

REALITY TV PROGRAMLARI BAĞLAMINDA TÜRK TELEVİZYON KÜLTÜRÜNÜN DÖNÜŞÜMÜ

Sumru YILDIRIM¹
Halim ESEN²

ÖZET

Birer kültürel ürün oldukları halde, birbirinden çok farklı coğrafyalarda geniş izleyici kitleleriyle buluşma başarısı gösteren uluslararası televizyon formatları, 1990'lı yıllardan itibaren Türk televizyon yayıncılığının temel programları arasında yer almıştır. Yaklaşık otuz yıllık bir yayın dönemini tamamlayacak olan bu formatlar yıllar içerisinde türsel olarak çeşitlenerek, farklı alt türleriyle televizyon kanallarının günlük program akışında yer almaktadır. Bu formatlar içerisinde yer alan Reality TV programlarının bu başarısının sebebi, orijinal formatların yayınlandığı ülkenin yerel kültürel ve sosyolojik kodlarına uyum sağlayacak şekilde dönüşebilmeleridir. Orijinal formatlar, yerel izleyicinin ilgisini çekmek ve izlenirliğin artması için yerel kültüre ve kimliğe uygun sürümlere tercüme edilmektedir. Bu bağlamda; Türk televizyon kanallarında yayınlanan Reality TV programlarında sunulan yaşam biçimleri, katılımcı söylemleri sosyolojik ve kültürel yapıya göre yeniden şekillenerek yerelleştirilmiş ve 2000'li yıllarda kendi özgün formlarını yaratmıştır. Bu çalışmada; Türk televizyon kanallarında yayınlanan Reality TV programlarının son otuz yıllık dönemi incelenecektir. Belirlenen bu on yıllık periyodlar (1990-2000-2010) Türkiye sosyopolitik ikliminin değişim dönemlerini kapsamaktadır. Bu periyodlardan belirlenen programlar, Türkiye'nin ideolojik, kültürel ve siyasal bağlamları içerisinde değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Televizyon kültürü, melez formatlar, yerelleşme, Reality TV

TRANSFORMATION OF TURKISH TELEVISION CULTURE IN THE CONTEXT OF REALITY TV PROGRAMMES

ABSTRACT

International television formats, which have been able to reach a wide audience in very different geographical regions although they are cultural products, have been among the main programs of Turkish television broadcasting since the 1990s. These formats, which will complete a broadcasting period of approximately thirty years, have diversified in terms of their genres over the years and taken place in the daily program flow of television channels with their different sub-genres. The reason for the success of the Reality TV programs in these formats is that the original formats can evolve by adapting to the local cultural and sociological codes of the target country. The original formats are translated into the versions suitable for the local culture and identity to attract local audience and increase their rating. In this context, the lifestyles and the participant discourses presented in the Reality TV programs on Turkish television channels have been localized by being reshaped according to the sociological and cultural structure, and in 2000, they created their own original forms. In this study, the last thirty-year period of the Reality TV programs broadcast on Turkish television channels will be examined. These ten-year periods (1990-2000-2010) determined cover the periods of sociopolitical climate changes in Turkey. The program texts selected from these periods will be evaluated in the ideological, cultural and political contexts of Turkey.

Keywords: Television culture, hybrid formats, localization, Reality TV

¹ Arş. Gör., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Aydın, Türkiye, sumruyildirim@adu.edu.tr.

² Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Aydın, Türkiye, hesen@adu.edu.tr.

GİRİŞ

Ticari televizyon yayıncılığı dönemine kadar TRT Kurumu'nun, devlet tekeli olmasına ve televizyon içeriklerinin niteliğine ilişkin eleştiriler 80'lerin ikinci yarısından başlayarak 'başka türlü bir televizyonun mümkün olabileceği yönündeki düşüncenin doğmasına yol açmıştır. Türk toplumun muhasır medeniyetler seviyesine ve batının çağdaş normlarına ulaşmasını amaç edinen TRT, yayın akışında kültür sanat programları, spor karşılaşmaları, bilimsel ve teknolojik yeniliklere dair belgesellere ve yabancı dizilere ağırlıklı olarak yer vermiştir. Bu dönemde beş farklı kanaldan yayın yapan TRT, 'toplumsal gereksinimleri temel alan' bir 'eğitim-kültür kurumu' olarak birbirine benzeyen temalara sahip program içerikleri ile yayın hayatına devam etmiştir (Çelenk, 2005, s.130). TRT, 70'li yıllardan 2000'li yılların sonuna kadar adeta izleyicilerinin öğretmeni, danışmanı, hikâye anlatıcısı ve boş zaman etkinliklerinin organizatörü işlevine sahiptir. TRT'nin bu dönemdeki yayıncılık anlayışına yöneltelen eleştiriler, ülkenin en önemli toplumsal ve siyasal olaylarına mesafeli duruşuna ve dönem hükümetinin ideolojisine paralel olmayan söylemleri dışarıda bırakmasına yönelik olmuştur. Toplumun farklı kesimlerine ait farklı kültür ve ideolojiler TRT televizyonun modernleşme planlamasında üstlendiği görevin sınırları içerisinde yer bulamamıştır. Mevcut iktidarın siyasal ideolojik söylemine göre yayın içeriklerini belirleyen TRT üzerindeki bu gücün etkisini sadece yayınlanan programların içerik ve söyleminde değil dışarıda bırakarak görmezden geldiklerinde de görmek mümkündür. Bunun yanında kamu yayıncılığı ilkeleri çerçevesinde halkı eğitme misyonu, seçkin yaklaşımı ve toplumun belirli zümrelerine hitap eden yapısı sebebiyle halk tarafından yeterince 'eğlenceli' bulunmamaktaydı.

Temelleri 80 sonrasında atılmaya başlayan siyasal, ekonomik ve toplumsal yapıların dönüşümü sürecinde, siyasal söylemin aktarıcısı olma görevini 'yenilikçi' bir yaklaşımla yerine getirmesi gereken bir dördüncü bir kuvvete ihtiyaç duyulmuştur. Liberal ekonomik düzenin en önemli unsuru olan tüketim toplumunun yaratılabilmesi için toplumda bir 'zihniyet' değişimi yaşanması gerekliliği etrafında hem fikir olan sermaye sahipleri ve siyasi figürler yeni bir dönemin başlamasına öncülük etmişlerdir.

Bu dönüşümün etkin araçlarından biri olan televizyonun, kamu hizmeti yayıncılığından ticari televizyon yayıncılığına geçiş süreci yasal bir zemine sahip olmadan gerçekleşmiştir. Kurulan özel kanallar yayın hayatına birer birer dahil olmuş televizyon yayınlarının içerikleri ve program üretimlerinde farklı bir anlayış hakim olmaya başlamıştır. TRT bu dönemde Türkiye'nin ilk özel kanalı olan Magic Box (1990) ve onu takip eden diğer kanalların yayın içerikleri karşısında hazırlıksız yakalanmıştır. Çok sesliliği getirme, halkın demokratik hak ve çıkarlarını savunma iddiasıyla yola çıkan özel televizyon kanalları, örgütlenme biçimleri ve politik bağları ile yaratılmak istenen ileri kapitalist ülkenin iletişim alt yapısını kurmuştur. Mütevazı Türk insanı profili de yine bu dönemde çözülmeye başlamıştır. 70'li yılların ortak değerlerine sahip dayanışma içinde olan, bilge ve kanaatkâr insan profili yerini kısa yoldan zengin olma hayalleri kuran, biçimsel olarak modernleşmenin görünümüne sahip olmayı arzulayan bir profile bırakmıştır.

Özel televizyon yayıncılığı, ortaya çıkışından itibaren, 'toplumun duygu dünyasına hitap eden, dönemin 'bireyciliği kutsayan' söylemini içeriklerine ve biçimlerine yansıtabilme becerisini göstermiştir. İlk yıllarda içerik sıkıntısı yaşayan daha çok yabancı yayınlara yer veren kanallar daha sonraki yıllarda dönemin teknolojik olanakları sayesinde kendi içeriklerini üretebilir hale gelmiştir. Seçenekleri birden bire çoğalan izleyicinin konumu değişmiş siyasi söylemle yönlendirilmesi, teskin edilmesi gereken kitleler 'muhtemel tüketici' olarak tanımlanmaya başlamıştır. Televizyon yayıncılığının ana akışının ağırlıklı olarak:

- Yerli Televizyon Draması: Diziler, seriyaller, komedi ve güldürü dizileri, durum komedileri

- Show Programları: Talk-Showlar, müzik-eğlence programları, yarışma programları (Quiz Show ya da Contest olarak adlandırılan yarışmalar ve Gameshow olarak adlandırılan 'Oyun'lar), Televole grubu programlar.
- 'Forum' Programları: Haber-tartışma programları ve Haber-Dosyaları, spor-kritikler
- 'Yaşam Öyküleri' Programcılığı: Reality-Show'lar yer almıştır (Çelenk, 2005, s.206).

