

İnsanlar Neden MasterChef Türkiye Programını İzler? Kullanımlar ve Doyumlar Yöneliminden Bir Araştırma

Ömer ÖZER

Anadolu Üniversitesi

İletişim Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü

omerozer@anadolu.edu.tr

Eskişehir

Gözde ALPTEKİN

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

galptekin@anadolu.edu.tr

Eskişehir

Özet

Bu çalışmada “MasterChef Türkiye” yarışma programının kullanımlar ve doyumlar kuramı uyarınca yarar ve doyum amaçlı kullanılıp kullanılmadığı ortaya konmuştur. Çalışmada kadınlardan oluşan bir araştırma grubu oluşturulmuştur. Bunun nedeni katılımcıların kartopu örneklemeyle belirlenmesi ve araştırmacıların hep kadın katılımcılara yönlendirilmesidir. Grup 14 kişiden oluşmuştur. Bunun da nedeni, yanıtların tekrara vurmasıdır. Katılımcılarla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen sonuca göre, MasterChef Türkiye programı yarar ve doyum amaçlı kullanılmaktadır. Katılımcılar, önce gerginlik yaşayıp sonra rahatlama, heyecan, yeni bilgi öğrenilmesi gibi açılardan doyum sağlamaktadırlar. Bu çalışma televizyonun MasterChef Türkiye programı özelinde yarar ve doyum amaçlı kullanıldığını ortaya koymuştur. Ancak yeni çalışmaların yeni ve sosyal medya bakımından da yapılması yararlı olacaktır.

Anahtar Sözcükler: Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Televizyon, MasterChef Türkiye Programı

Why Do People Watch Masterchef Turkey? A Study On Uses And Gratifications

Abstract

In this study, it has been revealed whether the “MasterChef Turkey” competition program is used for benefit and satisfaction in accordance with the Uses and Gratifications theory. In the study, a research group which consists of women was formed. The reason for this is that the participants were determined by snowball sampling and researchers were always directed to female participants. The group consisted of 14 people. This is also because the responses of participants are repetitive. Semi-structured in-depth interviews were conducted with the participants. According to the results obtained, the MasterChef Turkey program is used for benefit and satisfaction. Participants experience tension first and then get satisfaction in terms of relaxation, excitement and learning new information. The results of the study show that television is used for benefit and satisfaction purposes particularly in the MasterChef Turkey program. However, it will be useful to carry out new studies in terms of new and social media.

Keywords: Uses and Gratifications Theory, Television, MasterChef Turkey Program

Giriş

Bu çalışma, MaterChef Türkiye yarışma programını konu edinmektedir. Dünya Aşçılar Federasyonu, MasterChef’i “seçili aşçılar” anlamında kullanmaktadır. Aşçılar, bu unvanı almak için iki aşmalı sınavdan geçmektedirler. Yüzde 80 başarı kazandıklarında da unvanı kullanabilmektedirler. Anlaşılacağı üzere kavram ileri düzey aşçılar için kullanılmaktadır. Türkiye’de ise Acun Medya Grubu’nun televizyona yarışma olarak taşınmasıyla tanınmaya başlamıştır. Yarışma, oldukça heyecan verici, iştah açıcı, rekabete dayalı, zaman zaman gerilimli geçmektedir. Yarışma, Türk mutfağıyla sınırlı kalmamakta ve dünya mutfağından da örnekler sunmaktadır. Yarışmacılar, bu yemekleri aynı malzemelerden ve eşit süreler içinde hazırlamak durumundadırlar. Tarifler bireysel olarak yapılmaktadır. Yemekler süre dolduğunda olduğu gibi jüriye sunulmaktadır. Bu nedenle kimi zaman tam kimi zaman da eksik hazırlanabilmektedir. Jürinin beğenisinden geçen yemekleri yapanlar, bir sonraki eleme için kalma şans ve olanağı yakalamaktadırlar. Ancak aralarında bir kişi elenmektedir.¹

Bu çalışmanın temel amacı, adı geçen yarışmanın Türkiye’de yarar ve doyum amaçlı izlenip izlenmediğini ortaya koymaktır. Bu amaç için bir araştırma grubu oluşturulmuştur. Araştırma grubunda kadınlar yer almıştır. Bunun nedeni katılımcıların kartopu örneklemeyle

¹ <https://www.nefisyemektarifleri.com/blog/masterchef-nedir/#masterchef-nedir> (Erişim Tarihi: 02.01.2022)

belirlenmesi ve onların, araştırmacıları hep kadın katılımcılara yönlendirmesidir. Grup, 14 kişidir. Bunun da nedeni, yanıtların tekrara vurması ve 15. kişiye sıra geldiğinde görüşmelerin araştırmacılar tarafından kesilmesidir. Araştırma, kullanımlar ve doyumlar kuramı temel alınarak hazırlanmıştır. Katılımcılarla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

Kullanımlar ve doyumlar kuramı, kitle iletişim araçlarının etkilerine ilişkin olarak güçlü etkiler kabulünün ardından gelen sınırlı etkiler dönemini izleyen yıllarda net olarak ortaya konmuştur (Katz, 1959). Kurama göre tüketiciler, medya mesajlarını doğrudan ya da bütünüyle alarak benimsememektedirler. Kuram, göndericinin kodladığı ve gönderdiği mesajın gücü ve üstünlüğüne odaklanmamaktadır. Bu kurama göre alıcı pasif değildir. Buna bağlı olarak kendisine ulaşan mesajı hemencecik, kodlandığı gibi açan bir alıcı düşüncesini reddetmektedir. Kurama ilişkin yapılan açıklamalara göre, alıcılar gelen mesajı kabul etmek yerine, onlar arasından gereksinim duyduklarını bilerek ve isteyerek seçip ve alıp kendisine katar. Kullanımlar ve doyumlar kuramı kitle iletişim araçlarından, farklı sosyal ve psikolojik gereksinimlerin giderileceğini kabul eden kullanıcı merkezli bir bakış açısına sahiptir (Leung and Wei, 2000'den aktaran Kaur vd., 2020: 2). Dolayısıyla açıklandığı dönemlerde devrimci bir kuram olarak kabul edilmiştir. Nitekim aktif bir alıcıya dayanan kuramdır. Dönemin akademisyenlerinin kitle iletişiminde bakışlarını değiştirmesinin kökeninde de bu yatmaktadır.

Kullanımlar ve doyumlar kuramının gerisinde medyaya maruz kalma ve etkilerini anlama çabası yatmaktadır. Ancak kuram bakımından medyanın içeriğine sahip olmada alıcıların konsantrasyonları bir başka deyişle motivasyonları önemlidir (Swanson, 1992: 305). Kuramın en önemli vurgularından biri alıcının aktif olmasıdır. Bu nedenle kullanımlar ve doyumlar kuramını anlatmadan önce aktif izleyici tezine göz atmak yararlı olacaktır. Nitekim bu kuram medya kullanıcılarını, aktif ve etki altında kalmaz olarak kabul etmektedir. Yani alıcılar, kendi seçimlerini belirleyebilir ve özgür iradeleri uyarınca hareket edebilir (Üçer, 2020: 208).

Amerikan iletişim çalışmalarına yön veren araştırmalar yakından incelendiğinde şu nokta gözden kaçmayacaktır: Alıcı önce pasif olarak konumlandırılmıştır. Bunu izleyen süreçte ancak aktif konum söz konusu olmuştur. Bir başka anlatımla güçlü etkiler döneminde alıcı pasiftir ama bir sonraki sınırlı etkiler döneminde aktif konuma geçmiştir. Pasif izleyici, kitle iletişim araçları karşısında güçsüzdür. Atomize olmuştur. Savunmasız ve korunaksızdır. Buna

karşılık aktif izleyici, bunun tam tersine kitle iletişim araçlarından yararlanmasını bilmektedir ve güçlüdür.

Aktif izleyici birey, bilginin kendisine gelmesini beklemez. Aksine kendisi bilgi için arayışa çıkar. Bu arayış, bilgiden doyum sağlanana kadar aktif bir şekilde sürmektedir. Joseph T. Klapper, bu yeni dönem aktif izleyiciyi “seçmeli açık kalma, seçmeli ilgi, seçmeli algı, seçmeli akılda tutma” kavramlarıyla anlatmıştır (Klapper, 1995’ten aktaran Güngör, 2015: 21). Göndericinin izleyiciye mesaj aktarımı yapması için izleyicinin, televizyonu açması gerekir. İzleyici bunu yapmadığında gönderici de ona mesaj gönderemeyecektir yani mesaj aktarımı yapamayacaktır. İzleyicinin medyadan gelen mesajları algılaması için bu mesajlara yoğunlaşması ve odaklanması gerekir. Buna ek olarak izleyicinin mesajı alması da yetmez, mesajın etkisinden söz edilecekse izleyicinin bu mesajı yaşamında aktif olarak kullanıma sokması gerekir. Dolayısıyla gelinen aşamada iletişimin işlerliğinin merkezine izleyici yerleşecektir. Araç ise dışta kalacaktır (Güngör, 2015: 21-22).

