

TÜRKİYE’DE REALİTE PROGRAMLAR VE TELE- KİMLİKLER: MEDYATİK TOPLUMSALLIK İNCELEMESİ

Türker ELİTAŞ*

Savaş KESKİN**

Özet

Televizyon, toplumsal gerçekliği kendine has bir temsil formuyla yeniden yapılandırmaktadır. Bazı televizyon içerikleri aleni bir kurgusal nitelik taşıırken, bazı içeriklerde gerçeklik ile kurguyu ayıran çizginin belirsizleştiği görülmektedir. Realite programlar bu bağlamda, kurgusallığı gerçek kişiler ve olaylar üzerinden üretme iddiasıyla, gerçek ile kurgunun iç içe geçtiği bir yanılsama yaratmaktadır. Son dönemlerde yayın kuşaklarını fazlasıyla dolduran bu formatlar, televizyonculuk pratiklerinin en yaygın türlerinden birini oluşturmaktadır. Bu çalışma, medyatik ya da tele-gerçeklik ile realite programlar arasındaki belirlenimci ilişkiyi kurgusal toplumsallık ve kimlik üretimleri üzerinden açıklamaktadır. Salt bir gerçeklik-kurgu karşılaştırması yerine, ekrana yansıyan toplumsallık ve kimlik kurgusunun somut delilleri üzerinde durulmaktadır. Türkiye’de yayınlanan realite programlardaki tele-yaşamları haritalayan/betimleyen çalışma, Survivor, Yemekteyiz, İşte Benim Stilim ve Zuhal Topal’la formatlarını örneklem almaktadır. Çalışma bulguları, realite program toplumsallığının gerçekliğe ilişkin bir vaha kurarak, kimlik kodlarını ‘her zaman var olan’ bir gerçeklik türü gibi yaygınlaştırmaya hizmet ettiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Gerçeklik, Realite Program, Toplumsallık, Kimlik.

Gönderilme Tarihi: 08.09.2019

Kabul Tarihi: 15.10.2019

- 1 Dr.Öğr.Üyesi,Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi,turkerelitas@gmail.com, ORCID:0000-0001-8018-1208
- 2 Öğr.Gör,Bayburt Üniversitesi,skeskin3323 @gmail.com,ORCID:0000-0003-0335-9062

REALITY PROGRAMS AND TELE-IDENTITIES IN TURKEY: A REVIEW ON MEDIATIC SOCIALITY

Abstract

Television restructures social reality with its own form of representation. While some television content has an obvious fictional nature, it is seen that in some contents the line separating reality and fiction becomes obscure. In this context, the reality programs create an illusion in which real and fiction intertwine, claiming to produce fictionality through real persons and events. These formats, which overwhelmingly broadcast their generations, are one of the most common types of television practice practices. This study explains the deterministic relationship between media or tele-reality and reality programs through fictional sociality and identity production. Instead of just a comparison of reality-fiction, the concrete evidences of the fiction and identity fiction reflected on the screen are emphasized. Reality program aired in Turkey in the wire-mapping the life / work depicting, Survivor, Yemekteyiz, here is a sample of my style and Zuhul Topal format. The findings of the study show that the sociality of the reality program serves to spread the identity codes as a kind of reality

Key Words: *Television, Reality, Reality Program, Communityality, Identity.*

GİRİŞ

Televizyonculukta 1980'li yıllardan itibaren görülmeye başlanan tabloid bir tür olan realite programlar, Sholle (1993: 67) tarafından, haber, eğlence ve reklam filmlerinin belirsiz bir karışımı olarak betimlenmektedir. Özellikle, medyanın giderek daha fazla endüstrileşmesi ve eğlence mantığının günlük hayat içerisinde daha fazla talep edilir hale gelmesiyle birlikte artan realite program sayısı, günümüzün televizyon alanının büyük bir bölümünü kaplamaktadır. Realite program içeriklerinde konumlandırılan gerçek failer ve gerçeklik olarak sunulan failer arası ilişki, izleyicilerin televizyon izleme alışkanlıklarını ve beklentilerini dönüştürmekle birlikte, televizyonun gerçeklik algısını pekiştirerek diğer tüm kurgusal içeriklerin de benzer şekilde, bir gerçeklik olarak meşruluk kazanmasının patikalarını düzlemektedir.

Son dönemlerde televizyon program türleri arasında önemli bir yer tutan ve geniş bir izleyici kitlesine ulaşan evlilik, yemek, moda, sağlık, yaşam ve yarışma programları, realite program kategorisinin en dikkat çekici ve tartışmalı formatlarını oluşturmaktadır. Bu program türleri, kendine mahsus bir gerçekliği inşa ederken aynı zamanda toplumsal hayatı da gerçeklik boyutunda etkilemektedir. Nitekim programda olup bitenlerin organik yaşamla kurduğu bağı sürdürmesi, realite televizyonculuktaki gerçekliğin, ekranların sınırlarını aşmasına neden olmaktadır.

Realite programlar, farklı kanallarda, farklı tarzlarda yayınlanıyor olsa da temelinde benzer bir kurgu mantığı bulunmaktadır. Yaygın formatlar, belirli bir sosyal gerçeklik kurgusu oluşturmakta ve gerçekliği bu kurgu üzerinden inşa etmektedir. Çünkü televizyon dünyasında hiçbir olay gelişigüzel yansıtılmamakta ve hiçbir fail bulunduğu konuma tesadüfen yerleşmemektedir. Dolayısıyla programların gerçekle olan bağı kadar, bu bağı nasıl kurduğu da dikkat edilmesi gereken noktalardan biridir. İzleyiciler ekrana yansıyan bir gerçekliği seyredirken, olayın mekan-kişi ekseninde nasıl kurgulandığı, o programın niteliğini ve varlık gerekçelerini vermektedir.

Realite programlar, kompozisyon mantığı gereği, gerçekliği bireysel ve kolektif performanslar üzerinden ve belirli bir toplumsallığı içerecek biçimlerde işlemektedir. Bu nedenle kompost program içindeki her failin, anlatının toplumsallık kurgusuna uygun, aynı zamanda programa özgü kimlik temsilleri sergilediği görülmektedir. Çünkü failer orada hem gerçek toplumsal kimlikleri hem de programın onlara kazandırdığı tele toplumsallığın kimliği ya da kimlikleri ile var olmaktadır. Bu tele-kimlikler çoğu zaman failin gerçek toplumsal kimliğini soğurarak onun önüne geçmekte ve gerçek kimliği program içi kimlik performanslarının

yoğunluğu içinde mas edilerek unutulmaktadır. Failler bir süre sonra, toplumsal niteliklerini programda giydirilen ve performanslarla zinde tutulan kimlikler aracılığıyla kazanmakta ve izleyiciler onları bu kimliklerle tanımaktadır. Aktörlerin kazandığı bu medyatik yeni kimlikler, onların gerçek hayattaki ilişkileri ve performanslarını kapsayacak şekilde genişlemektedir. Bu bağlamda, realite program insanlarının gerçek hayatta kendilerini tele-kimliklerinin nimetlerinden istifade ederek sunmaya başladıklarını söylemek mümkündür.

Literatürde gerçekçi televizyon (factual TV), gerçeklik tabanlı televizyon (reality-based TV), realite şov (Reality Show) ve realite televizyon (Reality TV) gibi çok sayıda ad ile çağrılan realite programlar, sosyal bilimler disiplinlerinin farklı ilgi alanları çerçevesinde akademik uğraşlara konu edilmiştir. Bu çalışmalar genel hatlarıyla, realite programların sosyolojik boyutlarını (Polat ve Karslı, 2012; Meder ve Çiçek, 2011, Kaya, 2013; Renkmen, 2012), gerçeklik boyutlarını (Şakrak, 2015; Göker, 2015; Weiland ve Dunbar, 2016; Nab, v.d., 2003; İkoro v.d., 2015) ve anlatı/söylem boyutlarını (Yoon ve Garma, 2006; Budak, 2007) içermektedir. Bu çalışmayı farklı kılan nokta ise, konuya medyatik kimlikler perspektifinden yaklaşması ve gerçekliğin bu kimliklerin ilişkili olduğu toplumsal kodlar üzerinden nasıl bir kurgusal formla tesis edildiğini ortaya koymasıdır. Buradaki amaç, kurgusallığın sonuçları ve somut görünümleri üzerinden bir açıklama girişiminde bulunmak değil, toplumsal kurgunun nasıl meydana geldiğini kavramaktır. Çünkü kurgu mantığı, inşa edilen gerçekliğin boyutlarını, anlatsal yönünü ve meşrulaşma biçimlerini de kapsamaktadır. Çalışma içeriği nedeniyle sosyolojik temsiller ve kimlik profillerine değinmektedir. Kimliklerin program içindeki gerçeklikle birlikte nasıl bir süreç olarak konumlandırıldığı ve hangi koşullarla ilişkili olarak anlam kazandığı üzerinde durulmaktadır.

Realite programlar, odaklandığı konu itibariyle toplumsal kimlikleri, rolleri ve kolektif ritüelleri değişime uğratmaktadır. Bu durum, realite programları sosyal açıdan değerlendirilmesi gereken bir soruna dönüştürmektedir. Çünkü toplumların tarihsel ve kültürel bellekleri içerisinde önceden tanımlı bir üst form olarak konumlandırılan kurumsal yapılar, realite programlar aracılığıyla, toplumsal katılım ve paylaşım kıstasları yeterince sağlanmadan, tarihsel bağlamların açıkça tanımlanmadığı örtülü bir kurgusal mantıkla inşa edilmekte ve sosyal alana eklenmektedir. Bu çalışmada, realite programlarda inşa edilen toplumsal formasyon ve kimliklere ilişkin toplumsal gerçekliğin, kurgusal yönünün açığa çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırmanın bir diğer amacı ise; kimlik kurgularının ilişkili olduğu toplumsallığın yapılandırılma sürecini ve kendi içinde nasıl bir

sosyal bütünlük sağladığını ortaya koymaktır. Bu amaçlar çerçevesinde şu sorulara yanıt aranacaktır;

“Türkiye’deki realite programlarda nasıl bir kurgu mantığı bulunmaktadır?”

