

Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Çerçevesinde *Survivor* Programı

ÖZLEM YUMRUKUZ*

Özet

Çalışmada televizyon medyasının bilinç üzerindeki yansımaları 'reality şov' üzerinden ele alınmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'de yayınlanan Survivor programının izleyici üzerindeki etkisi Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramı ekseninde hiper-gerçeklik, anlamın patlaması ve sıcak-soğuk olay ilişkisi kavramları üzerinden ve özel olarak postmodern medya kuramı çerçevesinde değerlendirmeye açılmıştır. Çalışmada; anket, görüşme ve nitel içerik çözümlemesi yöntemleri kullanılmıştır. Simülasyon kuramının Survivor yayın formatı üzerinden deneysel olarak test edilmesinin medya içerikleri ile ilgili yapılacak diğer saha çalışmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Neticede elde edilen bulgular ışığında bilincin medya aracılığıyla yeniden üretildiği, salt imajlara indirgenerek gerçeküstü bir yaşam pratiği içine çekildiği ve tele-görsel imgelerin bu yeniden üretmenin zıttı ya da bir benzeri olarak değil bir karşı form olarak yansydıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eğlence, Simülasyon, Hiper-Gerçeklik, Medya, Televizyon.

***Survivor* Programme in the Frame of Jean Baudrillard's Simulation Theory**

ÖZLEM YUMRUKUZ*

Abstract

The study explores how television media acts on the human conscious through reality shows. It focuses on if reality show *Survivor* in Turkey constructs a hyper-real microcosm analyzed in the frame of Jean Baudrillard's simulation theory and with a specific relation to his postmodern media theory. It explores how television media creates simulations world referring to concepts such as hyper-reality, implosion of meaning and hot and cold event relationship. With this purpose, the methods of questionnaire, interview and qualitative content analysis were applied. The empirical analysis of *Survivor* in the frame of Simulation theory is thought to contribute and shed light to the future studies on media contents. It is concluded that televisual imagery is reflected neither in the opposite nor in the similar form of its first referential meaning, yet being left in its anti-form.

Keywords: Entertainment, Simulation, Hyper-Reality, Media, Television.

1. Giriş

Baudrillard, medyanın iletişimi olanaksız kıldığı, anlamı yok ettiği ve izleyiciyi edilgen bir konuma düşürdüğüne ilişkin kabuller üzerinden yazdığı *The Evil Demon of Images* (1988) ve *On Seduction* (1991a) adlı eserlerinde kendi postmodern medya kuramının temellerini atar. Söz konusu kuram ve kuramın üzerinde inşa edildiği terminoloji, günümüz medya araçları ve içeriklerinin toplumsal olanla alışverişini anlayıp analiz etmek için önemli bir fonksiyon üstlenmektedir.

Çalışmada, Baudrillard'ın postmodern medya kuramı Türkiye'de izlenen popüler bir reality şov programı olan *Survivor* özelinde ele alınmıştır. Herhangi bir televizyon formatının¹ kuram çerçevesinde incelenmesi mümkün iken özellikle bir reality şov formatının tercih edilmesinin sebebinin söz konusu program tipindeki 'gerçeklik' vurgusunda aramak yerinde olacaktır. Televizyon aracılığı ile oluşturulan imgelerin toplumsal bellekte, kültürde ve aktüel yaşamdaki karşılıklarını ve bıraktığı etkiyi gözleyebilmek için çalışmada gerçeklik algısı yüksek bir program içeriği tercih edilmesi bazı avantajlar sunmaktadır. Örneğin, sıradan insanların öznesini ve yemek yapmak, sohbet etmek gibi günlük yaşantının nesnesini oluşturduğu bir içeriğin herhangi bir uyarılma ihtiyacı, statü veya para gibi araç olmaksızın bireylerce benimsenmesi ve uygulanması daha olasıdır. Dolayısıyla reality şovlardaki bir söz veya eylemin toplum hayatında oluşturduğu akis, daha net ve katıksız bir şekilde duyulabilmektedir. Böylelikle televizyon programı ile toplumsal arasındaki iki yönlü köprü-yü daha kolay ve saf bir biçimde kavrama imkânı doğmuş olmaktadır.

Kuramın deneysel analizine başlamadan önce Baudrillard tarafından geliştirilen ve/veya kullanılan bazı kavramları açıklamak, çalışmayı ve sonuçlarını anlamak açısından yol gösterici olacaktır.

Baudrillard'ın *Simülakrlar ve Simülasyon* Yapıtındaki Temel Kavramlar

Simülakr: "Bir gerçeklik olarak algılanmak istenen görünüm" (Baudrillard, 1998: 3).

Simülasyon: "Bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi" (Baudrillard, 1998: 3).

Hiper-Gerçeklik: Baudrillard'a göre hiper-gerçeklik, gerçek ve kurgu arasındaki çizginin yok olmasıdır.

¹ Moran ve Malbon televizyon programı formatını şu şekilde tanımlarlar "...formatlar bir televizyon programının üretim, finansman, pazarlama ve yayınlama etkinliklerini oluşturan birbiri ile alakalı bilgi birimleridir. Bunlar tek ve basit bir program örneği ile başlayan ve nihayetinde büsbütün bir program formatına dönüşen toplama ve birleştirme işlemlerinden oluşurlar" (2006: 25).

Anlamın Patlaması: Medya anlam kaybını engelleyemez; çok bilgi az anlam üretir. Baudrillard'a (1983) göre "bilgi ürettiği içeriği, iletişimi ve toplumsalı yutar, anlamı yok eder ve toplumsalı yeniliğin aksine tam anlamıyla puslu bir bilgi yokluğunun içine sokar" (96-100).

Sıcak-Soğuk Olay: Televizyon sıcak medya olaylarını soğuk olaylara dönüştürür ve bu olaylar sıradanlaşarak eğlence aracı hâline gelir. Örneğin, "medya Körfez Savaşı görüntülerini seçerek Amerikalıların vicdanlarını sızlatmayacak bir şekilde bir dizi simüle edilmiş görüntüler silsilesi içinde yayınlamıştı" (Baudrillard, 1991: 208).

Bu kavramlar çerçevesinde Baudrillard'ın medya kuramını, Frankfurt Okulu Alman teorisyenleri T. Adorno (1903-1969) ve M. Horkheimer'ın (1895-1973) düşünceleri çerçevesinde değerlendirmek yerinde olacaktır. Söz konusu kuramcılara göre kültür ve sanat metalaşmış ve ekonomik sistemin devamı için kapitalist yeniden üretim zinciri içinde özünü kaybetmiştir. Bireysel bilinç, medya ideolojileri tarafından kontrol edilmekte ve sonuçta özne ve nesne birbirinin yerine geçmektedir. Bu noktada, Adorno ve Horkheimer Aydınlanma düşüncesinin insanlığı barbarlığa götürdüğünü savunur. Aynı şekilde, Baudrillard da semiyoloji kuramında yönlendirilen öznde (kitlede) medyanın yanılsama ürettiğinden söz eder. Ancak Frankfurt teorisyenlerinden farklı olarak kitlenin pasifliğini, medya mesajları ve kitle arasında diyalektik bir sürecin varlığından ziyade kitlenin eğlence ve haz isteğine bağlar. Kenneth de benzer şekilde "hiper-gerçekliğin temelde Las Vegas ve Disneyland gibi medyanın sunduğu eğlence yoluyla yaratıldığını" savunur (2011: 310).

Frankfurt kuramcılarının izinden devam edecek olursak bunlara göre ticari tekel ve siyaset erkinin etkisiyle medya endüstrisi yeni işlevler kazanmıştır. Ekonomi ve siyasetin televizyon medyası üzerinden toplumsal alanda ürettiği etkiyi ve oluşturduğu ya da değiştirdiği değerler sistemini ortaya çıkarabilmek oldukça zorluklar içermektedir. Bu zorluklardan birisi toplumsal alanda meydana gelen değişiklikleri ve dinamikleri bütünüyle kavrayabilmekse bunun kadar önemli bir diğeri söz konusu değişikliklerin kaynaklarını ayrıştırabilmektir. Toplumsal alanı değiştiren kaynakların bazıları birbirlerini pekiştirici etkiye sahipken bazıları zıt yönde veya birbirlerinin etkisini manipüle etmek suretiyle karma sonuçlar ortaya koyabilmektedir. Çalışma bu zorlukların çizdiği sınırlar içerisinde toplumsal alanda etkili olan bir kaynak olarak televizyonun, onu evlerinin başköşesine koyanların hem görsel hem de işitsel duyularına hitap eden kolay ulaşılabilir bir eğlence kaynağı iken arka planda bireyler üzerinden kolektif bilince nasıl ve ne oranda nüfuz edebildiğine bir cevap aramak amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda araştırmada elde edilen bulgular kullanılarak;

- İnsanları televizyon izlemeye iten nedenler nelerdir?
- Eğer medya, bilinci şekillendirmede önemli ölçüde etkili ise bu doğrudan mı yoksa dolaylı yollardan mı oluşur?

- Medya, hiper-gerçek bir algı mı yaratır veya algıyı yönlendirirken gerçeği yeniden üreterek kendi simülasyonunu mu yaratır?

gibi soruların beslediği hipotezlerin test edilmesi amaçlanmıştır. Televizyon programlarının eğlenceli oldukları için izlendiği, izleyiciyi edilgenleştirerek bilinci biçimlendirdiği ve bunların bir sonucu olarak simülasyon dünyası oluşturduğu hipotezlerinin geçerliliği deneysel olarak sorgulanırken son dönemde çeşitliliği ve izlenirliği oldukça artan reality şov program formatı örneklem olarak seçilmiştir. “Reality şov’lar temelde ‘röntgencilğe olan açlığımızı’ tatmin ettiğimiz gerçek deneyimlerimizden ortaya çıkan yapay ürünlerdir” (Derrida, 2002: 41). Bu şovlar “Gamedoc², Survivor³ gibi gerçek katılımcıların etkileşime girdiği oyunlar, izdivaç programları, Biri Bizi Gözetliyor tarzı programlar ve yetenek yarışmaları gibi birçok formatta yapılandırılmaktadırlar” (Ouellette ve Murray, 2009: 5).

