

**MEDYADA KÜLTÜREL VE TOPLUMSAL DEĞİŞİM:  
KAMU YAYINCILIĞI VE TECİMSEL KANAL ÖRNEĞİNDE  
YAPRAK DÖKÜMÜ VE AŞK-İ MEMNU İNCELEMESİ**

**Zehra UZUNER**

**Yüksek Lisans Tezi  
Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı  
Yrd. Doç. Dr. Adem YILMAZ  
2013  
Her Hakkı Saklıdır**

**ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**Zehra UZUNER**

**MEDYADA KÜLTÜREL VE TOPLUMSAL DEĞİŞİM:**  
**KAMU YAYINCILIĞI VE TECİMSEL KANAL ÖRNEĞİNDE YAPRAK**  
**DÖKÜMÜ VE AŞK-İMEMNU İNCELEMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ YÖNETİCİSİ**  
**Yrd. Doç. Dr. Adem YILMAZ**

**ERZURUM - 2013**



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Yrd. Doç. Dr. Adem YILMAZ danışmanlığında, Zehra UZUNER tarafından hazırlanan bu çalışma 05. /07/2013 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından RADYO, TV VE SİNEMA Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**Başkan** :Yrd. Doç. Dr. Adem YILMAZ

İmza: 

**Jüri Üyesi** :Yrd. Doç. Dr. Elif Küçük DURUR

İmza: 

**Jüri Üyesi** :Yrd. Doç. Dr. İrfan HİDİOĞLU

İmza: 

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. .... / ..... / .....

Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM

Enstitü Müdürü



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



## TEZ BEYAN FORMU

05/07/2013

### SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

#### BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “MEDYADA KÜLTÜREL VE TOPLUMSAL DEĞİŞİM: KAMU YAYINCILIĞI VE TECİMSEL KANAL ÖRNEĞİNDE YAPRAK DÖKÜMÜ VE AŞK-I MEMNU İNCELEMESİ” adlı eser-metin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, eser-metin kağıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

05/07/2013

Zehra UZUNER

**İÇİNDEKİLER**

<b>ÖZET</b> .....	<b>IV</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>V</b>
<b>KISALTMALAR DİZİNİ</b> .....	<b>VI</b>
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	<b>VII</b>
<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	<b>VIII</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

**BİRİNCİ BÖLÜM****TÜRK TELEVİZYON PROGRAMLARININ KÜLTÜR VE TOPLUM  
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**

<b>1.1. KİTLE TOPLUMU VE KİTLE KÜLTÜRÜ</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.1. Enformatik Kitle Tüketim Kültürüne Doğru</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2. MEDYANIN TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL SÜREÇLERE ETKİSİ</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2.1. Popüler Kültürün Oluşmasında Televizyonun Rolü</b> .....	<b>16</b>
<b>1.3. TÜRKİYE’DE TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL DEĞİŞİM</b> .....	<b>19</b>
<b>1.3.1. Türkiye’de Yaşanan Değişim Sürecinde Televizyon Programlarında     Kullanılan Kültürel Öğeler</b> .....	<b>22</b>
<b>1.3.1.1. Evlilik Programları</b> .....	<b>25</b>
<b>1.3.1.2. Yarışma Programları</b> .....	<b>26</b>
<b>1.3.1.3. Televizyon Dizileri</b> .....	<b>27</b>

**İKİNCİ BÖLÜM****KÜLTÜREL ÜRETİM FORMU OLAN TELEVİZYON DİZİLERİ**

<b>2.1. TELEVİZYON ANLATISINDA ÜRETİMİN BELİRLEYİCİ UNSURLARI</b> .....	<b>30</b>
<b>2.1.1. Televizyon Anlatısının Akışı ve Hazla İlişkisi</b> .....	<b>31</b>
<b>2.1.2. Televizyon Anlatısında Gerçeklik</b> .....	<b>34</b>
<b>2.1.3. Televizyon Anlatısında İdeoloji</b> .....	<b>36</b>
<b>2.2. TELEVİZYON ANLATIM FORMU OLAN TELEVİZYON DİZİLERİ</b> .....	<b>39</b>

2.2.1. Televizyon Dizilerinin İzleyici Üzerindeki Etkisi .....	43
--	----

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### AŞK-I MEMNU YAPRAK DÖKÜMÜ, DİZİLERİNİN TRT VE KANAL D ÖRNGİNDE KARŞILAŞTIRILMALI OLARAK İNCELENMESİ

3.1. TRT (1975- 1988) YAYIN POLİTİKASI.....	47
3.2. ÖZEL KANALLARDA DİZİ YAYIN POLİTİKASI .....	49
3.3. UYARLAMA DİZİLER: AŞK-I MEMNU, YAPRAK DÖKÜMÜ.....	50
3.3.1. TRT (1975) Aşk-ı Memnu.....	50
3.3.1.1. Dizi Özeti .....	52
3.3.2. TRT (1988) Yaprak Dökümü .....	53
3.3.2.1. Dizi Özeti .....	54
3.3.3. (2006) Yaprak Dökümü .....	56
3.3.3.1. Dizi Özeti .....	56
3.3.4. (2008) Aşk-ı Memnu .....	57
3.3.4.1. Dizi Özeti .....	59
3.4. AŞK- I MEMNU VE YAPRAK DÖKÜMÜ DİZİLERİNİN İNCELENMESİ .....	59
3.4.1. (1975 ve 2008) Aşk-ı Memnu Dizilerinin Karşılaştırılması .....	60
3.4.1.1. Toplumsal Roller .....	61
3.4.1.1.1. Uyarlamalarda Kadınların Sosyal Konumları.....	61
3.4.1.1.2. Değişen Kadının Temsili .....	63
3.4.1.1.3. Geleneksel Kadın Temsili.....	64
3.4.1.2. Anlatıda İdeoloji .....	65
3.4.1.3. Mekânsal Farklar .....	68
3.4.1.4. Aile Unsuru .....	70
3.4.1.5. Aşk-ı Memnu Anlatım Unsurları .....	71
3.4.1.6. Değişen Değerler .....	77
3.4.2. (1988 ve 2006) Yaprak Dökümü Dizilerinin Karşılaştırılması.....	78
3.4.2.1. Toplumsal Roller .....	79
3.4.2.1.1. Uyarlamalarda Kadınların Sosyal Konumları.....	80

3.4.2.1.2. Geleneksel Kadın Temsili.....	81
3.4.2.1.3. Değişen Kadın Temsili.....	82
3.4.2.2. Anlatıda İdeoloji .....	83
3.4.2.3. Mekânsal Farklar .....	84
3.4.2.4. Aile Unsuru .....	87
3.4.2.5. Anlatım Unsurları.....	87
3.4.2.6. Değişen Değerler .....	92
<b>SONUÇ.....</b>	<b>93</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>97</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>101</b>

**ÖZET****YÜKSEK LİSANS TEZİ****Zehra UZUNER****MEDYADA KÜLTÜREL VE TOPLUMSAL DEĞİŞİM:  
KAMU YAYINCILIĞI VE TECİMSEL KANAL ÖRNEĞİNDE YAPRAK DÖKÜMÜ VE AŞK-I  
MEMNU İNCELEMESİ****Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Adem YILMAZ****2013, 101 sayfa****Jüri: Yrd. Doç. Dr. Adem YILMAZ  
Yrd. Doç. Dr. Elif KÜÇÜK DURUR  
Yrd. Doç. Dr. İrfan HİDİROĞLU**

Son dönemde Türk televizyon kanalları, popüler hale gelen yeni bir yönelim içerisine girmiştir. Ekranlar, edebi anlatı ile televizyon anlatısını kaynaştırma çabasının bir ürünü olarak edebiyat eserlerinden uyarlanan dizilerle dolmaya başlamıştır. Televizyonda farklı dönemlerde yayınlanmış olan Yaprak Dökümü ve Aşk-ı Memnu dizileri de Türkiye'deki sosyal değişim ve çelişkileri yansıtması ve kitle kültürü düzeyinde nasıl ele alındığını göstermesi açısından önemlidir.

Araştırmada, TRT'de yayınlanan Aşk- Memnu (1975), Yaprak Dökümü (1988), ve Kanal D de yayınlanan Yaprak Dökümü (2006), Aşk-ı Memnu (2008), dizileri kaynak alınmıştır. Ele alınan diziler, söylem analizi tekniği ile incelenerek dizilerdeki kültürel farklılıklar ortaya konmaya çalışılmıştır. Dizilerde televizyonun ticari kaygılarının belirleyici etkileri görülmüştür. Diziler romanda anlatılan hikâyeyi günümüze uyarlamış, popüler oyuncularını kadrosuna almış, görsel açıdan zengin bir dünya yaratmış, evrensel bir tema işlenmesinin yanı sıra televizyonun ilgi çekici, izleyiciyi çekme unsurlarının hemen hepsini kullanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür, Kitle Kültürü, Popüler Kültür, Medya, Televizyon, Dizi



**ABSTRACT****MASTER THESIS****CULTURAL AND SOCIAL CHANGE IN THE MEDIA:  
STUDY OF AŞK-I MEMNU AND YAPRAK DÖKÜMÜ UNDER PUBLIC  
BROADCASTING AND COMMERCIAL CHANNELS****Zehra UZUNER****Advisor: Assist. Prof. Dr. Adem YILMAZ****2013, Page: 101****Jury: Assist. Prof. Dr. Adem YILMAZ (Advisor)  
Assist. Prof. Dr. Elif KÜÇÜK DURUR  
Assist. Prof. Dr. İrfan HIDIROĞLU**

Recently, Turkish television channels gravitate towards a new tendency which has become popular. As a product of efforts to blend literary works and television narration, there have been many series based on literary works. Yaprak Dökümü and Aşk-ı Memnu, which were broadcasted in different times, are also important to reflect social change and contradictions and to show how it is dealt in terms of mass culture.

In the study, resources are Aşk-ı Memnu (1975), Yaprak Dökümü (1988) which are broadcasted in TRT and Yaprak Dökümü (2006), Aşk-ı Memnu(2008) which are broadcasted in Kanal D. Cultural differences in the series are presented by examining those series by discourse analysis technique. In the series, indicative effects of commercial concerns of television have been seen. In the series, story in the novel is adapted to today, popular actors and actresses are chosen up, as well as using a universal theme, and almost all the elements to attract viewers are used

**Key Words:** Culture, Mass Culture, Popular Culture, Media, Television, Series

**KISALTMALAR DİZİNİ**

- ABD : Amerika Birleşik Devletleri
- BBC : British Broadcasting Corporation
- TRT : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

**ŞEKİLLER DİZİNİ**

<b>Şekil 3.1.</b> Aşk-1 Memnu .....	60
<b>Şekil 3.2.</b> Bihter ve Behlül Sahneleri.....	64
<b>Şekil 3.3.</b> Aşk-1 Memnu (2008) Dizi Jeneriği.....	67
<b>Şekil 3.4.</b> Aşk-1 Memnu (1975) Adnan Bey'in Köşkü .....	69
<b>Şekil 3.5.</b> Aşk-1 Memnu (2008) Behlül'ün Odası.....	69
<b>Şekil 3.6.</b> Aşk-1 Memnu Beşir Karakteri .....	73
<b>Şekil 3.7.</b> 1975- Aşk-1 Memnu Final Sahnesi.....	76
<b>Şekil 3.8.</b> 2008 Aşk-1 Memnu Final Sahnesi .....	77
<b>Şekil 3.9.</b> Yaprak Dökümü Dizi Afişleri .....	78
<b>Şekil 3.10.</b> Yaprak Dökümü " Ferhunde" Karakteri .....	82
<b>Şekil 3.11.</b> Yaprak Dökümü (1988) Konakta Aile Fotoğrafi.....	85
<b>Şekil 3.12.</b> Yaprak Dökmü (2006) Evin Salonunda Geçen Bir Sahne.....	86

**TABLolar DİZİNİ**

<b>Tablo 3.1.</b> Aşk- Memnu Eseri ve Uyarlamalarındaki Karakter Analizi.....	74
<b>Tablo 3.2.</b> Yaprak Dökümü Eseri ve Uyarlamalarında Karakter Analizi. ....	89

**ÖN SÖZ**

Bu çalışmada en etkin kitle iletişim aracı olarak sunulan televizyonun ve televizyon dizilerinin, kültürün bir parçası gibi gösterilerek topluma benimsetme sürecindeki rolü değerlendirilmeye çalışılmıştır. Örnek olarak ayrı iki kanalda ve farklı dönemlerde çekilen Aşk-ı Memnu ve Yaprak Dökümü dizileri ele alınmıştır. Romandan televizyona uyarlanan bu dizilerin, dönem koşullarını yansıtması açısından ve toplumsal yaşam ve kültürü hakkında bilgi vermesi açısından örnek teşkil etmektedir. Çalışma, dizilerin üretildikleri ve tüketildikleri toplumsal çerçevede çözümlemesini yaparak egemen söylemi açığa çıkarmaktadır.

Çalışmama bilgi ve tecrübeleriyle değerli katkılarda bulunan danışman Hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Adem Yılmaz'a, şahsıma kıymetli vakitlerini ayırarak çalışmama önerilerde bulunan bölüm hocalarıma teşekkürlerimi arz ederim.

**Erzurum-2013**

**Zehra UZUNER**

## GİRİŞ

Endüstrileşme ile birlikte toplumda kültürün seyri değişmiş, günümüzde her şey tüketime yönelik olarak düzenlenmiştir. Gündelik hayat dediğimiz evren sürekli olarak, bize tüketilme duygusunu bir ihtiyaçmışçasına sunan bir kuşatma alanı olmuştur. Geleneksel toplumlarda toplumsallaşmada en önemli faktör olan aile kitle toplumunda rolünü, yavaş yavaş kültürü üreten ve yayan bir sanayi haline gelen kitle iletişim araçlarına bırakmıştır. Kitle toplumunun bireyleri artık kitle kültürü içinde ve popüler kültür ürünleriyle yetişmeye başlamıştır. Bunun için yaşıntının her alanının harekete geçirilmesini sağlayan açısından televizyon, bu alanda en tercih edilen bir araçtır. Böyle bir ortamda kültürel ortam, gelişen teknolojinin imkânlarıyla düşünsel derinlikten uzaklaşır. Toplumsal yapının oluşum ve gelişimindeki yerinin yanısıra televizyonun toplum üzerindeki etkilerinin tartışılması da önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada, bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun popüler kültürle olan ilişkisinin ve etkileşimin incelenmesi temel amaç olarak belirlenmiştir. Bu amaçtan hareketle, kitle iletişim araçlarının popüler kültür öğelerini nasıl yaydığı, kültürün bir parçası gibi göstererek topluma nasıl benimsettiği ele alınarak, en etkin kitle iletişim aracı olarak sunulan televizyonun ve televizyon dizilerinin bu süreçteki rolü değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu değerlendirme aşamasında televizyonda kullanılan görüntü ve söylem esas alınacak ve bu yolla televizyonun popüler kültür ürünlerini nasıl sunduğu ele alınacaktır. Bu çalışma hazırlanırken literatür taraması yöntemi kullanılarak, “kültür, kitle kültürü, popüler kültür, medya, kitle iletişim araçları, televizyon, televizyon dizileri” kelimeleri taranmıştır.

İlk bölümde Türk Televizyon Programlarının Kültür ve Toplum Üzerindeki Etkileri başlığı altında “kitle” kavramına değinilerek, kitle kültürü ve popüler kültür karşılaştırmasına yer verilmiştir. Medyanın kültürle süreçlere etkisi bağlamında televizyonun popüler kültürün oluşmasında etkin bir unsur olması tartışılmıştır. Daha sonra Türkiye’deki toplumsal ve kültürel değişim sürecinde televizyon programlarında kullanılan kültürel öğelere değinilmiştir.

İkinci bölüm yine kültürel üretim bağlamında, televizyon dizilerini incelemeye ayrılmıştır. Televizyonun nasıl bir üretim ağına sahip olduğu, üretim hedeflerinin neler olduğu, ne tür bir kültür ürettiğinin anlaşılabilmesi için öncelikle televizyon anlatısında üretimi belirleyen unsurlar tartışılmıştır. Televizyonun pekiştirdiği toplumsal yapının ideolojik boyutunun ortaya konması için de çalışmanın bu bölümünde bir alt başlığa yer verilmiştir. Ardından çalışmamızın asıl sorunlarından olan televizyon dizileri üzerinde durulmuştur. Tür hakkında genel bilgiler verilir ve televizyon dizilerinin izleyici üzerindeki etkileri tartışılarak, böylece üretilen kültürün kimler tarafından ve ne şekilde tüketildiği, iletişim sürecinden ne gibi etkilerin arta kaldığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu bölümde faydalanılacak eleştirel perspektif, televizyonun toplum üzerindeki etkilerinin olumsuz olduğunu savunan kuramları temel alınmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, edebiyat uyarlaması televizyon dizileri özelinde durulmuştur. Önce edebiyat uyarlamalarının televizyon yapımcıları için nasıl bir cazibesi bulunduğu ve bu türün oluşumuna temel olan kültürel zemin incelenmiştir. Son olarak ise Halid Ziya Uşaklıgil'in Aşk-ı Memnu'nu ve Reşat Nuri Güntekin'in Yaprak Dökümü adlı eserlerinin televizyon dizisi olarak uyarlaması üzerinde durulup, bu dizilerin yayınlandığı kanalın yayın politikasından da bahsedilerek dizilerde görülen dönemsel kültürel ve toplumsal değişimler tartışılmıştır.

