

Toplumsal cinsiyet ve bir sosyal öğrenme aracı olarak televizyon programları: İzleyiciler üzerine bir inceleme¹

Aslı Akar* - Emine Şahin**

Öz

Geleneksel ve dijital medya, bir taraftan toplumu yansıtan ayna görevini yerine getirirken bir taraftan da toplumu etkilemekte ve yönlendirmektedir. Medya, ürettiği içeriklerde toplumsal hayatı konu almakta, tartışmalı konularda taraf olmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin farkındalık çalışmaları bir yana medyada baskın değerlere dayanan toplumsal cinsiyet rollerini konu alan içerikler üretilerek geleneksel cinsiyetçi roller pekiştirilmektedir. Bu çalışma, toplum tarafından yaratılan ve kültürel/geleneksel kodlar etrafında şekillenen toplumsal cinsiyet rollerinin medya aracılığıyla nasıl öğretildiği sorusuna dayanmaktadır. Çalışmada, Aslı Hünel ile Gelin Evi programı izleyicilerinin programda yer alan toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının sosyal öğrenme kuramı çerçevesinde incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma verileri, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Toplamda 17 kadın izleyici ile yapılan görüşme bulgularına göre, izleyicilerin programdaki yarışmacıları beğeni, irite edicilik, kendi hayatları ile benzerlik gibi nedenlerle dikkat çekici buldukları, çok gerçekçi bulmasalar da rol model olarak gördükleri, programda gördükleri bazı davranış kalıplarını gerçek hayatta davranışa dönüştürdükleri belirlenmiştir. Böylece program izleyicilerinin toplumsal cinsiyet kodlarını öğrendikleri, kısmen uygulama eğilimde oldukları ve pekiştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmanın sonuçlarıyla, gündüz kuşağı kadın programları özelinde medyanın, bireylerin toplumsal cinsiyet algılarını ve rollerini belirlediğini anlamamıza katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Sosyal öğrenme, toplumsal cinsiyet, cinsiyet rolleri, pekiştirme, medya

Araştırma makalesi

Research article

Geliş - Submitted: 21.11.2024

Kabul - Accepted: 15.03.2025

Atıf – Reference: Nosyon:

Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi, 15, 65-84.

Gender and television programs as a social learning as a social learning tool: A study on viewers

Abstract

Traditional and digital media, while acting as a mirror reflecting society, also influence and shape it. Media content revolves around societal life and often takes sides on controversial issues. Apart from awareness efforts on gender equality, media content frequently reinforces traditional gender roles by portraying societal gender norms based on dominant values. This study explores how gender roles, created by society and shaped around cultural/traditional codes, are taught through media. It aims to examine the attitudes of viewers of the program *Aslı Hünel ile Gelin Evi* toward the gender roles presented in the show within the framework of social learning theory. The research data was collected using a semi-structured interview technique. Findings from interviews with a total of 17 female viewers reveal that they find the contestants on the show noteworthy due to factors such as admiration, irritation, or resemblance to their own lives. Even though they do not perceive the show as entirely realistic, they still view the contestants as role models and adopt certain behavioral patterns they observe in the program into real-life actions. As a result, it was determined that viewers learn, partially adopt, and reinforce gender codes presented in the show. The findings of this research are expected to contribute to our

¹ Bu çalışma 9-10 Mayıs 2024 tarihinde Uluslararası İletişim, Bilgi ve Toplum sempozyumunda sunulmuş ve çalışmanın özeti sempozyum kitapçığında yayımlanmıştır.

* Sorumlu Yazar. Yüksek Lisans, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: asliakar.a@icloud.com, ORCID-ID: 0009-0000-0328-4449

** Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, İletişim Fakültesi, e-posta: emines@gantep.edu.tr, ORCID-ID: 0000-0002-7269-0923

understanding of how daytime television programs for women shape individuals' perceptions and roles regarding gender through media.

Keywords: Social learning, gender, gender roles, reinforcement, media

Giriş

Sosyal bir varlık olan bireylerin, toplum içerisinde uyması gereken belirli cinsiyet kodları vardır. Bu kodlar bireylerin biyolojik türlerine uygun olarak, toplumsal iş birliğinin sağlanması adına oluşturulmaktadır. Judith Butler (2008, s. 229), toplumsal cinsiyeti kültürel bir kurgu olarak toplum tarafından üretilen ve sürdürülen ortak bir sözleşme olarak tanımlamaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri, bireylerin toplum içerisinde yer edinebilmesi ve kendi benliklerini yansıtmaları açısından önemli bir olgudur. Bu nedenle cinsiyet rollerinin kavramsal olarak neyi ifade ettiğini anlamak, bireylerin sosyal kimliklerinin çözülmesine katkı sağlamaktadır.

Belirli bir toplumsal yapı içerisinde, toplumsal cinsiyet rollerine dair kadın ve erkek stereotiplerinin öğrenilmesi, bireylerin aile ve yakın çevresinde bulunan sosyal pekiştireç ve model olarak benimsenen kişilerin davranışlarının modellenmesi ile gerçekleşmektedir (Bandura, 2001, s. 270; Şahin, 2019, s. 238). Bireyin öğrenme süreci, karşılıklı olarak etkileşimde bulunduğu aile, akran ve medya gibi uyaranlarla verilen mesajları kabul etmeye ya da reddetmeye dayalı olarak gerçekleşmektedir. Bireylerin, toplumsallaşma sürecinde öğrenerek edindiği kodlar, özellikle cinsiyet rolleri arasında yaşanan eşitsizliğin devam etmesine katkı sağlamaktadır.

Günümüzde herkes tarafından kolayca erişilebilir olmasının bir sonucu olarak medya, bireylerin tutum ve davranışlarını şekillendiren öğrenme süreçlerini etkilemektedir. Bireylerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin kodları öğrenmesinde de medya araç olarak kullanılmaktadır. Medyada yer alan içerikler aracılığıyla toplumsal cinsiyet rolleri normleştirilmekte ve izleyiciler tarafından içselleştirilmektedir (Çelebi, 2022, s. 823). Diğer bir ifadeyle toplumun kültürel normlarını yansıtan medya, cinsiyet rollerinin nasıl olması gerektiğine dair bireyler üzerinde hegemonik bir yapı sunmaktadır. Bu yapı içerisinde homojen özellikli içeriklerin üretildiği geleneksel medyada, toplumsal yapının oluşturduğu temsil veya kimliklerin alternatif görünümüleri yer almamaktadır (Kılıç & Akbayır, 2023, s. 284). Bu bağlamda, geleneksel medyada yer alan kadın ve erkek temsillerinin nasıl yansıtıldığı ve bireyler üzerinde tezahürü bir araştırma konusu haline gelmiştir.

Bu çalışma, medyanın bir sosyal öğrenme aracı olarak, kültürel/geleneksel yapıya dayanan toplumsal cinsiyet rollerinin öğretilmesindeki payı sorunsalından yola çıkılarak kurgulanmıştır. Çalışmanın teorik çerçevesinde ilk olarak cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğini açıklayan yaklaşımlar yer almaktadır. İkinci kısımda ise sosyal öğrenme kuramı açıklanmıştır. Sosyal öğrenme kuramı ile sosyal ve bilişsel süreçleri açıklayan eylem, motivasyon ve duygusal durumlara çevre faktörü de eklenmiştir (Ayhan, 2020, s. 139). Albert Bandura'nın (1977) önemli katkı sağladığı sosyal öğrenme kuramında, bireylerin davranışlarının altında yalnızca kalıtsal kazanımlar değil aile ve çevresinden gözlem ve taklit ederek öğrendikleri de yatmaktadır; ancak birey yalnızca gözlemleyerek ve taklit ederek değil bazı bilişsel süreçlerin sonucunda öğrenmeyi gerçekleştirmektedir. Bu yönüyle kuram davranışçı ve bilişsel yaklaşıma dayanmaktadır (Ayhan, 2020, s. 139). Özellikle psikoloji ve eğitim alanındaki çalışmalarda yer alan sosyal öğrenme kuramı, toplumsal cinsiyet rollerinin televizyon programları aracılığı ile izleyicilere öğretilme sürecinin açıklanmasına kaynaklık etmektedir. Çalışmada veriler Aslı Hünel ile Gelin Evi programı izleyicilerinden elde edilmiştir. Türkiye'nin özel televizyon kanallarından birinde yayınlanan ve hedef kitlesini çoğunlukla kadınların oluşturduğu gündüz kuşağı programıyla ilgili bazı araştırmalarda genellikle gösterişçi tüketim (İlgın & Kardaş, 2023; Yazıcıoğlu, 2019), kitle kültürü (Aydın, 2019), medyanın geleneksel kültürün yeniden

üretimindeki rolü (Öziç, 2022; Yılmaz, 2021) ve medyada toplumsal cinsiyetin yansıtılışı (Can & Gümüş, 2024; Çopuroğlu, 2022) gibi konulara odaklanıldığı belirlenmiştir. Bu çalışma ele alınan konu ve seçilen örneklem, elde edilen verilerin açıklanmasına kaynaklık eden teorik çerçeve bakımından farklılık göstermektedir. Çalışmada görüşme yöntemi kullanılmış, veriler programın 17 kadın izleyicisine yarı yapılandırılmış sorular sorularak elde edilmiştir. Bulgular Bandura'nın (1977; 1989; 2001; 2006) sosyal öğrenme sürecine göre açıklanmıştır. Böylece izleyicilerin program aracılığı ile toplumsal cinsiyet kodlarını algılamaları, modellemeleri, davranışa dönüştürmeleri ve davranışları tekrarlama motivasyonları ortaya konmuştur.

1. Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları

Kavram olarak ilk akla gelen cinsiyet (sex) terimi, kadın ya da erkek olmanın biyolojik yönünü ifade ederken, toplumsal cinsiyet (gender) terimi ise daha çok toplumsal bir olguya karşılık gelmekte, toplumun ve kültürün bireylere yüklediği anlamları, beklentileri ifade etmektedir (Dökmen, 2010, s. 18-20). Bireyler, doğumlarıyla birlikte toplum tarafından kendi biyolojik özelliklerine göre eril veya dişi olarak sınıflandırılıp, bu sınıflandırmaya göre yetiştirilmektedir. Bu bağlamda bireylerin doğumuyla kazandıkları biyolojik kimlikleri, yaşam süreçleri içerisinde toplumun atfettiği özelliklere göre toplumsal kimliklere dönüşmektedir.

Bireyin kimliğinin parçası olarak biyolojik farklılığını ifade eden cinsiyetinin aksine toplumun ona atfettiği toplumsal cinsiyet kültürel olarak inşa edilmektedir (Butler, 2019, s. 50). Bu nedenle, toplumsal cinsiyet kavramı kültürel bir yapıdan doğmakta ve bireylerin biyolojik yapısıyla ilişkili bulunan psikolojik özellikleri içermektedir (Dökmen, 2010, s. 19-20). Sosyal bir varlık olan bireyler içinde yaşadıkları toplumlar tarafından sadece biyolojik bir cins olarak değerlendirilmezken, aynı zamanda toplumun sosyal ve kültürel dinamiklerine göre üstlendikleri belirli rollere göre de açıklanmaktadır. Sosyal ve kamusal alanda toplumun her konuda cinsiyetçi bakış açısının sona erdirmeye mücadelesinin düşünsel temellerini oluşturan feminizmin mücadele konusu, toplumsal cinsiyettir. Kamusal alanda kadına dair her şeyin sorgulandığı feminizm, toplumsal cinsiyet konusu içinde, biyolojik farklılıkların toplumsal hayata yansımaları, böylece kadının mevcut toplumsal ilişkilerde ikincilleşmesini sorunsallaştırmaktadır. Öncü feministlerden Simone de Beauvoir, modern hayatta kadının erkekler tarafından köleleştirildiğini savunarak, "Erkek mutlaktır, yaşamın öznesidir, kadın ise ancak 'öteki' olabilir" demektedir (akt. Tekin, 2011, s. 525). Erkek odaklı bu kültür her alanda eril değerleri yansıtmaktadır (Donovan, 2019, s. 100). Yalnızca gündelik hayatta değil, dil, sanat, edebiyat, spor, eğitim, yönetim, iş hayatında kadınların sınırlarını belirlemekte, onları kamusal alana dahil etmemektedir. Bu doğrultuda çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturmak amacıyla, toplumsal cinsiyet rollerinin hangi toplumsal dinamikler içerisinde, hangi düşünce yapılarına dayandığını anlamak önemlidir.

2. Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin kuramlar

2.1. Biyolojik kuram

Biyolojik kurama göre toplumsal cinsiyete ilişkin farklılıkların temeli, bireylerin, doğuştan sahip oldukları özelliklere, iki cins arasındaki üreme ve beyin organlarının işleyiş şekline ve hormonlarındaki farklılıklara dayanmaktadır. Beauvoir'a göre, insanlık tarihinden beri erkeklerin biyolojik üstünlükleri onları "tek ve en üstün kul" yapmaktadır (akt. Firestone, 1979, s. 93). Biyoloji, toplumsal cinsiyet farklılıklarının kökeninde yatan asıl nedendir (Udry, 1994, s. 562). Özellikle, döllenmenin kadın bedeninde gerçekleşmesi ev, aile, çocuk gibi işlerden sorumlu olmasına neden olmuştur. Böylece dışardaki zorlu yaşam mücadelesi erkeklerle kalmıştır. Kadınlarsa toplumun benimsediği beden politikasına göre biyolojik

zayıflığının ve doğurganlığının bir sonucu olarak geçmişte ve bugün zor yaşam koşullarıyla mücadelede geri planda kalmaktadır (Firestone, 1979, s. 94; Tekin, 2011, s. 527). Diğer bir ifadeyle biyolojik kurama göre toplum kadını fiziksel olarak yetersiz atfeden ve onun doğurganlığına odaklanan bakış açısının yansıması olarak, özel yaşam içerisinde konumlandırırken; erkeği güçlü fiziksel yapısı ve “ayak bağlarının olmaması” nedeniyle çetin hayat şartlarına dayanıklı biri olarak ev dışında konumlandırmaktadır. Biyolojik farklılıkların gerekçe gösterilerek kadınların sömürüldüğünü ifade eden Luce Irigaray (2006, s. 48), kadınlar bu durumun bir sonucu olarak “...eril kromozomlarına karşılık gelen biçimlere tekabül etmedikleri sürece kimliklerinden yoksun kalırlar” demektedir. Kadınlar, erkekler gibi güçlü fiziksel görünüme sahip olamadıkları gibi onlarla eşit şartlarda da toplumsallaşamamaktadır. Biyolojik özelliklerden kaynaklanan farklılıklar toplumsal rollere yansımaktadır (Çetiner & Arslan, 2020, s. 55). Bir yerde “biyoloji kader” olmaktadır, oysa cinsler arasındaki biyolojik farklılıklar kabul edilebilir; ancak toplumsal cinsiyet kültürel anlamlara dayanmaktadır (Butler, 2019, s. 50) bu nedenle toplumsal cinsiyet (gender), cinsiyet (Sex) farklılığının nedensel sonucuna dayandırılmamalıdır.

2.2. Psikanalitik kuram

Sigmund Freud’un temsilcisi olduğu psikanalitik kurama göre, davranışların altında yatan sebepler rastgele değildir, her davranışın altında doğuştan gelen yemek yeme, cinsellik gibi dürtüler ve saldırganlık gibi bilinçaltına atılan baskı altındaki düşünceler yatmaktadır. Çok küçük yaşlarda, çocuk ve ebeveyn arasında kurulan ilişki, toplumsal cinsiyet rollerinin şekillenmesinde rol oynamaktadır. Freud, çocukların 6 yaş öncesi cinsel gelişim sürecini önemsemiştir çünkü başlangıçta cinsel tepkilerle bedensel ve ruhsal tepkiler bir aradayken bu süreçten sonra ayrılması gerekmektedir (Firestone, 1979, s. 68). Bu durumda çocuk bir tercih yapmalıdır; ya annesiyle özdeşleşmeli ya da heteroseksüel yönelimle babasıyla arasındaki bağı güçlendirmelidir (Butler, 2019, s. 125). Diğer taraftan Freud toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesini çocuklardaki libido dürtüsüyle açıklamaktadır. Libido, biyolojik ve toplumsal cinsiyeti organize eden cinsel enerjidir (Dökmen, 2010, s. 42). Çocukların cinsiyet farkındalıklarının gelişmediği birinci dönemde, erkek çocuklarında bulunan penis ve biyolojik olarak çift cinsiyetli olduğu düşünülen kız çocuklarında bulunan klitoris ile erkeklik libidosu harekete geçerek, anneye karşı erkeksi tutumlar sergilenmesine yol açar; ikinci dönemde çocuklar cinsiyet farklılıklarını anlamaya başlasa da onlar için bu dönemde yalnızca erkek cinsinin varlığı söz konusudur; üçüncü ve son dönem olan ödipal dönemde ise, erkek çocukları babalarıyla kendilerini özdeşleştirirken, kız çocukları babalarının kendilerine bir penis verme umudunu kaybeder (Dökmen, 2010, s. 43-44). Diğer taraftan erkek çocuğun genellikle heteroseksüel yatkınlığı seçmesinin nedeni erkek eşcinselliği ile bağdaştırılan dişileşme korkusudur (Butler, 2019, s. 125). Bu dönemde erkek çocuklarının kendini bulması küçük bir adam gibi davranması beklenmektedir (Firestone, 1979, s. 68). Erkek çocuğu çevrenin katkısıyla ve deneyimleriyle erilliğini pekiştirmektedir.

2.3. Sembolik etkileşim temelli kuramlar

Sosyal bir varlık olan bireyler, toplum içerisinde etkileşimde bulunduğu şeylerle arasında anlamsal bir çıkarımlar ilişkisi içerisinde yer almaktadır. Sembolik etkileşim, etkileşimci yaklaşıma dayanmaktadır. Temelleri Chicago Üniversitesi Sosyoloji Bölümünden W.J. Thomas, Robert E. Park ve George H. Mead, Charles Horton Cooley, John Dewey’in çalışmalarıyla atılmıştır (Güngör, 2018, s. 346). Daha sonraki yıllarda Mead’in ve Goffman’ın özellikle de Herbert Blumer’in katkıları kuramsal yapının oluşmasını sağlamıştır. Mead’e göre insanlar arasındaki etkileşim semboller aracılığı ile olmaktadır ve insanları hayvanlardan ayıran, benlik ve toplumsallık arasındaki ilişkiyi anlamayı sağlayan insanın sahip olduğu zihinsel mekanizmadır (Özçetin, 2018, s. 71; Acar Şentürk & Baritçi, 2018, s. 12). Bu zihinsel

yapı toplumsal varlık olan insan ve içinde bulunduğu toplum arasındaki dil ve iletişim aracılığıyla etkileşimi sağlamaktadır, etkileşim bireyin sembolleri anlamlandırması yani yorumlamasıdır, yorumlama ortak anlamların etkilerini ifade etmektedir. Kuram, toplumun makro yapılarından ziyade mikro yapılarına odaklanarak bireysel rollerin toplumun bütünüyle oluşturulan ilişkisel ağa gönderme yapmaktadır. Mead ve Goffman, küçük bir grup olarak ifade edilen toplumsal gruplar içerisinde yer alan bireylerin davranışlarının birbirleriyle olan karşılıklı etkileşimleriyle şekillendiğini vurgulamaktadır (Doğan & Oral, 2020, s. 41). Bu karşılıklı etkileşimsel ağ içerisinde, benlik ve sosyal kimlik kavramlarıyla oluşan bütünsel yapı; bireylerin sosyal etkileşimlerinden elde ettiği ve gerektiğinde kullanabileceği davranış kalıplarını içeren rollerini ifade etmektedir (Şahin, 2019, s. 236). Aynı şekilde, bireyin benliği ve sosyal kimliği ile şekillenen toplumsal cinsiyet rolleri de bulunduğu sosyal yapı içerisinde anlam kazanan sembolik etkileşimin ürünüdür. Bu bağlamda sosyal rol, sosyal baskınlık, sosyal öğrenme kuramları (Güvendi, 2023, s. 554), bireyin toplumla etkileşimi ile kültürleşmesinin sonucu olarak sosyal hayatına dahil ettiği toplumsal cinsiyet kalıplarının açıklanmasında düşünsel temelleri oluşturmaktadır.

2.3.1. Sosyal rol kuramı

Her toplumun kendi değerleri ve kültürü vardır. Toplumsal kurallar o toplumun kültürel değerlerini yansıtmaktadır ve toplumu oluşturan bireylerin üzerinde anlaştıkları rolleri yerine getirmesi, toplumsal kurallara uyması beklenmektedir. Biyolojik cinsiyetten farklı olarak, sosyo-kültürel değerlerle şekillenen toplumsal cinsiyet rolleri, bireyler tarafından toplum içerisinde uyum sağlayabilmek için çevresiyle etkileşim kurularak öğrenilmektedir. Kavramsal olarak sosyal rol, bir durumda kişinin pozisyonuna (kadın/erkek oluşu, sosyal statüsü, mesleki durumu, medeni durumu ...) bağlı olarak o kişiden beklenen davranış kalıplarıdır (Sakallı, 2016, s. 26). Diğer bir ifadeye göre sosyal rol, toplumsal yapıya göre düzenlenen kategorilere göre bireylerden beklenen, öğrenilmiş tepkiler olarak tanımlanmaktadır (Dökmen, 2010, s. 82). Her toplumda bu roller farklılık göstermektedir; annelik rolü, akrabalık rolü, evin reisi rolü gibi ancak bu konuda en önemli nokta cinsiyet rollerinin mutlaklığı ve sürdürebilir olmasıdır (Connell, 1998, s. 78). Bu noktada cinsiyetin doğarken kazanıldığı, rollerin sonradan öğrenilerek edinildiği ve toplumsal cinsiyetin ise bu öğrenme sürecinde sosyo-kültürel değerlerle bireye kazandırıldığı görülmektedir. Sosyal rol kuramına göre, toplum tarafından kadın ve erkeğe atfedilen rollerin hiyerarşik yapıya göre şekillendiği öne sürülmektedir. Bu bağlamda, toplum içerisinde farklı konuma sahip olan kadın ve erkek cinsiyetleri arasında hiyerarşik yapıya göre üstün bir cins vardır. Ata-erkil bir sistemde bu sınıf erkek olarak görülürken, bir kadının toplum içerisinde kabul görmesi ancak kadınlık rollerinin hepsini yerine getirdiği sürece gerçekleşmektedir (Gök & İl, 2017, s. 524). Bireyin toplumsallaşma süreçleri içerisindeki öğrenme yoluyla kadınlık rolünü daha çok benimsemesi ve taklit etmesi kaçınılmazdır (Şenol & Erdem, 2019, s. 235-236). Erkeklerin daha üst konuma sahip olması, cinsiyetler arası rol sorumluluklarının eşit olmadığı anlamına gelmektedir.

