını söylemiştir.

İzleyicilerden bazıları genel olarak Reality Showları izlemenin bireylerin eğitim durumları ile ilişkili olduğunu düşünmektedir. K7 (kişisel görüşme, 23.03.2022) bu programları izlemekte olan, eğitim düzeyi yüksek insanların daha bilinçli olduğunu, programlarda kurgu olup olmadığını daha net görebildiğini dile getirmiştir ve kendisini de bu grup içinde değerlendirir. Ancak K10 (kişisel görüşme, 07.04.2022) bunun tam aksini düşünmektedir. Ona göre bireyin bu programları izlemesi ve izlediklerinden etkilenmesi bireyin eğitim durumu ile ilişkili değildir. Kadın izleyicilerin çoğu, programlar bittikten sonra izledikleri üzerinde düşünmediklerini ve hikâyelerin onlar için orada sona erdiğini ifade etmişlerdir. Aslında programlarda izlediklerinin onları etkilediğini bilmelerine rağmen bunu dile getirmeleri, programlardan zarar görmediklerini düşünmek istemeleri ile ilişkili olabilir.

Yani bu yolla bir nevi direnç mekanizması geliştirmektedirler. Örneğin K8 (kişisel görüşme, 23.03.2022), Reality Showların toplumu olumsuz etkilediğini bilmesine rağmen, izlemeye devam etmesinin nedenini şöyle açıklamaktadır: “Günün yorgunluğu oluyor, günün yorgunluğunu atmak için bir nevi onları izliyorum. Onlara bakarak kendim hırslanıyorum, kendimi onların yerine koyuyorum, kendi kendimle kavga ediyorum, cevap veriyorum televizyona karşı, bir nevi beni motive ediyor ya da hani sinirliysen ve başka bir şeyim varsa aklımı dağıtmaya yönlendirdiği için biraz böyle izliyorum yani”. K8, reality showların toplumdaki bireyleri etkilediğini ve belirli davranışlara yönlendirdiğini de şu sözlerle anlatmaktadır: “... Bizim yakınımızdı, kendisi kaçmayı düşünüyordu, sürekli Esra Erol’u izliyordu, o da işte kaçmayı zaten aklına koymuştu. Hani o da ordan bir cesaret alıp yani o akşam, izlediğimizin akşamı eşini arayıp kaçmıştı, sonra da pişman olup geri döndü”. K8’in’nin sözleri programların izleyiciler üzerinde ne kadar güçlü bir etkisinin olduğunu gözler önüne sermektedir. Görüşülen kadın izleyicilerden bazıları her ne kadar programların onları çok da etkilemediğini söylese de bazı ifadeleri aslında bu etkiyi görmek istemediklerini ve hatta görmezden gelebildiklerini göstermektedir. Nitekim programların içeriği ve ekrana getirilen hikâyeler de izleyicilerin öylesine izleyip geçeceği türden değildir. Kısacası, toplumdaki bireylerin yaşadıkları sorunları ve acı olayları ekrana taşıyan Reality Showlar, konuları ve yarattığı insan figürleriyle izleyicilerde derin izler bırakmaktadır.

## **SONUÇ VE DEĞERLENDİRME**

Araştırmada kadın izleyicilerin özel televizyon kanallarında gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality show programları ile ilişkili düşünceleri açığa çıkarılmaya çalışılmış ve bu programlara yükledikleri anlamlar üzerinde durulmuştur. Bu temel amaç etrafında toplam 10 kadın izleyici ile görüşme yapılmış ve kadınların fikirlerine başvurulmuştur.