### **Araştırmanın Önemi**

Araştırmada, Romandan televizyona uyarlanan bu eserlerin günümüze gelene dek uğradığı değişiklikler toplumsal ve kültürel yapı bağlamında incelenmeye ve TRT ve özel kanal örneğinde karşılaştırılmalı olarak yorumlanmaya çalışılmıştır. Çalışma son zamanlarda artış gösteren uyarlama diziler sayesinde yıllar öncesine ait ve edebi eserlere yansıtılmış kültürlerin, günümüzde ve daha önceki dönemlerde farklı televizyon kanalları aracılığı ile yansıtılırken değişimlerinin ele alınması bakımından önemlidir. Daha önce bu alanda yapılan çalışmalarda, bu eserler ve son dönem çekilen dizi örnekleri ele alınarak çalışılmıştır. Bu araştırmada ise ayrı iki kanalda ve farklı dönemlerde çekilen bu dizilerin karşılaştırılması yapılarak dönemsel kültürel farklılıklar ortaya konulmuştur. Ayrıca bu

araştırmanın benzer akademik çalışmalara katkı sağlanması da hedeflenmektedir. Bu araştırma, romandan televizyona uyarlanan dizilerin, dönem koşullarını yansıtması açısından ve toplumsal yaşam ve kültürü hakkında bilgi vermesi açısından örnek teşkil etmektedir.

### **Araştırmanın Amacı**

Çağımızda en büyük değişim iletişim alanında yaşanmaktadır. Teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler her şeyden önce iletişim alanında kendini göstermekte ve toplumda varlığını hissettirmektedir. Medya, kültürün ulusal ve uluslararası düzeyde bireylere ulaştırılması noktasında önemli bir görev üstlenmektedir. İnsanları etkileme gücü ve kamuoyu oluşturma kabiliyeti dolayısıyla günümüzde medya, en büyük güçlerden birisi haline gelmiştir. Bu güç, medyanın bütün insanlara rahatlıkla ulaşabiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Özellikle kitle iletişim araçlarından televizyonun bu konudaki etkileme gücü çok yüksektir. Televizyonun üretimi kitlelere yönelik üretimdir ve egemen ideoloji tarafından yönlendirilmekte, aynı zamanda egemen ideolojiyi yeniden üretmektedir. Dolayısıyla televizyonun ideolojiyle olan ilişkisinin çift yönlü bir akışı vardır. Televizyon ideolojinin etkisinde yayınlar yaparken aynı zamanda ideolojinin üretiminde de büyük pay sahibi olmaktadır. Söz konusu kitlelere etkin biçimde ulaşan ve televizyonun üretim ve tüketim hedeflerinin gerçekleşmesinde belki en büyük paya sahip anlatı türü olarak televizyon dizileridir. Diziler, televizyon için üretimin mantıksal, içeriksel ve işlevsel anlamda en tipik formu olarak değerlendirilebilir. Televizyon dizileri hem senaryoya, dolayısıyla metne dayalı olarak geliştirilmesi bakımından, hem söz konusu metnin televizyonun görselliği sesle buluşturan imkânlarını kullanması açısından, hem de kitle kültürünün parçası olarak değerlendirilebilecek bir anlatı olarak karmaşık bir formdur. Televizyon dizilerinin ticari kaygıları ve ideolojik işlevi, izleyicileriyle kurduğu ilişkinin de belirleyici unsurları olmaktadır. Buna bağlı olarak son dönemde Türk televizyon kanalları, popüler hale gelen yeni bir yönelim içerisine girmiştir. Ekranlar, edebi anlatı ile televizyon anlatısını kaynaştırma çabasının bir ürünü olarak edebiyat eserlerinden uyarlanan dizilerle dolmaya başlamıştır. Reşat Nuri Güntekin'in Yaprak Dökümü, Halid Ziya Uşaklıgil'in Aşk-ı Memnu, romanları geçtiğimiz birkaç sezondur yayınlanmış olan uyarlama dizilerin



öne çıkan örnekleridir. Daha önce esere bağlı kalınarak uyarlanan ve TRT’de birkaç bölüm olarak ekrana gelen bu diziler, günümüze uyarlanarak Kanal D ekranlarında tekrar izleyicisi ile buluşmuştur.

Buna bağlı olarak araştırmanın amacı, farklı dönemlerde çekilen, kamu (TRT) ve özel kanalda (Kanal D) yayınlanan bu dizilerin içerdiği temalara, karakterlerinden anlatım üslubuna ve aile yapısına kadar tüm öğeleri incelenerek kültürel farklılıkları ortaya koymaktır.

Çalışmada gerek TRT de çekilen 1974 yapımı Aşk-ı Memnu, 1988 yapımı Yaprak Dökümü dizileri, gerekse günümüze uyarlanan 2006 yapımı Yaprak Dökümü ve 2008 yapımı Aşk-ı Memnu dizilerin topluma göre nasıl tekrardan üretilişi, iki dönem arasındaki benzer ve farklılıkların neler olduğu tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

### **Araştırmanın Problemi**

Araştırmanın amacı ve teorik çerçevesinden yola çıkarak önce roman olarak yazılan Yaprak Dökümü ve Aşk-ı Memnu adlı eserleri televizyon dizisi olarak ele alınıp dizinin künyesi, olay örgüsü, konusu, teması, zaman ve mekân kullanımı, karakterler olarak incelenmiştir. Aynı zamanda bu analiz ile dizide yer alan oyuncuların canlandırdıkları karakterlerin iç dünyası ile birlikte bu dizilerin birbirinden farklı kılan yönleri ortaya çıkartılacaktır. Bu bağlamda geliştirilen soru cümleleri aşağıda belirtilmiştir:

1. Medya araçlarından televizyon, metin içerikleriyle toplumu değiştirmekte ve anlamları yeniden üretmekte midir?
2. Kamu ve Özel kanalların yayın politikalarının dizilere etkileri nelerdir?
3. TRT (1975) Aşk-ı Memnu – Kanal D (2008) Aşk-ı Memnu dizilerinde görülen dönemsel kültürel ve toplumsal değişimler nelerdir?
4. TRT (1988) Yaprak Dökümü – Kanal D (2006) Yaprak Dökümü dizilerinde görülen dönemsel kültürel ve toplumsal değişimler nelerdir?
5. Üç farklı dönemdeki dizilerdeki toplumsal ve kültürel benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?

## **Araştırmanın Metodu**

### **Veri Kaynakları ve Veri Toplama Teknikleri**

Araştırmada, TRT de yayınlanan (1975) Aşk- Memnu, (1988) Yaprak Dökümü, ve Kanal D de yayınlanan (2006) Yaprak Dökümü, (2008) Aşk-ı Memnu, dizileri kaynak alınmıştır. Çalışmada öncelikle kuramsal çerçeve için üniversitelerce ve kurumlarca yapıp yayınlanmış araştırmalar, baskılı kitaplar ve konuyla ilgili haberleri kapsayan gazete, dergi ve makaleler veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Araştırmada ele alınan diziler incelenerek söylem analizi tekniğinden söylem çözümlemesine başvurulmuştur. Farklı dönemlerde çekilen, kamu TRT ve özel kanalda yayınlanan bu dizilerin içerdiği temalara, karakterlerinden anlatım üslubuna kadar tüm öğeleri incelenmiştir. Veri kaynakları ile birlikte yorumsal analizler yapılarak araştırma sorularına yanıtlar aranmış, ele alınan dizilerin içerikleri yayınlandığı döneme ve kanala göre incelenerek karşılaştırma yapılmıştır.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Çalışmada dizinin içerikleri incelenerek söylem analizi tekniği ile karşılaştırılma yapılmıştır.

### **Söylem Analizi**

Söylem sözcüğü 1970'lerden sonra Batılı akademik çevrelerde kullanılmaya başlanmıştır. Söylem analizi cümlenin yapay sınırlarını reddeder; dilin ve kurallarının cümle ötesindeki metinsel yapıya yaygınlaşması gerektiğini savunur. Söylem analizi metin yapılarını incelemekle de sınırlı kalmaz; “anımlar”, “fikirler” ve ideolojiler de açığa çıkarılmakla çalışılır. Söylem analizi az sayıda metin üzerinde yapılır daha derinlikli bir incelemedir. Söylem çözümlemesi, içerik analizi kadar pozitivist, nesnel ve somut sonuçlara ulaşmayı amaçlamaz. Söylem çözümlemesi anlamlar arasındaki bağlamın peşine düşer; dolayısıyla objektif olmayı amaçlamaz. Söylem analizi bir yöntem olmaktan çok, bir konumlandırma bir çözümleme stratejisidir. Söylem analizi var olanı değiştirme hedefini taşır. Dijk, medya metinlerinde, ideolojik pozisyonun cümle yapılarının, örtüsü altında da

açıklanabileceğini kanıtlamak için "özne kullanımına" dikkat çeker. Söylem analizi yapılırken, sistemli bir çözümleme, tema ya da madde başlığı gibi öğelerin açıklanmasıyla başlar. Madde başlığı ya da ana tema, aynı zamanda söylem analizinin başta gelen konusudur. Uzun metinlerin söylem analizinde, konu maddelere ayrılır. Haber analizi, haberin yukarıdan aşağıya temalara göre yapısının gerçekleşmiş şeklini, parçaların birbiriyle uygunluğunu gösterir (Atay, 2007: 169-180).

(Sözen, 1999) Söylem analizi, bir sosyolojik çalışma, metin analizi, sosyal analiz ve bütün bu analiz türlerini içine alan refleksif ya da eleştirel analizdir. Bu analiz, dili bir eylem, iletişim formu, sosyal pratik olarak görme ve yorumlama özelliği taşır. Söylem analizi refleksiviteye bağlı olarak eleştiriye ve özeleştiriye açık bir analizdir. Özetle söylem analizi çok boyutlu, çok fonksiyonlu, tarihsel ve eleştirel bir analiz modelidir. Söylem analizinin nesnesi yazılı, sözlü ve sözsüz içerikte olan metinlerdir.

Söylem çözümlemesinde ana amaç, anlamlandırma ya da yorumlamadır. Belirli bir soruyla ilgili kesin yanıtlar verme yerine var olan bilgiyi, düşünceyi ve duyguyu genişletmek, inanç, tutum ve eylemleri belirleyen söylemlerin varlığı ve iletisini tarihi ve sosyal bir bağlam içinde değerlendirmektir. Söylem analizi her türlü konuya ilişkin olarak yürütülebilir. Eğer toplumsal sorunlara yönelik, ideolojik ya da politik bir çözümleme yapılması amaçlanıyorsa eleştirel söylem analizi kullanılmaktadır. Bu bağlamda söylem analizi politikadan, ideolojiden, stratejik yönetime pazarlamaya kadar uzanan geniş bir konu yelpazesine sahiptir. (Baş ve Akturan, 2008).

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TÜRK TELEVİZYON PROGRAMLARININ KÜLTÜR VE TOPLUM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

#### 1.1. KİTLE TOPLUMU VE KİTLE KÜLTÜRÜ

Kalabalık yığın anlamında kullanılan kitle kelimesi, basit ve sıradan anlamıyla, ırkları, meslekleri, cinsiyetleri ve kendilerini bir araya toplayan rasgele bir bireyler topluluğudur (Gustave Le Bon, 2005: 15). Sıradan insanlardan oluşan, nitelikli olmayan kişilerin oluşturdukları topluluklardır. Kitle, bir insanın kendisini türünün bir modeli olarak tekrar etmesi ve diğer insanlardan farksız bir hale getirmesi, sıradan ve sosyal bir nitelik haline dönüştürmesidir. Kitle diye nitelendirilmeyen gruplarda, üyelerinin bazı istek, düşünce ve idealleri etkili bir uyum gösterse de, çoğunluktan farklılık gösterir (Gasset, 2003: 10).

Erol Mutlu ise kitle teriminin toplumsal düşüncede hem çok olumsuz hem de olumlu anlamları bulunduğunu belirtmiştir. Olumsuz anlamları, kuru kalabalığı ya da topluluğu dile getirecek şekilde kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Kitle burada çoğunlukla kültür, zekâ, hatta ustalık yoksunluğu anlamına gelmektedir. Olumlu anlamıyla ise, özellikle sosyalist gelenek içinde, kitle terimi ortaklaşa amaçlar için bir araya gelerek örgütlenmiş sırada işçi sınıfının dayanışmasını dile getirmektedir. İletişim bağlamında kitle terimi, sinema ve radyo gibi araçların izler kitlesinin belli özelliklerini dile getirecek şekilde kullanılmaktadır. İzler kitle çok dağınıktır. Üyeleri genellikle birbirini ya da bu izler kitlenin oluşmasına neden olan her kimse, onu tanımayan bir topluluktur. Bir özkimlikten, özbilinçten yoksundur ve birtakım amaçları gerçekleştirmek için örgütlü bir şekilde bir araya gelip eylemde bulunma yetisine sahip değildir. Değişen sınırlar içinde değişen bir bileşimle karakterize olur, ayrı türdendir, tüm toplumsal katmanlardan ve demografik kümelerden gelen büyük sayılarda kişilerden oluşur. Özgül bir ilgi nesnesini, kendisini

güdüp kitle kültürünü<sup>1</sup> de beraberinde getirmiştir. Yönetmek isteyenlerin algısına göre seçme davranışın da ise türdeşdir (Mutlu, 1998: 210–211).

Kapitalist üretimin gelişmesi ve iş bölümünün artması, nüfusun kentlerde toplanması, karar alma süreçlerinin merkezileşmesi, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve kitlesel işçi hareketleriyle birlikte kitle toplumu ortaya çıkmıştır (Erdoğan, 2002: 142). Kentleşme, sanayileşme ve modernleşme sürecinde oluşan kitle toplumu, bu süreç içinde geleneksel topluluk yapılarının çözümlenmesine; eskiden aile, kilise ve cemaat bağlarıyla toplumsal konumları ve rolleri sıkı sıkıya tanımlanan bireylerin yakınlaşmasına, yabancılaşmasına ve yönsüzleşmesine neden olmuştur. Toplumsal hayatta yaşanan bu değişimle ortaya çıkan kitle toplumu, kitle üretimiyle kitle kültürünü de beraberinde getirmiştir.

Kültür, bir toplumun yaşam tarzı olarak tanımlanabilir. İnsan düşüncesinin, duygusunun ve emeğinin ürünü olan her şey, kültürün temel unsurları arasında sayılabilir. Örf, adet, gelenek, görenek, ahlak kuralları, inanç ve her türlü toplumsal değerler ve davranış biçimleri, dil, semboller, giyim-kuşam tarzı, yeme-içme alışkanlıkları, besin ürünleri, günlük yaşamda kullanılan her türlü araç-gereçler gibi unsurlar kültürün bir parçasını oluşturmaktadır.

Kültür sosyolojisinde ise kültür, toplumun oluşturucu öğelerindedir. Güneş (2001) bireyin farklı toplumsal koşullara (çalışma, üretim-tüketim, ulaşım, İskan, haberleşme, kültür, sanat vb.) dahil olabileceğini, birlikte hareket edebileceği yığınların ortaya çıkışını bireyin gündelik yaşamı içinde başkalarıyla daha sık birlikte olmasına bağlı olduğunu söyler. Başka bir husus da günümüz toplumunun toplumsallaşmayı bir zorunluluk haline getirmesidir. Öte yanda modern ulus devletinin kitle olgusunu destekleyecek pek çok yönelimi vardır. Milliyetçilik, ulusçuluk, yurttaşlık gibi kavramlar hem demokratik siyasal sistemle bütünleşmenin hukuksal zeminini belirlemede ve hem de bu çerçevede etik-kültürel değerlere katılımda etkili unsurlardır. Özkök (1985) ideolojik egemenlik gibi

---

<sup>1</sup> Batılı kapitalist toplumların 19. Yüzyılın sonundan itibaren gelişen teknoloji ve sonucunda yaşam tarzının değişmesi, iş bölümü v.b. nedenlerle ortak bir topluluk yaratmıştır. Dolayısıyla bu kitlenin kültürü kitle kültürüdür.

Üretim ilişkileri de kültürün işlevini ve biçimini değiştirmektedir. Kültürün tarihi gelişim evrelerine göre tasnif edilmesine yarayacak bazı kavram sıralamaları yanılıcıdır. Başvurulan sınıflandırmaların ve tanımlamaların kültürü farklı boyutlarıyla ele alındığını belirten zkk, bu bağlamda kültürel kategorilerin ideoloji ve egemenlik; gelenek ve alışkanlıklar; siyasal toplumsallaşma; üretim ilişkileri, eğlence ve boş zaman etkinlikleri gibi, tarihsel, kurumsal, psikolojik, kalıtımsal, yapısal ve tikel kategoriler olduğunu söyler.