Hill’e göre reality şov; tabloit habercilik, belgesel ve popüler eğlence kültürünü bir araya getiren, medya endüstrilerinin piyasalaşması ve deregülasyonu sonucu oluşmuş bir türdür (2005: 15). Reality şovlar, tabloit haberciliğin sıradan içerikleri eğlenceli kılarak anlatma özelliğine sahip olmasının yanında televizyonun gerçekçi tarafını besleyen belgesel formatına ilişkin bazı özelliklerini de içinde barındırmaktadır. Bu çerçevede, Hill belgesellerin gözleyici gerçekçilik (*observatory realism*) ve açıklayıcı gerçekçilik (*expositional realism*) öğelerine reality şovların da sahip olduğunu söyler (2005: 16). Bunun yanı sıra, mevcut ve/veya bir ya da birkaç ülkede denenmiş ve başarıya ulaşmış program formatları doğrudan veya değiştirilerek/yerele uyarlanarak yayınlanmaktadır. Bu bağlamda, popüler eğlence kültürünün önemli bir işlevi olan ‘kitleyi eğlendirme amacı’ reality şovların diğer bir özelliğini oluşturmaktadır (2005: 21). Dolayısıyla, program içeriklerinin belirli merkezlerde tasarlandığı ve tüm dünyada yeknesak bir kalıba büründüğünü söylemek mümkündür.

Çalışmanın konusunu oluşturan *Survivor* programı yukarıda belirtilen üç özelliği de yansıtmaktadır. Programın teknik olarak ıssız bir adaya düşme ve gruplara ayrılma, gruplar arası ödül ve dayanıklılık yarışması, eleme, grupların bir araya gelmesi, bireysel yarışma, tekrar eleme, final, iki ayrı yarışma, eleme ve kazananın açıklanması bölümlerinden oluştuğu görülmektedir. Programda senaryo metni olmadığından ve program gerçek kişilerden oluştuğundan gerçekliğe yönelik bir vurgu bulunmaktadır. Ayrıca, program icra edilirken acil durumlara karşı ilk yardım ekibinin ve ulaşım olanaklarının hazır tutulduğunu, mekândaki oyun malzemelerinin her

² Oyun şeklinde tasarlanmış döküman, tür.

³ Kelime anlamıyla hayatta kalan kimse. Burada dünya üzerinde birçok ülkede yapılan ve özel olarak seçilen iki grubun bir adada zor şartlar altında yarışmalarını konu alan televizyon yarışması.

bölüm öncesinde bölüme uygun olarak hazırlandığını, yarışmacılara ve yapımcı ekibi-ne lojistik ve finansal destek sağlandığını, yarışmacılara yemek kapları, bıçak, kulü-be, olta, ağ vb. araç ve gereçlerin hazır olarak verildiğini belirtmekte fayda vardır.

2. Yöntem

Araştırmada 127 *Survivor* izleyicisine uygulanan 50 soruluk anket ile 10 izleyici ile yapılan yüz yüze görüşme tekniğinden elde edilen bulgular ışığında programdaki imgelerin alımlanma düzeyi ölçülmüştür. İkinci olarak, nitel içerik analizi yönteminde televizyon formatları Baudrillard'ın sıcak-soğuk olay ilişkisi kavramı üzerinden incelenerek tablolştırılmış ve 2010-2012 yıllarında yayınlanan *Survivor* programından dört bölüm; sıcak-soğuk olay, hiper-gerçeklik ve anlamın patlaması kavramları çerçevesinde incelenmiştir. Nitel araştırma yönteminde ölçme işlemi değişkenlerin derinlemesine incelenmesiyle yapılabilmektedir. Bu nedenle, içerikte belirlenmiş unsurların hangi sıklıkla tekrar ettiği oransal olarak ölçülmekte, benzer ifadeler bir araya getirilmekte ve özetlenmektedir. Bunun yanı sıra kaynağın ilettiği mesajların arka planı ve bağlamı irdelenmektedir. Belirtilen yıllar arasında yayınlanan tüm bölümler incelendiğinde program içeriğinin temelde a) oyunlar, b) kişilerin gündelik hayatları ve c) tartışma veya kavgalardan oluştuğu saptanmıştır. Bu nedenle, üç ana kategoriyi temsilen dört bölüm seçilmiş ve bölümlerden alınan kesitler, belirlenen kategoriler ekseninde incelenmiştir.

Üç araştırma tekniğinden ulaşılan bulgular aşağıda verilen hipotezlerin test edilmesinde kullanılmıştır:

- ✓ Televizyon programları eğlenceli oldukları için izlenirler (neden).
- ✓ Televizyon medyası toplumsal alanda hüküm sürer ve programları aracılığı ile görel olarak kitleyi edilgenleştirerek bilincin şekillenmesinde önemli ölçüde etkilidir (etki).
- ✓ Televizyon medyası kolektif bilinci şekillendirerek simülasyonlar dünyası yaratır (sonuç).

Bununla birlikte toplumsal alanda hiper-gerçekliği resmetmek, stüdyo ortamındaki katılımcılara yayın sırasında ulaşabilmek veya izleyicilerin programı günlük hayatlarında nasıl deneyimlediklerini sıcaklığı sıcaklığına yansıtmak mümkün olmadığı için araştırmanın görel olarak niteleyici olduğunu belirtmek gerekir. Ayrıca araştırmayı nispeten teorik kılan kısıtlardan bir diğeri de araştırmaya katılanların sorulara cevap verirken objektiflikten uzaklaşma ihtimalleridir. Bu yüzden, anketlerin birçoğu yüz yüze gerçekleştirilmiştir ve yapılan görüşme tekniği ile yanılma payı en aza indirgenmeye çalışılmıştır.

2.1. Yöntemin Uygulanması

2.1.1. Medya İçerikleri: Televizyonun Sıcak ve Soğuk Olayları; Eğlence

Aşağıdaki tabloda gösterildiği gibi herhangi bir türden televizyon programı bir veya iki aşamalı sıcak olay evresinden sonra soğuk olaya dönüşerek hiper-gerçekliğin bir parçası olmaktadır.

Tablo 1: Medya İçeriklerinin Sıcak-Soğuk Olay Analizi

Tür	İçerik	Sıcak Olay		Soğuk Olay
Belgesel	Hayvan Belgeseli	Örn: Kaplanın avlanma sahnesi.		Hikâyelendirilmiş, yavaş çekim ve ekran yakalamayla kaplanın bir anda her yerde görülebilmesini (<i>omnipresence</i>) teknik olarak mümkün kılan ve diğer hayvan türleriyle birlikte birbiriyle alakalı sahnelerin kolajlanmasıyla av sahnesinin sunulması.
Reality Şov	<i>Survivor</i>	Sıcak Olayın 1. Evresi: Gerçek hayattaki yaşam mücadelesi.	Sıcak Olayın 2. Evresi: Gerçek yaşam mücadelesinin kurgulanmış simülasyonu.	Yarışma formatı şeklinde TV'de izleme.
Reality Şov	Evlendirme Programları	Sıcak Olayın 1. Evresi: Kadın ve erkeğin gerçek hayattaki geleneksel evlenme ritüeli.	Sıcak Olayın 2. Evresi: Geleneksel olarak kodlanmış sembollerin stüdyo ortamına taşınmasıyla çiftlerin evlendirilme süreci.	Evlendirmenin safhalarını bir eğlence aracı olarak reality şov formatında izleme.

Tür	İçerik	Sıcak Olay	Soğuk Olay	Tür
Reality Şov	Yemek Programları	Sıcak Olayın 1. Evresi: Kendiliğinden gelişen misafirperverlik tavrı ile gerçek hayatta misafir ağırlama süreci.	Sıcak Olayın 2. Evresi: Misafirperverliğin yapaylaştığı ve evin stüdyo olarak işlevselleştirildiği misafir ağırlama süreci.	Misafirperverlik nosyonunun soyutlandığı misafir ağırlama ritüelini yarışma formatında bir eğlence aracı olarak izleme.
Eğitsel Programlar	Sağlık Programları	Sıcak Olayın 1. Evresi: (mevcut olmayan temsili olay): Hastalığı tedavi etme amaçlı hasta ve doktorun gerçek yaşam deneyimi, bilimsel olarak test edilmiş ilaç.	Sıcak Olayın 2. Evresi: Hastalık veya rahatsızlık durumunu benzetim yoluyla ekranda fizik tedavi, tıbbi dayanağı olmayan bitkisel tarif vererek telefon bağlantısı aracılığıyla çözme.	Katılımcıların teatral hareketlerini 'bilgi-lenme' veya 'eğlen-ce' amaçlı izleme.

2.1.2. *Survivor* Simülasyonu

Survivor yarışmasını, yapaylaştırılmış ve tekniğe indirgenmiş ada ortamında katılımcıların sözde yaşam mücadelesi vererek birbirleriyle yarıştıkları bir reality şov programı olarak tanımlamak mümkündür. Ada sözlük anlamıyla deniz veya okyanusun çevrelediği ve edebiyatta sembolik olarak kaçıışı ve insanın yalnızlığını simgeleyen bir yaşam mücadelesi içinde olma durumunu anlatır. Bu noktada programın gerçek yaşam mücadelesi edimini yeniden üreterek simülasyona dönüştürmesi aşağıdaki tabloda somutlaştırılmaya çalışılmıştır.