Aktif izleyici anlayışı, iletişim alanında paradigma değişikliğine neden olmuştur. Bunun iki önemli gerekçesi bulunmaktadır. Birincisinde izleyici pasif konumu bırakarak aktif konuma geçmiştir. Nitekim kuramsal çerçevede de buna bağlı olarak değişikliğe uğramıştır (Güngör, 2013: 121). Bir başka deyişle, medyanın kendisine verilen güç, insan bireye taşınmıştır. İkincisine göre de yöntembilimsel açıdan paradigma değişikliği söz konusu olmuştur. Belirtildiği gibi araştırmalar araç merkezli konumdan izleyici merkezli konuma doğru değişiklik göstermeye başlar. Bu değişikliklere bağlı olarak bazı yeni yöntemler kullanılmaya başlanır (Güngör, 2013: 122). Aktif izleyici paradigmasının merkezi, kullanımlar ve doyumlar kuramıdır.

Yakın zamanda yaşamını yitiren Elihu Katz, kullanımlar ve doyumlar kuramına ismini yaklaşık 62 yıl önceki bir çalışmasında vermiştir (Katz, 1959). Katz, bu işlemi yaparken aslında “araştırmacılara medya insanlara ne yapardan çok, insanlar medyayla ne yaparı açığa çıkarma izni vermiştir” (Ballard, 2011: 6). Kitle iletişim çalışması yapanların çalışmalarında yoğun olarak ele aldıkları kuram, aslında medya etkileri araştırmasının bir alt kolu olarak dünyaya gelmiştir ve bu şekilde de kabul edilmektedir. Kuramın ana teması, medya sosyal olarak nasıl doyum sağlamaktadır ve medyanın sosyal işlevleri nelerdir sorularının karşılıkları olarak belirlemektedir.

İkinci tür davranışsal alıcı araştırmasının ana tipi, doğrudan etkiler modeline bir tepkiyi ortaya koymaktadır. Buna göre medya kullanımı şimdi merkezdedir ve alıcı, az ya da çok aktif

olarak görülmektedir. Yani burada vurgu güçlü etkiler döneminin ünlü pasif kurbanlarına değildir. Aksine medya kullanıcıları aktiftir ve vurgu da onlara yapılmaktadır. Bir başka anlatımla alıcı, kendi davranışını tanımlama konusunda beceriklidir ve özgürdür, ayrıca araştırmacılar da bu izni onlara vermiştir (Katz vd., 1974). Örneğin erken kullanımlar ve doyumlar araştırmalarında alıcıların güdeleri ve seçim örnekleri öne çıkmaktadır. Söz konusu araştırmalar sosyal psikolojinin kapsamına girmektedir.

Yaklaşım özünde işlevseldir (Wright, 1959'dan akt. Katz vd. 1973: 165). Kurama göre, insanlar kitle iletişim araçlarını gereksinimleri uyarınca kullanırlar. Onlar medyaya asla boyun sunmazlar. Medya enformasyon verir, eğlence sunar ve oyalanma sağlar (Katz vd., 1973: 165). Medya gereksinimleri doyurur. Alıcı buna inanmaktadır. Bunun yanı sıra medya seçilir. Dolayısıyla bu kuramın ana işlevi, alıcının anılan gereksinim ve seçim arasındaki bağı nasıl sağladığını ortaya çıkarmaktır (Fiske, 2003). Temel sorunu, “insanların medyayla ne yaptığıdır” (Perry, 2002: 70). Bunun soru çeşitlemesi, “neden insanlar medyayı kullanmakta ve medyayı kullanmakla ne yapmaktadırlar?” şeklindedir. Temel önermesi ise, “alıcılar medya içeriğini ve aynı zamanda hangi medyanın gereksinimlerini gidereceğini de bilmektedirler” biçimindedir (Özer, 2007: 111; Özer, 2016). Medya ve sağlanan iletişim gereksinim doyuran kaynaklardan biridir ve kuram basitçe, bireyler neden diğerleri arasında medya ve iletişimi seçmektedir sorusunun karşılığını vermeye çalışmaktadır (Katz vd., 1974: 510).

İnsanların neden medyayı kullandıkları ve doyum elde ettiklerine ilişkin araştırma doksan yıla yakın bir tarihe sahiptir. Kitle iletişim davranışı içerisindeki alıcı üyelerin gereksinimleri ve beklentilerine ilişkin olarak medya ve ara değişkenlerin rolünün işlevleri geliştirilirken, erken araştırmalar radyo ve gazete kullanımı tipolojilerini formüle etmiştir. Örneğin, Herzog (1940, 1944'ten aktaran Rubin, 1981), radyoda yarışma programları için dört çekici nokta koymuştur. Bunlar; yarışmacı, eğitimsel, öz beğeni ve spordur. Mendelsohn (1964'ten aktaran Rubin, 1981), altı genelleştirilmiş işlev sunmuştur: Dostluk, günü paranteze alma, değişen duygular, yalnızlıkla ya da bunalımla başa çıkma, yararlı haber ve enformasyon edinme, olaylara vekâleten katılma, sosyal etkileşim amaçlama. Berelson, gazetenin kullanımını sunmuştur: Kamu sorunlarıyla ilgili enformasyon elde etme ve yorum yapma, günlük yaşam için aygıt olma, nefes aldırma, sosyal prestij ve sosyal bağ kurma (Rubin, 1981: 3).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı, üç noktaya yoğunlaşır. Bunlar izleyici özellikleri, motivasyonları ve izleme deneyimi sürecidir. Kuram, bu üçlü arasındaki etkileşimlere yoğunlaşır (Van Evra, 1998: 141). İzleyicinin özellikleri, güdeleri ve izlemeyle ilgili olarak

ortaya çıkan farklı yanıtlar ve yorumlar kuramın ele alıp değer verdiği noktalarıdır. Kuram, Klapper'in "kaçış" kuramlarından hareket etmektedir (Türkoğlu, 2004: 112). Kullanımlar ve doyumlar kuramına göre, alıcıların medya seçimlerinde gereksinimleri etkili olmaktadır (Özer, 2016). Dolayısıyla insanlar neden toplam içeriğe değil de belli içeriğe yönelirler sorusu kuramın temel ilgisi olmuştur. Bu nokta son derece önemlidir çünkü onu geleneksel araştırmadan ayıran unsurlardan biridir (Gamage vd., 2021).

Burada yer verilen kuram bakımından izleme biçimi de önem taşımaktadır. Seçici izleme, araşsal izleme ve amaca dayalı izleme kullanımlar ve doyumlar kuramının izleme biçimine verilen isimlerdendir. Belli programları seçerek ve amaçlı olarak izleme ile seçmeden izleme arasında farklar bulunmaktadır. Seçerek ve amaçlı izleme araşsal izleme, seçmeden izleme de ritüelistik ya da rastlantısal izleme olarak isimlendirilmiştir (Rubin, 1986; Rubin ve Perse, 1987'den aktaran Van Evra, 1998: 144). Araşsal izleme, bilgi edinmeyi içermektedir ve amaç yönelimlidir (Rubin, 1983: 50'den aktaran Ebersole ve Woods, 2007: 24). Zillmann ve Braynt'a (1986: 306) göre özel bir program, dikkat çekebilir ve izleyiciler onu izlemeye karar verebilirler. Örneğin izleyiciler, kendilerini avutucu mesajlar içeren programları daha çok izlemektedirler ancak kendilerini rahatsız edici içeriğe sahip programlara daha az yönelmektedirler. Kötü ruh halinde ve morali bozuk olanlar, daha iyi olmak için güldürü programlarını seçebilirler. Bazı seçici izlemeler stres, korku ve can sıkıntısı gibi durumlarda söz konusu olur. Seçici izleme, kuram olarak da belirtilmektedir (Braynt ve Miron, 2002: 561).

Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu tür görüşmelerde belirlenmiş sorular bulunmakla birlikte görüşülen kişilerin yanıtlarına bir sınır getirilmeyerek görüşmenin gidişatına göre katılımcıya daha önce sorulması planlanmayan yeni sorular da yönlendirilebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenen farklı illerde yaşayan 14 kadın katılımcı ile görüşülen bu çalışma, Ekim 2021 tarihi içerisinde gerçekleştirilmiştir. Kartopu örnekleme yöntemine göre, araştırmanın konusuyla ilgili olarak bir kişi seçilir, ardından bu kişi aracılığı ile diğer kişilere ulaşılarak görüşme yapılmaktadır (Erdoğan, 2012: 213). Araştırmada Eskişehir'de yaşayan katılımcılarla yüz yüze yapılan görüşmeler diğer illerde yaşayan katılımcılarla Zoom uygulaması üzerinden gerçekleştirilmiştir. 7 tanesi demografik bilgilerin belirlenmesiyle ilgili olan görüşme formu 15 sorudan oluşmaktadır. Görüşmeler yaklaşık olarak 8-14 dakika arasında sürmüştür.