“Toplum ve toplumsal kimlikler, realite programlardaki kurgusal formda nasıl temsil edilmektedir?”

Bu çalışma, toplumsal hayattaki kimlikler ve kurumsal davranışlara farklı bir tanım getiren realite programlardaki gerçekliğin kurgusal boyutlarını irdelemesi açısından önemlidir. Çalışma bulguları, toplumsal kimliğe dair kurgu ile gerçek ilişkisinin realite programlar özelinde okunmasını sağlayacaktır. Bu sayede, toplumların geleneksel birikimlerini bir yer değişmece ile yeniden düzenleyen ya da onları geleneksele duyulan sadakat konularında ayartan muadil kodları toplumsal haznelere dolduran kurgusal yaşam trendleri anlaşılacaktır.

Göker’in (2015: 271) çalışmasından hareketle, Türkiye’deki realite program kategorilerinin ekseriyetle yarışma (doğa, toplum, moda, müzik, yemek v.s.), moda-stil, yemek-mutfak, aile, ev-yaşam, polisiye ve evlilik konseptlerine dağıldığı görülmektedir. Her bir konseptin bağlı olduğu kurumsal yapıları ve kimlik modellerini kodifiye eden realite program türleri, sentetik yaşamların kurgusal temalara bağımlı olduğu bir vizyon teşkil etmektedir. Geleneksel yaşamın sorgulandığı ve revize edilme baskısının oto-kontrol olarak devreye sokulduğu eğlence ve gösteri çağında, gerçeğin en debdebeli hallerini sunan realite programların yükselişine tanıklık edilmektedir. Bu çalışmada, bahse konu olan realite program kategorilerindeki kimlik kurguları ve yaşam performanslarını anlamak için, mevcut zamanda yayına devam eden ve kısa bir süre öncesine kadar yayında kalan sansasyonel ve popüler örnekler ele alınmaktadır. Survivor, İşte Benim Stilim, Yemekteyiz ve Zuhal Topal’la programları, amaçlı örneklem esasına göre, realite programları temsilen seçilmiştir. Seçme sürecinde, izlenme oranları, geleneksel medyadaki temsiliyetleri, gündemde kalma durumları, sebep oldukları sansasyonlar, ilgi alanlarındaki farklılık/çeşitlilik ve çalışma tasarımı ile uyumluluk gibi kıstaslar belirleyici olmuştur.

Realite programların kimlik ve toplumsal yaşama hükmeden gerçeklikle olan ilişkisini nitel veri tasarımıyla açıklama yaklaşımı benimseyen bu çalışma, bir durum araştırması olarak tanımlanabilir. Örneklem grubundaki programların ekrana verilen bölümlerinin doküman olarak kabul edildiği çalışmada, izleme-kodlama-kategorileştirme-yorumlama süreçlerini içeren betimleyici bir analiz işletilmiştir.

Bir Tele-Gerçeklik Kurgusu Olarak Realite Programlar

Toplumsal, araçsal ve mekanik işlevlerini karşılayan bir adla çağrılan televizyon, antik Yunancadaki 'Tele' ve 'Visio' kelimelerinden türetilen (Şentürk, 2009: 18) ve 'Uzak Görüntü' olarak Türkçeleştirilen bir kavramın anlamlarıyla yüküldür. Gerçekten de sunduğu imkanlar itibariyle zaman ve mekan ufkunun genişlemesini ve izafi olarak ortadan kalkmasını sağlayan televizyon, birbirlerine uzak olan iki mekanın ve zamanın, projeksiyon mantığıyla da olsa eş süremlili yaklaşmasının ve artikülasyonunun önünü açmıştır. Ancak bu yakınlığa zıt olarak, ekranda temsil edilen gerçekliğin ve kimliklerin özüne karşı özerkleştiği ve sentetik özellikler kazandığı bir uzaklaşmayı da beraberinde getirmiştir. Ekranda seyredilen görsel şölen, uzaklara tanıklık etmenin deneyimi olarak lanse edilirken, bu tanıklığın bireyi oldukça uzaklaştıran ve pasif kılan tarafları olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu çalışmanın tele-kimlik vurgusu, realite program menşeli inorganik kimliklerin, toplumun esas gerçekliğine 'uzak' olduğu fikriyle birlikte anlamlıdır.

Televizyon gerçekliği, kendini birçok form ve yapıda ifade edebilmektedir. Bazı televizyon türleri tamamen kurgudan ibaret iken, bazıları ise başlı başına bir gerçekliği konu edinerek gerçeğe dair yeniden üretim sağlamaktadır. Bu durum kurgu ile gerçeğin kesin çizgilerle ayrışmasına değil, aksine iç içe geçmesine neden olmaktadır. Hill'e göre (akt. İkoro v.d., 2015: 384) realite programlar, senaryo olmadığı, başka bir ifadeyle gerçek olduğu varsayılan dramatik ve bazen de eğlenceci durumları sunan bir televizyon program türüdür. Bu türde hikâyeye editörleri ve segment program yapımcıları, yönetim ve post-editöryal tekniklerle insanları ikna eden özel bir senaryo kullanarak, bir olayı sahneleyerek gerçeğin bir illüzyonunu yaratmayı başarmaktadır. Göker ise (2015: 265) realite programları, kurgudan ziyade gerçekliğin ön plana çıktığı ve gerçekliğin cezbedici ve ayartan bir unsur olarak kullanıldığı program türleri olarak tanımlamaktadır. Kimi zaman 'Gerçekçi Televizyon (Factual TV)' olarak da adlandırılan realite televizyonculuk, bilgi ile eğlence ve belgesel ile drama arasında bir konuma yerleştirilmektedir. İzleyiciler çoğu zaman seyrettikleri realite programlardaki bilgi ile eğlence ve gerçek ile kurgu arasındaki farklılığı dile getirememektedir (Hill, 2005: 2).

Realite programlar tüm dünyada özellikle 1980'li yılların sonu itibariyle popüler olmaya başlamıştır. Amerika'da yayınlanan 'Seven Up', 'An American Family' ve 'The Family' (İkoro v.d., 2015: 384) gibi realite program türlerinin beğeni toplamasının ardından, Avrupa ve diğer dünya ülkelerinde bu tarz program içeriklerinin farklı formatlarla televizyonlarda yer aldığı görülmektedir. Hill'e

göre (2005: 15-24), realite programların günümüzde bu kadar yaygınlaşmasının temelinde tabloid gazetecilik, belgesel televizyonculuğu ve popüler eğlence anlayışı gibi sebepler bulunmaktadır. Magazinsel bir habercilik mantığı içeren tabloid tür ve popüler eğlence anlayışının yükselişi, haber ve belgesel gibi ciddi gerçeklik kurgularının niteliğini değiştirmiş ve bu durumdan ilhamla realite program mantığı ortaya çıkmıştır. Türkiye’de de benzer bir gelişim seyri bulunan realite programların ilk örneği, adli suçlara odaklanan “Sıcağı Sıcağına” programı, günümüz realite programlarının öncüsü ise, ithal bir program türü olan “Biri Bizi Gözetliyor” programıdır (Göker, 2015: 270). Bu programda, belirli bir mekân içerisinde yaşayan bireyler arasındaki sosyal ilişkiler ve yarışmalar konu edinilmiştir.

Gerçekliğin önemle vurgulandığı bir tür olan realite programlar, gerçek hayattan beslenmekte ve hayatın içindeki sıradan veya sıra dışı konulara odaklanmaktadır. Günümüzde oldukça yaygın hale gelen realite programlar, yarışma, giyim, sağlık, evlilik, flörtleşme, yemek, suç v.b. çok sayıda güncel konu üzerine odaklanmaktadır. Gündelik hayata ilişkin hemen her şeyin realite programlara konu edilebilir nitelikte olması, gerçekliğin bütünüyle bu programlar aracılığıyla yeniden üretilebilir bir forma bürünmesine neden olmaktadır. Nitekim realite programlar, toplumsal hayatı dolayimsal bir süreçle üst gerçekliğe dönüştürüp izleyicilere aktarmaktadır. Bu noktada izleyicilerin konumu oldukça önemlidir. Çünkü izleyicilerin karşılaştıkları bu üst gerçekliğe nasıl bir algısal refleks gösterecekleri, aynı zamanda üst gerçekliğin asıl gerçekliğin yerine ikame edip edemeyeceğini belirlemektedir. Pahad ve arkadaşlarına göre (2015: 704), realite programların en önemli etkilerinden biri, izleyenlerin bu programlarda meydana gelen şeylerle gerçek hayatta da karşılaşmayı beklemleri ve bu beklentilere uygun davranışlar sergilemeleridir. Özellikle gençler, izledikleri realite programlarda tanık oldukları kimlik performanslarını sergileme eğilimi içinde olmaktadır. Sözgelimi bu programların bağlamsız, yüzeysel ve ekrana mahsus gerçeklikleri, asıl gerçekliğin tecrübesine kılavuz üreten ve içeriğini dolduran yapay bir kaynaktır. Bu kaynak, gerçeklikle kurduğu yansımacı ilişkiden daha ziyade, asıl olanı kırması, bükmesi ve organik akışı bölerek bir karıma neden olmasıyla ünlüdür.