Araştırmada elde edilen veriler, görüşme yapılan kadınlar tarafından özel televizyon kanallarında, gündüz kuşağında yayınlanmakta olan Reality Showların yoğun olarak (kadınların çoğu günde 2-3 saat izlemektedir) izlendiğini göstermektedir. Reality Showlar kadınların çoğunluğu tarafından yaklaşık 10-15 yıldır izlenmektedir. Nitekim gündüz Reality Showlarına olan ilgi yeni değildir, oldukça uzun bir geçmişe dayanmaktadır. Kadınlar bu tür programları genellikle ilgi çekici olması ve merak uyandırması nedeniyle izlemektedir. Programların gerçek yaşamdan kesitler sunması ve yaşam öykülerine yer vermesi kadınların programları izlemelerinin temel gerekçelerinden biridir. Kadınlardan bazıları programlarda tamamiyle gerçekliğin anlatılmadığını düşünse de merak duygusu nedeni ile programları izlemeye devam etmektedir. Kadınlar programların konularının ilgi çekici olması nedeniyle bir gün sonra ne olacağını ve olayların nasıl gelişeceğini merak etmektedir. Bu his onları programlara bağımlı kılmakta ve her ne kadar eleştirel yaklaşımlar da izlemeye devam etmelerine neden olmaktadır.

Programlar genel olarak kadın izleyicilerin yaşamlarını olumsuz etkilemekte ve onları hayata karşı daha korkulu ve kaygılı hale getirmektedir. İzledikleri olaylar kadınların çocuklarını daha fazla

sınırlamalarına, eşleri ile ilgili güven problemi yaşamalarına neden olabilmektedir. Programların kadınları genel olarak olumsuz etkilediği söylenebilir. Ancak, bazı kadınlar programlarda izlediği olaylar nedeniyle çocuklarına ya da eşlerine daha dikkatli davranma ve olaylardan ders çıkarma eğilimi gösterebilmektedir. Buna rağmen, programların kadınlar açısından olumlu olan bu etkisinin oldukça sınırlı olduğu ve kadınların daha çok olumsuz etkilendiği kanısına ulaşılmıştır. Bu bağlamda programların, kadınları etkilediği ve çoğunlukla onlarda korku, kaygı ve güvensizlik durumları yaratarak olumsuz etkiler oluşturduğu söylenebilir.

Kadın izleyiciler Reality Showlarda topluma genel olarak olumsuz mesajlar yayıldığını ileri sürmektedirler. Onlara göre, programlar toplumdaki bireylerin ne kadar zor yaşam koşullarına sahip olduklarını, acı içinde yaşadıklarını ve toplumun ahlaki değerlerinin yok edildiğini kanıtlar niteliktedir. Aynı zamanda anlatılan hikâyeler izleyicilerin kötü ve ahlak dışı davranışları örnek almalarına ve tekrarlamalarına neden olabilir. İzleyiciler programları, izledikleri olaylardan ders çıkarmalarını sağlaması bakımından olumlu görmektedir. Ancak onlar açısından bu olumluluk, programların aktardığı olumsuz mesajların etkisinin yanında oldukça belirsizdir. Bununla birlikte, Reality Showların izleyicilerin kendi hayatına şükretmesini sağladığı ve bir rıza söylemi ürettiği de söylenebilir. Bunun da egemen toplumsal düzenin yeniden üretimini sağlamak açısından medyanın ekonomi-politiği ile ilişkili bir temsil olduğu ifade edilebilir.

Kadın izleyiciler televizyonda acı ve kaos içeren olayların kendilerini ve toplumu daha çok çektiğini düşünmektedir. Reality Showların izleyiciler tarafından yoğun şekilde izlenmesinin nedenlerinden biri de bu ilgiye dayanmaktadır. Kadınlar açısından bu tür programlar toplumu olumsuz etkilemektedir. Zira sürekli kötü ve acı olaylarla karşılaşan izleyicinin programlardan olumlu etkilenmesi çok da mümkün değildir, bu nedenle bu etki genel olarak olumsuz bir etkidir. Kadınların çoğu için programların öğrenilecek ve örnek alınabilecek olumlu bir yanı bulunmamaktadır. İnsanlar ancak kötü davranışları ve olayları örnek alabilir, bir cinayetin yolunu, eşini nasıl terk edeceğini vb. öğrenebilir.

