



Yayına Geliş Tarihi:01/06/2017
Yayına Kabul Tarihi:01/07/2017
Online Yayın Tarihi:01/07/2017

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt: 1, Sayı: 1, Yıl: 2017, Sayfa: 32-44
ISSN: 2587-2206

YAŞAM BOYU ÖĞRENMEDE TELEVİZYONUN ROLÜ BAĞLAMINDA BİR GÜNDÜZ KUŞAĞI PROGRAMI: “GÜLBEN”¹

M. Yüstra ARSLAN², Zuhâl DEMİR³

Özet

Gündüz kuşağı programları şeklinde adlandırılan ve çoğunlukla kadınlara yönelik olarak hazırlanan kadın programları son yıllarda aile yaşamına etkileri bağlamında sıklıkla tartışılmaktadır. 1990'lı yıllardan itibaren medyanın dönüşüm geçirmesiyle birlikte yeni televizyon tür ve formatları ortaya çıkmıştır. Başlangıçta kadınlara pratik bilgiler vermeyi amaçlayan, sonralarıysa çeşitli nedenlerle kadınların yaşadıkları mağduriyetleri konu edinen kadın programları "kadınların seslerini duyurmayı" ve sorunlarına çözüm bulmayı amaçlamış ancak toplumsal değişimle birlikte bu tür programlar daha eğitici, öğretici, yaşam kalitesini arttırmaya yönelik bir içeriğe doğru evrilmiştir. Sağlık, eğitim, din, cinsel yaşam, evlilik, moda, yemek, kişisel bakım vb gibi çok çeşitli alanlara ilişkin bilgilerin sunulduğu kadın programları, tür, içerik ve söylem düzleminde "yaygın eğitim" türünde tanımlanabilir. 2013-2014 yayın sezonunda Show TV'de yayımlanmakta olan Gülben programı da bu tür gündüz kuşağı programlarına güncel bir örnektir.

Bu çalışma, Gülben Ergen'in sunduğu "Gülben" programı üzerinden, gündüz kuşağı programlarının yaşam boyu öğrenmedeki rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada ilk olarak bu konu üzerine yapılmış araştırmalar üzerinden kuramsal çerçeve sunulacak, daha sonra kadınların büyük oranda izlemeyi tercih ettikleri "Gülben" programının türsel ve söylemsel özellikleri içerik analizi yöntemiyle değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, televizyon, içerik analizi, gündüz kuşağı programı, yaşam boyu öğrenme

¹ Çalışmanın özeti, "9. Uluslararası Balkan Eğitim ve Bilim Kongresi"nde sunulmuş ve özeti kongre kitabında basılmıştır.

² Marmara Üniversitesi SBE Genel Gazetecilik Bilim Dalı Doktora Öğrencisi, Türkiye, arslanyusra@gmail.com

³Marmara Üniversitesi SBE Genel Gazetecilik Bilim Dalı Doktora Öğrencisi, Türkiye, zuhaldemir@trakya.edu.tr Uzman, Trakya Üniversitesi Edirne Sosyal Bilimler MYO

“GÜLBEN” AS A DAYTIME TV PROGRAMME IN THE CONTEXT OF THE ROLE OF TELEVISION ON THE LIFELONG EDUCATION

Abstract

Women's television programmes, which are prepared mostly towards women and also called as daytime television programmes, have often been discussed in the context of their effects on family life in recent years. New kinds and formats of television have appeared with the transformation of media since 1990s. The main purpose of women's television programmes which aimed at giving practical information to women at first and mentioned about the unjust treatment against women for specific reasons later on has been to “make women heard” and to find solutions to their problems; however, these types of programmes have evolved towards a more educating, teaching and life quality-increasing content with the social change. Women's television programmes which present information regarding various areas such as health, education, religion, sexual life, marriage, fashion, food and personal care can be defined to be in the type of “common education” on the planes of type, content and discourse. The women's television programme “Gülben” which has been broadcast on Show TV during the 2013-2014 season is a current example of these types of daytime television programmes.

This study aims to put forward the role of daytime television programmes on lifelong learning through the women's television programme “Gülben” which is hosted by Gülben Ergen. Firstly, the theoretical framework of the study will be presented based on the other research studies on this topic, and then the typical and discursive features of the programme “Gülben” which is preferred by women to a large extent will be evaluated by the content analysis method.

Keywords: *Education, television, content analysis, daytime television programme, lifelong learning*

GİRİŞ

İnsanoğlunun öğrenebilme yeteneğine sahip olması ve bu yeteneği sonucunda elde ettiği bilgileri bir değerlendirme süzgecinden geçirilebiliyor olması onu diğer varlıklardan üstün kılan bir özelliktir. Bu nedenle “öğrenme” birçok bilimsel çalışmaya konu olmuştur. Hergenhahn ve Olson (1997)’a göre öğrenme, yaşantı sonucunda ortaya çıkan davranış farklılığıdır ve kalıcı bir niteliğe sahiptir.

