

EVLİLİĞE İLİŞKİN TÜRK TELEVİZYON PROGRAMLARININ SOSYOLOJİK ANALİZİ

Fazlı POLAT (*)

Bahset KARSLI (**)

Özet

Aile hayatı, insanlığın özel dünyasını oluşturan ve bir toplumun kendine özgülüğünü yansıtmaya özelliğine sahip en temel kurumlardan biridir. Aile hayatı, mahrem ve gizemli yönüyle geleneğin yaşatılmasında ve toplumsal dokunun gelecek nesillere aktarılmasında bir milletin beslendiği en önemli damarıdır. Bu önemli yapının temeli de bir erkekle bir kadının evliliği üzerinde şekil kazanır. Çeşitli görsel medya kuruluşlarında (TV. vs.) yayınlanan evlilik ve kadın programlarının toplumdan gelen talep doğrultusunda yayınlandığı saikiyle yapıldığı öne sürülmektedir. Bu çalışmamızda, evliliğe ilişkin geleneksel bazı uygulamaların modernize edilerek sunulduğu bu programların Türk aile yapısına uygunluğu ve aile yapısı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmada, Erzurum ili örneğinde anket ve mülakat tekniğiyle elde edilmiş veriler medya ve toplum ilişkisi çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medya, Evlilik, Aile, Televizyon, Toplum

The Sociological Analyzes on Turkish TV Programs Regarding Marriage

Abstract

Family life and is one of the most fundamental institutions that reflects the authenticity of society constitutes the special world of humanity. And family life is the most important element with private and secret aspects in maintaining the tradition and transmitting of the social fabric to future generations. This important foundation of the grounds would appear as a man and a woman's marriage. However, there are claims regarding that some Turkish TV programs demanded by the community are broadcasted in a variety of visual media institutions about marriage and women's programs. Therefore, We try to examine the appropriateness and effects of this programs that some traditional practices related to marriage are being modernized on Turkish family structure. Our aim to show the relationship between media and society within the framework of the reality shows in Turkish TV's about marriage programs. Our sample is Erzurum province and methods are questionnaire and interview for this study.

Keywords: Media, Marriage, Family, Television, Society.

*) Doç. Dr.,
(e-posta: fpolat@atauni.edu.tr)

**) Dr., Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü
(e-posta: bahkar46@hotmail.com)

Giriş

Geleneksel olarak Türk aile yapısı içerisinde evlilikler, iki insanın birbirini sevgi-saygı çerçevesinde, aynı ortamda iyi vakit geçirebileceklerine ve zorluklara da birlikte göğüs gerebileceklerine inanmaları esasına oturtulan bir yapıdır. Daha temelde ise evlilik, ekonomik, neslin devamı ve cinsi ihtiyaçlar şeklinde sıralayabileceğimiz ailenin fonksiyonun ilk adımıdır. Sağlıklı bir evliliğin oluşabilmesi ve huzurlu ailelerin ortaya çıkmasında uygulana gelen bir takım ritüeller toplumun geleceğine matuf kaygılardan kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede aileler, evlilik kararı almış olan iki insanın kararları doğrultusunda anne ve baba olarak yapılması gereken görevlerini yaparlar. Evlenme aşamasına gelene kadar evlenecek olan kişiler gelenekler çerçevesinde tanışır veya tanıştırılırlar. Günümüzde bazı evlilik kararları, geleneksel formatın dışında ekranlara afişe edilerek televizyon programları aracılığıyla yapılmaya başlanması ve bu yolla da evliliklerin yapılabilmesinin alternatif ve meşru bir yol olduğu propagandası yapılmaktadır.

Aile kurumu hangi çağda yaşanılırsa yaşanılsın en temelinde gönül gözünden görülmesi de gereken bir kurumdur. Bireylerde genel olarak zihinsel tembelliğin göstergesi olan “geçmişin nostaljik selametine” sığınma duygusu (Shayegn, 2002: 42), aile kurumunda teşvik edilen bir metot olabilmektedir. Sığınma duygusu, ailenin varlık temelinde ve korunması gerekliliği felsefesinde kullanılan temel paradigmadır. Sosyalleşmenin çocuk yaşta anne kucağında başlıyor olması, ileriki dönemde kimi toplumsal problemlerin atlatılmasında kurulacak birliğin temelinde de işaret etmektedir. Şefkatle büyütülmüş bir çocuğun birtakım manevi duyguları kavraması diğerlerine nazaran daha güçlü olabilmektedir. Türk toplumunun, aile kurumunu her türlü olumsuzluktan korumak öncelikle gerek evlilik merasiminin gerekse aile sınırlarının ulu orta paylaşılmasının geleneksel perspektifte seyretmesini onaylamadığı algısı gözden irak tutulmaması kanaatindeyiz. Bu münasebetle televizyonun hem ortamsal kullanımının hem de görseleliğe dayalı olarak kurgulanan evlilik ve kadın programlarının zihinsel temelde aile kurumuna zarar verdiği düşünülmektedir.

Çalışmamız, Erzurum halkının televizyondaki bu tip evlilik programlarıyla ilgili tutumlarını ölçmek için Erzurum merkezi ve civar köylerde uygulanan bir anket çalışması-na dayanmaktadır. 375 anketimizin 145’i erkek 232’si bayan katılımcıdan oluşmaktadır.

1. Televizyon-Toplum İlişkisinin Analizi

Öncelikle belirtmekte yarar vardır ki televizyon-izleyici ilişkisi çok girift bir konudur. Televizyonun teknik gerçekliği ile izleyicinin öznel tavrı arasındaki ilişkinin çözümlenmesinin güç bir konu olduğu ortadadır. Örneğin; izleme esnasında, bir programın ya da programdaki diziler ve sahnelerin zihinsel temsilleri, izleyicinin bilişsel yapısı içinde yaratılır. Zihni temsil, duygusal ve diğer tür tepkileri, düşünceleri ve değerlendirmeleri, seyircinin programla ilgili yorumlarını oluşturur. Bu bir programın, bilişsel (duygu dâhil) olarak işlenmesinin sonucudur; dili, görüntüyü, müziği ve ses kaydını kapsar (Hoijer, 2005: 109).