Araştırmada ulaşılan verilerden biri de bazı kadın izleyicilerin Reality Showlarda izlediği olay ve hikâyelerle kendi hayatlarını karşılaştırdıkları ve bunun da genellikle yaşamlarına şükretmeleri ile sonuçlandığıdır. Kadınlar programları izleyerek, aslında ne kadar iyi bir yaşamları olduğunun farkına vardıklarını ifade etmektedirler. Hatta izledikleri olaylar, onların bazı hatalar yapmalarını dahi engelleyebilmektedir. Bu anlamda bu tür programlar izleyicide olumlu anlamlar taşır ve izlenilmesi fayda sağlayabilir. Ancak kadınlar, bu programların izleyicileri örnek alma yoluyla kötü davranışlara yönlendirdiği konusunda da hemfikirdir. Onlara göre izleyici, izlediklerinden etkilenerek aynı davranışlara yönelebilir. Nitekim görüşülen kadınların hemen hepsi programlarda izlediklerini örnek almadıklarını, bu ihtimali diğer izleyiciler adına düşündüklerini dile getirirler. Bu anlamda, kadınlar programların olumsuz yanlarının farkındadırlar, ancak kendilerini bilinçli bir izleyici olarak algılamakta ve olumsuz etkilere kapatılmaktadırlar. Kadınların programları iyi yönleri ile izledikleri

ve bunlardan dersler çıkardıklarını söylemeleri ise aslında kendileri için olumsuz etkileri görmezden gelme eğiliminde oldukları anlamını taşır.

Araştırmada Reality Showların kadın izleyicileri hissi anlamda da etkilediği bilgisine ulaşılmıştır. Kadınlar programları yakın bir mesafeden izlemekte ve çoğunlukla katarsise erişmektedir. İzlediklerine üzülme, kızmakta, sinirlenmekte, gerilmekte zaman zaman ağlamaktadır. Bu durum programların onları ne denli ele geçirdiğini kanıtlar. Bazı kadın izleyiciler programların onları ve yaşamlarını etkilemediğini söylese de bu hissi deneyimler aslında ne denli etkilendiklerini gözler önüne serer. Kadınların çoğu, programların toplumdaki bireyleri olumsuz etkilediğini düşünse de bunu kendisi açısından kabul etmemektedir. Bu da her ne kadar programlara karşı eleştirel bir duruş sergileseler de bunu yaşamlarına adapte etmediklerini ve onlardaki etkileri görmezden geldiklerini gösterir. Bu durum kadınların programları izlemeye devam edebilmeleri için geliştirdikleri bir savunma mekanizması olarak da yorumlanabilir. Onlar programların topluma zarar verdiğini düşünseler de kendilerini yalıtmakta ve programları izlemelerinin mantıklı bir gerekçesini yaratmaya çalışmaktadırlar.

Kadın izleyiciler Reality Showlarda yoğunlukla toplumsal cinsiyet açısından geleneksel bir söylem üretildiğini düşünmektedir. Programlarda temsil edilen kadın, onlara göre ezilen, şiddet gören, güçsüz ve mağdur kadındır. Aksine erkeğe egemen olan, tahakküm uygulayan ve kadını ezendir. Bu anlamda onlara göre, özellikle kadının temsili konusunda programlar önemli bir sorun içermektedir. Programlarda kadının salt özel alanla ve özel alan yükümlülükleri ile temsil edilmesi, kamusal alanın dışında tutulması, aşağılanması ve erkek karşısında pasifize edilen konumu onları rahatsız etmektedir. Kadın izleyicilerin bu fikirleri programlara eleştirel yaklaşıtlarını göstermekte ve toplumsal cinsiyet açısından karşıt bir söylem içermektedir. Nitekim kadınların çoğu programlarda toplumsal cinsiyet açısından aktarılan geleneksel/egemen kodları reddetmekte ve bunu açıkça ifade etmektedir. Bu da televizyon izleyicisinin özneliği açısından önemli bir bakış açısı sağlar. Zira görüşme yapılan kadınların programlardaki eril söylem ve erkeğin kadın karşısındaki tahakkümüne karşı eleştirel yaklaşıtları onların toplumsal rol ve temsiller konusundaki farkındalığını göstermekte ve bu durum da her ne kadar programları yoğun olarak izleseler de bu bilince erişmiş olmaları bakımından umut vaatmektedir.