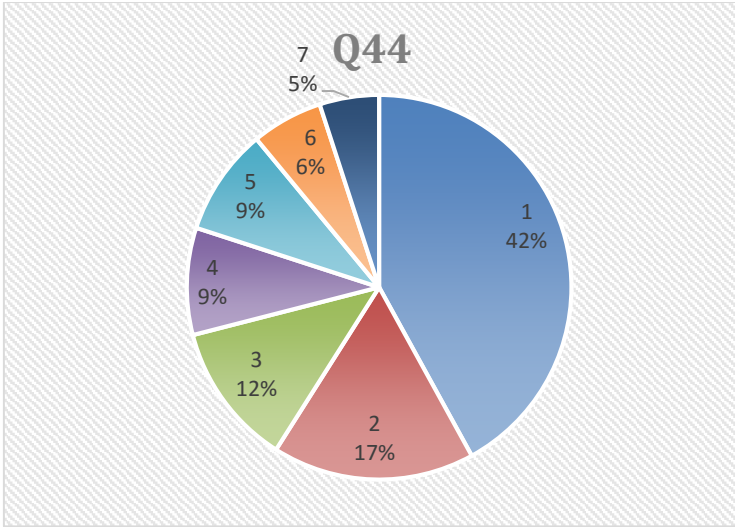
Tablo 2: *Survivor* Simülasyonu

<i>Survivor</i> Programı	Gerçek Yaşam Mücadelesi
Ada	Görelilik olarak terk edilmiş herhangi bir coğrafi alan
Yarışmacılar	Yaşam mücadelesi veren gerçek kişiler
Çoğunlukla yarışmacılar arası mücadele	Çoğunlukla doğaya karşı mücadele
Rekabet	İş birliği
Oyunlar	Gerçek mücadele
Gönüllülük	Zorunluluk
Kulübe (sembolik imge)	Herhangi bir tür barınak (mağara, baraka, çadır, vb.)
Muz/hindistan cevizi /balık (sembolik imge)	Herhangi bir tür yiyecek (bitki veya hayvan)
Standartlaştırılmış süreç (<i>process</i>)	Duruma / olaya bağlı değişen süreç ve koşullar

izlediğimiz görüntüler sanki gerçek anlamda bir felaket olmuş hissi oluşturmakla birlikte aslında teknik anlamda bir düzen içinde verilmektedir. Bir taraftan yarışmacılar yiyecek, tuvalet, banyo vesair birincil ihtiyaçlarından yoksun bırakılarak umutsuzluk içinde resmedilmektedirler. Diğer taraftan yarışmacıların kaza, doğal afet veya beklenmedik bir nedenden dolayı ilkel yaşamın gerektirdiği koşullarla mücadele ettikleri yanılsaması üretilmektedir. Dolayısıyla yarışmaya ihtiyari olarak iştirak edildiği perdelenerek yarışma, gerçekten kasvetli, zor ve zorunlu bir durum sonucu kazara bir araya gelmiş bir grup insanın verdiği gerçek mücadele olarak resmedilmektedir. Bununla birlikte, zaman zaman buldukları ortamın doğal güzelliklerini içeren ekran görüntüleri ve arka plan müziği ile magazinsel bir hava oluşturularak program eğlendirici kılınmaktadır. Televizyonun kolajladığı birbiriyle çelişik doğal ve yapay ekran görüntülerinin belirli bir düzensizlik içinde verilmesi, yabancılaşmaya neden olmakta ve gerçek-kurgu arasındaki çizgi bulanıklaşmaktadır. Baudrillard'ın dediği gibi "...gözlerimiz ekran yüzeyinde kaybolmuş gibi, gitgide daha çok yakınlaşıyoruz imgeye. Ve televizyonun serebro görsel komasına kolayca düşüyoruz, bu anında hayalimizle dolan ekranın durmaksızın bizi vakumlamasından başka bir şey değildir" (2009: 20).

Televizyonun izleyiciyi bu denli etki altına almasındaki nedenler *Survivor* programı özelinde elde edilen bulgular çerçevesinde şöyle sıralanabilir: doğa görüntüleri, mekâna uygun yapılandırılmış oyunların 'meydan okuma' biçiminde hazırlanması, izleyicilerin gündemden kopmama motivasyonları, ünlü kişilerin gündelik hayatlarını izleyebilme olanağı veren yarışma formatı, dedikodu, kavga ve tartışma. Bu magazinsel öğeler genel olarak programı eğlendirici kılmaktadır. Nitekim, birçok araştırmacı ve eleştirmen, televizyonun tek işlevinin eğlendirmek ve izleyicilere iyi vakit geçirtmek olduğu görüşündedirler (Eslin, 1991: 59; Postman, 1994: 151; Sartori, 2004: 26). Baudrillard'a göre ise simülasyon kitlenin eğlence isteğinden doğar. Aşağıdaki grafikten de anlaşılacağı üzere, diğer başka nedenlerin yanında, eğlencenin *Survivor* programını izleyenler için temel motivasyon olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, izleyicileri etki alanına alan başlıca faktörler eğlence, zaman geçirme, sosyalleşme, bilgi edinme ve kimlik arayışı gibi ihtiyaçlardır.

İnsanların neden televizyonun etkisi altında kaldıkları sorusunun cevabına ulaştıktan sonra üzerinde durulması gereken diğer bir nokta da bu nedenin (medyanın veya somut olarak televizyonun) bilinci şekillendirmede önemli ölçüde etkisi olup olmadığıdır; var ise bunun doğrudan bir etkiyle mi yoksa dolaylı yollardan mı gerçeküstü bir algı dünyası oluşturduğuna bakılması gerekmektedir. Bu bağlamda gerçeküstünün kolektif bilinç içinde ne ölçüde somutlaştığını anlamak için 'medya, bilinci nasıl yeniden forma sokmaktadır ve bu programları izlerken kendi hayatlarımızı mı yoksa sahip olmak istediklerimizi mi izliyoruz?' sorularına cevap aranması gerekmektedir.

Grafik 1: *Survivor*'ın İzlenme Nedenleri

(1: Eğlence amaçlı, 2: Gündemden uzak kalmamak için, 3: Amacım yok, 4: Manzarayı seyretmek için, 5: Zaman geçirmek için, 6: Sıradan insanların hayatlarını gözlemlemek için, 7: Ünlülerin hayatlarını gözlemlemek için)

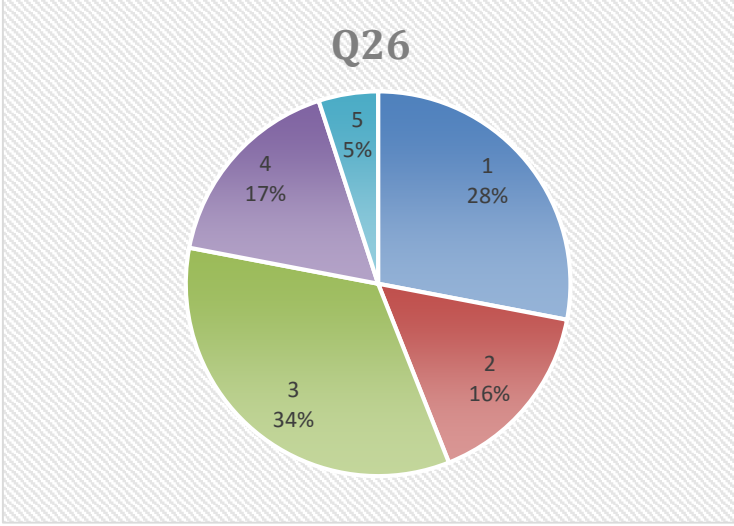
Bu sorulara cevap ararken programda izleyicilerin karar verme sürecine kısa mesaj (SMS) ile aktif bir biçimde katılarak hangi yarışmacının eleneceğini belirlediklerini hatırlatmak gerekir. Karar sürecine katılım, izleyicileri televizyondaki figürlere yakınlaştıran bir mekanizma olarak işlemektedir. Televizyon görüntüsü ile hayatın kendisi arasında bir bağlantı kurulması uzak-yakın mevhumunu ortadan kaldırarak fiziksel mesafeyi görünmez kılmaktadır. Aşağıdaki grafiklere bakıldığında, sanal gerçeklik içinde yakınlaştırılan izleyici ve yarışmacılar arasında destek olma, fanatizm, idol olma anlamında duygusal yakınlık kurulduğu görülmektedir. Bu sayede, sergilenen karakterlerin kişilikleri, davranış ve tutumları, sözleri ve hatta hisleri bile izleyici ve yarışmacılar arasında bağ oluşturabilmektedir.

Gönüllüler kategorisindeki yarışmacılar izleyicilerin kendileri ile benzerlik kurabilecekleri sıradan insanlardan seçilmişken ünlüler grubu izleyicilerin 'gibi olmak' isteyebilecekleri kişileri temsilen merak uyandıran veya medyatik görünen kişilerden oluşmaktadır. Neredeyse tüm yarışmacıların vücutları zor koşullarda yaşamaktan ötürü kaslaşmış olmaktan ziyade fit olma, atletik görünme ve iyi görünümlü olma adına erillik ve dişilik çağrıştırmaktadır. Böylelikle, karakterler aracılığıyla izleyicide dolaylı olarak duygusal bağ kurulması kolaylaşmış olmaktadır.

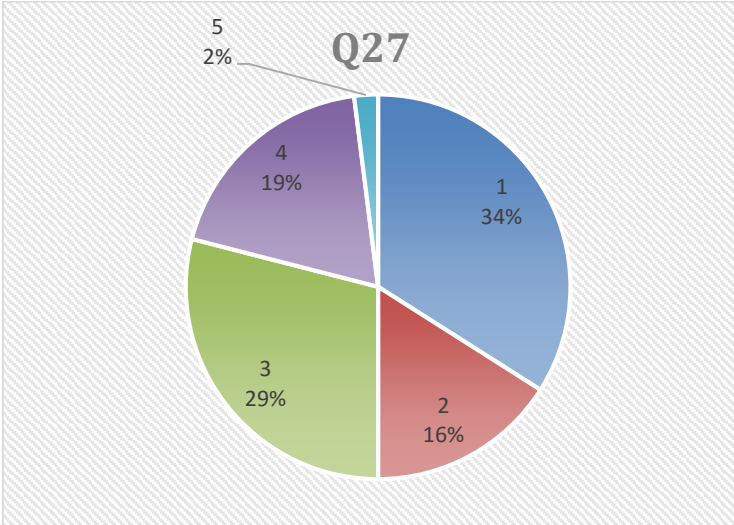
İçerik, gerçekte olduğundan farklı olarak algılanmakta ve içselleştirilebilmektedir. Sonuçlar gösteriyor ki izleyicilerin yarından fazlası yarışmacılarla bir bağ kurmuş, çoğu ise yarışmacıların samimi ve doğal olduğu, yapmacık olmadığı görüşünde birleşmiş-

lerdir. Herhangi bir geçmişe ve dolayısıyla bir olay veya deneyime dayanmayan bu sanal bağ somut dünyadaki gerçeküstü algının bir göstergesini teşkil etmektedir.

Grafik 2 ve 3: İzleyici Tutumları⁴



S-26. Yarışmacılarla duygudaşlık kurarım.