Birey-televizyon ilişkisi daha üst başlıkta iletişim araçlarının bireyin davranışı şekillendirmesi boyutuyla incelenmektedir. Anderson ve Mayer bu konuyu “etki” kavramıyla

incelemişler ve “diğer durumların olmaması halinde meydana gelmeyecek bazı durumlar” olarak tarif etmişlerdir (Yüksel, 2001: 10). Bu görüşler şu iki tabloda formülize edilmiştir.

İleti - Uyarı - Alıcı-Kitle - Etki - Yanıt

Şekil 1. İletişimin Etki Süreci

Şekil 1’de, özel uyarılara karşılık gelen özel yanıtlar, eş deyişle tepkilerdir. Bu anlamıyla kitle iletişim araçlarının iletileri ile izleyenlerin tepkileri arasında yakın bağlantı olması beklenmektedir (Denis-Sven, 1994: 67). McCombs ve Shaw ise, Şekil 2’de görüldüğü gibi iletişimin etkilerini; farkında olmada, bilgilendirilmede, tutumlarda ve daha sonra da davranışlarda aramaktadır (Yüksel, E. S.10).

Farkındalık - Bilgi - Tutum - davranış

Şekil 2. İletişimin Etkilerinin Sıralaması

Şekil 2 üzerinden etki değerlendirmesinin sonucunda ise gündem belirlemenin öneminin vurgulandığını görmekteyiz. Çünkü gündem belirleme belli bir amaca yöneliktir ve kendine özgü bir silsilesi vardır. Ve bu gündem belirlemenin işleyişi, izleyicide tutum değişikliğine kadar götürülmek istenmektedir. Öncelikle herhangi bir olay, izleyicide bir “farkındalık” seviyesine ulaştırılmakta daha sonra ise, izleyiciye bu olayla ilgili “bilgi”ler sunulmaktadır. Bütün bunlar bireydeki “tutum”a yönelik etkiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine bu da, bireyde belli bir “davranış” değişikliğine kadar uzanmaktadır. Bu metod takip edilerek medyanın izleyiciye olan etkisi güçlendirilmektedir (Yüksel, 2001: 22).

2. Televizyonun Günlük Hayattaki Etkisi ve Tutum Oluşturmasına Katkısı

Televizyon-Toplum ilişkisinin analizini destekleyen, alt yapısını oluşturan iletişim araçlarından hangisini daha sıklıkla kullandıklarını yönelttiğimiz soruya katılımcılarımız şu şekilde cevap vermişlerdir.

Tablo 1. Örneklem Grubunun Kullandığı İletişim Aracı Durumuna Göre Dağılımı

<i>İletişim Aracı</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Radyo</i>	31	8,26
<i>Televizyon</i>	254	67,74
<i>Gazete</i>	24	6,4
<i>İnternet</i>	21	5,6
<i>Tümünü</i>	45	12
Toplam	375	100

Tabloda ilk dikkatimizi çeken oran %67,74'lük yoğunlukla “Televizyonun birinci” sırada olmasıdır. Televizyon, artık kendi rutinizasyonunu oluşturmuş ve günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Televizyonun çağdaş dönemde kültür üretme makinesi olarak izleyicilerde “yeni tutum geliştirme, var olan tutumun şiddetini artırmak ve değiştirmek” (Kağıtçıbaşı, 1996: 165) gibi etkileri tartışılmaz bir gerçektir. Bu minvalden bakınca televizyonun günlük hayatta oynadığı rol izlenme oranının çok ötesindedir ve televizyon şikkını işaretlemeyenler bile bunun etki dünyasına girdiklerini yapmış olduğumuz ikili görüşmelerde de ifade etmektedirler. Kaldı ki televizyon şikkını işaretleyenlerle, tümünü işaretleyenlerin toplam oranı %79,74 olmaktadır. Gazete okuyanların oranı %6,4 olmasına binaen günlük hayatta işgal ettiği zamansal dilim düşünüldüğünde gazetenin etki düzeyinin çok düşük seviyede olduğunu söyleyebiliriz.

Televizyonun evde bir ortamsal kullanım alanı bir de ilişkisel kullanım alanı vardır. “Televizyonun ortamsal kullanımı, aracın fonda sürekli bir gürültü olarak mevcudiyetiyle ilgilidir” (Mutlu, 1999: 105). Ki bu durumu destekleyen bir diğer gerçekte hemen her gün birçok insanın yemek yerken dahi televizyon izlemesi durumudur. Bu da televizyonun ilişkisel kullanım alanını ifade etmektedir. Hem oturma odasında hem de mutfağında televizyonu olan ev hanımlarına iki televizyon bulundurmanın sebebi sorulduğunda, yemeği televizyonlu odaya taşımının zorluğu gerekçe gösterilmektedir. Bu da farkına varmadan televizyonun günlük yaşamımızda zorunlu bir ihtiyaç alanı oluşturduğunun şuuraltı ifadesidir.

