

YARIŞMA
PROGRAMLARININ
YAYGINLIĞININ
VE
ETKİLERİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİ

Hazırlayan:

Eyyub APAK

Rehber Öğretmen. & Psikolojik Danışman

Naz Özdilek İlkokulu

SUNUM

AKIŞI

- Türkiye’de Yarışma Programları ve Ortaya Çıkış Nedenleri
- Yarışmaların Popüler Olma Nedenleri
 - Toplum Yapısı
 - Psikolojik Faktörler
 - Çekici Faktörler
- Cevaplanması Gereken Sorular
- Yarışmaların Sunuş Yöntemi
 - Gerilim Müziği
 - Kritik Noktada Yayının Kesilmesi ve Reklama Gidilmesi
 - Verilen Gereksiz Bilgiler
- Nasıl Etkiliyor?
 - Genel Değerlendirme
 - Özel Hayat
- Sonuç
- Boşa Giden Zamanın Hesaplanması
- Kaynakça

Türkiye’de Yarışma Programları ve Ortaya Çıkış Nedenleri

➤ Türkiye’de şu ana kadar yüzlerce yarışma programı yayına sunulmuştur ve günümüzde hala birçok yarışma programı devam etmektedir.

(Survivor, Yetenek Sizsiniz, Aileler Yarışıyor, Ben Bilmem Eşim Bilir vs...)

Neden

- Günümüz dünyası, kültürlerin sürekli birbirleriyle etkileşim halinde olduğu, uzaklık-yakınlık kavramlarının farklılaştırıldığı, değerler dizgesinde değişimlerin yaşandığı, her şeyin birbirinin içerisine girdiği **küresel köy terimine uygun** bir hal almıştır.

Neden

- Batı kültürü; özellikle de Amerikan kültürü hem **küreselleşmenin aktörü** olarak hem de medya ağlarını elinde bulundurarak küreselleşmeyi **(yeni bir dünya düzenini)** gerçekleştirmektedir.
- Küreselleşmenin öznesi olarak kendisini kuran ve bunu da bütün dünyaya dayatan **Amerika ve diğer bazı kapitalist ülkeler**, dünyada neredeyse tüm ülkelerin kültür ve değerlerinde **yozlaştırıcı etkilerini** hissettirmektedir.

Neden

- Yarışma programlarının batılı kapitalist kültürün egemen değerleri olan bireyci, rekabete ve yarışmaya dayalı, sınıf atlama ve daha çok tüketim imkanına kavuşmayı amaçlayan egemen değerlerini topluma aktarmasıyla ve bu programı izleyenlerin de bu değerleri ve ideolojileri farkında olarak veya olmadan içselleştirmesiyle **kültür emperyalizmi** gerçekleşir.

Neden

- Maalesef toplumumuz da batılı medya içeriklerinin ithali ile kültür emperyalizmine maruz kalmıştır. Bunun bir uzantısı olarak **ahlaki açıdan çöküntünün toplumumuzda birinci sorun haline gelmesi; gazetelerin bitmek tükenmek bilmeyen, sürekli artış gösteren üçüncü sayfa haberleri** bu konuda ne yazık ki hızla yozlaştığımızı gözler önüne sermektedir.

Özetle...

- **Batılı program içeriklerinin ithali ya da onların taklidi olan programların yerel olarak üretilmesiyle, batılı toplumlara ait egemen ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel pratikler ile değer ve ideolojiler de yayılmaktadır.**
- **Bunun sonucunda kapitalist olmayan ilişkiler ve değerlere sahip olan kültürler ortadan kalkmakta bunun yerine batınının yarışma ve rekabete dayalı kültürü egemen olmaktadır.**

