

Araştırma Notları

Toplumsal Dönüşüm ve Medya: Televizyona Karşı Doğa

Nurçay Türkoğlu

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

Özet

'Toplumsal Dönüşüm ve Medya: Televizyona Karşı Doğa' başlıklı bu makale 'Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı' isimli izleyici araştırmasından bir kesit vermektedir. Araştırmanın bu makalede sunulan kısmı, temel olarak, araştırmacının 23 yıl önceki doktora tezinin (televizyon izleyen ve izlemeyen köylerin toplumsal değişim açısından karşılaştırılması) verilerinin yeniden yerinde gözlenmesi ve değerlendirilmesiyle oluşmuştur. Saha araştırmasının yapıldığı köylerdeki gündelik pratik, yoğun bir televizyon izleme alışkanlığına olanak vermez. Öte yandan medyanmış bir dünyadan kaçışın olmadığına göstergeleri her yerdedir. Bu makalede, toplumsal değişim ve dönüşümlerin medya aracılığıyla aktarılması, yansıtılması, temsili, kısaca yeniden oluşturulması sürecinin, televizyon izleme bağımlısı olmayanlar tarafından nasıl yaşandığının sorgulanması amaçlanmaktadır.

Anahtar sözcükler: izleyici araştırması, toplumsal dönüşüm, medyanmış toplum, kırsal yaşam

Social Transformation and Media: Nature Against Television

Abstract

'Social Transformation and Media: Nature Against Television' is based on a wider audience research named 'Social Transformations and Audience Participation in Turkish media' and is focused mainly on the contrast of television and rural daily life. This part of the research has the findings of the update of a field research at villages on the relation between TV viewing and social change which was the main issue of the writer's doctorate thesis 23 years ago. A new visit to the villages after all those years gave chance to compare the social transformation of daily practices in a mediated society. The aim of this article is to interrogate how the process of representation and reproduction of social transformation and social change in media is taking place at the rural life where the villagers are just light viewers of television.

Keywords: audience research, social transformation, mediated society, rural life

Toplumsal Dönüşüm ve Medya: Televizyona Karşı Doğa¹

Televizyonda izleyici katımlı stüdyo programlarının incelenmesiyle 2010'da başlayan 'Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı' araştırması, "Transforming Audiences, Transforming Societies" COST projesi çerçevesinde, çok yönlü bir medya ve kültür çalışması olarak devam etmektedir. Bu çalışmada, popüler medya olarak eğlence televizyonu üzerinden kurulan bir ortak yaşantının var olup olmadığı sorgulanmaktadır. Bu ortak yaşantının üyeleri olabilecek insanların kendine özgü nitelikleriyle bir topluluk oluşturdukları söylenemez ancak medyanın (mayalanma gibi) sürecinden uzakta kalmak da neredeyse mümkün değildir. Appadurai'nin 1990'larda öne sürdüğü 'medya uzamı' (*mediascape*) gündelik yaşamın içinden ayıklanabilir/ ayırt edilebilir bir kuşağı değildir, medya her yerdedir (Appadurai 1991'den aktaran Murphy ve Kraidy, 2003: 299). Medya ile dolaşmış bir dünyada yaşıyoruz. Yalnızca dünyayı algılama boyutundan değil, çok daha somut, birebir ekonomi-politik ilişkilerden de söz etmemizi sağlayan, İletişim Çalışmaları ile Kültürel Çalışmalar arasında dolaşmaya olanak veren eleştirel izleyici araştırmalarına yakından bakarak başlayalım. Böylece araştırmamızın metodolojisini daha rahat anlatabiliriz. Ardından global medya formatlı stüdyo katımlı programlarda katılıma kısaca değindikten sonra televizyon izleme bağımlısı olmayan köylülerin popüler medya ile ilişkilerini inceleyeceğimiz bölüme geçeceğiz.

1 'Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı' araştırması 110K004 koduyla TÜBİTAK katkısı almıştır.

Eleştirel İzleyici Çalışmaları

1970'lerde iletişim çalışmalarında disiplinler arası arayışlara girilmesiyle birlikte, izleyici araştırmalarında Stuart Hall'un kodlama-kod açıklama ekseninde, Habermas'tan esinlenen 'iletişimsel değiş tokuş' süreci takip edilerek, kültürel yeniden üretim süreçlerine bakılmaya başlandı. Sonia Livingstone'a göre (1998: 238-255), Katz'ın 'kullanımlar ve doyumlar' teorisindeki aktif izleyici takibi, İletişim Çalışmaları ve Kültürel Çalışmalar arasında bir köprü oluşturmaktadır. Eleştirel Kitle İletişim Çalışmalarında öne çıkan kültürel hegemonya anlayışı, aktif davranışta bulunuyor gibi görünse de aslında ortadan kaybolan izleyiciler ve direnen izleyicilerle ilgilidir. Adorno'nun (1991) kültür endüstrisi kavramından yola çıkarak kültürle ilgili çalışmalarda yüksek kültürün edebiyat alanında yaptıkları metin çözümleme ve okuyucunun rolü meseleleri izleyiciliğe de uyarlanır; televizyon programları metin gibi ele alınır ve izleyicinin farklı okuma biçimlerine bakılır. Eleştirel ve kuralcı Feminist okumalarda, genel-geçer medyanın kenara ittiği, sınırlardaki izleyiciye bakılarak, görünür olmayan sesine dikkat çekilir. Gündelik yaşam pratikleri içinde anlamın üretildiğini düşünen araştırmacılar ise izleme pratiklerine bakarlar.

Bu çalışmanın kavramsal çerçevesi de işte hem 'eyleyen' hem de 'seyreyleyen' ile belirlenmiştir. Araştırmacı, her ne kadar medyanlanmış bir dünyada yaşıyor olsa da, mesafeli düşünce, yani teori yardımıyla, medyanın üretim ve tüketim/kullanım sürecinde, olan-biten ve diğer olası gidişatlar hakkında bilgi sahibi olabilir.

Eyleyici pratiği ile çözümleyici pratiğini aynı oranda ciddiye alan, insan odaklı düşünömsel antropoloji, medya ve iletişim araştırmalarında, izleyicileri kendi yaşam alanlarında daha kapsamlı biçimde ele almak, tanımak için 1980'lerden bu yana başvurulan bir beslenme yeri olmuştur. Bu yaklaşım, bir yandan iletişim çalışmalarındaki mikro-anlatılara dayalı etnografik yöntemin ufkunu açıp, makro sosyo-költürel yapılanmanın gündelik yaşamdaki izlerini sürmek; bir yandan da araştırmacının da kuşatıldığı medya ortamının farkında olunmasını sağlamak gibi, disiplinlerarası bir iletişim bilimleri yaklaşımını zenginleştirecektir (Hartman, 2006). Medyadaki iktidar ilişkilerinin nasıl kurulduğunu anlamak için saatlerce, günlerce ekran başında program izlemenin veya kayıtları didiklemenin abesle iştigal olduğuna, özellikle izleyici alımlamaları konusunda yorum yapabilmek için sadık izleyiciyle yaşışmaya kalkmanın imkânsızlığına inananlar için 'medya etnografisi' bir çıkış yolu olabilir (bkz. Türkoğlu, 2009: 281-296). Medya etnografisi, medyanın kullanımını başlı başına bir yaşam alanı olarak ele alır, çok yönlü ve mobil bir etnografiden söz eder, televizyon izleyici araştırmalarında, araştırmacıların izleyicilerle birlikte TV izlemeleri, günlük tutturma, fotoğraf çekme, videoya kaydetme gibi ek yöntemler kullanılmasını önerir.

İzleyici araştırmaları örneğinde medya ve iletişim araştırmalarındaki disiplin meselelerine değinen Livingstone (2000), temel olarak ikili bir ayırmadan söz eder. Birinci ayırım, sosyal teörinin eylemden yana olduğu yönündedir: Öne çıkan örnekler geç modernizm, globalleşme, kamusal alan, bireyselleşme, ađ toplumu, sömürgecilik sonrası teori, etnik ve költürel diaspora ile ilgilidir. Kıta Avrupası felsefesi ve sosyal teori ilişkisinden kaynaklanan bu disiplinler arası yaklaşım, globalleşmiş dünyada başka Őeylerin yanı sıra medya ve iletişimin önemine özel bir vurgu yapar. Öte yandan yeni medya, iletişim ve bilgi dolaşım teknolojilerindeki gelişmelerin toplumsal araştırmalara yön verdiğini söyleyenler vardır. Teknolojinin geç modernizmdeki költürel süreci biçimlendiği ya da onun tarafından biçimlendirildiği konusunda görüş farklılıklarını korusalar da, her iki kesimin de giderek birbirleriyle daha çok ilgilenmekte olduğu söylenebilir. Böylece hem teknolojidaki gelişmeler hem de sosyal teördeki gelişmeler,

başka alanları olduğu gibi ama belki diğerlerinden daha fazla, medya ve iletişim araştırmalarındaki yenilikleri harekete geçiren temel dinamiklerdir.

Kitle iletişim alanında 1950'lerin liberal modernist iklimiyle "az gelişmiş" ülkelerde teknolojik determinizmin izlerini arayan araştırmacılar, ideal olarak kabul ettikleri Batılı toplumların kültür değerlerinin ve yaşam pratiklerinin, kitle iletişim sistemleri eliyle, geri kalmış toplumları modernleştirebileceğine inanıyorlardı; kırsal kesimlerdeki yerel enformasyon kaynaklarının, yerel kanaat önderlerinin, Batılılaşmanın benimsetilmesinde yararlanılması gereken unsurlar olduğunu ve yapısal değişimlerden kaçınılması gerektiğini vurgulamışlardı. Bu araştırmacıların dünyanın az gelişmiş bölgelerindeki modernizasyon gelişimi ile ilgilenmeleri, gelişmiş ülkelerin teknolojik araçlarının getirebileceği farklılıkları ortaya çıkarma amacını taşıyordu. Kitle iletişim araçlarının yeni norm ve değerlerin yaratılmasında ne derece etkin olabileceğini bulmaya çalışırken, karmaşadan uzak olduğunu varsaydıkları az gelişmiş ülkelere yönelmişlerdi.