2.3.2. Sosyal baskınlık kuramı

Grup temelli oluşturulan bu kuram çoğunluğun, azınlık üzerinde kurduğu güç dengesi üzerinde odaklanmaktadır. Grup içindeki sosyal hiyerarşiye paralel olarak çoğunluğun, azınlık üzerinde kurduğu üstünlük tasarısı dezavantajlı grup için tutum ve davranışları belirlemeye yönelik bir etki yaratmaktadır, tarihte yaşanan olaylar bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Baskın kültür toplumsal sistemler aracılığı ile devamlılığını sağlamakta ve toplumun geri kalanını kendi değer yapıları içerisinde meşru hale getirmektedir (Yazgan, 2024, s. 48). Bu nedenle, hiyerarşik olarak güç dengesizliğinin görüldüğü bu kuramda tahakküm altındaki güçsüz grup, üstün grubun değer yargılarını kabullenmek zorundadır. Bu dengesizlik,

toplumdan topluma farklı görünümlemlerle ortaya çıksa da sistem tersine işlememektedir. Hiyerarşi temelli oluşan bu toplumsal düzende, baskın ve egemen gruplar orantısız dağıtılmış güç, otorite, zenginlik, üst sosyal statü, devlet tarafından korunma gibi pozitif sosyal değerlere sahipken; negatif sosyal değerler azınlıkta ya da dezavantajlı konumda olan gruplara orantısız ceza, etiketlenme, riskli işlerde çalışma olarak dağıtılmıştır (Özkan, 2014, s. 19). Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında, bu durum sosyal rol kuramı ile ilişkili olarak hiyerarşinin en üstünde yer alan erkeklerin, tahakküm altında bulundurdıkları dezavantajlı grup olan kadınların rollerini içselleştirmesinde ortaya çıkan sosyal baskıyı ifade etmektedir. Toplumsal cinsiyet oranı toplumlara göre farklılaşsa da kadınların erkekler karşısında baskın grupta yer alma olasılığı yoktur (Güvendi, 2023, s. 555). Cinsiyet rollerinin farklı toplumlarda farklı görünümlemleri olsa da temel de aynı şekilde işlediği için cinsiyet eşitsizliğine yol açan unsurların aynı olduğu söylenebilir.

2.3.3. Sosyal öğrenme kuramı

Bireylerin cinsiyet rollerine uygun davranış sergilemesi, her ne kadar yaşadığı toplumun içsel dinamiklerini öğrenmesine bağlı olsa da kurduğu sosyal bağlarla oluşan sosyal etkileşimler de bu davranışları etkilemektedir. Bireylerin rol ve davranışları ve toplumsal cinsiyete yönelik bakışları, aile ve sosyal hayatta etkileşim içinde olduğu toplumsal yapı ile olan etkiler ağıının ürünleridir. Toplumsal roller doğuştan gelen biyolojik farklılıklara dayanmamakta, aksine sonradan öğrenilmektedir. Öğrenmenin gerçekleşmesinde karşılıklı etkileşimler, devingen bir yapıda ilerleyerek bireylerin öğrenme süreçlerini etkilemektedir. Bandura'nın sosyal öğrenme kuramına göre, sosyal etkileşim davranışları ancak sosyal bağlamlarda başkalarıyla etkileşim kurarak öğrenilebilmekte ve geliştirilebilmektedir (Bandura, 1989, s. 72; Katz & Girolametto, 2013, s. 566; Tıkıroğlu, 2019, s. 6). Bu bağlamda etkileşim aktörlerinden biri olarak görülen medya, ürettiği mesajları geleneksel veya yeni medya araçları aracılığıyla bireylere sunarak, bireylerle etkileşime girmekte ve öğrenmeyi kolaylaştırmaktadır (Güngör, 2018, s. 348).

Bandura (1977, s. 3-6), bireylerin temelde gözlemleyerek ve taklit ederek öğrendiğini ileri sürerek, öğrenme sürecini iki boyutta ele almaktadır; edimsel koşullanma ve model alma/taklit. Edimsel koşullanma, bireylere öğretilen olguların ödül ve ceza sistemiyle davranışa dönüştüğü bir öğrenme modelidir. Edimsel koşullanma ile öğrenmede birey direkt olarak davranışsal tepkilerinin olumlu veya olumsuz etkileriyle karşılaşmaktadır. Örneğin, bir kız çocuğuna sürekli evcilik oyunu gibi pekiştirici bir oyun ortamı sağlanıp, "Aferin kızım, ne güzel bebeğine bakıyorsun" ya da "Ne güzel anne olmuşsun" gibi destekleyici ifadeler kullanıldığında, kız çocuğu bu yapıyı içselleştirerek annelik rolünün kendisine ait olduğunu düşünmektedir. Ödüllendirileceği düşüncesi bireyi davranışı gerçekleştirme ve tekrar etme noktasında motive etmektedir. Diğer taraftan birey, toplum tarafından kendisi için belirlenen rollere uygun düşmeyen davranışlar sergilediğinde "Bu ne böyle, erkek gibi olmuşsun" ya da "Sen erkek misin?" gibi olumsuz ifadelerle karşılaşarak, bu rolün kendisi için uygun olmadığını ve bu rolden kaçınması gerektiğini içselleştirmektedir.

Modelleme yoluyla öğrenmede gözlenen figürler (anne, baba, öğretmen, arkadaş, beğenilen herhangi bir kişi, televizyondaki kahraman vb.) model alınmakta ve bu figürlerin davranışları uygun bir zamanda taklit edilmektedir (Çimen, 2019, s. 89; Deniz, 2022, s. 21). Bu noktada öğrenme sürecinde bireyler arasındaki kapasite farklılıkları ve toplumsal cinsiyet rolleri öne çıkmaktadır (Ayhan, 2020, s. 144). Örneğin, erkek çocukların rol modeli genellikle kendi cinsinden olan babalarıdır. Babasının, annesine ya da kız kardeşine nasıl davrandığını gözlemleyerek karşı cinsine karşı uygun tutum ve davranışları öğrenerek erkeklere atfedilen rol davranışlarını içselleştirir ve babası gibi hareket etme eğilimine girer. Diğer taraftan bireylerin kendileri için seçtikleri rol modellerin sosyal statüsünün öğrenme sürecinde önemli etkileri bulunmaktadır (Tatlıoğlu, 2021, s. 16). Öğrenmenin model yoluyla sağlanmasında Bandura (2006, s. 61), üç farklı model tanımına dikkat çekmektedir:

- Davranışların doğrudan gözlemlenebildiği **canlı modeller**,
- Medya aracılığıyla oluşturulan **sembolik modeller**,
- Davranışları açıklayan **sözlü direktifler**.

İletişim araçları sayesinde yeni fikirler, değerler, davranış biçimleri ve toplumsal pratikler, sembolik modelleme aracılığıyla hızla küresel ölçekte yayılmakta ve toplumu kapsayan ortak bilinç oluşturulmaktadır (Bandura, 1986). Kitle iletişim araçlarındaki yaşanan teknolojik gelişmeler, medyada sunulan içerik zenginliği kadar sembolik modellere erişimi de kolaylaştırmaktadır. Bandura'ya göre (1977, s. 17-22), başarılı bir modelleme süreci dört temel süreçten oluşmaktadır. Bu süreç, aşamalar halinde birbirini takip etmektedir. Bunlar;

- **Dikkat:** Gözlem yoluyla öğrenmenin ilk basamağıdır. Bireyler, ilgilerini çeken, beğendikleri modellere karşı daha fazla odaklanarak onlardan etkilenmektedirler. Özellikle basit ve yalın, açık ve çarpıcı olan modeller, gözlemcinin dikkatini daha fazla çekmektedir (Ateş & Çalışkan, 2023, s. 8). Aynı zamanda yüksek statülü, saygın ve başarılı rol modeller bireyin dikkat düzeyin arttırmaktadır. Modelle cinsiyet benzerliği, meslek ya da medeni durum gibi müşterek özellik taşıma ya da gündelik/toplumsal hayatta benzer sorunları yaşama dikkati arttırmaktadır.
- **Hatırlama:** Bireyin gözlemlediği modelin davranışlarını zihninde kodlaması ve kodlanan davranışı daha sonra yeniden ortaya çıkarması sürecidir. Diğer bir ifadeyle hatırlama süreci, sembolik model aracılığıyla bilgiye dönüştürülmesi ve kodlanan bilginin bilişsel olarak tekrar edilmesi ile desteklenmektedir (Bandura, 2001, s. 278). Genellikle, beyin bir şeyi daha sonra hatırlamak için kodlarken semboller, resimler, hayali ve soyut nesnelerden yararlanmaktadır (Ünal, 2024, s. 9). Böylece bilgiyi saklamak kolaylaşmaktadır. Bu süreçte hatırlama gerçekleşmezse modellemenin etkisi de gerçekleşmemektedir.
- **Davranışa Dönüştürme (yeniden üretme):** Bireylerin, gözlemleyerek kodladığı davranışların gerçeğe dönüştüğü bilişsel süreçtir. Bu süreç, kavramsal modelin rehberliğinde oluşturulan ve uygulanan davranış örüntülerinin, modelle karşılaştırılarak uygunluğunun değerlendirilmesi ile gerçekleşmektedir (Bandura, 2002). Sosyal öğrenme yalnızca gözlem ve taklitte değil aynı zamanda bilişsel değerlendirmeyi de içermektedir. Bireyler, bazen bir davranışı nasıl gerçekleştirdiğini bilmesine rağmen, gerçekleştirme aşamasında istenildiği gibi davranışa dökememekte kendi ile model arasındaki davranış farklılıklarını belirleyip kendi zihninde düzeltmeler yapmaktadır (Ateş & Çalışkan, 2023, s. 9).
- **Pekiştirme ve Motivasyon Süreci:** Bireyler eylemlerinin sonucu eğer olumluysa motive olurken, eylemlerinin sonucu olumsuzsa davranışı gerçekleştirme eğilimleri azalmaktadır. Bu noktada onay ya da reddedilme motivasyon kaynağıyken; diğer taraftan birey tarafından gözlemlenen davranışın sonucunda modelin almış olduğu ceza ya da ödül davranışı tekrarlamaya karar verme sürecinde etkilidir (Ünal, 2024, s. 9). Öğrenmede pekiştirme de güdüler kadar işlevseldir. Bireyin özendirme ve beklenti gelişmesi pekiştirme ile sağlanmaktadır. Böylece birey model gibi davranıldığında başkalarını ona özeneceği beklentisi içine girmektedir.