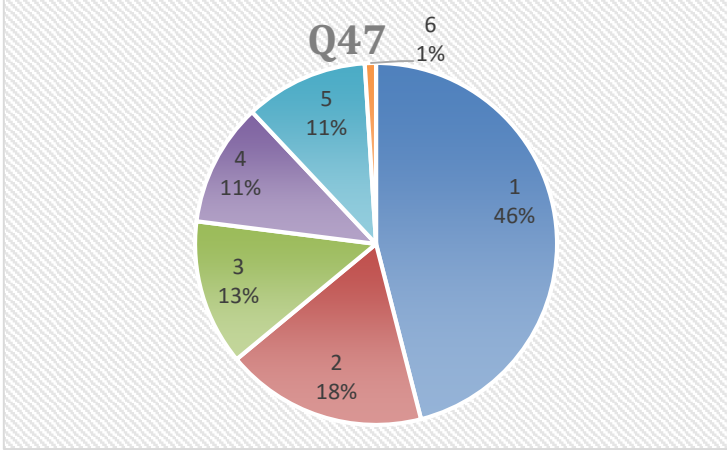
S-27. Kendim ve yarışmacılar arasında benzerlik kurarım.

⁴ (1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kısmen katılıyorum, 4: Katılıyorum ve 5: Tamamen katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir.)

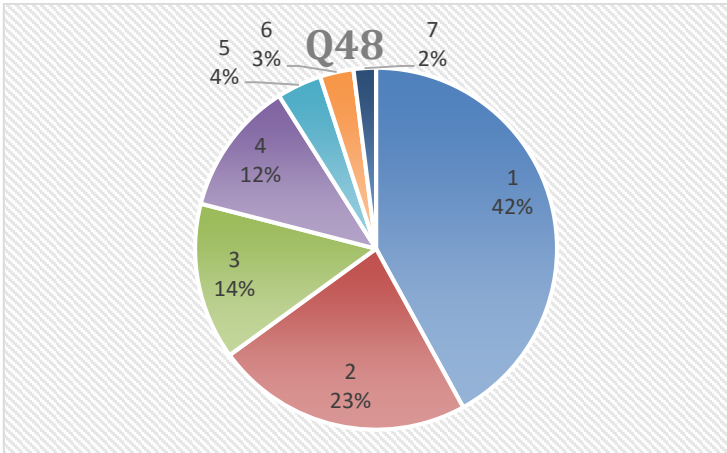
2.1.3. *Survivor*'ın Ektiği İmgeler

Programda açıktan veya örtük vurgulanan sembollerin bilinçteki yansımalarının açığa çıkarılmasıyla *Survivor*'ın hiper-gerçeklik algısı yarattığından söz etmek mümkündür.

Grafik 4, 5: *Survivor*'ın Ektiği İmgeler



1: Mücadele, 2: Adada kalmak, 3: Tropik yiyecekler, 4: Kendi yaptığım bir barınakta kalmak, 5: Ormanda yaşamak, 6: Diğer.



1: Balık avlama, 2: Muz ile, 3: Hindistan cevizi ile, 4: Bulabildiğim otlar ile, 5: Diğer hayvanları avlayarak, 6: Tavşan ile, 7: Mantar ile.

Yukarıda görüldüğü üzere, *Survivor*'ın ektiği imgelerin izleyicide içselleştirilmesi süreci, belirli bazı semboller aracılığıyla açığa çıkmaktadır. Örneğin, 'balık avlama', 'muz', 'Hindistan cevizi' gibi ifadeler doğrudan programda sıkça tekrar eden imgelerdir. Aynı şekilde, 'mücadele', 'ada', 'tropik' kelimeleri yukarıdaki grafikte görül-

düğü gibi programda vurgulanan sembollerden birkaçıdır. ‘Vahşi doğada yaşamak size neyi ifade eder?’ sorusuna izleyicilerin %46’sı mücadele, %18’i adada kalmak ve %11’i ise tropik; ‘ne ile beslenirdiniz?’ sorusuna izleyicilerin %42’si balık avlayarak, %23’ü muz, %14’ü ise Hindistan cevizi seçeneğini tercih ederek cevaplamıştır. Toplamda %79’luk bir oran ile *Survivor* imgelerinin izleyicide ekildiği görülmektedir.

Normalde, Hindistan cevizi ve muz endemik bitkilerden değildir ve kültürel bellekte ‘kebab’ veya ‘baklava’ kelimeleri gibi yerelliği çağrıştırmamaktadır. Coğrafi anlamda ise Türkiye, Maldiv, Malta veya Karayip denildiğinde olduğu gibi ilk anda ada imgesini hatırlatmamaktadır. Ancak, bu türden bir algının yalnızca *Survivor* etkisinden kaynaklanmayabileceğini kabul etmek gerekirse de izleyicilerin bilincinde daha önceden şemalarına yerleşen medya unsurlarının topluca bir tezahürü olma ihtimali yüksektir. Dolayısıyla *Survivor* programını söz konusu etkinin başlatıcısı olmasa bile pekiştiricisi olarak nitelenebilir. Morley’in (1983) belirttiği gibi, televizyonun etki alanı alıcının kendi veya başkalarının kültüründeki birikimlerinden beslenir: *“Bir programın tercih edilen baskın anlamı yaygınlaştırmadaki başarısı diğer başka kurumsal alanlardan (kiliseler ve okullar gibi) alınan ideoloji ve kodları taşıyan okuyucularla buluşup buluşmamasına bağlıdır”* (106).

Son olarak, programda yarışmacıların ‘kulübeleri’ barınak olarak kullandıkları görülmektedir. Benzer şekilde, izleyicilere *Survivor* programından bağımsız olarak sorulan ‘vahşi doğada yalnız başınıza kalsanız ne tür bir barınakta yaşardınız?’ sorusuna izleyicilerin %53’ü kulübe cevabını vermiştir. Çadır, baraka, mağara ve diğer seçeneğini işaretleyenler, kulübeyi tercih edenlerin yarısından azdır. Bununla birlikte, izleyicilerin bu yöndeki eğilimlerinin televizyon etkisinin yanı sıra izleyicilerin önceki deneyimlerinin bir dışavurumu olarak da yansıyor olması muhtemeldir. Bu yüzden televizyonun belirli imgeleri ektiğini veya mevcut olan yansımaları güçlendirdiğini belirtmek daha makul olacaktır.

2.2. *Survivor* Programının İçerik Analizi

2010-2012 yılları arasındaki dönemde yayınlanan *Survivor* programları arasından seçilen dört farklı bölümün içerik analizini;

1. Oyunlar ve yarışmalar,
2. Yarışmacıların önceki hayatlarını ya da aile ilişkileri veya özel ilişkiler gibi kişisel konuları ele alan bölümler/ canlı yayınlar,
3. Kavga, dövüş, dedikodu veya tartışmaları adadaki günlük hayatın akışı içinde deneyimlediklerini gösteren bölümler

olmak üzere üç ana başlık altında yapmak mümkündür.

2.2.1. *Survivor* Bölümü Kategori 2: Baudrillard'ın Sıcak-Soğuk Olay İlişkisi Bağlamında İnceleme

Sıcak-Soğuk Olay, Zaman-Mekân Sıkışması; burada⁵ programın sunucusu ve bir yarışmacı arasındaki diyaloga tanık olduğumuz sıcak olay-soğuk olay ilişkisinin iki boyutluluğu söz konusudur. Diyalog, televizyonun maddeselliğinin ötesinde ilk olay üzerinden görüntülerle birlikte yayınlandığı anda, sıcak olayın 2. evresi hâline gelmiştir. 2. sıcak olayın yavaşlatılmış, müzikle desteklenmiş ve bölünmüş sahneler şeklinde yansıtılması, gerçekliğe vurgu yaparken diğer taraftan televizyon tekniğinin magazinsel içeriği hâline gelmiştir.

Tablo 3: Sıcak-Soğuk Olay

1. Sıcak Olay: Annenin rahatsızlanması, (Dolaylı işitsel deneyimleme).
2. Sıcak Olay: Yarışmacının Ağlaması, Üzüntüsü, (Doğrudan görsel deneyimleme).
Soğuk Olay: Magazinsel dönüşümü, merak/acıma/duygudaşlık hissi TV ekranından izleme.

Bu iki boyutlu sıcak olaylar zincirinde, yarışmanın kuralları kapsamında duruma karar verilecek yarışmacının heyecan, merak ve eğlence aracı olarak algılanan yarışmadan ayrılıp ayrılmaması durumu televizyonun soğuk olayı olmuştur. Sahneler, bir bakıma izleyici (gerçek dünya) ile yarışmacıların –izleyiciler açısından– dünyası (televizyonun sunduğu dünya) arasında bir gerçeklik algısı oluşturmaktadır. Yarışmacının üzüntüsü orada olmayan anne imgesine karşı izleyicilerin benzer bir üzüntü hâline girmelerini tetiklemektedir. İzleyiciler 2. sıcak olaya karşı yabancılaşarak izlemedikleri (sadece farkında oldukları) 1. sıcak olay ile dolaylı yoldan bağlanmaktadır. Görsel olarak iletilen 2. sıcak olay ile ‘yaratılan şimdi ve şu anda’ algısı 1. sıcak olay üzerinden deneyimlenmektedir. Oysa, 1. sıcak olay farklı bir zaman ve mekânda vuku bulmuştur. Fakat, televizyon aracılığıyla ‘şu anda ve burada’ yeniden üretilmektedir. Her iki olay da nihayetinde televizyon aracılığıyla soğuk olaya dönüşmüştür. Diğer bir deyişle, hem 1. sıcak olay hem de 2. sıcak olay birbirine geçerek izleyicilerin merak duygularını kabartan eğlence nesnesi hâline gelmiştir.

2.2.2. *Survivor* Bölümü Kategori 1: Baudrillard'ın Hiper-Gerçeklik, Anlamın Patlaması ve Sıcak-Soğuk Olay İlişkisi Bağlamında İnceleme

Birinci kategoriye giren bölümler arasından seçilen örneklemeler⁶ altruizm nosyonunu sorunsallaştıran kültür/doğa ve iş birliği/rekabet ikilemleri açısından tartışılmış-

⁵ (31 Mayıs 2012). *Survivor Nihat'ın annesinden kötü haber aldığı an* [.mov].

<http://www.youtube.com/watch?v=Bf4ESJtKuCo> (10.02.2015) adresinden alınmıştır.

⁶ (26 Temmuz 2010). *Survivor açık arttırma* [.mov].