Televizyon mantığı gereği realite programların da bir anlatı yapısı bulunmakta ve gerçeklik kurgusu bu anlatı yapısı aracılığıyla tesis edilmektedir. Programlarda yer alan her kurgusal unsur, başlı başına bir anlam taşımakta ve unsurlar arasında kurulan ilişkiler vasıtasıyla izleyicilere bir şeyler anlatılmaktadır. Anlatılan şeylerin içeriğinde genellikle yeniden kurulan gerçekliğe dair bir kod bulunmaktadır. Aksop’a göre (1998: 74-77), realite programların anlatı yapılarında sansasyonelleştirme, gizemleştirme, kurbanlaştırma, kişiselleştirme ve duygu-

sallaştırma mantığı bulunmaktadır. Realite programlardaki sansasyon genel hatlarıyla, sıradan bir olayı ya da bir ilişkiselliği, izleyicileri yakından ilgilendirecek, heyecanlandırarak ya da sarsacak bir gelişme olarak sunmaya dayanmaktadır. Program içerikleri sansasyonel olmanın yanı sıra, izleyiciyi meraklandırarak kurgusal özellikler de sergilemektedir. Program içindeki gelişmelerle ilgili olayların belirli bir noktaya kadar gösterilip devamının sonraya bırakılması, izleyicideki gizem ve merak duygularını tetiklemektedir. Gizem ve merak duygusu, izleyicilerin programa ayırdıkları vakti ve bilişsel bağlılıklarını arttırmaktadır.

Realite programlarda en çok rastlanılan anlatı yapısı örneklerinden biri kurbanlaştırma'dır. Programdaki ilişkiler genel olarak karakterlerden biri ya da birkaçının kurban işlevi görmesi ile sürdürülmektedir. Birileri diğer karakterler tarafından sürekli olarak cereyan eden olumsuzlukların nedeni olarak işaretlenmekte ve program da bu sürecin işlenmesine yardımcı bulunmaktadır. Ancak programın her hangi bir bölümünde kurban olarak seçilen karakterin başka bir bölümde başkalarını kurban gösterdiği sıklıkla rastlanılan bir durumdur. Özellikle agresif nitelikler sergileyen programlardaki intikam hissi, izleyicilerin programı seyretme motivasyonu üzerinde oldukça etkilidir (Reiss ve Wiltz, 2004: 370).

Realite programlardaki kişiselleştirme odaklı anlatılar, post-modern çağın toplumsal konseptlerine uygun olmanın yanı sıra izleyiciler tarafından da öncelikle talep edilmektedir. İzleyiciler realite programlarda temel olarak karakterlerin kişisel düşünceleri, davranışları ve etkileşimleri ile ilgilenmektedir (Stefanone v.d., 2008: 108). Bu durum, sergilenen olayın karakter performanslarından beslendiğini göstermektedir. Nitekim son zamanlarda ortaya çıkan realite programlar neredeyse tamamen bireysel performanslar üzerine kurgulanmakta ve grup performansları çoğu zaman formata dahil edilmemektedir. İzleyicilerin programda seyrettikleri şey genel olarak, bir bireyin küçük çaplı pratikleridir. Çünkü bu tarz programlarda modern anlatılar değil bireyselliğin sosyal örüntüler içindeki işlevleri gösterilmekte ve öğretilmektedir. Bir diğer ifadeyle, toplum belirli stereotipler aracılığıyla bireyselleştirilmektedir.

Realite programların izler kitle üzerindeki inandırıcılığı ve izlenme durumu, programların içerdiği duygusal yüklülük ile doğru orantılıdır. Belirli duyguların belirgin bir kurgusal içerikte bile gerçeklikle ilişkilendirildiği düşünülürse, tamamen gerçeklik iddiasında olan bir format içerisinde yarattığı gerçeklik hissi daha yüksek seviyelerde olacaktır. Bu nedenle, realite programlarda, izleyicilerin duygusal hassasiyetlerine dokunan, daha doğrusu onları istismar eden 'duygu yüklü' kurgusallığa özen gösterildiği göz önünde bulunan bir gerçekliktir. Bir toplumda önemsenen duygular, o toplumun gerçeklik görünümünden biri olan realite

programlarda da yeteri ölçüde yer almakta ve çoğu zaman içerikteki duygusallık en çok göze çarpan ayrıntı olmaktadır. Bu durum görünüşte, bir rating taktiği nitelikleri sergilese de izleyicilerin de böyle bir mantıktan haz aldığı gerçekliğini göz ardı etmemek gerekmektedir. Çünkü duygusal hassaslık yaklaşımına göre, izleyiciler duygularına hitap eden ve kendilerine keyif veren içerikleri seyretmektedir. (Reiss ve Wiltz, 2004: 370). Bu bağlamda, izleyicilerin realite programlara bir çeşit duygusal yüklenme ya da arınma mekanizmaları olarak yaklaştıklarını ifade etmek mümkündür.

Realite program formasyonunun izleyici ilgilerini temel alan yükselişi, Jenkins’in hayran kültürü önermesiyle yakından ilişkilidir. Jenkins (2006) hayran kültüründe, Survivor ve American Idol gibi ralite programlar etrafında sürdürülen kolektif bir pratikten ilham almaktadır. ‘Spoil Etmek’ olarak açıklanan bu pratik, Realite Program izleyicilerini, programın geleceği hakkında bir senaryo üretmek için bir araya getiren bir akışı tanımlamak için kullanılır. Kolektif yorumsama aksiyonları, medya tüketicilerinin, içerik üzerinden bir yeniden üretme işlemi var etmesini önemli hale getirmektedir. Kısmen de olsa bir ‘İkinci Ekran’ uzantısı olan bu ilişkiler, televizyonun edilgen izleyici pratiklerini, yeni medyanın katılımcı kulvarında dönüştürmekte ve içeriğe müdahale etme ayrıcalığı kolektif bir hal almaktadır. İzleyicinin sadakat düzeyi, televizyon bağımlılığının da ötesinde, bu tarz bir ikincil izleme pratiğinin gelişimi ile ölçülebilmektedir. Zapçı ve sadıklar arasındaki farklılıklar, doğrudan izleme pratiğine değil, katımlı izleme pratiğine bağlıdır. American Idol ya da Türkiye Survivor’ının sabah kuşaklarını da dolduran programları ve sosyal medya uzantıları, izleyici deneyimini farklı boyutlarda yakınlaştırarak, parçalanmış izleme edimlerini tek bir hat üzerinde birleştirmektedir. Transmedya anlatısının izleyicileri, farklı tezahürlerine rağmen tek ve bütüncül bir izlemede karar kılmaktadır.

Realite Programlarda Kurgulanan Toplumsal Alan ve Kimlikler

Türkiye’de yayınlanan realite programların ekseri kısmının tanıtım mottolarında veya program içi söylemlerinde, “bu programda yaşanan her şey gerçektir” benzeri bir ifade kullanılmaktadır. Bu künye bilgisi ve ilişki dili aslında realite programların genel mantığını ve başka ifadeyle bu programlarda neler olup bittiğinin bir çerçevesini çizmektedir. Çünkü ifadede, realite programların gerçeklik yönü ile birlikte, bu gerçekliğin hangi toplumsal sınıf ya da kimlikler üzerinden nasıl bir ilişki biçimiyle kurgulanacağı örtülü haliyle belirtilmektedir. Ancak ifadeden çıkarılması gereken bir diğer önemli vurgu ‘tanıklık’ üzerinedir. Çünkü realite programlar diğer türlerin aksine izleyicilere bir salt izleme pratiği değil, başlı başı-

na gerçek olan bir ‘tanıklık’ vaat etmektedir. Tanıklık durumu, realite programların en belirgin yönlerinden biridir. Çünkü özellikle içeriğindeki aleladeli nedeniyle ‘Çöplük Televizyonu’ olarak da tanımlanan bu yeni türün, dikizci hazları temel alan bir anlayışın sonucu olarak ortaya çıktığı sıklıkla dile getirilmektedir (Yıldırım, 2007: 56). Gerçekten de çoğu zaman kameralar yokmuşçasına hareket eden karakterler, izleyicilere gizil bir tanıklık ya da dikizleme olanağı sunmaktadır.

Toplumsal Kimlikler Kurgusu

Televizyon gerçekliği toplumsal hayattan beslendiği için yayınlanan yapımların türleri de toplumsal niteliğe sahiptir. Bu nedenle realite programlar da kendi içeriğinde bir toplumsallık barındırmaktadır. Ancak burada önemli olan nokta; bu toplumsallığın nasıl tanımlandığı ve neleri kapsadığıdır. Örneklemedeki programların genel yapısı incelendiğinde, bir toplumda var olması gereken tüm bileşenlerin bulunmadığı ve daraltılmış bir toplumsal yapı modeli oluşturulduğu göze çarpmaktadır. Toplumun temsili, genel yapıyı değil, yalnızca programda odağa alınan kimlikleri ve toplumsallığı kapsayacak şekilde gerçekleşmektedir. Odadaki toplumsal pratik, belirli bir konseptin sınırlıkları içerisinde somutlaşmaktadır. Bu konsept, gösterilmeyen genel yapıyı da sezdirmekte ve özelleştirilmiş gösterim üzerinden genele dair çıkarsamalar ve yorumlar devreye girmektedir. Özetle, gösterilmeyen genel yapı, gösterilen program yapısı tarafından anlamlandırılmaktadır.