Bireyin sosyal etkileşimde bulunduğu (aile, arkadaş, medya vs.) her araç pekiştirici bir rol üstlenerek cinsiyet rollerinin içselleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Birincil gruplar (aile) ilk etkileşime girilen gruplardır, çocuklar anne ve babalarını taklit ederek kültürel değerleri de öğrenmektedir. Sosyal öğrenme büyük oranda bireylerin yakın çevresini gözlemleyerek edindiği kasıtlı ya da tesadüfi bilgilerden oluşsa da insani değerlere, düşüncelere, davranışlara ve tutumlara dair geniş çaplı bilgi, kitle iletişim araçlarının sunduğu sembolik modeller aracılığıyla öğrenilmektedir (Bandura, 2001, s. 275-276). Birey, gelişiminin daha sonraki aşamasında daha fazla maruz kaldığı medya içeriklerinde karşılaştığı sembolik modeller aracılığıyla daha etkili bir öğrenme gerçekleştirmektedir (Varol, 2014, s. 306-307). Özellikle

teknolojik gelişmelerin son hızla ilerlemeye devam etmesi ve medya uyaranlarının hayatın her alanına yansması, medyada yaratılan sembolik modellerin giderek ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Postman'a göre (2010, s. 19), medya metaforları dünyayı bireyler adına sınıflandırır, bir sıraya sokar, bir çerçeve çizer, genişletir, küçültür, renklendirir ve dünyanın görünümüne ilişkin savlar ortaya atar. Bu denli büyük bir etkiye sahip medyanın, küresel ölçekte hızla yayılması ortak bir bilincin oluşmasına ve yeni fikirlerin, değerlerin, davranışların ve tutumların toplumsal bir pratik olarak sunulmasına neden olmaktadır (Bandura, 2001, s. 272). Toplumsal bir pratik olarak değerlendirilen cinsiyet rollerinin, sembolik modeller aracılığıyla medyada yansıtılması, bireylerin toplumsal rollere dair var olan değer yargılarını ve geleneksel olguları daha da içselleştirirken bir yandan da yeni kabuller ve değerleri benimsemelerini sağlamaktadır (Yılmaz, 2021, s. 75).

3. Kültürel/geleneksel kodlar

Bireyin toplumsal cinsiyet kimliği, toplumun kültürel kodlarına göre belirlenen ve bireyin çocukluktan itibaren kurduğu etkileşimlerle öğrendiği, pekiştirdiği ve içselleştirdiği rolleri içermektedir. Kültürün belirlediği roller bilinçli ya da bilinçsiz belirli davranışlar göstermesi için bireyi zorlamaktadır (Sakallı, 2016, s. 25). Doğumdan itibaren anne-babaların çocuklara cinsiyetlerine göre farklı davranması, bu kültürel kodların aktarımının en belirgin örneklerinden biridir. Çocuklar aile bireylerini modelleyerek davranış kazanmaktadır. Modelleme insanlara özgü evrensel kültür aktarma yöntemidir; ancak farklı kültürel bağlamlarda, hangi kodlarla, nasıl kullanıldığı değişkenlik göstermektedir (Bandura, 2002, s. 274). Kültürel/geleneksel kodlar, farklı toplumlarda farklı olgularla şekillense de genel olarak toplumsal cinsiyet rollerini etkileyen bir unsurdur. Bu bağlamda toplum içerisinde şekillenen kadın ve erkek rollerinin toplumun beklentilerini ifade eden alışkanlık, hal, tavır ve değerleri içinde taşıdığı söylenebilir (Ersoy, 2009, s. 215).

Nesilden nesile aktarılan bu kodlar, bireyin üzerine çok düşünmeden sistematik bir şekilde cinsiyet rolüne uygun davranış sergilemesine neden olmaktadır. Bu nedenle, bireylere atfedilen roller normalleştirilmektedir. Kültür yalnızca toplumsal cinsiyet rollerinin belirlenmesinde değil, aynı zamanda bu rollerin sürekliliğini sağlamakta da kritik bir rol oynamaktadır (Şahin, 2019). Bununla birlikte, cinsiyet rollerinin toplumsal beklentilere göre şekillenmesi, cinsler arasında farklılığa ve eşitsizliğe neden olacak bir güç dengesizliği yaratmaktadır. Örneğin, erkek egemenliğinin içselleştirildiği ataerkil bir toplumda, erkeklerin erkeksi, kadınların ise kadınsı özellikler göstermeleri beklenmektedir (Fulcher & Scott, 2003, s. 161). Bu bağlamda, erkekler; çalışıp para getiren, evin direği, ailenin reisi veya güçlü olarak görülen bir konumda yer alırken, kadınlar; evini kuran, çocuklarına bakan, eşine hizmet eden ve aileyi bir arada tutan domestik bir figür olarak tanımlanmaktadır.

Kültür, bireylerin davranışlarını ve tutumlarını, sosyal etkileşimler yoluyla öğrendikleri ve paylaştıkları şeyleri etkileyen, dolayısıyla tüm hayatını kapsayan bir olgudur (Williams, 1993, s. 10). Bu bağlamda kültür içerisinde şekillenen kodların cinsiyet rolleri üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu söylenebilirken, sosyal etkileşimin ve teknolojinin rolü de göz ardı edilmemelidir. Sosyal etkileşim, bireyin aile, arkadaş çevresi ve medya aracılığıyla toplum içinde kurduğu tüm ilişkileri içermektedir. Teknolojinin hızlı gelişimi, bireylerin dünyanın dört bir yanındaki farklı yaşam tarzları ve kültürel değerlerle daha kolay bir şekilde tanışmalarını sağlamaktadır. Özellikle iletişim teknolojileri sayesinde yaratılan sembolik ortamlar bir ulusötesi kültür yaratmamış olsa da bazı yaşam tarzı unsurlarında kültürlerarası ortaklıklar üretmektedir (Bandura, 2002, s. 285). Bu yeni ortaklıklardan öğrenilen bilgiler, bireyin kendi içinde bulunduğu rolü sorgulamasına neden olabilir ve yaşadığı toplumun geleneksel cinsiyet rolleri, içsel dünyasında tatmin edici olmayabilir. Bu nedenle, her çağda mevcut olan kadın-erkek rolleri, zamanla farklı davranış kalıplarını içerecek şekilde dönüşmektedir.

Kültürel kodlarla şekillenen toplumsal cinsiyet rolleri, sosyal etkileşimler ve teknolojinin etkisiyle dönüşüme uğramaktadır. Bu dönüşüm araçlarından biri olan medya, eğlendirerek, bireylere içinde yaşadıkları toplum hakkında enformasyon sağlayarak ve bireylerin kabul edebileceği şeylerin öğretilmesi açısından bir araç olarak öne çıkmaktadır (Kılıç & Akbayır, 2023, s. 268). Bu bağlamda medya, kültürel kodları içeriğine dahil ederek bireylerin öğrenme sürecinin bir parçası olmaktadır. Medya içeriklerinin bu kodlara göre hazırlanması, içeriğin sunulduğu toplumsal yapıyı da ortaya koymaktadır. Bu bağlamda ataerkil toplumlarda, çalışan kadın sayısının az olması ve domestik rollerini gerçekleştirmek için ev içerisinde yer alması, geleneksel medya araçlarının özellikle gündüz kuşağında, kadınlara yönelik program içeriklerinin üretilmesine ve bu üretim nesnelerinin merkezine kadının konulmasına neden olmaktadır. Medya bu bağlamda güzel, şefkatli, sadık, affedici, hamarat ya da domestik gibi kültürel kodların yarattığı cinsiyetçi roller üzerinde yoğunlaşmakta; toplumsal ve iktisadi alanda elde ettiği başarı geri planda bırakılmakta; medyada kadının özgür, başarılı, dinamik, entelektüel yönlerine daha az vurgu yapılmaktadır (Fidan, 2000, s. 125). Bu vurgunun izleyenlere sürekli olarak gösterilmesi, cinsiyet rollerine ilişkin bakış açılarının kültürel kodlara göre sürdürülmesine destek olmaktadır.

Hem bir medya içeriği olan hem de kadınlara yönelik cinsiyet rollerine ilişkin sürdürülebilir bir yapı sunan gündüz kuşağı programları özelinde yapılan araştırmalarda program boyunca sergilenen kadın temsilinin beklenenin aksine izleyicilerin domestik rollerine ilişkin herhangi bir değişiklik yaratmadığı (Can & Gümüş, 2024) sonucuna ulaşılmaktadır. Bu tür kadınları hedef alan gündüz kuşağı programları gösterişli tüketim ürünlerine olan ilgiyi arttırmaktadır (İlgin & Kardaş, 2023). Yine özel kanallarda yayınlanan Gelin Evi gibi gündüz kuşağı programlarını konu alan araştırmalarda (Aydın, 2019; Yılmaz, 2021; Öziç, 2022), programda kullanılan söylemler ve kurgusal unsurlar aracılığıyla birtakım anlamlar oluşturularak kitle kültürünün üretildiği ve bunun her yayında tekrarlanarak geleneksel kültürün devamlılığının sağlandığı ortaya çıkmıştır.

4. Araştırma metodolojisi

4.1. Araştırmanın amacı

Toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesi açısından medyanın ürettiği sembolik modelleri incelemek ve izleyiciler üzerindeki etkisini anlamak, toplumsal cinsiyetin farkındalığının artırılması için önemlidir. Zira medya toplumsal gerçekliği yansıtmanın yanı sıra ürettiği içeriklerle toplumun turum ve davranışlarını etkilemektedir. Bu nedenle çalışmada, toplum tarafından yaratılan ve kültürel/geleneksel kodlar etrafında şekillenen toplumsal cinsiyet rollerinin medya aracılığıyla nasıl öğretildiğini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Medya içeriklerinde, sembolik modeller aracılığıyla öğretici bir yapının varlığı ve bu yapı kapsamında öğrenme sürecinin gerçekleştirildiği ve pekiştirildiği düşünülmektedir. Farklı öğrenme yaklaşım ve kuramları arasından sosyal öğrenme kuramı, toplumsal cinsiyet rollerinin medya içerikleri aracılığıyla öğrenme sürecinin nasıl gerçekleştiğinin açıklanması bakımından tercih edilmiştir.

Literatürdeki geleneksel medya aracılığıyla toplumsal cinsiyet rollerinin kadın izleyiciler tarafından öğrenilmesi ve izleyici deneyimlerine ilişkin mevcut boşluğun bu çalışma ile giderilmesi hedeflenmektedir. Çalışmada belirlenen amaç doğrultusunda şu sorulara cevap aranmıştır:

1. İzleyicilerin programda gördükleri sembolik modellere gösterdikleri dikkat, hatırlamayı sağlamakta mıdır?
2. İzleyiciler televizyonda gördükleri karakterleri model olarak almakta mıdır?
3. İzleyiciler, medya aracılığıyla öğrendikleri cinsiyet rollerini gerçek hayatta davranışa dönüştürmekte midir?

4. Medyanın öğrettiği cinsiyet rollerinin izleyiciler üzerindeki pekiştirici rolü var mıdır?

4.2. Araştırmanın örnekleme

Araştırmada öncelikle Türkiye'nin özel televizyon kanallarından birinde yayınlanan gündüz kuşağı programı 'Aslı Hünel ile Gelin Evi' incelenmiştir. Programın YouTube kanalında 01.01.2024 ve 29.04.2024 tarihleri arasında yayınlanan 65 bölüm arasından rastgele örneklem yöntemi ile seçilen 40 bölüm izlenmiştir. Böylece televizyon programında, toplumsal cinsiyete ilişkin rol ve kalıp davranışların nasıl içeriklerle izleyicilerine sunulduğu belirlenmiştir. Programda yarışmacılara 'yeni gelin' denilerek betimsel bir kimlik atfedildiği ve programın her bölümünde yer alan misafir karşılama, ikramlar, ev dekorasyonu, çeyiz ve evlilik gibi kültürel normların bir ritüele dönüştürüldüğü görülmektedir. Programla ilgili ayrıntılı bilgi bulgular başlığı altında yer almaktadır.