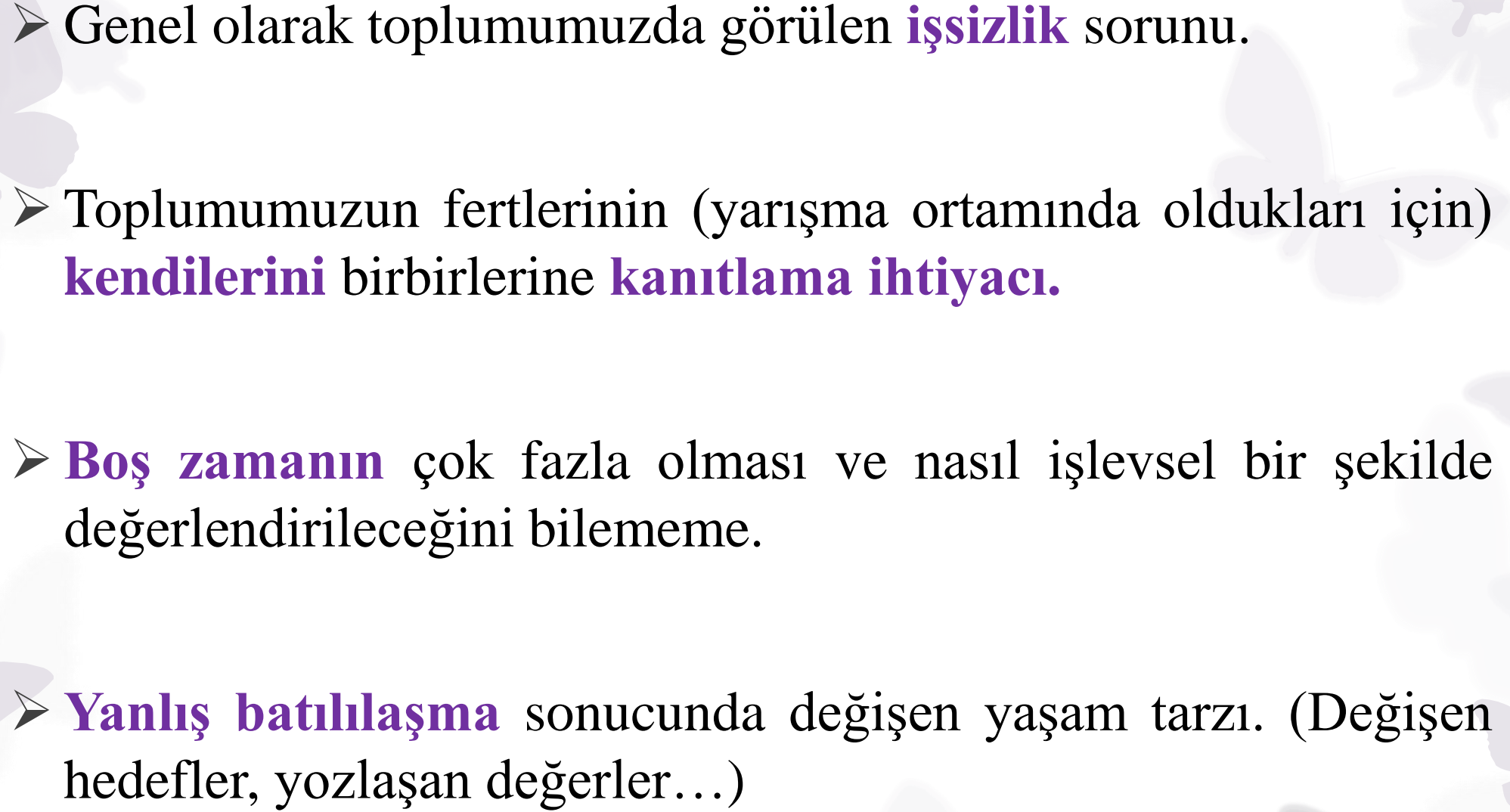
YARIŞMALARIN POPÜLER OLMA NEDENLERİ

- Reyting oranı en yüksek olan yayınların başında yarışma programları gelir.
- Yarışma programlarının bu başarıyı yakalamasındaki birçok faktör vardır. Bu faktörler 3 alt başlık halinde sıralanacaktır.

-Toplum Yapısı

Yarışma dediğimiz zaman toplumumuzda bu olguyu her alanda görebiliriz.

- **Öğrencilerin** okula başladıkları andan mezun oluncaya kadar içinde buldukları yarış ortamı süreci. (Geçmesi gereken sınavlar, geride bırakması gereken kişiler...)
- **Aileler;** her ebeveyn çocuğunun daima akranlarından daha başarılı olmasını ister ve onları kendilerine has sözleriyle bu yarışma ortamına hazırlar. (Bak komşunun, amcanın, teyzenin çocuğuna...)
- **Geçim** konusunda ülkemizde büyük bir ferahlığın olmaması. Çalışan kesimin büyük oranda asgari ücretle veya bundan biraz daha fazla ücretle çalışması ve bu nedenden dolayı herhangi basit bir yoldan para kazanıp geliri hızlıca arttırma ve hayallere kestirme yoldan ulaşma isteği...

- 
- Genel olarak toplumumuzda görülen **işsizlik** sorunu.
 - Toplumumuzun fertlerinin (yarışma ortamında oldukları için) **kendilerini** birbirlerine **kanıtlama ihtiyacı**.
 - **Boş zamanın** çok fazla olması ve nasıl işlevsel bir şekilde değerlendirileceğini bilememe.
 - **Yanlış batılılaşma** sonucunda değişen yaşam tarzı. (Değişen hedefler, yozlaşan değerler...)

-Psikolojik Faktörler

Yarışmaların popüler olmasının birçok farklı şekilde psikolojik açıklaması vardır.