Temel olarak “beşikten mezara kadar öğrenme” olarak ifade edilen “yaşam boyu eğitim” kavramı, batı dünyasında adeta kurtarıcı bir role bürünmüştür. Oluşum temelleri bugünkü okulların ilk yapılandığı döneme kadar uzatılan ve sanayi devriminin etkisiyle gelişen eğitim sistemlerinin yetersizliğine vurgu yapan hayat boyu öğrenme, sadece örgün ve yaygın eğitim yoluyla verilen genel ve mesleki eğitim-öğretimi değil, hayatın tüm alanlarındaki öğrenme faaliyetlerini kapsar.

Günümüzde teknoloji ve özellikle de iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, yetişkinlerin formal eğitim sonrasında öğrenmeye devam etmelerine olanak sağlamış ve bunu büyük ölçüde de yaygınlaştırmıştır. Medyanın verdiği mesajların etkisinin ne olduğu ve bunun ne kadar bilincinde olunup olunmadığı bir tartışma konusu olmakla beraber yetişkinler üzerindeki etkisi yadsınamaz. Dahası, medyadan öğrenme, okuldan daha kolay ve zevklidir. Eğitim sisteminin parçalara bölerek müfredat gereği sıraladığı bilgiler, medyada, tam olarak olmasa da, bir bağlam ve bütünlük içinde verilmektedir. Sınav kaygısı ve diğer baskı unsurlarının olmaması, öğrenme için gerekli ortama katkıda bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, medya, izleyiciye ilgi duyulana yönelme olanağı sağlamaktadır. Oysa eğitim sisteminde daha önceden uzmanların uygun gördükleri seçilip aktarılmaktadır (Özad, 2011: 87-88).

Yaşam boyu öğrenme, bugüne kadar birey ve toplum hayatında önemli bir yer tutmuştur. Bilgi ve iletişimin, birey ve toplumu derinden etkilediği bilgi çağında; öğrenme ihtiyacı sürekli olarak artmakta, edinilen becerilere yenilerinin katılma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan, küreselleşme ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim birtakım sonuçlar doğurmuştur. Bu sonuçlardan biri uluslararası arenada yaşanan rekabet koşullarındaki ağırlaşan şartlardır. İkinci sonuç ise, insanı odağına alan yeni bir kalkınma modeli oluşturulmaya çalışılmasıdır. Bu noktada önemi bir kez daha ortaya çıkan hayat boyu öğrenme, odağına “insan”ı yerleştirerek en büyük yatırımı insana yapmakta, onun niteliğini arttırarak istihdam edilebilirliğine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Yaşam boyu öğrenmenin bireye ve topluma pek çok faydası vardır. Nordstrom, yaşam boyu öğrenmenin öncelikle zihin üzerinde etkili olduğunu söyler. Ona göre yaşam boyu öğrenme zihni açar ve bireyi bilgiye aç bir hale getirir. Aynı zamanda bizleri daha faziletli kılarak dünyanın daha iyi bir yer olmasını sağlar. Yaşam boyu öğrenme bizi sosyalleştirir, zenginleştirir ve böylece yaşamın da daha zengin bir hal almasını sağlar.

Yaşam Boyu Eğitim Aracı Olarak Televizyon

Günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin yükselen trendine rağmen hala ülkemizde en yaygın kitle iletişim aracı olma özelliğini koruyan televizyon, hem göze hem de kulağa hitap etmenin yanı sıra hem gerçek dünyanın hem de sanal

âlemin bir sunucusu olma özelliğine sahiptir. Bu özelliğinin sonucunda da hedef kitlenin gönlünde yer edinen televizyon, evlerimizin başköşesindedir. Ancak onun bu başköşedeki yeri, onun, insanlar özellikle de çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin tartışılmasına engel değildir.

Her yeni şeyin yaşamımıza ilk girdiğinde uyandırdığı merak gibi televizyonun da ilk günden bu yana, etkileri bilimsel araştırmalar için merak konusu olmuştur. Özellikle son 20-25 yılda televizyonun ucuzlamasından dolayı hemen her eve girmesi, hatta birçok evde birden fazla sayıda bulunması, özel kanal sayılarındaki artış gibi faktörler onun insanların yaşamında daha önemli bir yer edindiğine işaret etmekte ve bunun sonucu olarak da izleyicilerinin onun etkilerine daha fazla maruz kaldığını söylemeyi olanaklı kılmaktadır.

İstatistikler de bu düşünceleri doğrular niteliktedir. Türkiye’de televizyon izleme oranları giderek yükselmektedir. Özellikle de son yıllarda TV kanallarında bir furya hâlini alan dizilerin katkısıyla Türkiye’nin, televizyon izleme oranları bakımından, dünyada birinci sıraya yerleştiği görülmektedir. Daha önce günde 3.5 saat ile dünya ikincisi olan Türkiye, dizi filmlere izleyicilerin rağbet göstermesiyle birlikte 4 saat ortalamayla dünyada ilk sırada olan ABD’yi yakalamıştır.