1990'lı yıllarda globalleşme, etnografik çalışmaları tartışma alanına taşıdı. Tek bir teknolojiye, televizyon yayıncılığına bağlı; kitle toplumu gibi modadan düşmüş bir kavrama dayanan; sayıca çok yapılmış ve değerini yitirmiş olan izleyici-etki araştırmalarını gözden düşürdü (Livingstone, 2000). Medya kuruluşlarının tecimsel ve yönetsel gündemi de artık izleyiciyi baştan çıkartmıştı. Formatlar biliniyor, izleyici için "pasif kitleler" deyimi yetersizleşiyor, bilinç endüstrisi, kültür endüstrisi gibi eleştirel teorisinin inceliklerini taşıyan kavramlar, kendi özgür iradesiyle kendini hiçleştiren, hakaretlere maruz kalan ama sonunda hedeflediği armağanları almakla beklentisi gerçekleşen izleyici için anlamsızlaşıyor, bu kavramları dile getiren iletişim akademisyenlerinin katıldıkları televizyon forumları patetik bir durum sergiliyordu. "Seyirlik cümbüşler-seyirlik ölümler" gibi akademik kavramsallaştırmalar [yazara ait], gündelik yaşam rasyonalitesi içinde medyada yer almanın bedelini ödemeyi baştan kabullenmiş izleyici/seyirci için bir anlam ifade etmiyor. Bu kavramsallaştırmaların işe yaramazlığını gösteren bir durum olduğu için değil ama bugünün

seyircisini anlamanın yolunun demokrasi, yurttaşlık, vatandaşlık, toplumsal yoksunluk gibi öteye atılmış kavramlarla daha çok içli-dışlı olması gereği bugün akademisyenler tarafından hissedilmekte.

Türkiye’de İzleyici Araştırmaları

Türkiye’de iletişimle ilgili ilk sosyolojik ve etnografik araştırmalar 1930 ve 1940’lı yıllarda radyo dinleme, folklor ve toplumsal yapı araştırmalarıyla başlamış; 1960’lı yıllarda kırsal kesimin modernleşme süreciyle ilişkilerini saptamada iletişim araçlarının rolüyle ilgili araştırmalarla devam etmiştir. Bu dönem, Türkiye’de iletişim eğitimiyle ilgili ilk girişimlerin de başladığı yıllardır. 1960’ların sonlarında Nermi Abadan Unat’ın kamuoyu ve saha araştırmaları çalışmalarıyla başlayan etki araştırmalarını, siyaset bilimi alanında yaptıkları iletişim doktoraları ile Aysel Aziz ve Oya Tokgöz’ün radyo ve televizyon yoluyla kullanım ve doyum ve kültürlenme teorileri çerçevesinde inceledikleri reklamlar, kadın, siyasal katılım araştırmaları izlemiştir (ayrıntılı bilgi için bkz. Aziz, 2006; Tokgöz, 2003). İletişim araştırmalarının bu ilk dönemindeki izleyici odaklanması zamanla yerini içerik çözümlemesi, söylem analizi gibi daha çok metin inceleme yöntemlerine bıraktı. Ünsal Oskay’ın iletişim alanına taşıdığı Eleştirel Sosyal Teori tartışmaları, takipçisi olan öğrencilerinin izleyici araştırmalarına eleştirel bakmalarına yol açtı (yine de hoca “*akademik yaşamınızda mutlaka en az bir kez saha araştırması yapın*” derdi ve bu satırların yazarının doktora tezinde köylerde izleyici araştırması yapmasını bizzat eşlik ederek destekledi).

1990’lı yıllarda televizyonlarda global formatlı *talk show*’ların, *reality show*’ların, yarışma programlarının yer almasıyla birlikte ilk izleyici alımlama çalışmalarının örnekleri de verilmeye başlandı (örn. Kejanlıoğlu 1993 ve 1995). Barış Kılıçbay’ın *Türkiye’de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü* başlıklı (2005) doktora tezi, Kültürel Çalışmalar ile Medya Çalışmalarının kesiştiği bir alanda yapılmış yetkin bir ilk çalışma niteliğindedir. Kılıçbay tezinde, “gerçeklik televizyonunun, adına rağmen yalnızca bir televizyon yapıtısı olmadığını ve gerçeklik televizyonunu besleyen söylemlerin tarih, kültür ve

ideoloji(ler) içerisinde çeşitli biçimlerde ve yoğunlukta” görülebildiğini vurgulamaktadır. Kamusal alan ve izleyici katılımı çerçevesinde etnografik yöntemler kullanılarak yapılan bir başka doktora tezi de Emek Çaylı’nın *Kamusallık, Mahremiyet ve Medya: ‘Kadın Tartışma Programları’ Üzerine Etnografik Bir Araştırma* başlıklı çalışmasıdır (2009). Burada Çaylı, kadın programlarının “özellikle iç göç yaşamış ikinci kuşak ailelerden oluşan ortalama izleyici için sosyalleşme, “ötekilerin” yaşamları ile özdeşleşme ve kendini “ötekiden” ayırma aracı” olduğunu vurgulamaktadır. Kadın programlarını izleme davranışı ile ilgili olarak Eskişehir’in yoksul semtlerinde etnografik araştırma yapan Cangöz ve arkadaşları da televizyon üzerinden sanal bir kamusal ilişkiyi yaşadığını ortaya koyarlar (2009). Gündüz kuşağı kadın programları, metin çözümlemelerinden de anlaşıldığı gibi, popülist ve hayli muhafazakardır.

İzleyici araştırmalarında metin çözümlemeleri ve saha araştırmalarının birlikte kullanılmasının yararı yukarıda andığımız çalışmalarda ortaya çıkmaktadır. Yine de yüksek lisans ve doktora tezlerinde, akademik dergilerdeki araştırma makalelerinde izleyici araştırmalarına pek az rastlandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Üniversitelerdeki aktif akademisyenlerin eğitim yükünün yoğunluğu ve izleyici araştırmaları yapmak için pek çok çeşitli etnografik yöntem uygulamaları içinden bir seçim yapmanın zorluğu, ekip çalışmasının disiplinli süreklilik ve odaklanma gerektirmesi gibi nedenler, araştırmacıları izleyici çalışması yapmaktan uzaklaştırmaktadır. Yine de, Kültürel Çalışmalar kapsamında mikro-etnografik gözlemlere dayanan izleme pratiklerine dair bildiri ve makalelere de rastlanmaktadır. Gerçekte izleyici araştırması denince akla hemen gelen ilk dönem “ölçme-değerlendirme” anketleri, entelektüel arayışlar içinde olan akademisyenleri ürkütmektedir. Hayat tarzı kümeleri oluşturma biçimindeki kamuoyu araştırmalarında da medya ile izleyici ilişkileri pek yer almamaktadır (bkz. KONDA).

Öte yandan, tecimsel ve yönetsel amaçlarla izleyici araştırmaları sistematik olarak yapılmaktadır. TRT’nin izleyici araştırmaları (daha çok tercih edilen programları belirlemeye yönelik), RTÜK izleyici

görüşleri (daha çok şikâyet başvurularının sınıflandırması biçiminde), Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından yapılan Türkiye'deki ulusal ölçekli, yerel ve bölgesel medya aktiviteleri (yatırımcılara ayrıntılı veri sunmak biçiminde) internet üzerinden, resmi web sayfalarında kamusal paylaşıma sunulan veri sağlamaktadır. Özel sektörde ise *AGB Nielsen* 1989 yılından bu yana medya araştırmaları sipariş üzerine müşterilerine izlenme oranlarını çeşitli ayrıntılarla sağlamaktadır. Bu tür tecimsel ve yönetsel amaçlı izleyici araştırmaları, global medya piyasasına yönelik de kaynak oluşturmaktadır. Ayrıca, pek çok kurum ve kuruluş, halkla ilişkiler stratejileri gereği 'medyatik ölçümler' diye adlandırdığım biçimde, popüler medyada yer almak üzere, ödül törenleri düzenlemenin sözde-bilimsel gerekçeleri olarak çeşitli izleyici anketleri düzenlemektedirler.

Yöntem-Veri Toplama

'Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı' araştırmasında; eleştirel sosyal teori ve izleyici alımlama çalışmaları çerçevesinde etnografik alan notları (stüdyo, ev, okul, işyeri, dernek, kahvehane), derinlemesine görüşmeler, odak grup çalışmaları (ev izleyicisi, iletişim öğrencileri ve iletişim araştırmacıları), anket (medya çalışanları), eleştirel söylem analizi (program içeriğiyle ilgili), program akışı (izlenme oranları), tür analizi (global format-lokal uyarılma), ilgili veri inceleme (örn. diğer medya: gazete-dergi-internet ortamları, fotoğraflar) yapılırken çoklu niteliksel yöntemler kullanıldı. Elde edilen veriler raporlanırken araştırmacının yorumu parantez içinde belirtildi. Tablo- lar istatistik veriden çok tematik kümelenmeleri (ortak alımlamaları) sınıflandırmaya yönelik olarak yapılandırıldı. Sayısal veriler gerektiği kadar (belki en fazla toplam görüşmecilerin özelliklerini verirken ve program izlenme oranlarını verirken) kullanıldı.

