

**ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE****2019 YILI “GÜNDÜZ KUŞAĞI” TV PROGRAMLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME****Olçum AKYÜZ\***\*İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi  
Sosyoloji Yüksek Lisans Mezune-posta:  
olcumakyuz@gmail.com  
ORCID 0000-0002-5064-3827**Prof. Dr. Mehmet MEDER\***\*Pamukkale Üniversitesi, Fen-Edebiyat  
Fakültesi, Sosyoloji Bölümüe-posta:  
mmeder@pau.edu.tr  
ORCID 0000-0002-7783-1131**ÖZET**

Bu makale TÜRKSAT'ın Ulusal Kanallar olarak belirlediği kanallarda, gündüz kuşağı adı verilen saat diliminde yayınlanan programlar üzerine sosyolojik bir denemidir. Makalede öncelikle televizyonun Türkiye'deki gelişimine kısaca değinilecektir. Bu çerçevede televizyon yayınlarının içerik, kapsam ve amaçlarının değişimi kısaca açıklanacaktır. Buradan hareketle Türk ulusal kanallarındaki 2019 yılı gündüz kuşağı programları betimleyici bir anlatımla tanıtılacak ve sosyolojik açıdan değerlendirilecektir. Özellikle daha fazla kişiye ulaşabilen ulusal kanalların yayınları olmak üzere televizyon yayınları bireyler ile tek yönlü bir iletişim sağlıyor olmasına karşın, kolektif bilinç yaratmaktadır ve bireyin bir grubun içinde hissetmesini sağlamaktadır. Bu nedenle televizyon yayınlarının içeriği kolektif bilince yapılan bir yönlendirme değildir.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon, TV Programı, Gündüz Kuşağı, İletişim Sosyolojisi**AN ASSESSMENT ON THE "DAYTIME ZONE" TV PROGRAMS OF 2019****ABSTRACT**

This article is a sociological essay on the programs broadcast in the time zone called the daytime broadcast time zone on the channels determined by TURKSAT as Turkish national channels. The article will first briefly mention the development of television in Turkey. In this context, the change of content, scope and aims of television will be explained briefly. From this point of view, the daytime programs of 2019 on Turkish national channels will be introduced with a descriptive narrative and evaluated from a sociological perspective. Although television broadcasts, especially broadcast of national channels that can reach more people, do not provide a one-way communication with individuals, they create collective consciousness and make the individual feel as if they are in a group. For this reason, the content of television broadcasts is an orientation to the collective consciousness.

**Keywords:** Television, TV show, Daytime Broadcast, Sociology of Communication**Geliş Tarihi/Received:** 11.09.2020**Kabul Tarihi/Accepted:** 12.10.2020**Yayın Tarihi/Printed Date:** 20.12.2020**Kaynak Gösterme:** Akyüz, O. ve Meder, M., (2020). "2019 Yılı "Gündüz Kuşağı" Tv Programları Üzerine Bir Değerlendirme". *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(8) 125-131.