- Geçmişleri başarısızlıklarla dolu, toplumda dışlanan ya da gözde olmayan bireyler yani **aşağılık kompleksi** içinde olan insanlar bu psikolojik durumdan dolayı yarışmada bildiği sorularla veya tahmin ettiği doğru olaylarla, sonuçlarla başkaları tarafından fark edilmek, onaylanmak; kendilerini sürekli olarak kanıtlamak isterler.

- **Üstünlük kompleksi** içinde olanlar sürekli bir şeyleri başarmak, her zaman en iyiye ulaşmak, en mükemmel olmak vs. gibi özelliklere sahiptirler ve kendilerini her zaman her şeyi bilen ve her şeye hakim olan kişi olarak görmek ve böyle bilinmek isterler.
- Genel olarak **geniş aileden oluşan toplum**. Kardeş sayısı birden çok olan ailelerde kardeşler arası sürekli üstünlük-aşağılık kompleksi çatışması yaşanır ve bu tüm kardeşleri yarışmacı bir ortama sürükler.
- Örneğin; **en küçük kardeş** büyük kardeşleri karşısında sürekli bir aşağılık duygusu hisseder ve onların başardığı birçok şeyi o başaramaz. **Büyük kardeş** ise kendisinden küçük olanlara karşı bir üstünlük kompleksi içindedir. Çünkü ailenin büyüğüdür ve kardeşlerinden önce bir şeyi başarmak durumundadır. Bu psikolojik süreçleri yaşayan kardeşler için yarışmayı seyretmek ve sorunun veya olayın sonucunu **tek veya ilk doğru tahmin eden olmak** önemlidir ve bunu başardığında mutlu hisseder.

➤ **Bitirilmemiş işler.** Günlük hayatta yapmak istediği, arzuladığı ama yapamadığı birçok olay nedeniyle önceden elde edemediği, hissedemediği başarı, statü, saygınlık duygularını bir şekilde yarışma programlarını aktif izleyerek ve tüm yarışmaya aktif bir şekilde katılarak elde ettiği tahmine dayalı başarılarından dolayı bir zevk alma, birçok alandaki doyumsuzluğunu bu şekilde giderme çabası.

➤ **Saygınlık.** Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre birey beslenme, güvenlik, barınma, sevme-ait olma, **saygınlık, statü**, kendini gerçekleştirme gibi ihtiyaçları karşılamayı arzular.

Yarışmalarda sunulan “büyük ödülü” hayal eden ve gelecekte bir gün bu paraya gerçekten sahip olabileceğine inanan birey böylece arzuladığı saygınlığa; tanınırlığa, statüye ulaşmış olacağını düşünerek psikolojik olarak doyum sağlar.

-Çekici Faktörler

- Her yarışmanın sonunda galip olan yarışmacıya hatırı sayılır bir **ödül** vermek. Buradaki ödül insanların epeyce dikkatini çekmektedir.
- Ödüller genellikle beş yüz bin liralara veya milyon liralara anılırken ister istemez bu insanda bir merak duygusu oluşturmaktadır. Kişi **bilinçaltında bu hedefe** ulaşmayı istediği yani bu kadar paraya sahip olmayı hayal ettiği için bu yarışmayı takip etmesi gerektiğini düşünür.
- Bu hayalle her yıl milyonlarca insan çeşitli yarışmalara başvuruda bulunmaktadır.
- Çoğu insan yarışmada kendisinin yer alması halinde rahatlıkla kazanabileceğini ve zengin olup hayallerine hemen ulaşabileceğini hayal eder.
- Yarışmanın sonunda kendisiyle **özdeşleştirdiği** birinin veya hiç ummadığı, ihtimal vermediği birinin kazanması halinde kendisini bu ödülü kazanmışçasına takdir eder ve böylece farkında olmadan psikolojik olarak doyum sağlar. Bir gün bu ödülü kendisinin de kazanabileceğine ve zengin olacağına olan inancı daha da kuvvetlenir.

-Çekici Faktörler

- **Yer seçimi.** Yer seçimi konusunda ya çok resmi bir yer seçilir veya müthiş güzellikler barındıran her insanın hayalinde ulaşmak istediği doğal mekanlar seçilir. Herkes TV’de gösterilen gibi denizin, güneşin, yeşilin, doğallığın olduğu bir mekanda bulunmayı düşler. Bu cazibedar mekan izleyicinin gözüne hitap eder.
- **Yarışmacıların genel olarak halka benzemesi.** Yarışmayı piyasaya arz edenler öyle karakterlere sahip olan yarışmacılar seçer ki yaşam hikayeleriyle izleyici kitlesinin bu yarışmacıları kendileriyle **özdeşleştirmelerini** sağlamaya çalışırlar.
- Böylece izleyici, kendisi ile benzeşen bireyin başarılı olması için gerekirse SMS ile destekleyerek programı sürekli takip etme ve kaçırmamaya dikkat etme gibi davranışlar sergiler. Sonuç olarak medya kuruluşu izleyiciyi bu yolla ekran başına sabitler.
- Kendisiyle benzeşen, desteklediği kişinin başarısız olması durumu bu bireye rahatsızlık hissi verir. Çünkü o kaybederse psikolojik olarak kendisini de sanki yarışmayı kaybetmiş gibi telakki eder.