Alan araştırması evreninde yer almak üzere 6 grup belirlendi: evdeki kadın izleyiciler, stüdyoya katılan izleyiciler, yayın-yapım görevlileri, ilköğretim öğrencileri, iletişim öğrenci ve araştırmacıları ve son olarak (bu yazıda aktaracağımız) köyde yaşayanlar. Bu grupların hem kendi içlerinde hem diğer gruplanmalarla ilişkilerinde popüler

medya kültürünü nasıl dışa vurduklarına bakıldı. Köy dışındaki diğer gruplar ve medyalanmış kesişme alanlarıyla ilgili bulgu ve değerlendirmeler daha sonra başka yazılarda ele alınacaktır.

Alan notları (stüdyo, ev, okul, kahvehane, köy) ile sorgulama kâğıtları birlikte kullanıldı. Kodlamada, araştırmacı-yürütücü tarafından tematik sınıflandırmalara yardımcı olmak üzere, olabildiğince serbest ifadeler kullanıldı. Ayrıca; Nisan 2010-Ekim 2010 aylarında popüler/çok izlenen programlarla ilgili bilgi toplandı ve ticari izlenme ölçüm listelerinde ilk 100'e giren stüdyo katılımlı programlar türlerine göre sınıflandırıldı. Yayın izleme notları ve internet ortamından destek alarak, 'televizyon bilgisi' olarak adlandırılabilir kümeler oluşturuldu.

İstanbul'daki 5 grup ve medya içeriğinden alınan sonuçlar, 6. Grup olan köylerdeki görüşmelerde karşılaştırma yapmak için yararlı oldu. Televizyon izleme bağımlılıkları olanlar ile köy gerçekliğinin karşılaştırılması ilginçti. Gündelik köy yaşamında merkezi bir yeri olmayan televizyonun, yine aynı köydeki 23 yıl önceki izlenmeye haliyle de bir karşılaştırma söz konusuydu. Böylece medyalanmış alanın sınırlarında dolaşma olanağı bulunmuş olduk.

Kentlileştirilmiş Köy Dizileri, Köylüleştirilmiş Stüdyolar, Düş Olan Gerçekler

Global medya formatlarının Türkiye'deki popüler uyarlamalarının 2001 ekonomik krizinden sonra artması tesadüfi değildir (Yumlu, 2007: 277-288). 2000'li yıllarda Türk televizyonlarında büyük bütçeli globalleştirilmiş yerel diziler ve İstanbul'da modern medya plazalarındaki stüdyolarda kurulan köy/ev dekorlu eğlence programları popülerdi (Türkoğlu, 2004). Köylerde çekilen televizyon dizileri (drama örgüsü, başkarakterlerin kozmopolit tipler olmaları, ulaşım ve iletişim teknolojilerinden yararlanan zengin feodal aileler) oldukça kentli görünüyordu. Stüdyolardaki türkücü programları ise hemşeri derneklerini ağırlıyor, yeme-içme ve stüdyoya ev dokusu veren diğer gündelik yaşam objeleri folklorik unsurlardan seçiliyordu. Kentlileştirilmiş köy dizileri ve köylüleştirilmiş stüdyolar sadece birbirleriyle rekabet etmekle kalmıyor, artan 'reality show'larla da yarışıyorlardı.

2010'a geldiğimizde İstanbul'daki 'memleketlilik' özlemi çekenler için folklorik (pre-modern) özellikler taşımaya devam eden müzik programlarına tek bir kanal (*Flash TV*) dışında pek rastlanmamakta. Öte yandan, modern kent dekoru ile donatılmış stüdyo tartışma-yüzleşme-izdivaç programlarına katılanların ve programların mantığına baktığımızda, bu yeni modern görüntülerin tersine pre-modern bir zihniyet taşımaktadırlar. Folklorik öğeler, güldürü unsuru olarak çalışmaktadır.

Global *reality TV/dream TV* yani gerçeklik vadeden ama 'düş olan gerçeklik' formatları postmodern anlatı türünden yararlanır: insan dramaları, şakacıktan geçirilen *reality* anlatılarına, eğlencelik unsurlara dönüştürülür. Global formatlı televizyon programlarının yerlileştirilmiş versiyonlarının özelliklerine baktığımızda; stüdyo katılımlı programlarda: hediyeler ve promosyonlarla bezenmiş, ev haline dönüştürülmüş stüdyolarda meslek sahibi olmayan ev kadınlarına yönelik samimi konuşma/dertleşme/muhabet/ eğlence düzeninin geçerli olduğunu görmekteyiz. Bu programlardaki katılımcılar doğrudan ya da dolaylı, "yarı profesyonel *casting*" olarak adlandırılabilir. Programa ev sahipliği yapan sunucu/lar tanınmış medya figürleridir (gazeteci, şarkıcı, türkücü, oyuncu). Programın konukları arasında (güncel sorunlar tartışılıyor ise) psikolog, avukat, hekim gibi uzmanlar da bulunmaktadır. Stüdyo, ev içi bir ortama dönüştürülmüştür. Geleneksel aile ortamlarını çağrıştıran (aile reisinin erkek olması, küçüğe sevgi, büyüğe saygı) samimi diyaloglarla, sahnede yer alan izleyici-katılımcının bir sorununa çare aranmaktadır (kayıp arama, sağlık sorunları, işsizlik). En popüler örnek olarak evlilik programları da, yine global bir formatın (*Blind-Date*) yerli versiyonlarıdır. Bütün stüdyo katılımlı programların ortak özellikleri, bolca reklam almaları (yüksek reyting sonucu), prodüksiyon ekibi ile katılımcıların arasındaki dostça ilişkilerin özellikle ekrana yansımaları, kayıpların bulunması, işsizlere iş, evsizlere ev sağlanması, kısacası, genel bir ortak mutluluk halidir.

Böylece gerçek yaşamlardaki ortak toplumsal meseleler (yoksulluklar, yoksunluklar, işsizlik, haksızlıklar) ya bireyin kendi hatası ya

da “kötü kader” olarak değerlendirilmekte ve yine bireysel çözüm bulunularak (örneğin eğitim ve meslek sahibi olmayan genç kızların yaşamlarını sürdürmeleri için ‘evlilik’ yegâne çözüm gibi gösterilmektedir) geçiştirilmektedir. Bu durum, gerçek yaşamdaki toplumsal dayanışma gerekliliğini, yurttaşların hak ve sorumlulukları hakkında bilgilendirilmeleri gerekliliğini göz ardı etmektedir. Medyada, özellikle de en popüler medya olarak televizyondaki izleyici katılımlarını, gerçek yurttaş katılımı olarak değerlendiremeyiz (bkz. Türkoğlu, 2004). Yurttaşlık, yarışmalarda günün kahramanı, güncel programlarda çare arayan/kurban biçimlerine indirgenmektedir.

Gündelik yaşam pratikleri içinde, sorunlarla başa çıkmanın çeşitli yolları vardır. Popüler televizyon programları, sürekli akış içinde, medyada anlık, ütopyacı çözümler önermekte ve bu çözümleri de hemen tüketmektedir ki yerine yeni sorunlar gelebilsin. İzleyici, yapay çatışmalardan beslenen ve sürekli değişen medya akışı karşısında, tutarlı bir tavır gösterme yeteneğini (varsa da) yitirmekte, “seyirlik cümbüşler” karşısında oyalanmaktadır. Gerçek ve kurmaca yer değiştirmekte, kurmaca programlar gerçek gibi algılanmakta, gerçekliği aktarması beklenen haber-bilgi akışı ise eğlenceye dönüşmektedir.

Arabulucu Programlar

Araştırmada ele aldığımız (Nisan-Mayıs 2010) 8 ulusal ölçekli yayın yapan kanalda yayınlanan 36 programdan 21 tanesinde; günlük yüzleşme (adalet/kayıp arayışı) ve izdivaç programlarında, pre-modern zihniyet açısından mahallelilik olgusunun özel bir yeri olduğunu görmekteyiz. “Arabulucu programlar” olarak adlandırdığım genel küme içindeki bu programlar, “derman bulma” iddiasını taşır. Sağlık programlarıyla birlikte ele alındığında haftalık stüdyo programlarının %59’unu kapsayan arabulucu programlar, her sabah 06.30’dan akşam 20.00’ye kadar sürmektedir. Zorunlu ev yaşamı geçirilen ve televizyona bağımlı bir günde, hafta içi tüm gün bu programlarla geçirilebilir. Geri kalan %41’lik stüdyo programları yarışma, müzik ve tartışma programlarından oluşmakta ve genellikle saat 20.00’den sonra yayınlanmaktadır.

İçerik

Sabah programlarında öncelikle hafif eğlencenin karıştığı bilgilendirme eğilimi vardır. Kapalı toplum örneği hemşerilik mahallelerinde güne başlarken sağlık sorunları (*Dr. Öz Show, Doktorum, Herkes için Sağlık*), dinsel sorular (*Nur Ertürk'le Her Sabah*) dile getirilir. Kuşluk vakti sabah kahvesi içilirken konuşulan dertler dile getirilir (*Seda Sayan*), öğlene doğru kayıplar aranmaya, aile içi sorunlara çare aranmaya, suçlular ortaya çıkartılmaya başlanır (sabahları *Müge Anlı ile Tatlı Sert*, öğleden sonra *Yalçın akır'la Pozitif Reality/Gerçeğin Peşinde, Aile Mahkemesi, Ebru'yla Paylaştıka*). İzdiva programları öğlene doğru başlar ve akşam haberlerine kadar devam eder: (*Zuhal Topal'la İzdiva, Su Gibi, Esra Erol'la Evlen Benimle*). Yemek programları da yine öğlen saatlerinde başlar ve akşama kadar devam eder (*3-2-1-pişir, Deryalı Günler, Tam Tadında, İkbal'le şifalı Günler*).