## GİRİŞ

Türkiye’de televizyon 31 Aralık 1968 tarihindeki ilk TRT yayınından beri kamusal hayatın bir parçasıdır. 1972 sonrasında Ankara dışındaki şehirlerde de televizyon yayını iletilmeye başlanmıştır. Televizyon kitle iletişimi açısından toplumsal alanın kurgulanmasında ve iletişimin sağlanmasında giderek etkisi artan bir rol üstlenmiştir. İlk haliyle kamu ve devlet ilişkisi içinde, devletin kamuya bir bilgiyi iletmek amacıyla didaktik yayınlar yaptığını söylemek mümkündür. Yayınların içeriğinin değişmesi ve çeşitlenmesi 1974 itibariyle gerçekleşmiştir. Çoğunlukla akşam saatlerinde gerçekleştirilen yayınlara ek olarak gündüz yayınları da yapılmaya başlanmıştır. Bu yayınların yanı sıra spor programları, belgeseller, edebiyat uyarlamaları ve diziler yayınlanmıştır. Televizyon hem bir teknolojik cihaz olarak hem de yayın kapasitesi olarak zaman içinde ulaşılabilir hale gelmiştir (Gündüz, 2019). Yaşanan ekonomik krizlerin bir sonucu olarak alım gücünün azalması ile sanata (sinema, tiyatro vb.) ilişkin harcamaların azaltılması ve bu ihtiyacın televizyon yayınları ile ikame edilmesi sonucunu doğurmuştur. Televizyon haber alma dışındaki bireysel ihtiyaçları da karşılayan nitelik kazanmıştır. 1990 yılı itibariyle devletin televizyon kanalları dışında özel kanallar da kurulmuştur. Reklamcılığın televizyon yayınlarına eklenmesiyle televizyon hem bilgi veren hem bilinç yaratan hem de ihtiyaç kavramını sürekli olarak yeniden tanımlayan nitelik kazanmıştır. Televizyon kanallarının çeşitliliği artmış, kanallar birbirlerinden farklı yayınlar yapmıştır. Kanalların politikaları zamanla değişiklik göstermiştir ve çeşitlenmiştir. Böylelikle farklı ilgi alanlarına hitap eden yayınlar yapılmıştır (Akbulut, 2005).

### 1. Gündelik Hayatta Televizyon

Televizyon yayınları iletişim, medya, sosyoloji, reklamcılık vb. alanların tartışma konularından biridir. Kitle iletişiminde önemli bir görev icra eden televizyon; gazete, dergi, radyo gibi diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla hala toplumun geniş kesimlerine etkide bulunabilmekte, yönlendirme yapabilmektedir. Televizyon yayınının temel amacı kamusal fayda sağlamak değil, toplumun ilgisini sürekli üzerinde tutarak ticari kar elde etmektir. Bu açıdan adeta bir sirk gibidir (Aytekin, 2014, s. 137). Kendisini sürekli olarak yenileyen televizyon yayınları ve bu yayınların hitap ettiği kitle, sosyal bilimlerin araştırma konularından birini oluşturmuştur. Gündelik hayatın içinde giderek daha fazla yer edinmiş olan televizyon yayınlarını izlemeye yönelik olarak çeşitli motivasyonlar söz konusudur. Bunlar; boş zamanını geçirmek, zihin yorgunluğundan kurtulmak ve kafa dağıtmak, sohbetten kaçınmak vb. olabilmektedir (Gauntlett & Hill, 1999: 130).

### 2. 2019 Yılı Gündüz Kuşağı Yayınları Kategorileri

Yayınların toplumsal alanda yarattığı etki sosyolojinin araştırma konularından biridir. Televizyoncuların OPT<sup>1</sup> olarak tanımladığı, halk arasında "Gündüz Kuşağı" olarak bilinen süreçte yayınlanan güncel (2019 yılı ulusal kanallarının yayınlarını oluşturan) televizyon programlarına ilişkin bir kategorizasyona girildiğinde beş tip televizyon programından söz etmek mümkündür. Bunlar: Yemek ve temizlik programları, gündelik hayata ilişkin konuların işlendiği programlar, kriminal konuların çözüme kavuşturulduğu programlar, dedikodu programları, stil ve moda programlarıdır.

#### 2.1. Yemek ve Temizlik Konulu Programlar

Gündüz kuşağı olarak tanımlanan programların çoğu gündelik hayata ilişkin meseleleri konu edinmektedir. Bu çerçevede ilk dikkati çeken programlar yemek ve temizlik konulu programlardır. Gündelik ihtiyaçlar ve pratikler bu programlar vesilesi ile tartışmaya ve ödüllendirmeler ile rekabete açılmaktadır. Hayati ihtiyaçların karşılanmasının tartışmaya açıldığı programların yaş, cinsiyet, eğitim, meslek gibi ayrıştırma kategorilerinin olmaması

<sup>1</sup> OPT (Off Prime Time). Off Prime Time saat 07.00- 19.59 saatleri arasında yapılan yayındır.

yarışmacı ve izleyici olarak talebin artmasını desteklemektedir. Programa katılanların hem yarışmacı hem de puan dağıtan jüri rolünde olması ile birbirine zıt görünen iki rol katılımcılar tarafından icra edilmektedir. Bu durumun yarattığı dengesizlik ve çatışma, programın ilgi görmesinde etkilidir. Yanı sıra bu programların toplumsal cinsiyet kimliklerine ilişkin stereo tipleri değiştirmeye yönelik bir etkide bulunduğunu söylemek mümkündür.