Adı Soyadı	Yaşı	Eğitimi	İşi	Yaşadığı Şehir
K1	46	Ön lisans	Müşteri Temsilcisi	Eskişehir
K2	56	Lise	Emekli	Samsun
K3	46	Orta Okul	Ev Kadını	Eskişehir
K4	55	Lise	Ev Kadını	Eskişehir
K5	25	Üniversite	Muhasebeci	Eskişehir
K6	32	Üniversite	Öğretmen	Zonguldak
K7	30	Üniversite	Öğretmen	Ordu
K8	55	Üniversite	İnşaat Mühendisi	Eskişehir
K9	53	İlkokul	Ev Kadını	Samsun
K10	44	Ön lisans	Ev Kadını	Eskişehir
K11	42	Yüksekokul	Çalışmıyor	Eskişehir
K12	45	Ön lisans	Hemşire	Eskişehir
K13	43	Ön lisans	Çalışmıyor	İstanbul
K14	37	Üniversite	Memur	Eskişehir

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Toplam 14 katılımcıdan yedisi isminin açıklanmasını istememiştir. Katılımcıların yaş ortalaması 43.5'tir. En genç katılımcı 25 yaşındadır. Bu katılımcı üniversite mezunu bir muhasebecidir. En yaşlısı da 56 yaşında lise mezunu emekli bir katılımcıdır. Eğitim seviyeleri ilkokuldan üniversiteye kadar değişmektedir. En fazla katılımcı 5 kişiyle üniversite mezunları arasından çıkmıştır. Yaşanan şehir sayısı da 5'tir. Katılımcılar K1, K2... şeklinde isimlendirilmişlerdir. Çözümleme önce soru bazında görüşlerin açıklanması ve ardından yorumlanması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Bulgular ve Yorumları

Katılımcılara ilk sorumuz, “MasterChef Türkiye programını daha çok hangi amaçlarla izliyorsunuz, açıklayınız?” şeklinde olmuştur. Programı geçen yıldan beri izleyen K1, izleme amacını “*Hem güzel yerleri gezdiriyor hem de yöresel yemekleri gösteriyor. Bunlar hoşuma gittiği için izliyorum.*” şeklinde açıklamaktadır. K2 ise programı üç yıldır düzenli olarak izlemektedir. K2, öncesinde de belli aralıklarla izlediğini bildirmiştir. K2, programı izleme amacını şu şekilde ifade etmiştir: “*Yarışma ortamını seviyorum. Onun dışında ufak tefek de olsa yeni bilgiler edinebiliyorum. Ama yeni bilgiler edineyim diye programı izlemiyorum.*”

Yarışma ortamının içinde alabildiğim bir şey varsa dikkatimi çekiyor ve onları öğreniyorum.” K2’ye araya girip, “İlk izleme nedeninizin daha çok eğlence amaçlı olduğunu söyleyebilir miyiz?” sorusunu yönelttik. Yanıtı, “*Tabii ki söyleyebiliriz. Çünkü sonuçta bu benim için bir yarışma. Evet bana farklı şeyler katıyor ama sonuçta bir yarışma olduğu için bu programı izliyorum. Eğer eğitim amaçlı izlemiş olsaydım başka kanallarda yayınlanan normal yemek programlarını izlerdim. Eğlence amaçlı izlediğimi söyleyebilirim.*” şeklinde olmuştur.

K3, programı ilk çıktığından beri izlediğini belirtmiştir. İzleme amacı ise eğlenceli olması, izlerken keyif alması ve bilgi edinme amaçlı izlemesidir. Nitekim bazı yemeklerin püf noktalarını bu programı izlerken öğrenebilmektedir. K4 de programı ilk başladığı yıldan beri izleyenlerden. O, daha çok yöresel yemeklerin nasıl yapıldığını, içlerine neler konduğunu öğrenmek için izlemektedir. K5, programı yaklaşık 3 yıldır izlemektedir. İzleme amacını şu şekilde açıklamaktadır: “*Eğlenceli bir program olduğunu düşünüyorum, keyif veriyor bana. Ayrıca farklı yemekler görmek, tanımakta keyiflendiriyor, bilgi edinmiş oluyorsunuz sonuçta. Bu amaçlarla izliyorum ben programı.*” K6 de 3 yıldır izlemektedir programı. Katılımcıların genelde çeşitli yöresel yemekler yaptığını, bir şehrin yemeklerini tanıttıklarını ve kendisinin de bu nedenle yani yöresel yemekleri merak ettiği için izlediğini belirtmektedir. Bunun yanı sıra yemeklerin yapılış şeklini merak ettiği için de izlemektedir.

K7 de programı geçen yıldan beri izlemektedir. Değişik bir izleme amacı ortaya koymaktadır: “*Oradaki yarışmacıları yemek yaparken izlemek hoşuma gidiyor. Farklı bir şeyler gördüğüm noktalar oluyor. Hani evde uygulayacağımız tarzda şeyler değil ama yine de bir restoranda servis edilecek yemeklerin ne aşamalardan geçtiğini görmüş oluyoruz en azından.*” K8, program başladıktan beri izlemektedir. O, yemek yapmayı seven biridir. Yemek yapma onun ilgi alanlarına girmektedir. Ancak yalnızca evinde yapmaktadır. Şunları belirtmiştir: “*Yarışmacıların yemek yapmalarını izlemek çok hoşuma gidiyor. Bir de çok güzel şeyler yapıyorlar. Mesela şef tabakları gibi. Şimdiye kadar hiç bilmediğimiz yemekleri görüyoruz, hangi baharat nerede kullanılır, neyin neyle kullanılacağı gibi şeyleri gösteriyorlar. Ben başarılı buluyorum.*”

İki senedir izleyen K9 da öncelikle programı izlemenin hoşuna gittiğini belirtmektedir. İzlerken eğleniyormuş o da. Aynı zamanda bir şeyler de öğreniyor bu programdan. Bu durumu şöyle açıkladı: “*Yemek konusunda bilmediğimiz püf noktaları oluyor onları görüyoruz, onlar hakkında bilgiler ediniyoruz. Bunların olması güzel geliyor bana. Bilmediğimiz yemekler oluyor mesela yöresel yemekler. Onları görebiliyoruz. Değişik hamur işleri yapıyorlar. Onları görüp öğrenebiliyoruz. Bir de görsel olarak hoşuma gidiyor, o hazırladıkları tabaklar görsel*

olarak çok güzel duruyorlar.” 2-3 aydır izleyen K10 ise yemek programı olduğu için izlediğini ve yemek yarışması olmasının kendisini cezbediğini belirtmektedir. 3 sezondur izleyen K11’in izleme nedeni yemek yemeyi sevmeleridir. “Programın size yararı olduğunu düşünüyor musunuz?” şeklinde bir soruyla araya girdiğimizde şunları anlatmaktadır: “Çok yararlı olduğunu düşünmüyorum. Çünkü bizim mutfağımıza çok fazla uygun yemekler yapmayabiliyorlar burada. Ya da mesela balık ürünleri yapıp altına sosunu falan koyuyorlar. Yani evde her zaman olabilen malzemeler olmayabiliyor yaptıkları yemeklerde. Ama yine de bir püf noktası veriyor. Mesela yumurta akını işte bir şeye sür dağılmaz diyor. Bunlar aklında kalıyor yine de.” K12 de eğlenceli olduğu ve değişik yemek tarifleri verilebildiği için izlemektedir programı.

Ara sıra kaçırmakla birlikte ilk çıktığından beri izleyen K13’ün izleme nedeni, eğitim alanıyla ilgilidir. O da programdan bir şeyler öğrendiğini açıklamaktadır önce. Sonra da şöyle sürdürmektedir açıklamalarını: *“Ben gıda teknikerliği bölümünü okudum. Ardından aşçılık bölümünü de okudum. Bu nedenle program ilgimi çekiyor. Oradan öğrendiğim bazı şeyleri uygulamaya çalışıyorum. Değişik şeyler de öğreniyorum programdan. O yüzden hoşuma gidiyor izlemek.”* İlk çıktığından beri izleyen K14 de, programı hem eğlenceli buluyor hem de eğitici yönleri olduğunu düşünüyor. Örneğin farklı şeyleri birbirine karıştırıyorlar böylece neyin neyle uyumlu olduğunu öğreniyor. Bu hoşuna gidiyor ve bu amaçlarla izliyor programı.

Bu açıklamaları değerlendirildiğinde katılımcıların programı izleme nedenlerinin daha çok yeni bilgi edinme ve eğlence amaçlı izleme olduğu ortaya çıkmaktadır. Bunların yanı sıra programdan hoşlanmaları, keyif almaları, yemek programı olması, yarışma ortamını sevmeleri, merak etmeleri de izleme amaçları arasında sayılmaktadır. Katılımcılar, programı izleyerek zevkini çıkarmakta, meraklarını gidermekte, belki de yarışmacılarla birlikte kendileri de yarışma duygusunu yaşamaktadırlar. Bütün bu sayılan amaçlar bir programın yarar ve doyum amaçlı izlenmesini doğrulamakta ve kuramla uyumlu olmaktadır.