Özel televizyon yayıncılığının başlangıcını takip eden 10 yıllık süreçte ana-yayın akışının incelenmesi sonucunda ortaya konulmuş bu sınıflandırma türsel bir ayrıma dair değildir. 2000'lerden itibaren günümüz televizyon yayın akışlarını incelediğimizde de bu sınıflandırmanın güncelliğini koruduğunu görmekteyiz. Televizyon program ve içeriklerinin oluşumunda dönemin tüketim söylemine paralel kısa sürede üretilip aynı kısa sürede tüketilen ve akabinde yenisini tüketmesine yönelik bir üretimin oluşması sağlanmıştır. Her dönem yeni trendler yaratılarak izleyici beğenisine sunulan ve yüksek izlenme oranlarına ulaşan programlar diğer kanallara örnek teşkil edip benzerleri türetilerek ya da kopyalanarak yaygınlaşmıştır.

Televizyon program türlerinin pek çoğunun 'eğlence' ekseninde bir gelişim ve çeşitlilik gösterdiğini görmekteyiz. Günümüzün televizyon program tür ve formatların temellerinin atıldığı bu dönemde televizyon içeriklerinin oluşumunda arayışların olağan dışının skandal yaratma becerisi, banal olanın eğlendirme gücü, ajitasyonun izleyici ile bağ kurma becerisi vb. etrafında şekillendiği söylemek mümkündür. TRT dönemindeki izleyici ve yapım arasındaki mesafe yerini izleyicinin de programlara dahil olduğu ekranda kendine yer bulabildiği bir yapıya bırakmaya başlamıştır. Özellikle gündüz kuşağında yer alan kadın programlarında sıradan olanın hikâyelerine yer verilmesi, yarışma programlarından çıkan yeni televizyon ünlüleri artık bir gün herkesin ekranda olabilme ihtimalini sıradanlaştırmıştır.

Modern toplumun ve medyanın son zamanlardaki gelişimine bakıldığında da hem pazar analistleri hem de medya araştırmacıları her şeyin eğlence olduğu bir 'Eğlence Çağı'nda olduğumuz görüşünde birleşmektedirler. Kendisine uygun programlar (genellikle yerli drama)³ izleyerek; kişisel ilişkilerini geliştirme, dost arkadaş edinme ve yalnızlıktan kurtulma yollarını medyadan öğrenmekte ya da bazı özdeşlikler kurarak, buna yönelik ihtiyaçlarını sanal olarak karşılamaktadırlar. İzleyici; başkalarını etkilemeyi ve onların görüş alanına girmeyi prestij elde etmeyi, taktir-itibar görmeyi, estetik ve edebi beceriler kazanmayı, başarıya kendini motive etmeyi medyayı kullanarak sağlamaktadır. Özünde insanlar (izleyici, dinleyici, takipçi), inandıklarının teyit edildiğini görmek, doğru yolda olduklarından emin olmak, kendisinin ve başkalarının kişiliğini çözümleyerek, kendini ve başkalarını konumlandırmak amaçlarıyla medya içeriklerini referans almaktadırlar.

1. TELEVİZYON PROGRAM TÜRÜ OLARAK REALITY TV

Reality TV türü için yapılan ilk tanımların odağında 'gerçek yaşam' ve 'gerçek insan' temel, olmazsa olmaz bir ortak noktadır. Dünya televizyon yayıncılığı için Reality TV programları televizyon yayıncılığını kökten değiştiren bir tür olarak kabul görmektedir (Kilborn, 2004). İzleyici ile bağ kurma becerisi ve sosyal psikolojik etmenleri eğlencenin odağında sentezleyebilme kabiliyetine sahip olan Reality TV programları türsel çeşitlilik arz etmesi ve örneklem uygunluğu açısından bu çalışmanın ana ekseninde yer almaktadır. Aslında türün yıllar içerisinde göstermiş olduğu biçim ve söylemdeki değişimi toplumsal gerçekliğin, toplum değerlerinin de değişim çizgisini yansıtmaktadır. Televizyonun diğer önemli türlerinden biri olan

³ Ipsos KMG Araştırma ve Danışmanlık Şirketi "Türkiye'yi Anlama Kılavuzu 2017" araştırmasında Türkiye'nin 7 bölgesinden 14 yaş üstü 15 bin 953 kişi ile görüşülmüştür. Araştırmaya katılanların yüzde 49.2'si erkek, yüzde 50.8'i kadındır. En sevdiğim hobi televizyon izlemek diyenlerin oranı: %84. Yerli dizi izlerim diyenler: %62. Bu oran kadınlar arasında ise %77'dir.

yerli dramalar da konu ve karakter temsiliyeti bakımından benzer bir işleve sahiptir. Reality TV programlarını yerli dramalardan daha önemli kılsa, Reality TV türünün izleyici ile kurmuş olduğu ilişkidir. Televizyon sosyolojisi alanında çalışan akademisyenler Reality TV programlarını araştırma ve tartışma yönünden zengin ve sınırsız bir alan olarak görmektedir. Türkiye’de de televizyon araştırmaları içerisinde türe dair birçok çalışma bulunmaktadır. Nicel olarak sayıları günden güne artan bu programların izlediği gelişim ve yarattığı tartışmalar sosyal bir olgu olarak ele alınmaktadır.

Aslında televizyonda tür sınıflandırmasında bir programı bir türe dahil etmenin ya da o türün dışında demenin kesin bir kuralı olmadığı gibi tespiti de günümüz yayıncılık içerikleri düşünüldüğünde çok mümkün değildir. Tür tanımları daha çok sistematize ya da kategorize etme yöntemi ile ortaya çıkmaktadır. Aynı metinler (televizyon programları) farklı coğrafya ya da zamanlarda farklı türler altında değerlendirilebilir. Bu bağlamda literatür incelendiğinde Reality TV türünün net bir tanımını bulmak mümkün değildir. Televizyonda türler skalası incelendiğinde, televizyonun olgusal (factual) programlarının bilgi ile eğlence formlarının kaynaştırılmasıyla yeni ve birbirine benzer Reality TV formatlarının yapılmasına olanak tanıyacak ölçüde geniş (Aksop, 1998, s.58) olduğunu görmekteyiz. ‘Reality TV’ tanımlamalarında programlarının ana özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- gözetleme tarzı çekimlerin olması,
- bir senaryoya dayanmayan,
- sıradan insanların başından geçen olağan olayların ana ekseninde yer alması (Anita & Heather, 2005).

Bu özellikler daha çok suç ya da acil servis programları olarak nitelendirilen televizyon programları için geçerliliğe sahip olmakla birlikte, sayılan son özellik günümüz televizyon yayıncılığında sıkça rastladığımız Reality TV program türlerini kapsamaktadır.

Richard Kilborn’un Reality TV üzerine yapmış olduğu araştırmalar kapsamında ortaya koyduğu tanıma göre de; Reality TV pek çok şeyi içinde barındıran bir türdür. Kilborn’a göre; bir kimse ya da grubun yaşamlarına dair olayların akışını taşınabilir kamera ve ekipmanları yardımıyla belli bir sıklıkla kaydetmesi, gerçek yaşam olay ya da hikayelerini canlandırma teknikleri ile dramatize ederek yeniden gerçekleştirmesi ve ilgi çekecek bir televizyon programı içinde gerçeklik iddiası ile dikkat toplayarak, buna uygun şekilde yapılandırılmış bir formda hazırlanan programlara yerleştirebilme olanağına sahip olması türü bir fenomen haline getirmiştir (Kilborn, 2004). Reality TV programları aslında doğası itibarıyla olağan herkesin başına gelebilecek türden olayları, televizyon teknikleri ve türün karakteristik özellikleri çerçevesinde olabildiğince eğlendirici ve dramatik hale getirerek izleyiciye sunmaktadır (Newcomb, 2018). İnsanları önceden yazılmamış durumlarda tasvir eden Reality TV, belirsiz bir yapıyı temsil eder.

Literatürde türün ‘formatted documentary’(kurgusal belgesel) , ‘episodic reality soap’(episodik gerçek dizi) (Holmes & Jermyn, 2004, s.5) ya da ‘tabloid TV’, ‘crime-time television’ (suç-zamanı televizyonu), ‘trash TV’(çöplük TV) (Raphael, 2004, s.119) olarak tanımlandığı görülmektedir. Tanım çeşitliliğinin bu denli fazla olmasının nedenini, Reality TV’nin türsel açıdan doğasının ‘hybrid’ olarak tanımlanan melez bir forma sahip olması ile açıklamak mümkündür. Bunun yanında, pek çok program türünün Reality TV kapsamında değerlendiriliyor olması da diğer bir etkidir. Televizyon eleştirmenlerinin ve akademisyenlerinin bu yeni fenomeni kesin biçimde sınıflandırma çabasının yeterince başarılı olmaması, Reality TV’nin adeta post modern bir olgu olarak türsel sınırlamalara direnen gevşek dokusundan kaynaklanmaktadır (Bill, 1994). Reality TV programları bilinen pek çok tür

ile benzer ve ortak özelliklere sahip olsa da 'yenilik' iddiasını taşımaktadır. Ancak çok az program özünde yenilik değerine sahiptir. Reality TV programları aslında var olan televizyon türlerinin ve formatlarından üretilmiş birer 'melez'(hybrid) bir türdür. Richard Kilborn, bunu daha ileriye taşıyarak 'herhangi bir şeyi kendi kalıbına sokabilen' (something of a catch-all phrase) olarak tanımlamıştır. John Corner'ın da benzer bir yaklaşımla, Reality TV programlarını 'catch all category' yani pek çok program türünü kendi şemsiyesi altında toplayan geniş bir yelpazede pek çok formata ve alt türlere sahip ana bir tür olarak görmektedir. 'Reality TV kanalı kurucusu, İngiltere, Avustralya ve Amerikan medyasının devi Rupert Murdoch'un sözleriyle 'reality türünde aslında herkes için bir şey vardır (Sam & Reuben, 2003:13).