<https://www.youtube.com/watch?v=BNCQGFxFPi8> (10.02.2015) adresinden alınmıştır.

tir. *Survivor* sözcük anlamı olarak hayatta kalan, zorluklarla mücadele etmeye gücü yeten kimse⁷ anlamına gelmektedir. Kelime bu anlamıyla felaket, doğal afet ya da saf doğal koşullarda doğaya karşı gösterilen hem fiziksel hem de psikolojik bir mücadeleye içinde olma durumunu anlatmaktadır. Böyle bir durumla karşı karşıya kalındığında, bireyler birbirleriyle rekabet etmekten çok iş birliği içinde olma eğilimi gösterirler. Bu davranışın nedenlerinin farklılaştığı ve insanın doğasında var olduğu yapılan çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur. Örneğin, Blurton'a (1984) göre bireyler klikler, dışlanma ve dedikodu gibi sosyal cezalara maruz kalmamak için birbirleri ile dayanışma hâlinde dirler (1-3).

Henrich vd.ne (2005) göre ise, *"bir gruba yeni katılan üyelerin inançları ve tercihleri, içinde buldukları diğer topluluklarla iyi geçinmelerini sağlamak ve yaşamlarını sürdürürebilmek için paylaştıkları belirli görev ve sorumlulukları yapılandıran toplumsal ve ekonomik kurumlar tarafından şekillendirilir"* (813). Kanadalı, Çinli ve Hong Konglu öğrenciler üzerinde yapılan başka bir araştırmada ise, 'çevrelerine tanıdık olma' hissinin düşük olduğu durumlarda Çinli öğrencilerin (anayurtlarından uzakta olan) diğerleriyle daha fazla iş birliği içinde oldukları gözlemlenmiştir (2005: 813).

Anlamın patlaması; gerçek bir felaketle karşılaşıldığında felaket ada, çöl, orman veya olay nasıl bir coğrafyada vuku bulduysa, bu coğrafyada hayatta kalanlar birbirlerine ihtiyaçları olacağı güdüsüyle daha çok dayanışma içinde bulunma eğilimi gösterirler. Diğer taraftan *Survivor* yarışmacıları temelde psikolojik, fizyolojik ve sosyolojik bir mücadele içinde diskalifiye olmamak veya kötü resmedilmemek gibi bir çaba içerisine girmektedirler. Burada mücadele doğaya karşı verilen salt fizyolojik veya psikolojik savaş olmanın ötesinde yarışmacıların birbirlerine yönelttikleri psikolojik ve sosyolojik bir çekişmeyi de kapsamaktadır.

Bir diğer ifadeyle, gerçek durumda çekilen zorluk hayatta kalanlar için dayanışmanın doğal bir mevcudiyetini gerektirirken bu durum *Survivor* programının simüle edilmiş evreninde yarışma formatında hazırlanmış içeriğinden dolayı 'rekabete' dönüşmüştür. Program doğaya karşı gösterilen mücadele olarak yansıtılması gereken/sezilen/beklenen durumu bireysel veya gruplar arası⁸ rekabete dönüştürerek kelimenin anlamını nötralize etmektedir. Bu noktada Baudrillard'ın anlamın patlamasını medyanın imgeyi puslu bilgi yokluğunun içine sürüklemesi şeklinde ifade ettiği düşüncelerini tekrar hatırlamak gerekir.

Anlam patlamasına ilişkin olarak seçilen örneklem kapsamında örtük olarak vurgulanmış 'rekabet' kavramını incelemek yerinde olacaktır. Programda yarışma for-

(2 Mayıs 2011). *Taner Asena* [.mov]. <http://www.youtube.com/watch?v=sBWspX9at6w>. (10.02.2015) adresinden alınmıştır.

⁷ <http://www.etymonline.com> adresinden alıntılanan sözcüğün anlamı Türkçe'ye çevrilmiştir.

⁸ Gruplar arası dayanışmada görülen birbirini destekleme eğilimi 'iş birliği' olarak değerlendirilmemelidir. Zira burada karşı takımı yenmeye çalışma isteği belirleyici olmaktadır.

matının bir uzantısı olarak kurgusallığı vurgulayan rekabet gözlemlenmekte, diğer bir ifadeyle somut anlamda öyle olması beklenmektedir. Ancak bunun psikolojik anlamda gerçeğe vurgu yapan bir 'mücadeleye' dönüştüğü görülmektedir. Oyunun kurgusallığı gerçek kişilerin mücadelesi ile iç içe geçmektedir; oyun için oyundan (*game for the sake of game*) söz etmek pek mümkün değildir. Dolayısıyla, rekabet deneyimi hem yarışmacılar hem de izleyiciler tarafından gerçek bir mücadele olarak algılanmakta, böylelikle daha inandırıcı olmaktadır.

Tablo 4: *Survivor* Sembollerinin Analizi

Kapalı anlam	Gerçek anlam	Örtük vurgulanmış anlam	Gerçek anlam
Rekabet	Ortaklık, eşit olma durumu	Mücadele	Yenmeye çalışmak

Bununla birlikte, incelenen birkaç bölümde yarışmacıların yardımlaşma eylemi içerisine girdikleri de gözlemlenmiştir, ancak bu programın gerçeklik iddiasına katkı sağlamamaktadır. Çünkü temelde yarışma formatında düzenlenmiş olan program dayanışma algısının varlığını teknik olarak imkânsızlaştırmaktadır.

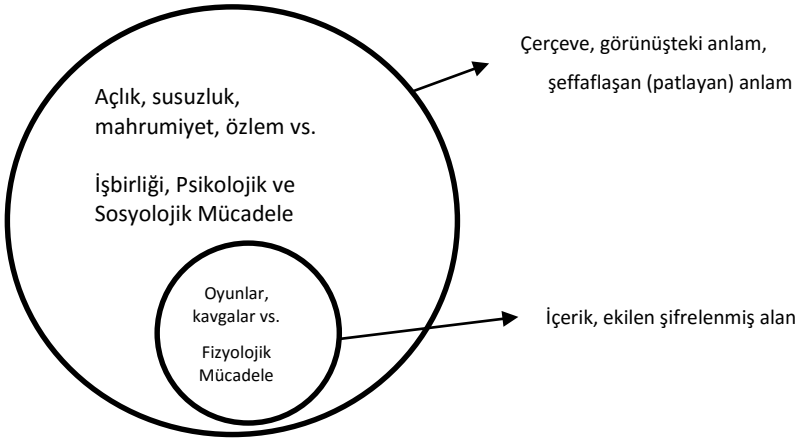
İzleyicilerin algısı yaşam mücadelesini ilkel doğa koşullarında vermek zorunda kalan insanların iş birliği içinde olabilecekleri yönündedir. Ancak, izleyiciler bu mücadelenin (simüle edilerek) program formatında sunulmuş hâlinde ise rekabet gözlemlediklerini ve bunun da gerçek bir mücadeleyi yansıttığını ifade etmişlerdir. Rekabetin programda açıkça vurgulanırken örtük olarak mücadele şeklinde algılandığı sonucu çıkmaktadır. Dayanışma nosyonu ise şeffaflaşmakta ve bulanıklaşmaktadır.

Bu çelişki, gösterimin *spectacle* inandırıcılığını arttırmakta ve simülasyonun zıt değil, ters/aykırı yönde bir anlam yarattığı sonucuna götürmektedir. Denilebilir ki *Survivor* açıklık, susuzluk, özlem, mahrumiyet ve zorluk gibi hâllerin yüzeysel anlamda iş birliği içinde olmalarını gerektirdiği izlenimini verirken bir yandan da arka planda oyunları, yarışmaları ve kavgaları izlediğimiz 'iş birliğinin' anlamını bulanık ve karmaşıktırdığını gizleyen bir eğlence aracı hâline gelmektedir.

İzleyicilerin çoğunluğu programla ilgili görüşlerini yansıttıkları anketin genel değerlendirme kısmında '*mücadele, doğallık, ilkel yaşamın zor koşulları, gerçek insan ve hayatla mücadele, doğal yaşamın ve adanın güzelliği, aç insanların davranışları, doğal ve ilginç buluyorum, ünlülerin gerçek karakterlerini yansıtıyor*' gibi ifadelerle vurgulamışlardır. Bunun yanı sıra, izleyicilerin birçoğunun '*programdaki gerçek mücadeleyi izlerken orda olmayı çok isterdim*' şeklinde cevaplar verdikleri gözlemlenmiştir. Dahası, 'yarışma' ve 'heyecan' kelimeleri en çok yorumda bulunulan ifadeler arasındadır. Burada tele-görsel imgeleri 'doğal olan' ile özdeşleştirme eğilimi vardır ki doğal olanın 'öz, katıksız, saf'⁹ anlamı göz önünde bulundurulduğunda bu, imgelerin sanallığı ile çelişmektedir.

⁹ <http://www.tdk.gov.tr> adresinden alıntılanmıştır (07.02.2015).

Grafik 6. Survivor Simulasyonu



Zaman-Mekân Sıkışması/Anlamın Patlaması; bu başlık altında incelenen diğer bölümde ise hazır yiyecek ve içecekler programının sunucusu tarafından Amerikan doları karşılığında açık arttırma ile satılmaktadır. Amerikan dolarının tercih edilmesi, yerel imge olan Türk lirasını muğlaklaştırarak, mekânı (adayı) bağlamından koparıp kozmopolit bir çerçeveye taşımaktadır ve içeriği Batı perspektifinden yeniden tanımlamaktadır. Aynı zamanda yerel olanla olmayanı eşitleyerek mekânı sorunsallaştırmaktadır (yerel kültür; mevcut olmayan imge) ve bir tür yakınsama ile illellik, gerçeklik ve doğallık hissi uyandırmaktadır. Açık arttırma ile satılan pizza, dondurma, makarna ve kola gibi yapay yiyecek ve içeceklere (gerçek yaşama [ada dışındaki hayatlarına] ait olan somut imgeler; Batı'nın yemek kültürü) olan arzu ve açlık duygusu; zaman ve mekânın ortadan kalkmasını ve adanın yapaylaştırılmasını gerçek hayatın doğallığı ile gizleme çabasının bir ürünüdür. Bu nedenle, para birimi ve yiyecekler doğal olandan çok, kültüre ait olmaktadır ve mekânın 'doğallaştırılmış' ve hâlihazırda doğal olan imgeleri ile yapılan gerçeklik vurgusu yarışmacıların yaşantılarının yapaylığını gizlemekte ve dahası önemsizleştirmektedir. Doğa soyutlanmış, simüle edilmiş ve televizyonun teknik bir özelliğine indirgenmiştir. Böylelikle, imgenin anlamı uzamsal bağlamdan koparak şeffaflaşmıştır.