Bir toplumu oluşturan bireylerin ya da toplumsal grupların yaşam biçimlerine göndermelerde bulunan, böylece toplumsal yaşamın maddi ve manevi sürekliliğini mümkün kılan kültürün, insan ile ilgili diğer pek çok kavram gibi, birbirinden farklı tanımları yapılmıştır. Tylor'a gore, "kültürü ya da uygarlık, toplumun yesi olarak, insan türünün öğrendiği, edindiği, bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bütündür". Bu tanımdan çıkan anlamları da antropolog Murdock yedi alt baslık altında açıklamaktadır: (Aktaran : Güvenç, 1997, s. 160-161)

a. Kültürü, her bireyin doğduktan sonra yasayarak elde ettiği, öğrendiği bilgi, davranış ve alışkanlıkları içermektedir. Bu nedenle eğitimin kurallarına, yasalarına ve ilkelerine uygun olması gerekmektedir.

b. Canlıların tümü, yaşamları boyunca varlıklarını devam ettirebilmek ve kendilerini tehlikelerden koruyabilmek için bazı yetenekler geliştirirler. Bununla birlikte yalnızca insan öğrendiklerini yeni gelen nesillere aktarabilen canlı özelliğine sahiptir. İnsanın bu özelliği onun dil öğrenme yeteneğinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle kültürün, tarihi ve sürekli bir varlık alanı olduğu kabul edilmektedir.

c. Kültürel sistemin insanlara öğrettiği olgular yalnızca zaman boyutunda devamlılık özelliğine sahip değildir. Bu olgular aynı zamanda toplumsaldır. Bir başka ifadeyle bu öğretiler, örgütlenmiş birliklerde, kümelerde ya da toplumlarda yasayan insanlar tarafından oluşturulmakta ve paylaşılmaktadır. Böylece bir toplumun sahip olduğu ve paylaştığı alışkanlıklar o toplumun kültürünü oluşturmaktadır. Bir toplumun aile, mahalle, köy, kasaba gibi alt birimlerinin sahip olduğu farklı kültürü özellikleri de o toplumun alt kültürü olarak kabul edilmektedir.

d. Kùltür, ideal kural, davranış ve değerlerden oluşmuş olsa da, bireysel tutum ve davranışlar genellikle ideallerden farklı özelliklere sahiptir. Bir başka ifadeyle her kùltür bütünü ideal ve gerçek adı verilen kùltür ikileminden oluşmaktadır. İdeal ile gerçek zaman zaman birbirine yaklaşırsa da genellikle birbirinden uzakta olmaktadır. Bu nedenle insan davranışlarının büyük bölümü öğrenilmiş olsa da her zaman ideal özelliklere sahip olmayabilir.

e. Kùltür genellikle insanların hem biyolojik hem de toplumsal ihtiyaçlarını karşılayan özelliklere sahiptir. Bir başka ifadeyle işlevseldir. Kùltürel kurumlar ve ilkeler başarısı denenmiş çözüm yolları olarak kabul edilebilir. Bireylerin doyum düzeyi alışkanlıkları desteklemekte ve pekiştirilmesine yardımcı olmaktadır; doyumsuzluk ise değişik ve boşluklara neden olabilmektedir. Devamlılık, doyumun, doyumsuzluktan daha fazla olmasından kaynaklanabilir.

f. Kùltürün öğeleri genellikle uyum ve doyum sürecinin sonucu olarak bütünleşmek ya da bütünleşmiş gibi görünmek eğilimine sahiptir. Bununla birlikte bazı işlevciler kùltürün tam anlamıyla bir bütün ya da bütünleşmiş bir sistem olmadığı görüşünü savunmaktadırlar. Onlara göre, tarihi ve çevresel etkenlere açık olan kùltürler tam bir bütünlük elde edememektedir. Bütünleşme bir ideal olmakla birlikte iç ve dış etkenler dengeyi ve bütünleşme sürecini olumsuz yönde etkileyebilmekte ve bütünleşme yerini bölünmeye, çatışmaya bırakabilmektedir.

g. Kùltürün bir bütün ya da sistem olduğu görüşü yaygın olarak kabul edilmektedir.

Williams da kùltürün iki tanımını yapmaktadır. Estetik mükemmellik ölçüsü olan kùltür tanımı seçkin bir kùltürel anlayışı ifade eder. Antropolojiye kaynaklık eden ikinci kùltür tanımı ise betimleyici ve etnografiktir. Buna göre kùltür, ortak bir yaşam tarzıdır. Williams'ın terimiyle, sıradan günlük davranışta belli anlam ve değerler ifade eden belli bir yaşam tarzına işaret eder. Bu anlamıyla kùltür seçkin değil; sıradandır. Bu tanımlara göre kùltür analizi, belirli bir yaşam tarzı yani belirli bir kùltürdeki açık ya da örtük anlam ve değerlerin ortaya çıkarılmasıdır. Kùltür, ortak tarihsel bir bilinç olarak sunulmaktadır. (Özbek, 2006: 75-76).

Sanayileşmenin<sup>2</sup> hız kazandığı yıllarda da işbölümünün artması, toplumsal üretim sürecinin karmaşık bir yapı niteliği kazanması, insanın bu yeni yaşam biçiminin benimsenmeye zorlanması, insanın dış gerçeği algılaması ve anlamlandırması kitle kültürü oluşumunu gündeme getirmiştir. Kitle iletişim araçları ile kültürel ürünler, sadece kitlesel pazar için imale edilmeye başlanmıştır. Mutlu (2012) bunların kullanımlarında ve tüketimlerinde de kitlesel bir davranış söz konusu olduğunu söyler. On dokuzuncu yüzyıl kapitalizmi gibi kitle kültürü de dinamik, devrimci bir güç olup, eski sınıf, gelenek, beğeni engelleri yıkıp parçalamakla, tüm kültürel farklılığı eritip, türdeşleşmiş bir kültür üretmekte ve değerleri yok etmektedir.

Özbek (2006) çalışmasında Hall ve Williams'ın popüler tanımına değinir. Hall, popülerleri beğenilen, tüketilen bir ticari olgu olarak tanımlar. Williams, popülerin yaygın anlamına ek olarak aşağı, değersiz ve güdülenmiş anlamlarını içine alacak şekilde kullanır. Kapitalizmin<sup>3</sup> gelişmesiyle birlikte 19.yy'ın sonunda kitlesel üretimin gelişmesine bağlı olarak kitle toplumuna ait kitle kültürü kavramı, popüler kültür kavramı ile aynı anlamda kullanılmıştır. Williams'ın tanımında asıl vurgu bütün bir hayat tarzında toplumsal pratiklerdir. Williams'a göre her dönemde örgütlenmiş, yaşanan hâkim ve etkili olarak anlamlar ve değerler sistemi vardır. Bu hâkim kültürel sistem statik bir yapı değil; sürekli bir içine alma süreci oluşturur. Hâkim sistem böylece kendisine karşı pratikleri, anlam ve değerleri içine alabilmek için sürekli olarak kendini yeniden üretmek zorundadır. Bireyi edilgen bir kültür tüketicisi haline getiren bu oluşumlar ile birlikte sanat, eğlence gibi yaşam pratikleri de bir tüketim eylemine dönüşmeye başlamıştır.

### **1.1.1. Enformatik Kitle Tüketim Kültürüne Doğru**

Günümüzün kültürel üretim koşulları teknolojik çoğaltmalar ve ekonomik tekeller bağlamında kitle kültürüne yönelik bir yapıya sahiptir. Medyanın ve diğer aygıtların (fax,

<sup>2</sup> Endüstrinin gelişmesine bağlı olarak, ekonominin, teknolojinin ve toplumsal koşulların gelişmesi.

<sup>3</sup> Özel mülkiyetin, üretim araçlarının büyük bölümüne sahip olduğu ve işlettiği; yatırım, gelir dağılımı, üretim, mal ve hizmet fiyatlarının arz ve talebin bulunduğu piyasa ekonomisi tarafından belirlendiği sosyal ve ekonomik sistemdir.



video, bilgisayar olanakları, internet, mobil telefon vb.) yaygın olduğu toplumsal ortamlarda kültür, kitlesel özellikler taşımaktadır (Güneş, 2001: 131).

Kitle iletişim araçları, kitleleri etkilemiş ve ekonomik olarak sömürerek yeni bir kültürel devrim başlatmıştır. Yaylagül ve Korkmaz (2008) göre kitle iletişim araçlarıyla yayılan her türlü düşünce, davranış, anlatı ya da temsillerin hepsi kitle kültürünü oluşturur. Kitle kültürü kitle toplumunun ürünüdür. Buna göre kitle kültürünün ortaya çıkmasını sağlayan iki gelişme sanayileşme ve buna bağlı olarak kitleleşmedir. Sanayileşmenin neticesinde üretim, dağıtım ve tüketim kitleselleşmiştir. Üretimin kitleselleşmesi aynı zamanda bir tüketici kitlenin yaratılmasını da sağlamıştır. Bu bahsedilen sürecin sadece maddi malların değil; kültürel ve iletişimsel içeriklerin üretim, dağıtım ve tüketimi için de gereklidir. Kitle kültürünün üretimine bu kültürü tüketenler karar veremez. Egemen güçler tarafından alınan kararlara göre bu ürünler üretilir ve kitle iletişim araçlarıyla topluma yayılır. Bu içerikleri tüketen ve kitleleri oluşturan insanlar, farklı yaşam ve düşünce pratiklerine sahip olsalar da tükettikleri kitle iletişim içerikleri sayesinde ortak bir düşünce ve pratiklere hâkim olurlar. Kitle iletişim araçları, benzer içerikler ve işleyiş mantığına sahiptir. Böylece kitleler benzer çalışma ve boş zamanı değerlendirme biçimlerine sahip olurlar.

Baudrillard (2010) Kapitalizmde tüketicinin, ürünleri değil, göstergeleri tükettiğini söyler. Tüketim unsurlarından her biri göstergedir. Bu göstergeler, televizyon aracılığıyla iletilmektedir. Televizyon, göstergeler sistemi haline gelmiş bir dünya üzerindeki mutlak gücün ideolojisine aracılık etmektedir. Televizyonun imgeleri eksiksiz bir dünya imgelemine, gerçekliğin bütünüyle imgeye dönüştürülmesinin varsayılmasıdır. Baudrillard'a göre İmgelerin tüketiminin ardında emperyalizm<sup>4</sup> görülmektedir. Giderek sadece egemen olabilen var olacaktır. Dünyayı oluşturan her şey, endüstriyel olarak tüketime hazır olarak üretilmiş gösterge malzemesi olan kültürdür.

Kapitalist toplumda kültür, meta haline geldiği ve pazar koşullarında değerlendirdiği bir ortamda kitlelerin beğenisine sunulmaktadır. İnsanlar arasındaki

---

<sup>4</sup> Bir devletin veya ulusun başka devlet veya uluslar üzerinde kendi çıkarları doğrultusunda etkide bulunmaya çalışmasıdır.

etkileşim, gözlem ve model almanın yanında, kitle iletişim araçlarının etkileri de yadsınamaz bir öneme sahiptir. Reklamlar, magazin programları, pembe diziler gibi kitlelerin izlemesine sunulan her türlü iletişim biçimi, hem yeni yaşam biçim kalıplarını, hem de yaşam biçim türlerini içermektedir (Baudrillard, 2010: 152).

Mills (1974) kitle toplumunu kamu toplumundan ayıran en belirgin özelliğın, toplumdaki başat haberleşme biçimi olduğunu söylemektedir. Tarafların görüş, düşünce ve kanaatlerinin eşit koşullarda ifade edilebildikleri bir tartışma ortamının bulunduğu kamu toplumunda, kitle iletişim araçları, birincil kamuları birbirine bağlayarak toplumdaki tartışma ortamını canlı tutmak işlevini üstlenmiştir. Kitle toplumunda kamuyu yalnızca kendisine verilenlerin alcısı sayan ve bir kitle iletişim tüketicisi olarak kabul eden bir kitle iletişim biçimi vardır.

Kitle kültürüne en köktenci eleştirileri getiren Frankfurt Okulu, kitle kültürünün kültürel yaşama daha önce görülmemiş biçimde kısıtlama getirdiğini, kültürel yaşamı tek biçime indirdiğini iddia etmiştir (Mutlu, 2012: 217). Frankfurt Okulu<sup>5</sup> üyelerinden Adorno, kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki olumsuz etkilerini öne çıkarmış ve kültür endüstrisinde kültürün kitlelerce üretilmeyip yukarıdan aşağıya bir dayatmayla oluşturulduğunu savunmuştur. Tüketicinin kültür endüstrisinin öznesi olmayıp nesnesi durumunda olduğunu belirten Adorno, kültür endüstrisinin koruduğuna inanılan şeylerin aslında bu endüstrinin kendisi tarafından yıkıldığını işaret etmektedir. Kapitalist toplumlarda ekonomik güç tekelleştikçe kültür, bağımsız bir üretim ve tüketim alanı olmaktan çıkıp kültür endüstrisini yöneten kapitalist iş adamları tarafından şekillenen ve yönlendirilen bir sektör haline gelmektedir. Bu şartlarda kültür ürünleri, meta haline gelir ve kültür endüstrisinin dilediği şekilde üretilir ve dağıtılır. Popüler kültür<sup>6</sup> de işte bu safhada ortaya çıkar. Böylelikle Adorno'ya göre popüler kültür standart hale gelmiş, özgünlüğünü yitirmiş ve eleştireliliğini kaybetmiştir. Gerçek kültür ve yüksek kültür insanı

<sup>5</sup> Almanya'da 1923 yılında kurulan ve sosyoloji, siyaset bilimi, psikanaliz, tarih, estetik, felsefe, müzikoloji gibi farklı disiplinler de insanları biraraya getiren Toplumsal Araştırma Enstitüsü'nün bir Düşünceakımı olarak ifade edilmesidir.

<sup>6</sup> 20. yüzyıldan sonra özellikle toplumsal modernleşme ile toplu kültür olarak yayılan, kavram olarak kültür gelişmeleri ve günlük uygulamaları kapsamaktadır.

özgürleştirip bireyselleştirip kültür endüstrisine karşı uyandırırken; popüler kültür, insanları sömürüp yabancılaştırmakta ve onları tercih hakkı olmayan pasif tüketiciler haline getirmektedir (Adorno, 2005: 246). Popüler kültür tarafından desteklenen tüketme eğilimi bu kültürde kendine farklı vasıtalarla farklı yollar bulmuştur. Özellikle kitle iletişim araçlarının propagandasıyla oluşan tüketim olgusu, yeni bir kültürün oluşumuna neden olmuştur. Popüler kültür, ticari kültür olduğu kadar kitle tüketimi için de yapılan bir üretilerdir. Ticari endişelerin kültür üzerindeki sonucunda oluşan tüketim kültürü, kültürü de bir tüketim nesnesine dönüştürerek popüler kültürü her defasında yeniden üretmiştir.

Kitle iletişim araçları sayesinde yaygınlaşan popüler kültür aracılığıyla homojen bir kültürel ortam yaratılmaya çalışılmaktadır. Yaygınlık kazanan Amerikan kültürü ve tüketim kültürü toplumun her kademesini etkilemekte, aşırı metabollaşmasına ve meta fetişizmine yol açtığı görülmektedir (Oktay, 2002: 12). İnsanlar tek tipleştirilmeye çalışılmaktadır. Bu tür ortamın oluşturulması ise üretim ve tüketim sürecini kolaylaştırmaktadır. Başka bir ifade ile ihtiyaçlarımızın ne olduğu ve nasıl bulunabileceği başkaları tarafından öngörülmekte, dolayısıyla birilerinin birileri tarafından ikna süreci daha da kısalmaktadır. Bu da popüler kültür pazarının işleyişinin kolaylaşması açısından oldukça önemlidir (Güngör, 1999: 15).

Tüketim kültürünün bir yüzü olan popüler kültür televizyon ve diğer medya araçlarıyla kitleleri toplumsal, bireysel ve sosyo-kültürel farklılıklarından ayır. İletişim teknolojisi ile dünyayı başkalarının gözüyle yaşayan insanlar kendilerini satın aldıkları ürünlerde tanımaya çalışmakta, ruhlarını otomobillerinde, dinledikleri müzikte, tuttıkları takımında, giydiklerinde ve tükettiklerinde bulmaktadırlar.

## **1.2. MEDYANIN TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL SÜREÇLERE ETKİSİ**

Toplumsal evrimleşme sürecinde toplumsal ve teknolojik alanda hızlı değişim ve gelişim yaşanmaktadır. Yaşanan bu hızlı değişim, doğrudan bireylerin yaşamlarına da yansımakta ve teknolojinin her alanında, özellikle de iletişim teknolojilerinde büyük ilerlemeler görülmektedir. Bu süreç içinde, insanlar arası etkileşim artarak daha karmaşık

bir hal almış ve hızla gelişen iletişim araçlarının kullanımıyla, okuma yazma bilmeyen bireyler de kitle iletişiminin bir parçası haline gelmiştir.

Kızılcelik (2008) Frankfurt Okulu gibi eleştirel yaklaşımdan gelen araştırmacıların medyanın bir yandan iktidar sahibi kişi ve kurumların anlamlarını, dünya görüşlerini sunarken; diğer yandan bu görüşleri doğallaştırarak var olan iktidar yapılarına bir meşruiyet kazandırdığını savunduklarını belirtmektedir. Medya yayınlarını hazırlarken, mevcut durumun şartlarından uzak kalamamaktadır. Medyayı kendi çıkarları için kullanmak isteyebilecek büyük sermaye ve çıkar gruplarının varlığı söz konusudur.

Baudrillard, medyanın toplumsal etkilerini tartışırken kültürün kitleleri büyüleyen medya tarafından yönetildiğini belirtir. Ona göre gerçeklik medyaya bağlanır, çoğunlukla medya tarafından kurulur ve dayatılır. Baudrillard, medyada içeriğin kendini ileti olarak sunarken aslında gerçek iletinin insan ilişkileri üstündeki yapısal değişim olduğunu söyler. Ona göre “Ana çizgileriyle demiryolunun “ileti”si taşıdığı kömür ya da yolcular değil, yeni bir dünya görüşü, yerleşim alanlarının yeni statüsü vb.’dir. TV’nin iletisi aktardığı imgeler değil, dayattığı yeni ilişki ve algılama tarzları, ailenin ve topluluğun geleneksel yapılarının değişimidir” (Baudrillard, 2010:154).

Etki kavramı bireyler boyutunda ele alındığında, izleyicilerin yaşı, cinsiyeti, mesleği, yaşam biçimi, hayatı algılayış şekli, zihinsel özellikleri ve zekâsı, inançları gibi birçok etken işin içine girmektedir. Bireylerle ilgili olarak sayılan bütün bu toplumsal ve psikolojik özellikler, medyanın bireyler üzerinde yaratacağı etkinin türünü, şeklini ve şiddetini belirlemede belirli ölçüde rol oynamaktadır.