İkinci soru, “MasterChef Türkiye programı yaşamınızda herhangi bir değişiklik yaptı mı, açıklayınız?” şeklindedir. K1, K2, K10 ve K11 kısaca, “Yok, bir değişiklik yapmadı.” şeklinde yanıt verirken, K3, *“Dediğim gibi bazı yemeklerdeki bilmediğim püf noktaları oluyor. Onları görüyorum programda. Bu püf noktalarını kendim de yemek yaparken uyguluyorum.”* demiştir. K4’ün ise yaşamında değişiklikler yapmış. *“Evet yaptı. Bilmediğim yemekleri öğrendim. Farklı yemekler gördüm. Öğrenmek açısından bana bir şeyler kattı.”* yanıtını veriyordu. K5’in de bunun tersi bir durumu açıkladığı belirtilebilir: *“Değişiklik olarak sayılır mı bilemiyorum ama birkaç kez programda görüp yapmayı denediğim yemekler oldu. Ama*

mutfakla aram çok olmadığı için istediğim gibi bir sonuç alamadım.” K6 da değişiklik yaptı diyenlerden. O, “Evet, biraz değişiklik yaptığımı düşünüyorum. Yani en azından yöresel lezzetler hakkında bilgi edindiğimi ve kültürlendiğimi hissediyorum. Bu anlamlarda değişiklik yaptı program. Ayrıca programda genelde püf noktası veriyorlar eğer bu bildiğimiz yemeklerde oluyorsa onları da kullanıyorum.” şeklinde görüş açıklamıştır. K7 ve K9 ise değişiklik yapmadığını ama bazı katkıları olduğunu belirtmişlerdir. K7 şu şekilde açıklıyordu düşüncelerini görüşmemizde: “Yaşamımda bir değişiklik yapmadı, sadece izliyorum programı. Ama şöyle, mesela Türkiye’nin değişik yerlerine gidip oraların yörelerine özgü yemekler yapıyorlar. Mesela o yörelerin değişik isimlerde yemekleri oluyor. Her yörenin kendine özgü yemekleri oluyor. Onları tanıtmış oluyorlar, oradaki şeyleri tanıtıyorlar. O açıdan güzel oluyor, izlemesi hoşuma gidiyor. Değişik yerler görmüş oluyorum.” K8’in ise bilgisini arttırmış program ve şimdi o, değişik yemekleri yapmayı deniyor. K12 de programda gördüğü bir tatlıyı yapmış daha sonra. K13’e de programın kattıkları yeni bilgiler olmuş. Yapmayı bilmediği yemeklerin adını en azından öğrenip ne olduğunu araştırmış. Sonra şunları anlattı K13: “Ben aşçılık okudum ama online oldu, pandemi dolayısıyla gidemedik. Bu nedenle tam anlamıyla öğrenebildiğimi düşünmüyorum. Gıda teknikerliğini bitireli de çok oldu, zaten bu nedenle aşçılığı tekrar okumak istemiştım. Bu nedenlerle programda bilmediğim yemekleri ve yapımlarını görebiliyorum ve bir şeyler öğreniyorum. Bu benim hoşuma gidiyor.” K14 de değişiklik yaptığını programda gördüğü yemeklerin bazılarını mutfakta yapmayı denediğini ifade etmiştir.

İkinci soru değerlendirildiğinde katılımcıların 4’ünün yaşamında programın bir değişiklik yapmadığı ortaya çıkmıştır. Bir başka ifadeyle katılımcılar kısaca yok yanıtı vermişlerdir soruya karşılık. Bunun yanı sıra, yanıt verip de değişiklik yapmadı diyen de olmuştur. Öte yandan değişiklik yaptı diyenler ise daha çok bilinmeyen yemekler konusunda püf noktaları verdiği, yöresel lezzetleri tanıttığı, kültürlendirdiği şeklinde yanıtlar vermişlerdir. Bu yanıtlar da en azından bilinmeyene yaptığı vurguyla bir gereksinimi gidermesi bakımından kuramla uyumlu olarak değerlendirilebilir.

Üçüncü soru, “MasterChef Türkiye programıyla ilgili ilginç bir anınız var mı, açıklayınız?” biçimindedir. K2, K3, K5, K6, K7, K9, K10, K12 ve K13 “yok” derken, K1, yalnızca Mehmet Şef’in programda ellerini neden sakladığını araştırmaya çalışmış. K4’ün anısı ise oldukça ilginç: “Bir defasında çok da hoşuma gitmişti programda yarışmacılar yemekleri dökmüşlerdi. Bunun üzerine Somer Şef bağırmişti. Bağırmayla birlikte herkes ayağa sıçradığında ben kendimde farkında olmadan yerimden sıçramıştım.” K8’in anlattıkları ise anı

olmasa bile ilginç bir yanıt olmuştur: *“Programla ilgili bir anım yok ama şöyle bir şey olabilir. Eve misafir gelince bir susun bakayım ben MasterChef’i izliyorum, siz kahvenizi için gibi şeyler söylüyorsunuz. Bu olabilir belki.”* K11 ise bir yarışmacıyla karşılaşmış: *“İstanbul’da Güzide’yle karşılaştım. Güzide diye bir yarışmacısı vardı. Onunla karşılaştım. Konuşmuştuk kendisiyle. Onun dışında yok.”* K14 de soruya *“Programı seyrederken gecenin bir vakti canım isteyip orada gördüğümü yapmışlığım var”* yanıtını vermiştir.

9 katılımcının programla ilgili bir anısı ortaya çıkmamıştır. Buna karşılık, K4’ün yarışmacılarla birlikte ayağa kalkması ise onun programı ne kadar içselleştirdiğini göstermektedir. Aynı durum K1 için de geçerlidir denebilir. Elbette K8’in anlattıkları için de aynı saptamayı yapmak mümkündür.

Dördüncü soru *“MasterChef Türkiye programından ne türden yararlanıyorsunuz, açıklayınız?”* şeklindedir. K1 soruya şu yanıtı vermiştir: *“Mesela kendi yöresel yemeklerimiz var. Bizim yöreye ait bir yemek yaptığı sırada bizlerden farklı olarak neler yapıyorlar veya bizimle aynı yaptığı şeyler neler var onlara bakıyorum. Biraz eğitim amaçlı yararlandığımı düşünüyorum.”* K2, aslında eğlence amaçlı izliyor programı ama asıl programın insanların kişiliklerini anlamasını sağlaması açısından faydası olduğunu düşünüyor. Örneğin bir yarışmacının hırsının ne kadar olabileceğini görebiliyor. Kişiliklerinin ne olduğunu anlayabilmek açısından bana bazı şeyler katabiliyor bu program kendisine. Şöyle diyor K2: *“Mesela bir yarışmacı için bir müddet sonra bu kişi kavga edebilir demiş olduğumda bir zaman sonra o kişinin tartışabildiğini görüyorum. Bu yaşanan olayları analiz edebiliyorum. Ben insanların kişiliklerini tanıma konusunda programın bana bazı şeyler kattığını söyleyebilirim. Biraz önceki soruda vardı programın ne katmış olduğuyla alakalı. Ben yemek konusunda değil ama insanların kişiliklerini çözümleme noktasında bana bir şeyler kattığını fark edebiliyorum.”* Araya girip, *“Programın sizin açınızdan başka yararı olduğunu düşünüyor musunuz?”* şeklinde bir soru daha yöneltiyoruz. K2, programda yemeklerle ilgili ufak tefek tüyolar, püf noktaları verildiğini anımsatıyor. Örneğin bir sebzenin nasıl ayıklandığı veya şoklandığıyla ilgili bazı bilgiler öğrenmiş; bazı ürünlerin sıcak sudan soğuk suya atılarak daha kolay nasıl işlenebileceği gibi şeyleri görmüş ya da kullanılan bir tencerenin veyahut da bir tavanın daha çok ne şekilde işe yarayabileceğini anlamıştır. Bunların dışında insanların aralarda birbirleriyle konuştuklarına da dikkat ediyor K2. O gün konuşmuş oldukları konuyu yüzlerine karşı söyleyip söylemediklerini de görüyor. Bunlardan dolayı insanların kişilikleriyle alakalı fikir edinebiliyor. K2 şunları anlatıyor: *“İnsan ilişkilerindeki kişilikler hangi evreye dönüyor hangi evreye dönmüyor sanki programın beni daha çok ilgilendiren tarafları burasıymış gibi geliyor.*

Ama programı izlerken akışına bırakıyorum sadece bu duruma odaklanmıyorum, yani illa burasını izleyeyim modunda değil. Mesela kim elenecek sorusu için yarım saat bekleyebiliyorum ben. Yarışmanın akışında her hafta birisi eleniyor ve ben kimin eleneceğini görmek istiyorum. Bu nedenle yarım saatlik reklam olsa bile onun bitmesini bekliyorum, programdan kopmuyorum, benim canım sıkıldı deyip de programdan ayrılmıyorum. Sonuna kadar izlemiş oluyorum.”

K3 de yeni şeyler öğrenmiş programdan. Bilmediği yemekleri programdan görüyor. Ya da bildiği bir yemeğin farklı bir şekilde yapımını görebiliyor. *“Bazı püf noktaları veriyorlar. Bunları kendimde yemek yaparken deniyorum. Ayrıca daha önce yapmadığım bir yemeği programda görüp yapmayı deniyorum.”* diyordu. K4, kişisel olarak programa herkesin katılmasını istiyor. Çünkü o yemekleri bilmeyenlerin öğrenmesi gerektiğini düşünüyor. Örneğin bir meze türünü halkımızın çoğu bilmiyor ona göre. Bu nedenle herkesin katılıp bunları öğrenmesi gerekir. Öyle düşünüyor. Burada olay sadece normal bir zeytinyağlı yemek veya etli yemek değil. Çok farklı tarzda yemekler yapılıyor bu programda söylediğine göre. O da programı izleyerek buradan yeni bir şeyler öğreniyor. Bu açıdan yararlı olduğunu düşünüyor programın. K5, programı izlerken eğleniyor. Keyiflendiriyor program onu. Bir de farklı yemekler görmek için izliyor o. Hiç görmediği, adını bile duymadığı yemekleri yapıyorlar programda. Onları öğrenmek hoşuna gidiyor. K6, programdan bilgilenerken yararlanmaktadır. K7 ise şu yanıtı verdi: *“Yani fayda olarak düşünecek olursam sadece şunu eleştirebilirim. Ben oradaki yemeklerin yapımını izlemeyi seviyorum. Ama çok uzun süren çekimler oluyor tabi ki oradaki yemeklerin aşamaları uzun oluyor. Mesela bir yemeğe 45 dakika-1 saat verdikleri oluyor ama onların hepsini yayınlamıyorlar. Ben oradaki aşamaları kesintisiz görmek isterdim. Sadece o açıdan yetersiz ve eksik buluyorum. O da yayından kaynaklı bir durum. Birçok şey göstermeye çalışıyorlar; eleme yapıyorlar, kendi aralarında düellolar yapıyorlar, grup takım oyunları oynuyorlar. Bunların hepsini bir arada göstermeye çalışıyorlar. Aslında biraz reyting amaçlı gibi. Ama ben daha çok yemek aşamalarını göstermelerini isterdim, ondan yararlanmak isterdim.”* Bu aşamada araya girip, *“Şu anda size bir yararı olduğunu düşünmüyor musunuz?”* sorusunu soruyoruz. Yanıt, *“şu anda bir faydası olduğunu düşünmüyorum”* şeklinde oluyor. Nitekim yalnızca izlemesi hoşuna gidiyor. Yani o aralarındaki rekabet, bir süreye göre yarışmaları, zamanla yarışmaları, o hareketlilikleri dinamik tutuyor yarışmayı. Sürekli bir hareketlilik olduğu için de doğal olarak izliyorsun programı ona göre.