CEVAPLANMASI GEREKEN SORULAR ?

- Sadece 1000 TL ödüllü bir yarışma programının milyonlarca izleyici kitlesi olabilir mi?
- Reyting sıralamasında en fazla izlenen ilk 3 programın arasına girebilir mi?
- Her yıl milyonlarca insan böyle bir yarışmaya başvuru yapar mı?
- Survivor, Ben Bilmem Eşim Bilir... gibi yarışmalar insanların boş zamanlarını etkili değerlendirmeleri ve gülüp, eğlenmeleri amacıyla mı sunulurlar?
- Yarışma programlarını piyasaya sunanlar zenginliklerine zenginlik katma mı derdindedir yoksa bizim boş zamanımızda sıkılmamıza dayanamayıp, üzülüp, dertlenip bizim mutlu olmamız için mi çalışmaktadırlar?
- Bu yarışmalar bizim hayatımıza değer katar mı? Kültür düzeyimizin gelişmesine katkı sunar mı? Kendimizi geliştirmemizi sağlarlar mı?
- Bunları izlerken harcadığımız saatler, dakikalar, saniyeler ömür sermayemizden gitmekte değil midir?
- Bu yarışmalara başvurup, milyonlarca kişi arasından yarışmanın icrası için seçilme ve yarışmayı kazanma ihtimali nedir?
- Bu yarışmalar kültürümüzün yozlaşmasına, değerlerimizin yok olmasına neden olmakta değil midir?
- Survivor gibi yarışmalarda sunulan içerikler ahlaki ve kültürel açıdan birçok aykırı unsuru barındırmıyor mu?
- Öyleyse neden bu yarışmalar hala milyonlarca insan tarafından izleniyor?
- Değerli zamanımızı boşa götüren, çalan unsurları belirleyerek hayatımızdan derhal çıkarıp bir an önce kendimizi geliştirmeye başlamamız ve hayallerimiz için somut; gerçekçi adımlar atmamız gerekmez mi?

Yarışmaların Sunuş Yöntemi

➤ Yarışmaları piyasaya arz edenler izleyicileri ekran başında tutmak için yapılabilecek tüm yolları denemişlerdir ve insan psikolojisini etkilemeye yönelik çalışmalarına devam etmektedirler.

- Gerilim Müziği

Seçilen müziklerin tarzı, ritmi; aksiyona göre sesin alçalıp yükselmesi insanların dikkatini aşırı derecede çekmekte ve ciddi anlamda bir merak içine sokmaktadır. **İzleyici o anda sanki onu yaşarmış gibi algılar.** Kendini yarışma moduna sokar. Yarışmacının yaşadığı gerilim ve zorluk izleyiciye de hissettirilmeye çalışılır ve böylece izleyicinin kendini yarışmaya kaptırarak ekran başından ayrılmaması sağlanmış olur.

Müziğin insan psikolojisine etkisi ile ilgili yapılan; yukarıdaki açıklamayı destekleyen bir deneyde iki ayrı grupta bulunan insanlara akvaryumda köpekbalığı izletilmiştir. Gruplardan birine akvaryum gerilim dolu bir müzikle izletilmiş, diğer gruba ise neşeli bir müzik eşliğinde izletilmiştir. Gerilim yüklü müzik dinleyen grup korku ile gerilirken, neşeli müzik dinleyen taraf köpekbalığını tıpkı bir balınayı izler gibi keyifle izlemişlerdir.

Kritik Noktada Yayını Kes – ! REKLAM !

-Merakımızı lehlerine kullanırlar. Örneğin, programın bitimine çok az süre kaldı diyelim.

-İki grubun puanları 5 – 5 olmak üzere eşit. Hedefi vurma oyunu. Son iki yarışmacı kaldı.

-Hangisi başarılı olursa o grup ödülü kazanacak.

-İkisi de başarılı olamazsa bir grup öne geçene kadar atışlar başa sararak uzatılacak...

-A isimli yarışmacı son hakkını kullandı, başarılı olamadı ve sıra B isimli yarışmacıya geldi.

Hedefe elindeki oku fırlattı veeeeeeee..... sonucu göremeden pat “REKLAM”...

Yarım dakikalık kısmı görebilmesi için 10-15 dakika reklama mahkum edilen izleyici... Ne yazık...