Amerika'nın önde gelen eleştirel medya araştırmacılarından Todd Gitlin, Reality TV programlarının televizyon yayıncılığında her zaman var olduğunu belirtirken, son dönemde bunların sayılarında meydana gelen artışı, kapitalizmin kar mantığına dayandırmaktadır. Gitlin 'bir dönemde televizyonda görünen tuhaf formlar, bir sonraki sezonun bildik klişesine dönüşebilir' diyerek aslında türsel anlamda yeni formatların çok kısa sürede izleyici tarafından doğal bir anlatı olarak kabul edilmesini vurgulamaktadır. Gitlin, Reality TV programlarının yapımcılar tarafından tercih edilmesinin nedenlerini türün yapısal özellikleri olan;

- çoğunlukla metin yazarına ihtiyaç olmamasına,
- ekonomik açıdan ucuzluğuna,
- pek çok farklı konuyu gündeme getirebilme ve yüzeysel biçimde konuyu ele alınabilmesine bağlıdır (Gitlin, 2000, s.26).

Bu programların başlıca amacının 'eğlendirmek' olduğunu söyleyen Gitlin, izleyici açısından tercih edilmelerinin sebebinin de 'televizyonun en büyük yalanı'na yani: 'televizyon insanlara gerçeği gösterir' iddiasına dayandırmaktadır. Buna ek olarak, banal olanın rağbet görmesinin nedenlerini anlatırken, izleyicilerin fikirlerle çok da fazla ilgilenmediklerini ve insanların ekranda kendilerinden olanı ya da kendilerini görme arzularının bu türe katkı sağladığını öne sürmektedir (Gitlin, 2000).

Reality TV programlarının esneklikleri sayesinde birbirine az çok benzeyen ama aynı olmayan pek çok versiyonun türetilmesine olanak sağlayan bir format olması türün yaygınlaşması açısından önemlidir. Gitlin'in genel olarak Reality TV programlarına ilişkin saptamalarından hareketle, bu program türünün dünya televizyonlarında önemsenen bir tür olmasının nedenlerini şu şekilde maddeleyebiliriz:

- 1)Teknolojik gelişmeler: Kolay taşınabilen, kullanım olanaklarını genişleten yeni iletişim araçlarının üretilmesi,
- 2)Pazar baskısı: Her türlü endüstriyel üretimde olduğu gibi televizyon endüstrisinin de rekabetçi doğasından kaynaklı sürekli yeni formatların yaratılması.
- 3)İzleyici beklentileri: İzler kitlenin enformasyona, ya da olay/olgulara dayalı program içeriklerini her zaman olduğundan daha fazla tüketme eğilimi,
- 4)Kuralların düzenlenmesi (deregulation): 80'lerle birlikte başlayan yayıncılık alanındaki yapısal dönüşümler, kamusal tekellerin ortadan kalkması, özel girişimciliğin yayıncılık alanındaki artan müdahaleleri (Gitlin, 2000).

Pierre Bourdieu, 90'lı yılların televizyonunu, en geniş izleyici kitlesine ulaşmak için, yaşam kesitlerinin açık gösterildiği, çoğunlukla aşırılıklar içeren ve bir çeşit röntgenciliği ve teşhirciliği tatmine yarayan ve talk şov denen ham ürünler sunarak izleyicinin beğenilerini sömürmeyi ve şımartmayı hedeflediğini söylemektedir (Bourdieu, 1997, s.54). İzleyicinin türe yönelimini açıklamaya çalışan pek çok çalışmada da türün dikizci/gözetlemeci (voyeuristic)

hazılarımızı temel alan bir anlayıştan ortaya çıktığı iddia edilmektedir. Televizyon program türlerinin her biri ayrıcalıklı bir kültürel forma, kendine özgü niteliklere ve söylemlere sahiptir. Televizyon değişken doğası nedeniyle türler arasında geçişkenliğe yani melez türler yaratma gücüne sahiptir. Bu melezlenme sonucunda da türler arasında belirgin, kesin sınırlar yok olmuştur. Birbirlerinden aldıkları farklı özellikleri dönüştürerek ekranlarda birbirlerinden farklı içeriklere sahipmiş gibi görünen ancak söylem olarak birbirlerine benzeyen pek çok televizyon programı bulunmaktadır. Bourdieu televizyonda yayınlanan programların bu benzer yapıları hakkında karşılıklı duran aynaların birbirini yansıtması türünden bu oyun müthiş bir kapanmışlık, zihinsek kapatılmışlık etkisi yarattığını iddia etmektedir (Bourdieu, 1997).

Peki, televizyon program türü olarak kendini gösteren Reality TV nereden gelmektedir? Aslında bu sorunun yanıtı tam olarak verilememektedir. 'Popüler gerçek televizyonu olarak tanımlanan Reality TV'nin kökeni karmaşık bir yapıdır (Hill, 2005, s.15). Melez bir program türü olarak Reality TV'yi kategorize etmek zordur. Ayrıca türün tarihsel ve kültürel etmenlere bağlı olarak televizyon endüstrisi gelişimini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Reality TV programcılığının gelişiminde pek çok medya ögesini incelemek gereklidir. Adliye Haberleri (Üçüncü sayfa haberciliği), Tabloid Habercilik, Belgesel, Dizi Belgesel, Mock Belgeselciliği (Mockumentary) belli başlı sıralanabilecek türlerdir. Ancak Reality TV'nin oluşumunu etkileyen önemli alanlar olarak, medya üretiminde yer alan 3 ana eğilimle sınırlamak mümkündür. Bunlar;

- Tabloid Habercilik- Tabloid TV
- Televizyon Belgeselciliği
- Popüler Eğlence Yayıncılığı'dır (Hill, 2005, s.38).

Magazinleştirerek öykü anlatma tekniği aslında tarihteki örneklerinin yanında haberlerde daha sıklıkla rastlanan bir özellik olarak günümüzde, karşımıza çıkmaktadır. İngiltere'nin en yüksek tirajlı gazetelerinden biri olan 'Sun' gazetesi buna örnek gösterilebilir. Kişisel hikâyelerin anlatımı hem televizyonda hem de yazılı basında reality programcılığın yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur. 'John Langer'ın belirttiği gibi; 'tabloidleşmenin itici gücü' oturmuş geleneksel öykü formlarının geri dönüşünü sağlamıştır, 'sıradan birey olağan dışı davranıyor' da olduğu gibi' (Hill, 2005, s.16). Bazı eleştirmenlere göre ise; tabloid gazeteleri takip eden insanlar 'Tabloid TV' ye transfer olmuşlardır. Böylelikle gazeteden gelen gelenek televizyon ekranına taşınmıştır (Elizabeth, 2000, s.213). Bu yorumu günümüzde bir başka boyuta taşıyarak her bireyin sosyal medya sayesinde kendi kanalı olduğunu kendini teşhir etmenin aracısız olarak yapılabildiğini söyleyebiliriz.

Bağımsız yayıncılık, rekabet televizyon kanallarının yeni formunun unsurları arasına yerleşmiştir. 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 türüdür. 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'ler ise Reality TV'nin kapsama alanı genişlemiş farklı program türlerinin de içinde yer aldığı bir televizyon türü oluşmuştur.

Haber bültenleri ve haber programları, aslında eğlence içeriklerinin daha kolay tüketilebilir ve kar girdisi sağlayabilir olmalarına karşın televizyon kanallarının kendilerini 'kamusal yarar' (halkı bilgilendirme, bilinçlendirme) temelinde meşru kılmalarının zemini de hazırlayan bir araç haline gelmiştir. Ancak bütün bu meşruiyet zemini arayışları günümüzde kendini enformasyona dayalı içeriklerin de eğlencelik eğilimlerle beslenmesinin önüne geçememiştir (Aksop, 1998,

s.48). Horace Newcomb, şebeke yayıncılığının enformasyona dayalı 'prestij' programlarının bugün, 'gerçekliğin tabloid versiyonları' dediği Reality TV programları ile yarışmaya başladığını söylemektedir (Horace, 1994, s.136). Sözü edilen bu unsurlar çerçevesinde, 90'lı ve 2000'li yıllarda televizyonun yaygınlaşması ve haber televizyonunun bulunduğu formatlarda, özellikle dramatik unsurların kullanılmasıyla yeni bir dilin egemenliğine bırakmıştır. Televizyon türlerinin her zaman var olan çeşitli türleri bir araya toplama eğilimi bu dönemde yoğunlaşmış, 'türler arası geçişkenlik' televizyon yayıncılığını karakterize eden temel unsurlardan biri haline gelmiştir. Televizyon içeriklerinin belirlenmesi sürecindeki iki temel durum; kısa dönemler için geçerli olan trend yaratma ve trendlerin getirisi olarak karşımıza çıkan melezleşme eğilimidir.