Realite programlardaki toplumsal yapı incelendiğinde genel olarak dört esas aktör görülmektedir. Bu aktörler, program katılımcıları/adaylar, moderatör, müzik grubu/efekt ve kamera/tanık toplum. Bu aktörler arasındaki ilişki, programlardaki toplumsal kurguları meydana getirmektedir. Bazı programların yayın formatına göre aktörlerin sayısı artsa da temelde bu dört aktör varlığını korumaktadır. Örneğin, bazı programlarda performans sergileyen aktörlere psikolog, doktor, mimar, akademisyen gibi uzman aktörler ya da olup bitenleri tanımlayarak izleyici katılımını yönlendiren ‘dış ses’ anlatıcı efektleri eklenmektedir. Belirtilen dört esas aktör ise, programların yapısal sacayaklarıdır.

Toplumun oluşturan aktör kategorisinden ilki, programa katılan ‘aday’lardır. Aday kimliği, katılımcıların program içerisinde sahip olduğu en temel ve üst kimliktir. Çünkü aday kimliği, programın katılımcılarına vaat ettiği irili ufaklı ödüllere, unvanlara ve diğer dolaysal nimetlere talip olmayı ifade etmektedir. Katılımcılar orada, her şeyden önce bu kimlik ile var olmakta ve diğer kimlik performansları bu temel kimliğe bağlı olarak sergilenmektedir. Evlilik programlarında evlenme adayları, Yemekteyiz, İşte Benim Stilim ve Survivor’da ise büyük ödülün ya da diğer ödüllerin adayları söz konusudur. Adaylık aynı zamanda,

ünlenmeye niyetli katılımcının, bir realite program starı olabilmek için taşıdığı ön kimliği de içine almaktadır.

Kolektif bir kimlik türü olarak değerlendirilebilen aday kimliği, program içindeki karakterlerin tanımlanması ve gerçeklik kurgusunda ne gibi bir fonksiyona sahip olduklarının saptanması açısından önemlidir. Çünkü programlarda cinsiyet, sosyal statü, etnik ve dini kimlik yapıları aday kimliği tarafından söğürülmekte ve belirsizleşmektedir. Neredeyse hiçbir adayın gerçeklik bağlamındaki kimliklerini belirgin bir şekilde sergileyemediği dikkat çekmektedir. Özellikle tarihsel köken ve aidiyeti kapsayan etnik ve dini bağlılıklardan soyutlanan kimlikler, popüler tanımlarla biçim kazandırılan, güncel ve sürekli olarak yenilenebilir bir 'tele' nitelik kazanmaktadır.

Aday kimlikleri genel olarak erkek ve kadın kategorisinde toplanmaktadır. Kadınlar ve erkekler, egemen tanımlara uygun birer kimlik profili taşımaktadır. Çünkü program içinde erkek, genel olarak erki ve iktidar yapısını simgeleyen etken bir kimlik yapısı ile modellenirken, kadın genellikle edilgen bir kimlik yapısı ile modellenmektedir. Ancak bu tele-modelleme salt geleneksel kodları merkeze almakla birlikte çoğu zaman onun ötesine geçerek, post modern tasvirler ve sistemin sapma olanakları kapsamındaki marjinallik kodlarını da içermektedir. Bir başka ifadeyle, erkek merkezli sembolik iktidar ilişkisi, erkeğin yalnızca aile babası, mülkiyet sahibi ya da evin reisi olarak tanımlanması, kadının ise anne ya da ev hanımı şeklinde betimlenmesi ile kurulmamaktadır. Bu geleneksel kodların dışında kalan birçok post modern erkek ve kadın kimlik modeli programda yüksek ölçüde tesis edilmektedir. Örneğin; çalışan kadın, özgür kadın, evinin reisi olan kadın gibi çok sayıda kimlik modeli her ne kadar marjinal gibi görünse de aslında programların odaklandığı kurumsal ilişkilerin alt yapısı çoğunlukla egemen bakışa göre biçimlenmektedir. Sözelimi Survivor genellikle erkek yarışmacılar tarafından kazanılmakta, Yemekteyiz programında kadının yemek bilgisi zaruri görülürken erkeğin bu işi bir hobi olarak ya da lütfen yaptığı sezdirilmekte, İşte Benim Stilim programında moda ve stil kadınlarla özdeşleştirilmekte, Zuhal Topal'la programında ise geleneksel kadın-erkek ilişkileri post-modernize edilmiş evlilik kurumu çerçevesinde sürdürülmektedir.

Kadın ve erkek kimliği programda belirgin bir biçimde göze çarparken, bu kimliklerin de bölümlendirildiği ve asıl performansların yüzeysel bir cinsiyet belirleyene bağlı olmadığı görülmektedir. Kadın ve erkek kimliği; gelin-damat, marjinal-geleneksel, seküler-dindar, doğulu-batılı, esmer-sarışın, Avrupalı-yerli, doğulu-batılı, çalışan-çalışmayan, eğitilmiş-eğitimsiz, sporcu-sporcu olmayan, zengin-fakir v.s. bir çok fraksiyona ayrılmaktadır. Adayların kimlik tiplerindeki

bu çeşitlilik, erkek ve kadın kimliklerini çoğu zaman etkisiz kılmakta ve onların ön plana çıkan medyatik kimlikleri aracılığıyla kendilerini sürekli olarak güncelleyebilmesine olanak tanımaktadır.

Adayların genel kimlik profilleri incelendiğinde, diğer medya türvelelerindeki ne benzer kimlik temsil eğilimleri göze çarpmaktadır. Adaylar genel anlamda birer üst düzey ‘seçkin’ olmasa da her birinin sosyal statü bakımından ‘ayrıcalıklı konumda’ olduğunu söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra toplumsal bir seçkinlik içeren fiziksel görünüm, mülkiyet, eğitim, iş gibi bileşenlere sahip olan adayların program içi etkinliklerinde seçkinlik vurgusuyla sunulduğu görülmektedir. Ancak yoksullar, engelliler, taşralılar, ‘çirkinler’ ve diğer ‘öteki’ kimlik kategorileri, medyanın genel yapısına uygun şekilde, ‘tamamen’ gerçek olma iddiasında bulunan realite programlardaki gerçekliğin dışlayıcılığına maruz kalmakta, bir başka ifadeyle ‘etkisizlik hükmünde’ sayılmaktadır. Olumsuzlama ise program içinde örtük bir biçimde adaylar üzerinden yapılmaktadır. Örneğin, yakışıklı-güzel, eğitilmiş ve batılı bir adayın program içinde talip olduğu nimetlere ulaşma ihtimali, taşralı, görece çirkin ve eğitimsiz bir adaya göre oldukça kolaydır. Burada belirtilmesi gereken husus, programda yaratılması yeğlenen starın, seçkin olmayanlar üzerinden yükselmesidir. Nitekim Survivor programındaki seçkinlik tiplerine bir tepki/yerme olarak çekildiği iddia edilen Recep İvedik 4 filmi, bu ilişkiye örnek gösterilebilir. Program içindeki baskın seçkinliğe erişemeyen adaylarla ilgili olarak, varlıklarının, ideal bir tipi destekleme görevine bağlandığı söylenebilir. Kısacası seçkinler grubu; ‘star’ ve diğerleri olarak bölümlendirilmelidir.

Programlarda, geleneksel rollerin yanı sıra marjinal ve yenilikçi roller de azımsanmayacak bir oranda temsil edilmektedir. Ancak performansların odağı her ne olursa olsun, burada dikkat çeken nokta kolektifliğin kurulma biçimidir. Çünkü program toplumsallığını ifade eden kavramlar, kapitalist gerçeklik ve tüketimin fetişe bürünen karakteridir. Evlilik programlarında aile kurumu ve duygusal ilişkiler hızlı bir biçimde tüketilirken, ailenin doğrudan temsiline yer verilmez. İşte Benim Stilim ve benzeri programlarda, ihtiyaçlardan daha çok modanın kutanması ve fetiş karakterle giydirilmesine giden bir rota çizilmektedir. Benzer bir şekilde Yemekteyiz türü programlarda, ihtiyaç standartlarından çıkarılan yemek kültürü, tarafların yarışmacı ve sofistike yaklaşımları arasında fetiş özellikler kazanmaktadır. Kapitalizmin fetişist suretinin en belirgin görüldüğü programlardan biri ise Survivor’dır. Bu program, mücadelecü tüketim kişiliğini, yaban hayatını fetişize eden bir yarışmalar bütünü ve bireyselliğin saldırgan tavırlarının hedefi olan grup dinamiği çerçevesinde kurgulamaktadır. Toplumsal gerçeklik, kapitalist tüketim alışkanlıklarını ‘doğal’ olarak gösteren bir takım fetiş ilişkiler zinciri ile

kodlanmaktadır. Adaylar ise, bu ilişkiler zincirini tatbik eden rol modeller olarak topluma örnek teşkil etmektedir.

Adayların program içi toplumsal konuları da dikkat çekilmesi gereken hususlardan biridir. Çünkü bireyler kolektif bir kimliğin gereği olarak ‘Kamusal Sahne’de toplumun genel yapısını temsil ederken, yarışma alanına geçtikleri andan itibaren bireysel kimlik performanslarını sergilemektedir. Örneğin; Zuhal Topla’la programında bir aday, ‘Loca’da otururken görüşme yapan adaylara karşı gelişen kolektif tutum ve davranışları uygulamakta, görüşme koltuğuna oturduğunda ise, bireysel olarak bu kolektif tutum ve davranışlara maruz kalmaktadır. Aynı durum, Yemekteyiz programında misafirlik ve ev sahipliği ilişkilerinde, İşte Benim Stilim’de sahnede olmak ile locada oturmak arasında, Survivor’da ise yarışma alanı ile Ada Konseyi alanında görülmektedir.