Tablo 2. Tercih Edilen İletişim Aracı Değişkenine Göre Aile Programlarındaki Olayların Sohbet Konusu Olmasının Kabul Düzeyi

<i>Tümünü</i>	<i>İnternet</i>	<i>Gazete</i>	<i>Televizyon</i>	<i>Radyo</i>	<i>Genel toplam</i>	<i>Bu programlardaki olayları daha sonraki ortamınızda konuşuyor musunuz?</i>	
1	1	1	36	3	42	N	<i>Evet konuşuruz</i>
2,2	4,8	4,2	14,2	9,7	11,2	%	
17	13	18	98	14	160	N	<i>Hayır konuşmayız</i>
37,8	61,9	75,0	38,6	45,2	42,7	%	
8	0	1	44	1	54	N	<i>Zaman zaman konuşuruz</i>
17,8	0	4,2	17,3	3,2	14,4	%	
19	7	4	76	13	119	N	<i>İster istemez sohbet konusu oluyor</i>
42,2	33,3	16,7	29,9	41,9	31,7	%	
45	21	24	254	31	375	N	Toplam

Kitle iletişim araçlarının daha özeldi ise televizyonun hayatımızdaki kullanma sıklığına da işaret eden bu tabloya göre “hayır konuşmuyoruz” dışındaki şıklar konuşma sıklıklarına işaret etmektedir. “ister istemez sohbet konusu oluyor” şikkının oranları, iletişim araçlarının hayatımızdaki yerine işaret olarak algılanmalıdır.

Televizyonun gündemi belirlemesi üst başlığında tartışılan bu konuda ilk tespiti Bernard Cohen dile getirmiş olup “Medya ne düşündüğümüzü söylemekte başarılı olmaya bilir, fakat ne hakkında düşüneceğimizi söylemekte fevkalade başarılıdır” (Yüksel, 2001: 24) diyerek zihniyet temelinde konunun önemini belirtmiştir.

Evinde televizyonu olmayan yaşlı bir bayana programlardan nasıl haberdar olduğunu sorduğumuzda “teravih namazına gittiğimde oradaki hanımlardan duydum” demesi, programların sohbet konusu olmasında mekânın kutsallığı gibi bir ayırım yapılmadığı görülmektedir. Bu noktada medyanın makro ve mikro hedefleri açısından da bu programdaki olaylar daha sonraki sohbet ortamlarına konu oluyor ve bu konuda, yaşanan bazı olaylar sebebiyle de haber bültenlerinde belli bir “farkındalık” derecesine ulaştırılıyorsa zihinlere bilgi olarak yazılması kaçınılmaz durum arz etmektedir. Dolayısıyla bireyler, kaçınılmaz olarak bu konuları kendi tutumlarıyla bağlantılı olarak tartışmaktadırlar. Makro boyutuyla zihniyet oluşturmadaki “farkındalık” “tutum” dönüşmektedir. Mikro boyuttaki sonuçları açısından ise, birçok sebebi olduğuna inandığımız genç kızların intiharında medyanın daha özelde bu programların sorgulamadan geçirilmesi gerekmektedir. Sorgulamanın en başında, bu programların insanların gerçek hayatlarıyla bağlantısının kurulmayışının getirdiği çöküntü yer almaktadır. Edibe Sözenle yapılan bir mülakattaki tespitine göre “erkeklerin modernleşmesi daha zor olmaktadır. Ama kadın daha çabuk modernleşebiliyor. Modernleşme sürecine girdiği andan itibaren de etrafındaki erkekleri sorgulamaya başlıyor. Kadınlar modernleşmenin travmasını erkeklerden daha fazla yaşadığı için de bedenine şiddet uygulayabilmektedir.” Gerçek hayatla kurulamayan bağlantının sonucu olarak yaşanan sıkıntı dışa yönelik olmaktansa içe doğru (kendine) yönelmektedir (Sözen, 2006). Böylesi sorunların çok olduğu bir toplumda Reality şovlar, tüketiciyi bir duygu küvetine bastırır (Robins, 1999: 196). Eş seçiminden mahrum bir kızın tek yapabildiği, her saniyesi canlı olarak izlenilebilen reality şovların kahramanlarıyla kendini özdeşleştirebilmesi olmaktadır. Renkli hayattan kurtulup gerçekliğe döndüğünde ise, yine yapabildiği tek şey kendine zarar verebilmesidir. Toplumsallıktan bağımsız olarak geliştirilen “tutum” değişikliğinin bazen sonu kestirilemeyen sonuçlar da doğurabileceğini ayrıca düşünmemiz ve tartışmamız gerekmektedir.

3. Evlenme ve Kadın Programlarının Geleneğimize Uygunluğu Konusunda Katılımcıların Görüşleri

Birçok televizyon kanalında yayınlanan evlilik programları, reyting uğruna kişilik haklarını hiçe sayarak toplumu yanlış yönlendirmesi ile ilgili son günlerde sıkça tartışma konusu olmaktadır. Zaten popüler medya, ekonomik olarak ayakta kalabilmek için okur ve izleyici sayısını artırmaya bakar. Bu işin meşruiyetine bakılmadan her yolu dener. Tek amaçları yüksek reyting sahibi olmaya çalışan bazı televizyoncular da zaten yıllar önce her türlü kadın programlarını ekranlara taşımaya başlamışlardı. Ekranlarda ilk önce bir “magaziner alenileştirme” dönemi başlatıldı. Başrolde kadınlar olmak üzere ilk önce magazin vitrinini süsleyen aktörlerin, sonra da sıradan ailelerin hayat hikâyeleri ekranlara taşındı. Mahremiyetine bakılmadan her türlü ilişkiler ortaya döküldü. Biz izleyiciler de

demokratikleşme ve özgürlükler adına bu duruma, ya doğrudan destek verdik ya da tepkisiz kalarak dolaylı şekilde alkışlamış olduk.

Toplumsal dokumuzu ve geleneğimizi yansıtan evlilik, geleneğimiz ve aile hayatımızdaki sır paylaşma-sorun çözme usulümüz açısından televizyondaki bu programlara karşı katılımcıların tutumlarını incelediğimiz noktada ki soruların ilkinin TV'deki evliliklerin aile kurma geleneğimize uygun olup olmadığı hakkında olmuştur.