K8, programı yalnızca eğlence amacıyla izlemiyor. Yararlandığı şeyler de oluyor. Programda ne neyle kullanılır bunları gösteriyorlar. Hiç bilmediği baharatlar oluyor, hiç

yakışacağını düşünmediği şeyleri bir arada kullanıyorlar. Bir de görsellik var tabii. Örneğin bir tabak hazırlıyorlar efsane güzel. Bir de yöresel tatları sayelerinde tanımakta. Onu çok güzel olarak değerlendiriyor. *“Mesela Mardin’e gidip orada yemek yapıyorlar, Antep’te yapıyorlar. Sayelerinde hangi ilin neyi meşhur görüyoruz. Bence bunun turizme de katkısı var. Ben programda gördüğüm zaman o yemekleri şahsen gidip yerinde yemek istiyorum.”* diyordu K8. K9 da genel olarak eğlence ve bilgilenme açısından yararlandığını düşünüyor. Programı izledikçe farklı yemekleri görüyor, değişik pişirme yöntemlerini öğreniyor. Neyin nasıl kullanılacağını örneğin yağların nasıl kullanıldığını gösteriyorlar. O da *“Gerçi biz biliyoruz zaten bunları ama yine de bilmediğimiz farklı şeyler çıkıyor programda. Mesela farklı yöresel yemekleri öğrendim ben programdan. Her yörenin yemeği farklı oluyor, yapılışı farklı oluyor. Programı izleyince bunları öğrenebiliyorsun.”* şeklinde görüş açıklıyordu.

K10, programı yemek programı olduğu için izliyor. Yemek yarışması olarak onun dikkatini çekiyor. Yarışmacıların halleri de dikkatini çekiyor, eğleniyor izlerken. K 11 de yapabildiği yemeklerle ilgili birkaç püf noktası verdiklerinde onlardan yararlanıyor. K12 ise programın eğitici bir yanı olduğunu düşünüyor. İzlerken eğleniyor ama yemekle ilgili öğrendiği şeyler de oluyor. Yemeğin püf noktalarını öğreniyor. Örneğin neler çabuk pişer, hangi yöntemler kullanılır, nasıl yapılır, daha çok bunları öğreniyor. K13 ve K14 de benzer düşüncededirler. Sırasıyla şunları söylemişlerdir; K13: *“Yemek çeşitleri ve yapımları açısından bana bir şeyler kattığını düşünüyorum. Programda gördüğüm şeyleri sonradan araştırarak öğrenebiliyorum. Hiç duymadığım şeyler oluyor bazen.”* K14: *“Eğlenceli bir program olduğu kadar ben eğitici yönünden de yararlanıyorum. Yeni tarifler öğreniyorum. Ayrıca görsel açısından da bir şeyler katıyor. Orada değişik sunumlarla tabaklar hazırlıyorlar. Bunları görüp öğrenmiş oluyorum.”*

Dördüncü soruya verilen yanıtlar değerlendirildiğinde katılımcıların programdan daha çok bilgi edinme ve eğlence amaçlı yararlandıkları ortaya çıkmaktadır. Bu iki neden de bir programın yarar ve doyum amaçlı izlenmesi için yeterlidir. Bu da elbette anlatılanların kullanımlar ve doyumlar kuramının önermelerine uyumlu olduğunu göstermektedir.

Beşinci soru, “MasterChef Türkiye programının bir gereksiniminizi giderdiğini düşünüyor musunuz, açıklayınız?” şeklindedir. K1, MasterChef Türkiye programını seviyor ama ona özellikle bir şey kattığını düşünmüyor. Açıkladığına göre, arada yeni bir şeyler öğreniyor elbette. Verdiği örneğe göre, bir bölümde tavuk ciğeriyle tatlı yapmışlar. O çok ilginçmiş. K2, soruya verdiği yanıtta soruların kendisine birbiriyle bağlantılı gibi geldiğini belirterek başlamıştır. İlk olarak eğlence amaçlı izlediğini ifade ettiğini anımsatmıştır. Ama

almış olduğu ufak tefek bilgiler ve püf noktaları olduğunu da tekrar belirtmiştir. Yine o, insanların ikili ilişkilerini gözlemleyebildiğini söylediğini ve bu gözlemlediği ikili ilişkilerin ona kattığı bir şey olmadığını çünkü hayatın çoğu alanında bu ikili ilişkilerin yaşanabildiğini ve özellikle bu programı izlemeye gerek olmadığını da anımsatmıştır. Ancak K2, eğlence amaçlı olarak bile bu programa bakmasına karşın, insanların ikili ilişkilerinden bir şeyler çıkartabiliyor. Şöyle anlatıyordu: *“Örneğin çok iyi niyetli iki arkadaşın programın sonuna kadar bu ilişkilerini sürdürebildiğini görüyorum, bu hoşuma gidiyor. Programda beni daha çok bunların ilgilendirdiğini düşünüyorum. Çünkü yemek yapmak zaten bu programın içinde hep var, programın olayı bu zaten, sürekli yemek yapılıyor. Programda 16 kişi var ve 16 kişi de yemek yapıyor ama bana bu 16 kişinin karakterlerini izlemek daha farklı geliyor. Yarışmacıların içinde çok eğlenceli karaktere sahip olanlar oluyor. Bu kişiler başka bir şey söyleyince ortam değişmiş oluyor ve ben bu durumu izlemekten daha çok haz alıyorum. Oradaki yemeğin pişmiş olması veya bitirmiş olmaları değil de bu kişilerin karşılıklı konuşmalarında güzel bir ortam varsa o eğlence beni daha fazla eğlendirmiş oluyor.”*

K3, hem eğlence hem de bilgi edinme gereksinimini giderdiğini düşünüyor. Programı seyrederken keyif alıyor, eğleniyor. Ayrıca yeni püf noktaları öğrenebiliyor, bunları uygulayabiliyor. Bildiği bir yemeğin farklı yapılaş şekillerini görüyor. Bunlar da yeni şeyler öğrenmesini sağlıyor. K4 de *“Şöyle söyleyebilirim ben”* diyerek başlıyor ve anlatıyor: *“Mesela balık yemeklerini yapmayı çok bilmiyordum. Sadece kızartmasını ve fırında pişirmesini biliyordum. Programda izleyerek farklı pişirme yöntemlerini öğrendim ben. Mesela benim bu gereksinimimi giderdi.”* K5 ise programı izleyerek sonuçta zaman geçirdiğini ve bu nedenle eğlence gereksinimini giderdiğini belirtmektedir. Bununla birlikte bilgi gereksinimini de gideriyor K5. Programda değişik yemekler yaptıkları için onları görüp tanımış oluyor. Örneğin o, *“Türkiye’de farklı bir yerin yemeğini Eskişehir’deyken göremem ama programı izleyerek bu yemekler hakkında bilgi sahibi olabiliyorum”* demiştir. Buna karşılık K6, soruya olumsuz yaklaşmakta ve *“aslında düşünmüyorum”* demektedir. Bakıldığında bilgilenme açısından evet programı izlediğinde bazı şeyler hakkında bilgileniyor. Ama bu program izlenme amacıyla yapıldığı için çok fazla konuşma olduğunu düşünüyor. O konuşmalardan da bir yarar alamıyor. Onlardan bir yarar alamayınca da bir gereksinimini giderdiğini düşünmüyor.