Bütün bu programlarda yüz yüze yakın ilişkilerle taşınan sözlü kültür unsurları kullanılmaktadır. Bilgi sahibi kişiyle özdeşleşmiş bilgi, konuşarak ve göstererek, bilmeyene öğretilir. Yemek programları, televizyona taşınmiş sözlü kültürün en iyi örneklerindedir. Mahallede kapı önlerinde birlikte sebze ayıklayarak paylaşılan yemek tarifleri bugün modern stüdyolarda gösterilerek ve anlatılarak verilmektedir. Yüz yüze öğrenmenin dolaysız yoludur bu.

Televizyonda kurulan sözde-yakınlık, gerçeklikteki toplumsal rollerin taklit edilmesiyle gerçekleşir. Kısaca, geleneksel memleketlilik ilişkileri ile büyük kentin modern yaşam tarzı arasındaki çatışmalardan muzdarip olanlar, sosyal güvencesi olmayanlar, evsiz, işsiz, mesleksiz olanlar, yaşama tutunmanın acil adresi olarak TV stüdyolarını görmektedirler. *İzdiva* ve diğer arabulucu programlar sadece eğlence değil, adeta hayır kurumu gibi görülmektedir. TV stüdyoları, yardıma muhtaç olan kişilerin, hayırseverlerle karşılaştırıldıkları yerlerdir adeta. Geleneksel toplumsal yapı içinde görücü usulü evliliklerin, yoksullara sadaka vermenin makbul, aracı olmanın da sevap olduğu düşünülürse, arabulucu televizyon programları da, toplumun kıyısında kalmış olanları yeniden içeriye almanın bir yoludur. Araştırmanın, global medya formatları ve izleyici katılımıyla ilgili 'Stdyolarda

Kurulan Sözde Komşuluk-Hemşerilik İlişkileri' bölümü ayrı bir makale olarak hazırlanmaktadır.

1950'lerde, televizyonun uzağı yakın, yakını da uzak kıldığını söyleyerek ilk televizyon eleştirilerinden birini yazan Anders'in öngörülleri bugün de geçerlidir (1964). En gerçek insan görüntülerini sunduğunu iddia eden *reality* programlarında, izleyici katılımlı televizyon programlarında eğlence ile gerçeklik arasındaki çizgi belirsizdir.

Televizyona Karşı Doğa mı?

"oradaki insanlar hep kavga ediyor, başım hiç götürmez... bizim burada onlardan olmaz..." (Çataklı köyü, kadın, 50)

Kent yaşamında medyanın vaat ettiği arabulucu ilişkileri hakkında köyde yaşayanların neler düşündüğünü öğrenmeye çalışırken, yukarıdaki alıntı en sık aldığımız yanıt oldu. Tıpkı 23 yıl önce aynı köyde sorduğumuz 'köşe dönücü kimdir?' 'hayatı kaymış diye kime denir' sorularımıza aldığımız yanıt gibi: "bizim burada onlardan olmaz..."

Doktora tez dönemimde yarı-etnografik yöntemlerden, kısmen sosyal psikoloji ve modernleşme-toplumsal gelişme teorilerinden, kısmen eleştirel teoriden yararlanarak; kent yaşamı dışında televizyon izlemenin toplumsal değişimle ilişkisini bulmaya çalışmıştım (Türkoğlu, 1988). Bir kitle iletişim aracı olan televizyonun bağımsız değişken olarak ele alınamayacağına, yaygın kitle iletişim araçlarının toplumsal egemenliğin taşıyıcısı olduklarına inanıyordum ama bir kuramsal tartışma yapabilmek için ampirik/niteliksel bir araştırma ile tezimi güçlendirmem gerektiğine de inanıyordum.

1980'li yıllar, henüz teknolojinin bağımsız değişken olarak ele alınmasına uygun bir ortam olarak görünen; TV izleme dışındaki diğer sosyolojik unsurları eşleştirelebilen iki köyde alan araştırması yapmamı elverişli kılıyordu. Böylece, teknolojik belirlenimcilik modelinin sorunlu olduğunu kanıtlayabilecektim. Henüz TRT dönemiydi. Popüler belleğimizde kalan televizyon programlarını şöyle sıralayabiliriz: Haberler, Yarışma Programları, TV Oyunları (tiyatro uyarlamaları), Klasik Müzik Konserleri, Türk Sanat Müziği Konserleri, *Eurovision*

yarışmaları, Yılbaşı Eğlenceleri, Yabancı Diziler (*Kaçak, Uzay Yolu, Dallas, Küçük Ev, Köle Isaura, Komiser Kolombo, Charlie'nin Melekleri, Brezilya Dizileri*), Yerli Diziler (*Aşk-ı Memnu, Çalıkuşu, Bizinkiler, Hanımağa, Perihan Abla*), Çizgi Filmler (*Heidi, Red-Kit, Arı Maya, Sevimli Hayalet Casper, Jetgiller, Taş Devri, şeker Kız Candy*), *Gezelim-Görelim* (devam ediyor).

1987 yılında, İstanbul ve şile'ye eşit uzaklıkta, nüfus özellikleri ve gelir düzeyleri ortak, odun kömürü yapımıyla geçinen iki orman köyünü TV izleme açısından karşılaştırma olanağı bulmuştum. Orman içinde kaldığı için (o dönemde) yetersiz kalan televizyon vericileri nedeniyle TV izlemeyen Çataklı köyü ile TV yayını alabilen Soğullu köyüne birkaç kez giderek, birer gece de Çataklı'da ve Ağva'da kalarak, çevre köylerde de sınama görüşmeleri yaparak araştırmayı tamamlamıştum. Ancak TV izleyen ve izlemeyenler arasında, gündelik eğlence kültürü (popüler şarkılar, medyatik figürlerin tanınması) konusunda farklılıklar bulunsa da, yaşamsal bir değişim (baraj yapımı için köylerin boşaltılması kararlaştırılmıştı ve köylüler bu kararı destekliyordı) konusunda neredeyse hiçbir farklılık görünmüyordu. Burada belirleyici olan, 'modernleşmenin taşıyıcısı' televizyon değil, bölgenin ekonomik yoksulluğu, hâlihazırda başlamış kente göç ve her iki grubun da aynı yöndeki, merkezi yönetimi (ANAP) destekleyen siyasi eğilimleriydi. Böylece tezin varsayımı: televizyonun egemen ideolojiyi taşıdığı ve desteklediği doğrulanmıştı. TV izlemeyenlerin de merkezi iktidarı desteklemeleri ise, Ankara ve İstanbul'dan gelen parti çalışanlarının kasaba kahvesinde köylüleri ikna etmesine dayanıyordu. Aşağdaki tablo, 1987 yılında şile-Ağva'ya bağlı Soğullu (TV izleyen) ve Çataklı (TV izlemeyen) köylerinde televizyon izleme ile toplumsal değişme ilişkisini anlamaya yönelik yaptığımız görüşmelerden çıkan sonuçlardan bazılarını içermektedir:

Televizyon izleyen ve izlemeyen köyler (1987: Soğullu ve Çataklı)
Kent yaşamının iyi ve kötü tarafları: “yaşamak kolay, istenen her şey (pahalı olsa da) bulunabiliyor, kadınlar için rahat (kadınlar söylüyor)”. İzleyen köy iyi tarafı olmadığını söylüyor-ürkütücü buluyor.
Köy yaşamının iyi ve kötü tarafları (ortak): <i>para sıkıntısı yok, çalışmak yorucu</i>
Nerede yaşamak ister? İzleyen köyde, izlemeyen kentte.
Kiminle tanışmak ister? İkisi de Turgut Özal, TV izleyen + Emel Sayın
Yakın çevre dışında benzerlik alanı: ikisi de <i>köylerde yaşayanlar</i> , TV izleyen + <i>kentlerde yaşayanlar</i>
“Hayatı kaymış” kime denir: TV izleyen: <i>parasız</i> , izlemeyen <i>kimsesiz</i> , ikisi de: <i>“bizim burada olmaz”</i>
“Köşeyi dönmüş” kime denir: ikisi de: <i>zengine denir</i> + <i>“bizim burada olmaz”</i>
İki köy de şans oyunlarına (milli piyango, loto, gazete kuponu) katılmıyor.
Erkekler için en iyi meslek: yüksek öğrenimli, maaşlı çalışan.
Kadınlar için en iyi meslek: ev kadınlığı, yüksek öğrenim
Boş zaman: erkekler kahvede, kadınlar elişi
Eline geçen parayla ne yapar? TV izleyenler ve erkekler, miktarlar arasındaki farkları daha iyi biliyor.
Gazete düzenli okumuyorlar, radyo: erkekler haberleri, kadınlar arkası yarın programları.
Baraj yapımı: adını (İsaköy barajı) çoğunlukla doğru biliyorlar; İstanbul için gerekli olduğunu, kendilerinin de İstanbul’a gideceklerini düşünüyor ve destekliyorlar.

Bu tablodaki kent-köy ayrımıyla ilgili sonuçlar ve diğerleriyle ilgili soruları 2010 yılında yeniden sorduk. Hemen hemen hiçbir önemli fark saptamadık. Yalnızca ‘kiminle tanışmak istersiniz’ sorusunu yanıtlamaya hiç ilgi göstermediler ve kimi isteseler televizyonda görebildiklerini söylediler.

Aradan geçen süre içinde baraj yapımı gerçekleşmedi ve köyler boşaltılmadı. Ancak belirsizlikler ve zaman zaman yükselen gerilimli bir siyasi tartışma da hiç bitmedi. Bugün köylerin boşaltılması halen gündemde ve köylüler bunca yıldır geçici bir yerleşim yeri olarak bakılan ve bu yüzden ileriye yönelik ekonomik potansiyeli kısıtlı olan köylerini henüz terk etmiş değiller ama zamanı gelince, mecbur olduklarında istemeyerek de olsa ayrılacaklarını söylüyorlar.