## 2.2. Gündelik Hayata İlişkin Konuların İşlendiği Programlar

Gündelik hayata ilişkin konuların işlendiği programlar yemek yapma, herhangi bir konuda uzman görüşü alma, ünlü bir konuk ağırlama, halk içinden seçilmiş bir kişinin sağlık vb. konularda sorunlarını çözme gibi birden fazla parçadan oluşmaktadır. Bu tür programlarda günlük hayatta işe yaraması muhtemel tasarruf önerileri, el-ışı vb. becerilerin açıklanarak uygulanması, zaman zaman burç yorumlarının yapılması söz konusudur. Bu programın sunuculuğunu üstlenen isimlerin tamamı kadındır. Bir tür ailenin birliğini koruyan, yaratan ve yaşatan, adeta Tanrıça Hera rolü üstlenen sunucular söz konusudur. Gündelik hayata ilişkin konuların işlendiği programların bir kısmında sadece cuma günlerine mahsus olarak bir "hoca" eşliğinde dini içerikli bir bölüm eklenmektedir. Geleneksel ve modern, dini ve seküler değerlerin tümü aynı potada eritilerek popüler kültüre eklenmektedir. Genel bir çerçeveden baktığımızda programların isimlerinin belirsiz olması programların içeriklerinin sınırlandırılmamış olması ile tutarlı bir görünüm sunmaktadır. Programda stüdyodaki izleyiciler zaman zaman program akışına dahil edilmektedir. Bu programlarda sunucu yayın içinde bir uzman ile konuşarak o gün için belirlenmiş konuda bilgi almaktadır. İzleyiciler konuya göre uzmanla bir araya getirilmektedir. Böylelikle -en çok da bir sağlık sorununun tedavi edilmesi ve çözülmesinde- izleyicilerden birinin veya birkaçının özel yaşamına dair bilgiler alınmakta, uzman kişi ve danışan arasındaki iletişim kamuya açılmakta ve sorunun çözülme süreci adeta bir dizi-film gibi gözler önüne serilmektedir. Uzman desteğini alan kişilerin çoğunlukla kadınlardan oluşması dikkat çekicidir. Çoğunluğunu kadınların oluşturduğu izleyici kitlesi ile bu tek yönlü iletişimde karşılıklı dostluk ve paylaşım hissi yaratan, suni bir bağ kurulmaktadır. Bu programlarda dikkati çeken bir diğer şey de sorunların muhakkak tatlıya bağlanması, olumlu bir sonuca ulaşılmasıdır. Bu biçimde programa eklenen hikayeler ile izleyicinin yayını izlemesinde süreklilik sağlanmaktadır. Bu çerçeveden hareketle, kriminal konuların çözüme kavuşturulduğu programlar ile de bir olaya bağlı olarak gelişen bir gizemin çözüme kavuşturulması hedeflenmektedir.