Televizyonun fonksiyonlarından birisi olan; izleyiciyi eğitime fonksiyonu, ülkelerin yönetim ve yaşayış tarzlarına, ülkedeki eğitim anlayışı ve eğitim politikasına, ayrıca televizyon istasyonlarının yönetim biçimlerine bağlı olarak değişiklikler gösterir. Televizyonla eğitim, değişik ölçütlere göre, farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Bu sınıflamalar açısından, televizyonun haber ve bilgi vermeye yönelik programları, “tamamlayıcı eğitim” grubunda yer almaktadır. TV programları arasında, mesleklerle ilgili bilgi ve becerileri aktaran; bireyi belirli alanlara yönlentmeyi amaçlayan; teknolojik gelişmelere ve gelişmelerin sonucunda ortaya çıkan duruma uyum göstermeye yardımcı olan; bireyin ufkunu genişletmeyi amaçlayan, bireyin demokratik yaşayışta yerini almasını sağlayan, temel bilgileri aktaran ve bireyleri çeşitli konularda aydınlatan programlar, “yaygın eğitim” kapsamına girmektedirler (Aziz, 1982).

İzleyicisini ikna etmeyi amaçlayan diğer bir deyişle izleyicinin tutumlarını değiştirmek, var olan tutumlarını güçlendirmek veya yeni tutumlar edinmelerini sağlamak; bilgi ve becerileri açısından kazanımlar elde etmelerini olanaklı kılmak amacıyla yayınlanan programlar “eğitici” programlar olarak adlandırılırlar. Eğitici programlar farklı yaş gruplarına hitap edebilecekleri gibi farklı cins veya farklı meslek gruplarına da yönelik olabilirler.

Çilenti (1980; 1982; 1984), E. Dale’in öğrenme modelini çalışmasına referans olarak kabul etmekte ve televizyonun öğrenme üzerindeki etkisini değerlendirmektedir. Bunun sonucuna göre, TV, somuttan soyuta doğru giden öğrenmelerde, Dale’in yaşantı konisinin ortaya yakın üst kısmında yer alan, diğer

eğitim araç ve yöntemlerinin kullanılabilirdiği bir eğitim aracıdır. Öğrenilenlerin yüzde 83'ü görme, yüzde 11'i işitme yoluyla öğrenilmekte ve işitilenlerin yüzde 20'si, görülenlerin yüzde 30'u, görülüp işitilenlerin ise yüzde 50'si hatırlanabilmektedir. Radyo, gazete gibi iletişim araçları ile mukayese edildiğinde; televizyonun eğitim işlevi bakımından önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Bu önem onun aynı anda birden fazla duyu organına hitap ederek, hatırlamayı kolaylaştırmasından kaynaklanmaktadır.

Ayrıca, yetişkinlerin öğrenmesi ile ilgili literatürde beş temel öğrenme kuramı vardır. Bu kuramlardan Bandura tarafından geliştirilen sosyal öğrenme kuramı medyadan öğrenmeyi açıkladığı için önemlidir. Sosyal öğrenme kuramı halihazırda var olan bir öğrenme şeklini gündeme getirir. Anne, baba, öğretmen gibi yakınları model alarak öğrenme iyi bilinen bir öğrenme şeklidir. Anne, baba, öğretmen gibi bilinen modellere günümüzde medya birçok yenisini katmıştır (Özad, 2011: 91).

Ancak, medya işlevlerini hayata geçirirken birtakım güçlerin etkisi altında kalır. Bu güçler, Mills (1974) 'in ifadesiyle "*iktidar seçkinleri*" yani ekonomi çevreleri, ordu ve siyasettir. Çıkar ilişkisi zemininde üretilen gerçeklik bireylere farklı şekillerde sunulmakta ve böylece onları etkisi altında bırakmaktadır. Bundan dolayıdır ki, televizyondaki yayın politikaları iktidar seçkinleri ile medya arasındaki iç içe geçmiş ilişkilerin devamlılığını sağlamaya yöneliktir. Bu devamlılığın sağlanması da ancak, medyanın gerçekleri sunarken bu gerçekler arasına pazarlama stratejilerine uygun yapıdaki verileri eklemesi ile sağlanmaktadır. Böylece medya kuruluşları daha yüksek oranda kar elde edebilmekte aynı zamanda söz konusu girift ilişkilerin de sürdürülebilirliğini sağlayabilmektedir. Çağımızda medyanın en yaygın olarak kullandığı formül budur.