23 Yıl Sonra Köye Ziyaret: Çataklı 1987-2010

Uzun zamandır, kendi araştırmamın zaman-mekân, tüketim alışkanlıkları ve medya içeriği değişimi açılarından izlenmesinin-sınanmasının iyi olabileceğini düşünüyordum. İzleyici araştırması, ekip çalışması, köyler ve bütçe konuları öğrencilerimin gözünde büyüyen engeller oldu ve kimseyi böylesi bir saha araştırmasına ikna edemedim. Sonunda iş yine bana düştü ve iyi ki de öyle oldu.

Köy görüşmesi-2010

1987 yılında ziyaret ettiğimiz ve gece muhtarın köydeki evinde konakladığımız, o yıllarda verici yetersizliği nedeniyle televizyon yayınlarının izlenemediği Çataklı köyüne 23 yıl sonra giderken öncelikle Şile kaymakamlığı internet sitesini inceledik; köyle ilgili bilgileri ve yeni muhtarın isim ve telefonunu aldık (sitede bütün köy muhtarlarının cep telefonları mevcut). Telefonla aradığımız muhtar bizi fazla sorgulamadan davet etti ve köye gittiğimizde aynı sıcaklıkla karşılandık (23 yıl önce üniversiteden, vilayetten ve kaymakamlıktan onaylanan, araştırmacı olduğumuzu kanıtlayan resmi belgeler gerekiyordu).²

7 Mayıs 2010 Cuma günü (bir iş günü olmasını özellikle tercih ettik) Ağva'da pazar olduğu için bazı köylüler pazarda, köyün çocuk-

2 23 yıl önceki doktora araştırmamda, televizyonsuz (medyalanmamış) insan ilişkileriyle tanışmış olduğum ve 2010 ziyaretimde, bahçelerini televizyona tercih eden Çataklı köyü sakinlerine özel bir teşekkür borçluyum. Ailesi bu köyün nüfusuna kayıtlı olan öğrencim K. Deniz Özel'in, Çataklı köyü muhtarı Kasım Ünal'ın, ayrıca Gökmaslı köyü muhtarı M. Emin Şentürk'ün, buradan Üsküdar'a taşınmış olan Arzu ve Turgay kardeşlerin, yıllar sonra araştırmamın yenilenmesinde değerli katkıları oldu. 2010 gezimde bana eşlik eden Dr. Sevilen Toprak Alayoğlu ve doktora öğrencim Bora Altun'a teşekkür ederim.

ları ve gençleri ise Ağva'daki okullardaydılar. Sabah köyün kahvesinde bulduğumuz birkaç kişi köyde, odun kömürü ve kendi bahçelerinde çalışanlardı. Kahve açık olmakla birlikte, kış ayları dışında pek kullanılmadığını söylediler-gözlemledik. Kışın erkekler kahvede *Kurtlar Vadisi* gibi diziler izlemeyi sevdiklerini söylediler.

İstanbul'un Şile ilçesine bağlı Ağva/Çataklı köyü ve çevresine yapılan yerinde gözlemde videoya kaydedilen yaklaşık 20 kişi; 10 kadın ve 10 erkek değerlendirmeye alındı. 50 yaş ve üstü erkekler ilkokul mezunu ve evliler; İstanbul ve başka kentlerde (bir kişi Libya'da çalışmış) çalışıp emekli olduktan sonra yeniden köye yerleşmişlerdi. Bahçecilik ve odun kömürü ile geçimlerini sağlıyorlardı. Aylık gelirlerini "*kimseye muhtaç olmayacak kadar*" diye yanıtlıyorlardı. Kadınlar da ilkokul mezunu, evli ve kocalarıyla birlikte çalışıyorlardı. Bu özelliklerin hemen hepsi doktora tezi sırasında yaptığımız araştırmada da geçerliydi. Köyün nüfusunda da önemli bir fark yoktu. Köyde daha çok özel arabanın olması, elektronik eşyaların varlığı (her evde mutlaka televizyon vardı artık), yolların asfaltlanması önemli farklardandı. Erkekler otomobille 10 dakikalık mesafedeki Ağva'ya hemen her gün, kadınlar gerektikçe haftada 1-2 kez gidiyorlardı. 1 ya da 2 çocukları vardı.

Akşama kadar kaldığımız bu yeni ziyaretimizde köy dışındakiler de geldikçe, çocuklar ve yaşlılarla birlikte yaklaşık 30 kişiyle karşılaştık, video çekimi yapmamıza izin verdiler. Köyün coğrafi yerleşimi nedeniyle köye tek bir geliş yolu var, çıkış yolu da aynı yer; bu yüzden yabancıların buraya gelemeyeceğini, yol üstü (Şile-Ağva yolu) diğer köylerde görülen hırsızlık ve benzeri tehlikelerin burada olmadığını söylediler. 23 yıl önceki gezimizde kullandığımız köy haritası, Şile-Ağva otoyolunun çevresini bir kenara bırakırsak hemen aynı, ancak o zaman hiçbir yerde hırsızlıktan, Çataklı'nın coğrafi konumunun getirdiği güvenlikten söz edilmemişti. Yol üzerindeki Gökmaslı köyünde görüştüğümüz bir kişi (muhtar) "*eskiden köylülerin inançları yüksekti, söylenene inanır, yoldan geçeni ağırlarlardı ama çok kötüye kullanıldılar, hırsızlıklar çoğaldı*" diye dert yandı.

Sırtını ormana dayamış Çataklı köylüleri kendilerini diğer köylerde yaşayanlardan farklı, daha rahat ve huzurlu görüyorlar. Şile ve Ağva'nın diğer köylerinin aksine köyde turizm hemen hiç yok. Öte yandan odun kömürü yapımı, çevre üniversitelerdeki iletişim öğrencileri için köye gelip özgün üretimle ilgili belgesel yapmalarını, fotoğraflar çekmelerini sağlamakta. Köyde son 20 yılda en önemli değişiklik, cami ve şadırvan yapımı. Bir de *"hatırlı bir kişi mezarı"* olarak bilinen yere bir türbe yapılmış.

Kapalı ve güvenli ortamda sürdürülen sosyal yaşamın canlı olduğunu gözlemledik; kadınlar ve erkekler (bey, hanım gibi sıfatlara gerek duymadan) birbirlerini isimleriyle tanıyor ve çağırıyorlardı.

Elimdeki eski fotoğraflara bakmak herkesi yakınlaştırdı. 1987 yılında kendi yaşamlarının nasıl olduğunu (kişisel bellek) hatırlamaya çalıştılar; tanıdıklarının çocukluklarını görmek eğlendiriciydi: *"Hasan dayının sarı kanarya değil mi bu?"*. Fotoğraflarda kendi gençliklerini ya da çocukluklarını görenler heyecanlandılar, onlara özel bir önem verdiğimiz ve elimizde fotoğraflarla yeniden ziyarete gittiğimiz için etkilendiler, memnun oldular. En çok duyduğumuz söz *"hatıra işte yahu!"* oldu. Doktora tezindeki fotoğrafı belirgin olan Cafer Bey, *"bir kitapta resminin çıktığını duymuş olduğunu, köydekilere anlattığını ama inandıramadığını"* gülerek anlatıp elindeki tezi göstererek eğlendi. Sözlü tarihle ilgili veri toplama görüşmelerinde, görüşülen kişilerle kurulan insan ilişkilerinin önemi büyüktür. İnsanlar kendilerini görüntüleyen, seslerini kaydeden araştırmacıların gerçekten kendilerini dinleyip dinlemediklerini, tanımaya çalışırken asıl amaçlarının ne olduğunu merak ederler. Araştırmacının kendisinden ne kadar farklı olup olmadığını saptamaya çalışırlar. Konu kent-köy karşılaştırmasına geldiğinde aslında bizden (kentliler) pek de farklı bir yaşamları olmadığını özellikle vurguladılar. Hemen hepsinin Ümraniye'de, Üsküdar'da yerleşik akrabaları var. Televizyon izlemeyi ise kendilerine ait özel bir durum olarak görmediklerini, kendi izleme davranışları hakkında pek düşünmediklerini gözlemledik. Kentteki görüşmecilerimiz ile benzer bir tepki göstererek, burada da televizyon programlarıyla ilgili soruları yanıtlamak pek cazip gelmedi.

Çataklı köyünde yaklaşık 10 kadın ve 10 erkekle görüştük. Erkeklerle köyün kahvesinde, kadınlarla kahvenin önünde, köyde dolaşırken kapı önlerinde ve misafir olduğumuz bir ev içinde görüştük. Karşılaşma ve görüşmeleri videoya kaydettik ve daha sonra ofiste elimizdeki sorgulama kâğıtlarına her bir kişi için ayrı bir kâğıt doldurarak farkları ve ortaklıkları çıkartmaya çalıştık. Köyde akrabaları olan ve İstanbul’da yaşayan K’nin yardımıyla da ek olarak üç kadınla ilgili sorgulama bilgisi de edindik.