Kadınların programlara yönelik eleştirel yaklaşıtları ile sürekli izleyici olmaları arasındaki ilişki ters bir ilişkidir. Bu da izleyicinin desteklemediği ve aynı bakış açısı ile yaklaşmadığı programları, ilgi çekici olması ve merak uyandırması nedeniyle izleme eğilimi gösterebildiğini ve zıtlıkların onun için çekici olabildiğini göstermektedir. Her ne kadar programlar kadın izleyicilerin ahlaki değer yargılarını ve bakış açıtlarını aşan paradigmlar içerse de, yüksek izlenme oranları eleştireliliğin ve karşıtlığın sadece düşünce ile sınırlı olduğunu ve bunun davranış ve eylemlere yüklenmediğini göstermektedir. Zira, görüşme yapılan kadınlar programlarda çoğunlukla ahlaki değerlerin yok edildiğini ve yerine ahlak dışı davranış ve değerlerin getirildiğini düşünmektedir. Onlara göre namus



kavramı daha çok kadınla eşleştirilmekte ve kadın birçok durumda namussuzlukla itham edilmektedir. Bu yaklaşım kadınların programları izlemelerinin önünde bir engel oluşturmamakta, ancak eleştirel bir izleme eylemi içinde olduklarını ortaya koymaktadır. Nitekim kadınlar bu bilinçlilik hali nedeniyle programların olumsuz etkilerinden korunduklarını iddia ederler. Buna rağmen, izleyicinin tanımladığı bu aktifliğin popüler Reality programların yeniden üretimini engellemediği, hatta ticari televizyon sistemini yeniden ürettiği ifade edilebilir. Ayrıca kadınlar her ne kadar programların toplumsal ahlak ve değerler açısından olumsuz yönlerini vurgulasa da izleme davranışlarını devam ettirerek aslında programların kötü etkilerine maruz kalmaya devam etmektedir. Bu açıdan kadınların programlarla ilgili farkındalıkları ticari televizyon sisteminin çıkarları için bir engel oluşturmamakta ve daha fazla kâr için toplumsal değerler tahrip edilmeye devam etmektedir.

Kadın izleyicilerin gündüz Reality Showlarını izlemelerinin nedeni, yoğunlukla gündüz kuşağında televizyon ekranlarında (majör televizyon kanallarını kastetmektedirler) aynı tür programların bulunmasıdır. Kadınlar gündüz saatlerinde nitelikli (eğitim, kültür, sanat içerikli vb.) programlar üretilse daha mutlu olacaklarını ve izleyecek farklı türde programlar olmadığı için Reality Showları izlemeye mecbur kaldıklarını düşünmektedir. Kadınların söylemleri aslında izleyiciye farklı bir seçenek bırakılmadığını göstermektedir. Kadınların bu farkındalığının, ticari televizyonların “izleyici bunu istiyor” söylemini çürütmekte olduğu görülebilir. Bu söylem aksine “televizyon bize bunu dayatıyor” söylemi ile yer değiştirmektedir. Kadınların eğitim durumları fark etmeksizin çoğunlukla böyle düşünmeleri bu yaklaşımın eğitimle ilişkisini zayıflatmakta ve hemen her kadın tarafından bu bilince ulaşıldığını göstermektedir. Bu bağlamda araştırma, ana akım medya söylemine izleyici bazında karşıt veriler sunması açısından önemli bir bakış açısı sağlamıştır. Ancak, kadınların Reality Showları mecburen izlediklerini ifade etmelerine rağmen izleme eylemini sürdürmeleri bir paradoks içerir. Bu durum, kadınların programların olumsuzlukları ile ilgili farkındalığının, izlemeyi sonlandırmalarına neden olmadığını gösterir. Kanımızca, izleyici Reality Showların bireylere verdiği zararların bilincinde olsa da bu zararı kendisine yönlendirmekten kaçınmakta ve nasılsa programları her şeyin farkında olarak izlediğini düşünerek kendisini bir nevi rahatlatmaktadır. Bu ise “Reality Showlar bana bilinçli izleme yaptığım için zarar vermiyor” söylemini üretmekte ve izleyicinin merak duygusuna kapılarak programları izlemeye devam etmesine neden olmaktadır.