## 2.3. Kriminal Konuların Çözüme Kavuşturulduğu Programlar

Her hafta (5 gün) için seçilen bir veya iki olaya ilişkin araştırmalar yürütülmektedir. Bu programlarda seçilen olaya ilişkin olarak çeşitli tanıkların, görüş bildirmek isteyenlerin programa aktif olarak katılabilme imkânı vardır. Yanı sıra izleyicinin kendi sorunlarını tartışmaya açabileceği bir alan da sunmaktadır. Görüş bildiren kişilerin çoğu halkın içinden, çoğunlukla olayla ilişkili olan isimlere yakınlığı bulunan, herhangi bir uzmanlığa sahip olmaksızın ve herhangi bir uzmanlığa sahip olması gerekmeksizin "bilirkişi" kesilen kimselerdir. Bu programlarda uzman olmayan kişilerin zaman zaman uzmanların yerini aldığını söylemek mümkündür. Kriminal olayların çözüme kavuşturulduğu programlar aynı zamanda güvenlik güçleri ile iş birliğinin yapıldığı programlardır. Bu açıdan kriminal bir olayın kamusallaşması yolu ile kolluk kuvvetlerinin sorunu çözmesine ilişkin bir kamuoyu baskısı da oluşturmaktadır. Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun (Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun, 2012) kapsamına uygun bilincin yaratılmasıyla kamuoyu oluşturulması ve kanunun uygulanmasına ilişkin gerekli zemini hazırlaması yönüyle önemlidir. Bu tip programlarda tartışmaya açılan olayın sonuca bağlanmasında sunucu ve izleyiciler "adalet dağıtan yargıç" rolünde hareket ederler. Çoğunlukla kadına şiddet, taciz, tecavüz gibi vakaların da açığa çıktığı programda pek çok kadın kendi hayatı ile özdeşim kuracak ya da kendi hayatından daha kötü bulduğu örnekler üzerinden kişisel tatmin sağlayacağı için programa ilgisi devam etmektedir (Meder & Çiçek, 2012).

## 2.4. Dedikodu Programları

Dedikodu programları ise ünlü kişilerin hayatlarına (iş yaşamları, aileleri, sosyal medya hesaplarından yaptıkları yayınlar vb.) ilişkin çeşitli yorumların dile getirildiği, ünlü kişi hakkındaki doğruluğu kanıtlanmış veya kanıtlanmamış herhangi bir haber üzerine spekülasyonların yapıldığı programlardır. Yapılan yorumların çoğu aşırı yergi veya aşırı övgü biçimindedir. Magazin haberlerinden temel farkı haberin üzerine konuşulmasıdır. Bu açıdan halkın ev oturmaları, kahvehane sohbetleri vb. sosyal toplanma alanlarında küçük gruplar halinde yürüttükleri tartışmalar ile benzerlik göstermekle birlikte izleyiciyi bahsettiğimiz küçük grubun içinde hissettirir şekildedir. Televizyon izleme davranışında etkili olan unsurlardan biri de yalnızlık hissinden kaçma isteğidir (Çakır & Çakır, 2011). Yapay da olsa bir grubun, bir sosyal ortamın içinde hissettirme özelliği ile izleyiciyi kendine bağlayan programlardır.

## 2.5. Stil ve Moda Programları

Stil ve moda programları giyim, saç ve makyaj yapımı gibi işlerin yapıldığı ve tartışmaya açıldığı programlardır. Gündelik bir pratiğin ve kişisel ihtiyaçların olduğundan farklı bir hale getirilerek değerlendirmeye alındığı bu programlar moda ve tüketim kültürünü pekiştiren nitelikler arz etmektedir. Bu tip programlara katılanlar çoğunlukla ünlü kişiler değildir ancak ekran önünde buldukları süre zarfında "ünlülükten" pay almaktadırlar. Yarışmacılara günlük olarak bildirilen konseptler üst ekonomik sınıfa mensup kişilerin, toplumun elitlerinin günlük hayatında karşılaşılabileceği yer ve zaman kurgusuna denk düşmektedir. Dolayısıyla yarışmacı sadece "ünlülükten" değil, aynı zamanda "elitlikten" de pay almaktadır. Katılımın herkese açık olması bir yana eleştirilerde bulunan jürinin çoğunlukla olumsuz yorumları ile de izleyici arasında bir özdeşim söz konusudur. Stiline ve moda bilgisine ilişkin bir iddia ile jüri karşısına geçen yarışmacının olumsuz eleştirilerle karşılaşması programın izleyicilerinin bir kısmı için elitliğin hasara uğratılmasının, hatta yıkılmasının bir simülasyonudur. Bu tip programların odaklandığı nesne kadın bedeni ve kadın bedeninin toplumsal temsilidir. Belirlenen kategorilerin her birinde kadın bedeninin, davranış kalıbının belirlenmesi, uygulanması ve jüri tarafından doğrulanması gerekir. Jürinin yorumu norm yaratır niteliktedir ve yarışmacılardan beklenen, jürinin normlarını harfiyen uygulamasıdır. Bu programlar kadın bedeninin yeniden üretilmesinde ve tüketimin belirli alanlara yönlendirilmesinde etkilidir (Özdemir, 2016).