Realite programlarda, ünlü kişiler yerine ‘sıradan’ insanlara yer verilmekte ve adaylar ‘sıradan’ insanlar arasından seçilmektedir. Bu kişilerin belirli ajanslardan çağrıldığına yönelik eleştiriler getirilse de en azından adayların önemli bir kısmının gerçek kişiler olduğu tartışılmaz bir gerçekliktir. Adaylar programa girdikleri anda her ne kadar sıradan olsalar da program içindeki performanslarına bağlı olarak ünlenebilmekte, bir başka ifadeyle ‘ünlü’ kimliği kazanmaktadır. Realite programlardaki adayların birçoğunun sosyal medya hesaplarında oldukça yüksek takipçi sayılarına ulaşması, bazılarının dizi, film ve program teklifleri iletilmesi, bu durumdan kaynaklanmaktadır. Hatta çoğu zaman birer ünlüye dönüşen adayın program içindeki kimliklenme süreci dış dünyaya taşınmaktadır. Nitekim program izleyicileri de adaylar arasındaki magazinsel ilişkiyi ilgiyle izlemekte ve gelecekte neler olacağını merak etmektedir.

Realite programlarda üretilen ünlü kimliklerinin program içi performanslarına diğer adaylardan çok daha fazla süre ayrılmaktadır. Bu durumun arkasında, izleyiciler için birer rol model yaratma mantığı da bulunmaktadır. Adaylar rol modellik gibi yeni bir kimlik kazandıktan sonra, kimlik performansları dönüşüme uğramakta ve ifade tarzları kitlesel nitelikte sarmalanmaktadır. Televizyon izleyicisi, modeli çekici bulursa ya da modelle özdeşleşirse, tümüyle modeli kendi kimliğiymiş gibi yaşamına monte etmektedir (Rigel, 1995: 214).

Realite programlarda toplumsalı oluşturan diğer aktör ise moderatördür. Moderatörün program içindeki konumu ve üstlendiği görevler, aslında onun toplumsal hayatı yönlendiren üst bir kimlik olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak program her ne kadar moderatörün gerçeklik bağlamındaki kimliğinden beslense de

moderatör kimliğinin program içindeki konumu, moderatörün asıl kimliğinden bağımsız ve programa özgü koşullarla ilişkili olarak belirlenmektedir.

Gerçek toplumsal hayatta, bireylerin ve toplumun davranışlarını ve düşüncelerini yönlendiren toplum üstü güç mekanizmaları bulunmaktadır. Moderatörün program içindeki konumu incelendiğinde benzer bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Çünkü moderatör, kişileri yönlendirmekte, öğütlerde bulunmakta, söz sırası verip almakta, yorum yapmakta ve kimi zaman programdan kovmaya kadar varan cezai yaptırımlar uygulamaktadır. Moderatör aslında toplum üstüdür, toplumsal hayatı düzenleyen mekanizmanın somut varlığıdır. Adaylar da tıpkı dinsel ritüellerde olduğu gibi moderatöre sürekli saygı, övgü ve hediyeler sunmaktadır. Bu mekanizma, program yapıcılarıyla işbirliği içindedir ve kulaklık aracılığıyla ‘görünmeyen’ yapım ekibiyle etkileşimini sürdürmektedir. İşte Benim Stilim gibi bazı programlarda, moderatörle birlikte jüri üyelerinin de toplum üstü bir mekanizma olarak düzenleyicilik vasıflarıyla hareket ettikleri görülmektedir. Jüriler, tekil bir şahıs olan moderatöre nazaran, daha kapsamlı ve kolektif nitelikler taşımaktadır.

Realite programlardaki diğer toplumsal aktör ise müzik grubu ya da efektidir. Bu aktörün gerçek toplumsal hayatta somut bir karşılığı bulunmamaktadır. Ancak müzik grubu/efekti, toplumların kültürel bellekleri içindeki destanlar, mitler ve inanışlara benzer bir kültürel kimlik dizaynı içermektedir. Çünkü toplumlar, gerçeğin sevimsizliği karşısında, gerçeği renklendiren ve tecrübelerin ötesinde bir duygusal yoğunluk kuran mitler/efsaneler üretmiştir. Bu efsaneler, gerçeklikle kurulan duygusal ve sezgisel bağı kuvvetlendirmiştir. Müzik grubu/efekti, programdaki gerçekliğin duygusal ve eğlenceye dönük altyapısını kurmaktadır. Adaylar eğlenirken, hüzünlenirken ve kimi zaman hiddetlenirken müziğin eşlik ettiği bir duygusal süreç inşa etmektedir. Müziğin, günümüz dünyasında önem kazanan ‘eğlence’ mantığıyla da ilişkisi bulunmaktadır.

Programlarda toplumsalı ifade eden son esas aktör ise kamera, yani dışarıdaki toplumdur. Dış toplum, program içindeki toplumsallığa en az etkisi olan aktördür. Çünkü gözetleme dışında hiçbir katılımı bulunmamaktadır. Dış toplum, realite program gerçekliğinin dışında kalan, gerçek toplumdur. Bu paradoksal ilişki, esas olanın, sentetik olan tarafından dışarıda bırakıldığı ters dönmüş bir ilişkidir. Program içindeki aktörler performanslarını dış toplumun farkında olarak, ancak yokmuşçasına sergilemektedir. Aslında bu durum, programı izleyen dış toplumu tepkisizleştirmektedir. Ancak adayların kimi zaman klasik ‘80 milyon bizi izliyor’ söylemiyle, dışarıdaki toplumun varlığı hissettirilmektedir.

Toplumsal Alan Kurgusu

Realite programlarda toplumsallık kadar toplumsal bir alan kurgusu da inşa edilmektedir. Bu alanın içine dahil olan her şey gerçeklik ifade ederken, dışında kalan şeyler ise programın sunduğu gerçeklik bağlamında 'yok' hükmündedir. Her programda, toplumsal alanı gösteren kurgulanmış bir mekan bulunmaktadır. Çünkü gerçeklik bağlamında olduğu gibi realite programlarda da mekan, kimliğin inşasında yapısal etkileri olan bir unsurdur. Bu mekanda var olabilmenin tek şartı, programa 'giriş' yapmaktır. Aksi takdirde adayın bir gerçeklik olarak var olması söz konusu değildir. Her adayın programdaki varlığının tanımı, yakalarında taşıdıkları kartlar veya dijital olarak ekrana yansıtılan bilgilerle yapılmaktadır. Bu tanıtıcı bilgiler, adayların program içindeki hayatta kullandıkları nüfus cüzdanı görevini üstlenmektedir.

Adayların program içi alandaki yaşamlarının başlangıcı kadar nasıl sonlanacağı da oldukça önemlidir. Çünkü her aday için programdan çıkış yani 'tele-ölüm'³ seçeneği bulunmaktadır. Adaylar programdan evlenerek, kovularak (bazı adaylar nadir de olsa kendi istekleriyle ayrılır), elenerek ya da şampiyon olarak ayrılmaktadır. Programdan ayrılan her aday için yeni bir hayat başlarken, adayın program içindeki varlığı son bulmakta, bir başka deyişle aday o program için ölmektedir. Programa katılım sağlayan adayların uzun süre boyunca programda kalma tutkusu, bu durumla yakından ilgilidir. Asıl yaşama geçişin bir ölüm ayinini andıran şekilde hüznle gerçekleşmesi, 'öbür dünya' metaforu ile organik dünyayı realite program bağlamından soyutlar ve fantastik kılar.

Genellikle kapalı alan konseptine sahip olan realite program mekanları, Zuhâl Topal'la programında bir evin iç görüntüsünü, Yemekteyiz programında yarışmacı evlerini, İşte Benim Stilim programında defile alanını, Survivor programında ise egzotik ada konseptini andırmaktadır. Yemekteyiz programında doğal ev ortamı gibi sunulan yarışmacı evleri bile, sofistike müdahalelerle hazırlanmaktadır. Bu mekânlar, gerçekliğin kusurlarından arındırılarak ayartıcı ve ilgi uyandırıcı görsel estetikler barındırmaktadır. Programlarda iç mekan kadar, dış mekanlar da kullanılmaktadır. Survivor her ne kadar yaban hayatını kapsayan bir dış mekan gibi algılansa da yarışma alanları ve kameraya yansıyan doğal çevrenin bakımdan geçirildiği kuşkusuzdur. Zuhâl Topal'la programında evlenmek isteyen adayların dış ortamlardaki flörtleşme süreçleri gösterilirken, kafe ya da sahildeki

3 Göker'e (2015) göre, realite programlarda her adayın varlığını simgeleyen bir gösterge vardır. Survivor'da bu gösterge yaşam meşalesidir. Aday elendiğinde meşale sönmekte ve tele-ölüm gerçekleşmektedir. Bir başka ifadeyle, programdan ayrılan her aday aslında o programda sunulan yaşam için ölü kabul edilmektedir.

alanlarda başka kimsenin olmaması ve ortamın düzenlenmesi, önemli birer ayrıntıdır. Yemekteyiz ve İşte Benim Stilim programlarının ‘satın alma’ süreçlerine hizmet eden dış mekanlar ise, genellikle programın anlaşılabilir olduğu tüketim alanlarından oluşmaktadır. Kısacası program içindeki açık ve kapalı mekanların tümü, gerçeklik algısını kuvvetlendireceği düşünülen çok sayıda estetik ayrıntı içermektedir. Ancak kolayca görüleceği gibi, Zuhal Topal’ın ardındaki şöminede yanan ateş başta olmak üzere bir çok şey bir efekt ya da bir kurgudan ibarettir.