Hall’a göre medya metinlerinde sunulan egemen ideoloji, tüm medya okuyucuları tarafından aynı şekilde anlamlandırılmaz, Hall, kodlama ve kod-açıklama olarak adlandırdığı yaklaşımında, yapısal dilbilim geleneğine dayanan, anlamın sınırlandırıldığını belirten yaklaşımın yerine, medya metinlerinin bir mücadele alanı olduğunu ve izleyicilerin bu metinleri farklı şekillerde okuyabileceklerini savunmuştur. Buna göre, metni üretenin kodladığı anlam ile aktif okuyucunun kod açımını yaparak anlamlandırdığı metin, anlam açısından birbirlerinden farklılaşabilir. Medya metinlerini okurken yaş, cinsiyet, eğitim,

köken, gelir durumu gibi faktörler farklı anlamlandırmalara yol açabilir. Buna göre, üç farklı okuma tarzı vardır. Bunlar egemen okuma, müzakereli okuma ve karşıt okumadır. Egemen okuma, medya metinlerini yazarların istedikleri yönde metni anlamlandırmaktır. Burada kodlanan anlam ile kod açımı yapılan anlam arasında uyum vardır. Müzakereli okuma, medya içeriklerini kendi toplumsal çıkarları açısından tartışarak okumayı ifade eder. Yani kodlanan mesaja karşı, izleyici/okuyucu kendi yorumuyla belli noktalarda itiraz eder. Karşıt okuma ise, izleyici ve okuyucuların medya metnini hazırlayanların amacının tam karşıtı bir amaçla okunmasıdır. Burada izleyici, iletilmek istenen anlamı tümüyle reddeder ve kendi anlamını üretir. Ancak her halükarda izleyici kendisine sunulan metne eklenir (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 181).

Kitle iletişim araçları ile kamuoyu gündemi oluşturan medya, halka ne düşüneceğini değil ne hakkında düşüneceğini, evrenin karmaşık olduğunu, bunun algılanmasının ancak bu araçlarla mümkün olduğunu söyler. Her şeyi yansıtması mümkün olmadığı için de önemli gördükleri noktaları seçer ve inceler. Bazı konuları seçerek bazılarını da seçmeyerek gündemi belirlemiş olur. Bu açıdan enformasyon hazırlayıcıları ve sunucuları tutum değişimine yol açan kişiler olarak değil, yalnızca gündem belirleyen ve bu çerçevede geçerli olan görüşleri tespit eden kişiler olarak görülmektedir (Bourdieu, 1997: 41).

İletişimde kültürel ve ideolojik bağımlılık sürecinin sonunda sürecin bir aracı olan kitle iletişim araçları, kapitalizme özgü değerleri yaymaktadır. Bu değerler kapitalizmin hegemonik merkezlerinde yaratılmakta, bu nedenle de dış çıkarlar tarafından yönetilmekte ve ulusa çıkarlara karşı olmaktadır. Böylece kapitalist dünyada ekonomik ilişkilerin niteliği olan eşitsizlik ilişkileri üst yapıda yeniden üretilmiş olmaktadır. (Kongar, 1985: 395).

### **1.2.1. Popüler Kültürün Oluşmasında Televizyonun Rolü**

Popüler kültür tüketicilere boş zamanlarını doldurmayı amaçlayan, müzikten, giyim kusama ve gıdaya dek geniş bir alana sahip bir kültür alanı meydana getirmektedir. Popüler kültürün kendini sattırma, izlettirme işlevleriyle birlikte bireylere aynılığı sunmaktadır. Aynılığı sunma, dolayısıyla aynıların satışını arttırmanın temel nedeni iktisadidir. Böylece bir gelir elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Popüler kültür, gündelik hayatın kültürüdür. Gündelik hayat, yönetenleri ve yönetilenleri yan yana getirir. Bu sınıflar popüler kültür ile bir araya gelerek iletişim ve etkileşime girerler (Oktay, 2002: 4). Bu etkileşim sonucunda ortak bir kültür alanı oluşturulur. Popüler kültürün tüketim kültürü şeklinde uygulama olanağı bulmasının nedeni ticari fayda sağlama amacıdır. Popüler kültür, bireylere yöneliktir. Bireylere nasıl düşüneceğini, ne yapacağını, ne tüketeceğini söyler. Bireylerin ortak noktalarını bulup bunları kullanır, bir bakıma popülerleşme sürecine bireyleri de katar. Bireylerin tercihlerine göre de popüler kültür giderek şekillenmektedir (Erdoğan, 1999: 21). Kitle iletişim araçları da ticarileşmiş popüler kültür ürünlerini pazarlamak için bir araç olmuştur. Kitle iletişim araçlarının bu yönü, ticari hayatın gereksinimlerini karşılama yönündedir. Çünkü ticari yaşamda amaç para kazanmaktır. Popüler kültür ürünlerini üretenler, bu ürünleri kitle iletişim araçları ile pazarlamaktadırlar. Kitle iletişim araçlarında yer alan kültürel metalar, üreticiler ve tüketiciler için farklı anlamlar taşımaktadır. Üreticiler, malların tüketilmesini ve böylece maddi çıkarlar elde etmeyi amaçlamaktadır. Tüketiciler ise bir malı tüketmeyi para harcamak için değil, malların kültürel olarak bir anlamı olduğu için satın alırlar. Üreticilerin amacı kitlesel üretim yapmak suretiyle malların mümkün olduğu kadar çok satılmasıdır. Popüler kültürün bu anlamda medyayı ilgilendiren boyutu, önemli ölçüde kitle kültürüne kapsamaktadır. Kitle kültürü, kültür ve bilgiyi dışlamakta ve tüketimin seyrine kapılmamızı sağlamaktadır.

Mc Quail (1997) kitle iletişim araçları olarak nitelendirilen aygıtların gerçek anlamda bir iletişim işlevi yerine getirmediği, aynı şekilde bu araçların, başka hedeflerinin olduğu konusunda şu ifadelerde bulunmaktadır: “Kitle iletişim araçlarının birincil amacı çoğu kez ne belirli bir enformasyon iletmek ne de kamuoyunu bir kültür, inanç veya değer yargısının ifadesinde birleştirmektir. Amaç çok basit olarak izleyicinin görsel veya işitsel olarak ilgisini çekmek ve bunu sürdürmektir. Bunu yaparken kitle iletişimin dolaysız tek bir ekonomik amacı vardır: bu da izleyicisinden kar kazanmaktır. Bir de dolaylı amaç vardır, o da izleyicisinin ilgisini reklamcılara satmaktır.” (s.70).

Tarihsel olarak, kitle iletişim araçlarının en güçlüsü olan televizyon, 1952’de siyah-beyaz olarak başlayıp, daha sonra renkli yayına geçmiştir. Televizyon, o güne dek hayal

bile edilemeyecek bir etkileşim ağı kurarken kültür olgusunu da direkt olarak etkilemiş ve popüler kültür egemenliği yavaş yavaş ortaya çıkmaya başlamıştır. 60'lı yılların televizyonu, herkese kültürel iddia taşıyan ürünler dayatmak ve geniş halk kitlesinin beğenilerini oluşturmak için kendi tekelinden yararlanır. 2000'li yılların televizyonu ise en geniş izleyici kitlesine ulaşmak için televizyon izleyicilerine popüler kültür ürünleri kullanarak paradigması talk-show olan ve çoğunlukla aşırılıklar içeren, röntgenciliği ve teşhirciliği tatmine yarayan ürünler sunmaktadır (Bourdieu, 1997: 26).

Televizyon yayın politikalarının belirlenmesinde modern dönemde yaratılan tüketim toplumunun beklentileri ölçü olarak kabul edilmektedir. Televizyon kanalları, toplumu eğitici, insanlara yeni kazanımlar sağlayıcı nitelikte değil; meta satışını arttırıcı, ilgiyi dağıtıcı ve bireyleri memnun edici nitelik taşıyan popüler kültür ürünleri olan program türleri ile izleyici kitlesini arttırmaya yönelik politikalar uygulanmaktadır. Televizyon program türleri içinde izleyiciye hoşça vakit geçirten, düşündürücü yönü ağır basmayan müzik, magazin ve spor türü programları yapılmakta, toplumsal ve siyasi haberler magazinleştirilerek biçim ve içerik olarak üretici kültürün ideolojik yapısına uygun iletiler verilmektedir.

Popüler kültür bağlamında egemen sınıfın bakış açısını sunan televizyon, kitleleri içinde yaşadıkları ve değiştiremeyecekleri toplumsal realiteler karşısında kendilerine kaçış olanağı sunan programlara yönlendirmektedirler. Bütün bunlarda kâr ve rekabet temel öğelerdir. Toplumsal yaşamda statü kazanmak, hiyerarşik ilerleme sağlamak, her türlü başarı, huzur gibi sitemin mantığına ait unsurlar, anlatıların temel çerçevesini belirlemektedir. Televizyon yayınları da bu yargıları içeren mesajları çeşitli programlarla izleyiciye ulaştırmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 65). Böylece televizyon, popüler kültür ürünlerini izleyicinin düş dünyasına sokmakta ve onda bir kaçış ve doyum hissi yaratmaktadır. Bireyin benliğini beslemekte ve egosunu tatmin etmektedir. Oskay (2001) 'nda ifade ettiği gibi, toplumsal yaşamdaki hızlı değişim karşısında, kendini her ciddiye alışta sıkıntı ve umutsuzluk duygularına kapılan çağdaş insan, popüler kültüre gereksinme duymuştur. Çünkü popüler kültür, düzenlenmesinde ve amaçlarının seçilmesinde söz sahibi olamayan, reel dünya karşısındaki bağımlı kesimin yaşadıkları realiteyi kendi günübürlük

hayatları açısından anlamlandırmalarına yaramaktadır. Kapitalizmin pazar ilişkileri ile de kitlelere tüketimin bir zevk, mutluluk ve prestij olduğu benimsenmektedir.

Kitle kültürünün kuşatması altında olan modern kitle insanı yaşanılır kılmaya çalıştığı kendi realitesini, içinde edilgen bir öge olarak yer alabildiği sosyal yaşamını, kitle iletişim araçlarından yayılan çeşitli simgelerle anlamlandırmaya çalışmaktadır. Özellikle yaşamın en özel yeri olan evinde, karşısına geçtiği televizyon ekranındaki görüntüler ona, onun adına yapılmış, yaşanmış, söylenmiş, hissedilmiş olay ve olgular sunarak onun geçici de olsa rahatlamasına izin vermektedir (Mutlu, 2005: 78).

Popüler kültür ve televizyon birbirleri ile etkileşim içinde olan; birbirlerini besleyen ve yayan iki önemli kavramdır. Özetle günümüzde geleneksel kültürün yerini medyatik bir kültür almıştır ve popüler kültür ürünleri hayatın bir parçası olmuştur. Bu süreçte genelde kitle iletişim araçları, özelde ise televizyon son derece önemli bir rol oynamaktadır. Kitle kültürü ve popüler kültürü ticarileştirmiştir. Bunun sonucu olarak televizyon, gerçekliği temsil etmekten çok, onu üretip, inşa etmiştir. Kitlelere de gerçekliği değil, ideolojiyi sunmuştur (Fiske, 1997: 30).

### **1.3. TÜRKİYE'DE TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL DEĞİŞİM**

1970'li yıllardan 2000'li yıllara kadar kadın ve erkek ilişkilerine dair çok önemli değişimlerin olduğunu söylemek mümkündür.

1980'ler, küreselleşme ile tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yapısal değişimlerin yaşandığı bir dönüm noktasını teşkil eder. Bu süreçte Türkiye'de önemli değişim ve kültürel yozlaşmalar başlamıştır. Özel yayıncılık ise bu değişim ve yozlaşma sürecinde kendine önemli bir rol üstlenmiştir.

Cumhuriyet'in kuruluşundan 1980'li yıllara kadar geçen dönemde çeşitli toplumsal, siyasal ve ekonomik olayların toplumsal yapıyı etkilediğini belirten Kongar (2005)'a göre 1980'li yıllardan itibaren hem iktisadi politika alanında önemli kararların alınması hem de siyasi alanda yaşanan değişimlerin toplumsal yapıyı etkilemesi insan ilişkilerinin, toplumsal kurumların ve toplumsal değerlerin değişimine de kaynak oluşturmuştur. Belli



evrelerden geçerek bu değişimi yasayan Türk toplumu eski ve yeni yapıları bir arada bulundurarak, birbirini izleyen değişimlerle günümüze kadar gelmiştir.

1980’li yıllar da birlikte başlayan çağdaşlaşma ve yeni değerlerin oluşumu ile bireyciliğin hakim olduğu bir süreç ortaya çıkmıştır. Özellikle 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren halkçılığın yerini bireycilik almıştır. Bu dönemde, duyarsızlık, acımasızlık ve sessizlik gibi kavramlar gündeme gelmiş, bireyin daha iyi yaşama beklentisi ile tüketime yönelik anlayış ortaya çıkmıştır. İnsanlara tükettikçe birey olabilecekleri düşüncesi benimsetilmeye çalışılmıştır (Kozanoğlu, 1995: 121-127). Geç dönem kapitalizminin ve onun pazar ekonomisinin ayırt edici özelliği tüm bu tüketilen metaldır. İşte bu metalar ekonomik anlamda zenginliğin oluşumunu ve dolaşımını sağlamaktadır. Bunlar temel ihtiyaç maddelerinden tutun da gereksiz lüks maddelerine kadar çeşitlilik gösterirler, hatta televizyon programları, bir kadının görünümü ya da bir yıldızın ismi gibi maddi olmayan nesnelere de içecek biçimde genişletilebilmiştir (Fiske, 1999: 22).

Bozkurt’a (2011) göre televizyonda devlet tekelinin kaldırılarak özel televizyonların gündeme gelmeye başlanıldığı bu dönem, kültürel dönüşüm sürecinde bir başka belirleyici öğeyi oluşturmaktadır. Ana gelir kaynağı reklam olan özel televizyonlar, toplumu yoğun bir şekilde tüketim bombardımanı altında tutmuşlardır. Böylece, geçmişin tasarrufu, arzuları baskı altında tutmayı, toplum için gerektiği zaman kendini feda etmeyi ve dünyaya katı kurallar çerçevesinden bakmayı vurgulayan kültürün yerine, 1980’li yıllardan itibaren pragmatizmi, kültürel melezleşmeyi, hazcılığı, tüketimi, öncelikle kendini düşünmeyi ve bireyi en yüce değer olarak kabul eden yeni bir anlayış benimsemeye başlamıştır.

90’lı yıllardaki küresel ekonomik canlanma, kadın hareketlerinin Türkiye’de yankı bulmaya başlaması, özel televizyon kanallarının yayın hayatına girmesi, devletin liberal politika ya ağırlık vermesi gibi konular cinsiyet ve aile temelli gelişmelerin yansımalarına sebep olmuştur. Özel televizyon yayıncılığının başlamasıyla birlikte, kültürel çözümleme sürecinde hızlanmıştır. Kadınlık ve erkeklik de yeniden tanımlanmaya başlamıştır. Cumhuriyet öncesi ve sonrası cinsiyet temsilleri kitle iletişim araçlarında programlar, diziler, yarışmalar içerisinde yansımalarını bulmuştur. Toplumun kendisinden beslendiğini iddia eden medya, bir süre sonra kendi kahramanlarını yaratmış, insanların bu

kahramanlarla beraber yaşamalarının gerekliliğinin altını çizmiştir. Medya, hem bir yapı olarak hem de temsil etme yönü açısından kadınlara ve erkeklere yer vermektedir. Bunu yaparken, geçmişten faydalanarak bugünü yansıttığı iddia etmekte ve günümüz dünyasına özgü kadınlık ve erkeklik kalıpları oluşturmaktadır. Türkiye’de ataerkil ve otoriter aile anlayışı giderek değişme uğramakla birlikte, halen egemendir. Aile birliğinin de eşit koşullarda sürdürdüğü pek iddia edilemez. medya da bu karışıklığa cinsiyet temsilleriyle katkıda bulunmaktadır. Bunların yanısıra çocukları, gençleri ve aileleri medya manipüle etmeye başlamıştır. Bireylerin değerleri gençlerin değerleri medyanın yükselen değerleriyle eşdeğer olmuştur. Özellikle televizyon, Türkiye’de kimlik bunalımına girmiş gençleri ve işsizlik nedeniyle geleceğini göremeyen toplumu yükselen değerler ile yönlendirip yeni ülküler vaat ederek bir kültürün etrafında toplamıştır. Tüketim malları aracılığıyla sergilenen refah ekonomisi görünülerinin hakim olduğu bu dönemde özellikle genç kuşakta, reklam sektörünün yönettiği özgür bir ortam mevcuttu. Toplumsal alandaki bu dönüşümde bireyci, bireysel ihtiyaçlarını gerçekleştirmede sabırsız ve rekabetçi bir insan tipine değer atfetme eğilimi söz konusuydu. Toplum yapısının dönüşmeye başladığı bu dönem de ticari televizyon, çeşitli kanallardan yayına geçmiştir. 1990’lı yıllardaki yayın çizgisi, boyunca kamu hizmeti yayıncılığından farklı olarak biçimsel yapılaşması ve yaşam öyküleriyle toplumsal duygu yapılarının ve toplumsala dair imgelemin yeniden üretildiği mecralardan biri olmuştur (Çelenk, 2005: 205).

2000’li yıllarda kentleşme olgusunun artmasına bağlı olarak yaşam tarzları da değişkenlik göstermeye başlamıştır. Ayata’dan aktaran Demez (2005: 165-168) üst ve orta sınıf ailelerin yaşadıkları uydu- kentlerin ortaya çıkışıyla birlikte kadınların ev için etkinlik alanının artmasına bağlı olarak erkeklerin ev yaşamından hoşlanma nedenlerinin arttığını söylemektedir. “Erkeğin de kamusal alandan uzaklaşma isteği içinde olduğu ve evi bir sığınak olarak gördüğüne de değinmiştir. Erkeğin ailesine sağladığı ev ve imkânlar, evin mobilyası, döşemesi gibi konular onun başarısının kanıtı olarak tatmin sağlamakta, toplumsal cinsiyetin ondan beklediği konuma uygun olarak erkek olmanın ve ailesine rahat bir yaşam sağlamanın mutlu gururunu tattırmaktadır. (Demez, 2005: 166)”.

