

TELE-YAŞAMLAR: GERÇEKLİK VE KURGU BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DE REALİTE PROGRAMLAR

Göksel GÖKER

Fırat Üniversitesi

İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

ÖZET

Realite programlar bir televizyon formatı olarak 1990'lı yıllardan itibaren ortaya çıkmış ve özellikle de 2000'li yılların hemen başından itibaren televizyonların en gözde yapımları arasında yer almıştır. Realite programların yaygınlaşmasında ve izleyicide uyandırdığı heyecanda, bu programların gerçeklik vurgusu üzerinden kendisini konumlandırması ve bu programlarda sıradan insanların yer alması önemli bileşenlerdir. Bu nedenle realite programlar, bir taraftan gerçeklik iddiasında bulunmakta, diğer taraftan da bu gerçekliği sıradan kişilikler üzerinden kurgulamaktadır. Bu bağlamda realite programlarla ilgili en önemli sorun, bu programlarda gerçekliğin nasıl temsil edildiği ve yeniden üretildiği sorunudur. Bu çalışmada realite program olgusunun kurgu ile gerçeklik bağlamında sosyolojik bir analizi yapılmaktadır. Türkiye'de hali hazırda yayın hayatına devam eden ve türünün en iyi temsilcileri olarak kabul edilen programlar çerçevesinde, realite programların hem bu programlarda yer alan bireyler, hem de izleyiciler açısından "tele-yaşam" formuna dönüştüğü kabul edilmektedir. Analiz; tele-kimlikler, tele-sosyal ilişkiler, tele-mekânlar, tele-rekabet ve tele-ölüm gibi kavramlar çerçevesinde yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Realite TV, Televizyon Gerçekliği, Kurgu, Tele-yaşam.

Tele-Lives: Reality Programs in Turkey in the Context of Reality and Fiction

ABSTRACT

Reality programs as a television format have emerged since the 1990's and especially since the beginning of the 2000's have taken place among the most popular productions on TVs. In terms of reality programs' spread and the excitement, which they stimulate at the audience, important components are audience's self-localization over the reality emphasis of these programs and that real people take roles in them. For this reason, reality programs, while at one hand claiming to represent the reality, on the other hand fictionalize this through common people. In this context, the main problem with reality programs is how the reality is represented and reproduced. In this study, a sociological analysis of the reality program phenomenon is made in the context of fiction and reality. With a frame of programs continuing at the moment, which are accepted as the best representatives of their kind in Turkey, it's accepted that reality programs are converted into "tele-life" forms from the point of both individuals who take roles at these programs and of the audience. The analysis has been implemented in the context of concepts like tele-identities, tele-social relations, tele-spaces, tele-competition and tele-death.

Keywords: Reality TV, Television Reality, Fiction, Tele-life.

Giriş

“Bu bir oyun değil. Ütopya: Hayatın ta kendisi! Sadece gerçekleri göreceksiniz.”

Ütopya tanıtımından

“Burası Survivor, burada her şey gerçek!”

Bir Survivor yarışmacısı

İletişim araçlarının sunduğu temsillerin gerçekliği yansıtıp yansıtmadığı iletişim çalışmalarının ilgilendiği temel konulardan biridir. Herhangi bir ayırım yapmadan, bütün kitle iletişim araçlarının ortaya koyduğu ürünlerde, az ya da çok, görünür ya da görünmez, bir kurgu payının olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Örneğin, kitle iletişim araçlarının en güvenilir, en gerçekçi olma iddiasında olan “haber” ürünü dahi üretim aşamasından, editöryal süreçlerine kadar bir takım “öznel” kurgulayıcı düzenlemelerden geçerek okuyucuya/izleyiciye ulaşır. Bu bakımdan, özellikle de televizyon söz konusu olduğunda, kitle iletişim araçlarının gerçeklik ile kurduğu ilişki biteviye devam eden tartışmaların temel odak noktalarından biri olmuştur. Bu tartışmaların süreklilik göstermesinin temel nedenlerinden biri de kitle iletişim araçlarının “gerçekliği kurgulamasında” görülen antagonizmatik/paradoksal durumdur. Bu nedenle kitle iletişim araçlarında gerçekliğin temsilinden ziyade, gerçekliğin kurgulanarak yeniden inşa edilmesi söz konusudur. Ancak genellikle gerçekliğin kurgusal boyutu görmezden gelinir.

Kitle iletişim araçları ile iç içe geçmiş bir yaşamda, günümüzde tecrübe edilen en önemli ve sorunlu konulardan biri de gerçekliğin kurgusal boyutu ile kurgunun gerçeklik boyutu arasındaki sınırların giderek belirsizleşmesidir. Bu türden bir gerçeklik algısının ortaya çıkmasında televizyon programlarının önemli bir etkisi olduğu düşünülmektedir.

Özellikle tüm dünyada 1990’lı yıllardan itibaren büyük ilgi toplayan ve Türkiye’de de çeşitli formatlarda kendini kabul ettiren realite programlar (*reality shows, reality TV, factual TV*) sıradan televizyon izleyicisinin hem televizyonla kurduğu bağı değiştirmiş, hem de sosyal gerçekliği algılama biçimleri üzerinde etkili olmuştur. Bu programların en temel iddialarından ve izleyiciye sunduğu vaatlerden biri yaşamın televizyon ekranına olanca gerçekliği ve çıplaklığı ile yansıtacağı yönündedir. Güncel realite program *Ütopya*’nın yukarıda alıntılanan ana vaadi ve izleyiciyi cezbetmeye yönelik söylemi de aynı doğrultudadır. Bu nedenle “gerçeklik/sahicilik” realite programcılık açısından en ayartıcı özelliğe dönüşmektedir.

Türkiye’de realite programlarının televizyon kanallarında yaygınlaşması, bu programların reyting oranlarının diğer yapımları gölgede bırakması, bu programlarda yer almak isteyen bireylerin sayısının her geçen gün artması “gerçek” sosyal yaşamlardan ayrı düşünmemizi gerektiren yeni bir “tele-yaşam” biçiminin ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. Bu açıdan hem

izleyicide hem de bu programların içerisinde yer alan bireylerin yaşam algılarında sosyal ve kimliksel bir yarılmının, ikili pratik alanların ortaya çıktığı varsayılmaktadır.

Bu metin yukarıda ifade edilen ön kabullerden hareketle, Türkiye’de giderek yaygınlaşan realite televizyon programları üzerine sosyolojik bir tartışmayı içermektedir. Realite programların yaygınlaşmasının çeşitli konjonktürel nedenleri bulunmaktadır. Sosyal, ekonomik ve kültürel nedenler bunların başında gelmektedir. Çalışmada realite programların kökenleri, gelişimi, izleyici ile arasındaki ilişki tartışılacak, güncel programlar üzerinden realite programların temel özelliklerini belirlemeye yönelik bir analiz yapılacaktır.

Televizyon ve Gerçeklik

Haneke'nin, *Funny Games* (1997) isimli kült filmde, filmin sonlarına doğru ana karakterlerden birine söylediği “kurgu gerçektir” sözü modern bireyin gerçeklikle kurduğu ilişkiyi özetler niteliktedir. Kurgu ile gerçeklik arasındaki diyalektik ilişkide, ortaya çıkan gerçeklik algısının “kurgusal gerçeklik” olduğunu ifade edebiliriz. Ancak televizyon programları, sinema filmleri ve diğer bütün kitle iletişim ürünlerinin içerisine sızan bu tip bir gerçeklik örüntüsünün yaşamın ve bireylerin bilişsel durumunun ne kadarına kurgu, ne kadarına bir gerçeklik olarak girdiği sorgulanabilir bir durumdur.

Örneğin, Türkiye’de de sıklıkla yaşandığı gibi, televizyon dizilerinin, çoğu kişi tarafından kurgu alanından gerçeklik alanına kaydırıldığını gösteren örnekler mevcuttur. Bu konuda çocukların kurgu ile gerçeklik arasındaki sınırları kavramakta daha çok zorlandığını belirtmekte fayda var. Çizgi dizilerden fazlasıyla etkilenen çocuklarda, gördükleri davranışları hayali ya da fantastik olsa bile sosyal hayata, yani gerçeklik alanına taşıma eğilimlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu nedenle, televizyon ve sinema gibi görsel araçların kurgu ile gerçeklik arasındaki sınırların kestirilemez boyutlara ulaşmasında katkısı büyüktür.