K7’nin yanıtı önce kısa oldu: *“Akşamları vaktimi geçirmemi sağlıyor.”* Bunu duyduğumuzda *“Yalnızca eğlence amaçlı izlediğinizi söyleyebilir miyiz o zaman. Yoksa eğitimsel bir yanı da var mı?”* diye sorduk. O da şu yanıtı verdi: *“Yok bir şey öğrendiğimi düşünmüyorum. Öğrensem de evde uygulayabileceğim şeyler değil zaten bunlar. Bizim*

yapabileceğimiz yemekler değil. Sadece izlediğimde bak böyle bir yemek de varmış diyorum. Ama bir keresinde ekşili köfte yapımını gördüm. Daha önce hiç ekşili köfte yapmamıştım. Öyle bir yemek olduğunu bilmiyordum, ailemden de görmemiştim. Ama programda gördüm ve evde yapmayı denedim. Hoşuma gitti, artık yapıyorum ekşili köfteyi.” K8 ise programın bir gereksinimi giderdiğini düşünüyor. Ona göre yemek bir kültür ve en azından bu programı seyredince kültürlü oluyorsunuz. Yani hiçbir şey bilmiyorsanız sadece anam babam usulü bir şeyle uğraşıyorsanız bu programdan ve yemek kültürü öğreniyorsunuz en azından. K8, bu durumu “güzel bir şey. Programın katkısı var yani” diyerek olumlu bulmaktadır. K9 da olumlu bakanlardan. “Evet. Programdan farklı yemekler konusunda bilgilendiğimi düşünüyorum” diyerek şu açıklamayı yaptı: “*Mesela ufak püf noktaları veriyorlar yemeklerle ilgili bizde bunları kullanabiliyoruz günlük hayatımızda. Bu açıdan çok yararlı oluyor. Ayrıca eğlence de katıyor program. Jüride yer alan şeflerin farklı özellikleri var tabii ama genel olarak çok esprili oluyorlar. Bu da programı izlerken eğlendiriyor.”* K10 da programı bir şeyler öğrenim amacıyla izliyor. Bir de program değişik geliyor ona. Örneğin değişik yemekler yapıyorlar. Yarışmanın tarzı, şeflerin hareketleri hoşuna gidiyor. K11, “Yok düşünmüyorum” diye yanıt verdi ama izlerken eğlendiğini ve ufak tefek de öğrenirse bir şeyler öğrendiğini kabul etti. Buna karşılık K12 daha netti. “Düşünüyorum” diye yanıtladı. O, “*Bir kere eğlendiriyor beni bu program. Ama bunun yanında nasıl hızlı yemek yapacağımı da gösteriyor. Çalıştığım için hızlı yemek yapmak benim için önemli. Ne kadar hızlı yapabileceğimi görmek için bazen saat tutuyorum. Pratik olarak nasıl hızlı yapıp yemeği yetiştireceğimi öğreniyorum program sayesinde”* şeklinde konuştu. K13 de “*Eğlence amaçlı seyrediyorum bir de ufak tefek bir şeyler de öğreniyorum. Ama gereksinim olarak baktığımda hayatımı dolduruyor diyemem tabii ki”* dedi. K14 ise “Evet düşünüyorum” diye başladığı konuşmasında, “*Hem eğlendirme açısından hem de öğretme açısından gereksinimlerimi gideriyor. Mutfakla ilgili bir şeyler öğretiyor. Daha önce de dediğim gibi neyi neyle karıştırdığın zaman nasıl bir tat ortaya çıkıyor bunları görüyorsun. Bazen böyle çok absürt diyebileceğin birbiriyle hiç ilgisi olmayan şeylerin aslında birbiriyle çok uyumlu olduğunu görebiliyorsun. Bunlardan dolayı programın bana bir şeyler kattığını düşünüyorum”* şeklinde görüş açıklamıştır.

Bu soruya verilen yanıtlar da kuram bakımından anlamlıdır. Nitekim eğlence ve bilgi edinme burada da öne çıkmaktadır. Ayrıca programın zaman öldürme aracı olarak görülmesi de kuramla uyumludur. Yine kuramla ilgili yanıtlar verildiği görülmektedir çoğunluk tarafından.

Artık, araştırma için en önemli sorulardan birine gelinmiştir. Soru, “MasterChef Türkiye programı size ne tür doyumlar sağlamaktadır? (Örneğin heyecan veya gerilim oluşturup sonra rahatlatıyor mu gibi).” şeklindedir. K1, “*Evet bir gerilim oluyor programda. Oradaki şeflerin arada gerilmeleri, verilen süre içerisinde yarışmacılar o yemeği nasıl yetiştirecekler, ben onun yerinde olsaydım nasıl yetiştirirdim düşünceleri oluyor. Bu olayların hepsi de bir gerilim yapıyor ama programda sırayla hepsi sonuçlanınca rahatlıyorsun. Yarışmacıların ortaya koyduğu o yemek tabaklarını görünce rahatlıyorsun. Tüm bunlar rahatlatıyor yani*” yanıtını vermiştir.

K2, programda olmasını düşünmediği birisi elenmişse rahatladığını açıkladı. Aslında sanki yarışma ortamının tamamının rahatladığını hissediyor bu anda. Aslında onu bağlayan bir şey yok ama “belki de sorduğunuz sorunun tam karşılığı da bu olabilir” diyor. Programın sonunda eğer programda daha ilerlemesi gerektiğini düşündüğü birisi elenmişse elenen kişiye haksızlık yapıldığını veyahut da elenen kişi kendi hatası nedeniyle elendiyse keşke bunu yapmasaydı çok iyiydi dediği oluyor. Yani programın sonunda mutlaka o günle ilgili ne olursa olsun bir yorumu var. Bu aşamada “ama bu beni etkiliyor mu?” diye soruyor. Yanıtı da kendisi veriyor: “*Mesela ertesi günkü programı etkilemiyor. Onu o anda yaşıyorum, o anda bitiyor. Bende kalıcı bir tarafı yok. Ama tabii ki programın içinde yaşanan olaylar var. En az 4 saatlik bir program yani en az 3 saatlik öyle söyleyeyim hadi reklam konusunu çıkartayım ama 3 saatlik programın içinde o akışa bakıyorsun sonuçta istemiş olduğun şey olmazsa tabii ki bu durum seni üzüyor. Ama istediğin durum gerçekleşirse seviniyorsun. Benim programın sonunda bu tarz hislerim oluyor.*” K2, programda üzülmüş olduğu tarafı da yaşıyor. Örneğin istemediği birisi elenirse üzüyor. Veyahut onun her sene desteklediği bir favori kişi mutlaka oluyor. O kişi birinci olma yolunda ilerliyorsa tabii ki çok daha büyük keyif alarak bu programı seyrediyor. Ama eğer onun desteklediği kişi istemiş olduğu sonuca varamıyorsa orada da programa karşı değil ama çok istekli ve hevesli olamayacağını görüyor. Ama o zamanda şöyle bir şey oluyor, o kişi kazanamadıysa acaba kim kazanacak merakı. Onu sürükleyen bir tarafı oluyor programın. Bir merak katıyor yani.

K3 de keyif aldığını söylüyordu. Yarışmacılar yemekleri yaparken yetiştirebilecekler mi acaba diye düşünüyor. Bu durum tabii ki bir gerginlik de oluşturuyor. Ama genel olarak eğlendiriyor onu. K4 de heyecan duygusunu yoğun olarak yaşayanlardan. Kim kazanacak, hangi yarışmacı bu bölümde yemeği nasıl yapacak, neler olacak bölümde, eleme kısmında neler yaşanacak, kim elenecek. Bunların hepsi bir heyecan katıyor. Bölüm ilerledikçe bu düşündüklerini seyrettikten sonra da bir rahatlama oluyor tabii ki onun için. K5 için de heyecan

yönü ağır basmaktadır. *“Özellikle desteklediğim kişiler düelloyu vs. kazanacak mı diye heyecanlanıyorum, kazandığı zaman da hoşuma gidiyor mutlu oluyorum. Ayrıca programda kavgacı tipler oluyor, kaos falan yaratıyorlar. Bu kişileri görünce de sinirleniyorum onlara, gerginlik hissi oluşuyor. Programda beğendiğim yarışmacı kazanırsa tabii ki o heyecan ve gerginlik hissi kayboluyor, seviniyorsunuz sonuçta rahatlamış oluyorsunuz”* diyor. K6 ise bilgi amaçlı izliyor. O, yöresel yemekler hakkında bilgi edinmek amaçlı izlediği için bu yemekler hakkında bir şey öğrendiği zaman mutlu oluyor. O kültürde nasıl yemekler var, nasıl yapılıyor bunlarla ilgili yeni şeyler öğrenmek hoşuna gidiyor.