O kısmı reklamdan sonra da göstermek için ağır çekim, gerilim müzikleri, alakasız gösterimler...

Seyirciyi kıvrandırır da kıvrandırırılar... Nedir ki ok hedefe gidecek mi gitmeyecek mi bunu görebilsin...!

Öyle kolay değil onu izlemek... Sömürmeden; reklamı göstermeden, yozlaştırmadan izlettirmezler...

Halbuki aylarca süren programın sonunda verilecek ödülün belki de katbekat fazlası sadece bir günde kanalda sergilenen reklamların karşılığında ödenen para sayesinde kazanılıyor... Farkında mıyız?...

Bu programları izleyerek ne yapıyoruz ve hangi amaca hizmet ediyoruz? Aslında izlerken en değerli mücevherden daha değerli olan zamanımızı çöpe atıyor ve medya kuruluşunun kasasını doldurmalarına yardımcı olmakla birlikte en kötüsü kültürümüzden ve değerlerimizden uzaklaşmaya başlıyoruz.

-Gereksiz Bilgiler

İnsanlar yarışmacılara bakıp onların çektiği zorluklar, sakarlıklar karşısında düştükleri duruma gülmektedir ve bu şekilde bir enerji boşalımı, rahatlama sağlamaktadırlar.

Örneğin; Birkaç yıl önce Survivor yarışmasında bir takımın kaldıkları barakada gece uydukları sırada farenin içeride gezdiği görüntüsü izleyicilere sunuluyor.

Burada sorulması gereken sorular şunlardır...

İnsanların mahremi yani gece uydukları zaman onların kamera ile kaydedilmesi ahlaki ölçülere uygun mudur?

Barakanın içine fare girmesi bizi niye ilgilendiriyor? Bize ne?

Gösterilmeye çalışılan onların düştüğü bu gülünç durum mu? Yoksa...

Birbiriyle birinci veya ikinci dereceden akrabalık bağı olmayan

kadın ve erkeklerin küçücük bir mekanda bir arada uyumaları mı?

Bu gereksiz bilgiyle aslında bize gizlice vermek istedikleri mesaj çok tehlikelidir.

Bize dolaylı olarak şunu söylerler;

İnandığımız değerlere aykırı hareket ediyoruz ve siz de arkanıza yaslanarak bizi gayet güzel izliyorsunuz.

Halbuki birey gece her ne kadar üstü sıkı sıkıya örtülü bile olsa kamera ile uykudayken çekilmeyi istemez.

İşte bu, mahremiyet olgusunu yıkmaya çalıştıklarının göstergesidir.

Yani kendi yöntemleriyle fark ettirmeden ahlaki açıdan bizleri yozlaştırmayı asıl olarak hedef almaktadırlar.

Nasıl Etkiliyor?

- Yarışma programları, (Amerika’da devam eden ve Türkiye’ye uyarlanan Survivor vb.) bizim insana, hayata ve nihayetinde **topluma bakış açımızı değiştirmektedir.**
- Bu değişiklikler ilk etapta davranış boyutunda gerçekleşmekte, daha sonra ise değerlerimize sirayet etmektedir.
- Yarışma programları küreselleşme anlayışını ön plana çıkarıp insanlara aşılıyarak **kendi değer anlayışımızdan farklı bir anlayışı** bizlere yaymaya çalışırlar.
- Yarışmada başta takım halinde hareket eden bireyler sonunda sadece bir kişi kazanacağı için zamanla; en yakın arkadaşlar olsalar bile birbirlerine düşman kesilir. Kazanması için diğerlerini herhangi bir şekilde saf dışı bırakmaya çalışır. Bu içerikleri görerek biz de herhangi bir işi yaparken toplumu değil de kendinizi düşünmeye başlarız. Böyle bir anlayış ise neticede “biz” anlayışı yerine maalesef **“ben” in ön plana çıkmasına** neden olur.
- Genetik kodlarımıza aykırı olan “Hep Ben” mantığı kişiler arası ilişkilerde problemler doğurur.

-Genel Değerlendirme

Boş zamanın kapitalist sistem tarafından dizayn edilmesinde medyanın merkezi bir konumu bulunmaktadır. **İnsanların boş zamanlarını tüketmelerinin en yaygın mecrası haline gelen medya, belirlenen sınırlı içeriğiyle tüketim ve eğlenceyi boş zamanın vazgeçilmez unsurları haline getirmiştir.**

Bu bağlamda toplumun en geniş kesimlerine ulaşabilen **televizyon**, bireylerin boş zamanını **cazibedar fitnelerle** neredeyse tamamıyla işgal etmesinin yanı sıra **kapitalist kültürün bütün öğelerini de topluma servis etmektedir.**

Hayatımızda ev işleri, mesleğimiz vs.. nedeniyle yaşadığımız yorgunluk ve strese karşılık **kapitalist sistem boş zamanda eğlenerek ve tüketerek deşarj olmamızı** medya aracılığıyla bizlere benimsetmiştir.