Bu durumu sadece görsel iletişim araçları ile sınırlamak da yanlışır. Medya çoğu zaman gerçekliği, ürettiği temsil biçimleri ile taşımakta veya çarpıtmakta ya da yeniden inşa etmektedir. Dursun (2013), bu konuda medyanın, toplumsal gerçeklikle kurduğu ilişkinin üç farklı paradigma etrafında değerlendirildiğini belirtmektedir (s.38). Buna göre: liberal çoğulcu yaklaşımlar, medyanın toplumsal gerçekliği olduğu gibi yansıttığı ve sunduğunu; eleştirel/Marksist yaklaşımlar, medyanın toplumsal gerçekliği çarpıttığı ve bozduğunu; son olarak fenomenolojik yaklaşım ise medyanın toplumsal gerçekliği inşa ettiğini savunmaktadır.

Bu yaklaşımların taşıdığı farklılıkların kökeninde paradigma farklılığı bulunmaktadır. Liberal çoğulcu yaklaşımlara göre medya bir ayna görevi üstlenmekte ve böylelikle toplumsal gerçeklikle birebir örtüşen bir temsil biçiminin medyada yer aldığını/alabileceğini

savunmaktadır. Ancak bu bakış açısının doğrudan doğruya medya endüstrisinin savunduğu ve izleyicide bırakmak istediği etki ile örtüştüğünü söylemekte fayda bulunmaktadır. Bu söylemin bizatihi kendisi, medyanın ürettiği gerçeklik/sahicilik söylemi ile paralel özellikler göstermektedir. Bu yaklaşımın bir diğer sorunlu tarafı ise medyanın; endüstriyel, politik, ideolojik ve kültürel işlevlerini/etkilerini çoğu zaman görmezden gelmesidir.

Marksist/eleştirel yaklaşımlara göre ise gerçeklik ile sınıf ilişkileri arasında önemli bir bağ vardır. Gerçekliğin üretimi, dağıtımı ve temsil ediliş biçimlerini sınıf ilişkilerinden bağımsız bir şekilde düşünmek yanlıştır. Bu bakımdan, medyada üretilen gerçekliğin, doğası gereği sınıfsal çıkarlar temelinde yükselmesi, ideolojik işlevlerle çerçevelenmesi ve nihayetinde çarpıtılmış bir gerçekliğe dönüşmesi gerekmektedir. Burada ideoloji, özel bir kavram olarak ön plana çıkmaktadır: yanlış bilinç üretiminden, dil ve söylem yapılarının dönüştürülmesine varıncaya kadar medya ideolojik bir gerçeklik üretmektedir. Bu ideolojik gerçekliğin en temel fonksiyonu toplumsal formasyonda görülen çelişkilerin gizlenmesidir. Bu nedenle medyadan süzülüp gelen gerçeklik, çoğu zaman örtülü, çarpıtılmış bir gerçeklik olarak değerlendirilmektedir.

Fenomenolojik yaklaşım ise medya ile izleyici etkileşiminin toplumsal gerçekliğin inşasında oynadığı role dikkat çekmektedir. Dursun (2013), bu yaklaşımın temel bakış açısını şu şekilde özetlemektedir: “Medyanın tanımlamaları, adlandırmaları, sınırlamaları, kurduğu neden-sonuç ilişkileri toplumsal alana, sıradan insanların günlük dünyasına geçer ve yayılır (s.40).” Bu bakımdan toplumsal gerçekliğin inşa edilmesinde medyanın ürettiği ya da tercih ettiği anlamların, aynı zamanda bireylerin de kabul ettiği gerçekliklere dönüşmesi gerekmektedir. Burada sorulması gereken önemli soru şudur: Medya, hangi “doğruları,” hangi bakış açısına göre tercih etmekte ve bunlara ilişkin temsilleri nasıl sunmaktadır? Bu soru çerçevesinde medyanın tercihlerinin belirlenmesinde hegemonik tahakküm ilişkilerinin etkili olduğu dikkate alınması gereken bir konudur.

Tüm bu yaklaşımların dışında, özellikle de televizyon aracı ile ilişkilendirildiğinde görmenin gerçeklik algısı üzerindeki etkisi yadsınmaz. Gün içerisinde bireylerin çeşitli zamanlarda dönüp baktığı uğrak noktalardan biri olan televizyonun görsel niteliği, onun daha sahici bir araca dönüşmesinde en etkili özelliklerinden biridir. Bunun dışında televizyon programlarının türü de izleyicinin gerçeklik algısı üzerinde etkilidir. Örneğin televizyon dizileri, herkes tarafından kabul edileceği üzere bir kurmacadır ve gerçekliğe en uzak yapımlar olarak kabul edilebilir. Bunun yanında çeşitli haber programları ve bültenleri ise toplumsal gerçekliği, bu gerçeklik içerisinde olup bitenleri yansıtan/yansıtma gayreti içerisinde olan

yapımlardır. Esslin (2001), televizyon programlarının gerçeklikle kurduğu ilişki çerçevesinde, bir uçta tamamen kurgu olan ile diğer uçta tamamen gerçek olan bir yelpazede değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Ancak Esslin (2001), diğer bir açıdan tamamen kurgu olarak değerlendirilen televizyon dizilerinin bireyler üzerinde önemli bir gerçeklik yanılsamasına neden olduğunu belirtmektedir. Esslin'e (2001) göre; "Televizyon dizilerinde yinelenen karakterler çoğu zaman izleyicinin tanıdığı çoğu insandan daha gerçektir, çünkü izleyiciler bu karakterleri gerçek tanıdıklarından daha iyi tanırlar" (s.55). Burada elbette, bireyler dizilerde gördükleri karakterler ile bu karakterleri canlandıran ünlüler arasında bir özdeşleştirme kurmaktadır. Bu özdeşleştirme çoğu zaman gerçekliğin sınırlarını giriftleştiren, kurgu ile gerçeklik arasında gidip gelen bir duruma işaret etmektedir. Bu konu, realite programlarla da yakından ilişkilidir.

Televizyonun sunduğu gerçeklik ve kurgu algısının belirsizleşmesinde televizyona özgü koşullar da etkili olmaktadır. Örneğin Postman'ın (1994) özellikle vurguladığı her türlü yapının televizyonda bir "eğlence" formatında verilmesi olgusu, türlerin iç içe geçmesine neden olmaktadır. Bu anlayışa göre, en ciddi olarak değerlendirilen haber programları dahi, eğlence odaklı bir yapıya dönüşmektedir. Mutlu'nun da (2008) dikkat çektiği gibi televizyonların yayın akışlarında biteviye devam eden programların birbirinden bağımsız özellikler sergilemesi ve bu programların gerçeklikle kurduğu ilişki düzeyinin farklılık göstermesi iç içe geçmiş bir gerçeklik algısının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (s.73). Bu açıdan seyircinin televizyon ekranında gördüğü gerçekliğin tek boyutlu olmadığı değerlendirilmektedir.

Hangi tür televizyon programı olursa olsun, bu programların içerisinde az ya da çok bir seçme işlemi mutlaka mevcuttur. Ayrıca hiçbir televizyon yapımı bütünüyle "ham" görüntülerden oluşmaz. İzleyiciye ulaşan görüntüler mutlaka bir kurgu sürecinden geçirilir. Kurgunun da kökeninde seçme, tasnif etme ve bu parçaları yeniden birleştirme süreci bulunmaktadır. Bu nedenle televizyonun sunduğu kurgusal gerçeklik, yalnızca bir gerçeklik olarak değil; çarpıtılmış, inşa edilmiş bir gerçekliğe dönüşmektedir. Bu inşa sürecinin motivasyon kaynağının ekonomik, siyasi, ideolojik, kültürel ya da sınıfsal çıkar ilişkilerinden beslenmesi konunun başka bir boyutu, gerçekliği yeniden inşa sürecinin varlığı ise başka bir tartışma konusudur.

Televizyon programları içerisinde, ismiyle müsemma olma iddiasında bulunan yapımlar "realite" programlardır. Bu programların, doğrudan sahicilik iddiasıyla ortaya çıkmasının farklı nedenleri ve bazı gerekçeleri bulunmaktadır. Bu bakımdan televizyon ve gerçeklik arasındaki

ilişki söz konusu olduğunda en dikkat çeken tür yine realite programlarıdır. Realite programlar; kurgudan ziyade gerçekliğin ön plana çıktığı, gerçeklik iddiasının bir cazibe ve ayartıcı bir unsur olarak kullanıldığı program türü olarak ön plana çıkmaktadır.

Hipergerçekliği Gözetlemek

Fransız düşünür Baudrillard'ın (2005) “panoptiğin sonunu” (s.50) ilan etmesinin temel nedenlerinden biri, 1971 yılında Amerika’da Loud ailesinin katılımıyla gerçekleştirilen bir televizyon deneyidir. Bu deneyde, yedi ay aralıksız bir şekilde ailenin evinde çekimler gerçekleştirilmiş, yaklaşık 300 saatlik bir program elde edilmiştir. Bu konuda Baudrillard'ın dikkat çektiği en önemli husus; yönetmenin “aile sanki biz orada değilmışiz gibi davrandı ve yaşadı” sözüdür. Bugünkü manada realite programların ilk örnekleri arasında gösterilebilecek bu programın yönetmeninin ifade ettiği mantık, realite programların temel mantığını oluşturmaktadır.