K7, en başta programdaki şeflerin tavırlarının izlenmesinin doyum sağladığını düşünmektedir: *“Mehmet şefin çok böyle tatlı sert babacan bir tavrı var, Danilo şef daha arkadaş canlısı görünüyor, Somer şef her şeyde mantıklı konuşuyor ama bence hepsinin ayrı ayrı kendini izlettiren özellikleri var. Onları izlemeyi seviyorum.”* Yarışmacıların kendi aralarındaki diyalogları, yarışmaları ve rekabet olması da K7'nin hoşuna gidiyor. *“Elemenin stresi oluyor mesela veda ederken ağlıyorlar, veda konuşması yapıyorlar. Bazen bende onlarla bir duygulanıp ağlıyorum. Mesela sevdiğim, tuttuğum bir yarışmacı elenirse ağlıyorum, onun elenmesine üzülüyorum.”* diyordu. Bu aşamada araya giriyor ve *“O zaman yarışmanın sizin üzerinizde bir gerilim hissi yarattığını söyleyebilir miyiz özellikle sevilen yarışmacının elenmesi durumu oluştuğunda?”* şeklinde bir soru soruyoruz. K7, *“Tabii söyleyebiliriz.”* Ve ekliyor: *“Mesela devam etmesini istediğim bir yarışmacı oluyor. Ben onun yetenekli olduğunu düşünüyorum. Ama o anda yaptığı bir yemek kötü olunca eleniyor. Bu da bana haksızlıkmiş gibi geliyor. Sonrasında o kişinin yaptığı konuşmaya da üzülüyorum, ona da üzülüyorum.”*

K8 de heyecan yönünü öne çıkarmaktadır. Ona göre de tabii ki heyecan yaratıyor. Ona göre, ister istemez birisine sempati duyuyorsunuz ve o kişi kazandığı zaman o zevki, yaşıyorsunuz sizde. Tabii ki heyecan da yaşıyorsunuz yarışma programı sonuçta bir adrenalin var. Beğendiğiniz kişilerin kazanması size mutluluk veriyor ve o kişi kazanınca da bir rahatlama hissi oluyor. K9 da benzer şeyler söylüyordu: *“Yarışmayı izlerken doğal olarak sempati duyduğunuz, kazanmasını istediğiniz bir yarışmacı oluyor. Onunla ilgili bir olay yaşandığı zamanda siz heyecanlanabiliyorsunuz. Mesela yaptığı yemek güzel olacak mı, şefler bir şey diyecek mi, elenecek mi diye düşününce geriliyorsunuz. Yarışmanın sonunda bu düşüncelerinizin cevaplarını görünce de bir rahatlama durumu yaşıyorsunuz.”* K9'un verdiği bilgiye göre, bir de programda yarışmacılar arasında tartışma olduğu zaman geriliyor o. Aslında bu tartışmalar olmasa daha iyi olur, kötü örnek oluyor sonuçta ona göre. Yarışmacıların hırsları

onu geriyor. Bu hırsla birlikte tartışmalar oluyor. Televizyon ekranında bunların belli edilmemesi gerektiğini düşünüyor o.

K10, MasterChef Türkiye programında tartışma gibi bir şey olmadığı için seyrediyor. Bunun yanı sıra, belki ona biraz faydası olur, yeni yemekler öğrenirim diye de seyretmektedir. K11 de relax oluyormuş bu programı izlerken. Bir de gece izlerse acıktığını hissediyormuş. K12 de heyecan tarafını açığa vurdu. Evet çok heyecan veriyor bir kere ona göre kim birinci olacak, bu sefer kim oldu gibi. Özellikle beğendiği yarışmacılar oluyor onun. Bu yarışmacıyla ilgili yaşanan durumlar daha çok heyecanlandırıyor. Acaba o birinci olacak mı, elenmez inşallah bu hafta gitmez diye büyük bir heyecanla bekliyor program boyunca. K13, “Aslında ben bu programa yarışma amacıyla bakmıyorum” dedi ve ekledi: *“Daha önce de dediğim gibi ben orada bilmediğim yeni şeyleri öğrenmek için izliyorum. Orada değişik şeyler yapıyorlar, şunu onunla karıştır, bunu şu şekilde pişir gibi şeyler söylüyorlar, çeşitli pişirme yöntemleri gösteriyorlar. Bende bunları nasıl yapıyorlar diye izliyorum ve bir şeyler öğreniyorum. Yoksa bütün hayatımı endekslediğim bir şey değil.”* K14 için ise tabii ki de çok fazla heyecan yaratıyor program. Kim elenecek heyecanı, kim kazanacak heyecanı, nasıl bir tabak ortaya çıkacak heyecanı oluyor. Yaşanan bu heyecan ve gerginlik o anlık bir şey oluyor. Program ilerledikçe kafadaki o soruların cevapları ortaya çıkınca o heyecan da geçmiş oluyor.

Programın önce girmesi ve sonra rahatlatması, eğlence ve bilgi gereksinimini gidermesi, heyecanlandırması, gerginliği alması gibi nedenler programdan alınan doyuma örnekler olarak verilebilir. Katılımcılar programdan doyumlar sağladıklarını açık etmişlerdir. Bu da kurama ilişkin bulguların anlamlı olduğunu önermektedir.

Katılımcılara son olarak, “MasterChef Türkiye programıyla ilişkinizi tanımlar mısınız?” şeklindeki soru yöneltilmiştir. K1, bu programı izlemeyi seviyor. Yayından kalkmaması gereken güzel bir programlardan birisi olduğunu düşünüyor. Programın hem bir eğiticiliği var hem de insanlara değer veriyor; bir usta çırak ilişkisi de var orada ve bu da güzel ona göre. K2’nin eğlenme amaçlı seyretmiş olduğu bir program MasterChef Türkiye, bağımlısı olduğum bir program değil. Bu program bir daha ki sene olmayacak deseler mesela bunun için üzülmez, bağımlısı olmadığını buradan çıkartabilir ama sezon içinde eğer programı izlemeye başlamışsa sonunu görünceye kadar müsait olduğu zamanlarda izliyor. K3 de bu programın çok bağımlısı olmadığını belirtti. Olmazsa olmaz bir yerde değil onun için. Keyif almak için seyrediyor programı. Daha önce de dediği gibi eğlendiriyor onu. Bir de bilmediği şeyleri öğrenmesinde etkili oluyor.

K4 ise bu programı izlemeyi seviyor. Onun için dizilerden daha önemli. Genelde yemek programı veya siyasal konularla ilgili programlarla ilgileniyor. Bu nedenle bu program da hoşuna gidiyor. Seyrederken ona bir şeyler kattığını da düşünüyor. Bilmediği yemekleri görüyor ve öğreniyor bu program sayesinde. K5'in de farklı kültürlerin yemeğini görebildiği, bununla birlikte eğlenceli de vakit geçirebildiği, akşamlarını değerlendirebildiği bir program. Olmazsa olmazı değil ama olduğunda izliyor. Yapılan farklı şeyler hakkında bilgi sahibi olabiliyor. Bunlar da yarışmayı izlemesinde etkili oluyor. K6 da programı yarışma olmasından çok yöresel lezzetler hakkında bilgi edinmek için izliyor. Bunlar hakkında da yeni bilgiler edindiğini düşünüyor programdan. Ayrıca günlük yaptığı yemekler hakkında da çeşitli püf noktalarını öğreniyor. Bunlardan dolayı programın ona bir şeyler kattığını düşünüyor. Ancak izlenmeyi artırmak amacıyla çok fazla konuşmaların yapıldığı bölümlerden bir fayda sağlamadığını tekrar söylemek istedi. K7'yi bu programı izlemek rahatlatıyor. Yemeklere bakıyor, nasıl yapıldıklarına bakıyor. Yani o an bu program onu oyalıyor, izlemek hoşuna gidiyor. K8, bu programı hiç kaçırmak istemiyor. Başka hiçbir şey izlemiyor o, bir tek bu programı izliyor. Bunda da muhtemelen formatın ve oradaki şeflerin iyi olmasının getirdiği bir şey var. Şöyle diyordu: *“Bu programa benzer şeyler de yapılmaya çalışıldı ama tutmadı. Bu güzel bir şey. Dediğim gibi burada bir gerçeklik var, seyrettiğin zaman sana kattığı bir şey var, adrenalin var. Sonuç itibariyle bence çok güzel bir program. Yani hiç kaçırmak istememenin mutlaka bir sebebi olmalı sonuçta. Mesela Cuma günleri program olmuyor. Cuma ve Cumartesi günleri sinir oluyorum ben niye yayınlanmıyor bu program diye. Çünkü ben ondan başka bir şey seyretmiyorum. Seyredecek hiçbir şey bulamıyorum bu program olmayınca. Ben programın fanatiği olmuşum da haberim yok galiba.”*

K9 da programın hem güzel hem eğitici hem de eğlendirici olduğunu düşünüyor. *“Biz kadınlar olarak yemek yapma konusunda bilgi sahibiyiz ama gençlere yemek yapmayı öğretiyorlar”* diyor. Ona göre bu nedenle güzel bir program. Ayrıca bir şiddet ya da korku unsuru da içermiyor. Bunlar güzel şeyler. Gerçekten çok seviyor bu programı izlemeyi. Yayınlanmadığı zaman ev bomboş oluyor sanki. K10'nun yeni yemekleri görmek, onların yapılışını izlemek hoşuna gidiyor, ilgisini çekiyor. Bu nedenle bu programı izlemeyi seviyor. K11 aslında bu programı izliyor ama bağımlısı değil. Ama diğer kanallarda hep diziler falan olduğu için onların yerine bu programı açıp izlemek daha çok keyif veriyor ona. O, yalnızca eğlence amaçlı izliyor. K12 de programın üzerindeki etkisini şu şekilde anlatıyordu: *“Programın benim üzerimdeki etkisinin daha çok eğlendirmek olduğunu söyleyebilirim. Yarışmacıların iletişimi, şeflerle olan diyaloglar falan eğlendiriyor. Özellikle Danilo şef*

olduğunda çok eğleniyorum. Onunla çok komik şeyler oluyor. Eğlenceli bir program olmasının yanında benim açımdan eğitici bir yanı olduğunu da belirtebilirim.” Bu program K13’ün olmazsa olmazı değil. Fanatığı değil yani ama olduğunda izliyor. Bununla birlikte programdan öğrendiği şeyler var; yadsıyamıyor bunu kesinlikle. Hiçbir şey öğrenmedim diyemiyor. Öte yandan program K14’ü eğlendiriyor ama aynı zamanda mutfak açısından eğitiyor da. Yeni bilgiler öğrenmesinde de etkili oluyor. Bu nedenle bu programı izlemeyi seviyor ve izlemek istiyor.