Kongar (2005) Türk ailesinin dönüşüm sürecinin niteliklerini üçe ayırmıştır.

İlk olarak aile, topluma tepeden inme aşıl原因 yasal ve toplumsal devrimlerden etkilenmiştir. Bir başka deyişle, Türkiye’de aile, özellikle kentsel alanlarda doğal, toplumsal ve ekonomik gelişmelerden etkilendiği kadar, tepeden inme yasal güdümlerle biçimlenmiştir.

İkinci olarak, ailenin yapısı ve işlevleri ayrı hızlarda değişmektedir. Bir başka deyişle, yapı işlevlerden daha hızlı olarak farklılaşmaktadır. En çok sanayileşmiş bölgelerde bile çağdaş çekirdek aile yapısı, geleneksel geniş ailenin işlevlerinden bir kısmını korumaktadır. Babanın egemenliği, ailenin öteki özgürlüklerini kısmakta ve buna benzer “geleneksel geniş aile kalıntıları”, çekirdek aileyi denetim altında tutmaktadır.

Üçüncü olarak, Türkiye’de aile, gerek geleneksel, gerekse çağdaş toplum yapılarında görmediğimiz, kendine özgü bir yapı kazanmaktadır. Bir başka deyişle, toplumun değişme süreci, özel “uyarlama” yapılırken romanın günümüze uyarlanarak aktarıldığı belirtilse de, dizinin kadın karakterlerine biçilen rollerde günümüze uygun değişiklikler yapılmamıştır. Sadece yapıldığı dönemin şartlarına uygun olarak düzenlenmiştir.

Sonuç olarak 90’ lardan günümüze kadar Türkiye’ de yaşanmakta olan dönüşümün niteliğine ilişkin bir farkındalık geliştirmede ve ortak yaşam dünyasının dışında kalan dünyanın görünümüne ilişkin bilgi sahibi olmada televizyon, en yaygın ve en erişilebilir araç olma konumunu sürdürmektedir (Çelenk, 2005: 197).

### **1.3.1. Türkiye’de Yaşanan Değişim Sürecinde Televizyon Programlarında Kullanılan Kültürel Öğeler**

Küreselleşme ve buna bağlı olarak toprağa bağlı ekonomiden sanayi toplumuna geçiş sürecinde insanlar hızlı değişim ve gelişim yaşamışlardır. Bu süreçte yaygınlaşan kitle iletişim araçları, Türk toplumunun yapısını etkileyen önemli bir etken olmuştur. Bugün medya, toplumsal yapının tanımlanmasında, aile yapılarının yeniden anlamlandırılmasında, insanların algılamalarında ve tepkilerinde etkili olmaktadır. Gün geçtikçe topluma hâkim olan etik değerler gitmiş yerini kapitalizmin temel ilkelerine bırakmıştır.

Medyadaki tekelleşme doğal olarak medya ürünlerinin içeriğini etkilemektedir. Yanlı yayınların yanı sıra, kanal çeşitliliğine rağmen her kanalda benzer programların olması, bu programların ticari medya mantığına uygun olarak popüler kültüre ve tüketime yönlendirmesi, tekelleşmenin getirdiği kültürel sonuçlar olmuştur. En önemli sonuçlardan bir tanesi de dildeki yozlaşmadır. Ekranlarda da görselliğe önem verilmekte kaliteli iş gücü kullanılmamaktadır ve böylece ortaya konan işin niteliği de çok düşük olmaktadır. Gerek Türkçe hataları, gerek profesyonel habercilik açısından yapılan yanlışlar bugün medyadaki tekelleşmenin getirdiği doğal bir sonuçtur; çünkü tekelleşme yozlaşmayı da beraberinde getirmiştir.

Günümüzde özel kanalların artışıyla beraber televizyon ekranlarındaki yükselen değerler starlığı ön plana çıkarmıştır. Reality şowlar, starlık yarışmaları, durum komedileri, diziler vb. programlar ile kültürel değerler değişmiş ve günümüz popüler kültürü ortaya çıkarmıştır. Ancak Mutlu (1999) Türkiye'deki popüler kültürün "ulusçuluk" çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiğinin altını çizerek popüler kültürün, ulusal bazda bütünleştirici rol oynadığını belirtmektedir.

Kitle iletişim araçlarından televizyon kültür üretir. Bu nedenle televizyonun içeriği de toplumu biçimlendirme de önemli bir etken olarak görülmektedir. Bu nedenle televizyon yayınlarının içeriklerinin nitelikleri kültürel bağlamda daha fazla önem kazanmaktadır. Türkiye'de de özel televizyonlar kuruldukları günden bugüne, izleyiciyi kendilerine çeken diziler, yerli ve yabancı filmler, müzik, şov ve eğlence programları, yarışmalar, talk-show'lar ve canlı yayını temel alan habercilik anlayışı ile televizyon yayıncılığı açısından kârlılığı yüksek yeni yayın içeriklerini de beraberinde getirmişlerdir.

Ticari yayıncılığın başlamasının ardından on yılı asan bir süreçte yerli televizyon programcılığında, ana-yayın kuşağında ağırlıklı olarak aşağıdaki içeriklere yer verilmiştir. Çelenk (2005) yaşanan bu değişim sürecinde televizyon kanallarında yayınlanan programların çerçevesini şu şekilde belirlemiştir:

**Yerli Televizyon Draması:** Diziler, seriyaller, komedi ve güldürü dizileri, durum komedileri.

**Show Programları:** Talk-showlar,müzik-eglenceprogramları,yarışma programları.

**Forum Programları:** Haber-tartışma programları ve Haber-Dosyaları, sporkrik'ler.

**Yaşam Öyküleri Programcılığı:** Reality-Show'lar.

Ayrıca Çelenk, dünya televizyon yayıncılığında olduğu gibi, Türkiye’de günümüz televizyon yayıncılığında da artık türler arası geçişkenliğin arttığı ve türsel bir ayırım yapmanın zorluğuna dikkat çekmektedir. Türkiye’de televizyon yayınlarının geneline bakıldığında, ‘yerli televizyon draması’ ile diğer üç grup altında belirtilen tür ya da formatlar arasında, sosyo duygusal iklime yaydıkları değerler, ortak yaşam dünyasına ilişkin kanaatler ve televizyon mesajı bakımından ayırımın belirginleştiği fark edilmektedir.

Popüler kültürün bir parçası olarak değerlendirilebilecek eğlence programları, insanları, ekranda görülenden farklı bir konu üzerinde düşünmekten alıkoyan, onları oyalayarak bir yandan da uyuşturan bir özelliğe sahiptirler. Toplumdaki en düşük zevke göre uyarlanan bu programların reytingleri<sup>7</sup> oldukça yüksek olduğundan, televizyon için tercih edilen yapımlardır.

Popüler kültür özellikle televizyon aracılığı ile kadını en önemli hedef kitlesi olarak seçmiştir. Verilmesi gereken mesajlar kadın üzerinden topluma aktarmaya çalışmıştır. Bunu yaparken de kadınların en fazla tv izleyebildiği gündüz kuşağı programlar seçilmiştir. Televizyonda “kadın” eksenli programların bu denli yoğun olmasında kadının daha çabuk ikna edilebileceğinden ve kadınların televizyona olan ilgisinden kaynaklanmaktadır. Fakat Türkiye’de son yıllarda televizyon program türlerindeki değişim ve dönüşümlerin etkisinde bu farklılık azalmıştır. Televizyon programları, anlatı yapısı ve türsel özellikleri ile git gide birbirine benzeyen yapımlarla kadın ve erkek izleyicinin her ikisini de hedeflemektedir. Çelenk (2005) John Eliss’e göre televizyon anlatısının özelliklerini şöyle belirtir. Televizyonda görsel göstergeler anında doğrudandır. İzleyiciye seslenir, izleyici ve metin arasındaki uzaklık ortadan kalkar. Gerçek zamanı kullanan televizyon bize, evinde oturan aileye seslenir. Günlük yaşamın doğal akışını ve rutinini kurarlar. Bir süre sonra dizilerde ve programlarda yer alan tiplere ve karakterlere iyice alışırız. Bu karakterler değişir,

<sup>7</sup> Nielsen Media Research tarafından geliştirilmiş izleyici/dinleyici ölçüm sistemi.

dönüşür. Televizyonun parçalanarak akan akıntısı onu süren, sonlanamayan bir üst alıntı haline getirmiştir. Parçalanmış televizyon anlatısı farklı türleri ortak bir paydada birleştirir. Televizyon anlatısı türsel uzlaşmanın ötesinde, türleri içine alarak birbirine benzeştirir. Türler arasındaki bu benzeşme, hem sonlanma hem de parçalanma olarak ortaya çıkmaktadır. Televizyonun parçalanarak akan akıntısı, anlamlandırma biçimini ve temsilleri de şekillendirir.

Bu anlamda Televizyon ekranlarında yayınlanan programlar arasında toplumu en fazla anlatım akışı içine alan programların başında da evlilik programları, yarışma programları ve televizyon dizileri olduğunu söyleyebiliriz.

### **1.3.1.1. Evlilik Programları**

Evlilik kurumu Türk toplumunda özellikle önemsenmekte ve geleneksel ritüellerle gerçekleştirilmektedir. Ancak, sanayileşme ile birlikte metropollere yönelen göçlerin, bireyin yalnızlaşarak topluma yabancılaşmasına ve dolayısıyla sosyal çevre ile olan bağlarının zayıflamasına neden olduğunu söylemek mümkündür. Eş bulma konusunda farklı amaçlarla veya ticari kaygıyla kurulan bazı özel evlendirme kurumlarının ve şirketlerinin yanı sıra, son zamanlarda aynı rolü üstlenen ancak reyting kaygısıyla hareket eden bazı ithal TV yapımlarının yayınlandığı görülmektedir. Özellikle geleneksel görücü usulünün ve mahremiyetlerin ekranlara taşınmasından dolayı bu programlar, ilk olarak yabancı ülkelerde yayınlanmıştır. Çeşitli yapımcı firmalar tarafından telif hakları satın alınarak ve tekrardan düzenlenerek ülkemizde yayına konulmuştur. Ülkemizin koşulları değerlendirilerek yayına konulan bu tarz programlar büyük yankılar uyandırmış ve kitleleri peşinden koşturmayı başarmıştır.

Özel hayatı ekranlara taşıyan BBG (Biri Bizi Gözetliyor) adlı yarışma programı ile başlayan evlilik programları furyası daha sonra Biz Evleniyoruz, Kalplerde İkinci Bahar, Ben Evleniyorum, Size Anne Diyebilir Miyim, Bir Prens Aranıyor, Sevda Masalı, Beyaz Atlı Prens, Sahte Gelin ve Hayaller Gerçek Oluyor gibi farklı bir formatta tekrar izleyicinin karşısına çıkmıştır. Günümüzde yayınlanan Esra Erol'da Evlen Benimle, Su Gibi, İzdivaç gibi evlenmek isteyenleri bir araya getiren ve evlenmelerine yardımcı olan bu televizyon

yapımları ile insanlar, gizli saklı konuştukları mahrem şeyleri artık kamuoyunda da paylaşmaktadır. Mahremiyet algısını yok eden bu tür programlarda, toplumumuzca kutsal addedilen evlilik ve aile değerlerine yönelik ciddi çelişkiler içermekte, daha baştan evlenme usulüne ve bayan erkek ilişkilerine yönelik başkalaşmalar göze çarpmaktadır.

### **1.3.1.2. Yarışma Programları**

Son zamanların en çok konuşulan, en çok seyredilen, yayınlandığı televizyona ve kendi piyasasına en çok kazandıran; kitleleri kolayca bağlaması ve etkilemesi açısından ele alınacak konulardan biri de yarışma programlarıdır.

2000’li yıllarda yapımına başlanan yarışmalar, kazandığı reyting oranı ile bir anda medyanın gündemine oturmuştur. Biri Bizi Gözetliyor, Dokun Bana, Popstar, Biz Evleniyoruz’la başlayan yarışmalar Var Mısın Yok Musun, Yemekteyiz, Yetenek Siziniz, O Ses Türkiye, Yok Böyle Bir Dans, Bugün Ne Giysem gibi farklı formatlarla devam etmiştir. Önceleri çoğunlukla bilgi yarışması formatında olan yarışma programları günümüzde daha da çeşitlenmiş, izleyiciler de yarışmacılar için oy göndererek yarışma sürecine dâhil edilmiştir. Her geçen gün benzerleri yayınlanan yemek, müzik, dans, tiyatro gibi yetenek yarışmaları ile de yarışmacı, topluma kendisini beğendirme çabası içine girmekte bunun için de kavgalarla ve skandallarla ismini duyurmaya çalışmaktadır.

Ekranlarımıza gele bu popüler kültür yarışmaları, popüler kültürün diğer öğeleri gibi çabuk üretilmekte ve çok çabuk tüketilmektedir. Çünkü bu tür yarışmalar da şans oyunlarındaki gibi kolay ve zahmetsiz para kazanmanın ve bir anda tüm bir ülkenin gündemine oturmanın en kolay yolu olmuştur. Türkiye’de yaşanan toplumsal değişimin bir sonucu olarak karşımıza çıkan bu tarz programlar kapitalizmin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Televizyon ekranlarından sunulan sıradan insan gene sıradan insanının tüketim malzemesi haline gelmiş ve sıradan insanın hayalleri, beklentileri birer malzeme olarak kullanılıp birer tüketim nesnesine dönüştürülmüştür.

Karakterleri ve hikâyeleri ile geçici kahramanlar yaratan bu yarışmalarda Türk insanın duygusallığı kullanılmakta ve yarışmacıları izleyiciye bağlayarak onları

desteklemeleri sağlanmaktadır. İzleyiciler de kazananlarla özdeşlik kurar ve onlar adına mutlu olur. Benzeşen medya formatları aynı anda dünyanın birçok ülkesinde farklı kültürlerdeki izleyiciyi ortak duygularla ekran başına çekebilmektedir. Türk izleyicisi de birbirine benzer bu formatları yeniymişçesine kabul ederek izlemektedir.

### 1.3.1.3. Televizyon Dizileri

Televizyon ile en çok bir arada düşünülen program türü televizyon dizileridir. Televizyon dizileri sahip oldukları belli özellikler ile seyirciyi ekran başına bağlamayı başarmıştır. Bu özellikler; birbirinin içine geçmiş yaşayan öyküler, çok karakterli ve öykünün süregiden yapısı, televizyonun bir aile aracı olması ve seyirciye düşsel bir dünya sunabilmesidir.

Mevcut diziler dramatik örgüleri, popüler kahramanları, şiddet sahneleriyle gündemde kalmaktadırlar. Televizyon dizileri, bir yandan toplumun duygusal kodlarıyla yazılan senaryolar ile şiddeti, entrikayı, kötülüğü yüceltirken diğer taraftan sosyal mesajlar verilerek kendini topluma karşı sorumlu hissettirmektedir. Taşkiran (2007)'da televizyon dizilerinin toplumsal sorun karşısında, işlevsel niteliğini yitirdiğini belirtirken; Bizimkiler, Mahallenin Muhtarları, Ekmek Teknesi, İkinci Bahar, Asmalı Konak, Melekler Adası, Bir İstanbul Masalı, Aliye, Kurtlar Vadisi, Hayat Bilgisi Deli Yürek, Çiçek Taksi gibi bazı dizileri hatırlatarak şu yorumu yapar: İsimlerinden de anlaşıldığı üzere hepsinin tematik yapısında, dramatik türlerin yapısı gereği, toplumsal yaşamdan bir kesit bulmak mümkündür. Bunlardan bazıları sorunlara çözüm getirmemekle birlikte, toplumsal şiddet eğilimlerini, erk tanımazlığı köstekleyici niteliktedir. Sağın toplum düzleminde ilerleyen dizilerin bir bölümü, boş temalı, yalnızca oyalanmaya yönelik biçimsel düzenlemelerle üretilmektedir. Kalan diğer kesim ise bölümsel olarak toplumsal sorunları işler; her bölüm tematik olarak bir sorun ele alır.

Öyle Bir Geçer Zaman ki, Bitmeyen Şarkı, Gönülçelen gibi dizilerde olduğu gibi Yeşilçam filmlerini çağrıştıran melodram özellikleri de sıkça kullanılmaktadır. Yayınlanan her iki diziden bir dram/ melodramdır. Bu tür komedi ve son yıllarda sayıları artan polisiye/ macera türleri izlemektedir. Son bir yılda sayısı önemli derece de artmış olsa da gençlik



dizileri son sırayı almaktadır. Bunların dışında kalan türler ise dönemsel çıkışıdır. Fantastik olarak nitelenebilecek yapımlar, özellikle 2000'lerin sonlarına doğru çocuk izleyicilere yönelik ortaya çıkmışlar ve belli bir süre önemlerini yitirmişlerdir. TRT'nin yerli dramalara önem verdiği dönemlerde gözde olan tarihsel diziler, 2005'lerden itibaren özel kanallarda görülmeye başlamıştır. Günümüzde aşk ve aile ilişkilerinin entrikalarla bezendiği diziler ise ön sıralarda yer almakta ve hemen hemen her türde karşımıza çıkmaktadır. Son dönemlerde yayınlanan dizilerde ki başka bir tematik özellik de bireysel ve örgütsel savaşın ve terör olgusunun ana konu olarak işlenmesidir (Tanrıöver, 2010: 2010-113). Öyle Bir Geçer Zaman ki, Kurtlar Vadisi Pusu, Tek Türkiye, Türkan gibi diziler bu tematik özelliğe verilecek birkaç örnektir.