Tablo 3. Cinsiyet Değişkenine Göre Televizyondaki Evlilik Programlarının Geleneksel Evliliği Yansıtmaması Kabul Düzeyi

<i>Bayan</i>	<i>Bay</i>	<i>Genel Toplam</i>	<i>TV'deki evliliğin evlenme geleneğimize uygun olduğuna katılıyor musunuz?</i>	
4	1	5	N	<i>Tamamen Katılıyorum</i>
1,7	0,69	1,33	%	
24	11	35	N	<i>Kısmen Katılıyorum</i>
10,35	7,69	9,33	%	
13	2	15	N	<i>Kararsızım</i>
5,60	1,40	4	%	
84	35	119	N	<i>Katılmıyorum</i>
36,20	24,48	31,73	%	
107	94	201	N	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>
46,13	65,74	53,6	%	
232	143	375	N	Toplam

Evlilik insan gruplarının yaşantıları boyunca uyguladıkları ve geliştirdikleri sosyal öğelerle yüklü bir kavramdır. Kültürler arası farklılık göstermesi sosyal öğelerin değişik kültürler içinde oluşması ve farklı değer yargılarıyla yüklü olmasıyla açıklanabilir. Her men her toplum kimin kiminle, kaç eşle ve hangi koşullar altında evlenebileceğine dair bir takım kurallar koymuştur. Çok değişik uygulamalar olmakla birlikte evlilik esas itibarıyla toplum tarafından onanan kadın ve erkek ya da kadınlar ve erkekler arasında yaratılan bir ilişki türünü karakterize etmektedir. İlişkinin belirli kalıplar içinde gerçekleşmesi de evliliğin sosyal bir kurum olarak ele alınıp incelenmesine olanak vermektedir. Aile birliği sürekliliğini evlilik kurumuyla sağlar. Başka bir deyişle evlenme olgusu aileyi oluşturan toplumsal ilişkileri belirli kalıplar içine yerleştiren bir sözleşmedir. Sağlıklı bir toplumun sağlıklı evliliklerden oluşabileceği bir aile oluşacağı düşünüldüğünde, sağlıklı bir ailenin nasıl oluşturulması gerektiğini de irdelemek gerektiği kanısındayız. İdeal olarak sağlıklı bir aile, eşler ve çocuklardan oluşan bir yapı olarak, her türlü değişim ve krizlere karşı varlığını koruyabilen, gelişim dönemlerini yıkımlara ve kayıplara uğramadan geçirebilen, ekonomik, sosyal, kültürel ve psikolojik işlevlerini üyeleri için günün koşullarına göre tatmin edici ölçülerde yerine getirebilen, saygı ve sevgi temelli bir yapı olarak tanımla-

nabilir. Sağlıklı aile kurmanın en önemli koşullarından biri de eşlerin kendine en uygun olanını seçebilmesidir.

Televizyondaki evlenme programlarının geleneksel evliliğe uygunluğunu tespit etmeye çalıştığımız bu tabloda, katılımcıların %53,6’sı “kesinlikle katılmıyorum” diyerek bu programlara karşı oldukça yüksek bir oranda olumsuz tutum içinde olduklarını ifade etmişlerdir. Erkek katılımcıların % 65,74’ü “kesinlikle katılmıyorum” derken bu oran kadınlarda 46,13’de kalmıştır. “Katılmıyorum” tercihi oranı ise, %31,48 olarak ölçülmüştür. “Kesinlikle katılmıyorum-katılmıyorum” şıklarının toplam oranının %83,56 gibi yüksek olması, katılımcılar nezdinde bu tür programlarda yapılmaya çalışılan evliliğin toplumsal temelden uzaklığı için yeterli bir delildir. Evlenme geleneği, belli çerçeveler dâhilinde gelişen, kendine özgü ritüelleri olan ve kültürel atmosfere göre şekil kazanmış köklü bir gelenektir. Yarışma formatında evlenmeyi daha çok ekonomik temelli hedeflerle sınırlamaya çalışan programlar, değer yıpranması ve zihinsel kargaşaya yol açması yanında toplumun evlilik kurumu ile ilgili geleneksel yapısında var olan ailenin kutsiyeti anlayışını şöhret ve reyting uğruna görmezlikten gelmesine yol açmaktadır.

Katılımcıların televizyondaki evlendirme programlarına bakışımı ölçtüğümüz bu tablodan sonra sınırlar üzerine kurgulanan kadın programlarına karşı toplumun bakışımı, aile sınırlarının ve sorunlarının çevreyle paylaşılması hususunu tespit etmeye çalıştık.

Tablo 4. Cinsiyet Değişkenine Göre Aile Sınırlarının ve Sorunlarının Çevreyle Paylaşılma Kabul Düzeyi

<i>Bayan</i>	<i>Bay</i>	<i>Genel Toplam</i>	<i>Aile sınırlarınızı ve sorunlarınızı çevreyle paylaşır mısınız?</i>	
22	5	27	N	<i>Evet paylaşırım</i>
9,5	3,5	7,2	%	
90	86	176	N	<i>Hayır paylaşmam</i>
38,8	60,1	46,9	%	
105	45	150	N	<i>Bazen paylaşırım</i>
45,3	31,5	40,0	%	
15	7	22	N	<i>Çevreden ziyade bir uzmana giderim</i>
6,5	4,9	5,9	%	
232	143	375	N	Toplam

Aile sınırlarının aile dışında dillendirilmesi ve paylaşılması bu kurumu yıpratıcı en güçlü sebeplerden sayılmaktadır. Bu tabloda da görüldüğü üzere erkek ve bayan katılımcıların toplamda % 46,9’u aile sınırlarını paylaşmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu oran erkek katılımcılarda % 60,1 iken bayan katılımcılarda % 38,8’dir. “Bazı aile sınırlarımı ve sorunlarımı paylaşırım” diyen bayan katılımcıların oranı % 45,31 düzeyinde olurken bu oran erkek katılımcılarda % 31,5 düzeyinde olarak tespit edilmiştir. Olumsuz vurgulama-

yı istisna saydığımızda değişik tondaki olumlu bakışların bayan katılımcılar arasında ki oran ise % 61,31 düzeyinde olduğu görülmektedir.