Realite programların, özellikle 2000’li yıllardan itibaren yaygınlık kazanarak izleyicilerin büyük beğenisini toplamasının temel nedenlerinden biri de yukarıda ifade edilen mantık içerisinde gizlidir. Kameralar önünde süre giden yaşamın, deneyimlerin ve davranışların kameralar yokmuşçasına, yani zaten hali hazırda olduğu gibi devam ettiğine dair üretilen illüzyon, bu programların izleyici profilini doğrudan doğruya etkilemektedir. Hill’in (2007) belirttiğine göre çoğu insan realite programlara ilişkin şu kanaate sahiptir: program gerçekleri ve kurgusal olmayanı içermektedir (s.3). Hill (2007), ayrıca bu kanaatin son derece idealize edilmiş bir düşünce olduğunu da vurgulamaktadır. İzleyicinin bu düşünceye sahip olmasının kökeninde, gerçeklik olgusunun bu programlarda her zaman vurgulanması vardır.

Realite programların dışında, televizyonlarda kurmaca hayatlar üzerinden tecrübe edilen kişiliklerin gerçekliği her zaman sorgulanabilir niteliktedir. Ancak realite programların sunduğu gerçeklik algısı, kameralar yokmuşçasına algısı ile birleştiğinde bu programların sahicilik algısını/düzeyini de arttırmaktadır. Baudrillard'ın (2005) ifadeleriyle belirtilecek olursa; “Sanki biz orada değilmışiz gibi sözüyle, sanki siz oradaymışsınız gibi sözü aynı anlama gelmektedir. Zaten yirmi milyon seyirciyi baştan çıkararak şey de işte bu paradoks, bu ütopyadır” (s.51). Bu bağlamda realite programlar, gerçeklikle bağını çoktan yitiren televizyonun, bu bağını yeniden inşa etmek için geliştirilmiş bir program türü olarak değerlendirilebilir. Televizyonun bu programlar eşliğinde gerçekliğe temas etmesi, televizyon gerçekliğinin hipergerçeklik formuna dönüşmesine neden olmaktadır.

Bu durumun göstereni olarak değerlendirilebilecek birkaç özellik bulunmaktadır. Kameralar yokmuşçasına insanların davranışlar sergilemesi ve yaşamlarına devam etmesi,

kameraların olmadığı anlamına gelmez. Buradaki paradoksun nedeni, izleyicinin böyle bir yanılısamaya kapılmasını sağlayan kamera-gözün davranışlarıdır. Çünkü bu programların kayıtları esnasında çok sayıda kamera çekim yapmaktadır, fakat program içerisinde yer alan bireyler hiçbir şekilde kameralarla göz teması kurmamaktadır. Dolayısıyla izleyici ile izlenen arasında ortaya çıkan bu ilişkide kameraları yok sayan, elbette yapımcıların yönlendirmesiyle, izlenen kişidir. Bu nedenle izlenen ile izleyen arasındaki ilişki; izlendiğini bilen, izlenmeyi arzulayan ve bunu yok sayan teşhirci ile izlediğinin bilinmesini istemeyen ve izlemeyi arzulayan röntgenci arasındaki ilişkiye benzetilmektedir. Diğer taraftan aynı durum izleyici için de geçerlidir. İzleyici, sanki kameralar yokmuşçasına, her şeyi kendi gözüyle tecrübe ediyormuş izlenimine kapılmaktadır. Yok sayılan kamera, izleyici ile izlenen arasındaki ilişkiyi doğrudan bir etkileşim olarak tasarlamaktadır. Böylelikle her iki taraf açısından da bir gerçeklik formu olarak hipergerçeklik üretilmektedir.

Hill'e (2007) göre realite programlara yapılan eleştirilerin başında, türün son derece röntgenci bir nitelik sergilemesi gelmektedir (s.7). Bir nevi röntgencilik izleyende bıraktığı hazı kullanmak ve diğer taraftan röntgencilik yaygınlaşmasına zemin hazırlamakla suçlanan bu programlar, çoğunluğun azınlığı izlediği sinoptik bir gözetim pratiğine zemin hazırlamaktadır. Bu nedenle çoğunluğu teşkil eden izleyiciler, azınlıkta kalan bir grup "deneği" bu programlar yardımıyla gözetlemektedir. Bu durum ne sadece gerçekliğin, ne de sadece bir kurmacanın gözetlenmesi olarak ifade edilebilir. Bu durum; bir taraftan gerçekliğin önüne geçen, gerçekten daha sahici görünen, diğer taraftan içerisinde örtük kurgusal nitelikler sergileyen hipergerçekliğin gözetlenmesi olarak tarif edilebilir.

Hipergerçekliğin bir diğer gösterini ise bu programlar içerisinde yer alan insanların "gerçek", olayların "kendiliğinden" görünmesi/algılanması, mekânların ise "kurgusal" olmasıdır. Özellikle sıradan (şöhret olmayan/bizden) insanlar arasında ortaya çıkan toplumsal ilişki biçimlerinin önceden kestirilemez olması, kişisel özelliklerin olayların gelişim seyri üzerinde etkili olması, daha önceden yazılmış metinlerin olmaması; ortaya çıkan olayların sahici olduğuna dair güçlü bir algı/kanıt sunmaktadır. Ancak, kameraların yok sayıldığı gerçeğinin dışında, programların çekildiği mekânların önceden tasarlanmış ve kurgulanmış olması gerçekliğin hipergerçekliğe dönüşmesine neden olmaktadır. Niedzwiecki'nin (2010) tabiriyle; "Realite programlar, sahte koşullarda gerçek insanların ne tür tepkiler vereceğiyle ilgileniyor (s.101)." Sahte koşullar yapımcılar tarafından üretilerek bir tür sosyal-psikolojik deneylerin insanlar üzerinde gerçekleştirilmesine imkân tanımaktadır. Mekânların tasarlanması ve bireylerin mekânsal tasarımlar üzerinde inisiyatif sahibi olmaması, bireyin kendisini bu

tasarıma uyarlamasını, uyum sağlamasını zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle, kendiliğinden geliyor izlenimine neden olan davranışların arka planında, bireyleri belli davranışları yapmaya sevk eden, yönlendirici sahte mekânsal ve sosyal koşullar yer almakta ve bunlar kendiliğinden ortaya çıktığı düşünülen gerçekliğin inşasında önemli bir rol oynamaktadır.

Realite programların hipergerçekçi bir özellik sergilemesi, gözetim pratiğinin mantığı üzerinde de bir dizi dönüşümü beraberinde getirmiştir. Gözetim, Foucaultvari bir analizle iktidarın egemenlik tesisinde kullandığı bir kontrol ve denetim aracıdır. Bu nedenle gözetim pratiği içerisinde iktidar ilişkilerini görmek son derece olasıdır. Ancak, kitle iletişim araçları bağlamında ortaya çıkan gözetleme ve gözetilme edimlerinde, denetim ve kontrol amacından ziyade denetim ve kontrolün eğlenceye dönüştürülmesi ve bundan hem izlenenin hem de izleyenin haz duyması söz konusudur. Realite programların, izleyici ile kurduğu güçlü bağ; izleyiciye, izlediği program üzerinde eğlenceli bir denetim pratiğini tecrübe etmesini sağlamaktır. Gerçek kişiler ve durumlarla ilgili her şeyi bildiği ve gördüğünü varsayan izleyici profili, bu sayede hem kurgusal gerçeklik içerisindeki yerini alır, hem de programa müdahil olma gibi bir davranış geliştirir. Programlara müdahil olmak, izleyicinin gözetleme eyleminin son aşamasıdır.

Diğer taraftan, gözetlenenin görünürlük alanı içerisinde olması ve bireyin domestik alanının kamusal alana sızması tepkiden ziyade günümüzde olumlanan bir duruma işaret etmektedir. Gözetim çalışmalarıyla bilinen Lyon'un (2013) ifadeleriyle; "Teşhirden korkmak bir yana, modern bazı iletişim araçlarında teşhir hoş karşılanır, istenir ve kutlanır (s.202)." Dolayısıyla bu programlar yardımıyla hem izleyicideki gözetleme arzusu, hem de programların içerisinde yer alan sıradan bireylerin görünürlük arzusu doyurulur. Çift taraflı işleyen bu süreçte izleyicilerde de görünürlük alanlarına girme arzusu pekiştirilerek, programların insan ihtiyacı yeniden üretilebilir bir düzeye getirilir ve sürekli canlı tutulur. Bu yönüyle realite programlar kendi kendini besleyebilen yapımlardır.