İkinci aşamaya geçilerek görüşmenin yapılacağı örneklem seçilmiştir. Çalışmanın örnekleme 18- 65 yaş arası, "Aslı Hünel ile Gelin Evi" programını izleyen ev hanımı ve çalışan kadınlardır. Olasılığa dayalı olmayan (amaçlı) örneklem tekniği ile (Gülbüz & Şahin, 2016, s. 133) belirlenen örneklem; yürütülen araştırmanın amaçlarına en yakın ve en hızlı şekilde ulaştıracak katılımcılardan oluşmaktadır (Kozak, 2015, s. 118). Araştırmacı(lar) ilk başta kendi sosyal çevrelerinde program izleyicilerine daha sonra da kartopu yöntemiyle farklı kadın izleyicilere ulaşmışlardır. Araştırma 17 kişiyle sınırlandırılmıştır.

4.3. Veri toplama tekniği ve süreç

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi araştırmacılar tarafından kazanılan algıların ve olayların dışarıdan farklı bir değişkenin dahil edilmediği, doğal ortamda gerçekçi bir şekilde ortaya konulduğu bir yöntemdir (Yıldırım & Şimşek, 2008, s. 39). Bu bağlamda veriler, çalışmanın amacına uygun olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Çalışmada araştırmanın geçerliliğini korumak için veri doygunluğuna ulaşana kadar görüşmeler sürdürülmüştür. Nitel araştırma yöntemlerinde çok büyük gruplarla yani evreni temsil edebilecek sayıda örneklemle çalışma yapılması mümkün olmadığı için, çalışmalarda elde edilen bulguların genellenebilmesi güçtür (Karataş, 2015, s. 79). Bu aynı zamanda araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

İlk olarak pilot görüşme yapılmış ve soruların anlaşılabilirliği test edilmiştir. Anlaşılmadığı düşünülen sorular benzer ifadelerle değiştirilmiş ya da desteklenmiştir. Görüşmeler 25.04.2024 – 02-05.2024 tarihleri arasında yapılmış, yaklaşık 45'er dakika sürmüştür. Görüşmelerin kayıt altına alınacağı bilgisi önceden görüşme yapılan kişilere bildirilmiş ve onayları alınmıştır. Görüşme esnasında sorulan 13 soru izleyicilerin demografik özelliklerini, toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında sosyal öğrenmedeki süreçlerini; dikkat, gerçeklik algısı, hatırlama, öğrenilen davranışların uygulanıp uygulanmadığı ve pekiştirme/motivasyonlarını anlamaya yöneliktir. Elde edilen kayıtlar açık kodlama ile analiz edilmiştir. Katılımcıların kimliklerinin gizliliğini sağlamak için isimlerinin yerine numara kullanılarak Kişi 1, K2, K3... şeklinde numaralandırılmıştır.

5. Bulgular

5.1. Aslı Hünel ile 'Gelin Evi' İncelemesi

Türkiye'nin özel televizyon kanallarından birinin gündüz kuşağında yayınlanan *Aslı Hünel ile Gelin Evi* (Gelin Evi Youtube Kanalı, 2024), programı hafta içi her gün yayınlanmakta ve her gün bir kadın yarışmaktadır. Yaklaşık 1 saat 50 dakika süren program, sunucu Aslı Hünel'in yarışmacıların evine gitmesiyle başlamaktadır. Sunucu diğer yarışmacı gelinler gelmeden önce ev sahibi geline aile ve evlilik hayatıyla ilgili sorular sorarak ev sahibi gelin hakkında

bilgi almaktadır. Bu aşamadan sonra diğer yarışmacı gelinler gelerek, ev sahibi gelinin ev dekorasyonu, ikramları, sunumları, çeyizleri ve evlilik ritüelleri hakkında değerlendirmelerde bulunarak günün sonunda puanlarını vermektedir. Haftanın finaline kadar tüm katılımcılar aynı süreçten geçerken, herkesin daha önceden belirlenen ritüelleri sunuş şekline göre değerlendirilmektedir. Kimi yarışmacı geleneksele bağlı kalırken, kimi bu ritüelleri modernize ederek gerçekleştirmektedir. Tüm katılımcılar yeni gelin olarak değerlendirilip, bu ritüelleri en iyi şekilde yerine getirmeye çabalayarak büyük ödül için yarışmaktadır. Programın tema şarkısı incelendiğinde; “Gel evime, gör zevkimi, ikramda yoktur üstüme, güvenirim ben zevkime, en iyi gelin benim, haydi buyurun, gelin evime”, ifadeleri gelinlerin en iyi olabilmesi için; zevk sahibi, hamarat ve misafirperver olma gibi unsurların hepsine sahip olması gerektiği vurgulanmaktadır. Aynı zamanda programın Web sayfasında izleyici sayısını arttırmak ve yarışmada rekabetin ne kadar çetin olduğunu yansıtmak için şu ifadelerin olduğu göze çarpmaktadır:

Birbirinden iddialı ve hamarat 5 gelinin kıyasıya yarıştığı, ev dekorasyonundan misafirperverliğe, sofa sunumundan çeyize kadar farklı alanların değerlendirildiği yarışmada her hafta haftanın birincisine 100.000 TL büyük ödül verilecek. Ayrıca; her gün ev sahibi gelin ile eşi arasında yapılan eğlenceli ilişki testini geçen gelinlere çil çil altın, ev hanımlıklarını yarıştırdıkları haftanın ödüllü oyununu kazananlara ise birbirinden güzel ev hediyeleri verilecek. (Show TV, 2024)

Program formatına uygun olarak oluşturulan sembolik modeller, yeni gelin kimliği adı altında ev dekorasyonunda belirli bir estetik anlayışına sahip olan, misafirlerini iyi ağırlayabilen, sosyo-ekonomik sınıfı ne olursa olsun çevreye karşı statüsünü sergileyebilen ve gösterişli sunumlar hazırlayabilen kişilerden oluşmaktadır (Güleç, 2015, s. 63). Diğer taraftan. Ilgın ve Kardaş’ın (2023) çalışmasında, programda ancak gösterişli, abartılı, lüks tüketim ürünlerine sahip olan gelinin başarılı olabileceği algısı oluşturulduğu vurgulanmaktadır.

Programda her yeni gelinin, belirli bir ritüel dizisini sırasıyla uygulaması ile belirli rol ve davranışların pekiştirilmeye çalışıldığı gösterilmektedir. Programda tek tip olarak sunulan ritüeller detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Buna göre:

- **İkram sunumları:** Yarışmaya katılan adayın evine gelen rakip yarışmacılara kahve ikram edilmektedir. Adayın kahve ikram ettiği diğer yarışmacılar, kendilerine ikram edilen kahvelerin kişiye özel sunum tepsilerinde, fincan, su bardağı, peçete ve ikramlık gibi sunulacak şeylerin uyumlu olmasını beklemektedir. Beklentiler karşılanmadığında yani kişiye özel hazırlanan bu sunumlar, ortak kullanıma dahil edildiğinde katılımcılar tarafından eleştirilmektedir. Programa katılan kadınların büyük bir çoğunluğu bu standardize edilmiş sunum kalıplarına uymak zorundadır, beklenen sunumu gerçekleştiremeyen adaylar hem düşük puan almakta hem de program sırasında diğer yarışmacılar tarafından çok sert eleştirilmektedir. Bu durum, katılımcılar ve izleyiciler arasındaki modelleme ve taklit etme eğilimini ortaya koymaktadır.

- **Ev dekorasyonu:** Gelinlerin ev dekorasyonu diğer yarışmacılar ve puanlama yapan jüri tarafından incelenmekte, olabildiğince eleştirilmektedir. Genellikle katılımcılar tarafından altın ve gümüş detaylı avangart mobilyaların tercih edildiği ve ahşap detaylı, bohem tarzdaki mobilyaların eleştirildiği görülmektedir. Böylece, katılımcılara yeni gelinlerin belirli bir estetik anlayışının sahip olması gerektiği, modern yaşam alanlarının yaratılmasının onun sorumluluğunda olduğu vurgusu yapılmaktadır. Diğer bir ifadeyle program izleyicilerine, yeni gelin evinin hangi standartlarda olması gerektiği anlatılmaktadır.

- **Çeyiz serme:** Her bölümde katılımcılar evlilik öncesi yapılan bir görevi yerine getirmekte ve hazırladıkları çeyizlerini diğer katılımcılara ve izleyicilere sergilemektedir. Çeyiz serme Türk kültüründe bir gelenektir ve bu programa da ritüel olarak dahil edilmiştir. Katılımcılar tarafından çeyizlerin el işçiliği olup olmaması, ne kadar modern

veya demode olduğu ve çeyizdeki ürünlerin miktarı değerlendirilmektedir. Diğer taraftan bazı katılımcılar, mesleği veya hobisinden esinlenerek çeyizlerine kitap, diploma veya antika gibi ürünler eklediğinde, diğer katılımcılar tarafından bu ürünlerin çeyizle bir ilişkisi olmadığı gerekçesiyle eleştirildiği görülmektedir. Bu durum, katılımcılarda ve izleyicilerde çeyiz konusunda belirli bir kültürel koda sahip olunduğunu, bu kodların değiştirilemeyeceğini ve bu kodlara uygun davranılması gerektiğini göstermektedir.

- **Evlilik töreni:** Bu süreçte; tanışma, evlilik teklifi, söz/nişan, kına/düğün ve balayı gibi unsurlar öne çıkmaktadır. Evlilik ritüelleri kişiden kişiye, kültüre ve ekonomik duruma göre değişse de katılımcılar arasında olmazsa olmaz şeklinde değerlendirilen tek şey evlilik teklifidir. Evlilik teklifi almayan katılımcıların eşleri diğer katılımcılar tarafından kınanmaktadır. Bu durum, izleyicilere belirli bir sıra ile evlilik ritüelinin gerçekleştirmesi için bir model oluşturmaktadır.

Sosyal öğrenmede motivasyon ya da pekiştirici olarak belirlenen ödül/ceza uygulaması programın formatında yer almaktadır. Hem evliliğe dair hem de program sırasında programın gerekliliklerini yerine getiren kişiler yüksek puan almakta ve en yüksek puanı alan kişi yarışmanın galibi olmaktadır. Ancak yeterince başarı gösteremeyen yarışmacılar diğer adaylar tarafından yer yer küçük düşürülmekte ve kınanmaktadır, bu yarışmacılar program sonunda düşük puan verilerek cezalandırılmaktadır.

5.2. İzleyici analizi

5.2.1. Demografik bilgiler

Yapılan izleyici görüşmelerinde ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerini ve izleme alışkanlıklarını ölçmeye yönelik sorular sorulmuştur. Tablo 1’de görüldüğü üzere, 24-54 yaş grubu aralığını kapsayan katılımcıların hepsi kadındır. Yaş ortalaması 36.5 olan katılımcılardan 13’ü evli, 4’ü bekarıdır.