Katılımcılar, programın bilgilendirici olması, rahatlatması, eğlendirmesi gibi nedenlerden dolayı sürmesi gerektiğini söylemişlerdir. Bu da araştırma grubu üzerinde MasterChef Türkiye programı örneğinde televizyonun yarar ve doyum amaçlı kullanıldığını göstermektedir.

Sonuç

Bu çalışmada kullanımlar ve doyumlar kuramı temel alınarak MasterChef Türkiye yarışma programının yarar ve doyum amaçlı izlenip izlenmediği araştırılmıştır. Buna bağlı olarak araştırmada kartopu örnekleme ile 14 katılımcı derinlemesine görüşmeye tabi tutulmuştur. Katılımcılar 5 farklı şehirde yaşamaktadırlar ve tümü kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcılar programı belli bir süreden beri izlemektedirler. Bu nedenle sorulara yanıt verecek kadar deneyimli olduklarını söylemek doğru olacaktır.

İzleme amaçlarına bakıldığında katılımcıların belirttiklerinin kullanımlar ve doyumlar kuramının önermelerine uygun olduğu söylenebilir. Nitekim eğlence ve bilgi edinme amaçlı izleme, bu kuramın önermeleri arasında bulunmaktadır (Fiske, 2003; Özer, 2016). Örneğin katılımcılar yemek konusunda yerel örneklerin yapıldığını ve ilk kez gördüklerini bunun yanı sıra daha önce bilmedikleri bazı püf noktaları görerek yeni bilgiler öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılar yarışmadan zevk almaktadırlar. Deyim yerindeyse yarışmanın tadını çıkarmaktadırlar. Ek olarak tutulan ya da favori yapılan yarışmacılar da olmakta ve kendilerini onlarla birlikte yarışır durumda da bulmaktadırlar.

MasterChef Türkiye programı, katılımcıların yaşamlarında çok büyük değişiklikler yapmamıştır ama onlar programı ilgiyle izlemektedirler. Bunun nedeni yukarıda da değinildiği gibi, yerel yemeklerden örnekler verilmesi ve bazı yönlendirici püf noktaların yemek pişirme adına sunulmasıdır. Bu nedenlerle katılımcılar programdan vazgeçmemektedirler. Programla onlar kültürlenmektedirler anlattıklarına göre. Bu arada yarışmacıya bağırılması anının şok etkisi, gelen konuklara uyarı yapılması, yarışmacıyla karşılaşılmasının güzel dakikası

programın bıraktığı anılar arasındadır. Yeni şeyler öğrenmek, yöresel yemeklerden haberdar olmak genellikle izleme nedenleri arasında gösterilmektedir. Programdan da bu açılardan yararlanılmaktadır. Katılımcılar aynı zamanda eğlence ve öğrenme gereksinimlerini de programın giderdiğini belirtmişlerdir.

K1'in anlattıkları programın yarar ve doyum amaçlı izlendiğini göstermek bakımından son derece önemlidir. Nitekim önce gerilim yaratmakta sonra da rahatlatmaktadır. O, şunları anlatmıştır: *“Evet bir gerilim oluyor programda. Oradaki şeflerin arada gerilmeleri, verilen süre içerisinde yarışmacılar o yemeği nasıl yetiştirecekler, ben onun yerinde olsaydım nasıl yetiştirirdim düşünceleri oluyor. Bu olayların hepsi de bir gerilim yapıyor ama programda sırayla hepsi sonuçlanınca rahatlıyorsun. Yarışmacıların ortaya koyduğu o yemek tabaklarını görünce rahatlıyorsun. Tüm bunlar rahatlatıyor yani.”*

Elbette heyecan vermesi, yeni bilgiler öğretmesi, rahatlatması gibi doyumlar da sağlamaktadır program. Öte yandan katılımcılar programla ilişkilerini de açıklamışlardır. Katılımcılar programı çok sevmektedirler ve programın sürmesi taraftarıdır.

Kuşkusuz bu araştırma televizyonun yarar ve doyum amaçlı kullanıldığını MasterChef Türkiye programı örneğinde ortaya koymuştur. Elbette bu sonuç kuramın Türkiye'deki uygulaması bakımından anlamlı bir sonuçtur. Ancak günümüzde yeni medya ve sosyal medya da önemli konumdadır. Dolayısıyla araştırmaların o alanlara yöneltilmesi yararlı olacaktır.

Kaynakça

- Ballard, C. L. (2011). *“What’s happening” @Twitter: A uses and gratifications approach* (Master’s Theses). University of Kentucky.
- Braynt, J. ve Miron, D. (2002). Entertainment as media effect. In J. Braynt and D. Zillmann (Eds.), *Media effects advances in theory and research* (pp. 549-582). Lawrence Erlbaum Associates.
- Ebersole, S. ve Woods, R. (2007). Motivations for viewing reality television: A uses and gratifications analysis. *Southwestern Mass Communication Journal*, (Fall), 23-42.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist metodoloji ve ötesi*. (3. baskı). Ankara: Erk Yayınları.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*, (S. İrvan, çev.). Ankara: Ark Yayınları.
- Gamage, T. C., Tajeddini, K. ve Tajeddini, O. (2021). Why Chinese travelers use wechat to make hotel choice decisions: A uses and gratifications theory perspective. *Journal Of Global Scholar Of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1080/21639159.2021.1961599>
- Güngör, N. (2013). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güngör, N. (2015). Pasif izleyiciden aktif üretici izleyiciye iletişim bilimlerinin serüveni ya da yeni bir paradigmanın ayak sesleri. F. Aydoğan (der.), *İletişim çalışmaları içinde* (s. 15-26). İstanbul: Derin Yayınları.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. *Studies in Public Communication*, 21(6), 1-6.
- Katz, E., Gurevitch, M. ve Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164-181.
- Katz, E., Blumler, J. G. ve Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), (Winter, 1973-1974), 509-523.
- Kaur, P., Dhir, A., Chen, S., Malibari, A. ve Almotairi, M. (2020). Why do people purchase virtual goods? A uses and gratification (U&G) theory perspective. *Telematics and Informatics*, 53, 1-11.
- Özer, Ö. (2007). *Medya şiddet toplum*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1725. İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No: 66.

- Özer, Ö. (2016). *Doyumun öyküsü*. Konya: Literatürk Academia.
- Perry, K. D. (2002). *Theory and research in mass communication context and consequences*. Lawrence Earlbaum Associates Publishers.
- Rubin, M. A. (1981). *The Interactions of Television Uses and Gratifications*. Paper Prepared for Presentation in the Theory and Methodology Division at the Association for Education in Journalism Convention East Lansing, Michigan, August 1981: 1-25.
- Rubin, M. A. (1986). Uses, gratifications and media effect research. In J. Braynt and D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects*. (pp. 549-582). Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Hillsdale, New Jersey, London.
- Swanson, D. L. (1992). Understanding gratifications: continuing contributions of cratifications research. *Poetics*, 21, 305-328.
- Türkoğlu, N. (2004). *Toplumsal iletişim*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Üçer, N. (2020). Pandemi (Covid-19) sürecinde uzaktan eğitim araçlarının etkinliğinin üniversite öğrencileri tarafından değerlendirilmesine kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açısından bir bakış. *Global Media Journal Turkish Edition*, 11(21), 206-233.
- Van Evra, J. (1998): *Television and child development*. Lawrence Erlbaum.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Zillmann, D. ve Braynt, J. (1986). Exploring the entertainment experience. In J. Braynt ve D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects*, (pp. 303-323). Lawrence Erlbaum.

EK: Görüşme Formu

Merhaba,

Bu görüşme/araştırma, iletişim çalışmaları alanında geliştirilen kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde yapılmaktadır. Araştırmada sizin MasterChef Türkiye programından sağladığınız doyum tanımlanmaya çalışılacaktır. Araştırma akademik bir amaçla kullanılacaktır.

Çalışmaya verdiğiniz katkı dolayısıyla size teşekkür ederiz, saygılarımızla...

Prof. Dr. Ömer Özer,
Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri
Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü

Doktora Öğrencisi Gözde Alptekin

Sorular:

1. Adınız soyadınız?
2. Çalışmada adınızın geçmesini mi istersiniz yoksa x1, x2... şeklinde kullanılmasını mı?
3. Cinsiyetiniz?
4. Kaç yaşındasınız?
5. İşiniz nedir?
6. Eğitim durumunuzu belirtir misiniz?
7. Hangi şehirde yaşıyorsunuz?
8. MasterChef Türkiye programını ne zamandan beri izliyorsunuz?
9. MasterChef Türkiye programını daha çok hangi amaçlarla izliyorsunuz açıklayınız?
10. MasterChef Türkiye programı yaşamınızda herhangi bir değişiklik yaptı mı, açıklayınız?
11. MasterChef Türkiye programıyla ilgili ilginç bir anınız var mı, açıklayınız?
12. MasterChef Türkiye programından ne türden yararlanıyorsunuz, açıklayınız?
13. MasterChef Türkiye programının bir gereksiniminizi giderdiğini düşünüyor musunuz, açıklayınız?
14. MasterChef Türkiye programı size ne tür doyumlar sağlamaktadır? (Örneğin heyecan veya gerilim oluşturup sonra rahatlatıyor mu gibi).
15. MasterChef Türkiye programıyla ilişkinizi tanımlar mısınız