Gerçeğin Cazibesi: Realite Programlar ve Türler

Realite programlar, izleyicilerin televizyonlarda görmeye alışkın olduğu ünlü/meşhur kişilerin dışında sıradan insanların rol aldıkları yapımlardır. Bu durum izleyicilerin ve dolayısıyla sıradan insanların kendi meşhurlarını üretme gibi bir neticeyi de beraberinde getirmiştir. Bunun dışında Türkiye'de de olduğu gibi, ünlü simalar da bu yapımlar içerisinde sıklıkla yer almaya başlamışlardır. Ancak sıradan birey olmayan ünlülerin bu yapımlarda sıradan yaşamlarını sergilemesi bu yapımların mantığını pekiştirmektedir.

Bu bakımdan realite programların izleyici üzerinde kurmaya ve korumaya çalıştığı temel konu izleyicide bırakılan gerçeklik algısıdır. Televizyon yapımlarının kurgusal özelliklerinin ötesinde, gerçekliğe dair yapılan her bir vurgunun izleyiciyi daha fazla cezbediğini ifade edebiliriz. Realite programlarının yayınlandığı her ülkede en çok izlenen yapımlar olması, “gerçeklik çekiciliği” olarak kavramsallaştırabileceğimiz bir özellik olarak yakından ilişkilidir. Kavramsal olarak realite programların sunduğu gerçekliğin bir hipergerçeklik formu olduğu belirtilmiştir. Ancak sıradan televizyon izleyicisinin gözünde bu programlar bütünüyle gerçek veya bir gerçeklik temsili olarak değerlendirildiği için, izleyiciler üzerinde gerçeği tecrübe etmenin, bu programların izlenmesinin temel motivasyon kaynağı olduğu anlaşılmaktadır.

Gerçeğin cazibesini ve gerçeklik çekiciliğini kullanan realite programların tanımlanması ve alt türlerinin belirlenmesi de gerçekliğe dair yapılan vurgu ile doğru orantılıdır. Hill’e (2005) göre realite programlar, 1990’lı ve 2000’li yıllarda televizyonun başarı hikâyesine dönüşmüştür. Sağlıktan saç bakımına, insanlardan evcil hayvanlara kadar realite programlar geniş bir konu yelpazesine sahiptir (s.2). Hill (2005), realite programların türlere göre gelişimini ve dünya çapında yaygınlaşması sürecini şu şekilde özetlemektedir:

Reality programların ilk dalgası suç ve acil servis programların başarısına dayanmaktadır. 1980’lerin sonlarından 1990’ların başlarına kadar Amerika’dan Avrupa ülkelerine yayılmıştır. İkinci dalga popüler belgesel ve yaşam tarzı programların başarısına dayanmaktadır. 1990’lı yılların ortalarından sonlarına kadar İngiltere’den Avrupa’ya yayılmıştır. Üçüncü dalga ise sıradan insanların uzun bir zaman boyunca kontrol altında tutulan bir çevreye yerleştirildikleri sosyal deneylerin başarısına dayanmaktadır. 2000’li yılların başından itibaren Kuzey Avrupa’dan İngiltere, Amerika ve dünyanın diğer ülkelerine yayılmıştır. (s.24)

Dünyada ortaya çıkan bu üç dalga ile Türkiye’de yaşanan realite programcılık deneyimi birbiriyle örtüşmektedir. Örneğin Türkiye’de polis-adliye olaylarına yer veren, özellikle suç olgusunun güncel örneklerle konu edinildiği ilk realite program “*Sıcağı Sıcağına*” programıdır. Bu yapım 1993 yılında yayın hayatına başlamış ve 1998 yılına kadar devam etmiştir. Polis-adliye ve suç olaylarını işleyen bu realite programların temel özelliği bir taraftan habercilik ilkelerini kullanması, diğer taraftan da bunu sansasyonel bir anlatım ve içerikle sunmasıdır. Bu yapımlara bir başka örnek olarak “*Söz Fato*’da” programı verilebilir. Aksop’un (1998) belirttiğine göre bu programlarda kullanılan canlandırmalar, gizli kamera çekimleri ve dramatize etme teknikleri izleyiciler üzerinde güçlü bir etkiye neden olmuştur (s.96). Canlandırmalar izleyicinin gerçekliği farklı bir yoldan tecrübe etmesini ve olayların somutlaşmasını sağlarken, gizli kamera görüntüleri televizyonda röntgenciliğin gelişmesinin ilk örneklerini oluşturmuştur.

Türkiye’de bugünkü anlamıyla gelişimini sürdüren realite programların atası ise yurtdışından ithal edilen *Biri Bizi Gözetliyor* programıdır. Yarışma türü içerisinde değerlendirilen bu yapım tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de oldukça ilgi görmüş, sonrasında bu programdan ilhamla çok sayıda benzer yapım üretilmiştir. Bu programın en temel özelliği, kapalı bir alanda bir grup bireyin yaşamlarını tüm şeffaflığı ile devam ettirmeleridir. Hatta yurtdışındaki örneklerinde en mahrem davranışlar bile izleyiciye gösterilmiştir. 2001 yılında başlayan bu yapım altı sezon devam etmiştir. Bir tür sosyal deney olma özelliği sergileyen *Biri Bizi Gözetliyor* evinde sıradan insanlar arasında ortaya çıkan sosyal etkileşimler; izleyiciler üzerinde de yarışmacılar arasında tercihte bulunma, taraf tutma ve yarışmacılar adına oy kullanma gibi televizyonculuk tarihinde daha önce tecrübe edilmemiş gelişmelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Diğer taraftan bu yapımlar, yarışmacıların yaşamlarını iş ve boş zaman olarak ikiye ayırarak gerçek bir yaşam deneyimi sunma çabası içerisinde olmuştur.

Kılıçbay’ın (2005) da belirttiği gibi bu yapım, televizyon programcılığı açısından melez bir özellik sergilemektedir (s.176). Realite programların gelişim seyri içerisinde sonradan ortaya çıkan türevlerin ayırıcı tarafı yine bu melezlik özelliği olmuştur. Realite programlar ne tam anlamıyla bir yarışmadır, ne tam anlamıyla içerisinde bir öyküyü barındırmaktadır, ne tam anlamıyla bir kurmacadır, ne de bütünüyle belgesel niteliğindedir. Bu nedenle realite programlar türsel bir değerlendirmeye tabi tutulduğunda televizyon yapımlarının neredeyse tüm özelliklerini taşıyan ve fakat kendine özgü bir tür olma başarısını da sergileyebilmiş bir televizyon formatı olarak dikkat çekmektedir.

Bu açıdan bakıldığında realite programlar; belgesel, yarışma, talk showlar, tartışma programları, yaşam tarzı ve hobi uygulamaları gibi çok sayıda alt türü içerisinde barındırmaktadır. Bu konuda realite programları ayırt etmekte kullanılabilir en temel ölçüt ise sıradan insanların bu programlarda yer alması ve gerçekliğe yapılan vurgudur.

Gerçekliğe yapılan vurgunun hemen tüm realite programların içeriğinde yer almasının temel dayanak noktalarından biri; bu programlara katılan bireylerin, programa katıldıkları andan itibaren, program süresince ve program sonrasında yaşamlarının değişiklik göstermesidir. Yani bu programlar, katılımcıların hayatına gerçek bir dokunuşta bulunmaktadır. Türkiye’de ilgi toplayan realite yarışma programlarından *Benimle Evlenir misin* ile *Gelinim Olur musun* gibi evlilik içerikli yarışma programları bunun en iyi örnekleridir. Dolayısıyla yarışma içerisinde geliştirilen toplumsal etkileşim biçimleri, bireyin program sonrasındaki yaşamı üzerinde de belirleyici olarak bir gerçekliğe dönüşebilmektedir. Program sonrasında

takip edilebilir bir gerçeklik algısı, program sürecinde ortaya çıkan gelişmeleri daha gerçekçi kılabilmektedir.

Türkiye’de Güncel Realite Programlar

Türkiye’de 2000’li yıllardan itibaren gelişim gösteren realite programların günümüzde de televizyon programcılığı açısından önemini koruduğu görülmektedir. Özellikle TV8’in Acun Medya tarafından satın alınmasının ardından, Türkiye’de “Realite TV” olarak nitelendirilebilecek, ağırlıklı olarak realite programların yapıldığı ve gösterildiği yeni bir televizyon yayıncılığı anlayışı da ortaya çıkmıştır. Aşağıdaki tabloda yer alan programların büyük bir çoğunluğunun TV8’de yayınlanması da bu olgunun varlığını pekiştirmektedir.