Erkekler

Köy meydanına geldiğimizde, kahvenin önündeki masaya yerleşip yanımıza gelen birkaç erkekle konuşmaya başladık. Elimizdeki eski fotoğraflar ve doktora tezi, bize ilgi göstermeleri için yeterliydi. 50 yaş ve üstü erkekler ilkokul mezunu ve evliler; İstanbul ve başka kentlerde (bir kişi Libya’da çalışmış) çalışıp emekli olduktan sonra yeniden köye gelenlerdi. Daha genç olanlar ise askerliklerini yapmış, evlenip köyde yerleşmişler. “Siz İstanbul’da nasıl yaşıyorsanız, biz de burada aynı şekilde yaşıyoruz” diyorlardı. Kent-köy arasında pek fark kalmadığını, kentte olan her şeyin artık köyde de olduğunu söylerken, 10 km uzaklıktaki Ağva ile birleşik bir yaşam sürdürdükleri belli oluyordu; düğünlerini Ağva’daki düğün salonunda yapıyorlar, pazar alışverişleri, sağlık ocağı, ve benzeri gereksinimleri için her gün birkaç kez Ağva’ya gidip geliyorlar. Resmi işleri olduğu zaman ise Şile’ye gidiyorlar. “Bizde karışık yoktur, herkes Manav” diyerek, 14. yüzyılda yöreye yerleştikleri bilgisini aktarıyorlar; Manav, “yerleşik hayata geçen Türkmen”leri Yörüklerden ayırmak için kullanılmaktadır. Bu bilgi yöreyle ilgili tarih ve dil araştırmalarında da doğrulanıyor (Türkey, 1979). Manav kökeniyle ilgili çeşitli kaynaklarda çelişkili bilgiler olsa da yöre halkı için bu durum “yabancı olmayan” anlamını taşıyor; “burada herkes akrabadır, herkes birbirini tanır, yabancı yoktur” diyorlar ancak yakın akraba evliliklerine de karşılar. Görüşmelerimizden çıkan erkeklerle ilgili ortak kanaate göre, köyün gençleri de köyde kalıp evleniyor, başka yerde iş bulma beklentileri yok ama bu durumdan pek de şikâyetçi değiller. “İsteyen gider ama burada iş garantisi var, az da olsa yapacak bir şeyler buluyoruz” diyor ve belki de zengin olma konusunda fazla ‘hırslı’ olmadıklarını söylüyorlardı. Köydeyken şans oyunlarına

(piyango, loto) katılmadıklarını ama İstanbul’da iken birkaç kez oynadıklarını söylüyorlardı erkekler. Kent yaşamının çok pahalı olduğunu, iş bulma, kira ödeme gibi sorunlardan uzak kalmak için köyün en iyisi olduğunu söylüyorlardı. Baraj sorunu yüzünden işlerini geliştiremiyor, evlerini fazla yenileyemiyorlar, köyde alım-satım yapılamıyordu. Devlet tarafından düzenlenen ormancılık faaliyetleri ve herkesin evinin arkasındaki küçük bahçelerde daha çok kendi ihtiyaçları için yetiştirdikleri sebzeçilik işlerini kadınlarla birlikte yürütüyorlardı. Çocuklarını okumak için teşvik ediyorlar “*talebeler hafta sonu çalışır*” ve köyden çıkıp üniversite mezunu olmuş akrabalarıyla ve çocuklarıyla övünüyorlardı. Tekirdağ, Adapazarı ve Çanakkale’deki üniversitelerde okuyan gençler var. Köyde kalan genç erkekler futbolla ilgileniyor, tuttıkları takımlar daha çok Fenerbahçe ve Galatasaray. Doktora tezindeki resimlerin yanı sıra tablolar ve haritalar çok ilgilerini çekti. Video çekimine yabancılık göstermediler, Kocaeli üniversitesinden öğrenciler, odun kömürü belgeseli yapmak üzere birkaç kez gelmişler.

Kadınlar

Görüştiğimiz Çataklı köyü kadınlarının hepsi ilkokul mezunu ve ev kadınıydı. Nerelisin sorusuna “*köyün geliniyim*” diyen 30 yaşlarındaki genç kadının dışında; “*köylüyüm, Şileliyim*” diye yanıt veriyorlardı. Başları evleninceye kadar açık ve kısa kollu giyiyorlar; evlenince sıkı olmayan bir eşarp bağlıyorlardı. Kadınlarda bahçe işlerini rahat yapmaya uygun, tek tip şalvar benzeri alt giysi, üstlerinde ise pamuklu tişört ve hırka vardı. Çocukların giyimlerine, renk uyumuna çok dikkat ediliyordu. Yazın genellikle televizyon seyretmiyorlar, bahçe işleriyle ilgileniyorlardı. Odun kömürü yapım aşaması neredeyse bütün yıl sürüyormuş. Zaman zaman odun kömürü için köye yürüme mesafesindeki çalışma alanında kurulmuş geçici çardak tipi hafif yapılarda geceledikleri de oluyormuş. Bahçe işleri dışında kalan zamanlarında, evlerinin önündeki ortak banklarda (boşalan okulun eski sıraları, boyanıp evlerin önüne konmuş) ve eski koltuklarda, ya da eşığe serdikleri örtülere oturup çay içiyor, elışı yapıp sohbet ediyorlardı. Halı yıkama, köy fırınında ekmek yapma gibi işleri ortaklaşa yardımlaşarak yapıyorlardı. Ağva’daki pazarda bahçe ürünlerini satmaya kadın-erkek birlikte gidiyorlarmış. Sağlık ocağı ve alışveriş için

gerektiğinde yine Ağva'ya gidiyorlarmış. Geleneklerle ilgili olarak kadınlar bayramlarda büyük/iddialı sofralar hazırladıklarını söylüyorlar: *“hem de öyle gözleme filan basit şeyler değil, etli dolmalar yaparız”* (Burada kadınlar, köy yaşamıyla ilgili televizyon programlarında hep gözleme yapan kadınların gösterilmesinden hoşlanmadıklarını belirtiyorlar; *“sanki köylüler gözlemeden başka şey yemezlermiş gibi...”*). Şile kaymakamlığının teşvikiyle Şile bezi işleme yapıyordu. Televizyonla yazın pek ilgilenmiyorlar. Genellikle bahçe ile ilgileniyorlar. Bir tanesinin Ağva'da Şile bezi satılan dükkânı var, kocasıyla beraber işletiyorlarmış. Genellikle kışın, akşamları evde oldukları için el işi örgü yaparak televizyon izliyorlar, boş durmaktan sıkıldıklarını, çalışmayı sevdiklerini söylüyorlardı. Kapı önündeyken (kısık sesle) ya da evde iş yaparken radyo dinlemeyi seviyorlardı.

Seyircili stüdyo programları, seyircilerin hangi koşullarda oraya gittiği veya katıldığı hakkında bilgileri yok, bir kadın *“oradaki insanlar hep kavga ediyor, başım hiç götürmüyor”* diyor. Yüz yüze görüştüğümüz kişilerden biri, her gün TV izleyenler için şöyle dedi: *“her gün TV izleyenler kendini boşlukta hissedenerlerdir”*. Hiç evlilik programı izlemediklerini söylediler de fikirleri var, ara sıra bakıyorlar, orada yapılan evliliklere inanmıyorlardı. Sunucuların kıyafetlerini açık-saçık buluyorlar, bunları normal günlerde değil sadece programda giydiklerini söylüyorlardı. Haberleri ve Arena gibi programları izlediklerini söyleyenler, Okan Bayülgen ve Mehmet Ali Erbil'i seyircilere karşı saygısız buluyorlardı. Televizyonda yayınlanan stüdyo programlarıyla pek ilgileri yok, daha çok diziler hakkında (düzenli izlemeseler de) bilgileri vardı. Mayıs 2010'da gündemde olan *Aşk-ı Memnu* dizisinin adını gülerек anıyorlardı. Ağva pazarında dizilerle ilgili tişörtler ve takıların satıldığını gözlemledik. Bunları *“çocuklar için”* diyerek, gülerек karşılıyorlardı. Stüdyo programlarındaki insanlar için *“Buraya çıkan insanlar gerçekten doğru mu söylüyorlar yoksa rol mü yapıyorlar?”* sorusunu *“bizim buralarda öyle insanlar yoktur”* diye yanıtlıyorlar, hoşlanmıyorlardı. Aile bağları olan insanların *“öyle yerlere”* çıkmayacağına inanıyorlar.

Televizyon izleyicilerine, medya dolayısıyla yaygınlaştığını düşündüğümüz için sorduğumuz *“kriter, format, kadın sığınma evle-*

ri, psikolog, uzman, reality/pozitif reality, paravan, elektrik, burç uyumu, kolesterol, reflü, demokrasi” gibi sözcükler için “pek bilgim yok”, “bazılarını TV’den duydum ama ne olduğunu bilmiyorum” diye yanıtladılar. Kader, nasib, kısmet sözcüklerini çok kullandıklarını ama “*kafasını kullanan kişinin kaderini değiştireceğine*” inanıyorlardı. Modernleşme sürecinde *empati* (duygudaşlık) düzeyini ölçmeye yönelik olarak geliştirdiğimiz sorulara aldığımız yanıtlar, 23 yıl öncesine göre daha esnek, uyumluluk eğilimli yanıtlar oldu. Bu sorular; “yeryüzünde kendisine benzer ama tanımadığı insanlar var mıdır?”, “hayatı kaymış” insan diye kime denir? “köşeyi dönmüş” insan diye kime denir gibi sorulardı. Benzerlik, gündelik yaşam koşulları üzerinden kuruldu; evli, çocuklu, bahçeyle ilgilenen kadınlar, kendileri gibi yaşayan ama tanımadıkları başka kadınlar olabileceğini söylediler. Kentli çalışan kadınlar hakkında ise İstanbul’da yaşayan akrabaları ile benzerlik kurarak yabancı görmüyorlardı.

Huzurlu köy ortamında tıpkı 23 yıl önce olduğu gibi bugün de “hayatı kaymış” ve “köşeyi dönmüş” insanlarla ilgili “*buralarda olmaz*” diyorlardı. Kadınların okuyup meslek sahibi olmaları gerektiğini söylediler; onlara göre en yükseğine kadar okuyup iyi bir meslek sahibi doktor, mimar, mühendis, avukat, öğretmen olabilirler. 23 yıl önce, kadınlara özgü olarak kabul edilen ebelik, terzilik gibi işlerden söz etmediler. Erkeklerin yemek yapmasını gerekli görüyor hatta yapmalı diyorlardı. Günlük işlerden arta kalan zamanlarda eğlenmek için kadınlar bahar-yaz aylarında kapı önlerinde yaşlılarıyla dantel-örgü örüp sohbet ettiklerini, erkeklerin Ağva’ya çarşıya daha sık gittiklerini söylediler-gözlemledik. Genellikle pek boş zamanları olmadığını söylediler (bizimle konuşurken de işlerini yapmaya devam ediyorlardı); gerçekten de bahçe işlerinin yanı sıra odun kömürü yapmak süreklilik gerektirdiği için her an yapılacak bir işleri var, boş kalmaktan da pek hoşlanmıyorlar. Çataklı’daki bahçecilik ve odun kömürüne dayalı köylülük modelinin korumacı ve kendine yeterli bir ritmi var.