Realite programlardaki alanların tasarımı kadar, toplumsal hayatı temsil eden mekansal bölümlendirmeleri de önemlidir. Çünkü realite programlarda genel olarak toplumsal-kamusal alanı ifade eden bir Loca, oturma alanı ve sahne; küçük çaplı sosyalleşmelerin yaşandığı yarı-mahrem alan ve bireylerin tamamıyla bireysel kullanımında olan sözde mahrem alan bulunmaktadır. Bu bölümlendirme içinde en çok göze çarpan ayrıntı, toplumsal alan ile mahrem alan arasında ayırıcı bir sınır olmaksızın tüm mekanların iç içe geçmesi ve eklektik yapı arz etmesidir. Bu durum özel hayat çizgisini yok etmekle birlikte, özel ilişkileri toplumsal müdahalelere daha açık hale getirmektedir. Programlara yöneltilen mahremiyet ve teşhir eleştirileri, bu ilişkisellik üzerinde yoğunlaşmaktadır. Çünkü bireylerin yarı-mahrem ve mahrem ilişkileri toplum içerisinde ve herkesin gözü önünde cereyan etmektedir. İki kişinin diğerleri hakkında dedikodu yaptığı mahrem anlarda bile dış toplumun gözü oradadır. Bu nedenle realite programlarda mekansal tasarımların mahremiyetle olan ilişkisi yeniden düzenlenmektedir. Adayların kendilerine özel bir alan açabilmesi mümkün değilken, tüm mekanlarda onları takip eden bir ‘göz’ bulunmaktadır.

Toplumsal İlişki Mekanizmalarının Kurgusu

Realite programlarda kurgulanan toplumsal ilişkiler dört boyutta gerçekleşmektedir: aday-aday ilişkisi, aday-toplum ilişkisi, aday-moderatör ilişkisi ve toplum-moderatör ilişkisi. Belirtilen ilişki mekanizmaları, program içindeki genel toplumsallığın seyrini tayin etmekte ve sosyal gerçekliği inşa etmektedir.

Adayların birbirleriyle kurdukları ilişki genellikle programın isnat ettiği kimlikler ekseninde gerçekleşmektedir. Bu ilişki biçimi; evlilik programlarında bir adayın karşı cinsten bir adaya talip olmasını, Survivor’da diğerleri ile yarışarak alt etmesini, Yemekteyiz programında diğerlerinden daha güzel yemek yapmasını, İşte Benim Stilim programında diğerlerinden daha iyi giyinmesini ve en önemlisi, program ayırt edilmeksizin en fazla sansasyonu yaratmasını gerektirmektedir. Bu nedenle adaylar arasındaki arkadaşlık ve aile bağları, dini ve etnik bağlar gibi ilişki tipleri, programların öncelikli kurgusal konseptinde yer almamaktadır.

Sözgelimi, Aydoğan-Boschele'nin Survivor üzerine yazdığı bir yazıda (www.bianet.com), adaylar arasındaki ilişkinin lanse edilme biçimleri sorgulanmakta ve bilinçli bir çarpıtmaya karşı güçlü eleştiriler yöneltilmektedir. Çünkü yazıda belirtilen adaylar arası ilişki; her adayın diğerine karşı saldırgan, fiziksel güce dayanan, tekinsiz ve alt etmeci davranışları ve 'hadi savaşalım, savaşı sürdürüelim, savaşa devam' naraları ile birlikte düşünülmelidir. Oyun adı altında tertiplenen aktiviteler, aslında oyun kültürünün özüne ters biçimde bir ödül mekanizmasına karşı diz çöken ve orada olma amaçlarının gereğini yerine getiren 'kurbanların' birbirlerine karşı amansız mücadelelerinin gerçekleştiği bir 'Sirk Gösterisi' ile eşgörünümlüdür. Adaylar arası ilişkiyi Survivor özelinden diğer formatlara yayan bir okuma pratiği, benzer sonuçlarla kendini tekrar edecektir. Evlilik programlarının birleştirici söylemlerine karşılık, adaylar arasında yarışmaya dayalı bağlar kurgulamasının ardında, kapitalist tüketim rejiminin bireylerine aile ilişkilerini nasıl kurmaları gerektiği noktasında taktik verme yaklaşımı bulunmaktadır. Yemekteyiz ve İşte Benim Stilim programlarındaki yarışmacı kişiliğin, saldırgan bir savaşıyla giydirilmesinin birçok bakımdan rahatsız edici toplumsal yansımaları ile karşılaşmaktadır. Ancak realite program kültürünün yaygınlaşması, içeriklerdeki rahatsız edici kimlik çarpışmalarını doğal ve rutin karşılamaya uzanan toplu bir müsamaha yaratmaktadır.

Realite programlardaki ilişkilerin bir diğer halkasını aday-toplum ilişkisi oluşturmaktadır. Aday toplum ilişkisi genel olarak, kamusal toplanmaların gerçekleştiği ödül, elenme ya da yorum alma esnasında vuku bulmaktadır. Önemli olan husus, adayın toplumun görüşlerini seçebilme birlikteliğe karar verme özgürlüğünün olmayışdır. Ancak, çoğu zaman kamusal alanlarda adayın hoşuna gitmeyen yorumlar da yapılmakta ve bu durum toplumsal gerilim yaratmaktadır. Bu andan itibaren toplum, adayın taraftarları ve karşıtları olarak ikiye ayrılmakta ve aday üzerinden tartışmalar yapılmaktadır. Kimi zaman moderatörün de bir üst mekanizma olarak sürece dahil olduğu ve taraflı ya da tarafsız yorumlarda bulunduğu görülmektedir. Survivor programında, diğer örneklem birimlerinden farklı olarak, aday-toplum ilişkisinin 'yarışma' alanlarına da yayıldığı anlar mevcuttur. Takım oyunlarının bireysel performansları esas alan bir toplu hareketle sağlanması, bireyin toplumla kurduğu ilişkilerin düzene tabi olmasını da gerektirmektedir. Ancak adayın ait olacağı topluluğu seçme gibi bir özgürlüğe sahip olmaması ve topluluk olarak geçirilecek zamanın program kuralları tarafından kısıtlanması, toplumsal performansların yalnızca yarışma ve ödül odaklı karakterini göz önüne getirmektedir.

Toplumsal ilişkilerin özenle düzenlendiği halka ise aday ve toplumun moderatörle kurduğu ilişkidir. Aday-moderatör ilişkisi genel olarak talep, beklenti ve korunma üzerine kuruludur. Çünkü adaylar, üst bir mekanizma olarak moderatörlerden bazı şeyleri talep etmekte, bazı beklentiler içine girmekte ve toplumsal baskıya maruz kaldığında moderatörün korumasını talep etmektedir. Bazı durumlarda, yüksek baskıya maruz kalarak ağlama noktasına gelen adayların, moderatöre bir kurtarıcı edasıyla yaklaştığı görülmektedir. Bu noktada, adayın moderatörü 'kutsal ve koruyucu' bir güç olarak algıladığı ve algılattığı fikri ortaya çıkmaktadır.

Toplumun moderatörle kurduğu ilişki ise genel olarak övgü ve saygı üzerine kuruludur. Kamusal alanlarda toplanan adaylar, çok sinirlendikleri anlarda bile moderatöre olan saygılarından dolayı tepkisiz kaldıklarını dile getirirken, çoğu zaman moderatörü öven ifadeler kullanmaktadır. Toplum, kolektif baskı refleksini harekete geçirmeden önce, moderatörün onayını beklemekte ve moderatör toplumsal bir referansa dönüşmektedir.

Program Ritüelleri

Realite program türlerinde bazıları belirli bir programa özgü, bazıları ise ortak olarak kullanılan kurgusal ritüel mekanizmaları geliştirilmektedir. Bazı adaylar bu ritüellerin tamamını yaşayıp, program için varlığını sonlandırırken, bazı adaylar biri ya da bir kaçını sürekli tekrar etmekte ya da ilk birkaçını tamamlayarak elenmektedir. Program ritüelleri, izleyicinin seyretmekte olduğu akışı takip ederek, sonunu kestirebildiği bir anlatı ile yüzleşmek zorunda kalmasına neden olmaktadır. Toplumsal dinamiğin ritüeller olarak pratiğe dökülmesi, davranışların kurumsallaştığı bir ekran deneyimini izleyici kitlesine aktarmaktadır. Her programın ritüeller zinciri, inşa edilen kimlik modelleri ve toplumsal dizaynların tekrar yoluyla hafızalara kazındığı ve bağlam kurduğu süreçler olarak değerlendirilmelidir. Bu süreçler, realite program toplumsallığının ilgi çekici ve kompost yapısını sunmaktadır.

Zuhal Topal'la programının da içinde bulunduğu benzeş evlilik programları kuşağı; takdim-paravan ardı görüşme-yorum alma-çay içme-karar açıklama-nışan/düğün izleğindeki bir ritüel zincirini sürekli tekrar etmektedir. Bir adayın takdim ile başladığı ritüel süreçleri, paravan ardı görüşme ve yorum alma aşamalarını tamamladıktan sonra genel olarak sonlanmakta ve başa dönmektedir. Çünkü ritüelleri tamamlamak, program içerisindeki etkinliğin son bulmasına uzanan bir çıkış koridorudur. Bu nedenle evlilik programı gibi lanse edilen programların en önemli ritüelleri arasında evliliğe ayrılan süre epeyce azdır. Programdaki toplumsal yapıyı pratiklerle birbirine bağlayan davranışlar sistemi, takdim ve karar

açıklama kerteleri arasında sürekli gidip gelmektedir. Toplumun özündeki kültürel üretimi belirleyen bu iki uç arasındaki sürekli gidiş gelişler, aşına olunan ve kestirilebilen bir tele-yaşam trendi yaratmaktadır.