Reality TV program türlerinin global formatlar üretebilme başarısının en önemli sebeplerinden biri olan yerel kültürel ve sosyolojik kodlarla dönüşebilme yeteneğidir. Özellikle Amerikan şebeke yayıncılığının ihtiyaçları çerçevesinde üretilen Reality TV programları, ucuz maliyet ve geniş izleyici kitlesini toplama kapasitesi sayesinde bu ülkeden diğer ülkelere de kısa zamanda ithal edilebilmiştir. Hugh Dauncey, Reality TV program türlerinin Fransa'daki yaygınlığının nedenlerini, devlete ya da hükümete olan güvenin azalması, refah devleti nosyonunun çökmesi ve 'postmodernizme doğru genel bir eğilim' olarak açıklamaktadır. Bu durumu Norman Fairclough halkın devlete ve onun aygıtlarına olan güveninin azalması anlamında kullanılan 'meşruiyet krizi'nin Reality TV türü altında yer alan programlar yoluyla giderildiği iddia etmektedir. Crime TV, Crime Watch vb. programlar devletin kurumlarına olan güveni sağlamak açısından meşrulaştırmanın aracı olarak görülmektedir. Reality televizyonunu, gerçek olgulara dayalı (factual) programcılığı popüler hale getirmenin bir yolu olarak gören Paxton, kuralların kaldırılması sürecinin başlamasından bu yana gerçek olan ile eğlence arasındaki sınırın bulanıklaştığını öne sürmektedir (Aksop, 1998, s.46-58).

Hugh Dauncey, Reality TV program türlerinin Fransa'daki yaygınlığının nedenlerini, devlete ya da hükümete olan güvenin azalması, refah devleti nosyonunun çökmesi ve 'postmodernizme doğru genel bir eğilim' olarak açıklamaktadır (Dauncey, 1996). Norman Fairclough, halkın devlete ve onun aygıtlarına olan güveninin azalması anlamında kullanılan 'meşruiyet krizi'nin Reality TV türü altında yer alan programlar yoluyla aşılına çalışıldığını iddia etmektedir. Crime TV, Crime Watch bizdeki örnekleri ile Arena, Söz Fato'da, Müge Anlı ile Tatlı Sert vb. suçlunun arandığı, televizyonun adeta polis ya da savcı gibi davrandığı programlar devletin kurumlarına olan güveni sağlamak açısından meşrulaştırmanın aracı olarak görülmektedir (Pilar & Nuria, 2013) Reality televizyonunu, gerçek olgulara dayalı (factual) programcılığı popüler hale getirmenin bir yolu olarak gören Paxton, kuralların kaldırılması sürecinin başlamasından bu yana olgusal ile eğlence arasındaki sınırın bulanıklaştığını öne sürmektedir (Aksop, 1998, s.46-58).

Annette Hill'e göre; Reality TV belki popülerdir, ancak izleyici iyi ya da kötü reality programcılık arasındaki farkı anlayabilmektedir. Real-life formatlı 'The Beverly Hillbillies' adlı program toplumdaki gelen tepki sonucunda, CBS Televizyonu Başkanı gerçek temelli televizyon programcılığında, halk beğenisinin bir düzeyi ve limiti olduğunu açıklamıştır (Hill, 2005, s.9). Benzer bir durum Türk televizyonlarında yayınlanan 'Biri Bizi Gözetliyor (BBG)', 'Gelinim Olur musun?' ve 'İzdivaç programları için de geçerli olmuştur. Halktan gelen tepkiler sonucunda yayınlar sona ermiştir.

Yazar, düşünür Salman Rushdie, The Guardian Gazetesi'nde Reality TV hakkında yazmış olduğu köşe yazısında, Reality TV'nin yaratmış olduğu konulardan ya da gündeminden kaçmanın mümkün olmadığından bahsetmektedir. Bu tarz programların başarılarının yeni yüzyılın medya hikâyeleri olmalarından kaynaklandığını söyleyen Rushdie, programların izleme nedeni olarak, incelenmiş olan katılımcı üzerinden bireylerin kendilerinden olan hakkında bir şeyler söyleyebilmesini göstermektedir. Reality TV programlarında bayağı bir

narsisizm olduğunu, yarım meşhur, yarım çekici, yarım insanlar olarak tanımladığı Reality TV karakterlerinin tuhaf durumlar karşısında sıradan yaşamı oynadıklarını, aslında garip olanın bu kadar sıradan olan bir konuyu izlemenin sıkıcılığını göz ardı ettiren nedenin ne olduğudur. Bu programların ve televizyonun insan için dünyaya açılan bir pencere olmadığını aksine kendi gerçekliğinin bir aynası olduğunu iddia etmektedir. 'Ünlü' ve 'zengin' olmanın günümüz batı toplumları için en önemli iki unsur olduğunu ve Reality TV'de ünlü ve zengin olma ihtimali olan insanların katılımları ile toplumda var olan genel bir isteğin yansımaları gördüğümüzü belirtmektedir (Rushdie, 2001).

Reality TV programlarında katılımcılar, ün ve para için aslında uyuyup, yemek yiyip, oyunlar oynamalarının dışında çok da fazla bir şey yapmamaktadır. Bu görüşten yola çıkan Rushdie yarışmacıların teşhirciliğine bir de izleyicilerin röntgenciliğinin eklenmesi sonucunda, Reality TV programlarının bir televizyon türü, formatı olmaktan öte bir fenomene dönüştüğünü söylemektedir. Programlardaki 'tasarlanmış gerçeklik'e de değinen Rushdie, Reality TV programları sayesinde televizyon ekranlarının bir kolesyum haline geldiğini, yarışmacıların ise, gerektiği durumlarda hem aslan hem de gladyatör oldukları metaforunu kullanmaktadır. Kolesyum haline gelen televizyon ekranı ve Reality TV programlarında tek kişi ayakta kalıncaya kadar kıyasıya bir mücadele yaşandığını belirtmektedir (Rushdie, 2001).

En merkezi kültürel dışavurum aracımız olan televizyon bugün dünya üzerinde televizyonun yaygın olarak kullanıldığı tüm toplumlarda başlıca öykü anlatma aracı olarak görülmesinin temelinde 'çağdaş hikâye anlatıcısı' olarak anlattığı hikâyeler de o toplumun, toplumda kabul ya da reddedilenlerin, içirilenler ya da dışarı bırakılanların, korkuların ya da umutların, geçmişin ve geleceğin izlerinin sürülebileceği hikâyeler olarak görülmeleri yatmaktadır. Helena Sheehan, hikâye anlatma sonucu ortaya çıkan bu karşılıklı etkileşimi açıklarken, dünyayı kendimizi ve ötekiyi yorumlama biçimi olarak görmektedir. Sunulan bu hikâyelerin ise kişiliği biçimlendirmek ya da yeniden biçimlendirmek, toplumsal düzenin resmini çizmek ve bir dünya görüşünü inşa etmek için hayati önem taşıdıklarını söylemektedir (Çelenk, 2005). Programlarda gerçek öykülerden çok, gerçek öykülerin, yeniden öykülenmesinden ortaya çıkan uyarlamaların çeşitliliği sayesinde söylemin gücü arttırmaktadır. Aslında televizyon bireyi itiraf ve övgü yoluyla kahraman olarak yapılandırırken, kendi kahramanlık iddiasını saklamaktadır (Livingstone & Lunt, 1993, s.61). Kahraman olarak sunulan ve öyküsünü anlatan sıradan katılımcı da aslında medyanın kahramanlık söylemi tarafından konumlandırılmaktadır. Programlarda genellikle bir star olma öyküsü ya da acı yaşam deneyimleri içeren ibret öyküleri, felaket ya da kazalar sonrası yaşanan acılar ya da mucizeler konu edilmektedir. Bu sayede sıradan birey kutsanarak yüceltilmektedir.

Reality TV'de sıradan insanın kitle iletişim araçlarındaki katılımı, kamusal alandaki tartışmalarda taraf olmalarını da sağlamaktadır. Bu katılım taraf olmanın yanında kendi söylemlerinin diğerleri tarafından duyulup görülmesine de olanak vermektedir (Livingstone & Lunt, 1993, s.26). Televizyon programlarında kendini gösteren sıradan insanlar, karar alıcıları kabul ya da reddetmek için bir fırsat edinerek güç toplamaktadır. Sıradan insanın katılımı, karar alma ve güç sahasına giriş yaratma olarak da kabul edilmektedir. Sıradan insan, böylece izleyici açısından evde ya da katılımcı açısından stüdyoda, oyunda baş aktör rolünü üstlenebilmektedir. Bunun yanında sıradan insan, sunucu kahramanla aynı duyguları paylaşan bir figür olarak da kişileştirilmektedir (Livingstone & Lunt, 1993, s.62). Programda görünmek, bir bakıma kişisel öykülerin övülüşüne dönüşmektedir. Televizyonda görünmek ve programlara katılım, sıradan kişisel deneyimler hakkında konuşmakla bağlantılıdır; bu programlarda sıradan deneyimler övülür ve sıradan insanın değeri savunulur.

İzleyici katılımlı programlarda ironik bir şekilde uzmanlardan farklı olarak, yalnızca dinlemeyip konuşmacı olan sıradan insan, sıradan izleyicilerle sıradan bir şekilde iletişim kurmaktadır.