Köy evlerinde radyo, renkli televizyon, bazılarında DVD/video, hemen hepsinde çanak alıcı, buzdolabı, sabit telefon, cep telefonu (kontör harcamamak için mesaj çekmeyi tercih ediyorlar), çamaşır makinesi, traktör, bazılarında otomobil ve 3 evde bilgisayar var. Bu

bölgede 30 yıldır yapılacağı söylenen İsaköy barajının adını ve baraj nedeniyle köyün boşaltılabileceğini biliyorlar. Ancak uzun zamandır çözülmeyen bir sorunun devam edeceğini düşünüyorlar ve gerektiği zaman uygun bir yere gitmek zorunda kalacaklarını söylüyorlar.

Gökmaslı'dan Üsküdar'a: Kardeşlerle Yeniden Buluşmak

1987 yılında Çataklı köyündeki ilk görüşmelere hazırlık yaparken pilot bölge olarak seçtiğimiz Gökmaslı köyünde görüşmüş olduğumuz bir ailenin gençlerinin Üsküdar'a yerleşmiş olduğunu öğrendik ve kendileriyle Üsküdar'da Cafe Mahal adında geniş, bakımlı bir çay bahçesinde buluştuk. Birlikte çektiğimiz eski fotoğraflara bakarak birbirimizi hatırlamaya çalıştık. Aşağıda abla-kardeş Gökmaslı'luların köyden kente medya ilişkilerinden bazı kesitler bulunabilir:

Kadın için 'gelecek' umudu (2010)

İki kardeşten ortaokul mezunu Arzu 43 yaşında, bekâr ve santral operatörü olarak çalışıyordu. Gökmaslı ile ilişkileri sürmekle birlikte İstanbul'da yaşamayı tercih eden Arzu, köy yaşantısının en iyi tarafının doğa ile iç içe yaşamak olduğunu, kentteki yaşam standartlarının onu özgürleştirdiğini, yine kentli (açık fikirli, özgür ve dünyayı görmüş biri anlamında kullanıyor) birisiyle köyde sakin bir yaşamı tercih edebileceğini söyledi. Gerçekçi ve çalışkan bir genç kadın olarak geçmişini değil, bugünü ve geleceğini düşünerek yaşadığını ifade etti. Köylerinin yakınında yapılacak barajla ilgili sorunlardan haberdar ve gelişmeleri takip ediyor. Arzu, Gökmaslı'da genç kız iken eve giren magazin dergilerinden (*Hey* dergisi olduğunu tahmin ettik) beğendiği aktörlerin posterlerini duvarlarına asarmış (ilk köy ziyaretimizde ailenin babası köyün muhtarıydı ve kızlı-erkekli gençler birlikte çay içip kasetten pop müzik dinleyerek sohbet ettiklerini, bizi de çekinmeden içlerine aldıklarını anımsadık). O yıllarda (1980'ler) Tarık Akan'ın adresini bulup kendisinden imzalı resim istemiş ve yanıt almış olduğunu gülerек anımsadı. Artık Türk sanat müziği dinliyor. Aile bağları, özellikle kardeşler arasında güçlü. Birlikte geçirdikleri hastalıklar, kazalar, sıkıntılar, aralarındaki kardeş bağlarını kuvvetlendirmiş. Empati düzeyiyle ilgili sorularda toplumsal cinsiyet bilinci öne çıkıyor ve dünyada "çalışan kadınların" kendisiyle benzer yaşamları olduğu-

nu düşünüyordu. Ona göre “hayatı kaymış insan” kimsesi olmayan, yalnız insandır; “köşeyi dönmüş” insan ise birden zenginleşmiş insana denir. Yılbaşı piyangosu dışında şans oyunlarına katılmıyor. Meslekler konusunda yüksek eğitimi gerektiren mesleklerin hem erkekler hem de kadınlar için en iyisi olduğuna inanıyor. Çalışan bir genç kadın olarak bilinçli tüketimden yana. Günlük işlerden arta kalan zamanlarda arkadaşlarıyla kafede sohbet etmekten hoşlanıyor. İşyerinde internetten gazetelere bakıyor ve akşamları evde televizyon izliyor, takip ettiği diziler insan ilişkilerini öne çıkartan hikâyeler. Stüdyo programlarını çalışma saatlerine denk geldiği için izlemiyor: “onlar ev hanımları için, ben çalışıyorum” ama evde izleyenlerin oraya (stüdyoya) giden kadınların sosyalleşme için başka şanslarının pek olmadığını düşünüyor. Medya dolayısıyla yaygınlaştığını düşünerek sorduğumuz sözcüklerden “kriter, paravan, burç uyumu” sözcüklerini duymadığını, bilmediğini söylerken; “format, kadın sığınma evleri, psikolog, uzman, reality / pozitif reality, elektrik, kolesterol, reflü, demokrasi” sözcüklerini televizyonda yaygın kullanıldığı biçimleriyle açıkladı. Kader-kısmet sözcüklerinin ise çalışmayan insanların bahaneleri olduğuna, insanın kaderinin kendi elinde olduğuna inanıyordu.

Erkek için görkemli geçmiş hayali (2010)

Erkek kardeş Turgay ise bekâr, 41 yaşında, ilköğretim mezunu ve düzenli olmasa da müşteri temsilcisi, satış elemanı olarak çalışıyor, kız kardeşi ve annesi ile birlikte yaşıyordu. Köye yazları gittiğini, kent yaşamını tercih ettiğini; İstanbul’da ya da bir başka büyük kentte yaşayabileceğini, köyde yaşamayacağını söyledi. Öte yandan görkemli Osmanlı yaşamını merak ettiğini, geçmiş dönemlerde yaşamının daha kahramanca olduğunu hayal ediyor ve o dönemlerde geçen kostümlü Cüneyt Arkın filmlerini ilgiyle izlediğini söylüyordu. Romantik pop şarkılarını da severek dinliyordu. Kız kardeşine göre biraz daha muhafazakâr bir anlayışla erkeklerin yüksek öğrenim gerektiren işlerde daha başarılı olacaklarına, kadınlar için öğretmen, ebe, hemşire gibi eğitim-bakım işlerinin daha iyi olacağına inanıyor. Ticaret ona göre güvenilir bir iş değil, riske girmek akıllıca değil. Boş zamanlarında tercihi halı saha futbol oynamak, arkadaşlarla buluşup kafede sohbet etmek. Köylerinin yakınında yapılacak barajla ilgili bilgisi yok, pek

ilgilenmiyor. Kış akşamları evde televizyon izliyor, tercih ettiği kanal TRT, “siyasi ve kültürel” programları (konuşma-tartışma programları) ve haberleri izliyor. Stüdyo programlarına çıkan insanları ve bu programları sahici bulmuyor, sevmiyor. TV dolayımı sözcüklerden “reality-pozitif reality, burç uyumu ve reflü” sözcükleri dışındakiler hakkında bir bilgisi var; kader-kısmetin alın yazısı olduğuna inanıyor. İyi bir ev kadınının ancak şiddet görürse boşanması gerektiğini, “kadın gibi kadın” sözünün televizyona ait bir şey olduğunu ama “adam gibi adam” sözünün mertliği ifade ettiğini söylüyor.



Fotoğraf (1) 1987: “Hasan Dayının sarı kanarya değil mi şu?” 1987 yılındaki resimde görülen çocuklardan bir tanesi üniversite mezunu olmuş. Erkekler askerliklerini yapmış, bir süre dışarıda çalıştıktan sonra evlenip köye yerleşmişler. Kız çocuklar da evlenip çocuk sahibi olmuşlar, yine köyde yaşıyorlar. Bugün köyün çocukları servisle Ağva’daki okullara gidip geliyorlar, internet ve cep telefonunu yaygın olmasa da kullanıyorlar.



Fotoğraf (2) 2010: Birinci fotoğraftaki çocuklardan birinin şimdi aynı yaşta olan okullu kız çocuğu; Ağva'daki okuldan dönüş; "etkinlik" yapmışlar. Genç anne, yörede yaygın kullanılan gündelik çalışma giysisiyle. Kente giderken etek giyiliyor.



Fotoğraf (3) 2010: Okulun bulunduğu Ağva pazarında *Kurtlar Vadisi-Pusu* tişörtü. Pazarda kadın-erkek birlikte çalışıyor, bahçelerinden getirdikleri ve İstanbul'dan gelen sebze-meyveleri satıyorlar, merkezdeki Şile bezi dükkânlarında da çalışanlar var. Müşteri daha çok yerel halk, az sayıda Şile çevresinde dolaşan yerel turistler de var.



Fotoğraf (4) 2010: Çataklı Köy Kahvesinde, elimizdeki dosyaları, doktora tezini ve eski fotoğrafları inceliyorlar.



Fotoğraf (5) 2010: Çataklı Köyü odun kömürü alanı, geleneksel yöntemle, en az 50 yıldır aynı şekilde çalışılıyor.



Fotoğraf (6) 1987 ve Fotoğraf (7) 2010: Köyün tek bakkalı kapanmış ve bina ana yapısı bozulmadan sıvayla onarılıp yenilenmiş. Yeni binada TV çanakları görülüyor. Köylüler alışverişlerini arabayla 10 dakika mesafedeki Ağva'dan sağlıyorlar. Minibüsle köyleri dolaşan bazı satıcılar da halen mevcut. Köy yolları ve alanları asfaltlanmış, toprak yol kalmamış, ahşap evler bakımlı hale getirilmiş ama baraj yapımıyla ilgili sorunlar nedeniyle alım-satım yapılamıyor.