Türkiye'de yerli drama üretiminde dedektif, polisiye, melodram, bilim kurgu ve fantezi dizileri, durum komedileri, pembe diziler gibi alt türlerin her biri tematik anlamda denenmiş ve her zaman bir dönüşüme uğramıştır. Bunun nedeni ise kültürel hem de endüstriyel gerçeklerdir (Çelenk, 2005: 292).

Televizyonun yakın ilişki içinde olduğu tiyatro, sinema ve radyo alanlarının komedi kaynaklarından yararlanması ile durum komedi formu gelişmiş ve yerli komedi dizileri batıdan ithal edilmiş ve yayınlanmıştır (Özsoy, 2011: 139). Türk televizyonlarında komedi türünün ilk örneği "Yaşar Ne Yaşar Ne Yaşamaz" adlı mini dizidir (Serim, 2006: 140-141). Daha sonra Kaynanalar, Perihan Abla gibi durum komedileri 2000'li yıllarda yerini Tatlı Hayat, Çocuklar Duymasın, Ayrılısak da Beraberiz, Avrupa Yakası, Yahşi Cazibe ve Yalan Dünya gibi dizilerle devam etmiştir. Bu durum komedileri aracılığı ile insanlara bir takım modeller sunulmaktadır. Avrupa Yakası'nda Burhan Altıntop, Yalan Dünya'da Orçun, Çocuklar Duymasın'da Taş Fırın Erkeği Haluk tiplerini buna birkaç örnektir. Durum komedileri hem Batıdaki örneklerinden hem de kendi içindeki örneklerinden yapısal ve türsel özellikleri ile farklılaşmakta, Türk güldürü sanatından izler taşıyan merkez yapısıyla, özgül bir anlatım biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Alankuş ve İnal, 2000: 65-109). Ülkemizde yayınlanan bu yerli komedilerde toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel koşullarına bağlı olarak karakterlerin özellikleri ve toplumun güldürü geleneğine bağlı olarak gülmece unsurları verilmektedir. Bir stüdyo dekoru içinde yapılan bu dramatik

kurmacalar ile dünyada gerçek dünyaya sık sık gönderme yapılır. Dizi metin içinde aile kurumu, küresel ve yerel vurgular içindeki ironilerle anlatılır.

Türk televizyonu bazı dönemlerde televizyon kanallarının farklı toplumsal gruptaki izleyicileri çekmek istemesine bağlı olarak öyküleri İstanbul dışına taşımıştır. Asmalı Konak dizisinde Kapodokya, Büyük Yalan'da Muğla, Aliye'de Edirne, Yabancı Damat'da Gaziantep ve Aska Sürgün'de Mardin, Sultan dizisinde Diyarbakır örneklerini görebiliriz. Bu örneklerde özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da varlığı hala devam eden aşiretlerin ve ağalık sisteminin dizi filmlere konu olması baba otoritesinin ve erkek egemen geniş aile yapılarının sıkça yer alması, ataerkil aile yapısının medyada temsil edildiğinin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunların yanı sıra medyada, modern aile yapılarında çalışan kadın modelinin verildiği örnekler de mevcuttur. Bu örneklerle ataerkil aile yapısından modern aile yapısına geçiş gösterilse de ataerkil aile yapısı baskın bir şekilde devam etmektedir. Bu bakımdan medyanın, egemen kültür ve ideolojiyi yeniden üretme ve anlamlandırma işlevi oldukça etkili olduğu görülmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### KÜLTÜREL ÜRETİM FORMU OLAN TELEVİZYON DİZİLERİ

Kitleler, televizyonu boş zamanın ve bunun da ötesinde hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak görmektedir. Televizyon üreticisi de hedef kitleyi belirleyerek bireylerin neyi nasıl ve ne şekilde tüketceklerini planlamaktadır ve böylece üretici içeriği, içerik de izleyiciyi etkilemektedir. Oyunculardan konusuna kadar birçok yönüyle izleyici üzerinde etki yaratan televizyon dizileri de kitle kültürünün bir parçası olan bir anlatı formudur. Televizyon dizilerinin ticari kaygıları ve ideolojik işlevi, izleyicileriyle kurduğu ilişkisinde belirleyici unsurları olmaktadır.

Televizyonun dizisinin nasıl bir üretim formu olduğunu ortaya koyabilmek için bu bölümde televizyon anlatısının içeriğinin nasıl üretildiği, bu üretim için ne tür anlatım öğelerinin kullandığı, egemen ideolojiyle ilişkisi açıklanmaya çalışılacaktır. Ardından televizyon programlarının günümüzde en yaygın ve popüler türlerinden olan diziler üzerinde durulacak; dizilerin izleyici, dolayısıyla da toplum üzerindeki etkileri tartışılacaktır.

#### 2.1. TELEVİZYON ANLATISINDA ÜRETİMİN BELİRLEYİCİ UNSURLARI

Anlam üretiminin öznel olduğu gerçeğine karşın, anlam üretimi işlevini yönlendiren bir dış çevre de vardır (Güneş, 2001: 94). Günümüzde sıradan insan, kendisi için üretilen gazetelerin, filmlerin, dizilerin ürettiği malzemelerin, kendisinden uzak yerlerde, farklı toplumsal konumlardaki insanlar tarafından hazırlandığının ve bu kimselerin kendisinden farklı bir etik içinde bulunduğu farkında değildir (Aydoğan, 2004: 51). Alıcı, toplumsal olgu ve olayları, değerleri, ilişkileri olduğundan farklı, televizyonun düzenlediği şekilde algılamaktadır.

Televizyon popülerliğini koruyan ve kendine özgü anlatı biçimleri olan önemli bir kitle iletişim aracıdır. Televizyon birbiriyle bağlantılı olayların, kendine özgü kuralları çerçevesinde, kendi göstergeleriyle ve kurgusal olarak aktarıldığı bir araç olması nedeniyle

bir anlatı formudur. Televizyon anlatısının çözümlemesini ise yapısal ve içeriksel düzeyde yapmak mümkündür. Bir kitle iletişim aracı olan televizyonun mevcut yapılaşmış ilişki biçimlerinin bir bütün incelenmesi televizyon üretim pratiği hakkında bilgi edinmemizde yardımcı olacaktır. Televizyon program üretimi, tüm televizyon kuruluşları için benzer ekonomik kısıtlamalarla karakterize olsa da, programların biçim ve içerikleri konusunda karar verme süreçleri televizyon kuruluşlarının örgütlenme modellerine göre farklılıklar gösterir. Rekabetçi tecimsel televizyon modelinde programların değişim değeri program yapım sürecindeki karar alma mekanizmasının işleyişini belirleyen temel kavramken, kamu kuruluşu şeklinde örgütlenen televizyon modelinde, bu kararlar “kamu” kavramına dayanır. Dolayısıyla ilkinde, televizyon yöneticilerinin izleyici beğenisi tahmin ve hesapları belirleyici bir rol oynarken; ikincisinde izleyici kitleler, televizyon program üretimi sürecinde karar alma yetkisine sahip olanların öznel “kamu” tanımlarıyla temsil edilmektedir (Mutlu, 2008: 52). Kamu yayıncılığında bilgi ve eğitimin televizyon içeriklerini oluşturma ve biçimlendirmede birincil yere sahip olduğu zamanlarda bile her tür darama, izleyicinin yoğun ilgisini çekmektedir. Eğlenme ve hoşça vakit geçirme televizyonun önemli işlevlerinden olmuştur. Televizyon dizilerinin hem anlatımsal özellikleri, hem de toplumsal yaşam üzerindeki belirleyiciliği bakımından bu bölümde televizyon anlatısının içeriğini belirleyen çeşitli öğeler ele alınacaktır.

### **2.1.1. Televizyon Anlatısının Akışı ve Hazla İlişkisi**

Televizyon anlatısının en temel özelliklerinden biri, kendine özgü, planlanmış bir akışının olmasıdır. Mutlu (1999) akışı, televizyonun üst anlatısı olarak ifade eder. Televizyon anlatısı, radyo dışındaki tüm anlatı araçlardan farklı olarak başlangıç ve bitişi olmayan, zamana yayılan bir anlatıdır. Süreklilik teşkil eder ancak bu süreklilik içinde esas olarak seyredilen televizyondur. Akış olgusu, Williams tarafından “merkezi televizyon deneyimi” olarak ifade edilmektedir. Televizyon akışı, hem teknoloji hem de kültürel biçim olarak televizyon yayıncılığı için tanımlayıcı bir özelliktir. Televizyon, kendine özgü akışı nedeniyle zamansal algıyı sürekli olarak kırmakta ve yeniden kurmaktadır. Algının kırılması bir yandan her programın kendi iç zamanının akıyor olması, diğer yandan ise bu

zamanın reklam, haber, duyuru ya da izleyicinin kanal değiştirmesi gibi yollarla sürekli kesintiye uğramasından kaynaklanır. İzlenmekte olan programın kendi iç akışının sürekliliğini bozan reklam ve haber kuşakları, ya da farklı bir kanaldaki farklı programlar, yine kendi iç zamanları olan anlatılardır (Gülsoy, 2006: 129). Televizyon karşısında geçirilen zamanın akışı, izleyicinin zihninde de karmaşık etkiler yaratmaktadır.

Televizyon akışında içerik kavramı, televizyon için üretilen programları ve bu programların metinlerini kapsamaktadır. Televizyonun içerik yapılaşması, yani programcılık uygulamaları ve yayın akışları incelenirken, yayın içeriklerini şekillendiren ekonomik yapıya ve toplumun ortak anlamlandırma sistemlerine, bu sistemlerin uzlaşmsal kodlarına, anlatı formüllerine bakılmalıdır. Televizyonun kimliğini saptayabilmek için de onun diğer araçlarla ve biçimlerle ilişkisini tartışmak gerekir. Tüm iletişim araçlarının diğerlerinden ayırt edilmesini sağlayacak bir formatı vardır. Bu formatlar çeşitli konuları izleyiciye sunma stratejileri olarak hizmet gören formüllerdir (Mutlu, 2008: 38). Bir anlam sistemi olarak televizyonun, hep başka programlara malzeme üretme yönündeki somut bir ticari mantık tarafından tüketilmektedir. Böylelikle, kültürel yeniden üretimin sürekli kendi üzerine kapanan bu döngüsel hareketi vardır. Türkiye’de rekabetin yaşandığı yayıncılık ortamında bu döngüsellik, yayın akışını ekonomik, hızlı ve izleyici bağlılığı yaratacak devamlılıklarla kurma imkânı vermektedir (Çelenk, 2005: 78). Televizyon içeriğini belirleyen ve kontrol edenler, üretimi de elinde tutan ve bu doğrultuda kendi ideolojilerini yansıtanlardır.

Televizyon bir kültür endüstrisidir. Üretilen televizyon içerikleri ekonomik kaygılar ve rekabet ortamı içerisinde belirlenmektedir. Üretilen bu kültür ürünleri ticari kaygılar göz önüne alınarak, reytingler hesaplanarak şekillenmektedir. Başara göre (Başar, 2007: 18). Televizyon yayınlarının müşterisi izleyicilerdir. İzleyicinin olmadığı bir ortamda reklâmlardan, programlardan, yayınlardan veya planlamadan söz etmek mümkün değildir. Kısaca izleyici, reklâm verenin, medya planlamacısının ve televizyon yayıncısının varlık nedenidir. Kitle iletişim araçlarında gönderilen mesajın istenilen ölçüde ve doğru kitleye ulaşabilmesi için öncelikle izleyicilerin özellikleri ve beklentilerinin bilinmesi gerekir. Televizyon akışı, televizyonun farklı sosyallik biçimleri ile olan ilişkisinin, gündelik

yaşamın ritmine ve cinsiyetçi bölümlenişine uygun temel görünümünü yansıtan bir akıştır (Çelenk, 2005: 101-102). Televizyon kendi izlenme bağlamını ve izlendiği aralıktaki izleyici profilini kendi anlam sistemi içinde her zaman dikkate alır ve ona yönelik bir yanıt üretmek üzerinde düşünür.

Televizyonun eve bağımlı bir teknoloji olması nedeniyle televizyon akışı, geleneksel ev yaşantısının akışına göre düzenlenmektedir. Ev içinde tüketilen televizyon, ev içi zamanı ve mekânı da yeniden tanımlamaktadır. Gündüz yayınlanan televizyon kuşak programlarının akışı ve içeriği ev kadınlarının yaşamlarıyla uyumludur. Hane halkının eve döndüğü varsayılan saatte televizyon anlatısının içeriği ve çehresi değişmektedir (Mutlu, 1999: 136). Televizyon izleyicisinin serbest olduğu Prime time dediğimiz televizyonun en çok izlendiği saatler de izleyicinin günlük yaşamın sıkıntılarında ve gerçeklerinden uzaklaştırarak eğlendiren programlara yer verilir. Mutlu (2008) Prime-time<sup>8</sup>'in reklâmcılara en çok sayıda izleyici satabileceği saatleri dile getirdiği için tecimsel televizyonun en değerli yayın kuşağı olduğunu söyler. Günlük yayın akışı planlaması, programların yirmi dört saatlik bir zaman dilimine göre bölümlenmiş, yayın kuşakları içine yerleştirilmiştir. Bu gündelik akış, o coğrafyadaki sosyo ekonomik göstergeler ve aile yaşamıyla yakından ilişkili toplumsal kültürel bir akıştır. Yayın akışının biçimlenişi, toplumun eğitim, kültür ve demografik özelliklerinin yansımasıdır. (Çelenk, 2005: 108). Televizyonun eve bağımlı bir teknoloji olması nedeniyle, izlenme oranlarını üst seviyelerde tutmayı başlıca hedeflerden biri olarak benimseyen televizyon şirketleri televizyonun akışını, geleneksel ev yaşantısının akışına göre düzenlenmektedirler. Bu akışta çocukların okulda ve erkeklerin işte olduğu varsayılan gündüz saatleri kadına hitap eden programlara, hane halkının eve dönüş saatlerinde erkeklerin ilgisini çekecek türlere yer verilmektedir. Bu yapı Erol Mutlu'nun ifadesiyle sadece varlığıyla bile ideolojiktir (Mutlu, 1999: 136). Televizyon programları bu yönüyle ticari/kar amaçlı endüstriyel ürünlerdir, diğer taraftan sanatsal bir boyutu olması nedeniyle de kültürel ürün niteliğindedirler. Küresel bir kültürün mitolojilerini üretmekte ve dolaşıma sokmaktadır. Ancak programların yapımında güçlü bir finansman gerektiği için bu ürünlerin endüstriyel boyutları, sanatsal yönlerini de biçimlendirmektedir. Bu nedenle

<sup>8</sup> Televizyonların en çok izlendiği 2000-2259 arası saat dilimini kapsar. Bu kuşakta genellikle diziler, filmler, reality şovlar, eğlence ve maçlar yayınlanır.

programcılıkta ticari değeri olmayan bir kültürel projenin gerçekleşme olasılığı düşüktür (Soydan, 2011: 1).

Televizyonun içerik üretimi, ortak anlamlandırma sistemlerinin uzlaşımsal kodları ve anlatsal formüllerine uygun olarak şekillenmektedir. Program yapılanması ve dönüşümü, hem o toplumun süreklilik gösteren anlatı gelenekleriyle hem de gündelik yaşamın ritim ve trendleriyle yakından ilişki içindedir (elenk, 2005: 89). Eğlence televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisidir. Neyin gösterildiğinin ya da bakış açısının yansıtıldığının hiçbir önemi yoktur. Her şeyin üstünde tutulan varsayım, hepsinin bizim eğlenmemiz ve haz almamız gözetilerek sunulmasıdır (Postman, 2010: 102). Her şeyin birer gösteriye, eğlenceye dönüştüğü medya ortamında herkesin eğlendirilmesi ve haz, televizyonda her şeyin üstünde tutulmaktadır (Mutlu, 1999: 12).

Sonuç olarak insanların bilinen, sıradan duygu ve ilgilerinin ekrandaki uzanımı olan televizyon (Postman, 2010) yayın akışı ile bir yandan içinde bulunduğu toplumun özelliklerini yansıtırken bir yandan da içerdiği kod ve anlamlandırma kalıplarıyla kültürlerin etkilemesinde etkili olmuştur.

### **2.1.2. Televizyon Anlatısında Gerçeklik**

Toplumlarda İnsanın dış gerçekliği ile kurduğu anlamlandırma ilişkilerinden biri olan dş görme ve fantazyalara duyulan ihtiyaç artık iletişim endüstrisi tarafından giderilmektedir. Modern insanın bu alanda tüketebileceği popüler kültür ürünleri kitle iletişim araçları tarafından belirlenmekte ve tüketicide sunulmaktadır. Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisi kavramını kullanarak tüketicilerin gereksinimlerine uygun ürünler üretildiğini asıl amacın, üretimin tüketilmesi için tüketicide yanlış ittirmeler uyandırmak olduğuna vurgu yapmaktadır (Akçalı, 2006: 25). Tketicideyi düşünmeye sevk etmeyen aksine dünyanın hazır yorumlarını sunan kültür endüstrisinde, tüm parçalar eşit bir düzlemde ortaya konmakta ve detayların bir bütünlük oluşturması engellenmektedir.

Televizyon yayıncılığının kendine has bir görüntü tekniği ve dili vardır. Görüntü tekniği hayatın kendi akışı içinde verildiği hissini yaratmakta ve montajlanarak yeniden

üretilip sunulmaktadır. Televizyonda seyrettiğimiz de gerçeğin kendisi değil onun özel bir şekilde yeniden üretilmiş halidir. Postman (2010)'ın dediği gibi “Televizyonun, tuhaf bir şekilde göstererek yapılması gereken şeyin, yani bilgilendirme işinin yapılması için gösterilmesi gerekenden daha başka şeyler göstererek; ya da yine, gösterilmesi gerekeni gösterirken, bunu göstermeyecek ya da anlamsızlaştıracak bir tarz da yaparak, ya da onu gerçeğe hiçbir şekilde uyuşmayan bir anlam kazanacak tarzda kurarak nasıl gizleyebildiğini göstermektedir.” (s.23).