Yemekteyiz programının ritüelleri ise; alışveriş-hazırlanma-yemek sunumu- oylama-kazanma/kaybetme-büyük final aşamalarını tedrici olarak takip etmektedir. Ritüeller arasındaki aşamalı geçişler, izleyicinin ev sahipliği-misafirlik ilişkilerine de medyatik bir taban oluşturmaktadır. Tüketim ile başlayan süreç, hazırlık ile devam etmektedir. Ancak hazırlık süreçleri yemeğin kendisi ile kurulan ilişkiden daha çok, yemek özelinde gerçekleşmesi muhtemel etkileşimlerde, ev sahibinin kazanım elde etmeyi planladığı maddi ve maddi olmayan gelirlere yöneliktir. Yemekteyiz programında hazırlık sürecinin yemekleri aşan yönü, sunumun ve ağırlamanın gerçekleştiği anlarda kendini daha fazla hissettirmektedir. Adaylar arasındaki paylaşımların kanalı olan yemekler, belirli anlamların ve taraflar arasındaki çatışmanın yollarını kuran aracı bir semboldür. ‘Yemek yerken konuşulmaması gerektiği’ değerini üreten bir kültüre zıt olarak, tam olarak ‘yemek yerken konuşulan’ bir kültüre geçiş, Yemekteyiz programının esasında bir yemek kültüründen farklı evrelere uzandığına delalettir. Yemeğin sembolik sunumu, yemek yapanın program içi kimliğini hazırladığı ve diğerlerinin onayına sunduğu güçlü bir temsili barındırmaktadır. Bu temsil, günlük puanlama ve büyük ödülün karşılık geldiği değerlendirme kriterlerini de kapsamaktadır. Çünkü mülkiyet, mahremiyet, giyim, sosyallik gibi birçok kategoriye içinde barındıran değerlendirme gerekçeleri, ev sahibi ve misafir arasındaki tüm ilişkilerinin de dönüştürüldüğü bir projeyi faal tutmaktadır.

İşte Benim Stilim programındaki ritüeller bütününe Yemekteyiz programının ritüelleriyle paralel yönleri vardır. Alışveriş-sunum-değerlendirme/puanlama-ödürl ritüellerinin sergilendiği program zamanında, elbiseyle birlikte sunulan bir diğer unsur sofistike kadın bedenidir. Tüketim edimi ile birlikte düşünülmesi istenen kadın bedeni, topluluk üyelerini temsil eden adaylar arasındaki anlık ilişkilerden soyutlanarak, programın üst mekanizmalarının onayına bırakılmaktadır. Realite programın ‘kutsalları’ sayılan jürilerin belirlediği moda ve güzellik kıstasları, adaylara puan ve dolayısıyla da para ve şöhret olarak geri dönmektedir. Adayların belki de en son hedeflediği şey, para ödülüdür. Her aday estetik görünümünden şöhret devşirmek için yarışmakta ve ‘stilini’ moda dışı eylemlerine de borçlanmaktadır. İyi giyinmek, programda ödül kazanmak için yeterli değildir. Ritüellerin uygulanmasında adaylar ve jürinin ortaklaşa sergilediği performansların içeriği doldurması ve bir ‘şampiyon’ çıkarması beklenmektedir. Ritüellerin uygulanması kadar, programlanmış hareketlerin taşıdıkları anlamların organik

bağlama yayılmasındaki başarıya da değinilmelidir. Çünkü organik toplumun geleneksel ritüellerden müteşekkil yapısı, somut bir jüri makamının yer almadığı süreçlerin realite programlardaki örneklerle yapılan atıflarla değişmektedir.

Survivor'un ritüelleri ise; takımlara ayrılma-ada paylaşımı-yarışmalar/oyunlar-ada konseyi-teleölümler- büyük final aşamalarını takip etmektedir. Her yarışmanın başladığı ve aylarca sürdüğü program zamanı boyunca, izleyici ilk andan itibaren kaçınılmaz son hakkında fikir sahibidir. Şüphelendiği failer arasından hangisinin birinci olabileceğini kestirmeye çalışıp, tarafgirliğini belli etmekte ve 'oy' yoluyla sonuca tesir edecek bir etkileşim yumağının içerisine sokulmaktadır. Bu bakımdan Survivor'un ritüelleri arasında izleyiciye ayrılmış katılım biçimlerinin de yer aldığı söylenebilir. Survivor ritüelleri izleyicisine, başı ve sonu belli olan bir anlatı hakkında ipuçları verse de anlatının nasıl sahneleneceğinin müphem tarafları, gizemle karışık bir aşinalığın cazibesini yaratmaktadır. Diğer programlarda olduğu gibi Survivor'da da ritüellere bağlılık esastır. Hatta ritüellerin en fazla mistik havaya büründüğü ve dini tınılarla arz edildiği program Survivor'dur. Ritüellerin mistik özellikleri, anlatının gizemini deşifre etmek için kodları açılmakla meşgul olan izleyicinin gerçeküstü bağlılık anlarına çekilmesini kolaylaştırmaktadır. Gerçeküstü ritüeller, gerçeküstü performansların talep edildiği adayların yüklendiği toplumsal fonksiyonların ağırlığını arttırmaktadır.

Hızlandırılmış Süreç Kurgusu

Toplumsal gerçeklik; kiteselleşme ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak giderek hızlanan bir süreç içermektedir. Ancak gerçekliğe paralel bir dünya sunan televizyonda, zaman kavramının çok daha hızlı işlediğini söylemek mümkündür. Örneğin; evlilik gibi bir olgunun, gerçek toplumsal bağlamda uzun sayılabilecek bir süreç sonunda gerçekleşmesi beklenmekteyken, bir 'oldu-bitti' yanılığısı içerisinde ne olduğunun farkına varılmadan neticelenen ve öncesi ile sonrası çabucak unutturulan bir hızlılık söz konusudur. Çünkü bireyler program süreçlerinde birbirlerini hızlıca tanımakta, tecrübe etmekte ve dost ile düşmanın kim olduğuna kısa sürede karar vermektedir. Yemeklerin pişme süresi, yarışmacıların hazırlanmaları, giyinme anları, oyun alanlarının hazırlanması gibi birçok gereksiz ayrıntıdan arındırılan rafine görünüm, realite programların yalnızca ilgi çekici vitrinlerinde akan bir zamanın temsilidir.

Realite programlarda, bir önceki maddede belirtilen ritüeller çok kısa sürede tamamlanmaktadır. Bireyler hızlıca tanışmakta ve düşünmeye pek vakti olmamaktadır. Ekranda görülen renkli, aksiyonu bol ve ilgiye mazhar olaylar bütünü, aslında konsantre bir konseptin izlerini taşımaktadır. Bu hızlandırılmış süreç,

gerçekliğin rutin ayrıntılarını aza indirerek kurgusal etkiyi sürdürmek, adayların yüzlerini yeni ve taze tutma eğilimi ile açıklanabilir.

Adaylar arasındaki ilişkinin temel özellikleri yüzeysel ve hızlı tüketilebilir olmasıdır. Bu ilişkiler yüzeyseldir çünkü, süreç derinlere inmeden kısa sohbetler ve çıkarılara dayalı anlık işbirlikleri şeklinde gerçekleşmektedir. Aynı zamanda bu ilişkiler kolayca tüketilebilir niteliktedir, çünkü adaylar çok sık ve kısa sürelik periyodlar halinde farklı hedeflerle yönlendirilmektedir. Çıkarların ve kompozisyonlarının sürekli dönüştüğü ve yenilendiği ilişkilerdeki bu yüzeysellik durumu, post-modern tüketim toplumunun etkisiyle ilişkilidir. Çünkü kitlesel olarak tüketime sevk edilen toplumlarda, insani değerler ve ilişkilerin de tüketilerek yenilerinin talep edilmesi olağan bir sonuçtur. Bu durum, adayların birbirlerini ve birbirleriyle kurdukları ilişkileri tüketme eğiliminde olmalarına neden olmaktadır.

SONUÇ

Realite programlardaki kurgusal tasarımı, gerçekliği hiç olmadığı bir şekilde biçimlendirerek, gündelik hayatın içerisinde doğal olarak var olan bir kavrama dönüştürmektedir. Realite programlar bir kurgu vasıtasıyla, toplum içinde hiçbir zaman var olmamış ancak her zaman varmışçasına deneyimlenen bir gerçeklik inşa edilmektedir. Bu çalışmada, kimlik ile kurgusal gerçeklik arasındaki ilişki yalnızca toplumsal hayatta dolaşıma sokulan gerçekliğin durumu ve yarattığı etkiler özelinde değil, gerçekliğin nasıl kurgulandığı, bir başka ifadeyle nasıl inşa edildiği özelinde tartışılmıştır. Çünkü gerçekliği anlamak için mevcut hali kadar, bağlamını da iyi analiz etmek gerekmektedir. Realite programlardaki sosyal gerçekliğin bağlamını ise, programın kurgusu oluşturmaktadır. Tele-kimlikler, program içinde kurgulanan sosyal ilişkiler vasıtasıyla inşa edilmekte ve ancak bu kurgusal ilişki ağının çözülmesiyle anlaşılmaktadır.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen çözümlenme ile realite programlarda nasıl bir kimlik, toplumsal ilişki, toplumsal alan ve ritüeller mekanizması kurgulandığı ve bu kurgunun gerçeklikle olan dinamik ilişkisine dair bulgulara ulaşılmıştır. Kuşkusuz, bu programlar gerçeklikten beslenirken, bir yandan da gerçekliği dönüştürmektedir. Bir süre sonra beslenen gerçekliğin kendisi de doğal ve tarihsel kökenlere bağlı bir gerçeklik olmaktan çıkmaktadır. Realite programlara yöneltilen toplumsal eleştirilere bakılacak olursa, giderek azalan bir grafik izlediği görülmektedir. Çünkü bu programlardaki gerçeklik, toplumsal hayatta yaygınlaşmaya ve meşrulaşmaya başlamıştır. Bireyler bu gerçekliğe giderek daha fazla alışmakta ve sosyal ilişkiler dönüşüme uğramaktadır.