Medya yine bu yolla, kahramanlar, temsiller ve kişilik tipleri yaratmaktadır. Bireyler bu kişilik tipleri ve temsiller üzerinden kendilerini tanımlamakta ve var etmektedir fakat bu sürecin farkında olmamaktadırlar. Bu noktada medyanın etkileme ve etkilenme düzeyinin en yüksek olduğu görsel araç televizyondur. Televizyonun değişimde rol oynamasında ona duyulan güvenin boyutları önemlidir. Ancak bu seçkinliğin estetik ve sembolik çerçevesinin kesin sınırları dahilinde gerçekleştirilmektedir. Televizyonun etkileme gücünün hissedildiği diğer bir alan farklı sosyo-ekonomik çevrelere, düşünce biçimlerine, yaşam tarzlarına, demografik özelliklere, eğitim düzeyine, yeteneklere sahip bireylerin, buradan yansıtılan gerçekliğe farklılaşan oranlarda maruz kalmalarına ve bu dünyadan beslenmelerine neden olmaktadır. Dolayısıyla, bireyin sosyal yaşama dair bilgi edinmesinde, sosyal kişiliğinin oluşmasında, sosyal statü elde etmesinde, sosyal gruplara katılmasında, sosyal rolünü benimsemesinde, sosyal grup, kurum ve kültürün oluşması sürecinde on plana çıkan televizyondur (Esslin, 1991; Cereci, 1996).

Bir Gündüz Kuşağı Programı: Gülben

Televizyon sektörü için büyük önem taşıyan gündüz kuşağı, 10.00-18.00 saatleri arasında geniş bir zaman aralığını kapsamaktadır. Gündüz kuşağı programlarının izler kitlesi emekliler, kadınlar ve çocuklardan oluşmaktadır. Anket sonuçlarına göre, ülkemizde günde ortalama 4-5 saat televizyon izlenmektedir.

Genelde televizyonun, özelde ise gündüz kuşağı/kadın programlarının toplum üzerindeki etkisi çok büyüktür. Bu tür programlar, sadece geleneksel ya da yerleşik değerlerin pekiştirilmesine değil aynı zamanda geleneksel olan değerlerin değiştirilmesine, yeni davranış kalıplarının benimsetilmesine, yeni yaşam tarzlarının sergilenerek bireyler tarafından talep edilebilirliğini arttırmak amacıyla da araçsal bir işleve sahiptir. Daha önce yapılan çalışmalar, kızların giyim, yemek adabı, davranış vb. konular üzerinde değiştirici bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Gündüz kuşağı programları, kitleler üzerinde moda, magazin, sağlık, spor, psikoloji ve nispeten haber içeriğiyle psikolojik ve somut faydalara sebep olmaktadır. Televizyon özellikle (çalışmayan) kadınlar için önemli bir zaman geçirme aracıdır. Programın yayınladığı saatler itibarıyla ağırlıklı olarak ev kadınlarına ulaşmakta; bu programlarda ev kadınlığı, aile yaşamı küçümsenmemekle birlikte çalışan kadın kavramı onaylanmakta, model gösterilmektedir. Bu programlar kadının düşünce, duygu ve bakış açısını değiştiren, yeni yaşam biçimlerini empoze eden bir araç haline geldiği gözlemlenmektedir (Kurt, 2001; Karahan, 2000). Dolayısıyla televizyon izlemede temel hedef eğlence olmakla birlikte, bu programlardan kadınların kişisel gelişimleri ve sosyal farkındalığını arttırmak amacıyla yararlanma biçimlerinin oldukça etkili olabileceği de dikkate değerdir.

Programların çeşitliliği bakımından epey geniş bir yelpaze çıkıyor karşımıza. Reality şovlardan tutun da evlilik programlarına, televizyonu adeta bir mahkemeye çeviren “suçlu kim?” yapımlarından yemek programlarına kadar birçok izlenceyle karşılaşmak mümkün. Özellikle reality şovlar ve suçluyu aramaya yönelik programlarda sıradan insanların hayatları en ince ayrıntısına kadar ekranlardan evlerimize konuk oluyor. Gayri meşru ilişkiler, cinayetler ve aile içinde yaşanan sorunların bini bir para. Bu tür içerikler, artık farkındalık oluşturmaktan ziyade, gittikçe normalleşiyor ve sadece bir şov unsuru haline geliyor.

Kadın izleyicilere yönelik içeriğe sahip gündüz kuşağı programları tüm dünyada hem bireysel hem de toplumsal yaşama etkileri hususunda çokça tartışılmaktadır. Ülkemizde diğer ülkelere nazaran başlangıcı daha yakın bir tarihe rastlayan bu tür programların 2000’li yıllarda sayıca zenginleşmeye başlamaları da bu tartışmaların dikkat çekici sebeplerinden birisi olmuştur. Tartışmaların bilime katkı sunmanın yanı sıra bir başka faydası da sayıca artan bu yayınların niteliksel olarak da gelişime uğramaları olmuştur. Bu programlar yeni bakış açısının etkisiyle