Sosyo-psikolojik açıdan bu oranları değerlendirildiğimizde ise kadın ve erkeğin “sır” kavramına bakışlarında farklılık olduğunu tespit etmekteyiz. Erkek algısında aile sırlarını paylaşmak hem sorunu dile getiren açısından hem de dinleyen açısından olayın bir “namus mefhumu” şeklinde algılandığı tespit edilmiştir. Aynı durum, kadınların dünyasında ise erkeklerin algıladığı gibi olayın bir namus meselesi olarak algılanmadığı şeklinde değerlendirilmektedir. Erkeklerin kendi erkek akranları arasında konuştukları sorunları kendi özeline dokundurtmayacak şekilde hep meçhul sığısıyla dile getirmeleri toplumsal rolün de bir yansımasıdır. Çevre algısı da erkeğin ve kadının aynı meseleye bakışını değiştirebilmektedir. Ailede oluşan bir takım sıkıntıların mahkemenin soğuk duvarları arasına taşınmadan önce yakın çevrede halledilmesi, tarihi kökleri olan geleneksel bir uygulamadır. Toplum önünde, en mahrem konuları dahi sorun çözme amacından mahrum bir şekilde tartışmak Türk aile yapısı gelenekleri çerçevesinde düşünüldüğünde, ailenin çözülmesi dahil toplumsal çözülmeye kadar gidebileceğini göstermektedir.

Yine bu programlara bakış açısını belirleyen sır paylaşmaya meslek bazında baktığımızda ise aile sırlarını ve sorunlarını paylaşmayı olumsuz gören tüm meslek dallarındaki katılımcıların oranı % 46,9 düzeyindedir. Televizyonun üzerlerinde etkisini belirleyen ev hanımlarının oranı ise % 42,9 düzeyinde kalmaktadır. “Bazı sırlarımı ve sorunlarımı paylaşırım” diyenlerin oranı yine ev hanımlarında % 42,3 düzeyinde olması da yukarıdaki görüşlerimizi desteklemektedir.

Tablo 5. Televizyondaki Evlilik Programlarının Geleneksel Evliliği Yansıtmayı Değişkenine Göre Aile Sırlarının ve Sorunlarının Çevreyle Paylaşma Kabul Düzeyi

Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Kısmen katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum	Genel toplam	Aile sırlarınızı ve sorunlarınızı çevreyle paylaşır mısınız?	
						N	%
9	7	4	6	1	27	N	Evet paylaşırım
4,5	5,9	26,1	17,1	20,0	7,2	%	
102	52	10	11	1	176	N	Hayır paylaşmam
50,7	43,7	66,7	31,4	20,0	46,9	%	
79	52	1	16	2	150	N	Bazı sırları sorunları paylaşım
39,3	43,7	6,7	45,7	40,0	40,0	%	
11	8	0	2	1	22	N	Çevredense uzmana giderim
5,5	6,7	0	5,7	20,0	5,9	%	
201	119	15	35	5	375		Toplam

Bu tabloda ise, televizyondaki evlilik programlarının geleneksel evliliği yansıtması değişkenine göre aile sırlarının ve sorunlarının çevreyle paylaşma kabul düzeyinin analizi yapılmaktadır. “Televizyondaki evlilik programlarının evlenme geleneğimizi yansıttığına katılıyor musunuz?” şeklindeki sorusunun kendi değişkenliği içindeki “kesinlikle katılmıyorum” cevabı 375 katılımcının 201’nin % 53,6 oranı ile birinci derecede bir yoğunluğa sahipken, sadece “katılmıyorum” tercihi ise 119 kişi ile % 31,73’lük oranla ikinci derecede yoğunluğa sahip olarak ölçülmüştür. Yine “aile sırlarınızı ve sorunlarınızı çevrenizle paylaşır mısınız?” sorusunun kendi değişkenliğindeki “hayır paylaşmam” şeklindeki cevabı 375 katılımcının 176’nin tercihi % 46,9’luk oranla birinci yoğunluğa sahipken “bazı sırlarımı ve sorunlarımı paylaşırım” şikkını işaretleyen 150 katılımcıyla % 40’lık bir oran karşımıza çıkmıştı. Televizyondaki evlilik programlarının geleneksel evliliği yansıtması değişkeninde “kesinlikle katılmıyorum” diyenlerin % 50,7’si “sırlarımı ve sorunlarımı çevremle paylaşmam” şeklinde belirtmişlerdir. “Bazen paylaşırım” tercihi toplam katılımcılar içerisindeki oran % 39,3 olmuştur. Yine aynı değişken içerisinde aile sırlarının ve sorunlarının çevreyle paylaşılmasına “katılmıyorum” diyenlerin % 43,7’lik oran içerisinde “hayır paylaşmam” ile “bazen paylaşırım” diyenlerin eşit oranda çıkması dikkat çekmektedir. Tabloda dikkat çeken bir diğer nokta ise “kısmen katılıyorum” diyenlerin % 45,7’sinin “bazı sırlarımı ve sorunlarımı paylaşırım” demeleridir.

Katılımcıların bu türden programların aile kurumuna zarar verdiği yönündeki her iki soruya da katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu tarz programların geleneğimize uymadığını, kendilerine hitap etmediklerini ve bu programlara inanmadıklarına delil olabilecek verilerdir bunlar. Yine katılımcıların bu programların içeriğine ilişkin verdikleri cevapta da bu görüşlerimizi destekleyen veriler söz konusudur.