Tablo 1: Türkiye’de Güncel Realite Programlar

Kanal	Program
TV8	<i>Survivor</i> <i>Ütopya</i> <i>Yetenek Sizsiniz</i> <i>O Ses Türkiye</i> <i>İşte Benim Stilim</i> <i>Rising Star Türkiye</i> <i>Ver Fırına</i> <i>Komedi Türkiye</i>
Kanal D	<i>Evim Şahane</i> <i>Ben Bilmem Eşim Bilir</i> <i>Pişir Yedir Kazan</i> <i>Bana Her Şey Yakışır</i>
ATV	<i>Müge Anlı ile Tatlı Sert</i> <i>Esra Erol’da</i>
Star Tv	<i>Elimin Lezzeti</i> <i>Evleneceksen Gel</i>
Show Tv	<i>Kapışma</i>
Fox Tv	<i>Zuhal Topal’la</i> <i>Sesi Çok Güzel</i>

Güncel programlar incelendiğinde, bu programların üç temel kategoride olduğu görülmektedir. Birincisi ve sayıca en yoğunu yarışma içerikli yapımlardır. İkincisi ise evlilik programları olarak bilinen yapımlardır. Üçüncüsü ise *Müge Anlı ile Tatlı Sert* programının yer aldığı, polis-adliye olaylarının ele alındığı, kayıpların arandığı haber-belgesel karşımı bir kategoridir.

Türkiye’deki realite programların ağırlıklı olarak yarışma türü içerisinde değerlendirilebileceği görülmektedir. Bu yapımlar da kendi içerisinde “uzun süreli” ve “kısa süreli” yarışma programları olarak kategorilere ayrılabilir. Örneğin *Survivor* ve *Ütopya* gibi yapımlar, aynı yarışmacılarla oldukça uzun bir periyodu içerirken; “Ben Bilmem Eşim Bilir” gibi yarışma programları genellikle her bölümünde farklı yarışmacıları içermektedir.

Dünyadaki örnekleri ve Türkiye’de realite programlarının gelişim seyri dikkate alındığında türün özelliklerini en iyi yansıtan yapımlar; *Survivor*, *Ütopya*, *İşte Benim Stilim*, *O Ses Türkiye* ve *Yetenek Sizsiniz* gibi programlardır. Bu programların aynı televizyon ekranında yer alması, programlar arasındaki benzerliklerin artmasında bir faktör olarak değerlendirilebilir, ancak bir diğer taraftan programların temel işleyişi, izleyici ile kurulan bağ ve yarışmacılar arasında ortaya çıkan etkileşim biçimlerinin de benzer olduğu dikkat çekmektedir.

Bu nedenle, hem türünün iyi örnekleri, hem de taşıdıkları benzerlikler nedeniyle, Türkiye’deki realite programı olgusu yukarıda belirtilen örnekler çerçevesinde değerlendirilecektir.

Realite Programlarda Tele-Yaşamlar

Realite programlarının ortaya çıkmasında, gelişiminde ve yaygınlık kazanmasında üç temel faktörün belirleyici olduğunu ifade edebiliriz. Bunlar; bu programların öznesi olan yarışmacılar, programların tasarımını yapan ve özneler çeşitli sınırlar koyan yapımcılar ve son olarak programlarda söz sahibi olan, aktif (başka bir ifadeyle interaktif) izleyici profilidir.

Bu bağlamda özellikle programlarda görünürlük uzamına giren yarışmacıların ve onları sürekli bir şekilde gözetleyen izleyicilerin, televizyon gerçekliği içerisinde konumlanması bu çalışmada “tele-yaşam” formu olarak kavramsallaştırılmaktadır. Tele-yaşam pratikleri de kendi içerisinde tele-sosyal etkileşim, tele-kişilik ve tele-kimlik gibi olguları beraberinde getirmektedir.

Tele-Kişilik ve Kimlikler

Realite programlarının öznesi bireyler, hiçbir zaman tesadüfî bir şekilde bu yapımlar içerisinde yer almazlar. Bu kişilerin, yapımcılar tarafından mülâkatlara alındığı, çeşitli değerlendirmeler ve ön elemelerden sonra yarışmalara dâhil olduğu bilinmektedir. Programın içeriği ve yarışma konusuna göre yapılan seçmelerin, yarışmacı profilleri dikkatli izlendiği takdirde, temel bazı koşullardan hareketle yapıldığı anlaşılacaktır.

Çoğu zaman ilk dikkat çeken konulardan biri yarışmacıların büyük bir çoğunluğunun televizyon görselliğine uygun bireyler olmasıdır. Bu bakımdan, televizyonun izlemeyi/izlenmeyi içeren doğasına uygun bireylerin seçilmesi bu yapımların en dikkat çeken taraflarından biridir. Özellikle, yeteneklerden başka bedenlerin (de) sergilendiği programlarda bu konunun aşikârlığı artmaktadır. Örneğin, ıssız bir adada hayatta kalma mücadelesinin verildiği *Survivor* programında, coğrafi ve iklim koşullarının da zorlamasıyla, yarışmacılar bedensel performanslar içerisinde bulunurlar. Çoğu erkeğin maskülen, kaslı bir bedene sahip olduğu, çoğu kadının da feminen, dikkat çeken bedensel özellikler sergilediği görülmektedir.

Bu nedenle televizyona uygun “prezantabl” görünüşler, programa olan izleyici ilgisinin arttırılmasında bir etken olarak kullanılmaktadır.

Realite programlarda görünen bireylerin bir diğer ortak noktası, çoğu yarışmacıların genç ya da genç-orta yaş kategorisi içerisinde yer almasıdır. Ayrıca belirtmek gerekirse, bu yapımları takip eden izleyici kitlesinin de büyük bir çoğunluğu genç yetişkinlerden oluşmaktadır (Hill, 2005, s.5). Bu bakımdan gözetlenen ile gözetleyen arasındaki demografik bağ da bu şekilde ortaya çıkmaktadır. Ancak bu koşulun da bazı istisnalarının olduğu söylenebilir. Örneğin Türkiye’de yayınlanan *Survivor*, *Ütopya*, *Yetenek Sizsiniz* gibi yarışma içerikli realite programlarda az sayıda da olsa ileri yaşlarda bireyler görmek mümkün olmaktadır. Ancak bu kişilerin başarı oranları ve izleyicilerden aldıkları destek oldukça düşüktür.

Sosyal hayatta kimliğin inşasında belirleyici olan konulardan biri tarihselliktir. Yani bir bireyin kendi kimliğinin oluşması, geçmişte yaşadığı deneyimlerle yakından ilişkilidir. Realite programlar içerisinde yer alan bireylerin kimliklerini inşa etmesi ve bu kimliğin bir gerçeklik olarak algılanması çoğu zaman anlatılan yaşam hikâyeleri ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle bu programlara katılan sıradan insanların, ilginç bir şekilde, çoğu zaman sıra dışı yaşam hikâyeleri bulunmaktadır. Örneğin; “bir trafik kazasında ailesini kaybetmiş, babası ile yaşadığı sorunlar nedeniyle evi terk etmiş, çok küçük yaşlarda ailesi tarafından terk edilmiş” bireyler bu programlarda yer almaktadır. Bu hikâyelerin gerçek olması ya da olmaması bir tarafa, geçmişte yaşanan bu tecrübeler yarışmacının kimliğinin kurgulanmasında önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Çoğu realite programda rastlanan bu durum, programa kabul edilmeden önce adayların hayat hikâyelerinin dinlendiğini ya da yarışmacıların hayat hikâyelerini anlatmaya teşvik edildiğini göstermektedir. Bu bakımdan realite programlar, tele-kimlikleri inşa ederken, televizyon dizileri ve sinema filmlerinin dramatik etkisini kullanarak, bunu gerçek kişiliklere aktarmaktadır. Ayrıca izleyicinin başka hayatlara ilişkin merakı da bu yolla doyurulmakta, özdeşleşme sürecine zemin hazırlanmaktadır.

Binark ve Kılıçbay’ın (2004) *Biri Bizi Gözetliyor* programına ilişkin yaptıkları analizde ulaştıkları temel bulgulardan biri de yarışmacıların tamamının anti-politik bir tavra sahip olmalarıdır (s.91). Binark ve Kılıçbay (2004), bu durumu yarışmacıların, Türkiye’deki genç kuşakların temsili olmasıyla açıklamaktadırlar. Ancak bir diğer taraftan, bu programların yapısı ve amaçları çerçevesinde değerlendirildiğinde, bunun bir temsilden ziyade genç kuşaklara yönelik kimliğin, apolitik bir formda inşa edilmesi süreci olduğu ifade edilebilir. Realite programlar bu yönleriyle; siyasi, ideolojik, ekonomik vb. unsurlarından arındırılmış ve sadece gündelik, mikro ilişkilere indirgenmiş bir yaşam algısını üretmektedir.