yalnızca eğlenceye dönük programlar olmaktan uzaklaşarak yaşam kalitesini arttırmaya yönelik içeriklerle hazırlanmaya başlanmıştır. 2009 yılında yayın hayatına başlayan “Doktorum” programı buna iyi bir örnektir. İzleyiciler eğlenceyle bilgiyi aynı anda çeşni olarak görebilmiş, yaşam kalitelerini artıran önemli pratik bilgiler elde etmeye başlamışlardır. Eğitim, yemek yapımı, çocuk bakımı, aile yaşamı vb. pek çok farklı alanda bilgiler sunan bu programlar, tür, içerik ve söylemsel düzlemde diğer programlardan farklılık göstermektedir. Bu çalışma örnek bir kadın programı olan “Gülben” üzerinden, kadın programlarının yaşam boyu eğitim yönünden işlevselliğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Gülben programını sunan Gülben Ergen, genel itibariyle presentabl, renkli, samimi ve kendisini yapım ekibine teslim etmiş bir sunucudur. Diğer gündüz kuşağı programcılarına göre nispeten daha çok okuyup araştıran, ülke meselelerine farkındalığı olan, özellikle de anne olmasının etkisiyle sosyal sorumluluk projelerine duyarlı bir TV yüzü olarak belirmektedir. Aynı zamanda Gülben Ergen izleyiciyle özdeşleşmiş, pek çok kadına model olmuş, popüler bir isimdir. Gülben programı da diğer gündüz kuşağı programlarına göre –popüler kültürü temsil etmek ve reyting kaygısını gözetmek kaydıyla- nispeten daha ilkeli ve kamu yararı gözetilen bir program olması yönüyle biraz daha farklı bir yerde durmaktadır. Programda her ne kadar spordan sağlığa, dinden eğitime, sosyal sorumluluk projelerinden yaşama dair ipuçlarına kadar geniş bir konu yelpazesi olsa da genel itibariyle giyimiyle, danslarıyla, bazı söylemleriyle, kendisinin de rol aldığı bazı kurgusal çekimleriyle reyting savaşında kendi tarafını ve tarzını ortaya koymaktadır.

Medya ürünlerini tüketmede üreticilere olduğu kadar tüketicilere de büyük görev düşmektedir. Özellikle son yıllarda literatüre giren ve Avrupa’da uzun zamandır tartışılabilen medya okuryazarlığı sayesinde, izleyici odaklı, bilinçli, süzgeçten geçirebilen bir TV tüketimi mümkün hale gelmiştir. Bugüne kadar yapılan çalışmaların birçoğu kitle iletişim araçlarının, bilhassa da televizyonun zararları üzerine tezler öne sürmüşlerdir. Ancak televizyon her ne kadar yeni iletişim teknolojileri ortaya çıkmış olsa da halen toplumun genelinin iletişim araçlarının başında gelmektedir. Herhangi bir aracın zararlarından kaçınmak için onu tümüyle kötülemek ya da hayatın içinden çıkarmak tercih edilebilecek en kolay yoldur. Ancak faydaları ve zararları üzerine düşünmek, bilinçlenmek, hem yetişkin düzeyinde hem çocuklar düzeyinde medya okuryazarlığı yapabilmek, TV programlarını süzgeçten geçirebilmek, daha iyi programların yapılabilmesi için yetkili otoritelere talepleri iletmek çok daha anlamlı olacaktır.

Bu araştırma kapsamında incelediğimiz program, hafta içi her gün 12.30-15.00 saatleri arasında yayımlanmıştır.

YÖNTEM

Bu çalışmada, kendi türündeki diğer programlara göre izlenme oranı yüksek olan bir gündüz kuşağı programı olan Gülben'in Nisan 2014 ve Mayıs 2014 tarihlerinde yayımlanmış olan on beşer günlük programları incelenmiştir. Programlar içerik analizi yöntemiyle izlenmiş, bir günlük program içerisinde geçen konu, konuk, süre, tür gibi konularda tespitler yapıp televizyon programının yaşam boyu eğitime yönelik eğilimi araştırılmıştır.

Gülben programı, adını Türkiye'nin en medyatik kadınlarından biri olan sanatçı Gülben Ergen'den almaktadır. Gülben Ergen, Türk pop müzik sanatçısı, oyuncu ve eski mankindir. Programın yapımcılığı profesyonel bir firma tarafından yapılmaktadır. 1990'lı yıllardan bu yana televizyon ekranlarının ilgi gören simalarından biri olan Gülben Ergen'in sunduğu programların içerikleri dahi Türkiye'nin televizyon tarihiyle ilgili önemli ipuçları vermektedir. Örneğin 1998-2001 yılları arasında sunduğu Gülbence ve Gülben'le Sürpriz programlarının içerikleri çok daha magazinel ve show içeriklidir. Ancak 2010-2012 yılları arasında TRT 1'de sunduğu Gülben programı çok daha nitelikli, kamu yararını gözetmede daha bilinçlidir. Reyting kaygısı taşımamaktadır. Ancak Show TV'ye yani kar amacı güden, ayakta kalmak için reyting kaygısı taşıyan, merkez medyadan bir televizyon istasyonuna geçtikten sonra program çok daha popüler bir çizgiye geçmiş, çok büyük farklılıklar arz etmese de konukları ve konularıyla daha şova dönük bir program haline gelmiştir.