Tablo 6. Cinsiyet Değişkenine Göre Kadın Programlarındaki Anlatılan Olaylara İnanma Kabul Düzeyi

<i>Bayan</i>	<i>Bay</i>	<i>Genel toplam</i>	<i>Problemlerin gerçek olduğuna katılıyor musunuz?</i>	
14	3	17	N	<i>Tamamen Katılıyorum</i>
6,0	2,1	4,5	%	
105	41	146	N	<i>Kısmen katıyorum</i>
45,3	28,7	38,9	%	
32	8	40	N	<i>Kararsızım</i>
13,8	5,6	10,7	%	
38	30	68	N	<i>Katılmıyorum</i>
16,4	21,0	18,1	%	
43	61	104	N	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>
18,5	42,7	27,7	%	
232	143	375	N	Toplam

Tablo 6’da sorumuzu öncelikle kendi değişkeni noktasından incelememiz gerekmektedir. Programların beğeni düzeyi ve topluma yansımaları noktasındaki olumsuzlamaya rağmen bu programlardaki sorunlara inanma oranında “kısmen katılıyorum” şikkı %38,9 yoğunlukta ortaya çıkmıştır. “tamamen katılıyorum” şikkının oranı ise %4,5 düzeyindedir. Bu soruya verilen cevaplarda ikinci yoğunluk %27,7 ile “kesinlikle katılmıyorum” şikkında olurken sadece “katılmıyorum” diyenlerin oranı %18,1’de kalmaktadır. %10,7 de kararsızların olduğu göze çarpmaktadır. Vurgulama farkına rağmen programlarda anlatılan olaylara inanma noktasında olumlu düşünenlerin toplam yoğunluğu 43,5’de kalırken olumsuz düşünenlerin yoğunluğu toplamda %45,8 olarak karşımıza çıkmaktadır. Programlara bakış açısını ölçtüğümüz diğer tablolarda programları beğenmemelerine rağmen eşit sayılacak bir oranda sorunların gerçekliğine olumlu değerlendirme söz konusudur. “Kültürel temelde mahremiyetine önem veren, inançlarından taviz vermek istemeyen, bir ayıbın/günahın ifşasını kendi günah ya da kusurundan sayan insanlar topluluğuna bunları ifşa eden ve imajlarını bu yolla üreten” (Sözen, 2004: 44-45) programları izliyorum demek, durumu onaylama şeklinde yorumlanabilir. Buna hem seyircinin hem de programların yapısal özelliklerinden bakılması icap etmektedir. Bu programlardaki konuların çeşitliğini de unutmamak gerekir. Örneğin yıllardır çocuğunu görmeyen bir annenin dramı veya ailesi tarafından şiddet gören bir çocuğun çırpınışları veya evlenmek için eş arayan bay-bayan vs. seyirciyle program arasında kurulan ilişki düzeyine göre değişebilmektedir. Çünkü bir televizyon programı seyircinin birçok yönüne hitap edebilmektedir. Kurgusal olarak televizyon programının ifade gücü, görsellikle de desteklenerek insanların etki düzleminde bir anda birçok yönüne hitap edebilmektedir.

Bütün bu tespitleri, kadın programlarındaki olaylara inanma düzeyinin yüksek çıkmasının altında yatan sebeplere uyarladığımızda, televizyonun öykü kurgusunun ne denli güçlü olduğunu görebiliriz. Televizyonun öykü anlatma ve kurgu gücü sayesinde dikkatleri üzerinde toplayabilmesi, seyirciyi yönlendirme ve etkileme noktasında tartışılmazlığının göstergesidir. Yine tespitlere göre, televizyon gelişmiş önemli bir öykü anlatma aracıdır. Zahmetsiz bir anlatım olabilmesi yönüyle üretilen metinler anlatıya dayanmaktadır (Kaplan, 1991: 118-134). Televizyon, izleyicinin tüm duyularına, tekniğinin bütün verileriyle, göndermede bulunacağı hedefe defalarca vurgu yaparak yerli kültüre ait olayları, dramın tipine göre müzik eşliğinde inandırıcı hale getirebilmektedir. Bu olayların öykü formatına uygun olması ve öyküdeki can alıcı vurguların da televizyon tekniğine kolay uyarlanabilmesi, olaydaki inandırıcılığı artıran bir diğer sebep olarak düşünülebilir.

Dinamik mitsel hikâyelere eşlik eden müzik ve gözyaşı, izleyicilerin aklından ziyade duygularına hitap etme isteğinin bir yansıması olarak da karşımıza çıkmaktadır. Anlatılan olay türünün tanıdık olması ve daha çok kadınlara endeksli cereyan etmesi, modernleşmekte olan bir toplumda hali hazırda tartışılan kadın problemini düşündüğümüzde, zamana ve yere göre üretilebilen mitin dinamikliğine işaret etmesi yönüyle de hiç tesadüf olmadığını görmekteyiz. Örneğin; Herhangi bir sorun sahibi çocuğun defalarca ekranlarda gösterilmesi ve sadece sorunu dile getirirken ekranda olması, izleyicilerin zihninde hep o haliyle canlandırılacaktır. Oysa çocuğun sorunu giderildiğinde ağlama hali dışında güldüğü bir hayatı da vardır. Televizyon kurgusu sayesinde ağlayan, sızlayan, tartışan

örneklerle dolu olan bu gibi kadın programları seyircilerin zihninde, özel seçilmiş spot cümlelerle hep canlı kalacaktır. İkinci önemli sonuç ise, katılımcılarla yapmış olduğumuz ikili görüşmelerden de anlaşıldığı üzere, özellikle evlerinde bu programları izleyen bayan katılımcıların eğitim düzeyleri oldukça düşüktür. Dolayısıyla eğitim düzeyi düşük olan bu bayan katılımcılar, televizyonun olayları dramatize ederek sunuşu karşısında inandırıcılık sağlamaktadır. Zaten dikkat edilirse televizyonun anlatım biçimi, öyküleri gerçeklik çerçevesi içerisinde sunmaktadır. Bu durumu fark edemeyen izleyici öyküleri gerçek gibi algılayarak programın etkisi altında kalmaktadır.