Anti-politik tavrın yanında, Türkiye’de yayın hayatına devam eden realite programların yoğun bir biçimde tüketici kimlikler üzerine inşa edildiği görülmektedir. *Survivor*, *Ütopya* ve *İşte Benim Stilim* gibi programlar bunun en iyi örnekleridir. Özellikle *Survivor* programında, yarışmacılara verilen ödüller çerçevesinde tüketici davranışlar özendirilmektedir. *İşte Benim Stilim* programı ise moda içerikli bir realite yarışma programıdır. Bu programda da giyim kültürü üzerine yarışmacılar ve izleyiciler tüketime sevk edilmektedir. Bu nedenle realite programlar, yarışmacılarla üretilen tüketici kimliklerle birlikte, izleyiciler üzerinde de tüketimci davranışları pekiştirmektedir. *Ütopya* programında ise tüketim olgusunun yanında kısmen üretim ilişkileri de betimlenmektedir. Ancak en nihayetinde bu üretici faaliyetlerin de tüketici davranışların şekillenmesinde oynadığı rol dikkat çekmektedir.

Bireysel kimliklerin kurgulanmasında ve kişiliklerin sergilenmesine sosyal ilişkilerin önemi büyüktür. Realite programlar, her ne kadar bireysel yarışmalar olarak değerlendirilse de içerisinde yoğun bir sosyal ilişki pratiği barındırmaktadır.

Tele-Sosyal İlişkiler

Sosyolojik yaklaşımlar içerisinde yer alan sembolik etkileşimci perspektif, insan davranışlarına ve bu davranışlar neticesinde ortaya çıkan etkileşime odaklanmaktadır. Çünkü Richter’in (2012) de belirttiği gibi sembolik etkileşimcilere göre toplum, insanların eylemlerinden oluşmaktadır ve sadece bu eylemlerde bulunabilir (s.169). Realite programların içerisinde zorunlu bir şekilde yer alan bireylerarası etkileşim ve bu etkileşimin boyutları toplumsal yapının televizyon ekranlarından temsil ve inşa edilişi hakkında önemli veriler sunmaktadır.

Realite programlar içerisinde ortaya çıkan sosyal ilişkilerin kameralar önünde gerçekleşmesi, bu tip sosyal ilişkilerin televizyon ve kamera ile ilişkilendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Kameralar önünde gerçekleşen tele-sosyal ilişkilerin, dışarıdan bir gözlemciyi içerisinde barındırdığından dolayı doğallıktan uzaklaşma ihtimali her zaman söz konusudur. Bu tip yarışma programlarında, izleyicilerin de yarışma sonuçları üzerinde etkili olması, sürekli olarak izleyiciyi dikkate almayı gerektiren bir bireysel kontrol mekanizmasını içermektedir. Dolayısıyla “denekler” hiçbir zaman doğal bir davranış sergilemeyecektir.

Ancak yine de realite programlar içerisinde, gündelik yaşamın bazı yönlerden yansımaları görmek mümkündür. Örneğin bu programlar içerisinde yer alan bireylerin gruplaşmalar içerisinde olduğu görülmektedir. Bu nedenle sosyal ilişkiler içerisinde dayanışma ve yardımlaşma gibi olumlu davranışlar ve bunun tersini teşkil eden gruplar arası mücadele pratikleri gözlemlenmektedir.

Bu bağlamda, realite programlar içerisinde sosyal ilişkilerin üç farklı şekilde ortaya çıktığı belirtilmelidir. Bunlar; bireylerin kendi aralarındaki ilişkileri, rakip gruplar arasındaki ilişkiler ve (her zaman doğrudan olmasa da) izleyici ile geliştirilen sosyal ilişkilerdir.

Sosyal ilişkiler açısından *Ütopya* programı oldukça ilginç veriler sunmaktadır. Bu bağlamda *Ütopya* programının web sitesinde yer alan tanıtıcı pasaj oldukça dikkat çekicidir:

Eğer yeni bir dünyanız olsa ne yapardınız?

Ütopya, Hollanda formatından uyarlanmış bir yarışmadır. Yarışmacılar bildikleri hayatlarını terk edecekler ve sıfırdan yepyeni bir toplum kuracaklar. Farklı geçmişleri ve sınırlı kaynaklarıyla banyosu bile olmayan bir alanda düzen kurmaya çalışacaklar. Verecekleri her karar çalışmalarını ve yaşamlarını etkileyecek. Demokrasiyi mi seçecekler, diktatörlüğü mü? Kapitalizmi mi seçecekler, sosyalizmi mi? Yapılanları cezalandıracaklar mı yoksa bağışlayacaklar mı? Birbirlerinin sırlarını saklayacaklar mı yoksa paylaşacaklar mı? (utopya.com.tr)

Hâlâ ilk sezonunun gösterimde olduğu ve ne zamana kadar süreceği belli olmayan bu program büyük oranda insanlar arası ilişkileri tasvir eden bir televizyon yapımıdır. İlginç olan durum ise yarışmanın ilk günlerinden itibaren ortaya çıkan gruplaşmalardır. Bu gruplaşmaların en temelinde ise ekonomik/maddi bölüşüm ve mülkiyet problemleri bulunmaktadır. *Ütopya* programında aleni bir şekilde görülen kapitalist rekabetçi birey anlayışının, hemen hemen diğer bütün realite programlarda da olması, bunun bir tesadüf olmadığını göstermektedir. *Ütopya* programının tanıtımında aktarılan ve izleyicide oluşturulmak istenen “Kapitalizmi mi seçecekler, sosyalizmi mi?” merakı, yoğun bir rekabetin ve mülkiyet paylaşımının ardından “kapitalizm” olarak giderilmektedir. Bu nedenle tele-sosyal ilişkilerin, kapitalist ilişki biçimlerini yeniden üretmek gibi bir işlevi yerine getirdiği sıklıkla gözlemlenmektedir.

Bu programlar içerisinde her ne kadar grup ilişkileri yoğun bir şekilde yaşansa da, her bir bireyin, tek başına bir birey olduğuna dair vurgu da sürekli canlı tutulmaktadır. Bu bakımdan grup dinamiğini ve normlarını belirleyen etmen dayanışma duygusundan çok iş birliği pratikleridir. Çünkü çoğu zaman grup dinamiği ve birliği, ortada mücadele edecek bir rakip grup kalmadığında bozulmaktadır. En nihayetinde grup dayanışmasından çok bireyselliğin kutsandığı bir durum ortaya çıkmaktadır.

Bu durumun en iyi örneklerinden biri *Survivor* programıdır. Açlıkla mücadele eden yarışmacıların, her ne koşulda olursa olsun, aç kalan diğer yarışmacılara yardımcı olamaması, güçlünün güçsüz üzerinde egemenlik kurması, hayatta kalmak için her yolun denenmesinin meşru görülmesi, aç kalan bireylerin açlığına kazananların kayıtsız kalabilmesi *Survivor*'ın dayanışmadan ziyade bireysel çıkarları ön plana çıkarma çabasını göstermektedir.

Uzun süreli tele-sosyal ilişkilerde cinsiyetler arası işbölümünün oluşumunu gözlemlemek de mümkündür. Bu programlarda ortaya çıkan işbölümü biçimlerinin ataerkil bir formda anlam kazandığı görülmektedir. Örneğin *Ütopya* programında mutfak işleri ve temizlik gibi işleri kadınların; bahçe işleri ve üretici faaliyetlerin erkekler tarafından yapıldığı görülmektedir. İlkel ve doğa koşulları içerisinde devam eden *Survivor* programında ise kadınların yemek yapması, erkeklerin ise balık tutması ve barınakları inşa etmesi ataerkil cinsiyetçi işbölümü olgusunu ekranlara taşımaktadır.

Ütopya programı bir istisna olmak kaydıyla yarışmacıların izleyicilerle kamera aracılığıyla sosyal ilişkiler geliştirdiği görülmektedir. *Ütopya* programında ise izleyiciler *Ütopya* alanına ziyaretçi olarak katılmaktadır. Bu nedenle doğrudan sosyal ilişkilerin var olduğu bir program olarak *Ütopya* diğerlerinden ayrılmaktadır.

Goffman (2009), günlük yaşamda benlik sunumunu analiz ettiği eserinde bireylerin belli bir gözlemci kümesi önünde gerçekleştirdiği ve gözlemciler üzerinde etkisi olan davranışları açıklamak için “performans” sözcüğünü kullanır. Goffman’ın (2009) dramaturjik yaklaşımına göre, bireyler sosyal hayatları içerisinde çeşitli performanslar sergileyerek, rollerini yerine getirirler. Buna bağlı olarak da hem kendi benliğini inşa eder, hem de kendisine dair dış dünyada bir izlenim denetimi gerçekleştirir. Bu bağlamda bireyler yaptıkları her davranıştan gözlemciler nezdinde sorumludur. Günlük yaşamda bu şekilde ortaya çıkan süreç, realite programlar açısından da farklı değildir.