Araştırmada ulaşılan tespitlerden biri de, kadınların programları genellikle içeriklerine ilgi ve merak duymaları nedeniyle izledikleri, ancak sunucuların da kadınlar için önemli bir unsur olduğudur. İzleyicilerden bazıları programlara bağımlı hale geldiklerini ve bir sonraki günü iple çektiklerini ifade eder. Programlarda çoğunlukla bir cinayet çözülmekte, eşini aldatan bir adam karısı ile hesaplaşmakta, aile içi anlaşmazlıklar, sorunlar, kayıplar, şiddet olayları ekrana getirilmektedir. Nitekim programlar konuları itibarıyla oldukça ilgi çekici ve izleyiciyi bağlayıcı bir özellik taşır. Bu da izlenme oranlarının yükselmesine ve kârın maksimize edilmesine yarar ve sözü edilen paradigma, ticari televizyon sisteminin yaşam kaynağını oluşturur. Kadın izleyicilerin Reality Showları izledikten sonra, programlar hakkında yakın çevreleri ile konuşmaya devam ettikleri de

görülmektedir. Bu durum programlar bittikten sonra etkilerinin, diğer bireylerle konuşma eylemi ile devam ettirildiğini gösterir. Yani Reality Showlar, izleyiciye yalnızca programlar ekranda olduğu süre içinde etki etmemekte, yankıları günün diğer saatlerinde de devam etmektedir. Bu durum sosyal medyada programların görünürlüğünün sürdürülmesi ile de ilişkilendirilebilir. İzleyiciye televizyondan izlediği programlar ve konuları hakkında sosyal medya ağlarından da veri akışı sağlanmakta ve onun programları zihninden çıkarmasına izin verilmemektedir. Televizyon ve sosyal medyanın karşılıklı ilişkisi, bu tür programların toplumsal hayatta konuşulmaya devam etmesini ve zaman zaman gündem olmasını sağlamaktadır.

Araştırmada eğitim durumları açısından farklı özelliklere sahip kadın izleyicilerle görüşülmüş ve eğitim durumu değişkeninin kadınların Reality Showlar ile ilgili düşüncelerini ne düzeyde etkilediği sorusuna da yanıt aranmıştır. Genel olarak eğitim durumu değişkeninin, izleyicilerin Reality Showlara yaklaşımları açısından dikkate değer bir etki oluşturmadığı saptanmıştır. Kadınların bu programlara bakış açıları değişkendir ve bu durumun eğitim düzeyi ile ilişkisi olduğunu söylemek güçtür. Örneğin, kadınlardan ilkokul mezunu olan K3 (kişisel görüşme, 02.04.2022) programların kurgu olduğunu ve hiçbir olumlu yanının bulunmadığını, her şeyin kâr mantığına dayandığını düşünürken ve oldukça eleştirel bir yaklaşım geliştirirken önlisans öğrencisi K8 (kişisel görüşme, 23.03.2022) programlarda izlediklerinin gerçek olduğunu düşünür ve hikâyelerden daha fazla etkilendiğini ifade eder. Benzer şekilde ilkokul mezunu olan K2 (kişisel görüşme, 01.04.2022) programlara daha az bağımlılık geliştirirken ve eleştirel yaklaşırken yüksek lisans mezunu K10 (07.04.2022) programlar hakkında daha olumlu bir yaklaşım sergiler. Önlisans öğrencisi K7 ve K9'un da programlara bağımlılıklarının daha fazla olduğu ve izlediklerinden daha çok etkilendikleri kamısına ulaşılmıştır. Bu anlamda izleyicilerin eğitim düzeyi yükseldikçe Reality Showlara daha eleştirel yaklaştıklarını, daha az bağımlı olduklarını ve izlediklerinden daha az etkilendiklerini söylemek oldukça zordur. Eğitim düzeyi düşük olan bireylerin programları daha pasif ve etki altında izlediklerini söylemek de bu bağlamda mümkün olamamaktadır. Dolayısıyla, Reality Showları aktif bir izleyici olarak izleme deneyiminin eğitim durumu ile ilişkisinden söz edilememektedir.