Aile ve kadın programlarının topluma verdiği zararlar noktasında Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği Danışma Kurulunun raporunda da maddeleştirilmiştir. Televizyonda Aile, Kadın ve Şiddet Eksenli Programlara İlişkin Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği Danışma Kurulunun RTÜK için hazırladığı 31 Mayıs 2005 tarihli PDR-DER/415 sayılı raporun EK-4'e göre;

“Aile ve Kadın Eksenli” programlar kapsamında:

- a- Toplumun yoksulluk durumunun ve duygularının kötüye kullanıldığı,
- b- Aile içi olumsuz ilişkilerin teşhir edildiği, böylece çocukların ve gençlerin ruh sağlığının olumsuz etkilendiği; ayrıca, programa katılan bireylerin aile mahremiyetlerinin de ortadan kaldırıldığı,
- c- Bu tür programların çocuk ve gençlerde, “aile kurumuna” ilişkin olumsuz bir tutumun gelişmesine yol açabileceği,
- d- “Kadın sorunlarının dile getirilmesi” adına kadının küçük düşürüldüğü, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin körüklendiği, programa çıkan kadınlar aracılığıyla kız çocuklarının sağlıklı cinsel kimlik gelişimlerinin olumsuz etkilendiği, bunun yanı sıra kız çocuklarında, karşı cinse ilişkin olumsuz bir tutumun gelişebileceği, bu tutumun gençlerin gelecekte kuracakları aile ilişkilerini de olumsuz etkileyebileceği,
- e- Kötü muameleye maruz kalmış kadınların yaşantılarının çıkar amaçlı kullanıldığı, özel hayatın açıkça ortaya konulduğu ve bunun sonucu olarak aile mahremiyetinin ortadan kaldırılmasının aile üyeleri arasında yeni çatışmalara zemin oluşturabileceği,
- f- Aile içi olumsuzlukların açıkça ortaya konulması sonucunda, çocuk ve gençlerin, kendi öz anne-babalarına olan temel güven duygularının sarsılabileceği.

Bütün bu açıklamalardan da anlıyoruz ki bu tür programlar toplumsal temeli olmayan, sağlıklı ve huzurlu bir aile hayatının oluşmasına hizmet etmeyen programlardır.

Yine çalışma evrenimizde yapılan benzer bir çalışmada halkın yüzde 70,4'ünün evlilik programlarının gerçekliğine inanmadığı ortaya çıkmıştır. Söz konusu çalışmada Evlilik programlarına katılanların amaçlarının evlilik olmadığını düşünenlerin oranı yüzde 70,4 iken, amacın evlilik olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 6,8, katılımcıların 20,2'si ise bu konuda kararsız. Ayrıca ankete göre halkın yüzde 71,6'sı bu programların yayın-

lanmasından memnun olmadığı belirtilmektedir. Bu çalışma verilerine bakıldığında da çalışmamızı destekler bir sonuç çıkmıştır.

Sonuç

Televizyondaki aile programları konusundaki yaklaşımları ölçtüğümüz bu çalışma üç aşamada ele alınmaktadır. Birincisi medya toplum ilişkisi, ikincisi katılımcıları geleneksel evlenme ve aile sorunlarını paylaşma kültürü, üçüncüsü ise katılımcıların aile programlarına bakışı.

Medya toplum ilişkisinde televizyonun aile hayatımızın bir parçası haline geldiğine, katılımcıların da bu çerçevede tercih ettikleri en çok iletişim aracı olarak televizyonu işaret ettikleri bu konuda yapılan birçok araştırmada da tespit edilmiştir. Bu çerçevede medyanın gündem belirlemesini, programlar üzerinden ölçmeye çalışmamızın amacı, programların “televizyonu bir ev ortamı aracı” olarak tarif eden bakış açısıyla uyumlu olması sebebiyledir. Hayatımızın her dakikasında ve yaptığımız işin her anında televizyon gerçeğiyle uyumlu haldeyiz. Bundan dolayıdır ki, yapısalcı bakış açısı televizyon kullanımını “ortamsal ve düzenleyici” olarak ikiye ayırmaktadır. “Ortamsal kullanım” televizyonun ev dekorasından fon müziği şeklinde kullanımına kadar etkin bir şekilde, evin iç halini tanımlayan argümanlara tekabül etmektedir. Televizyonun düzenleyici kullanımı ise, televizyonun bireylerin davranışlarını şekillendirmesi, alışkanlıklar oluşturmaları ve zihniyet temelinde eylem refleksi geliştirmesi gibi açılımlara tekabül etmektedir.

Katılımcıların televizyonda sunulmakta olan evlenme programlarının geleneğimize ve kültürümüze uymadığı, aile sınırlarının ekranlar karşısında deşifre edilmesini tasvip etmedikleri tespitlerimiz içindedir. Programların içeriğine yönelik sorduğumuz sorulara yine yüksek oranda olumsuzlamalar da tespitlerimiz arasındadır.