Kitle haberleşme araçları, bireylere yeni bir öz kişilik verip ve onlara ne olmaları, nasıl olmaları gerektiğinin telkin edilerek bireyin rahatlamasını sağlayan bir kaçış olarak görülmektedir. Televizyon yaşanan ve yaşanılması gereken gerçek dünyayı değil; izleyiciye göre yaratılan düzmece bir dünyayı yansıtmaktadır. Televizyonun kurmaca dünyası, simgesel olması bakımından gerçek dünyadan farklıdır, ancak tek farklılık bu değildir. Kitle iletişimselleşmiş tüketimin en yaygın kullanılan aracı olan televizyon endüstrisinin ticari mantığı da bu farklılığa dayatılmaktadır. Çünkü Mutlu (1999: 96-97)'ya göre gerçek dünya, tüm monotonluğuyla izleyiciler için izlenmesi hiç de cazip olmayan bir hammadDEDİR. Oysa bu dünya daha fazla şiddetle, daha cazip karakterlerle, daha cafcıflı yaşam biçimlerinin temsiliyle çok daha çekici kılınabilir ve müşterinin talebi de bu yöndedir.

Bireyler bilgilendikleri, eğitildikleri ya da eğlendikleri ve gerçek sandıkları evrenin aslında gündelik hayatlarını kapsayan dünya olup olmadığını fark edemeyecek konuma itilmiştir (Akçalı, 2006: 27). Medya alıcısı, toplumsal olgu ve olayları, kurumları, değerleri, ilişkileri olduğundan farklı, medyanın düzenlediği şekilde algılamaktadır (Güneş, 2001: 89). İzleyicinin bildiği sandığı aslında sunulan kadarıyla gerçektir. Medyada haber ve gerçeklik yüzeysel verilmekte ve geri kalan önemli boşluklar popüler kültür ürünleriyle doldurulmaktadır. Televizyonda gösterilen ürünlere imajlar, işaretler, anlamlar katılmaktadır. Böylece ürünler kültürel göstergelere dönüşmektedir.

Toplumsal olayların da gerekenden çıkarılarak eğlencelik olan kalıplara sokulması son dönem medyanın ana stratejisidir. Postman (2010)'da yaşadığımız çağın bir hiper gerçeklik çağı olduğunu ve medyada enformasyon ile eğlence, imaj ile politika arasında sınırın



kalmadığını söylemektedir. Televizyon haberleri ya da belgesellerin anlattıkları öyküleri yeniden kurgularken kullandıkları dramatik ya da melodramatik kodlar, bu tür ciddi ürünleri bile eğlenceye dönüştürmektedir. Bu nedenle günümüzde, enformasyon ile eğlence arasındaki sınırlar kalkmıştır (Aydoğan, 2004: 87). Televizyon, aygıtımız bizi dünyayla hep yakın ilişkide tutar, ama bunu bize gülümseyen çehremizin hiç değişmediği bir yüzle yaptırır (Postman, 2010: 101). Televizyon gerçeklik ile fantastik dünya yer değiştirmiştir. Televizyon izleyicisi yaşanmış ciddi olayları, gerçek olmayan fantastik bir film gibi algılamaktadır. Özellikle genç kuşak arasında fazlaca görülen özdeşleşme; ölümsüzlük isteği, davranış ve giyim tarzlarının taklidi, özdeşleşilen starla hayatını değiştirme arzusu gerçek hayatla bağdaşmamaktadır. Böylece, üretimin yapısından bağımsız olmayan kültürel yeniden üretim, gittikçe insanı kendi özüne yabancılaştırmaktadır. Televizyon, anlıtısı ile bunu yaparken ideolojiyi kullanmaktadır.

### **2.1.3. Televizyon Anlatısında İdeoloji**

Medya endüstrileri olmadan içerik olamayacağından dolayı öncelikle endüstriyel yapı, içerik ve izleyici bir bütün olarak incelenmelidir. Çünkü üretim, dağıtım ve tüketim bir bütündür. Televizyonda da bu endüstriyel yapı kitlelere yöneliktir ve egemen ideoloji tarafından yönlendirilmektedir. Televizyon ve ideoloji arasındaki bu ilişkiye bağlı olarak televizyon, ideolojinin etkisinde yayınlar yapmakta aynı zamanda ideolojinin üretiminde de büyük pay sahibi olmaktadır.

1850'li yıllardan başlayarak burjuvazi, toplumsal biçimlenmesini oluşturarak egemen sınıf durumuna gelmiş sonra aydınlanma çağı<sup>9</sup> başlamıştır. Bu nedenle, Aydınlanma geleneği içinde sayabileceğimiz ve sanayi devriminden soma bilim ve teknoloji alanında gerçekleştirilen tüm gelişmeler, egemen sınıfın ayrıcalıklarını korumaya yönelik gelişmeler olmuştur. Egemen sınıf ile tüketim olgusu ortaya çıkmış ve sıradan insanı, iş saatlerinde tadamadığı mutluluğu ve insan olma onurunu, çalışma dışı saatlerde

<sup>9</sup> Aydınlanma felsefesinin 18. yüzyılda doğup benimsenmeye başladığı dönemdir. Batı toplumunda 17. ve 18. yüzyıllardagelişen ve akılcı düşünceyi eski, geleneksel, değişmez kabul edilen varsayımlardan, önyargılardan ve ideolojilerden özgürleştirmeyi ve yeni bilgiye yönelik kabulü geliştirmeyi amaçlayan düşünsel gelişimi kapsayan dönemi tanımlar.

bulabileceğine inandırarak bir yandan sistemin kendini yeniden üretmesine, öte yandan egemen-bağımlı ilişkisinin sürdürülmesine neden olmuştur.

Modem kapitalizmle birlikte tüketimcilik olarak adlandırdığımız şey, hayatın anlamının bir şeyler satın alma, önceden belirlenmiş deneyimleri yaşamanın önemli olduğuna vurgu yapan ideolojiye dönüşmüştür. Kitle iletişim araçlarının öncüsü olan radyo, özellikle kuruluşunun ilk zamanlarında daha çok bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Ancak, radyo daha çok ulusal bir kullanım aracı olma özelliği taşıırken, televizyondan uluslararası boyutlarda yararlanılmaktadır. Bu nedenle kitle iletişim araçları devletin ideolojik aygıtları olarak da tanımlanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, teknolojinin gelişmesi ve küreselleşmenin kendisini etkin bir şekilde göstermesi sonucunda dünyanın tek kutuplu hale gelmesi; kültürü de, hâkim kapitalist ideolojinin yansıması olan bir tüketim ve unutma kültürüne dönüştürmüştür. Frankfurt Okulunun ‘kültür endüstrisi’ kavramı ile vurgu yaptığı bu süreçte, hayatın her alanı metalaştırılmakta ve böylece hakim ideoloji kitlelerin bilincinde yeniden üretilebilmektedir (Akçalı, 2006: 185). Kültür endüstrisinde medya, medyatik kamuoyunu inşa ederken içinde bulunduğu toplumsal alanın bütün içindeki egemen ilişkilerin dışında değildir; kendi kamuoyunu oluştururken, temel referanslarını bu ilişkiler bütününe dayandırır. Başka bir deyişle medya olayları anlamlandırırken toplumsal sistemdeki egemen söylemlerden bağımsız hareket etmemektedir. Medyada egemen olanın kendi düşüncesini, iktidar mekanizmalarını hegemonik bir yolla kurarak ve zor kullanmadan bireylerde rızanın üretilmesi aracılığıyla gündelik hayatın her alanı içinde bireyleri eğlendirmektedir. Eğlence endüstrisi, içinde taşıdığı tüketim ideolojisiyle birlikte tüketmeden eğlenemeyen bireyi yaratmakta ve özellikle televizyon aracılığıyla, bireyi kendi toplumsal konumunun ve gerçekliğinin dışına sürüklenmektedir. Televizyonun kitle kültüründeki konumu ise gerçekliği temsil etmekten çok, onu üretip, inşa etmektir. Televizyon kodlar, kodlama ile ideolojik olan bir gerçeklik duygusu üretir. Böylece yeniden sunulan gerçeklik değil, ideolojidir ve bu ideolojinin etkinli televizyonun görseelliğiyle sağlanılmaktadır (İrvan, 1997: 30). Toplumlar, artık küresel ekonominin şartlarının geçerli olduğu günümüzde medya hegemonyasıyla gönüllü olarak yönlendirilebilmektedir. Postman (2010) televizyonun kültürel ve ideolojik etkisini

şu sözlerle ifade eder: “Bir kültüre alfabeyle sokarsanız o kültürün bilme alışkanlıklarını, toplumsal ilişkilerini, topluluk, tarih ve dinle ilgili nosyonlarını değiştirirsiniz. Bir kültüre taşınabilir türde matbaayı sokarsanız gene aynı sonucu elde edersiniz. Görüntülerin ışık hızıyla iletilmesini sağlarsanız bir kültür devrimi yaparsınız. Tek bir oya gerek duymadan, polemiksiz, gerilla direnişiyi karşılamadan. Burada, berrak olmasa bile saf bir ideoloji yatar. Sırada sözsüz ve bu yüzden çok daha etkili bir ideoloji vardır.” (s.175).

Baudrillard (2010) de tüketim kültürü konusunda değişik yaklaşımlarda bulunmuştur. O’na göre, göstergeler bir tüketim unsurudur. Kapitalizm ile birlikte bu göstergeler, televizyon aracılığıyla tüketiciye sunulmaktadır. Böylece Televizyon bir okuma sisteminin göstergeler sistemi haline gelmiş bir dünya üzerindeki mutlak gücünün ideolojisine aracılık etmektedir. Üretimi, tüketimi ve ürünüyle bir kültür endüstrisi olan televizyonun kültürel biçimlerin üretimi, dağıtımını, değişimi ve tüketimi meta üretiminden oldukça farklıdır. Kültürel biçimler sembol olarak tüketiciye ulaştırılmaktadır. Kültürel biçimlerin semboller olarak aktarılmasında medya önemli bir rol oynamaktadır. Medya bu sembollerini tüketiciye ulaştırır. Bu semboller medya tarafından çeşitli imgelere dönüştürülerek aktarılarak bu imgelerin tüketimi, kod çözümü, anlama ve yorumlama biçiminde yapılmaktadır. Üretimin semboller biçiminde yapılması, medyanın bu sembollerini çeşitli imajlara dönüştürerek izleyicilere veya tüketicilere aktarması süreci tek yönlü değildir. Üretimin amacı insan ihtiyaçlarını karşılamak değil, aynı zamanda ihtiyaçlarını biçimlendirmektir (Çelik, 2009: 29).

Televizyonun anlatı formülleri, türleri diğer kitle iletişim araçlarıyla alışverişinin ve kendi özgün olanak ve sınırlarının olduğu kadar televizyon iletişiminin içinde işlediği toplumsal-ekonomik ilişkilerinin ve örgütlenme biçiminin de ürünüdür. Gerçekte televizyonun örgütlenme biçimleriyle çevresindeki toplumsal, siyasal ve ekonomik ilişkiler örüntüsünün egemen biçimi aracında bir bağıntı vardır (Mutlu, 2008: 51). Televizyon anlatılarının yapısal bir sınırlılık içinde çok anlamlı olduklarını, varolan iktidar ilişkileri içinde gerek endüstrinin gerekse izleyicinin beklentilerinin izin verdiği ölçüde şekillendirilebilmektedir. Egemen ideoloji içerisine yerleştirilen kodlar, anlam verdikleri her olayı inşa ederek, egemen İdeolojinin uygun gördüğü biçimde, “şeyleri” kendi

istedikleri anlamlara dönüştürmektedir. Böylece hem şifreleme ve kodlamayı içeren ideolojik inşa sürecinin meşruluğu hem de “dünyayı tasnif etme” ideolojik amacı da sağlanmaktadır. Böylece üretimde söz sahibi olmayan tüketicilere kültür üreticileri, kendi dünya görüşü ilkelerini, kendi sorunsallarını, kendi bakış açılarını dayatabilmektedirler (Bourdieu, 1997: 53).

Medyanın toplumsal denetim işlevini yerine getirmesinin en önemli ve tek yönlü bir iletişim aracı olarak televizyon, ideolojisi ile izleyenleri sürekli seyirci konumda tutarak, toplumsal olaylar veya gelişmeler karşısında tepki vermeyen bir konuma iterek pasifize etmektedir.

## **2.2. TELEVİZYON ANLATIM FORMU OLAN TELEVİZYON DİZİLERİ**

Televizyonun anlatım türlerinden en etkili olan televizyon dizileri, hem ülkemizde hem de dünyada geniş ölçüde yaygınlaşmıştır. Bunun sonucu olarak her geçen gün ekranlarda artan diziler, geniş izleyici kitlelerine ulaşmıştır. Günümüzde televizyon izleyicisinin başında harcadığı sürenin büyük bir kısmını kapsayan diziler artık gündelik hayatın bir parçası olmuş ve yaşam tarzının biçimlenmesinde de etkileyici bir rol oynamıştır.

Bir kültür aracı olan televizyon draması, toplumsal ve kültürel yapıyı yansıtması ve pekiştirmesi zaman zaman da değiştirmesi nedeniyle önemli bir televizyon program türüdür. Televizyonun en yaygın anlatı türü olan televizyon draması, anlatı formu açısından üç tipe ayrılmaktadır. Bunlar seriler, serialler ve süren seriallerdir. Seriler, her bir bölümü bağımsız olan ve olaylar etrafında kurulan ve uzun yıllar süren diziler ve mini dizilerdir. Serialler, bütünlüklü bir hikayeyi belli sayıdaki bölüme yayarak bir devamlılık içinde anlatan anlatı formudur. Süren serialler ise bütünlüklü bir öyküdür ve çok daha uzun bir süre boyunca yan öyküler katılımlarla devam etmektedir (Özsoy, 2011: 130). Günümüzde ise dizi ve seriyal arasında anlatı farklılıkları bulunmamaktadır. Mutlu (2008) göre tek başına dizi ve seriyal formatı hala varlığını sürdürmektedir. Ama çoğunluk televizyon draması bu iki formatın birleşmesi şeklindedir. Her iki tür de anlatı yapısı olarak birbirlerinin özelliklerini göstermektedir. Bu birleşimle birlikte açılıp kapanan bir öykü

anlatıldığı gibi, devam eden bir öyküde anlatılmaktadır. Böylece İzleyicinin sonraki bölümü izlemesi için izleyici merakta bırakılır. Bu birleşimin anlatı yapısı bakımından da birçok sorunu çözümlenmektedir. Her bölümün kendi içinde bütünlüklü öyküsü, bu bölümlere tempo kazandırırken, devam eden öykü karakterlerin zaman ve mekân içinde açılmasına olanak vererek, bunların derinlemesine geliştirimini kolaylaştırmaktadır.

Televizyon dramasında daha önce belirtilen dizi, seriyal ve süren seriyal gibi formatların yanında öykünün eksenindeki ilişki ağı, karakterler ve formata bağlı olarak değişen alt türlerden de söz edilebilir. Bu alt türler arasında dedektif dizileri, polisiyeler, hastane melodramları, bilim kurgu ve fantezi diziler, televizyon filmleri, soap operalar ya da pembe diziler ve durum komedileri sayılabilir. Pembe dizi olarak adlandırılan Soap Opera<sup>10</sup> geçmişi 1930'lu yıllara dayanmaktadır. O yıllarda ABD'de radyolarda yayınlanmakta olan arkası yarın türünden melodramik diziler için, sabun üreticisi Procter and Gamble firması sponsor olmuştur. Daha sonraları, televizyona uyarlanan bu tür, görüntüyle de desteklenince çok kısa bir süre içinde popüler hale gelmiştir. Bu tür programlar içeriğinde bitmek bilmeyen, gerçek ve kurmaca karakterlerin etrafında karmaşık olay örgüleri üzerine kurulmuşlardır. Yapımları fazla bütçe gerektirmez; çünkü konu daha çok kapalı mekânlarda geçmektedir ve sahneler oyuncular arasındaki diyaloglar üzerine kurulmuştur. Dizilerin konularını aşk ve nefret, intikam, ihanet, cinsellik gibi kavramlar oluşturur. Arka planda ise genelde bir aile hikâyesi anlatılmaktadır (Mutlu, 2008: 227). Bu öğeler kullanılarak anlatıda çeşitli düğümler atılmakta, çözümler ise sürekli ertelenerek izleyicide merak uyandırılmaya çalışılmaktadır. Dizilerin olay örgülerinin gelişiminde karakterlerin yaşamlarının tamamıyla kendi ellerinde olmaması, öngörülemezlik tesadüflerin gerçekleşmesi, başka karakterlerin stratejilerinin etkileri, kaderin etkisi gibi etkiler belirleyici olmaktadır (Türkoğlu, 2010: 227).

<sup>10</sup> **Pembe dizi** (veya **sabun operası**) bir dizi türüdür. Sabun köpüğü anlamına gelen soap opera ise bu dizilerde ele alınan konuların hafifliği ve bu konuların işleniş biçiminin özensizliği şeklinde de yorumlanabilmektedir. Ancak kavramın çıkış noktasına baktığımızda soap operanın bu tarz programların ilk sponsorlarından kaynaklandığı görülmektedir. Pembe diziler genelde boş zamanlarında kadınların seyrettiği ve erkeklerin pek hoşlanmadığı dizilerdir. Bu dizilerde daima aşk vardır, yani duygusallık ön plandadır. İlgi çekmesi için her pembe dizide birçok olay olur. Pembe diziler ilk olarak İtalya'da çıkmıştır, daha sonra Fransa'da yaygınlaşır ve böylelikle tüm dünyaya yayılmış ve ev kadınlarının gözdesi olmuştur.