Kameralar önünde günün her anında gözleme açık olan yarışmacılar rollerini sergilemek ve izleyicide kendine dair olumlu bir izlenim oluşturmak için performans sergiler. Bu performanslar bireysel olduğu kadar, grup performansları da olabilir. Bireylerin izlenim denetimine dair gerçekleştirdiği pratiklerin izleyiciler tarafından nasıl algılandığı ise *Ütopya* programında olduğu gibi bazen yüz yüze görüşmelerle, çoğu zaman da oylamalarla kontrol edilmektedir. Çıkan sonuca göre performanslar ya değiştirilmekte ya da pekiştirilerek devam ettirilmektedir. Bu nedenle bir dış gözlemci olarak izleyicilerle geliştirilen sosyal ilişkiler yarışma üzerinde belirleyici bir özelliğe sahiptir. Bunun sonucunda izleyicilerle kurulan ilişkiler sahici olmaktan ziyade manipülasyona ve yönlendirmeye açık bir karakter sergilemektedir.

Tele-sosyal ilişkilerin temel özellikleri; bireyci, rekabetçi, işbirlikçi bir yapı sergilerken, bu ilişki biçimlerinin çoğu zaman koşullandırılmış olduğu da düşünülmektedir. Yarışmacıları bu türden bir ilişki kurmaya zorlayan faktörlerin başında mekânlar ve yarışmalar gelmektedir.

Tele-Mekânlar

Realite programların gerçeklik tasarımının önemli unsurlarından biri de mekânlardır. Mekânların yapımcılar tarafından tasarlanması, bu mekânlar içerisinde yaşayan bireylerde koşullanmış davranışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Realite programlar içerisinde doğal ve yapay olmak üzere iki farklı mekân tasarımının kullanıldığı görülmektedir. Bu konuda sıklıkla yapılan tartışmalardan biri *Survivor* programının çekimlerinin neden Dominik Cumhuriyeti'nde yapıldığıdır. Yarışma formatı gereği (ki bu yarışma programı çoğu ülkede Robinson ismiyle yayınlanmıştır) ıssız bir adada, medeniyetten uzak bir hayatta kalma mücadelesini işlemektedir. Bu nedenle mekânsal uzaklık programın sahiciliği üzerinde etkili bir unsur olarak kullanılmaktadır. Bu doğal mekânın her türlü araç-gereçten yoksun bırakılması, yiyecek bulma zorluğu, etrafının denizlerle çevrili olması, toplumdaki uzak ve yalıtılmış olması yarışma içerisindeki bireyleri daha fazla rekabetçi olmaya zorlamaktadır.

Diğer taraftan yapımcılar tarafından tasarlanan doğal olmayan mekânlar ise sınırlı bir alanı içerisinde barındırmaktadır. Küçük mekânlar olarak nitelendirilebilecek bu kapalı alanlar bireyleri olumlu ya da olumsuz nitelikte etkileşim kurmaya zorlamaktadır.

Kameralar ise bu mekânların en temel ögesidir. Her yerde kameraların olması mekânsal sınırların içerisinde sürekli gözetim altında kalmayı zorunlu kılmaktadır. Bu da davranışların şekillenmesinde önemli bir faktördür.

Tele-Yarışma ve Rekabet

Yarışma içerikli realite programlar doğrudan ya da dolaylı bir şekilde rekabeti içermektedir. Yarışmacıların birbirlerini eleme ve saf dışı bırakma esasını çerçevesinde yapılan yarışmalar veya yarışma dışı oylamalar bireyler arasındaki ilişkilerin rekabet çerçevesinde süregitmesini sağlamaktadır.

Bu nedenle yarışmaların ve oylamaların varlığı bizatihi mücadele güdüsünü harekete geçiren koşullar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan programın formatı, bireylerin de ne tür bir davranış formu içerisinde olacağını belirlemektedir. *Survivor*, *Ütopya* ve *İşte Benim Stilim* gibi yapımlar içeriği gereği yarışmacıları rekabete zorlamaktadır. Ancak bunun tersi durumlar da söz konusudur. Örneğin şu an yayında olmayan *Var mısın Yok musun?* programı, bir yarışma programı olmasına rağmen formatı gereği rekabetten çok birlik ve dayanışma duygularını harekete geçiren bir yapımlar olarak, genel geçer realite programının dışında bir yapımlar olarak ön plana çıkmıştır. Ancak bu bir istisna olarak kalmıştır.

Yarışmaların ve rekabetin en belirleyici olduğu yapım olarak *Survivor* dikkat çekmektedir. Bu yapım içerisindeki yarışmalar bir taraftan grup dinamiği ve dayanışmasını desteklerken, diğer taraftan da bunları örselemektedir. *Survivor*'da temel yarışmalar ve rekabet iki karşıt grup arasında gerçekleşirken grup bilinci desteklenmektedir. Ancak diğer taraftan bireysel dokunulmazlık gibi yarışmalar ve grup içerisinde elenecek kişiyi belirlemeye yönelik oylamalar grup ilişkilerini parçalamaktadır. Bu durum bireyler arasında güven ve güvensizlik gibi sürekli devam eden sosyal ilişki parçalanmalarına neden olmaktadır.

Tele-Ölümler

Yarışmalar ve rekabetin sonucunda tele-yaşamlara devam etmenin ya da etmemenin kararı verilmektedir. Şaşırtıcı bir şekilde bu durum gündelik ritüellere benzer bir şekilde program içerisinde betimlenmektedir.

Örneğin *Survivor* programında kişinin meşalesi sönmekte, *Ütopya* programında kişi sandığını da alarak *Ütopya* alanından ayrılmaktadır. Bütün bunlar “ölümün,” başka bir dünyaya gidişin metaforik anlatımları olarak izleyiciye sunulmaktadır.

Dramatik etkinin oluşturulmasında bu yapımlarda müziğin de etkili bir unsur olarak kullanıldığı görülmektedir. Tele-ölümler müzik eşliğinde bir sonu, diğer taraftan da yeni bir başlangıcı temsil etmektedir.

Kurgu ve Yanlılık

Her şeyin kameralar önünde gerçekleşiyor olması ve izleyicinin gördüğünü gerçeklik olarak algılaması realite programların temel özellikleridir. Ancak realite programlar, genel izleyici kitlesine hiçbir zaman ham görüntüler eşliğinde ulaşmaz.

Realite programların ilk yıllarında, bu programların 24 saat kesintisiz izlenebilmesi için özel kanallar tahsis edilmiş, günümüzde ise internet teknolojilerinin gelişme göstermesi ile birlikte izleyicilere internette kesintisiz izlenme imkânı verilmiştir. Ancak bu durum genel izleyici kitlesi için geçerli değildir. Programlarda oy kullanan, yarışmacılar lehinde ya da aleyhinde taraf tutan izleyici kitlesinin kanaatlerinin oluşmasında ham görüntülerden ziyade yapımcılar tarafından kurgulanmış görüntüler etkili olmaktadır. Bu nedenle iddia ve vaat edildiği gibi hiçbir zaman her şey olduğu gibi izleyiciye ulaşmaz. Dolayısıyla yapımcıların ham görüntüler arasından yaptığı seçimler ve tercihler izleyici kitlesinin fikir ve tutumları üzerinde etkili olmaktadır.

Realite programların gerçeklik algısını bozan bu durumun göz ardı edilmesine neden olan meşrulaştırıcı boyut ise tüm görüntüleri vermeye yeterli zamanın olmamasıdır. Dolayısıyla izleyici kararının oluşmasında kurgunun önemli bir yönlendirici öge olduğu göz ardı edilir.

İzleyiciler

Realite programların en önemli aktörlerinden biri de izleyicilerdir. İzleyiciler için seyirlik bir yaşam sunan realite programların sosyal ve psikolojik boyutlarını ele alan *Truman Show* isimli sinema filmi, bu yapımların izleyici profili hakkında önemli ipuçları sunmaktadır. Filmin kahramanı Truman'ın hayatını tüm çıplaklığı ile izleyen seyirci, Truman'ın tamamen sahte bir hayat yaşadığını bilmesine rağmen, bunu gerçek bir deneyim olarak algılar. Çünkü Truman gerçeklerin farkında değildir ve kendisi için tasarlanan kurguyu bir gerçeklik olarak tecrübe etmektedir. Bu bakımdan izleyicinin realite programları algılama biçimi, bu programların öznesi olan kişilerin tecrübelerini gerçeklik olarak algılaması ya da gerçeklik olarak sunmasıyla yakından ilişkilidir.