Çalışma, kurgusal gerçekliğin kimlikler üzerindeki belirleyici etkisini ortaya koymuştur. Dolayısıyla gerçeklik kadar, gerçekliğin nasıl inşa edildiğinin de önemi vurgulanmıştır. Doğru ve etkili bir kurgu, değişmez olarak tanımlanan gerçekliklerin bile yıkılarak yenisiyle değiştirilmesine neden olabilmektedir. Türk toplumu açısından yüksek derecede önem atfedilen aile, yemek, giyim ve yarışma kültürün hatlarını çizen kurumsal donanımın, güncel televizyon programları aracılığıyla dönüştürülmesi, bu savı kanıtlar niteliktedir. Çünkü kurumsal davranışlar ve kimlik kalıplarına dair toplumsal tanımların, toplum içi mekanizmalarla değişmesi oldukça zorken, televizyon dünyası bunu bir ya da birkaç program içeriğiyle kısa sürede gerçekleştirebilmektedir.

Realite programlar içinde sahip oldukları kimliklere alternatif olarak yeni medyatik kimlikler kazanan bireyler, gerçek hayatlarında da bu kimliklerden beslenmekte ve onları sosyal sermayelerinin ayrılmaz bir bileşeni haline getirmektedir. Bu programlar içinde popülerleşen adayların kimliklerini tesis ettikleri sosyal medya hesaplarında kendilerini tanımlamak için kullandıkları ifadelerde, bağlı oldukları program, programın yayınlandığı kanal ve program içinde kazandıkları yakıştırmaları içeren vurgulara yer verdikleri, hatta çoğu zaman sosyal medyadaki kimlik profillerinin tamamen bu vurgulardan meydana geldiği görülmektedir. Nitekim bu bireylerin sosyal medyada ve güncel hayattaki paylaşımları büyük oranda realite-kimlikleri/tele-kimlikleri ekseninde gerçekleşmektedir. Çünkü bu bireyler, realite programlar aracılığıyla kimlik kazandıklarının bilincindedir ve gerçek hayatlarını bu bilinçle dizayn etmektedir. Birçok aday realite programlardan bağımsız kimlikleriyle bir sosyal ayrıcalığa erişemeyeceğinin farkındadır. Bu nedenle birçok adayın geçmişine ilişkin bir bulguya rastlandığında, bu olay medyada 'X programı adayının gerçekte kim olduğu ve neler yaptığı ortaya çıktı' tarzında bir haber mantığıyla sunulmaktadır. Çünkü program içindeki kimliklerin gerçekliği o kadar meşrulaşmıştır ki adayların gerçek hayattaki kimlikleri çoğu zaman medyatik kimlikleri ile uyumsuzluk içermekte ve bu uyumsuzluk haberlere konu olmaktadır.

Realite programlardaki tele-kimliklerin adaylar kadar, bu kimliklere tanıklık eden izleyiciler üzerinde de etkisi bulunmaktadır. Sosyal medyada, birçok ünlüden bile fazla takipçiye ve fan gruplara sahip olan adayların kimlik profillerinin, izleyiciler tarafından benimsendiği, taklit edildiği ve en önemlisi bir pratiğe dönüşerek yaygınlaştığı sıklıkla karşılaşılan bir durumdur.

Realite programlarda gerçeklik, gerçek karakterler arasındaki gerçek olmayan bir ilişki bağıyla sağlanmaktadır. Oldukça sıradan olacak kadar gerçeklik taşıyan bu karakterlerin içinde buldukları kurgusal ilişki, bir süre sonra üst gerçek-

liğe dönüşmektedir. Bu süreçler içerisinde karakterlerin gerçekliği, aralarındaki ilişkinin de gerçek olması gerektiği noktasında uzlaşmış bir ön kabul yaratmaktadır. Ancak ileri safhalarda karakterlerin kim oldukları ve toplumsal konumları göz ardı edilmektedir. Artık izleyicilerin odaklandıkları tek nokta, gerçek üstü ilişkilerdir ve artık karakterler bu ilişkiler vasıtasıyla gerçeklik kazanmaktadır. Bu durum, realite programların gerçeklik stratejisinin bir parçasıdır. Kurguyu gerçek göstergeler üzerinden gerçekliğe dönüştürdükten sonra, asıl gerçeklik arka plana itilmekte ve yeni üst gerçeklik, kendini var eden göstergelerden bağımsız bir yapı kazanmaktadır.

Sonuç olarak; realite programlar, gerçekliği yalnızca aile, yemek, giyim ve yarışma kültürü, kadın-erkek ilişkileri ve evlilik gibi hususlarda değil, kimliklerin kurgulanması hususunda da etkilemekte ve dönüştürmektedir. Kimliklerin toplumsal yapı dışında medyatik kodlarla modellenmesi, en az kurumsal dönüşümlere ilişkin tartışmalar kadar önemlidir. Çünkü kimliklerin bir televizyon programı aracılığıyla üretilmeye başlandığı bir toplumda, kurumların işleyişinin uzun zamandan beri aksadığını ifade etmek mümkündür. Bu aksaklık durumu, realite programlar ya da diğer televizyon programlarının ötesinde, toplumsal düzeneklerin meşru dayanaklarının sorgulanmasını gerekli kılmaktadır. Nitekim realite programlar her ne kadar kurgusal bir gerçeklik içerse de her yönüyle içinde geliştiği toplumun ayrılmaz bir parçasıdır.

KAYNAKLAR

- Aksop, G. (1998). Türkiye'de Reality Show'lar. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı. Ankara.
- Budak, S. (2007). Türkiye'de Reality Televizyon Programları ve Söylem Yapılarının Oluşturulması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Anabilim Dalı. İzmir.
- Göker, G. (2015). Tele-yaşamlar: Gerçeklik ve Kurgu Bağlamında Türkiye'de Realite Programlar. *Global Media Journal TR Edition*. 6 (11). Ss.: 261-282.
- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audiences and Factual Television*. London Routledge.
- <https://m.bianet.org/bianet/diger/176002-survivor-da-yarismak-mi-oyynamak-mi> adresinden ulaşıldı. Erişim Tarihi: 02.02.2019.
- Ikoro, E., A. at All (2015). Reality TV or Television Reality Show Forms: Genre and Modes. *Global Educational Research Journal*. Vol: 3 (11). Pp: 383-388.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.

- Kaya, F. (2013). Televizyon Programlarında Yayınlanan İzdivaç Programlarında Toplumsal Cinsiyetin Temsili. *Kadın Araştırmaları Dergisi*. Sayı: 13. Ss.: 81-110.
- Meder, M. Ve Çiçek, Z. (2011). Özel Hayatın Kamusal Alanda Tartışılması: Evlilik Programları Üzerine Bir Değerlendirme. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı: 9. Ss.: 69-80.
- Nabi, R. L. at All (2003). Reality-Based Television Programming and The Psychology of Its Appeal. *Media Psychology*. 5. 303-330.
- Pahad, A. ve d. (2015). Influence of Reality TV Shows on Society. *Indian Journal of Applied Research*. Vol: 5 (4). Pp: 703-705.
- Polat, F. Ve Karşlı, B. (2012). Evliliğe İlişkin Türk Televizyon Programlarının Sosyolojik Analizi. *EKEV Akademi Dergisi*. Sayı: 51. Ss: 31-44.
- Reiss, S. ve Wiltz, J. (2004). Why People Watch Reality TV. *Media Psychology*. Vol: 6. Pp: 363-378.
- Renkmen, M., S. (2012). Evlilik Programlarında Hegemonik Erkekliğin İnşası, Temsili ve Ataerkil Söylem. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sosyal Psikoloji Anabilim Dalı. Ankara.
- Rigel, N. (1995). Haber, Çocuk, Şiddet. İstanbul: Der Yayınları.
- Sholle, D. (1993). Buy Our News: Tabloid Television and Commodification. *Journal of Communication Inquiry*. 17 (1). 56-72.
- Stefanone, M. ve d. (2008). We're All Stars Now: Reality Television Web 2.0 and Mediated Identities. (http://www.buffalo.edu/content/dam/cas/communication/files/Stefanone/stefanone_hypertext08.pdf) adresinden ulaşıldı. (Erişim Tarihi: 11.11.2016).
- Şakrak, E. B. (2015). *Gerçekliğin Kurgulanmasında Reality-Show'lar: İletişim Çalışmaları (içinde)*. Ed. Filiz Aydoğan Boschele. İstanbul: Derin Yayınları. 217-234.
- Şentürk, R. (2009). McLuhan'ın Televizyon Teorisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Sayı: 15. Ss: 17-31.
- Weiland, S. and Dunbar K. (2016). What's Real About Reality Television?. *Journal of Mass Communication and Journalism*. 6 (3). 1-3.
- Yıldırım, S. (2007). Türkiye'de Reality Televizyon Programları ve Söylem Yapılarının Oluşturulması. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sinema Televizyon Anabilim Dalı. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir.
- Yoon, M. T. and Garma, R. (2006). Reality Television Programs in Malaysia: A Dream Come True?. *Sunway Academic Journal*. 3. 73-86.