Halbuki birey günlük yaşamın getirdiği stresten kitap, şiir okuyarak, proje üreterek, dil öğrenerek, insanlara yardım ederek, ibadet ederek... kısacası kendini geliştirerek çok daha mükemmel bir şekilde arınabilir.

Survivor programında yarışmacıların zorlu parkurlarda başarı göstermeleri neticesinde alışveriş yapmak üzere AVM'lere götürülmeleri, balonla gezdirilmeleri, otel, aqua park, bar gibi eğlence ortamlarına sokulmaları **büyük mutluluk ve haz kaynağı olan ödülleri olarak sunulmaktadır.**

Bu, **tüketim ve eğlencenin yegâne mutluluk kaynağı olarak izleyiciye lanse edilmesinin** göstergesidir.

Tüketerek ve eğlenerek var olunacağı vurgusu kapitalist sistemin en belirgin yönüdür ve tüm dünyada yayınlanan bu tarz yarışmaları izleyerek boş zamanını geçiren insanlar sayesinde kapitalizm kendisini sürekli yenilemektedir.

Yukarıda yazılanlarla ilişkili olarak;

- İzlediğimiz sayısız reklamların, olumsuz içeriklerin etkisiyle toplumumuz **sürekli tüketen** ve bu bağlamda üretmeyen; kanaatkârlık yerine savurganlığı benimseyen bir toplum hale gelmiştir.
- Tüketimde geldiğimiz nokta; bir yanda **yeme çılgınlıklarımız** diğer yanda ise **alışveriş çılgınlıklarımız ayrıca israfın boyutu** gerçekten korkutucu bir hal almıştır.

- Örneğin; madeni para cepte varsa derhal gereksiz de olsa bir şeyler alarak onların ağırlığından kurtulmak isteriz. Halbuki değer verilmeyen 1 TL, günlük tasarruf ile ayda 30 TL yapar. Bu şekilde her ay en azından bir telefon veya su faturası karşılanmış olur. Fakat kapitalist düzen har vurup harman savurmayı benimsetir.
- Eskiden **tutumlulukla** yıllarca; defalarca onarılmak suretiyle giyilen pantolonlar şimdi artık en küçük bir deforme ve yırtıkta **“At gitsin yenisini alırız.”** tutumu ile yer değiştirmiştir.
- Evde mis gibi yapılan yemekler, çay veya kahve yerine artık en küçük bir zaman darlığı veya yorgunlukta **“Haydi dışarıda bir şeyler yiyelim, içelim.”** fast-food tercihi oldukça sıklaşmıştır. Buna bağlı olarak sağlık problemleri ve obezite yaygınlaşmıştır. Ayrıca ekstra harcamalara bağlı olarak ev ekonomisinde bozulma, aşırı kredi kartı kullanımı, borçlar içinde yüzme gibi durumlar yaygınlaşmıştır.

Tüm bu yazılanlarla ilişkili olarak;

- Dünyanın bir kısmı maalesef **açlık, susuzluk ve ölümlerle savaşıırken**, diğer kısmı ise **obeziteyle baş etmeye** çalışmaktadır.
- Bir yanda insanlar giyinmek için **bir giysi bile bulamazken** diğer yanda **gardıroplardan taşan kıyafetler** küresel dünyanın acımasızlığını gözler önüne sermektedir.

-Özel Hayat

- Yarışma programları ile ortaya çıkan yozlaşma **mahremiyet ve aleniyette ortaya çıkmaktadır.** Korunması gereken gizli alanımız televizyon ve yarışma programları vasıtasıyla gittikçe daralmaktadır. Mahremiyetin daralması ise, popüler olma, zengin olma adına yapılmaktadır.
- Toplum olarak mahremiyete verdiğimiz değer farklılaşmış, **özel hayatlarımız ifşa edilmiş,** kısacası eskisinden farklı bir mahremiyet tanımlaması getirilmiştir.
- Buna bağlı olarak ne üzücüdür ki banyosunu, tuvaletini yaparken bile selfie çeken ve bunu sosyal medyada paylaşıp insanların beğenisine sunan karakersiz insanlar türemiştir.

SONUÇ

- Küreselleşen bir dünya oluşturmak amacı ile yayınlanan bu yarışma programlarını **izlediğimiz her saniyeyle birlikte çektiğimiz milyonlarca fotoğraf karesinin bilinçaltımızda önemli bir yer oluşturmaya başladığı zaman** başlangıçta düşüncelerimiz, değerlerimiz, benimsediklerimiz, algılayışlarımız değişmekte ve ardından davranışlarımıza yansımaktadır.