BULGULAR

Bu araştırma kapsamında incelediğimiz, iki farklı aydan ve artarda yayımlanmış toplam otuz günlük Gülben programında genel itibariyle yaşama, insana ve özellikle kadına dair her türlü konunun, alanında uzman isimleri konuk edilmiştir. Stüdyo ortamında, canlı olarak yayımlanan programda ana konu ve konunun haricinde bazı insan hikâyeleri de ekrana taşınmıştır. Özellikle sağlık problemlerinden dolayı mücadele veren çocukları ekrana taşıyan Gülben, bu çocukların tedavi masraflarıyla ilgili izleyicilerden destek talep etmektedir. Program sunucusunun da özellikle vurguladığı gibi, kadınları yakından ilgilendiren aşk ve ilişkiler, sağlık, diyet, güzellik, moda, dekorasyon, kişisel gelişim, din gibi konuların yanı sıra; kadınların daha "iyi ve kaliteli" yaşamalarını sağlayacak bilgileri konuklarıyla tartışmaktadır.

Programda Nisan ayı içerisinde 2 psikolojik danışman, 10 sanatçı (Asya, Ceyhan Yılmaz, Hüseyin Kağıt ve Özkan Özcan, Seher Dilovan, Yavuz Seçkin, Ceylan, Baha, İntizar, Ramazan Küçük ve Tarık Mengüç), 2 modacı (Emel Acar ve Tanju Babacan), 2 mutasavvıf/ilahiyatçı yazar (Cemalnur Sargut ve Prof. Dr. Muhammet Nur Doğan), 3 doktor (Fitoterapi Uzmanı Dr. Elif Güveloğlu, Psikiyatr Prof. Dr. Yankı Yazgan, Prof. Dr. Yücel Karaman) 1 astrolog (Demet Baltacı), 1 yemek yazarı ve şef (Elif Korkmazel) konuk olarak yer almıştır. Sanatçıların çoğu

popüler kültüre ait olmakla birlikte, yazar, doktor ve psikolojik danışmanlar kendi alanlarında titrlerini ispat etmiş unvan sahibi isimlerdir.

Haziran ayında yayımlanan on beş günlük program içerisinde Gülben Ergen, 19 sanatçı (Eflatun, Defne Samyeli, Levent Dörter, Metin Arolat, Orhan Hakalmaz, Ertuğrul Erkişi, Sevcan Orhan, Alişan, İrem Derici, Yeşim Ceren Bozoğlu, Işın Karaca, Nalan, Sümer Ezgü, Aşkar ve Gabriele Sponza, Gülay, Ender Balkır, 2 yazar, 1 diyetisyen (Şeyda Coşkun), 1 psikolojik danışman (Mehmet Coşkundeniz), 2 doktor (Op.Dr. Serdar Eren, Op. Dr. Burak Türkyılmaz)'a yer vermiştir. Bu isimlerin yanı sıra Nisan ayında incelediğimiz programlarda olduğu gibi, insan hikâyelerine program içerisinde zaman ayrılmıştır. Ergen, yardıma muhtaç insanlara el uzatarak onlar için yardım çağrısında bulunmuştur.

Programın başlangıcından bitişine kadar stüdyoda bulunan ana konu ve konuğun haricinde her programın yaklaşık 15 dakikalık bölümü sosyal yardımlaşmaya ayrılmıştır. Ayrıca programın yaklaşık 15 dakikalık bölümünde seyircilerle telefon bağlantısı kurulup uzman konuklarla iletişime geçmeleri sağlanmaktadır. Programın sunum dili ve içeriği izleyicinin beklentilerine ve programın yayımlandığı kanalın yayın politikasına uygun bir şekilde popüler bir yayıncılık yapmaktadır. Programda, sunucu ile konuklar arasında gerçekleşen sohbetlerde, sanatçı konukların canlı performansları, modacıların mini defileleri, aşçıların canlı yemek tarifleriyle dinamik bir çizgi yakalanmıştır. Programda en çok vurgulanan kavramlardan bazıları üretmek, ruhen ve bedenen sağlıklı yaşamak, her türlü kişisel gelişim ve yardımlaşmadır.

Nisan ayı içerisindeki on beş günlük bölümlerde nöroblastom kanseri 6 yaşındaki Deniz Gülmez ve yine aynı hastalığa sahip 2.5 yaşındaki Tuana Şenel ve kalp hastası 21 aylık Muhammet Eren Dönmez'in hikayelerine yer verilmektedir. Bazı bölümlerde ailesiyle birlikte stüdyoda konuk edilen bu çocukların hikâyelerine hemen her bölümde de kısa görüntülerle yer verilmekte ve gönüllülerden destek talebinde bulunmaktadır. Nisan ayı içinde incelediğimiz bu bölümlerde en çok öne çıkan ve programdan sonra medyada da geniş yer bulan hikâye ise 6 yaşındaki Deniz Gülmez'in yaşam mücadelesi olmuştur. Modacı Emel Acar'ın konuk olduğu programda, ekonomik yetersizlikler nedeniyle tedavisi yaptırılmayan 6 yaşındaki Deniz Gülmez'in 500 bin Euro tutarındaki masrafını Emel Acar'ın üstlenmesi, sosyal yardımlaşmanın önemine dair önemli bir davranış olarak gösterilmiştir.