Fotoğraf (8) 1987: Gökmashlı Köyü, o zamanki muhtarın ailesi, gençlerle çay içilirken (NT-27, ayakta pembe tişörtlü Arzu-20, en solda bıyiksız Turgay-18).



Fotoğraf (9) 2010: Üsküdar'a taşınan Gökmaslı'lı kardeşler. Çamlıca Cafe Mahal, 7. Fotoğraftaki iki kardeşle yeniden görüşme (Turgay-41 ve Arzu-43 kardeşler, NT-50)

Sonuç

19. yy. modern kent ortamındaki toplumsal karşılaşmalarda yabancı düşmanı olmayan ancak samimi arkadaşlık ilişkisi de kuramayacak kadar meşgul ve tedirgin kentlilerin 'medeni ilgisizlik' davranışı 21. yüzyılda yerini 'medyalanmış ilgi'ye bırakmış durumdadır. Medyalanmak, büyük kentte yaşamının doğal bir unsuru gibi görülmektedir. İstanbul'un baş döndürücü fırsat efsaneleri, popüler medya tarafından desteklenir. Yine büyük kentte yaşamın zorluklarıyla boğuşan kent yoksulları için ise stüdyo katılımlı programlar bir geçim kapısıdır.

Medya dolayımından azade topluluklar bulmanın zor olduğu günümüzde; toplumsal sorunların görünürlüğü ve medyada temsili sorunludur, kurgusaldır ve kurgu her zaman bir yönüyle gerçeğe işaret eder. Ancak işaret edilen gerçek, medya okuryazarı yüksek eğitim

düzeyine sahip olanlar için dahi kolayca görünemeyecek bir gerçektir. Popüler stüdyo katılımlı programlarda, toplumsal gerçeklikte gerek duyulan arabuluculuk ve dayanışma rolleri vaat edilmektedir. Her gün yapacak birçok işi olan maaşlı çalışanlar, orta ve yüksek eğitim düzeyindekiler ve kırsal kesimde yaşayanlar için stüdyolu TV programlarına katılmak ya da izlemek cazip değildir. Bu saptamayı İstanbul'a karayoluyla 2 saat mesafedeki bir orman köyüne yaptığımız gezi destekledi. Bu köyde yaşayanlar, kendilerini 'köylü' olarak tanımlamaktan rahatsızlık duymayarak ama kente yakınlığın verdiği deneyim ve güvenle, kentlilerden daha iyi koşullarda olduklarını söylemekte ve köyde uyumlu, dostça bir iletişim ortamı sürdürmektedirler. 23 yıl önce doktora tezim sırasında coğrafi koşulları nedeniyle TV izleyemeyen bu köyde bugün uydu, çanak, internet olanakları olsa da TV ile yakın bir ilişkileri bulunmamakta. Medya ile yakın ilişki içinde olanlar ise ilk ve ortaöğretim öğrencileri ile kentteki akrabalarıdır.

Medya kullanımı kısıtlı olanlar için televizyon dizileri sadece eğlence, stüdyolardaki katılımcılar ise *tanımadıkları için* haklarında yorum yapamayacakları yabancılardır. Köy yaşantısı, gündelik pratikte televizyon izlemeye zaman bırakmamakta, böylece televizyon bağımlısı olmanın neden olduğu yabancılaşma da yaşanmamaktadır. Medyadaki gerçeklik görüntüleri, köyde yaşayanların her anlamda mesafeli oldukları bir gerçekliktir.

Ek

Facebook çağrısı Şile ve İstanbul'da yaşayanlar için: Erkekler çevre köyleriyle futbol turnuvaları düzenliyorlar ve Fenerbahçe ya da Galatasaray'ı tutuyorlar. Facebook'da AĞVA grubu içinde aktif olan Çataklı'lı gençler var. Aşağıdaki metinde gramer yanlışları özellikle düzeltilmemiştir:

Facebook'ta AĞVA grup sayfası: 17 Mayıs 2010 günü üyelere yapılan toplantı çağrısı
23 Mayıs ÇATAKLI KÖYÜ HIDRELLEZ ŞENLİKLERİ (Kaçırmayın)
:::AĞVA::: üyelerine
... 17 Mayıs, 01:30 Yanıtla
ÇATAKLI KÖYÜNÜN MUHTEŞEM MANZARALI TEPELERİNDE (Türbelerin olduğu tepede)
AĞVAMIZIN EN BİLİLEN HIDRELLEZ ŞENLİKLERİNDEN BİRİ GELENEKLERİN ÖN PLANA ÇIKTIĞI BİR ETKİNLİK
Program İçeriği:
MEVLÛD-U ŞERİF VE KURANI KERİM TİLAVETİ HIDRELLEZ YEMEĞİ (Yemek sırasında İlahiler, Dualar okunur) EŞSİZ BİR SOHBET ORTAMI YÖREDEKİLERİN VE ÇATAKLI KÖYÜ SAKİNLERİNİN İKRAMI (PEYNİR DAĞITIMI) HANİ DERLER YA BÜYÜKLERİMİZ
HIDRELLEZDE PEYNİR YEMEYE ÇIKIN DİYE
Bolluk ve bereketin sembolü olan bütün bir yılın bereketli geçmezi için yapıldığını tahmin ettiğim bu peynir dağıtım işi, hidrellezin bizim yöremizdeki en bilinen adetlerindedir. Bunu günümüzde yaşatmaya gayret eden ve buna imkân olan köyümüz ise ÇATAKLI, köyüdür. Bu yüzden böyle bir ortamı ve fırsatı kaçırmamanızı tavsiye ederim.
AYRICA: çevrenizde alışveriş için standlar görebilirsiniz
VE ÇOK ÖNEMLİ NOT:
LÜTFEN ÇEVREMİZİ VE DOĞAYI KİRLEMEYELİM, KİRLETENLERİ UYARALIM BU DOĞA HEPİMİZİN.
AĞVA BİZİM

Kaynakça

- Adorno, Theodor. W. (1991). *The Culture Industry*. London: Routledge.
- Anders, Gunther (1964). "The Phantom World of TV." *Mass Culture*. David M. White ve Bernard Rosenberg (der.) içinde. New York: Free Press.
- Aziz, Aysel (2006). "Dünyada ve Türkiye'de İletişim Araştırmaları." *Kültür ve İletişim* 9(1): 9-31.
- Cangöz, İncilay, vd. (2009). "Telegörsel Forumlarda Kadın: Kentli Yoksul Kadın, Kamusal Forumları Nasıl Algılıyor?" *Karaelmas 2009: Medya ve Kültür*. Nurçay Türkoğlu ve Sevilen Toprak Alayoğlu (der.) içinde. İstanbul: Urban. 253-267.
- Çaylı, Emek (2009). *Kamusalılık, Mahremiyet ve Medya: 'Kadın Tartışma Programları' Üzerine Etnografik Bir Araştırma*. (yayımlanmamış doktora tezi.) Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hartman, Maren (2006). "Media ethnography: Method, methodology or research philosophy?" *Researching Media, Democracy and Participation: The Intellectual Work of the 2006, European Media and Communication Doctoral Summer School*. Nico Carpentier, vd. (der.) içinde. Tartu: Tartu University Press. 251-261.
- Kejanlıoğlu, D. Beybin (1995). "Kamusal Alan, Televizyon ve 'Siyaset Meydanı'." *Birikim* 68-69: 39-64.
- Kejanlıoğlu, Beybin ve Nilüfer Timisi (1993). "Talk Show ve Alımlama: Bir Örnekolay olarak 'Laf Lafı Açıyor'." *A.Ü. İLEF Yıllık '92*: 329-372.
- Kılıçbay, Barış (2005). *Türkiye'de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü*. (yayımlanmamış doktora tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KONDA (2009). "Who Are We? Lifestyles Survey." www.konda.com.tr Erişim Tarihi: 18.06.2010.
- Livingstone, Sonia (2000). 'On the Cutting Edge, or Otherwise, of Media and Communication Research.' *Nordicom Information* 22(2): 7-13. www.lse.ac.uk. Erişim tarihi: 12.02.2008.

- Livingstone, Sonia (1998). "Prospects for Audience Reception Studies." *Media, Ritual and Identity*. Tamar Liebes ve James Curran. 237-255.
- Murphy, Patrick D ve Marwan M. Kraidy (der.) (2003). *Global Media Studies: Ethnographic Perspectives*. New York-London: Routledge.
- Tokgöz, Oya (2003). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi." *Kültür ve İletişim* 6(1): 9-32.
- Türkay, Cevdet (1979). *Osmanlı İmparatorluğunda Oymak, Aşiret ve Cemaatler*. İstanbul: Tercüman Kaynak Eserler Dizisi.
- Türkoğlu, Nurçay (2009). "Medya ve İletişim Çalışmalarının İçerisi-Dışarısı." *Méthodos: Kuram ve Yöntem Kenarından*. Dilek Hattatoğlu ve Gökçen Ertuğrul (der.) içinde. İstanbul: Anahtar. 281-296.
- Türkoğlu, Nurçay (der.) (2004). *Kültürel Üretim Alanları: Renkli Atlas*. İstanbul: Babil.
- Türkoğlu, Nurçay (1988). *Toplumsal Değişimde TV İzleyiciliği: TV İzleyen ve İzlemeyen İki Köyde Karşılaştırmalı Alan Araştırması*. (yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yumlu, Konca (2007). "Acceptance of Internationally Based Genres." *The Media and International Communication*. Barbara Lewandowska Tomaszczyk, vd. (der.) içinde. Berlin: Peter Lang. 277-288.