Taylor'un (1987) da sözünü ettiği gibi, *"televizyon tarih boyunca kendiliğinden oluşan ve eşit düzeyde öneme sahip olayları kolajlayarak coğrafyasından ve tarihî bağlamından koparıp oturma odalarımıza kadar taşıyan ilk kültürel araçtır"* (103-105). Castells (2000) de durumu aynı şekilde yeni medya teknolojileri açısından şu şekilde ifade etmiştir: *"Yeni medya teknolojileri mekânların kendi tarihsel ve coğrafi bağlarından kopuşunu hızlandırarak mekânı, boşluğu ortadan kaldıran uzam içinde akan işlevsel ağ örgülerine veya imge kolajlarına tekrar bağlamıştır"* (375). *Survivor*'ın bu bölümünde gerçek yaşama ait nesnelerin stüdyo ortamına taşınarak,

hâlen gerçek yaşama ait olan fakat gerçek yaşamla alakasız bir bağlam içinde sunulduğu görülmektedir.

2.2.3. *Survivor* Bölümü Kategori 3: Sıcak-Soğuk Olay, Anlamın Patlaması ve Hiper- Gerçeklik; *China Syndrome* Örneği

China Syndrome filmi bir televizyon spikeri ve kameramanının hikâyesini anlatmaktadır. Film boyunca her an patlaması beklenen bir nükleer santralin yaydığı tedirginlik hissi hüküm sürmekte ve bu his aynı zamanda merak, gerilim ve korku ile birlikte heyecan uyandırmaya devam etmektedir. Nükleer santralin patlama olasılığı her şeye bir son vermek anlamına gelmekle birlikte patlamanın ertelenmesi bu heyecanı beslemektedir. Bununla birlikte, hiç kimse patlamanın gerçek bir felakete sonuçlanacağını aklına bile getirmek istememekte çünkü heyecan kadar hayatta kalmak da bir o kadar rahatlama duygusu vermektedir. Zaten film korku ve heyecanla geçen ama gerçek bir felaketin olmayacağı duygusunu verdiği için inandırıcı olmaktadır. Filmin sonunda nükleer santralin infilak etmesi yerine, film bir cinayetle sonlandırılmaktadır. Zira patlamanın gerçekleşmesi hâlinde filmin ana 'olayı' sona ereceği için bu hiçbir zaman gerçekleşmeyecektir.

Programın örneklem kapsamında incelenen bu bölümünde¹⁰ ise iki yarışmacı çözüme ulaşamayan bir kavganın içinde gösterilmektedir. Olay yarışmacılardan birinin ciddi şekilde yaralanması veya sakatlanması ile sonuçlanacak olsa, olayın bitmiş olmasının verdiği sakinlik, olay olurken duyulan haz ve heyecanı aşmayacağı için, 'olay içermeyen' görüntüler atılmaktadır. Bu bölümde izleyicideki coşkunun devam ettirilmesi adına yarışmacılardan birinin diskalifiye edilmesiyle olay kötü bir sonuç doğurmadan ve izleyicinin merak duygusu söndürülmeden daha kabul edilebilir bir sonuca bağlanmaktadır.

Derrida'nın (2002) belirttiği gibi, "olay haz yaratma gücünü sürekli bir 'yakında olacak' vurgusu ile elde etmiş olmaktadır" (13). Olayın inandırıcılığını sürdürebilmesi için, ilk başta caydırma ve ilgi uyandırma amacı içinde devinmesi gerekmektedir. Görüntülerin tekrarlanması, yavaşlatılması ve benzer içerikteki kesitlerin birleştirilmesi, sonucu erteleyen bir dizi olaylar zincirini oluşturmaktadır. İmgeler mütemadiyen 'beklenmedik olay' vurgusu yapmakta, fakat orada olan sadece nedenler silsilesi ile fantasmadaki olay için bir sonuç yaratma arzusundan öteye gitmemektedir; olay hiçbir zaman kötü anlamda sonuçlanmayarak sadece bir kuruntudan ibaret olmaktadır.

Programın bu bölümünde, gerçekliğe yakınlaşma arzusu sahici bir felaketle karşılaşma deneyimini tehdit etmektedir. Diğer bir deyişler, fiziksel şiddetin yönü değiştirilerek yerini yarışmacının yarışmadan atılması olayı almıştır. Yarışmacılardan

¹⁰ (3 Şubat 2013). *Pascal Nouma Nihat Doğan kavgası* [.mov].

<http://www.youtube.com/watch?v=6MfQaBi-koU> (10.02.2015) adresinden alınmıştır.

birinin başına kötü bir olay gelmiş olsaydı o zaman mecazi olarak bir ‘patlamadan’ söz edilebilirdi, fakat diskalifiye edilme durumu beklenilenin aksine olayı başka bir olayla yer değiştirerek caydırıcı bir etki yaratmıştır. Olaylar aynı seviyede heyecan, merak ve tedirginlik yaratarak makul bir noktada sonuçlanmıştır. *China Syndrome* filminde ise bir türlü yaşanmayan nükleer santralin patlaması, teknik işlerden sorumlu müdürün öldürülmesiyle sonuçlanmıştır.

Her iki durumda da izleyicideki duygusal denge sürdürülmeye çalışılmaktadır. Film en nihayetinde bir kurgu olduğu için bir kişinin öldürülmesi, patlama ile çok sayıda kişinin ölebileceği ihtimaline karşı daha kabul edilebilir bir durumdur.¹¹ Reality şov olarak izlediğimiz programda ise bu durum yarışmacının uzaklaştırılması olarak yansımakta; merak, heyecan ve eğlence duygularını daha da arttırmaktadır.

İzleyiciler bir taraftan merak ve arzu ile yarışmayı izlediklerini ve aksi hâlde çok sıkıcı olabileceğini ifade ederken diğer taraftan şiddet içeren sahnelerin rahatsızlık verdiğini dile getirmişlerdir. Bütün olarak değerlendirildiğinde program doğal olanı intizama sokma, dizayn etme, katlanılabilir hâlde getirme, doğadaki gerçek mücadelenin gerektirdiği özellikleri yarışmalarda arama ve yerine koyma ile gerçek dünyanın bir simülasyonunu yaratmaktadır.

3. Ankete Ve Yüz Yüze Görüşme Tekniğine İlişkin Bulgular ve Değerlendirme

3.1. Ankete İlişkin Bulgular

Toplam 127 kişiye uygulanan anket sorularından elde edilen veriler, katılımcıların eğitim düzeyi bilgilerinden oluşmaktadır. Bunların 72’si kadın, 55’i ise erkektir.

Tablo 5: Anket Katılımcılarının Profili

Eğitim Düzeyi	Katılımcı Sayısı
Doktora	2
Yüksek lisans	12
Üniversite	63
Lise	28
Ortaokul	4
İlkokul	8
Toplam	127

Katılımcıların %18’i 18-24 yaş, %64’ü 25-34 yaş, %13’ü 35-45 yaş aralığında, %5’i ise 46 yaş ve üstündeki kişilerden oluşmaktadır. Programı izleyenlerin çoğunluğu ise 18-24 yaş aralığındadır. Bu gruptaki katılımcıların çoğunluğunu öğrenci, ev hanımı

¹¹ Bu ölümün (cinayetin) kasıtlı olması ve felaketin nispeten kasıtsız olduğu çelişkisi faydacı (*utilitarian*) bakış açısına göre değerlendirilip tartışma genişletilebilir.

ve işsiz statüdeki gruplar oluşturmaktadır. Demografik özelliklerine bakıldığında katılımcıların %34'ü Marmara bölgesi, %25'i İç Anadolu, %20'si Karadeniz, %10'u Akdeniz, %6'sı Ege, %3'ü Doğu Anadolu ve %2'si Güney Doğu Anadolu Bölgesi'nden iştirak etmiştir. Meslekî profilleri göz önünde bulundurulduğunda 0-1500 TL arası gelir düzeyine sahip olanların oranı %30, 1600-2500 TL arası %33, 2500-3500 TL arası %29 ve 3500 TL ve yukarı gelir düzeyine sahip olanların oranı ise %4'tür. Ayrıca ankete katılanlar öğretmen, mühendis, işletmeci, bankacı, müteahhit, ev hanımı, öğrenci, memur, müfettiş, esnaf, pazarlamacı, güvenlik elemanı ve hizmetli gibi çeşitli meslek gruplarından ve herhangi bir işte çalışmayan kişileri kapsayan geniş bir yelpazeden oluşmaktadır.

Yorum

Katılımcıların demografik özellikleri göz önünde bulundurulduğunda en fazla katılımcının Marmara Bölgesi'nde olduğu gözlemlenmiştir. Ancak, bu katılımcıların birçoğu Türkiye'nin değişik yerlerinden son beş ile on yılda bu bölgeye göç etmiş kişilerden oluşmaktadır. Dolayısıyla belirli bir ölçüde heterojenlik sağlanmıştır. Katılımcıların çoğunluğunun 3500 TL'nin altında gelir düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Buna göre, gelir düzeyi farklılıkları programın tercih edilmesinde çok da fazla etkili olmamaktadır. Bunların dışında, programı yedi saat ve fazla seyreden 31 kişi ayrıca incelenmiştir. Bu izleyicilerin tümünün programda sık tekrar eden imgeleleri içselleştirdikleri gözlemlenmiştir. '2.1.2 *Survivor* Simülasyonu' başlığında verilen anket sonuçlarından da görüleceği gibi ankete katılanların yarısı ilgili sorulara kulübe, 19'u balık avlama, 10'u Hindistan cevizi, kalanı ise muz cevabını vermiştir. 11 izleyici ise gerçek hayatta rekabet olduğunu düşünürken 20'si iş birliği cevabını vermiştir. Açıkça görülüyor ki, programa maruz kalma süresi arttıkça imgelerin bilinçte yansımaları daha belirgin hâle gelmiştir.

3.2. Yüz Yüze Görüşme Tekniğine İlişkin Bulgular

Katılımcıların yaş, eğitim durumu, cinsiyetlerine dair bilgiler ve görüşmelerden yapılan alıntılar aşağıdaki gibidir.