Toplumsal temelde bireylerin zihninde aile kavramı, hep kutsallık söylemiyle vurgulandığı için zihinsel yansıması değerler çağrışımıyla açıklanmaktadır. Aile hayatını şeffaflaşmasını doğuran programlar, geleneğin pratik yansımasından dolayı değerler sisteminde olumsuzlaması kaçınılmaz olmaktadır. “Bize özgülük” diye tanımlanan aile hayatının varlık temelini yapılacak her türlü müdahale, öncelikle bireylerde yabancılaşmayı doğuracağı için katılımcılar, programları geleneksel temelde bir yere oturtmadıklarını söylemişlerdir.

Programların beğenilmemesi yüksek çıkmıştır. Buna mukabil çağrışımlarla programlardan haberdar olmayı tespit etmiş durumdayız. Çağrışımları doğurabilecek tarzdaki soruya verilen cevaplarda, bir bilinçaltı yansıması olduğu dikkatimizi çekmektedir. Bu duruma şahit olmanın psikolojik yansıması olan ruh hali, şahitliği ve tanıklığı sorumlulukla açılmayan kültürel yapıdan kaynaklanması, bireyleri “söylem masumluğuna” götürmektedir. Söylem masumluğu, kültürel anlamda kötülüğün konuşulmasının dahi kınanması anlamında kullanıldığı için sosyal-psikolojik halin bir yansıması olarak değerlendirilmelidir. Kişisel olarak işlediğimiz bir günahı Tanrının bildiği gerçeğine rağmen adlandırmakta zorluk çeken psikolojik durum, söylemleri ikincil dillere yöneltmiştir. Sıkıntılar hep insanın suç işleme potansiyeli gerçeği üzerinden “olabilirlik” kavramıyla

potansiyelitenin gölgesinde seyreden bir dille tartışılmaktadır.

Özellikle evlilik programlarından haberdar olmayı doğuran bir diğer sebep de televizyon tekniği açısından değerlendirilmelidir. Araştırmamız, gerçek olan sanallaştırılarak zihinlerde bulanıklığa yol açan evlilik programları, gerçeklerin varlığından şüphe edildiğini ortaya koymuştur. Televizyon tekniğinin hikâye üretmek için zihinlere yönelme yapısı programların izlenme ve takip edilmesinde bir takım yerel unsurların da devreye sokulmasını gerektirmiştir. Bu programlarda, kahramanların kurduğu ilişki şekli daha düne kadar çevrede olanı ekrana taşıyacak tarzda olmalıdır ki izleyici kendinden bir şeyler bulabilsin. Eş seçimini kendisi yapamayan genç bir kız, virane bir evde 24 saat bir aşkın kurgusunda teselli bulabilmekle yetinmektedir. Gerçek hayata döndüğünde yapabildiği sadece kendisine şiddet uygulayabilmektir. Zihinsel şiddetini, renkli dünyaların kurgusundan gerçeğe dönerken bu şiddet bazen de fiziksel şiddete dönüşebilmektedir. Gerçek hayatta, programların kahramanı ile kurduğu yakınlığın tam tersiyle karşılaştığında önemini ve varlığını intiharla duyuranların olabilme ihtimalini de düşünmek gerekir. Yine kadın programlarında anlatılan bir olayın benzerini yaşayan kadın, programlarda üretilen çözümleri uygulamaya kalkıştığında karşılaşabildiği yine şiddet olabilmektedir.

Göle'nin ifadesiyle, "talk şovlar" ve "reality şovlar", canlı yayınlarla gerçek yakalanabilir veya anlaşılabilir illüzyonuna sevk etmektedir. Bir yandan konuşulmaz olanlar seslendirildikçe, görünmez görüntülendikçe, tabular yıkılmakta, yasaklar kalkmakta ve birbirini dışlayan birbirine yabancı kesimler bir araya gelmektedir. Ancak bu biraradalık henüz ayrı ayrı çıkan seslere, notalara yeni bir harmoni kazandıramamıştır. Herkes konuşmakta ama Türkiye konuşmamakta."(Göle, 2002: 9)

Kaynakça

- Denis, M. ve Sven W. (1994). İletişim Modelleri. (Yayına Hazırlayanlar: B. Dağtaş ve U. Demiray). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi ESBAY Yayınları.
- Göle, N. (2002). Melez Desenler, İstanbul: Metis Yayınları.
- Hoijer, B. (2005). "İzleyicilerin Televizyon Programlarını Alılmayıp Kuramsal ve Metodolojik Değerlendirmeler". (Çev. Şahinde Yavuz). Medya ve İzleyici. Derleyen: Şahinde Yavuz. Ankara: Vadi yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1996). İnsan ve İnsanlar. İstanbul: Evrim Basım Yayın Dağıtım.
- Kaplan, Y. (1991). "Öykü Anlatma ve Mit Üretme Aracı Olarak Televizyon", Enformasyon Devrimim Efsanesi. (Derleyen: Y. Kaplan). Kayseri: Rey Yayınları.
- Mutlu, E. (1999). Televizyon ve Toplum. Ankara: TRT Genel Sekreterliği Basım ve Yayın Müdürlüğü.
- Robins, K. (1999). İmaj. (Çev. N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shayegh, D. (2002). Yaralı Bilinç. (Çev. H. Bayrı). İstanbul: Metis Yayınları.
- Sözen, E. (2004). Kertenkele Mantığı. İstanbul: Birey Yayınları.

Sözen, E. (2006). “Medya Kadına Buyuruyor”. (Röportaj). Yenişafak Gazetesi. Röportaj Yapan: F. Özkan. 14 Mart 2006.

Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği Danışma Kurulunun Raporu. “Televizyonda Aile, Kadın ve Şiddet Eksenli Programlara İlişkin Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği Danışma Kurulunun RTÜK için hazırladığı 31 Mayıs 2005 tarihli PDR-DER/415 Sayılı Raporu EK-4”.

Yüksel, E. (2001). Medyanın Gündemi Belirleme Gücü. Çizgi Konya: Kitabevi Yayınları.