- Bu tarz yarışmalar **star yaratma** noktasında gençleri **kötü örneklerle** yüz yüze getirmektedir.
- Kişilerin geçmiş dönemlerdeki idolleri kendi başarıları ile bir yerlere gelmiş, yetenekli insanlardı, örnek şahsiyetlerdi.
- Oysa bu tarz yarışma programları sansasyonlarla olumsuz karakterle sahip insanları idolleştirmeye çalışmakta ve böylelikle değerler ekseninde kaymalara neden olmaktadır.
- Sonuç olarak günümüzde bir çocuğun “Ben A isimli Youtube fenomeni veya Survivor’daki yarışmacı gibi olacağım.” ifade etmesi gibi üzücü tablolar yaygınlaşabilir.

- Yarışma programları insanları çalışmaya yönelteceği yerde **kolay yoldan para kazanmayı teşvik eder** hale gelmiştir. Geçmişinden bugüne hep çalışarak, alın teriyle para kazanarak geçimini sağlamaya çalışan Türk toplumunda, Amerikan menşeli yarışma programlarıyla birlikte çalışmadan, emek vermeden para kazanma popüler hale gelmiştir.
- Değerler ekseninde böylece kısa yoldan para kazanma hevesi yaygınlaşmıştır. Böylelikle “ekmeğini taştan çıkarma” tabiri maalesef maziye karışacaktır.
- Buna bağlı olarak şans oyunlarına gösterilen rağbet maalesef giderek artmaktadır.

- **Bu yarışma programları sevgi yerine parayı, mahremiyet yerine aleniyeti, dostluk, sadakat yerine faydayı ve çıkarı, kanaatkârlık yerine savurganlığı, insani değer yerine reytingi bilerek veya bilmeyerek yerleştirme çabasında olmuştur.**
- Bütün bunlar ile birlikte; hemen hemen **bütün ilişkilerimizde paranın belirleyiciliği** ortaya çıkmaktadır.
- **Arkadaş çevremizin başarılarıyla övünüp gururlanmak yerine içimizi kin, nefret, hırs, kıskançlık kaplar oldu. Arkadaşımız bizden daha üst bir makamda olduğu için onun adına sevinmek yerine kendimizi kahreder olduk.**
- **Yakın arkadaşların haset kaynaklı birbirleriyle şiddetle tartışmaları sonucunda arkadaşlık ilişkilerinin saçma nedenlerden dolayı sonlanması acı gerçeği yaygınlaştı.**

- Gün geçtikçe sosyal açıdan **önem vermemiz gereken konulara duyarsızlaşmakta** ve ilgimizi, enerjimizi ve zamanımızı medya güçlerinin istediği yönde boş yere harcamaktayız.
- Boş zamanımızda üretim projesi hayal etme, kendini geliştirme, topluma hizmet üretme, toplumsal sorunlara odaklanma ve çözüm üretme... gibi sayısız olumlu yapabileceklerimiz varken maalesef **potansiyelimizi medyaya esir ettik.**
- Hayatta sahip olabileceğimiz belki yüzlerce güzel hedef olabilirken bu programları izlemeyle birlikte **amaçlarımızın en başına maalesef «Paraya Ulaşma» yı yerleştirdik.**
- **Saf pragmatist, her ilişki ağında çıkar örüntüsü** olan ve her zaman bireyci bir şekilde bir hedefi başarmak isteyen bir toplum olma yolunda bu yarışma programlarını izlediğimiz sürece ne yazık ki koşarak ilerliyoruz.

FAKAT
GÜÇLÜ BİR İRADE ORTAYA KOYARSAK...
ZAMAN İSRAFINA NEDEN OLAN BU TÜR PROGRAMLARI İZLEMekten KENDİMİZİ
ALIKOYARIZ...

HESAPLAMA

Günde 2 saat TV yarışma programına, diziye... ayrılan veya boşa giden zaman;

Ayda 60 saat (İki buçuk gün),

Yılda yaklaşık 730 saat (1 ay; yuvarlama),

50 yılda yaklaşık (50 ay yani 4 yıl; yuvarlama) zamanımıza mal olur.

Lütfen bu sunumdan elde ettiğiniz bilgiler doğrultusunda sahip olduğunuz zamanın kıymetini fark ediniz.

Her geçen saniyenin ömür sermayesinden gittiğini ve bir daha geri getirilemediğini unutmayınız.

Zamanınızı kişisel gelişiminize, kültürünüze, hayatınıza, topluma ve dünyaya değer katacak uğraşlar ile harcamaya dikkat ediniz.

...LÜTFEN CEVAPLAYINIZ...