Araştırmada ulaşılan tespitlerden en dikkat çekici olanı, izleyicilerin programlar hakkında çoğunlukla olumsuz düşünceleri olmasına ve programların bireyleri kötü etkilediğini düşünmelerine rağmen izlemeye devam etmeleridir. Elde edilen verilere göre, izleyicilerin bu bakış açısı, bilinçli olduklarını ve onlara gelebilecek zararların farkında olduklarını düşünmeleri ile ilişkilendirilebilir. Görüşme yapılan kadınlar genel olarak programlardan olumsuz etkilendiğini kabul etmemiş ve bu etkilerin başkaları için geçerli olabileceğini söylemiştir. Zira topluma zararlı düşünce ve davranışlar aktardığını düşünmelerine rağmen programları izlemeye devam etmelerinin nedeni, etkileri konusunda farkındalık sahibi olduklarını düşünerek bir nevi rahatlamaları olabilir. Hatta programları, izledikleri kötü olaylardan ders çıkarmalarını sağlaması açısından olumlu karşılımları da bu farkındalık düşüncesine içseldir. Ancak kanımızca izleyicinin bu düşüncesi, aslında programları izlemeye devam edebilmek için üretmiş olduğu ve içsel bir çelişkiyi engellemek istediği ifade

edilebilir. Kadın izleyiciler, programlarda izledikleri olayları tahlil edebilecek ve çıkarımlar yapabilecek yeterliliğe ve bakış açısına sahiptir. Ancak onların bu yeterlilikleri, izleme davranışlarını engelleyememektedir. Bu durumda izleyicinin görece aktifliğinden ve özneliğinden söz edilebilse de bu durum, ticari televizyon pratiğinin kâr mantığına karşı bir hamle oluşturmadığı için, kapitalist sistemin dinamiklerini yeniden üreten bir ortam yaratmaktadır. Zira, izleyici ne zaman bu tür programları izlemeyi sonlandırır, o zaman kaçıt bir eylem üretecek ve düşünceleri tam bir karşılık bulacaktır. Ancak bu olmadığı müddetçe Reality Showlar toplumda yankı bulmaya ve izleyici eleştirel yaklaştığı programları izlemeye devam edecektir.

Sonuç olarak bu araştırmada özel televizyon kanallarında yayınlanan Reality Showların kadın izleyiciler için ne tür anlamlar taşıdığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu araştırma Samsun ve Ankara’da yaşamakta olan 10 kadın izleyici üzerinde yapılmış olup bundan sonra yapılacak araştırmalarda çalışmanın kapsam ve içeriği farklılaştırılarak yeni verilere ulaşılabilir. Reality Showların etkileri ve izleyiciler için içerdiği anlamlar farklı yöntemlerle araştırılabilir ve çalışma kapsamı genişletilebilir. Araştırma erkek izleyiciler üzerinde de uygulanarak yeni verilere ulaşılabilir. İzleyicilerin geçmişte Reality Showları izleme deneyimi ile günümüzdeki izleme deneyimleri karşılaştırılarak tarih içindeki değişimler ortaya çıkarılabilir.

## KAYNAKÇA

Adaklı, G. (2001). Televizyon türlerinde dönüşüm. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1999 Mahmut Tali Öngören’e Armağan. Şubat, Özel Sayı: “Sinema ve Televizyon”*, 229-253.