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni durumu	Meslek	İzleme alışkanlıkları
K1	Kadın	39	Evli	Ev hanımı	Her gün izliyor
K2	Kadın	43	Evli	Ev hanımı	Her gün izliyor
K3	Kadın	27	Evli	Ev hanımı	Her gün izliyor
K4	Kadın	33	Evli	Kuaför	Her gün izliyor
K5	Kadın	26	Bekar	Öğrenci	Her gün izliyor
K6	Kadın	31	Evli	Öğretmen	Haftada bir iki kez izliyor
K7	Kadın	54	Evli	Ev hanımı	Her gün izliyor
K8	Kadın	27	Bekar	Hemşire	Haftada bir iki kez izliyor
K9	Kadın	24	Bekar	Öğrenci	Her gün izliyor
K10	Kadın	35	Evli	Kuaför	Her gün izliyor
K11	Kadın	36	Evli	Ev hanımı	Her gün izliyor
K12	Kadın	52	Evli	Ev hanımı	Her gün izliyor
K13	Kadın	31	Evli	Kuaför	Her gün izliyor
K14	Kadın	28	Evli	Esnaf	Her gün izliyor
K15	Kadın	44	Evli	Öğretmen	Haftada bir iki kez izliyor
K16	Kadın	48	Evli	Ev hanımı	Her gün izliyor
K17	Kadın	40	Bekar	Akademisyen	İki haftada bir kez izliyor

Tablo 1. Ev hanımlarının demografik bilgileri ve izleme alışkanlıkları

Tablo 1’de de görüldüğü üzere çalışmayan katılımcıların, çalışan katılımcılara göre programı izleme sıklığı artmaktadır. Bu bağlamda çalışan kadınların programa gösterdikleri ilgi, her gün izleyen izleyicilere göre azalmaktadır.

5.2.2. Dikkat süreçleri, gerçeklik algısı ve hatırlama

İzleyicilerin dikkat süreçlerine göre medyayı izleme sıklığının artması, algılanan gerçekliğin de değişiklik göstermesine neden olmaktadır. Algı yönetimi olarak tanımlanan bu durum; kitlelerin hislerini, duygu ve düşüncelerini etki altına almak amacıyla yürütülen çabaları içermektedir (Saydam, 2012, s. 7). Bu bağlamda izleyicilerin dikkat süreçlerinin “Programı izlediğinizde hangi karakterler veya davranışlar en çok dikkatinizi çekti, neden?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılar, yarışmacıların zarif, zevkli, güler yüzlü ve güzel olmalarını yanı sıra itici, irite edici, kültürel değerlere uymadığı gerekçesiyle dikkatlerini çektiklerini belirtmektedir. Görüşmeye katılanlar, yarışmacılardan toplumsal cinsiyet kalıplarıyla örtüşen davranışlar beklemektedir.

K1: Ayça gelini çok beğenmişim. Hem zarif hem de zevkli biriydi. Program boyunca da üslubunu bozmadı.

K2: Safiye gelinin hanımlığı, güler yüzü, içtenliği harikaydı. Benim için programın birincisi oydu. Ailesini de tebrik ediyorum, böyle güzel bir evlat yetiştirdikleri için.

K12: Kesinlikle Nezahat gelin. Kaç yıldır bu programı izliyorum şimdiye kadarki en hanım en güzel gelindi. Tanımasam da çok sevdim.

Diğer taraftan gelinlerin davranışları izleyicilerin kendi normları ile örtüşmediğinde dikkat çekici unsur olarak programa ilgiyi arttırmakta ve izlenir kılmaktadır. Kalıpların dışına çıkan gelinlerin davranışları izleyiciler tarafından saygısızlık olarak değerlendirilmekte böylece saygısız gelinler rahatsız edicilikleri ile dikkat çekici olmaktadır.

K7: Canan gelinin tavırları yeni gelinler hakkında güzel bir izlenim bırakmadı bende. Misafirlerin yanında eşine üstten üstten konuşması, emir vermesi güzel bir görüntü değildi. Ayrıca bunu sırf diğer gelinlere nispet olsun diye yaptığı belliydi... (benzer ifadelerle devam ediliyor) Yeni nesil gelinler hep böyle zaten. Ne saygı ne hürmet anca gösteriş sevsinler.

K14: Derya Gelin vardı. Maket kurabiye yapıp gelinleri kandırmıştı. Evine ilk defa gelen bir misafire böyle sahte şeyler yapılmaz, ayıptır. Ayrıca biri bir şey isteyince kalk kendin al demesi de beni şok etti. Sadece laf sokmaktan, saygısızlık yapmaktan başka bir şey yaptığı yoktu. Kendi kızımın böyle olmasını istemem.

K15: Fahriye Evcen’e (dizi ve sinema filmi aktristi) benzeyen bir gelin (Buse) vardı. Gerçekten çok güzeldi ancak ahlak, görgü denen bir şey yoktu.

Görüşmeye katılanlara programın gerçeklik algısını öğrenmek için “Programa katılan gelinlerin, gerçek hayatta da televizyonda göründükleri gibi olduklarını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Görüşmeye katılanlar yarışmacıların gerçek hayatta olduğundan farklı göründüklerini, programın dikkat çekiciliğini arttırmak için kurgusal davranışlar sergilediklerini belirtmektedir.

K4: Sanmıyorum. Bazı gelinler var eğer gerçek hayatta da izlediğimiz gibilerse etraflarında seven kimse yoktur.

K6: Hayır, gerçek hayatta öyle olduklarını düşünmüyorum. Show için bence.

K7: Bazı gelinlerin gerçek hayatta da böyle olduğunu düşünüyorum bazılarınınsa rol yaptığını düşünüyorum. Çünkü bazı insanlar karakterini kolay kolay bozamaz. Bazıları ise kılıftan kılıfa girer. E bu da bir yarış, amaç kazanmak. Kazanmak için kendilerini farklı gösterebilirler.

K17: Gerçek hayatta bu kadar değillerdir tabii. Sonuç olarak bir televizyon programı. Onların da reyting için bir şeyler yaptıklarını düşünüyorum.

Genel olarak katılımcı cevapları incelendiğinde; programı her gün izleyen görüşmecilerin, yarışmacıların davranışlarını gerçek hayatla ilişkilendirdiği ancak programı

her gün izlemeyen görüşmecilerin (K8, K9, K11, K13, K14) cevaplarında ise bu tür bir gerçeklik bağlantısı kurulamadığı ortaya çıkmıştır. Televizyondaki içeriklere maruz kalma oranını daha ayrıntılı şekilde ölçen çalışmalarda, yoğun televizyon izlemenin izleyicilerin inançlarını ve gerçeklik algılarını şekillendirdiğini ortaya koymaktadır (Bandura, 2001). Sorulara verilen cevaplara göre her gün izleyen izleyicilerin program detaylarına daha hâkim olduğu anlaşılmaktadır. Yine programı her gün izleyen katılımcıların cevaplarında, programda yer alan yarışmacıların isimlerinin de yer alması, modelleme sürecinin dikkat ve hatırlama boyutu ile ilişkilidir. Dikkat, Bandura'ya göre (1977), öğrenme sürecini etkileyen bir olgudur ve bireylerin bir şeye dikkatle yoğunlaşması, o şeyin zihinsel süreç içerisinde sembolik olarak kodlanmasını ve gerektiğinde hatırlanmasını kolaylaştırmaktadır. Sosyal öğrenme süreçleri içerisinde en başta yer alan dikkat aşamasının, her gün izleyen izleyicilerin gözlem yapma olanaklarını ve gözlemlediği davranışı model alma/taklit etme olanaklarını arttırdığı söylenebilir.

5.2.3. Model alma ve taklit etme

Medya izleyicileri, içerik tüketimi sırasında sembolik modellerle duygusal veya psikolojik bir bağ kurabilmekte ve böylece modelin davranışlarını gerçekmiş gibi algılayabilmekte, modelle özdeşim kurabilmektedir (Bond & Drogos, 2014, s. 122). Bu durum öğrenmeyi kolaylaştırmaktadır. Bu süreçte birey aile içi ya da toplumsal çevresinden kendisine bir rol model seçmektedir; seçilen modelde bireyin kişisel ilgi alanları, demografik özellikleri veya yaşam tarzı gibi faktörler etkili olmaktadır. Modellerin kendi kültürleri ile bağdaşan domestik rolleri ile ön plana çıkması, izleyicilerin sosyal kimlik benzerliklerinden kaynaklanan duygusal bağ kurmalarına neden olmaktadır. Hayata bakış açılarının, yaşamışlıkların ve deneyimlerin veya mücadele edilen sorunların benzerliğine dayanarak birey yakınlık kurduğu modeli taklit etmektedir. Bu bağlamda, katılımcıların model alma sürecinde etkili olan olguları anlayabilmek için “Gelin adaylarının, izleyiciler tarafından taklit edilmesi veya örnek alınması konusunda ne düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir.

Verilen cevaplarda (K1, K3, K4, K5, K6, K8, K9, K11, K12, K14, K16) bazı modellerin davranışlarının örnek alınabileceği belirtilmiştir.

K1: Bence örnek alınabilir. Ben de misafirlerime özen gösterdiğim için sunum işlerine dikkat ederim.

K9: Bence herkesin kendi tarzı olmalı. Ama oradan görüp fikir edinen, örnek alan varsa da bir şey diyemem. Sonuçta herkes her şeyi bilmeyebilir. Bir yerden öğrenmek lazım.

K13: Ben evlenme teklifi almamıştım. Programda iki çocukları olan 4 yıllık evli bir geline kocası sürpriz yapıp evlilik teklif etti... O sahneyi eşime gönderdim: eden ediyor, yazdım. 9 gün sonra eşimden başkasının düğününde evlilik teklifi aldım, çifti örnek alıp yapmayabilirdi. Ama o kızın mutluluğunu görüp, benim de mutlu olmamı istemiş. Bu yüzden bence bazı şeyler örnek alınmalı.

İzleyicilerin cevapları incelendiğinde, genellikle yarışmacıların davranışları kurgusal bulunmasına rağmen yarışmacılar, izleyicilerin kendi hayatlarında uygulanabilir davranış kalıpları için rol model olarak kabul görmektedir. Verilen cevaplara göre programda yer alan karakterin davranışından sağlanan fayda örnek alma davranışı için ölçüt olmaktadır. İzleyiciler rol modellerinden ikili ilişkilerinde yarar sağlayabiliyorsa, bir şeyler öğrenebileceklerini düşünebiliyorsa, yaşam kalitelerine iyi yönde etki edecekse (K6), kendi imajına katkı sağlayacaksa ve bir konuda lider olarak (K4) ön ayak olabilecekse taklit etme eğilimi göstermektedir.

5.2.4. Davranışa dönüştürme

Sosyal öğrenme sürecinin üçüncü aşaması davranışa dönüştürmedir (yeniden üretme). İletişim araçları bazen izleyicileri bilgilendirerek, motive ederek ve yönlendirerek davranış

değiştirmeye teşvik etmektedir. Diğer taraftan sosyal olarak aracılı yolla, katılımcıları sosyal ağlara ve topluluk ortamlarına bağlamakta ve sosyal destek sunmaktadır, davranış değişikliklerinin büyük kısmı bu sosyal ortamlarda teşvik edilerek gerçekleşmektedir (Bandura, 2001). Bireyler modelledikleri davranışları önce bilişsel olarak değerlendirmekte kendi değerler süzgecinden geçirerek uygulamaktadır. Katılımcılara izledikleri programdaki ritüellere ilişkin tutumlarını anlamak için “Programda gösterilen ritüeller (sunum, ikram, dekorasyon vb.) sizce gerekli mi? Neden?” ve “Gittiğiniz yerlerde de bu ritüellere dikkat ediyor musunuz?”, davranışa dönüştürüp dönüştürmediklerini öğrenmek için ise “Programı izledikten sonra sunumlar, ikramlar ya da dekorasyon konusunda gördüğünüz bir şeyi kendi yaşıntınızda uyguladınız mı?” soruları yöneltilmiştir.

Katılımcıların çoğu, misafire gösterdiği değeri ikramları ve sunumlarıyla göstermektedir. Bu nedenle programda gördükleri ikram çeşitlerini ve sunum tarzlarını uygulama eğilimlerine girmişlerdir. İkram ve sunum haricinde, kişisel ilgi alanlarına göre değişen davranış kodlarının ön plana çıktığı ve gerçek hayatta davranışa dönüştürüldüğü belirlenmiştir.