Toplam ömrümüzün 50 yıllık kısmının saf 4 yılı televizyon karşısında değil de

Dolu dolu kitap okuyarak, kendimizi geliştirerek geçseydi nasıl olurdu?

**Sunumu
ilgiyle ve dikkatle okuduğunuz için
sayın öğretmenlerimize, değerli velilerimize ve
sevgili öğrencilerimize teşekkür ederim.**

**Ömür sermayemizde önemli bir yer tutan boş zamanlarımızı
nitelikli etkinliklerle, kendimizi her an geliştirerek ;
dolu dolu geçirmemizi temenni ederim...**

**Rehber Öğretmen & Psikolojik Danışman
EYYUB APAK**

NAZ ÖZDİLEK İLKOKULU

KAYNAKÇA

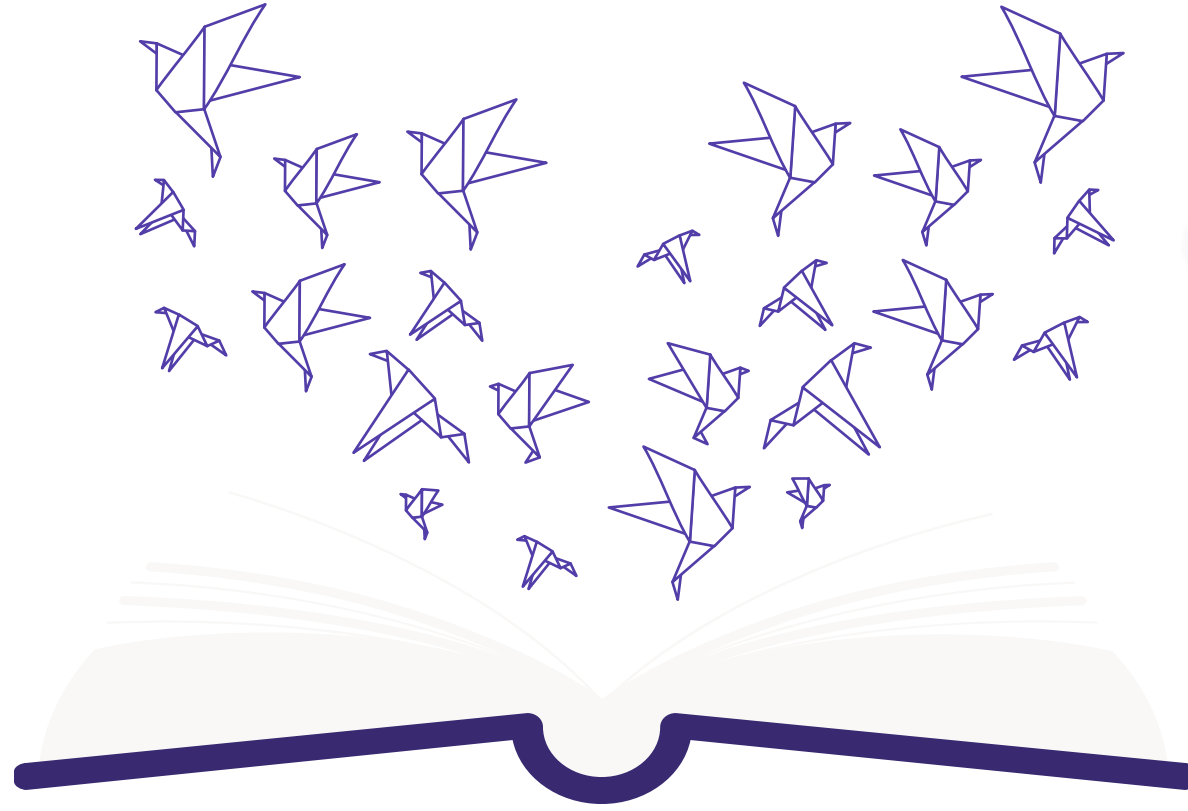
Sekmen, M. (2010). Küreselleşme ve değerler bağlamında televizyon yarışma programlarının bir analizi. Yüksek lisans tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi, Erzurum

Yaylagül, L. (2004). Yarışma programları, medya ve kültür emperyalizmi, bir kültür emperyalizmi aracı olarak yarışma programları: Kim 500 milyar ister örneği. Doktora tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara Üniversitesi, Ankara.

Köseoğlu, M. (2012). Televizyon yarışma programlarında bireyin araçsallaşması: Var Mısın Yok Musun örneği. Yüksek lisans tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Seçinti, Ö. (2017). Eğlence programlarında boş zaman ve tüketim kültürünün temsili: Survivor All Star örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi, Erzurum

<http://karnavalsanat.com/blog/genel/ses-muzik-ve-psikoloji/>
(29.05.2020)



Teşekkürler

Rehber Öğretmen & Eyyub
Psikolojik Danışman APAK