Sıradan insan medyaya olan yakınlığını arttırdıkça televizyonda daha iyi iletişim kurar hale gelir. Böylece sıradan insanın televizyondaki katılımıyla söylem değişir; uzmanlık çürütülür, sıradan söylem yüceltilir. Uzmanlardan çok sıradan insanların katılımı ve sıradan deneyimlerin üstün tutuluşuyla özellikle Türkiye’de Reality TV programı olmasına karşın izleyici tarafından kadın programı olarak adlandırılan bu tarz, sıradan söylemlerin ifade edilebildiği toplumsal bir alan niteliği kazanmaktadır.

Aslında izleyici Reality TV programlarını izlerken sadece eğlenmek için izlememektedirler. Programda yer alan sıradan insanların davranış ve tutumlarını değerlendirmek ve kritize etmek de izleme nedenleri içindedir. John Ellis; Reality TV izleyicisinin, kültürel ve sosyal değerleri çerçevesinde bu programları ‘Kendi değerlerini yansıtıp yansıtmadığını?’, ‘Bu insanların tipik olup olmadıklarını?’ radyo programlarında, gazetelerde ve günlük sohbetlerde tartışıklarını belirtmektedir (Ellis, 2000, s.21). Reality TV programları popülerliğini teşhircilikten çok, halkın yaşam karşısındaki artan güçsüzlük duygusunun yayılmasına bağlamakta mümkündür. Geleneksel televizyon programcılığında izleyicinin olaylara müdahale edememesinin karşısında Reality TV programları onlara telefon ya da kısa mesajlar aracılığıyla karşılarında akıp giden görüntüye müdahale edip yön verebilme şansı yaratmaktadır. Türkiye örneğinde görüldüğü gibi, benzer durumlar farklı ülkelerde de görülmektedir. Orijinal formatlar, yerel izleyicinin ilgisini çekmek ve izlenirliğin artması için yerel kültüre ve kimliğe uygun sürümlere tercüme edilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde medya içeriklerinin önemli bir kısmını oluşturan küresel formatlar, metinlerarası ve kültürel kodlarla dönüşerek, yayınlandıkları ülkenin gündelik siyasal ve ideolojik yapısına göre şekil almaktadır. Bu dönüşüm aslında bir nevi ‘küresel ve yerel’ arasındaki müzakere sürecidir. Batının biçim ve estetik anlayışı ile Türk izleyicisinin duygulanım dünyalarına hitap eden, topluma özgü anlatıların melezlendiği bu programları ‘glokal programlar’ olarak tanımlamak da mümkündür. Bu bağlamda; Türk televizyon kanallarında yayınlanan Reality TV programlarında sunulan yaşam biçimleri, katılımcı söylemleri sosyolojik ve kültürel yapıya göre yeniden şekillenerek yerelleştirilmiş ve 2000’li yıllarda kendi özgün formlarını yaratmıştır.

2. TÜRKİYE’DE REALITY TV VE TEMSİLLER

Televizyonun neleri betimlediği, belgeselerde, tartışma programlarında sorunların nasıl anlatıldığı ya da aktarıldığı programlarda kurulan söylemlerin işlevlerinin neler olduğu sorularının tümü temsiliyet kavramı ile ilişkidir. Reality TV programlarının bugün Türkiye’de yayıncılık alanındaki durumunu değerlendirmek için televizyon yayınlarının geçmişine bakmak gerekmektedir. Ancak çalışmanın sınırlılıkları çerçevesinde 10 yıllık dönemler içerisinde alt türlerden Türkiye’de gündem oluşturmuş Reality TV’nin programları değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma türsel ya da bir program analizi temelinde değil türe ve televizyona dair genel bir bakış ve değerlendirme çerçevesinde kalacaktır.

Reality TV programlarının televizyon yayıncılığındaki ilk yıllarından bu yana yabancı orijinli formatlar yayıncılık alanında yer almaktadır. Ancak her ne kadar bu programların bir takım özellikleri orijinal formatlarına benzese de programlar, Türk izleyicisinin duygulanım dünyalarına hitap eden özgün anlatılardan oluşmaktadır. Binark’a göre; 1990’ların Türkiye’sinde reality showlar ilk melez televizyon formatıdır. Bu melezlik ‘yerel’ söylemlerin öykülerin dolaylıylaıcı öğelerin Batılı biçim ile birleştirilmesinin sonucudur (Binark & Kılıçbay, 2004, s.76).

Küresel Reality TV programlarının yerelleşmesinin yani, uygulanan topluma uyarlanması her ülkede gerçekleşen bir durumdur. Ancak Türkiye’de yerelleşmenin çok daha geniş bir çerçevede gerçekleştiğini ve formatların neredeyse tamamen dönüşüme uğradığını söylemek mümkündür. Televizyonda yabancı orijinli programların dönüşerek kendinden tamamen

bağımsız, özgün formlar üretmesine kadar giden bu süreç Reality TV programlarında da yaşanmıştır.

Türkiye’de ilk yarışma içerikli Reality TV programı ‘120 Milyon’ adlı programdır. Bu program ilk döneminde iki kişi, ikinci döneminde ise iki evli çiftin farklı apartman dairelerinde bir aylarını, yapımcı şirketin ayarladığı bir işte çalışarak ve hükümet tarafından belirlenmiş asgari gelir düzeyi olan 120 Milyon maaş ile bir ay geçinme zorunluluğu kuralları etrafında geçmektedir. Yarışmanın birincisi asgari geliri en az harcama ile değerlendirerek o ayı tamamlayan kişi olmaktadır.

Bu yarışma programında ahlaklı olmak ve mali tutumluluk gibi değerler teşvik edilmektedir. Bu tür değerleri teşvik eden bir söylem genellikle alt sınıf aileleri ve toplumun diğer yoksul kesimlerine işaret etmektedir. Böylece bu yarışma programı katılımcıları, bir anlamda en sınırdaki yaşamaya zorlanan sıradan ve kanaatkâr Türk insanını temsil etmektedir. Bu yarışma programının melezliği güçlü tele görsel söylem ile yoksulluk/yoksunluk söylemini bir araya getirmesinden kaynaklanmaktadır. Bu şekilde, ortaya çıkan yeni yıldızlar sadece gündelik yaşamlarında görüntülenmekle kalmamakta, aynı zamanda da hayatta kalma mücadelesi vermektedir. İzleyici ise, tüm bunların oyun olduğunu unutarak yarışmacıları zor yollarında desteklemektedir (Binark & Kılıçbay, 2004, s.78). Türkiye’de yoksulluğun ‘görünmez kılınması ile seyirlik hale getirilmesi’ kültürel araştırmalarda yer almaktadır. Yoksulluğun yaşayan insanların ‘sorunlu’ olarak temsil edildiği televizyon içerikleri ile yoksulluğa neden olan ekonomi politik faktörler gizlenmektedir.

Programın bir iddiası ise; ekonomik kriz yaşayan Türk insanını temsil ettiği söylemidir. Ayrıca asgari ücret ile geçinerek bu ücret ile yaşamak zorunda olan ailelere ve insanlara bu para ile de geçinebileceği mesajı verilerek, bir tür kabullenme yaratılmaktadır. Çünkü bu para ile yaşayan, nasıl gerçek insanlar varsa onların da geçinebileceği düşüncesi aktarılmaktadır. ‘120 Milyon’ programı bir Reality TV programı olarak yayınlandığı dönemde oldukça yüksek reyting rakamları yakalamıştır. Yarışmanın katılımcılarının kamera tarafından gözetlenmesi, ileri Reality TV programları ve gözetleme açısından ortak bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Binark & Kılıçbay, 2004). İlk dönem Reality TV programları son yıllarda olduğu gibi çok fazla eleştiriye maruz kalmıştır. Abartılı anlatı üslupları nedeniyle itibar kaybetmeye başlamıştır. Bu nedenle Reality TV yayıncılığında ‘suç, acil servis’ formundan ‘gerçek yaşam öykülü’ formlara doğru bir geçiş gözlenmiştir. Örneğin, Yönetmen Sinan Çetin’in sunduğu ‘Film Gibi’, ‘Karar Anı’, ‘Reha Muhtar’a İtiraf’ gibi. İzleyici katılımının da sağlandığı bu tarz programlara izleyici konu ile ilgili yorum yaparak bizzat programa dâhil edilmektedir. ‘Halk jürisi’ olarak da adlandırılan bu uygulama ile toplumsal adalet daha kişisel ve daha insana dair olaylar ile ekranlara yansıtılmaktadır. Çelenk’e göre daha geniş toplumsal problemlerle ilgilenme yeteneği sınırlı olan izleyicinin ilgisi, başkanlarının yaşam öykülerindeki trajedilere kaymaktadır. Ya da tam tersi; münferit vakalar olarak yaşanan kişisel trajediler kamusal meseleler(miş) gibi tartışılarak, izleyicilerin ortak yaşam dünyasının ‘hakiki’ sorunlarına ilişkin duyarlılıklarında bir odak kayması yaratılmaktadır (Çelenk, 2005, s.213).