TARTIŞMA

Gülben programı, Amerika'da 'info-tainment' şeklinde ifade edilen eğlendirirken bilgi vermeyi hedefleyen bir program türü olarak kabul edilebilir. Bu tip programlar, izleyicinin ne istediğini bilen, fast food mantığıyla hazırlanmış, hazmedilmesi kolay bilgiler sunmaktadır.

Medya eleştirisi içeren akademik çalışmaların büyük bir çoğunluğunun kanaati televizyonun, doğal yapısı itibariyle eğitici nitelikten uzak bir araç olduğu, bir diğer görüş ise televizyonun uygun koşullarda eğitim amaçlı yardımcı bir unsur olarak kullanılabilmesi yönündedir.

Eğitim en genel tanımıyla, toplumun değer yargıları ile bilgi ve beceri birikiminin yeni kuşaklara aktarılması, bu amaçlarla okullarda ve benzer kurumlarda sürdürülen öğretim ve yetiştirme etkinlikleridir (Cereci, 1997). Televizyonun yaşam boyu eğitimde bir araç olarak kullanılıp kullanılmayacağı sorusunun başlangıcında televizyonun ve televizyon haricindeki çevrelerin eğitimden ne anladığı, onu nasıl tanımladığı konusu önem taşımaktadır.

SONUÇ

Kadın programlarına yönelik çoğu eleştirilerde genel itibariyle bir popüler kültür eleştirisinin hakim olduğunu vurgulamak gerekir. Bu gibi medya okumalarında kadın programlarının, kadına özgü sorunlar üzerinden yerleşik güç ilişkilerinin sürekliliğinin sağlandığı, kültür endüstrisinin ortaya çıkardığı, herhangi bir eğitici rolü bulunmayan, niteliksiz ürünler olduğu ifade edilmektedir. Fakat bu gibi televizyon programlarına ilişkin tartışılan sorunlara yönelik yerinde eleştirilerin yanı sıra, sistematik çözüm yollarının geliştirilebilmesi gerektiği bir gerçektir. Her ne kadar birbirine karşıt iki görüş çerçevesinde değerlendirilse de bu programlar günümüz sosyo-ekonomik ve kültürel değişimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmakta, çok sayıda izleyici kitlesine ulaşmakta, gündelik yaşamda tartışılmakta, bu şekilde kamuoyu gündemini oluşturmaktadır. Bu gündemi belirleyen ise serbest piyasa ekonomisi koşullarında yüksek karlılık güdüsüyle hareket eden medyadır.

Medyanın kâr elde etmesi ise hedef kitle oranını arttırmasıyla mümkündür. Medyanın yayın içeriğini sürekli değiştirmesi, çeşitlendirmesi bu amacın sonucudur. Günümüz ekonomik ve siyasal sistemin sürekliliğinin sağlanmasında medya araçsal işlev konumundadır. Tüketimin arttırılması, daha fazla tüketen, bağımlı, eleştirel düşünmeyen birey tipolojisinin oluşturulması için, medya popüler kültür ürünlerini kullanmakta, reklam ve pazarlama stratejileriyle bireylere sunmakta, bu şekilde onları biçimlendirmektedir. Medya, dönüştürücü işlevini diğer kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığı en etkili şekilde televizyon aracılığıyla gerçekleştirmektedir.

Televizyondaki yayın akışının nasıl olacağı, ne tür programlara yer verileceği, ne kadar süre yayınlanacağı gibi konular medyanın stratejik amaçlarıyla

belirlenmektedir. Medya bu işlevi yerine getirirken toplumu oluşturan sosyal, kültürel, siyasal dinamikleri ve bireylerin özelliklerini, ihtiyaçlarını, beklentilerini de dikkate almaktadır. Bu bağlamda, televizyonda yayınlanan diğer programlardan farklı özellikler gösteren ve farklı bir izleyici kitlesine sahip olan kadın programlarını, esasen büyük bir fotoğrafın belli bir parçasını oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Gündüz kuşağı programları içerisinde yer alan, diğer bir tanımla “kadın programı” olan Gülben de ülkemiz konjonktüründeki medya gerçeğine uygun bir program örneğidir. Reyting kaygısı taşıyan, arz-talep dengesinde talebe göre içerik üreten, kültür endüstrisinin tipik bir örneğidir. Ancak bununla birlikte Türkiye’deki medya tarihi göz önüne alındığında, sadece reyting kaygısıyla hazırlanmış, yaşam kalitesini artırmaya yönelik hedeflerin olmadığı, ağırlıklı olarak “magazinel ve eğlencelik” içerikte hazırlanan programların yerine gün geçtikçe kamu yararını da gözetten, derinliği olmayan, pratik ve kolay hazmedilebilecek hap bilgilerle kadınların yaşam kalitelerini yükseltmek amaçlanmaktadır. Aslında bu içerik de yine talebin/izleyicinin ihtiyaçları doğrultusunda evrim geçirmektedir. Zira son on beş-yirmi yıl içerisinde internetin doğuşuyla birlikte bilgiye ulaşmak eskisinden çok daha kolay hale gelmiş, kadınlar çeşitli lifestyle sitelerinden, bloglardan, dijital yayınlardan sağlık, spor, din, eğitim, eğlence gibi alanlara dair ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. Bilginin petrolden daha değerli hale geldiği bu yıllarda televizyonun da temel bazı konularda uzman isimleri ekrana taşınması, yaşam kalitesini artırmaya, kamu yararını gözetmeye yönelik yayınlar hazırlanması bir ihtiyaç haline almıştır. Bu süreçte de yine günümüz medya ekonomisinin gerçekleri göz ardı edilmeden ve Internet çağına da ayak uydurarak programlar hazırlanıp sunulmaktadır.