Tablo 6: Görüşmeye Katılanlarla İlgili Elde Edilen Veriler

Eğitim Durumu	Lise mezunu	Üniversite öğrencisi	Üniversite mezunu (çalışmıyor)	Öğretmen	Ev hanımı
Sayı	1	3	1	1	4
Yaş	25	18, 20, 22	23	23	30, 35, 38, 55
Cinsiyet	Kadın	Kadın	Kadın	Kadın	Kadın
Memleket / Yaşadığı Şehir	Bingöl/ İstanbul	Rize / İstanbul	Rize/İstanbul	Sivas/İstanbul	Bingöl, Batman, Samsun / İstanbul

Konuşmacı 1: 19:17:05' / 25.07.2014.

"Yarışmacılar yiyeceklerden mahrum bırakıldıkları için gerçekçi geliyor. Kavgaları izlerken eğleniyorum bence bir senaryosu yok...Bazen tedirgin oluyorum çünkü kavga sahneleri oldukça gerçek. Yarışmayı izledikten sonra bir süre etkisinde kalıyorum. Örneğin, yarışmacıları başka bir programda görsem bile Survivor'da izlediğim şekliyle hatırlıyorum... İlk olarak aklıma hep Hindistan cevizi, okyanus, kamera ve pilav geliyor Survivor denince..."

Konuşmacı 2: 20:10:08' / 25.07.2014.

"Programı eğlenerek izliyoruz. Kaliteli, gerçekçi zaten bu yüzden izliyorum... Yarışmacılar açlık çekiyorlar ve yaşam mücadelesi veriyorlar... Gerçekçi bulmadığım hiçbir şey yok, her şey doğal. İzlerken sanki kendim oradaymışım gibi hissediyorum... Kavga ve dövüşler hoş olmasa da sabırsızca bekliyorum... bir keresinde biri ayağını kırınca çok üzülmiştim... Yarışmada iş birliği yok ama rekabet var... Survivor denince ilk olarak aklıma heyecan, doğal güzellik, böcekler ve tropik meyveler geliyor... Tamamen bana hitap ediyor."

Konuşmacı 3: 10:34:56' / 30.07.2014.

"Yüzde seksen gerçekçi buluyorum... Doğa, meyveler ve Hindistan cevizi aklıma geliyor Survivor denilince. Yarışma formatında ama yarışmacılar gerçekten açlık ve susuzluk çekiyor. Bence doğal... Para için yarışıyor olabilirler ama gerçek davranışlarını sergiliyorlar... Özellikle çocuklarım çok etkileniyorlar ve hep gündemimizde Survivor var. Hatta bazen tekrarını izliyorum... Hindistan cevizi, heyecan... Görüntüler gerçek... İş birliği var ama rekabet görüyorum programda, bu gerçek hayatta da böyle... Eğlenceli bu yüzden izliyorum... Kendimi tuttuğum kişilerin yerine koyuyorum."

Konuşmacı 4: 12:00:06' / 03.08.2014.

"Oyunlar gerçekçi... Kavgalar gerçek karakterlerini yansıtıyor... Gerçek dışı bulmadığım hiçbir şey yok...Yerinde olsam ben de öyle davranırdım diyorum... Hindistan cevizi, muz ve doğa hatırlıyorum... Rekabet vurgulanıyor ve çok eğlenceli... kaliteli... gerçekçi... Açlıkları çok gerçekçi değil ama gerçek hayattaki mücadeleyi yansıtıyor. Programı izledikten sonra bir süre etkisinde kalıyorum."

Konuşmacı 5: 17:45: 22' / 10. 08.2014.

"Her şeyi gerçekçi bulduğum için izliyorum... Kavgaları sevmiyorum kapatıyorum televizyonu... Aç kalmaları gerçekçi değil... Program Hindistan cevizi ve muz çağrıştırıyor. İş birliği yok ama rekabet var..., eğlenceli..., bilgileniyorum."

Konuşmacı 6: 10:30:23' / 11.08.2014.

"Oyunlar sanki oradaymışım gibi hissettiriyor... Yüzeyselliğini sorgulamıyorum..., ordaymışım gibi geliyor ve film izler gibi izlemiyorum... Mücadele gerçekçi... Kötü bir olay olacaktı hissi oluşmuyor ama tedirginlik hissediyorum... Doğal güzellik... Gerçek yaşam mücadelesini yansıtıyor... gerçekçi, doğal... gerçek yaşam."

Konuşmacı 7: 11:11:45' / 16.08.2014.

"Eğlenceli ama sık izlemem. Çok gerçekçi bulmuyorum yiyecek gibi mesela. Açlık ve susuzluk çekmeleri inandırıcı gelmiyor. Oyuncular gerçek karakterlerini sergiliyorlar...eğlenceli bulduğum için izliyorum...Programdaki mücadelenin gerçek hayatın uzantısı olduğunu düşünüyorum. Genel olarak gerçekçi."

Konuşmacı 8: 18:12:34' / 30.08.2014.

"Eğlenceli... Ödüller güzel, her şey gerçek. Mekân ve yarışmacılar gerçekçi. Rekabet var çok fazla düşünmeden her şeyi olduğu gibi kabul ediyorum... Gerçekten açlar... İş birliği var ama rekabet çok belirgin... Gerçek yaşam mücadelesi... Merak duyuyorum, yüzeysel değil... doğal... Kameralar olmasaydı da aynen böyle davranırlardı."

Konuşmacı 9: 21:23:00' / 23.08.2014.

"Kısmen iş birliği, tamamen mücadele var... Kameralar olmasaydı da aynı şekilde davranırlardı. Balık tutma, ada ve hırs çağrıştırıyor... Aç oldukları zaman sinirli oluyorlar biz de inanıyoruz ve sorgulamıyoruz gerçek mi diye... Gerçek hayatta mücadele var... eğlenceli rahatlatıyor bu yüzden izliyorum."

Konuşmacı 10: 21: 45:04' / 23. 08.2014.

"Eğlenceli ne olacak diye merak içindeyim hep... Sorgulamadan seyrediyorum...Gerçekçi gibi... ama izlerken gerçek olmadığını farkındayım... Bazen kendimi yarışmacıların yerine koyarım... Yiyecekler gerçekçi ama fazla sorgulamıyorum öyle mi diye... İş birliği var ama rekabet hüküm sürüyor gerçek hayatta olduğu gibi., eğlendirici."

Yorum

Yüz yüze derinlemesine görüşme tekniğinden elde edilen verilere göre K-7 ve K-10 görel olarak programı daha az sıklıkla takip etmektedir ve yorumları diğerlerine göre farklılaşmaktadır. Kalan sekiz konuşmacı ise yarışmayı düzenli bir şekilde takip etmektedir ve bu konuşmacıların yarışma hakkındaki görüşleri birbirleri ile benzerlik göstermektedir. Tüm konuşmacıların gerçek hayatı tele-görsel imgeleri de içine alan bir algı dünyasının içinde yorumladıkları gözlemlenmiştir. Oyun, rekabet ve heyecan gibi magazinsel öğeler programın gerçekçilik ve doğallık vurgusuyla birleşmektedir ve gönüllülük doğal anlamda zorunluluk olarak algılanmaktadır (K-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9).

Tablo 7: Survivor Sembollerinin Analizi

Kapalı anlam	Gerçek anlam	Örtük vurgulanmış anlam	Gerçek anlam
Gönüllülük	Hür irade ile, gönüllü	Zorunluluk	Görev, sorumluluk

Yukarıdaki tablodan anlaşılacağı üzere, programın gönüllü olma yerine mecburiyet algısı yarattığını açıkça görmek mümkündür. Yarışmaya katılma, yarışanların mecburiyetinden değil, belirli motivasyonlarla kendi isteklerine bağlı eğilimlerinin bir sonucudur. Konuşmacıların çoğu yarışmacıların açlık ve/veya susuzluk çekmelerini doğal ve gerçekçi bulurken buna zorunlu olarak katlandıklarını düşünmektedirler. Dolayısıyla, gönüllülük anlamsal olarak erimiş ve zorunluluk algısı altında kaybolmuştur.

Buna ek olarak, yarışmanın yüzeyselliğinin sorgulanmaması, (K-4, 6, 8, 9, 10) sanal içeriğin uzamsal nüfuzu *spatial virtual penetration* (oradaymış gibi hissettirmesi) (K-2, 3, 4, 10) ve programın eğlence amacıyla izlenmesi (K-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10) simüle edilmiş içeriğin hiper-gerçeklik yarattığı sonucuna götürmektedir.

Baudrillard simülasyonun temelde medyanın eğlence üretmesinden kaynaklandığını ileri sürmüştü. Bosshart ve Macconi (1998) de benzer şekilde medyanın sağladığı eğlencenin, izleyici açısından çeşitli işlevlere ayrıldığını ifade etmiştir. Bunlar: *“Telaflı (compensations), doyum-ihtiyaçların karşılanması (gratifications-copliance of needs) ve kendini gerçekleştirme (self-realization)”* (3-4). Bu işlevlerin izleyicileri *“hayallerinden ve düşüncelerinden arındırdığını”* ileri sürmüşlerdir. Konuşmacıların yorumlarına bakılacak olursa medya içeriğinin hazza dayalı eğlence isteğini doyurduğu görülmektedir. Vorderer (2001) bunu, izleyicilerin korku veya gerilim filmi izlediklerinde bile kendilerini sıkılmış hissetmedikleri şeklinde ifade etmiştir (253).

Benzer şekilde, medyanın eğlence işlevinin kitlede yarattığı boşluğu ve insan yaşamını sıradanlaştırmasını Abdülhak Şinasi Hisar şu şekilde ifade etmektedir:

“Gündelik işlerin ağırlığıyla yorulan zihinler daha ilkel eğlencelere düşkün oluyorlar; hayatın çabukluğu insanları bir bakıma dikkatsizliğe iteliyor; sinema insanları tadılması kolay beğenilere dadandırıyor; gazeteler... okurları son derece hafif bir edebiyata, yüzeysel bir meraka alıştırıyor;... edebiyat kutsal aşamasından bir eğlence derecesine iniyor;... hatta eskiden kutsal sayılan tarihin bile, yüksek bilimsel aşamasından inerek, romanlaştığını ve eskiden bin güçlkle yazılan tarihi hayatların şimdi pek kolaylıkla romanlaştırıldığını görüyoruz...” (Hisar, 1943)

Eğlence isteğinin bir sonucu olarak televizyon izleme ve sanal içeriği gerçek olarak algılama, göndericinin (medya) alıcı (izleyici) üzerinde bir ölçüde etki yaratmasına neden olmaktadır. Ancak, etkinin kayda değer bir sonuç yaratması daha çok bilince ne derece yansıtıldığıyla ilgilidir. Zira, programı az sıklıkla takip eden izleyicilerin diğerlerine göre daha az etki altına girdikleri görülmektedir. Sonuçta, *Survivor*'ın kurgusallığının izleyiciler tarafından gerçekçi olarak algılanması hiper-gerçek bir algı yaratabildiğini göstermektedir.