## 1. Genel Değerlendirme

Genel bir çerçeveden değerlendirdiğimizde bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun, yayından izleyiciye doğru birtakım iletilerin birden fazla duyuya hitap ederek ilettiğini söylemek mümkündür. Gündüz kuşağı programları ise izleyici ile karşılıklı iletişim halindeymiş gibi bir görünüm sunmaktadır. Bu durum izleyicinin yalnızlığını unutarak izlemeye ilişkin olumlu motivasyon geliştirmesinde etkilidir. İzleyicinin dahil olabilme imkanına ilişkin geliştirdiği yanlış bilinç kamusal ve özel alanlar arasındaki ayrımların kaybolmasında etkilidir. İzleyici izlediği program ile kurduğu duygusal bağ sonucunda kendi özel yaşamına ilişkin konuları program katılımcısı olarak tartışmaktan çekinmez hale gelmektedir. Marshall McLuhan seyircinin televizyon yayını ile aktif olarak ilişki kurduğunu savunmuştur. Ona göre görsel bir ürün olarak sinema tamamlanmış bir ürün sunarken seyircisini pasifleştirmektedir. Televizyon yayınının eksilteli yapısı ise izleyiciyi kendisine çekmektedir (McLuhan, 1965, ss. 324-336). Bu çerçeveden hareketle izleyicinin bir anda dahil olabildiği ve/veya bir anda bilirkışı kesilebildiği televizyon yayınları televizyonun sürekliliği için önemlidir.

Gündüz kuşağı programlarının formatlarının yarattığı etkilerden biri de toplumsal alan içindeki düşmanlıkları ve öfkeyi domine etmesi ve günün sonunda da teskin etmesidir. Televizyonda sunulanlar çoğunlukla "gerçek" gibi algılanıp, kabul edilir. Yayının gerçek gibi algılanmasında ölçülülük, güvenilirlik, özgünlük, duygusal içerik, anlatı tutarlılığı ve algısal ikna edicilik özelliklerini barındırması belirleyicidir (Hall, 2003). Jean Baudrillard'ın temel aldığı biçimde "simülasyon" var olana ilişkin yapay bir yeniden üretimdir (Baudrillard, 2010). Bu çerçeveden hareketle gündüz kuşağı programlarının da gündelik yaşama ilişkin bir yeniden üretim yaptığını

söylemek mümkündür. Aile ilişkileri, toplumsal sorunlar, yemek yeme, barınma, giyinme gibi temel ihtiyaçlar yeniden üretilmektedir. Bu yeniden üretimin iki özelliği vardır. Birincisi üretimin herkesçe bilinen ve yaşanan şeyler üzerinden kurgulanmasıdır. İkincisi ise bu kurgunun gündelik pratikler ve gerçeklikler içinde pek çok unsuru kesip atmış olmasıdır (Bourdieu, 1998, s. 24). Bu durum gerçeği çoğunlukla yok ederek, bir yanılsamayı gerçeklik olarak sunmaktadır. Gündüz kuşağı programları zaman zaman çeşitli konuda uzmanlaşmış kişilere yer verse de uzmanların uzmanlarla tartıştığı bilgi ve bilim odaklı programlar değildir. Başka bir açıdan televizyon yayını yeni bir şey söylememektedir (Bourdieu, 1998, s. 16). Buna karşın izleyici kitlesinin gündelik hayatın içindeki sorunlarına uygulanabilir çözüm arıyor olması programların izlenmesinde etkilidir (Potter, 2008: 164-165).