Gülben programı da bu çerçeveye uyan, doğru bir örnektir. Farklı programlarda yayımlanan benzer programlara göre nispeten daha nitelikli bir içerik sunan program, yaşam boyu eğitimin televizyon programlarıyla dozu düşük olmakla birlikte verilebileceğinin bir göstergesidir. Çeşitli kurslar/seminerler, kitaplar, kültürel seyahatler, sinema ve tiyatro gibi yaşam boyu eğitimin pek çok yöntemi ve aracı vardır. Televizyon bu araçların belki en etkilisi ama aynı zamanda içeriği en zayıf olanıdır. Ancak televizyonun toplum üzerindeki büyük etkisi, ülkemizin bir gerçeğidir. Televizyon izleyicisinin sayısı ülkemizde azımsanmayacak kadar büyüktür. Bu nedenle ülkemizin gerçeklerine yabancı kalmadan, televizyonun etkisi ve gücünü de kabul ederek, genelde tüm televizyon programlarının özelde ise kadın programlarının daha zengin, daha nitelikli, mümkün olduğunca akademik bir formata dönüştürülebileceği üzerinde durulmalıdır. Bir yandan yaşam boyu eğitim seviyesinin çıkmasını yükseltmek adına medya üreticilerine, denetleyici ve düzenleyici kurumlara akademik ve etik açıdan destek sunarken, diğer yandan tüketicilere de farklı kanallarla medya okuryazarlığı eğitimi vererek bireysel filtrelerini oluşturmaları noktasında bilinç oluşturulmalıdır.

Televizyonun eğitici olup olmaması, üreticilerin kendi tercihi ve tavrıyla ilgili olduğu kadar izleyicinin de izleme biçimi ve alışkanlıklarıyla da ilgilidir. Televizyonlarını sürekli açık tutan izleyiciler programlara, televizyonlarını belirli programlar için açan, bittiğinde kapayan izleyicilerden daha az ilgi göstermektedirler. Böylece, ancak televizyonu bilinçli olarak kullanan, izleyicilerin televizyon aracılığıyla eğitilme şansı olmaktadır. Bununla birlikte, en önemli nokta, izleyicinin bilgisinin çokluğu oranında, televizyonun bilgilendiriciliğinin azalmasıdır.

KAYNAKÇA

Aziz, A. (1982). Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara.

Cerçi, S. (1996). Televizyonun Sosyolojik Boyutu, Şule Yayınları, İstanbul.

Cerçi, S. (1997). "Televizyon Eğitebilir mi?", Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Sayı: 4, Konya 1997, s. 21-28.

Çilenti, K. (1980). "Çocuk Ve Kitle İletişim Araçları", Çocuk Ve Eğitim, (Yay. Haz.: N. Koç), Ankara: TED Yay.

Çilenti, K. (1982). "Televizyonla Eğitim İlkeleri Ve Türkiye'deki Uygulamalar", A.Ü. EBF Dergisi, Cilt: 15, Sayı:2, s. 151-164.

Çilenti, K. (1984). Eğitim Teknolojisi Ve Öğretim, Ankara: Özel Yayın.

Eslin, M. (1991). Televizyon Beyaz Camın Arkası. Çev. Murat Çiftkaya, Pınar Yayınları. İstanbul.

Hergenhahn, Baldwin R. and Matthew H. Olson (1997). *An Introduction to Theories of Learning*. New Jersey, USA: Prentice Hall. Aktaran: Mustafa Aksoy, "Kavram Olarak Hayat boyu Öğrenme ve hayat boyu Öğrenmenin Avrupa Birliği Serüveni", Ahmet Yesevi Üniversitesi Bilig Türk Dünyası sosyal Bilimler Dergisi, 2013 / Sayı 64, 23-48.

Karahan, U. Z. (2000). Televizyon ve Kadın. Alfa Yayınevi, İstanbul. Nordstrom, N. M. (2008). *Top 10 Benefits of Lifelong Learning*. Erişim: Ekim 2010, http://www.selfgrowth.com/articles/Top_10_Benefits_of_Lifelong_Learning.html

Kurt, A. (2001). Televizyonun Toplum Üzerindeki Etkilerinin Sosyolojik İncelemesi, Sakarya Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

Mills, W. (1974). İktidar Seçkinleri. Çev. Ü. Oskay. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Özad, B. E. (2011). "Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 87-95.