- Akarsu, B. ve Akarsu, B. (2019). *Bilimsel araştırma tasarımı*. İstanbul: Cinius Yayınları.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 231-274.
- Biressi, A. and Nunn (2005). *Heather, reality tv: realism and revaluation Great Britian*. London: Wall Flower Press.
- Burton, G. (2010). *Görünenden fazlası*. N. Dinç (Çev.) İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Çaplı, B.ve DüNDAR, C., (1995). 80'lerden 2000'lere televizyon. *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi: Yüzyıl Biterken*, (15), 1376-1386.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon, temsil, kültür*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Dauncey, Hugh D. (1996). French `reality television'more than a matter of taste? *European Journal of Communication*, 11(1), 83-106.
- Ekiz, D. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı Yayınları (6. Baskı).
- Feuer, J. (2005/1992) Genre study and television. R. C. Allen (Edt.). *Channels of Discourse, Reassembled 2* in (138-160). New York and London: Routledge.
- Gittlin, T. (February 1979). Prime time ideology: the hegemonic process in television entertainment. *Social Problems*. 26 (3), 251-266.
- Gittlin, T. (1994). *Inside prime time*. New York and London: Routledge.
- Groombridge, B. (1976). *Televizyon ve toplum*. A. Usluata (Çev.). İstanbul: Reklam Yayınları.
- Hill, A. (2005). *Reality tv audiences and popüler factual television*. New York and London: Routledge.
- Karakaya, İ. (2014). Bilimsel araştırma yöntemleri. A. Tanrıöğen (Ed.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri içinde* (57-83). Ankara: Anı Yayınları.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi, kavramlar-ilkeler-teknikler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Katırcıoğlu, E. (2011). Önsöz. E. İlhan, E. Bakkalbaşıoğlu (Ed.) *Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi içinde* (13-14). İstanbul: TESEV Yayınları.
- Kaya, R. (2001). Televizyon medyanın amiral gemisi ya da globalleşmenin taşıyıcısı. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1999, Mahmut Tali Öngören'e Armağan. Özel Sayı: "Sinema ve Televizyon"*, 199-206.

- Kilborn, R. (1994). 'How real can you get', recent developments in 'reality' television'. *European Journal of Communication*, 9 (4), 421-439. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1177/0267323194009004003>. Erişim tarihi: 20.06.2022
- Küçükcan, U. Ö. (2019), Medya sarkacı: kurgu ile gerçeklik arasında suç. *Türk Dünyası Araştırmaları*. 123 (242), 11-34.
- Küçükerdoğan, B. (2009). Kültür ve televizyon. B. Küçükerdoğan (Ed.). *Televizyo ve... içinde* (69-109). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Locher, M., A. (2015). Review of: real talk. reality television and discourse analysis in action. *Journal of Pragmatics*, 75, 25-27.
- Mutlu E. (1995). *Televizyonda program yapımı*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Rose, G. B. and Edgerton G. R. (2005). Introduction television genres in transition. G. R. Edgerton and B. G. Rose (Ed.). *Thinking outside the box a contemporary television genre reader in* (1-16). The University Press of Kentucky.
- Rushdie, S. (2001). Reality tv: a death of talent and the death of morality. *The Guardian*. Erişim adresi: <https://www.theguardian.com/books/2001/jun/09/salmanrushdie>. Erişim tarihi:20.06.2022.
- Tokgöz, O. (2015). İletişim kuramlarına anlam vermek. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Yaylagül, L. (2016). Kitle iletişim kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yıldırım, S. ve Esen, H. (2018). Reality tv programları bağlamında Türk televizyon kültürünün dönüşümü. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*. 26 (3), 486-501.

### **Görüşme Yapılan İzleyiciler:**

- K1 Karakoç, M. (Kişisel Görüşme, 24.03.2022)
- K2 Kılıç, M. (Kişisel Görüşme, 01.04.2022)
- K3 Aygün, H. (Kişisel Görüşme, 02.04.2022)
- K4 Demir, A. (Kişisel Görüşme, 20.03.2022)
- K5 Ergin, S. (Kişisel Görüşme, 20.03.2022)
- K6 Çavuş, Ç. (Kişisel Görüşme, 27.03.2022)
- K7 Devecioğlu, N. (Kişisel Görüşme, 23.03.2022)
- K8 Kaya, E. (Kişisel Görüşme,23.03.2022)

K9 Yayla, A. (Kişisel Görüşme, 04.04.2022)

K10 Kurt, O. (Kişisel Görüşme, 07.04.2022)