‘Türkiye’ye özgü Reality TV programları ve küresel gerçek televizyon arasındaki fark ile Türkiye’deki izleyici 2001 yılında tanışmıştır’ (Binark & Kılıçbay, 2004, s.76). ‘Biri Bizi Gözetliyor’ programının yayınlanması ile başlayan bu tür Reality programcılık anlayışı uzun bir süre ekranlarda yer almıştır. Çelenk’e göre; bu program televizyonun ‘realite’yi üretme iddiasının ulaştığı son noktadır. Biri Bizi Gözetliyor programları Reality TV’nin Türkiye’de yayın çizgisini değiştiren bir programdır. Reality yarışma programları ile tanışan Türk izleyicisi, bu tarz programların söylem ve anlatı yapısını ilk kez bu programlarla keşfetmiştir. Türk izleyicisi tarafından beğeniyle izlenen programların düşük maliyetleri ve yüksek reyting oranları sayesinde Reality TV program formlarının artan bir biçimde çeşitlenerek televizyonlarda yer

alması kaçınılmaz bir sonuç olmuştur. RTÜK'ün almış olduğu önlemler ya da gazete yazarları, akademisyenlerin tartışmaları ve programlara yönelik eleştirilere rağmen yabancı orijinli programlar yerelleştirilerek televizyonlarda yayınlanmaya başlamıştır.

'Biri Bizi Gözetliyor' programlarına katılan yarışmacıların etnik kökenleri, meslekleri, eğitim düzeyleri hatta dinleri açısından farklı kesimlerin farklı görüşlerine sebep olmuştur. Örneğin; 'Biri Bizi Gözetliyor 1' programında batı doğu bölgeleri arasında bir karşıtlık yaratılmış. Gene aynı dönemde egemen ahlaki değerler katılımcı ve izleyici boyutunda tartışılmıştır. 'Biri Bizi Gözetliyor 2' ile birlikte eşcinsellik, yarışmacılar arasında mahrem ilişkiler gibi yeni tartışma konuları izleyiciye sunulmuştur. Özellikle 'erkek gibi erkek olmak' söylemi evin eşcinsel yarışmacısına karşı kullanılan bir tutum olarak karşımıza çıkmıştır. Bu bölümdeki çok kültürlü yapı, Ermeni kökenli, Hristiyan Edi, Afrika kökenli Müslüman Ali ve taşranın temsilcisi Hacer adlı yarışmacılarla oluşturulmuştur.

'Biri Bizi Gözetliyor 4' programı ise karakter oluşumu açısından en çok eleştirilen programdır. Ev içinde hiç bir iş yapmayacağını söyleyen, ev işinin kadına ait olduğu söylemini evdeki kadınlara da kabul ettiren, 'mahallenin harbi delikanlı' genç erkeği Uğur, diploması sahte çıkan psikolog Murat, şarkıcı aday Karadenizli Özlem, 50 yaşında emekli öğretmen Tülin, ilkökul öğretmeni Hakan yarışmanın öne çıkan karakterleridir. Bu yarışmada diğer yarışmalardaki gibi cinsiyetler arası çatışmalar, politik doğruluk düzeyinde değil, eğitilmiş olmak ile olmamak arasında kurulmuştur. Delikanlılık, ben ve öteki ayrımı, dürüstlük, erkeklikle övünme, mazlumdan yana olma, erkeğin dediği olur tavrı gibi erdemler üzerine oynayan Uğur karakteri yarışmadan diskalifiye edilmiştir. Delikanlılık kültürünü imgeleyen beğeniler ve seçkin kültürü imgeleyen beğenilerin çatışmasına dönüşmüştür.

Yapım şirketlerinin Reality TV formlarına alışması ve deneyim kazanması sonucunda Sinevizyon Yapım Şirketi bizzat Türk orijinli bir program olan, Türk örf ve adetlerinden yola çıkarak ortaya koydukları 'Gelinim Olur Musun'(Eylül 2004) adlı programı gerçekleştirdi. Ülkemizde en önemli sosyal temalardan biri olan gelin - kaynana sürtüşmesini reytinge tahvil etme öngörüsü ile hazırlanan program 'Biri Bizi Gözetliyor' programının reyting başarısını geride bırakmıştır. 'Gelinim Olur Musun?' programı 2007 yılında İtalya, Amerika ve Romanya olmak üzere pek çok ülkeye satılmıştır.

Reality TV programları içinde uluslararası ölçekte en çok dikkat çeken bir başka Reality TV programı Kanal D televizyonunda yayınlanmaya başlayan 'Pop Star'dır. Yabancı orijinli olan bu program, müzik eğitimi almamış kişilere şarkıcı olma fırsatı sağladığı iddiasını taşımaktadır. İlk 'Pop Star' yarışması 2 Eylül 2003'te İzmir'de yapılan elemelerle başlamıştır. Yayınlandığı tarihlerde Türkiye'de izlenme rekoru kırarak büyük ilgi gören programı daha sonra benzer forma sahip Reality TV programları izlemiştir. ATV'de yayınlanan 'Akademi Türkiye', SHOW TV'de yayınlanan 'Türk Star' programları gibi yetenek yarışma şovları uzun bir dönem yayınlanmıştır. Dünyada 43 ülkede yayınlanan bu tip Reality TV programlarında star yaratma iddiası ile toplumdaki bireylere kısa yoldan ün, şöhret ve paraya kavuşabileceği mesajını içermektedir. 2000 ve 2010 sonrasında Türkstar, Popstar Alaturka, Akademi Türkiye, Star Akademi, Rising Star, Karpışma, Şarkı Söylemek Lazım, Bir Şarkısın Sen, Benzemez Kimse Sana, Veliht, Korolar Çarpışıyor, Hayalin İçin Söyle, Sıra Sende, Anadolu Ateşi, Türkünü Söyle, Rapstar, Süperstar Aile, Sesi Çok Güzel, En Sevdiğim Üç Şarkı, Genç Mikrofon, Profesyonel, Kır Zincirlerini, Sing Your Song, Henüz Duyulmayanlar, Star Avı, O Ses Türkiye gibi benzer ses yarışması programları takip etmiştir. Bu programlar içerisinde en uzun soluklu olanı 2011 yılından bu yana yayınlanmakta olan 'O Ses Türkiye' programıdır. Bu programlar star olmak söylemi etrafında kurulan anlatı yapısıyla kapitalist sistem insanının içerisinde bulunduğu her koşulda rekabet etmesi ancak bu yolla refaha ulaşabileceği söylemini barındırmaktadır. Özellikle programların ön elemelerde yarışan kişilerin sisteme uyum

sağlamak isteyen söylemleri barındıran konuşmaları ile karşılaşmaktayız.

Şöhret olma yolunda yapılacak her şeyin mubah olarak gösterildiği programlarda katılımcıların özel hayatları, yaşam öyküleri, fiziksel özellikleri irdelenerek gözler önüne serilmektedir. Yozlaşmanın en büyük göstergesi olarak gösterilen Reality TV programlarının bir örneği olan 'Pop Star' programının halka yansıttığı değerler ve kültürel yozlaşma hakkında Emre Kongar'ın yorumu şöyledir:

'Türkiye'de özel televizyonların yaygınlaşması ile herkesin şikâyet ettiği kültür yozlaşması 'Pop Star' ile bir kez daha gündeme geldi. Pop Star Yarışması, aslında omurgası İngiltere'de belirlenmiş bir programın Türkiye'ye uyarlanması. Yani popüler kültürün 'evrensel öğelerini' yansıtıyor. Olay, 'küreselleşmenin dayattığı popüler kültür yozlaşmasının' tipik bir görüntüsüdür' (Kongar, 2007).

'Pop Star' programı Türkiye'de Reality TV programlarının türsel açıdan değişime uğradığı dönemin ilk programlarından. Evlilik ve gözetleme showlarına yöneltilen eleştiriler ve programlarda sunulan yaşam tarzlarının halk üzerinde yarattığı etki RTÜK ve hatta TBMM'de tartışma konusu olmuştur. Daha sonraki bölümlerde ayrıntılı olarak inceleyeceğimiz bu husus, Türkiye'de Reality TV türünün, dizi belgesel tarzı Reality TV programlarından yarışma ve yetenek temelli Reality TV formatlarına doğru kaymasına yol açmıştır. 'Pop Star' programını farklı içerikte yarışma programları izlemiş daha sonrasında sıradan insandan yaratılan ünlü kişilerin kullanımı yerini 'Ünlü Reality TV' programlarına bırakmıştır. İlk örneğini, 'Ünlüler Çiftliği' adlı programla gördüğümüz bu format daha sonra 'Bir Dilek Tut'(Fox TV), 'Bak Kim Dans Ediyor'(Show TV), 'Buzda Dans'(Show TV), 'Şarkı Söylemek Lazım'(Show TV), 'Ünlüler Sirki'(Star) gibi Ünlü Reality TV programları takip etmiştir.