Gündelik hayatın içinde kullanılan temel bilgi ve pratiklerin önemli kabul edildiği yayınlar ile sıradan insanlar sıra dışı ve üstün nitelikli hale gelmektedir. Dolayısıyla kuralları belirleyen uzmanlar, hakimler, savcılar, üst ekonomik sınıftakilerin bir birleşim kümesini oluşturan toplumun elit kesiminin toplumsal konumu, toplumun geri kalanını oluşturan kitle tarafından işgal edilmiştir. Bu, toplumsal gerilimlerin dışa vurularak atıldığı bir pasif şiddet gösterisidir. Bu gösteriyi gerçekleştiren kitle gibi görünse de esasında televizyon programının kendisidir. Jacques Lacan'ın ifade biçimiyle televizyon toplumsala hitap etmese de toplumsal adına söz söylemektedir (Lacan, 2013: 36). İzleyiciyi çoğunlukla gündelik hayatın içinden seçilmiş konu hakkında yasa koyan ve yasa işleten bir konuma getirmiştir. İlişkili bir biçimde izleyici, katılımcı olarak da programa dahil olup, bu programlarda özel yaşamına dair herhangi bir meseleyi kamusal alanda tartışılmasını ve çözüme kavuşturulmasını sağlayabilmektedir. Böylelikle katılımcı tartışmaya açılan sorun bağlamında toplumsal desteği kendi lehine almaya çalışmaktadır. Esas gerçek ise izleyicinin toplumsal alanı kolektif biçimde etkiliyor olduğu değil, yayının kendisinden bireysel olarak etkileniyor olduğudur.

## Sonuç

2019 yılı, ulusal kanalların gündüz kuşağında yayınladığı programları yemek ve temizlik programları, gündelik hayata ilişkin konuların işlendiği programlar, kriminal konuların çözüme kavuşturulduğu programlar, dedikodu programları, stil ve moda programları olarak beş kategoride incelemek mümkündür. İzleyicinin özdeşim kurma, sosyalleşme, kendi hayatını kabul edebilme, kaçınma, ölç alma vb. duygusal ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayan bu programlar gündelik hayat pratiklerini ve temel yaşamsal ihtiyaçları konu edinmektedir. Böylelikle geniş kitlelere ulaşmayı hedefleyen yayınlar ile toplumsal alan gerçek dışı bir biçimde tanımlanmakta ve yeniden yapılandırılmaktadır. Bu yeniden yapılandırma gündelik pratiklerden ihtiyaç kavramının içeriğine kadar geniş bir skalada etki göstermektedir. Ekran karşısındaki bireyler giderek televizyon yayını "gerçeklik" olarak kabul eder hale gelmektedirler. Sosyalleşmenin yarattığı etkiden beslenen gündüz kuşağı yayınları izleyicilerini olması muhtemel ve normal kabul edilen sosyal etkileşimlerin simülasyonu içine dahil etmektedir. Televizyonun kitle iletişim araçlarından biri olması ve yayınların izleyicileri kendi içine dahil eder görünüşü nedeniyle kitle ve yayın arasında doğrudan ve karşılıklı bir etkileşim varmış gibi görünmektedir. Esasında gündüz kuşağı yayınları izleyicilerini ve izleyicilerinin yaşam alanlarını tek tarafı olarak yeniden şekillendirmektedir.