İzleyiciler açısından realite programların anlamı ve cazibesi gerçeklik çekiciliği ile şekillenmektedir. Bunun dışında farklı etmenlerin de etkili olduğu söylenebilir. Örneğin Amerika'da yapılan bir araştırmadan (Reiss and Wiltz, 2004, s.373) elde edilen bulgulara göre izleyicileri realite programlara sevk eden en önemli motivasyon kaynağı statüdür. Buna göre izleyiciler, realite programlarda gördükleri sıradan bireyler ile kendilerini kıyaslamakta ve kendilerini daha önemli ve değerli hissetmektedir. Araştırmacıların yorumuna göre bir motivasyon kaynağı olarak statünün izleyiciler üzerindeki bir diğer etkisi ise realite programların sıradan insanların önemli olduğunu vurgulamasıdır. Buna göre insanlar televizyonlarda kendileri gibi sıradan insanları izlerken, televizyonda görünerek ünlü olabilecekleri hayalini kurabilmektedirler.

Televizyon dramalarında izleyiciyi ekran başında tutan özdeşleşme olgusu realite programlar için de geçerlidir. Her biri farklı sosyal statüden gelen, her biri farklı bir kimliği ve kişiliği temsil eden yarışmacılar, izleyicinin özdeşleşme figürü olarak işlev görmektedir. Özdeşleşme ise bu kişilerin her halinin aralıksız bir şekilde izlenmesini, yani programın devamlı olarak takip edilmesini gerekli kılmaktadır. Bu süreçte izleyiciyi hem ekran başında tutan, hem de izleyicinin kararlarının oluşmasına zemin hazırlayan durum, yarışmacıların izleyicilerle nesnel ya da öznel kamera ile bağ kurmasıdır. Nesnel kamera açısı ve çekiminde yarışmacılar hiçbir zaman kameraya bakmazlar, bu durum izleyicinin yaşanan gelişmeleri dışarıdan bir gözlemci olarak takip etmesine neden olur. Öznel kamerada ise yarışmacı ile izleyici doğrudan göz teması kurabilmektedir. Bu kamera açısında yarışmacı sözlerini doğrudan doğruya izleyiciye yönelik ifade ederek, izleyiciyle doğrudan bir etkileşim içerisinde bulunabilmektedir.

Realite programların izleyici profilinin, diğer yapımlara göre farklılık göstermesinin en önemli tarafı ise bu yapımlarda izleyicinin aktif bir rol üstlenmesidir. Bratic (2007), bu durumu şu şekilde özetlemektedir:

Realite programların izleyiciyi programlara entegre etmesi, pasif izleyiciyi, çalışan izleyiciye dönüştürmüştür. İzleyicilerin katılım göstermesi programın sonuçları üzerinde de etkili olmaktadır. Daha da önemlisi bu durum izleyicilerin televizyon medyasındaki yerini dönüşüme uğratmaktadır. İzleyiciler artık “eş-programcı” ve “eş-yapımcı” olarak değerlendirilmektedir. (s.10)

İzleyicinin yarışmacıların kaderi ve programın seyri konusunda söz sahibi olması daha aktif bir izleme edimini ortaya çıkarmaktadır. Ancak bu, bütün izleyiciler için geçerli değildir. Bu bağlamda realite programları takip eden izleyicileri; gözlemci, katılımcı ve hayran (fan) izleyici olarak üç ayrı kategoride değerlendirmek daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Buna göre bazı izleyiciler, tarafını tuttıkları yarışmacılar olsa bile, programları sadece seyretmekte, fiili destekte bulunmamaktadır. Ancak bazı izleyiciler ise programları sadece izlemekle kalmayıp, aynı zamanda oy kullanarak programın gidişatına katkı sağlamaktadır. Fan gruplar ise destekledikleri yarışmacılar için oy kullanmanın ötesinde, başka izleyicileri de destekledikleri yarışmacılar için oy kullanmaya teşvik etmekte, programların çekildiği stüdyolara giderek yarışmacıları motive etmeye çalışmaktadır. Fan grupların, son dönemde sosyal medyayı da etkin bir şekilde kullandığı ve hayranı oldukları kişiler için kamuoyu oluşturmaya çalıştıkları da görülmektedir. Bu anlamda izleyiciler; ilgi, katılım, destek ve yarışmacılarla özdeşleşme düzeyleri bakımından birbirinden farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların ortaya çıkmasında, izleyicilerin realite programlara ilişkin sahip olduğu gerçeklik algısının belirleyici bir faktör olduğu ifade edilebilir.

Sonuç

Realite programlar özü itibarıyla yaşamı temsil etme çabası içerisinde olan, sıradan insanları ve onların etkileşimsel yaşamlarını konu edinen ve çoğu zaman gündelik rutinler etrafında şekillenen bir anlatıya sahiptir. Bu anlatının, programlara katılan bireylere ve bunlarla yakından ilgilenen izleyici kitlesine sunduğu vaatler ise gerçeklik olgusu çerçevesinde şekillenmektedir.

Günümüzde gerçekliğe duyulan ihtiyacın ve merakın arttığını izleyicinin tele-yaşamlara gösterdiği ilgiden anlayabiliriz. Bu bakımdan gerçeklik beklentisi ve arayışı günümüzde kurgunun/kurmacanın bir adım ötesine geçmiş görünmektedir. İzleyicinin algısı doğrultusunda düşünerek, realite programları saf gerçeklik olarak değerlendirdiğimizde, bu gerçeklik; kurgu ve kurmaca formu içerisinde bir anlatıyı izlemek, bireylerin yaşamlarından bir kesite şahitlik

etmek gibi bir fonksiyonu yerine getirmektedir. Bu durum eğlendirici bir etkinlik ve başka yaşamlara ilişkin merakın doyurulması olarak değerlendirilebilir.

Diğer taraftan, bu programların içerisinde yer alan bireylerin görünürlük uzamlarında yer alma gayreti, uzun yıllar boyunca televizyonlarda görmeye alışkın olduğumuz ünlülerin yaşamlarına öykünme duygusunun bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Günümüzde bu güdüyü doyumaya yönelik araçların, yeni medya teknolojileri ile daha da genişlediği bilinmektedir. Sıradan insanların kendi ünlülerini/idollerini yaratması ve bu süreci hâlâ devam ettirmesi realite programlarla ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan televizyonda olmak yaşamı, var olmayı; televizyonun dışına çıkmak ise ölümü, yok olmayı temsil etmektedir.

Realite programların yaygın içeriği göz önüne alındığında, gerçeklik vurgusu üzerinden, bu tip programların izleyicilerin gerçekliği algılamasında alternatifsiz bir gerçeklik perspektifi sunduğu gözlemlenmektedir. Programlarda yaşam; rekabete dayalı, hırsı ve mücadeleyi kutsayan, dayanışma ve birliktelik duygularını çıkar ilişkilerine bağlayan ve bunları biteviye örseleyen bir gerçeklik içerisinde temsil edilmektedir.

Realite programlar gerçeklik ile kurgu arasındaki sınırları da belirsizleştirmektedir. Bu bakımdan realite programlar, ne tam bir gerçeklik ne de tam bir kurgu olarak değerlendirilebilir. Gerçeğin içinde bir doz kurgu; kurgunun içinde bir doz gerçek ile süre giden realite programlar; gerçeği kurguya, kurguyu gerçeğe dönüştürmektedir.

Kaynaklar

- Aksop, G. (1998). *Türkiye’de Reality Show’lar*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı, Ankara.
- Baudrillard, J. (2005). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Oğuz Adanır (çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Binark, M. ve Kılıçbay, B. (2004). Türkiye’de Gerçek Televizyonu ve Telegörsel Kimlikler: Biri Bizi Gözetliyor Örneği. *İletişim: Araştırmaları*, 2(1), 73-92.
- Bratich, J. Z. (2007). Programming Reality: Control Societies, New Subjects and the Powers of Transformation. *Makeover Television: Realities Remodelled*. Dana Heller (Ed.), London: I.B. Tauris, 6-22.
- Dursun, Ç. (2013). *İletişim Kuram Kritik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Esslin, M. (2001). *Televizyon Çağı*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Barış Cezar (çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Hill, A. (2007). *Restyling Factual TV: Audiences and News, Documentary and Reality Genres*. London: Routledge.
- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.

- Kılıçbay, B. B. (2005). *Türkiye’de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı, Ankara.
- Lyon, D. (2013). *Gözetim Çalışmaları*. Ali Toprak (çev.), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Mutlu, E. (2008). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Ayraç Yayınları.
- Niedzviecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. Gökçe Gündüç (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. Osman Akınhay (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Reiss, S. and Wiltz, J. (2004). Why People Watch Reality TV, *Media Psychology*, 6, 363-378.
- Richter, R. (2012). *Sosyolojik Paradigmalar*. Necmeddin Doğan (çev.), İstanbul: Küre Yayınları.
- Ütopya Hakkında (2015). <http://www.utopya.com.tr/about> (Erişim: 20.04.2015).