Ünlü olmanın bir yolu olarak görülen Reality yarışma programlarında ünlü olma söylemine farklı eleştiriler bulunmaktadır. Sosyolog Emre Kongar, Reality TV programlarını bir sınıf atlama aracı olarak yorumlamaktadır. Programların, bir nevi milli piyango özelliği taşıdığını, bireyin başına konan talih kuşu sayesinde onun tüm yazgısının değişeceği hayalinin, hem izleyici hem de yarışmacının zihninde yer aldığını söylemektedir. Bu programlara katılımcı olarak seçilmek, yoksulluğun, eğitimsizliğin karanlık yazgısını yırtmak için yeterli olarak yorumlayan Kongar, programların büyük ilgi çekmesinin nedeni, bir yandan düşük gelir ve kültür düzeyindeki gençler için köşe dönme olanaklarını sergilemesi, öte yandan izleyiciye oy verdirerek, karşılıklı etkileşime (interaktif izlemeye) izin veren bir yapıda olmasına bağlamaktadır (Kongar, 2007). Türkiye'deki programlarda da, Batı'dakiler gibi genellikle alt gelir ve kültür grubundan, kentlin varoşlarından, yani gecekondu bölgelerinden gelen gençler yarışmaktadır. 'Biri Bizi Gözetliyor' (BBG) adlı programın RTÜK tarafından yayının durdurulması konusunda almış olduğu kararlardan birinde, karara ek olarak eklediği 'Yarışmacılar komünal bir yaşam sürmektedir. Show, gençlerin para ve şöhret kazanmak için her şeyi yapmalarının mubah olduğu sanal bir yaşam tarzı yaratmaktadır' cümlesi bireylerin katılımını özetleyen bir cümledir. Reality TV programlarının ortaya çıkışından önce televizyon alanında yaşanan değişimlerin aslında bu yapıyı oluşturduğunu söyleyen Binark bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

Reality TV programları Türkiye'de televizyon ekranlarında yer almaya başladığı günden bu yana diğer program türlerinin de özelliklerine sızmayı başarmıştır. Alınan reyting başarıları, televizyon yapımcılarını bu türün diğer program türlerine de yayılmasını sağlamıştır. Özellikle gündüz kuşağında yayınlanan kadın programları olarak bilinen eğlence ağırlıklı programların pek çoğu türsel açıdan Reality TV başlığı altındadır. İnsanların günlük hayat deneyimlerini stüdyo ortamında yaratmak ya da yaşanmış olanları stüdyoda gündeme getirmek suretiyle kamusal anlamda tartışmaya açmak eğilim 1990 sonrasında televizyon ile tanışan Türk

toplumunun kendini ifade etme biçimi olarak da algılanabilir. Kendini ifade etme biçimi ve hayallerini gerçekleştirme alanı olarak benimsediği Reality TV programları, türsel açıdan etkilediği gündüz kuşağı kadın programlarının anlatı yapısını değiştirmiştir. Bu değişim sonucunda kadın programı olarak adlandırılan televizyon formları birer talk show tarzı Reality TV programı haline dönüşmüştür. En tipik örnek olarak şarkıcı Seda Sayan'ın sunduğu, 'Sabahların Sultanı Seda Sayan' adlı programda sıradan insanın ve ünlülerin hayat hikâyeleri ya da başlarından geçen olaylar stüdyo izleyicisi ile birlikte masaya yatırılmaktadır. Toplum ve aile sağlığı, ev yaşantısı, hobiler ve yemek tariflerinin de yer aldığı dünya televizyon yayıncılığı içerisinde de benzer formatlardan uyarlanan pek çok program ekranlarda yer almıştır. Örneğin; 'Esra Ceylan'la A'dan Z'ye', 'Ayşe Özgün Sizlerle', Yasemin Bozkurt'un sunduğu 'Kadının Sesi' 'Serap Ezgü ile Biz Bize', Ayşenur Yazıcı, İclal Aydın gibi farklı formatlardan tanınan kadın sunucuların yer aldığı pek çok gündüz kuşağı kadın programları uzun yıllar

Gündüz kuşağı yayıncılığının bir başka önemli formatı ise izdivaç programlarıdır. Gözetleme programlarına getirilen yayın yasağı ile evlilik, gelin kaynana çatışması, aile kurma gibi toplumsala dair olgu artık televizyonun eğlence içeriklerinden biri haline getirilmiştir. 2010 yılından itibaren büyük izleyici kitlesine kavuşan formatın benzerleri pek çok kanalda yer bulmuştur. Bu format tamamıyla Türk orijinli gibi gözükse de aslında temelinde global bir alt tür olarak 'date show' tanışma programlarından beslenmektedir. Reality TV program türünü altında evlilik ve kadın erkek ilişkilerini konu alan 'evlendirme programı' ya da 'izdivaç programı' olarak tanımlanan programların aile, evlilik kurumu, ataerkil ideoloji düzeni, kadın-erkek rolleri üzerinden toplumsal cinsiyetin televizyon programlarındaki temsilleri muhafazakar Türk aile yapısının yeniden kurulmasına yöneliktir. İzdivaç programlarının, özgür bir romantik aşk evliliği iddiasının aslında geleneksel evlenme pratiklerinin yeniden üretilmesine aracılık ettiğini görmekteyiz. Toplumun evliliğe, kadın ve erkek ilişkilerinin, toplumsal cinsiyet rollerini olan bakış açısını bire bir yansıtan, toplumda var olan evlilik pratiklerini (görücü usulü vb) yeniden üreten programlar, Avrupa ve Amerika'da yayınlanan ve format olarak beslendiği programlarının aksine eğlence/gösteri olarak değil toplumsal gerçekliğin yeniden inşaa edildiği bir alandır. 2007 yılından itibaren yayın hayatına giren 'evlendirme programları' ya da 'izdivaç programları' toplumsal cinsiyet rollerini ve evlilik pratiklerini yeniden üretmektedir. 'Özgür' eş seçme söylemine sahip olsa da toplumsal hayatta bir özgürleşme olmadığı gerçeğini değiştirmemektedir. Aksine programların özgür eş seçme vaadi ya da aşkını arayan 'aşk evliliği' yapmak için stüdyo ortamını seçen kişilerin/aktörlerin farklı biçimlerde toplumda var olan evlenme pratiklerini yeniden ürettikleri sonucunu doğurmaktadır. İdeolojik olarak muhafazakar sisteme biat eden, evlilik kurumunun güven algısını pekiştirerek aslında toplum içerisindeki var olan gerçekten bir adım öteye geçememektedir. Kadın ve erkek rollerinin toplum içerisindeki devamlılığının sağlanması bizzat programın aktörleri tarafından sıradan bireyin beyinine kazınmaktadır. Programın uzman kişiliği olan sunucular kendi evlenme pratiklerini ve deneyimlerini 'samimi' 'gerçek' olmak adına bizzat izleyici ile paylaşmakta, kendi özel yaşamına dair olan evlilik ritüelini ekrandan milyonlara canlı yayınlara sunmaktadır. Böylelikle uzman kişiliğini pekiştirmekte ve reyting kazanmaktadır.⁴

29 Nisan 2017 tarihinde 690 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile sona eren evlilik/izdivaç programları yerini izleyici odağında kadını konumlandıran bu tarz gündüz kuşağı programlarına bırakmıştır. Yıllardır evlilik programı sunuculuğu yapan ailenin kızı olarak evlere giren sunucular (Esra Erol 'Gerçeğin Peşinde' 'Esra Erol'da' vb.) artık sıradan insanın yaşadığı dramatik olayları çözümlen, aile kurumunun koruyucu meleği olarak ekranlarda yer almaktadır. Bu tarz gündüz kuşağı kadın program yayıncılığın en belirgin örneği 'Müge Anlı ile

⁴ Esra Erol 2010 yılında kendi sunduğu programda evlendi. Türk televizyon tarihinde gündüz yayınlanan program olarak reyting rekoru kırmıştır. <https://www.gecce.com.tr/haber-unlu-sunucu-esra-erol-evlilikini-anlatti>

Tatlı Sert' programıdır. Bu yeni dönemde deneyimli programcı Balççek İlter'in sunduğu 'Balççek İlter'le Olay Yeri', Seda Sayan'ın sunduğu 'Kaybolan Çiçekler' sonrasında 'Seda Sayan'la' yer almaktadır.

Reality TV programları sürekli tekrar eden yapısı ve her dönem kendine içerik yaratabilme kapasitesi ile daha uzun yıllar ekranlarda yer almaya devam edecek dönemsel bir trend olmaktan öteye geçmiştir. Örneğin; ilki 2004 yılında yayınlanan Pop Star programı 2018 yılında yeniden ekranlarda yer bulmuştur. İzleyicinin ilgisinin sürekli var olduğu programların en önemli destekçisi de sosyal medyadır. Günümüz sosyal medyasında da türde beslenen benzer eğilim gözlenmektedir. Sıradan insanların hayatlarını gözetleme, teşhir kültürü instagram, youtube gibi mecralarda sürdürülmektedir.

3. DEĞERLENDİRME

Türkiye'de televizyon, ekonomik, eğitimsel ya da kültüre özgü kısıtlılıklar nedeniyle adeta 'hayat'ın kendisini ikame etmektedir. Daha önce de belirttiğimiz gibi 80 sonrası dönemde 'bireyciliğin kutsanmasıyla', bir 'birey' kimliği gerçekleştirilemeyen geniş bir kesim ortaya çıkmıştır. Bu kesimlerin kendilerini var edebilme aracı olarak televizyon, cinsellik ve erotizmden başlayarak aidiyet ilişkileri ve kimlik kurgularına kadar pek çok şeyi karşılar hale gelmiştir. Bu durum yalnızca Türkiye'de değil, televizyonun daha köklü bir geçmişe sahip olduğu ülkelerde de benzer özellikler göstermektedir. Televizyonun Türkiye'de yaygınlaşması sonucunda televizyon kanallarında niceliksel bir artışa neden olmuş hatta Avrupa'nın ileri gelen pek çok ülkesinde var olan rakamları aşmıştır.