EK:

**Tablo 1.** İncelemeye Alınan Gündüz Kuşağı Televizyon Programları Listesi

Ulusal Kanallarda Yayınlanan Gündüz Kuşağı Televizyon Programı Kategorileri	Ulusal Kanallarda Yayınlanan Televizyon Programın Adı	Televizyon Kanalının Adı / Yayınlanma Saati
<b>Yemek ve Temizlik Konulu Programlar</b>	*Gelinim Mutfakta *Temizlik Benim İşim *Zuhal Topal'la Sofrada *Seda Sayan ile Yemekteyiz	Kanal D / 12.30-16.55 Fox TV / 14.00-16.00 Fox TV / 16.00-20.00 Tv8 / 16.00-20.00
<b>Gündelik Hayata İlişkin Konuların İşlendiği Programlar</b>	*Hayat Sağlıklı Güzel *Balçıcek ile Dr. Cankurtaran *Neler Oluyor Hayatta? *Çağla ile Yeni Bir Gün *Hayatta Her Şey Var *Derya Baykal'la Gülümse	Kanal D / 06.15-07.30 Kanal D / 07.30- 09.00 Kanal D / 09.00- 11.00 Fox TV / 10.00-12.15 Beyaz TV / 11.00-13.00 Teve 2 / 14.00-16.45
<b>Kriminal Konuların Çözümüne Kavuşturulduğu Programlar</b>	*Müge Anlı ile Tatlı Sert *Esra Erol'da *Gerçeğin Peşinde	ATV / 10.00-13.00 ATV / 16.20-19.00 Star TV / 13.30-16.30
<b>Dedikodu Programları</b>	* Müge ve Gülşen'le 2. Sayfa * Gel Konuşalım * Söylemezsem Olmaz	Kanal D / 11.00-16.15 Tv8 / 09.30- 11.45 Beyaz TV / 08.45-11.00
<b>Stil ve Moda Programları</b>	* Kuaförüm Sensin * Doya Doya Moda	Show TV / 12.30-16.00 Tv8 / 11.45-16.00

### Kaynakça

Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun, Pub. L. No. 28239, 6284 (2012).

Akbulut, N. T., (2005). "Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Dünü-Bugünü". İçinde *Medya Eleştirileri (Toplumsal Etkiler)* (1. bs, ss. 273-291). Beta.

Aytekin, M., (2014). "Postmodern Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyon". *Atatürk İletişim Dergisi*, 7, 127-142.

Baudrillard, J., (2010). *Simülakrlar ve Simülasyon* (O. Adanır, Çev.; 5. bs). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.

Bilinmiyor (2019, Aralık 23). *TÜRKSAT Kablo Kanal Listesi*. <https://www.turksatkablo.com.tr/saveas/channels/TurksatKabloKanallar.pdf?lastUpdate=01.02.2019%2010:23:14>

Bourdieu, P., (1998). *Televizyon Üzerine* (T. Ilgaz, Çev.; 1. bs). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Çakır, V., & Çakır, V. (2011). "Yalnızlık ve Televizyon Kullanımı". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi*, 7(1), 131-147.

Gauntlett, E., & Hill, A., (1999). *TV Living- Television, Culture and Everyday Life* (1. bs). Routledge.

Gündüz, U. (2019, Mayıs 27). *Türkiye'de Televizyonun Kısa Tarihi*. <https://www.beyaztarih.com/makale/turkiyede-televizyonun-kisa-tarihi> Erişim Tarihi: 01.02.2020.



- Hall, A. (2003). *Reading Realism: Audiences' Evaluations of the Reality of Media Texts*. 53, 624-641. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02914.x> Erişim Tarihi: 01.02.2020.
- Lacan, J., (2013). *Televizyon* (A. Soysal, Çev.; 1. bs). İstanbul: Monokl Yayınları.
- McLuchan, M., (1965). *Understanding Media: Extensions of Men* (2. bs). McGraw-Hill Book Company.
- Meder, M., & Çiçek, Z., (2012). "Mahremiyet Anlayışının Yerinden Edilmesinin Bir Sonucu Olarak Kadın Programlarının Türsel ve Söylemsel Analizi: Denizli Örneği". *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 12, 9-28.
- Özdemir, Ö., (2016). "Moda Programlarının Kadın Bedenini Metalaştırması". *Akdeniz İletişim Dergisi*, 25, 245-270.
- Potter, J. W., (2008). *Media Literacy* (4. bs). Sage Publications.