K1: Hepsi olmasa da bazı şeyler gerekli. Özellikle biz misafirperver bir milletiz. Misafire önem veririz. O yüzden ikramlar çok önemli.

Bazı katılımcıların dekorasyon konusunda programdan öğrendiklerini gerçek hayatta davranışa dönüştürdüğünü göstermektedir.

K3: Evet, çünkü evimiz bizim yaşam alanımız. O alanı istediğimiz gibi yaşanabilir hale getirmek de bizim görevimiz. Evimize gelenler de yaşam alanımıza dahil olan kişiler. Bu yüzden onlar da bizim için önemli. Onları da düşünmemiz gerekiyor. Ben çeyiz dizerken özellikle çeyiz serme bölümüne dikkat ediyordum. Çeyizde ne olur ne olmaz ne gerekli ne değil? Hani her şeyi not ediyordum. Çeyizimi de ona göre dizdim ve memnunum... Gittiğim yerde bana özel bir şeylerin yapılmasını seviyorum.

K4: Bohem evler görünce özellikle dikkat ediyorum. Bir bölümde duvarının bir bölümünü boyamış bir gelin vardı. Sosyal medya hesaplarından tüm aşamaları paylaştığını söylemişti. Girip baktım, gerçekten kolay görünüyordu. Tarzlarımız da benzediği için ben de yapmak istedim ve yaptım.

K6: ...Evet, televizyon ünitemin yanlarına çitalama işlemi yaptım...

Ancak söz konusu misafir oldukları ev sahibinden beklentiler olduğunda fikir farklılığının olduğu belirlenmiştir. Kadınların misafir gittikleri evlerde ikram ve sunum gibi ritüellere, evin dekorasyonuna dikkat ettiği belirlenirken (K1, K3, ikramlarda K12); bazı katılımcılar gerçek hayatta gittikleri misafirliklerde ya da gündelik hayatta aile ortamında benzer ikramları, sunumları ve dekorasyonu beklemediğini ifade etmiş ve bunun nedenini ekonomik faktörlere (K8, K12, K14, K17), herkesin bilgi ve beceri düzeyindeki farklılığa dayandırarak açıklamıştır.

K8: Hayır olmuyor. Sonuçta herkesin böyle şeylere becerisi olmayabilir.

K12: Beklentim kendim için olmadı ama oğlum için kafamdaki gelinden bir beklentim var. Bazı gelinler karşılamadan tutun, ikramlara kadar tam bir misafirperverlik gösteriyor. Zaten yeni gelinlere misafir çok gider. Evin içinde ne kadar iyiye, kendisi de o kadar iyidir.

K14: ... Beklentiye girmek kültürümüzde ayıptır.

K17: Tabii ki hayır. Bir yere gittiğim zaman benim için önemli olan bana getirilen ikramın bana özel olması, beni düşünülerek yapılması. Hiçbir şey olmasa bile verilen bir bardak suyun güler yüzle getirilmesi. Bence bunlar yeterli.

Sonuç olarak izleyiciler, her ne kadar konuk oldukları ev sahibinden misafir ağırlama ritüellerini bekleme de (kişisel ve ekonomik nedenlere dayandırarak) kendi evine konuk gelen misafirleri ağırlamada televizyon programına benzer davranış tutumlarına sahip olması

ve bu davranış kalıplarını gereklilik olarak görmesi toplumsal cinsiyete dayanan ideal gelin davranışlarını devam etme eğiliminin göstergesi olarak kabul edilebilir.

5.2.5. Pekiştirme ve motivasyon

Motivasyon, bir davranışın sonucunda bireyin elde edeceği olumlu, olumsuz kazanımları ifade etmektedir. Elde edilen kazanç davranışın devamını sağlamada bireyi motive etmektedir. Bu durum farklı şekilde de gerçekleşebilmektedir. Diğer bir ifadeyle davranışların uygulanması sırasında ortaya çıkan motivasyon, sembolik olarak kodlanan davranışın uygulama esnasında farklılaşmasına neden olmaktadır. Programın izleyici üzerinde öğrenmeye etkisi, izleyicilerin kültürel/geleneksel kodlar, kişisel ilgi alanları, öğrenme isteği, demografik özellikler veya duygusal olarak bireysel motivasyonlarına bağlı olarak değişmekte ve bu durum öğrenilen davranışın farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda izleyicilerin davranışı devam ettirme ya da davranıştan vaz geçme motivasyonunu öğrenmek amacıyla “Bu programı herhangi bir nedenden dolayı izlemesiniz bile şu ana kadar öğrendiklerinizi kendi hayatınızda uygulamaya devam eder misiniz?” sorusu sorulmuştur. Görüşmeye katılanlar davranışın devam etmesini öğrenmeyle (K1, K3, K4, K5, K6, K8, K16) ya da kişisel faktörlerle (K13, K15) ilişkilendirilmektedir.

K1: İkramlar, sunumlar gibi bazı şeyler hayat stilim haline geldi. Onları uygulamaya devam ederim. Onun dışındakiler de zaten gündelik işlerimiz.

K3: Öğrendiğim bir şeyi daha önce yapmışsam sonra da yapmaya devam ederim.

K13: Sunumlar konusunda devam ederim. Çünkü sunum yapmasını seviyorum.

K15: Hoşuma gitmişse ederim.

Bazı katılımcılar ise öğrenilmiş davranışı devam ettirmeyeceği yönünde fikir bildirmiştir, bu durumu bir televizyon programı olması yani tasarımı ve çekimine kadar izleyiciyi eğlendirmeye yönelik amaçla tasarlanmış olmasıyla ilişkilendirerek açıklamaktadır (K2, K7, K9, K10, K11, K14, K17).

K9: Programdan dolayı hayatımda uygulamaya başladığım herhangi bir davranış olmadı. Bu yüzden hayır.

K17: Denk gelip, gördüğüm kadarıyla programda yalnızca kadın değeri düşürülüyor. O programdan bir şey öğrenip, hayatımda devam ettirmem.

5.2.6. İzleyicilerin toplumsal cinsiyet tutumları-beklentiler

Medya ve toplum etkileşimi televizyon programlarına yansıtılarak bir taraftan toplumsal cinsiyet kalıpları abartılarak şova dönüşmekte bir taraftan da içselleştirilmiş izleyici tutumları ile örtüşmektedir. Bu döngü öğrenilmiş davranış için modele öykünme ile pekiştirilmektedir. Bu bağlamda çalışmada son olarak izleyicilerin programın toplumsal cinsiyete yönelik “Programda yer alan sembolik modellerin domestik rolleri yansıttı biçimini nasıl değerlendiriyorsunuz?” ve “Programdaki gelin adaylarının, ev içi rollerini izledikten sonra kendi yaşamınızda veya aile yapınızda farklı beklentiler veya düşünceler oluşturdunuz mu?” soruları sorulmuştur. Görüşmeye katılanlar, program içeriğinde toplumsal cinsiyete yönelik içeriklerin gerçek hayattakiyle benzerlik gösterdiğini belirtmiştir. İzleyiciler (K1, K3, K11) program formatını eleştirse de içeriğin kendi hayatındaki toplumsal kabullerle benzerlik taşıdığını ifade etmektedir.

K1: ... Kendi hayatımda da böyle. Misafir gelecekse tüm hazırlıkları yaparım. Eşim çalışır. Misafirlerden yarım saat önce işten gelir. Misafirlerle hep ben ilgilenirim.

K3: Programın amacı bu zaten. Gelinler kendilerini karşılamada, ikramda evin dizaynında göstermeye çalışıyor. Normalde de bir gelin için bu böyledir. Hatta yeni gelin evine ziyarete ilk gidiğinde biz de her şeyi dikkat ediyoruz.

K11: Ev deyince akla kadın geliyor. Boşa dememişler yuvayı dişi kuş kurar diye. Eşlerimiz genelde çalışıyor. Evle ilgili şeylerde de kadının ön planda olması çok normal. Ben şahsen eşimden eve gelince yemeğe, temizliğe yardımcı olmasını beklemem.

Diğer taraftan gündelik hayatın benzerliğine rağmen birtakım beklentiler içinde olduklarını belirten katılımcılar ideal aile ve gelin algısını ortaya koymakta ve mevcut toplumsal cinsiyet kalıplarını yıkmak istemektedir.

K14: Hayat gibi evde de ortak bir dayanışma olmalı. Benim kendi eşimden beklentim de o yönde. Sağ olsun beklentilerimi de karşılıyor.

K10: Gelinler sadece hamaratlılarıyla ön planda. Bu çok yanlış bence. Sanki bu tarz işler sadece kadının görevi gibiymiş gösteriyorlar. Halbuki hayat müşterek.

K16: Ben programdaki gelinleri izledikten sonra neden her şeyi bizden bekliyorlar diye bir sorgulamadım değil. Sonra eşimle bunun üzerinde konuştum ve en azından haftanın bir gününde kendisinin ev işlerine yardımcı olmasını istedim. Ama eşim ben zaten sabahdan akşama kadar eşek gibi çalışıyorum bir de karı gibi ev işi mi yapacağım dedi. Sesimi çıkartamadım.

Katılımcı cevapları değerlendirildiğinde, izleyiciler programı izlerken kadınlara bu kadar domestik bir rol yüklenmesini yanlış bulmakta hatta kendi hayatında eşleriyle rol dağılımı mücadelesine girmekte ancak bu mücadelede başarı gösteremeyen kadınlar seslerinin çıkarmadan toplumsal rollerine uygun yaşamayı tercih etmektedir. İş bölümü talebine karşılık, eşlerinden olumsuz tepki alıp sindirilmesi ataerkil bir toplumda egemen görülen gücün erkek olarak devam ettirildiğinin kadınların ise toplumsal hayatta bu güç karşısında sindirildiğinin bir göstergesidir. Bu bağlamda, programın kültürel/geleneksel cinsiyet kodlarını, toplumun genel yapısına uygun olarak sunduğu ve izleyiciler tarafından da içselleştirilen bu rollerin herkes tarafından kabul edilen modeller olarak ön plana çıktığı söylenebilir. Programda yer alan kadın temsilleri ile izleyiciler arasındaki sosyal kimlik benzerlikleri, izleyicilerin cinsiyet rollerine dair tutumlarının pekiştirilmesinde katkısı olduğu görülmektedir.

Sonuç

Bu çalışma, cinsiyet rollerinin toplumsal normlar etrafında nasıl şekillendiğini ve bireylerin öğrenme süreçlerinde bu normların nasıl öğretildiğini ve pekiştirildiğini incelemektedir. Cinsiyet rolleri, toplumların beklentileri ve kültürleri etrafında şekillenen bir olgudur. Erkeğin üstünlüğünü benimseyen sosyal hiyerarşik yapılar, kadınları “alt grup” olarak konumlandırarak cinsiyet eşitsizliğini destekleyecek roller sunmaktadır. Yine, toplum içerisinde cinsler arasındaki biyolojik farklılıklara dayanan algılar da cinsiyet eşitsizliğini pekiştirmektedir. Bu bağlamda, kadınlar toplumsal olarak üst tabakada yer alan erkekler tarafından korunmaya muhtaç, yalnızca eş ve anne olabilen bireyler olarak görülmektedir. Bu durum, kadınları özel alanla sınırlandırarak onlara domestik roller yüklemektedir.