Televizyon kanallarında gerçekleşen bu niceliksel artış beraberinde, televizyon formatlarının çeşitlenmesine neden olmuştur, bu çeşitlilik izleyiciye de yeni ikame ürünleri sunmuştur (Çelenk, 2005, s.16). Ortaya çıkan bu ürün çeşitliliği ya da yeni formatların belirginleşmesi çerçevesinde programların belirli bir söylem yapısının oluşumu da söz konusu olmuştur. Televizyon programlarının söylemi de, yukarıda bahsettiğimiz ikameyi talep eden grupların ya da kimliklerin temsili de gene televizyonun sunduğu toplumsal değerler, inançlar, ön yargılar üzerinden gerçekleşmektedir. Türkiye, rasyonel ahlaki yapıya sahip bir toplum değildir. Eğitim düzeyinin ve kalitesinin düşüklüğü, sözcüğün gerçek anlamında laik, rasyonel bir ahlak anlayışına sahip bir toplum olmaması bu türden programlara olan ilgisini körüklemektedir.

Televizyon, toplumsal iktidar ilişkilerinin ve kendini 'ortak anlamlandırma' ya da 'ortak duyu' gibi adlar altında 'doğallaştırmak' niyetinde olan bir anlam mücadelesinin, en keskin biçimde gerçekleştiği, kültürel yeniden üretim uzamı olarak görülmektedir. Türkiye'de televizyon, bir kitle iletişim aracı olarak, 'hakiki' değerinin ötesinde bir öneme sahiptir. Bu önemi, ortak yaşam dünyasının kültürel ve sosyoekonomik göstergeleriyle ilişkili bir önem olarak adlandırmak mümkündür (Çelenk, 2005, s.16). Türkiye'de bireylerin diğer kültürel ürünlere ekonomik ya da kültürel sermayelerinin elverişsizliği nedeniyle oldukça sınırlıdır. Bu nedenlerden dolayı televizyon programları sıradan insanın dramatik öyküsünü barındırmasının yanı sıra izleyici için özellikle kimlik, benlik ve kültürel anlamlar üzerine belli bir tavrın geliştirilmesini sağlayan psiko-sosyal alan niteliği kazanmıştır (Paker, 2006). Ancak televizyonun bütün türlerine ve formatlarına sızan eğlence kültürü günümüzde din, siyaset veya insan hayatı için 'hayati' önem taşıyan her türlü kavramın içini boşaltmaya devam etmektedir. Kimliğimizin merkezini oluşturan inançlar, düşünceler ve imgeler, nihayet içinde yaşadığımız toplumların etkin birer mensubu olma özelliğimiz sulandırılmakta, hepimiz kendisine sunulan eğlence karşısında sürekli 'daha fazla, daha fazla eğlence, oyun isterim' diyen çocuklara dönüşmekteyiz.

Başka bir açıdan günümüz televizyonu toplumsal olan karşında aslında edilgen bir yapıya sahiptir. Televizyon programları da içerik üretme anlamında özgür değildir. Toplumu yönlendirici, bilgilendirici, öğretici işlevini artık yitirmiştir. İzleyicinin program içeriklerini

belirleme ve yön verme gücü nedeniyle sıradan insanın tutum, davranış, değer ve anlam dünyasına göre üretilmektedir. Bu nedenle birbirleri benzeyen programlar, her türden izleyiciyi ekran karşısına bağlayacak farklı söylemleri barındıran birer pastiş programlardır. Stüdyo izleyicisinin doğrudan katılımı bile boş zaman etkinliği ya da yeni bir deneyim arayışından öteye gitmemektedir (Hill, 2005). Hatta stüdyo izleyicisi, bizzat programın ücret karşılığında yer vermek durumunda kaldığı aktörlerden biri haline gelmiştir.

Son olarak; yaklaşık son 30 yıllık dönemde televizyon içerikleri ve söylemleri topluma dair kültürel, siyasi, ideolojik ve dini değerlerin yükseliş ve inişleri dönüşümleri çok iyi gözlemleyerek adeta toplumun nabzını tutmuştur. İçinde yer aldığı toplumun düşünsel ve zihinsel gelişim ve dönüşümünde sürecine katkıda bulunarak bugünün sosyo-kültürel ve politik iklim yapısına uyumlu bireyler yaratılmasında önemli bir rol oynamıştır.

KAYNAKÇA

- Adanır, O. (2012). Sinema Televizyon Kültür. İstanbul: Hayalperest.
- Adanır, O. (2013). Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleşiler (1 b.). İzmir: Eylül Sanat.
- Adanır, O., & Altıntaş, M. (2011, Bahar). Jean Baudrillard'la Söyleşi. (O. Adanır, Dü.) Özne(14), 131-142.
- Aksop, G. (1998). Türkiye'de Reality Show'lar. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Anita, B., & Heather, N. (2005). Reality Tv Realism and Revelation. Great Britian: Wall Flower Press.
- Bill, N. (1994). Blurred Boundaries: Questions of Meaning in Contemporary Culture. Bloomington&Indianapolis: Indian University Press.
- Binark, M., & Kılıçbay, B. (2004). Türkiye'de Gerçek televizyonu ve Telegörsel Kimlikler: Biri Bizi Gözetliyor Örneği. İletişim Araştırmaları, 2(1), 73-92.
- Bourdieu, P. (1997). Televizyon Üzerine. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Cevizci, A. (2005). Felsefe Sözlüğü. İstanbul: Paradigma.
- Cirhinlioğlu, F. G., Aktaş, V., & Özkan, B. Ö. (2006, Aralık). Sosyal Temsil Kuramına Genel Bir Bakış. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 30(2), s. 163-174.
- Çelenk, S. (2005). Televizyon Temsil Kültür. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dauncey, H. (1996, Mart 1). French `Reality Television' More than a Matter of Taste? European Journal of Communication(11-1), 83-106.
- Dündar, C. (2007). Mart 18, 2007 tarihinde Öldüren Eğlence: <http://www.candundar.com.tr/index.php?Did=838> adresinden alındı
- Elizabeth, B. (2000). Audience Demand in a Murderous Market: Tabloidization in U.S. Television News. London: Polity Press.
- Ellis, J. (2000). Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty. London: Tauris Publishers.
- Esmer, Y. (2012, Ekim 09). Türkiye Değerler Atlası. Ekim 14, 2017 tarihinde bahcesehir.edu.tr: [http://content.bahcesehir.edu.tr/public/files/files/ATLAS%20SUNUM%202_10_2012%20\(2\).pdf](http://content.bahcesehir.edu.tr/public/files/files/ATLAS%20SUNUM%202_10_2012%20(2).pdf) adresinden alındı

- Gitlin, T. (2000). Prime Time Ideology: The Hegemonic Process in Television Entertainment. H. Newcomb (Dü.) içinde, *Television: The Critical View* (6 b., s. 26-29). Cambridge: Oxford University Press.
- Hill, A. (2005). *Reality TV Audiences and Popular Factual Television*. New York: Routledge.
- Holmes, S., & Jermyn, D. (2004). *Understanding Reality Television*. New York: Routledge.
- Horace, N. (1994). *Television: The Critical View*. Cambridge: Oxford University Press.
- IPSOS KMG. (2012). *Türkiye'yi Anlama Kılavuzu 2012*. İstanbul: IPSOS KMG.
- Kilborn, R. (2004). How Real Can You Get: Recent Developments in 'Reality Television'. *European Journal of Communication*, 9, 421-439.
- Koloğlu, S. (1993, Nisan 12). TV'ler Cinayet Peşinde,. *Milliyet*.
- Kongar, E. (2007). Popüler Kültürün Egemenliği ve Pop Star Yarışması. Mart 13, 2017 tarihinde https://www.kongar.org/medyanotu/300_Pop_Kultur_ve_Pop_Star_Yarismasi.php adresinden alındı
- Livingstone, S. M., & Lunt, P. K. (1993). *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate (Communication and Society)*,. Routledge.
- Mutlu, E. (2001). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Ankara İletişim Fakültesi.
- Newcomb, H. (2018, Mart 03). *Encyclopedia of Television*. <http://www.museum.tv/archives/etv/R/htmlR/realityprogr/realityprogr.htm> adresinden alınmıştır
- Paker, K. O. (2006). Sıradan Düşüncenin Müzakere Alanı Olarak Medya: Kadın programları Üzerine Bir İnceleme. *Yeni Düşünceler*,(2).
- Pilar, G.-C. B., & Nuria, L.-D. (2013). *Reality television: a discourse-analytical perspective*. London: Palgrave Macmillan.
- Raphael, C. (2004). *The Political Economic Origins of Reali-TV*. M. Susan, & Q. Laurie içinde, *Reality Tv: Remaking Television Culture*. New York: New York University Press.
- Rushdie, S. (2001, Haziran 9). *Reality TV: a death of talent and the death of morality*. *The Guardian*.
- Sam, B., & Reuben, C. (2003). *Shooting People: Adventures in Reality Tv*. New York: Verso.
- TÜİK, İ. A. (2017, 05 10). www.tuik.gov.tr. 11 1, 2017 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: <http://www.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=24646> adresinden alındı