4. Sonuç

Televizyon medyası 1980-1990 yılları arasında yürütülen neo-liberal politikalar sonucu nesnellikten ve ağırlıklı olarak bilgilendirme işlevinden uzaklaşmıştır. Teknolojideki gelişmelerle birlikte uydu yayıncılığı yaygınlaşmış ve özel kanalların sayısının artması ile medya endüstrisindeki rekabetçi anlayış kitlelere ulaşabilmek için 'bilgilendirme'den çok, 'eğlendirme' işlevine hizmet etmeye başlamıştır. İçeriklerin magazinsel boyutu ön plana çıkarılarak, ithal edilen çeşitli program formatları eğlence aracı olarak işlevselleşmiştir. Özellikle reality şovlar çeşitli içeriklerde hazırlanarak oldukça popüler bir tür hâline gelmiştir.

Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramı medya-toplum ilişkisine ve gerçeklik sorununa kuramsal açıdan farklı bir perspektif kazandırmıştır. Baudrillard, postmodernliği simülasyonlar dünyasına hapsedilmiş tüketim toplumu üzerinden tanımlamaktadır. Bu çerçevede çalışmada, hipotezleri ve bulguları eşleştirirken temelde medyanın tercih edilme nedenleri, bireylerin medyaya maruz kalma düzeyi, medyanın birey üzerindeki etkileri, pasif kitle ve bunların yansımaları ele alınmıştır. Çalışma, Baudrillard'ın simülasyon kuramının Türk toplumunda medyanın içerik ve alıcı açısından deneysel olarak test edilmesine dayanmaktadır. Medyadan gönderilen mesajların nesnenin asıl anlamını muğlaklaştırarak gerçeğin yerini alması *Survivor* programı üzerinden somutlaştırılmaya çalışılmıştır.

Kültür ve doğa ikilemi geçmiş ve şimdinin karşılaştırılması ile açıklanmaktadır. İnsanoglunun ortak tehdit, düşman ve doğa ile münasebetinde iş birliği içinde olma eğilimi olduğu birçok araştırma ile ortaya konmuştur. Sonuçta, ilkel dönemde altürizm güdülleri baskın gelmekteyken görünürde doğa ile mücadeleye vurgu yapan programda ise yarışmacıların birbirleri ile olan rekabeti gerçek bir mücadele algısı yanılması altında resmedilmektedir. Program gerçeğin simülasyonu ile iş birliği ve rekabet algısını soyutlaştırarak imgenin anlamını yeniden üretmekte ve muğlaklaştırmaktadır.

Gerçekliğin yeniden üretimi, aracın mesajın yerine geçerek mesajın kendisi olmasıyla sağlanmaktadır.¹² Dolayısıyla, bir araç olarak eğlence mesajın kendisi olmaktadır. Sonuçta basit bir içeriğin dikkat çekici bir araçla sunulması veya önemli bir konunun bayağılaştırılarak verilmesi içeriğin bağlamından koparılması ve sıradanlaşmasına *mediocrity* neden olmaktadır. Bu, gerçek yaşam kesitinin televizyonda teknik olarak yapılandırılmasının bir sonucudur. Özellikle reality şovların gerçeğe olan vurgusu ortaya çıkan kopukluğun üstünü örtmekte ve gerçeküstü bir bilinç oluşturmaktadır. Yaratılan algı yanılması bizi medyanın hiper-gerçeklik yaratma işlevinin olduğu sonucuna götürmektedir.

¹² Daha fazla bilgi için bkz. McLuhan M. (1965). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill Paperback, New York/London.

Araştırmanın sonuçları temel motivasyonu eğlenmek olan izleyicilerin benzer düşünce şemaları taşıdıklarını göstermektedir. Bu bağlamda, programın sıklıkla görüntülenen belirli imgeleri ettiği görülmüştür. Örneğin, *Survivor*'ın tüm bölümlerinde görüntülenen balık avlama, muz, hindistan cevizi ve kulübe imgeleri izleyicilerin çoğu tarafından görüntülenmeyen veya nispeten az sıklıkla görüntülenenlere göre daha fazla anımsanmış ve gerçeklikle ilişkilendirilmiştir.

Kitlenin medya mesajlarına yönelik tepkileri araştırmanın incelenmesi gereken diğer boyutunu oluşturmaktadır. Araştırmanın bu alandaki boşluğu doldurmak adına medya-kitle diyalektiği konusunda yapılacak çalışmalara altyapı oluşturacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra günümüzde geleneksel medya olan TV'nin yeni medya teknolojileri ile iç içe geçmiş şekilde kuramsal ve deneysel açıdan değerlendirilmesini içeren çalışmaların yapılması bu alandaki saha çalışmalarına çok boyutluluk kazandıracaktır.

Son olarak, reality şovların etkilerinin uzun vadede kolektif bilinçte diğer başka etkenlerle bir arada gözlemlenebildiği ölçüde bir hiper-gerçeklik algısı yarattığından söz etmek daha doğru olacaktır. Bu bağlamda medyanın doğrudan ve dolaylı olarak hiper-gerçekliğe hizmet eden faktörlerden biri olduğu sonucuna varılabilir.

Kaynakça

- Acun Medya, **Pascal Nouma Nihat Doğan kavgası** (2013). <https://www.youtube.com/watch?v=BNCQGFxFPI8> . Erişim tarihi: 10.02.2015. Türkiye.
- Acun Medya, **Survivor açık arttırma** (2010). <http://www.youtube.com/watch?v=6MfQaBi-koU> Erişim tarihi: 10.02.2015. Türkiye.
- Acun Medya, **Survivor Nihat'ın annesinden kötü haber aldığı an** (2012). <http://www.youtube.com/watch?v=Bf4ESJtKuCo>. Erişim tarihi: 10.02.2015. Türkiye.
- Acun Medya, **taner asena** (2011). <http://www.youtube.com/watch?v=sBWspX9at6w>. Erişim tarihi: 10.02.2015. Türkiye
- Adorno, T. ve M. Horkheimer. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (Çev. Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan). İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.
- Baudrillard, J. (1983). *In The Shadow Of The Silent Majorities Or The End Of The Social And Other Essays*. (Çev. P. Foss, P. Patton, J. Johnston) .
- (1988). *The Evil Demon Of Images*. (Çev. Paul Patton ve Paul Fross). Sydney: University of Sydney Press.
- (1991). *Sessiz Yiğınların Gölgesinde Ya da Toplumsalın Sonu*. (Çev. O. Adanır). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (1998). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (Çev. O. Adanır). İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- (1991a). *On Seduction*. (Eds. M. Kroker & A. Kroker). Palgrave Macmillan.
- (2009). "Fatal Theories", *International Library of Sociology*. (Eds. J. by Clarke, David B., Marcus A. Doel, William Merrin, Richard G. Smith). London and New York: Routledge.

- Blurton, J. N. (1984). "Selfish origin of human food sharing: Tolerated theft", *Ethology and Sociobiology*. 5:1-3. [aJH] (1987) "Tolerated theft: Suggestions about the ecology and evolution of sharing, hoarding".
- Bosshart, L. ve I. Macconi (1998). "Defining entertainment", *Communication Research Trends*, V. 18, No: 3.
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. Blackwell: Oxford.
- Derrida, J. (2002). *Echographies of television*. Malden, Mass.: Polity Press.
- Douglas Harper Custom Logo Design, <http://www.etymonline.com/>, Erişim tarihi: 07.02.2015
- Eslin, M. (1991). *TV Beyaz Camın Arkası*. (Çev. M. Çiftkaya). İstanbul: Pınar.
- Henrich, Joseph et. al. (2005). *Behavioral And Brain Sciences*. 28, 795-855. "Economic man" in Cross-cultural perspective: Behavioral experiments in 15 small-scale societies Al Cambridge University Press.
- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. Routledge.
- Hisar, Abdülhak Şinasi (1943). "Edebiyatta Roman", *Ulus*. Güzel Sanatlar Sayfası, 05 Eylül.
- Kenneth, A. (2011). *Contemporary Social and Sociological Theory Visualizing Social Worlds*. 14. Bölüm, İkinci Basım, Sage Publications, Inc. in "The End of Everything": Jean Baudrillard.
- McLuhan, M. (1965). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York/London: McGraw-Hill Paperback.
- Moran, Albert & Justin Malbon (2006). *Understanding the Global TV Format*. Intellect Books.
- Morley, D. (1983). "Cultural Transformations: The Politics of Resistance", *Language, Image, Media* içinde, (Eds. Howard Davis & Paul Walton). Oxford: Basil Blackwell, ss. 104-17. Ayrıca bkz. Paul Marris & Sue Thornham (Eds.) (1996). *Media Studies: A Reader*. Edinburgh: Edinburgh University Press, ss. 298-306.
- Postman, N. (1994). *TV: Öldüren Eğlence*. (Çev. O. Akınbay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ouellette, L. & S. Murray. (2009). "Introduction". *Reality TV: Remaking television culture* içinde. in (Eds. S. Murray & L. Ouellette). New York, NY: New York University Press: ss. 1-20.
- Sartori, G. (2004). *Görmenin İktidarı, Homo Videns: Gören İnsan*. (Çev. G. Batuş & B. Ulukan. İstanbul: Karakutu.
- Taylor, B. (1987). *Modernism, Postmodernism, Realism*. Winchester, Eng: School of Art Press.
- Türk Dil Kurumu, *Güncel Türkçe Sözlük*, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts, Erişim tarihi: 07.02.2015
- Vorderer, P. (2001). "It's Entertainment-Sure. But what exactly is entertainment? Communication Research, Media Psychology and the Explain of Entertainment Experiences", *Poetics*, Vol. 29.