Bireylerin temel hak ve özgürlüklerinden biri olan cinsiyet eşitliği hakkı, çağımızın en büyük toplumsal problemlerinden biri olmaya devam etmektedir. Özellikle, ataerkilliğin içselleştirildiği ve hiyerarşide erkeği üstün kılan toplumlarda kültürel/geleneksel kodlara göre şekillenen roller, kadınların dezavantajlı bir grup içerisinde yer almasına neden olmaktadır. Kadınların toplum içerisinde özel alanla sınırlı bir role sahip olması, cinsiyet eşitliğini savunan bazı feminist düşünürler tarafından eleştirilmiş ve bir mücadele alanı haline gelmiştir. Zaman içerisinde bazı mücadeleler karşılık bulsa da günümüzde cinsiyet eşitliğinin hayatın her alanında sağlanması mümkün görünmemekle birlikte, bu süreçte bireylerin cinsiyet rollerine dair algılarını şekillendiren uyarıların yeniden düzenlenmesi önemli bir unsurdur. Bireylerin öğrenme süreçlerinde etkileşim kurdukları aile, çevre ve medya gibi uyarılar; cinsiyet eşitliği temelinde eğitim, sosyal kampanyalar, bilinçlendirme veya farkındalık çalışmaları gibi unsurlarla desteklenerek, topluma yeni bir yön kazandırılmalıdır.

Çalışmanın genel olarak sunduğu çerçeve, medyanın öğretici bir unsur olarak toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesine katkı sağladığıdır. Medyada sunulan içeriklerde yer alan toplumsal cinsiyet rollerinin toplum geneline hâkim olan kanılarla benzerlik taşıması, medyanın bu süreçte bir pekiştirici rolü üstlendiğinin göstergesidir. Bununla birlikte asıl problem, medyanın cinsiyet eşitsizliği gibi toplumsal bir sorunu normalmiş gibi gösteren program içeriklerine sahip olmasıdır. Program içerikleri, her ne kadar toplumun geleneklerinden beslenerek oluşturulsa da özellikle cinsiyet eşitliği gibi önemli toplumsal konularda medyanın eşitlikçi bir yaklaşım benimseyerek yeniden içerik üretmesi ve izleyicilere bu içerikleri sunması gerekmektedir. Yine kadın merkezli medya içeriklerinde, kadının güçlendirilmesine dair söylemlerin artırılması ve medya içeriklerine eşitlikçi bir yön verilmesi gerekmektedir.

Bu çalışma yalnızca programın izleyicileri (17 izleyici) ile sınırlandırılmıştır. Araştırma sonuçları nitel araştırmaların taşıdığı sınırlılıklara sahiptir, genellenemez niteliktedir. Demografik değişkenlerin (yaş, meslek, eğitim düzeyi) katılımcıların tutumlarındaki farklılığa etkisi araştırma dışı bırakılmıştır. Bu nedenle, benzer konuda araştırma yapacak araştırmacıların çalışmalarında örneklem sayısını arttırması, medyanın sosyal öğrenme aracı olarak toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde katılımcıların demografik özelliklerinin de bir değişken olarak araştırma sürecine dahil etmesi ve konuyu farklı bir araştırma yöntemiyle daha derinlemesine incelemesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Acar Şentürk, Z. & Barıtcı, F. (2018). Sembolik etkileşimcilik ve Erving Goffman'ın benlik sunumu. B. Ayhan (Ed.), *İletişim sosyolojisi* (s. 339-358) içinde. Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Ateş, K. H. & Çalışkan, B. (2023). Sosyal öğrenme kuramıyla öğrenmenin ilkökulda kullanılması. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 16(94), 1-24.
- Aydın, G. (2019). Kitle kültürü ve televizyon: "Gelin Evi" örneği. *Journal of Social Sciences*, (26), 129-151.
- Ayhan, B. (2020). Social cognitive theory. H. Aktaş ve G. Şimşek (Eds.), In *Consumer behavior models* (p. 139-152). Berlin: Peterlang.
- Bandura, A. (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Erişim adresi (05 04 2024):
<https://archive.org/details/sociallearningth0000band/mode/2up>
- Bandura, A. (1989). Social cognitive theory. R. Vasta (Ed.), In *Six theories of child development* (p. 1-85). Greenwich, CT: JAI Press.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265-299.
- Bandura, A. (2002). Social cognitive theory in cultural context. *Applied Psychology: An International Review*, 51(2), 269-290.
- Bandura, A. (2006). Autobiography. M.G. Lindzey, & W.M. Runyan (Ed.), In *A history of psychology in autobiography* (p. 43-75). Washington, DC: American Psychological Association.
- Bond, B. J. & Drogos, K. L. (2014). Sex on the shore: wishful identification and parasocial relationships as mediators in the relationship between jersey shore exposure and emerging adults' sexual attitudes and behaviors. *Media Psychology*, 17(1), 102-126.
- Butler, J. (2019). *Cinsiyet belası: Feminizm ve kimliğin altüst edilmesi* (B. Ertürk, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Can, A. & Gümüş, B. (2024). Toplumsal cinsiyet rollerinin medyadaki sembolik şiddeti: gelin evi örneği. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 29-50.

- Çelebi, E. (2022). Medyanın toplumsal cinsiyet rolleri üzerinde etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(82), 822-829.
- Connell, R. W. (1998). *Toplumsal cinsiyet ve iktidar – Toplum, kişi ve cinsel politika* (C. Soydemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çimen, K. L. (2019). Eğitim fakültesi öğrencilerinin rol model tercihleri. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 88-110.
- Çopuroğlu, M. (2022). Gündüz kuşağı programları bağlamında kadın güçlenmesini yeniden düşünmek: gelin evi örneği. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 4(2), 70-85.
- Deniz, B. Y. (2022). Sosyal öğrenme teorisi ekseninde kadına yönelik şiddete ilişkin görüşler: beyaz yakalı örneği (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Doğan, B. & Oral, S. (2020). Toplumsal gerçekliğin inşasında etnometodoloji ve sembolik etkileşimcilik kuramlarının etkisini kavramak. *Hafıza Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 39-50.
- Donovan, J. (2019). *Feminist teori* (A. Bora, M. Ağdut Gevrek, & F. Sayılan, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dökmen, Y. Z. (2010). *Toplumsal cinsiyet: Sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Ersoy, E. (2009). Cinsiyet kültürü içerisinde kadın ve erkek kimliği (Malatya örneği). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 209-230.
- Fidan, F. (2000). Kapitalizmin gelişme sürecinde kadının çok yönlü konumu (Medya örneği). *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 117-133.
- Firestone, S. (1979). *Cinselliğin diyalektiği* (Y. Saman, Çev.). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Fulcher, J. & Scott, J. (2003). *Sociology*. New York: Oxford University Press.
- Gelin Evi Youtube Kanalı (2024). Aslı Hünel ile Gelin Evi. Erişim adresi (30 04 2024): <https://www.youtube.com/watch?v=RbA4rlDVLls>
- Gök, A. F. & İl, S. (2017). Evli kadın ve erkeklerin toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili algılarının aile işlevlerine yansımaları. *Journal Of International Social Research*, 10(54), 523-533.
- Güleç, C. (2015). Thorstein Veblen ve gösterişçi tüketim kavramı. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(38), 62-82.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe-yöntem-analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güngör, N. (2018). *İletişim: Kuramlar, yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güvendi, N. E. (2023). Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında Türk kültüründe kadın: Kuramsal bir tartışma. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27 (3), 551-564.
- Ilgın, H. Ö. & Kardaş, M. (2023). Women's programs from the perspective of conspicuous consumption: A study on Gelin Evi (Bridal House) audiences. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (40), 74-92.
- Irigaray, L. (2006). *Beden sen biz* (S. Büyükdüvenci & N. Tatal, Çev.). İstanbul: İmge Yayınevi.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Katz, E. & Girolametto, L. (2013). Peer-Mediated intervention for preschoolers with asd implemented in early childhood education settings. *Topics in Early Childhood Special Education*, 33(3), 133-143.
- Kılıç, S. & Akbayır, A. (2023). Postmodern bireyin temsili: "The Witcher" dizi örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (11), 262-289.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayın teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Mitchel, J. & Oakley, A. (1984). *Kadın ve eşitlik* (F. Berktaş, Çev.). Ankara: Kaynak Yayınları.
- Postman, N. (2010). *Televizyon öldüren eğlence* (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Öziç, M. Z. (2022). Geleneksel kültür yapısının tele gerçeklik türü ile sürdürülmesi: Gelin Evi örneği (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sakallı, N. (2016). *Sosyal etkiler: Kim kimi nasıl etkiler?* İstanbul: İmge Kitabevi.
- Saydam, A. (2012). *İletişimin akıl ve gönül penceresi: Algılama yönetimi*. İstanbul: Remzi Yayınları.
- Show TV. (2024). Gelin Evi programı. Erişim adresi (30 04 2024): <https://www.showtv.com.tr/programlar/tanitim/gelin-evi/1552>
- Şahin, M. (2019). Kültür aktarımında toplumsal cinsiyetin rolü. *Akademik Hassasiyetler Dergisi*, 6(11), 233-249.
- Şenol, D. & Erdem, S. (2019). Toplumsal cinsiyet. M. Talas & Ö. G. Çatlı (Ed.), *Kültürel antropoloji* (s. 221-230) içinde. İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Tatlıoğlu, S. S. (2021). Öğrenmeye sosyal-bilişsel bir bakış: Albert Bandura. *Sosyoloji Notları Dergisi*, 5(1), 15-30.
- Tekin, M. (2011). Feminizmin Kadın Algısında Beden İmgesi ve Din. K. Canatan (Ed.), *Beden sosyolojisi* (s. 523-537) içinde. İstanbul: Açılım Kitap Yayınları.
- Tıkıroğlu, Ç. (2019). Tipik gelişen çocukların oyun etkinlikleri sırasında akran aracılı uygulamaları kullanmalarının tipik gelişen ve otizmli çocukların sosyal etkileşim davranışları üzerindeki etkileri (Yayımlanmış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Ünal, A. (2024). Sınıf öğretmenlerinin pandemi döneminde yaşanan öğrenme kayıplarına ilişkin görüş ve önerileri (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Varol, S. F. (2014). Medyada yer alan temsillerin kimlik edinme sürecindeki rolü. *The Journal Of Academic Social Science Studies*, (26), 301-313.
- Williams, R. (1993). *Kültür* (E. Başer, Çev.). Ankara: İletişim Yayınları.
- Yazgan, M. A. (2024). Aile içi ilişkilerde güç mesafesi-sosyal kimlik ve sosyal baskınlık: “yalı çapkını” dizisi üzerinden analiz. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 45-62.
- Yazıcıoğlu, B. (2019). Gündüz kuşağı televizyon programlarının 'toplumsal cinsiyet' bağlamında analizi: Gelin Evi programı üzerine nitel bir izleyici araştırması (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Yılmaz, Ç. (2021). Geleneksel gelin algısının medyadaki temsili ve dönüşümü: “Gelin Evi” örneği. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(2), 64-77.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Araştırmacıların Katkı Oranı: (Birden fazla yazarlı makaleler için)

1. Yazar: % 50

2. Yazar: % 50

Çatışma Beyanı: “Toplumsal cinsiyet ve bir sosyal öğrenme aracı olarak televizyon programları: İzleyiciler üzerine bir inceleme” başlıklı makalemizle ilgili olarak herhangi bir kurum, kuruluş veya kişiyle mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması söz konusu değildir.