Soap opera türündeki dizilerde hedef kitle olarak ev kadınlarının seçilmiş olması, bu türün biçim ve içeriği üzerinde belirleyici etkide bulunmuştur. İçerikleriyle içinde bulunulan ataerkil toplum yapısına uygun olan bu tür dizilerde malzeme ve konudan çok hedef tüketici kitlelerin istekleri göz önünde tutulmaktadır. Bütünlük ve çeşitlilik yoktur, tüketiciye sunulan tek biçimli ürünlerdir. Bu diziler, televizyonla en çok bağdaştırılan program türlerinden bir tanesidir ve izleyicide hiç sonu gelmeyecekmiş gibi bir his yaratmaktadır. Yan hikâyeler sonlansa da ana konu sürekli devam etmektedir. Bu tür televizyon dizileri, en uzun ömürlü olan televizyon ürünleridir.

Çok kanallı televizyon ortamının televizyon içeriklerinde çeşitli trendlerin görünürlük kazandığı anlatı türlerinden yerli diziler, ticari yayıncılık anlayışının hakim olduğu televizyon yayınlarının kalıplaşmış yapısı içinde en çok izlenen ve kâr sağlayan program türü olmuştur. Toplumsal katmanın ilişkilerini, belirli bir temayı ve belirli niteliklere sahip oyuncularla sürdüren tekil bir yerli dizi mantığı, sağladığı başarıyla çok sayıda benzerinin yaratılmasını kışkırtan bir etki yaratmıştır. Böylelikle, benzer niteliklere sahip oyuncularla benzer mekânlar ve toplumsal ilişkiler üzerine kurulmuş öyküler, farklı dönemlerde anlatısal bir hâkimiyet kurmuştur (Çelenk, 2005: 290-291).

Televizyon dizileri, temsili karakterlere dayanan bir anlatı formatını benimsemiştir. Her kesimden izleyiciye televizyonda kendi beğenisine göre bir şeyler bulabileceğine inandırılmaya çalışılır. Oyuncu kadrolarının genişliği de dizilerin izleyiciye söz konusu vaatleri karşılayabilmek için geniş tutulmaktadır. Asıl hedef kitlesi ana karakterlerle özdeşleşebilecek izleyicilerdir, ancak yine de farklı kesimlerden insanların hayatlarının, alışkanlık ve ilişkileri (köylü, kentli, mahalleli, okullu, vb.) temsil edilmektedir (Türkoğlu, 2010: 296). Dizilerdeki başrol oyuncularını popüler genellikle isimlerden oluşur ve bunlar canlandırdıkları karakterlerle ilgili olarak magazin basınında sık sık haber konusu olurlar.

Tarihsel olarak incelendiğinde, kökleri klasik yunan tragedyasına dayanan drama, insanların inançlarını, düşüncelerini, beklentilerini ve içinde yaşadıkları geçeklikleri anlamlandırdıkları bir anlatım biçimidir (Mutlu, 2008: 77). Dizilerde kullanılan kıyafet ve aksesuarlar, konuşma ve davranış biçimleri, karakterlere özgü kelime ve cümleler popüler hale gelerek insanların gündelik yaşamlarında kullanılmaktadır. Dizilerin anlatımda

kullandıkları öğelerin yanı sıra, ya da bunların bir sonucu olarak, söylemleri de türsel bir özellik olarak sürekli tekrarlanmaktadır. Televizyon dizilerinin her türü (polisiye, tarihi, durum komedisi, uyarılma, vb.) cinsiyet, yaş, sosyal sınıf ve cinsellik gibi konularda egemen söylemlerin temsilcisidirler. Dizilerde son söz egemen söylemindir.

Türkiye’de ilk televizyon yayınlarından bu yana dramaların çok özel bir yeri olmuştur. Kamu yayıncılığının temel yaklaşımlarının ışığında bilgi ve eğitimin televizyon içeriklerini oluşturma ve biçimlendirmede birincil yere sahip olduğu zamanlarda bile, bu yeni mecrada yer alan her tür drama izleyicisinin yoğun ilgisini çekerek eğlenme ve hoşça vakit geçirmenin de televizyonun göz ardı edilemeyecek işlevlerinden olmuştur (Tanrıöver, 2010: 44). Bu anlamda dramatik ürünler olan televizyon dizileri, kurmaca bir dünya sunmaktadır. Günlük yaşamın içine girerek izleyiciyi etkisi altına alan bu diziler, diğer program türlerine oranla, daha heterojen bir kitlenin vakit geçirme aracı olarak görülen televizyon programlarıdır. Televizyonun tüm program yapısını temsil edebilmesi, eğlence unsurunun ön planda olması ve geniş bir kitleye hitap etmesi açısından etkililiği yüksek olması televizyon dizilerinin de en önemli özelliği olmaktadır (Şenyurt, 2008: 54).

Çelenk (2005), Türkiye’ye özgü yerel, kurmaca televizyon program içeriklerinin bas karakterler ve yaşam tarzları etrafında üç şekilde kurulduğunu söylemektedir. Bunlardan ilki alt veya orta sınıfların komşuluk ilişkiler ve dayanışmalarının anlatıldığı, aile komedilerini de içeren uzun soluklu seriallardır. İkincisi, ekonomik olarak üst sınıfların çatışan ilişkilerinin yer aldığı ve ortak bir biçimde bu sınıfların para, iktidar ve aşk ilişkilerini içeren çeşitli mücadeleler içinde temsil edildiği anlatılardır. Bu anlatılar uyuşturucu trafiği, mafya ilişkileri, rüşvet ve dolandırıcılığa karışmış popüler yıldızlar, is adamları ve önemli politikacıları anlatan suç ve eylem odaklı serilerde ortaya çıkar. Üçüncüsü ise bir alt kategori olarak kabul edebileceğimiz genellikle bir yayın döneminde başlayıp biten popüler bir şarkıdan esinlenerek yapılan serilerdir. Türk televizyonundaki yerel kurmaca anlatılarda geleneksel toplumsal ilişkiler başı çekmektedir. Fakat anlatılarda toplumsal iliksilerin temsiline öncelik verilmesi, Türklere özgü yaşam tarzını ve Türk kültürünü yansıtmak niyetiyle program yapımcıları tarafından edilen bir tercih olduğu anlamına gelmemektedir. Aksine bu tercih, bu tarz kurmaca anlatılarda farklı kimliklerin

temsiline yer vermeyi mümkün kıldığı için geniş bir izleyici kitlesine seslenme olanağından kaynaklanmaktadır. Bunun tek sınırlılığı ise televizyon endüstrisinin İstanbul'da örgütlenmesinden kaynaklanan, hemen hemen tüm yapımlarda İstanbul odaklı yaşam tarzlarının temsilidir.

1986'da gerçekleştirilen ilk Türkiye medya araştırmasında en çok izlenen ve en çok beğenilen program türleri arasında ana haber bültenin hemen ardından yerli filmlerin gelmiş olması, sadece iki kamu kanalının yayında olduğu bu dönemler açısından önemli bir göstergedir. Televizyona özgü drama yapımlarının sayıca az olduğu bu dönemlerde izleyicinin ulaşamadığı ya da ulaşabilmekle birlikte, tekrar izlemekten keyif aldığı yerli filmler, 80' li yılların siyasal ve sosyal açıdan sorumlu ikliminde geniş kitlelerin başlıca eğlence ve gündelik yaşamın zorluklarından kaçış olanağını temsil etmişlerdir. Yine aynı dönemde TRT'nin satın aldığı yabancı diziler de yoğun rağbet görmüş ve bu kurumun yerli televizyon draması yapımına önem vermesinde belirgin bir etken oluşturmuştur (Tanrıöver, 2010: 44). Türkiye'de 1990 sonrasında televizyon dramasının farklı türlerine ait örnekleri görmek mümkün olmuştur. Son yıllarda ise ülkemizde özellikle iki alt tür olan durum komedisi ve polisiye diziler geniş izleyici tarafından takip edilmektedir. Bunun yanında başta edebiyat alanında olmak üzere televizyonlarda özgün metinlerin üretilme çabaları da görülmektedir (Özsoy, 2011: 130). Dizi üretiminde son yirmi yılda yaşanan hızlı gelişme, aynı zamanda tür açısından Türkiye'ye özgü, görece sabit, ya da her istikrarlı format ve içerik özelliklerini belirlemiştir. Bu doğrultuda, bugün Türkiye'de, yaygın yayın yapan kamu ve ticari televizyon kanallarında neredeyse en belirgin ve rağbet gören program türü olarak yerini alan dahası gerçek bir sosyolojik olguya dönüşen yerli diziler, haftada bir sıklıkla prime-time'da geniş ölçüde ana haber bülteni sonrasında yayınlanmaktadır.

### **2.2.1. Televizyon Dizilerinin İzleyici Üzerindeki Etkisi**

Türkiye'de televizyon kanallarının sayısı çoğaldıkça dizilerin sayısı da hızla çoğalmakta ve geniş kitleleri etkilemektedir. Özellikle, Türkiye'de televizyon başında geçirilen saatlerin dünya ortalamasının üstünde olması yapımcıların bu yönde harekete geçirmektedir. Popüler kültürü yerleştirmede büyük bir güç olan medya, özellikle görsel



medyayla toplum üzerindeki etkisini kuvvetlendirerek sürdürmektedir. Yaklaşık on beş yıldan bu yana televizyon yapımları arasındaki ağırlıklarını giderek arttıran yerli dizilerin, bugün neredeyse her kesimden kişi tarafından izlendiği gözlenmektedir. İzlenen dizi sayısı tercih edilen türler ya da bazen izleme biçimleri farklılaşmaktadır; ama dizi izleme pratiği genelde Türkiye'nin tüm kesimleri tarafından paylaşılan bir etkinliktir (Tanrıöver, 2010: 106).

Dizilerin kurmaca dünyası giderek gerçek dünyayı kendisine benzetmektedir. İzleyiciler, dizide geçen konuları, mekânları, karakterleri, toplumsal ve kültürel ilişkileri, sorunları, kurmaca değil gerçek olarak algılama eğilimindedir. İzleyiciler televizyon dizileri ile gerçek hayatta içinde bulunduğu toplumsal ortamda başa çıkamadığı sorunlarına, kendilerine benzer kişilerin benzer hikâyelerinde tanık olmakta ve aynı zorlukları yaşayan başka kişilerin de olduğuna, acı veren durumların tek suçlusunun kendileri olmadığına ikna olarak rahatlamaktadırlar (Oskay, 1994: 81). Başka hayatlarda sunulan umudun, zenginliğin, başarının ve gücün içinde hayatına bir anlam katmaya zorunlu bırakılan kitleler, yaşamlarını dizi saatlerine göre düzenlenmekte, kendi sorunlarını ve beklentilerini unutarak, dizilerdeki kahramanlar için üzülp, onlar için sevinmektedir.

Mutlu (1999) da televizyonun izleyici üzerindeki etkisini, televizyonun özellikle uzun dönemli kültürel etkilerine ilişkin araştırma geleneği olan George Gebner'in "Yetiştirme Çözümlemesi" ne göre açıklamaktadır. Bu araştırma televizyonun gündelik yaşamımızın bir parçası haline gelmesi sonucu, televizyondaki simgesel dünyanın ya da televizyon dünyasının, televizyon karşısında saatlerini, günlerini geçiren izleyicilerin dünyayı anlamlandırmaları üzerinde uzun dönemli etkileri bulunduğunu söylemektedir. Mutlu' ya göre, İzleyicilerin televizyonun kendilerine sunduklarını algılayabilecek, değerlendirebilecek, anlamlandırabilecek duygusal ve zihinsel bir hazırlıkları vardır. Televiyonla izleyici arasındaki ilişki tek yanlı bir ilişki değil, dinamik bir ilişkidir (Mutlu, 1999: 92).

Mutlu (2008) çalışmasında da televizyonun izleyicisi üzerindeki etkisini şöyle sıralar:

a. Televizyon izleyicisi, sinema izleyicisinden farklı olarak küçük bir ekran karşısındadır ve televizyonu çoğunlukla kendine ait “özel/ mahrem” bir ortamda deneyimler. Televizyon izleyicilerinin yakın çevresine, ait olmayan insanları tam da bu “mahrem” ortamın ortasına getirir. Bu teknik özellik, televizyondaki insanlara izleyiciler arasında daha yakın, daha içten bir ilişkinin kurulmasına olanak verir. Dolayısıyla televizyon izleyicilerine karakterlerin yüzlerini, tepkilerini gösterdiğinde, insansal duyguları sunduğunda, bunu diğer araçlardan daha etkili bir biçimde yapabilir. Böylelikle de yarattığı dünyaya izleyicilerin doğrudan katılımını sağlar.

b. Televizyon ekranındaki karakterler ve olaylar ile izleyiciler arasında, gerek aracın fiziksel özelliklerinden, gerekse izleme deneyiminin mekanından kaynaklanan “yakınlık” duygusu yine televizyonun özelliği olan “süreklilik” ya da “zamana yayılma” olanağı ile daha da güçlenir. Süreklilik yakınlılık ve içtenlik duygusunun daha da derin bir şekilde gelişmesini sağlar. Bu durum televizyonun sinema ya da radyodan çok, romana yaklaşan bir karakteristiğidir. Televizyon tıpkı yazın gibi izleyicilerine etkili bir yoğunluk duygusu sunabilir.

c. Televizyon izleyicisi, tiyatro ve sinemada olduğu gibi, gösteriyi izleme mekanının zorunluluklarıyla kısıtlı değildir. Bu anlamda radyo dinleyicisi gibi televizyon izleyicisi de oldukça özgürdür. İzleyicinin bu özgürlüğü, televizyon yapımcıları için televizyon izleme ediniminin disiplinsizliğini, izleyicinin dikkatini yeniden ele geçirilmesinin zorluğunu dile getiren bir özelliktir. Bu özellik televizyon formüllerinde izleyicinin dikkatini çekmek ve bu dikkat ile ilgiyi sürekli olarak elde tutmak için belli anlatım yöntemleri ve tekniklerinin geliştirilmesine yol açmıştır.

d. Televizyondaki tek tek programlar sürekli ve genel bir televizyon yayını içinde yer alır. Dolayısıyla her program ya da tür bağımsız bir yapıya sahip olduğu kadar, bir bütünün de parçasıdır. Televizyon yayınının bütünü belirleyen program stratejileri tek tek program türlerinin yapılarını da etkiler.

e. Seyirci, aktör olarak yer aldığı anda kendi rızasına bağlı olarak üreten/tüketen ancak medya tarafından üretilen/tüketilendir (Akçalı, 2006: 85). Televizyondaki kişiler,

izleyicide gerçek arkadaşları, ahbabları yerine geebileceklermiş gibi bir yanılsama yaratmaktadır. İzleyici televizyon kişileriyle dzenli olarak “görüştüğü” için zamanla onları hayatının bir parçası saymaya başlamıştır. Bunun yanısıra diziler, oyuncuların konusuna kadar birçok yönüyle izleyici üzerinde etki yaratmaktadır. Bu etki insanların günlük hayatta yaptığı esprilerden dizi karakterlerindeki gibi giyinme, konuşmaya kadar pek çok yönden kendini göstermektedir. Çok tüketilen diziler, izleyici üzerinde uzun dönemli etkiye neden olmaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### AŞK-I MEMNU YAPRAK DÖKÜMÜ, DİZİLERİNİN TRT VE KANAL D ÖRNEĞİNDE KARŞILAŞTIRILMALI OLARAK İNCELENMESİ

Türk sinemasında ve sonrasında Türk televizyonlarında çeşitli konularda edebiyat eserleri beyazperdeye ve ekrana uyarlanmış, edebiyattaki değişimler sinema ve televizyona yansımıştır. Teknolojik gelişimlere paralel olarak değişim gösteren sinema ve televizyonda uyarlama yapılırken kullandıkları yöntemlerin de dönemselsel olarak değiştiği görülmüştür. Edebiyat ve sinemanın anlatı yapılarının benzer oluşu, edebiyata nazaran gelişimini geç tamamlayan sinemanın, edebiyatın zengin dağarcığını kullanmasını ihtiyaç haline getirmiştir.

Son dönemde Türk televizyon kanalları, popüler hale gelen yeni bir yönelim içerisine girmiştir. Ekranlar, edebi anlatı ile televizyon anlatısını kaynaştırma çabasının bir ürünü olarak edebiyat eserlerinden uyarlanan dizilerle dolmaya başlamıştır. Reşat Nuri Güntekin'in Yaprak Dökümü, Halid Ziya Uşaklıgil'in Aşk-ı Memnu romanları geçtiğimiz birkaç sezondur yayınlanmış olan uyarlama dizilerin öne çıkan örnekleridir. Daha önce esere bağlı kalınarak uyarlanan ve TRT' de birkaç bölüm olarak ekrana gelen bu diziler, günümüze de uyarlanarak Kanal D televizyonunda tekrar izleyicisi ile buluşmuştur.

#### 3.1. TRT (1975- 1988) YAYIN POLİTİKASI

Türk televizyonlarında edebiyat uyarlamaları TRT'nin yayın hayatına başladığı yıllara kadar gider. (Sayın, 2005: 78). Türk Edebiyatı'ndan yapılan dizi ve televizyon filmi uyarlamaları, İsmail Cem'in TRT'nin genel müdürü olduğu 1974 yılından sonra bir gelenek haline gelmiştir. Türk edebiyatı dizi ve televizyon filmlerine bir senaryo kaynağı olmuş; Halit Refiğ, Ömer Lütfi Akad ve Metin Erksan TRT için Türk edebiyatından televizyona film niteliğinde uyarlamalar yapmıştır. Bu dönemde ayrıca Aziz Nesin'in Yaşar Ne Yaşar Ne Yaşamaz'ı (1974) TRT için uyarlanır. Aynı yıl Sait Faik'in Kumpanya'sı da bir televizyon filmi olarak ekranlarda görünür. Halit Refiğ yine TRT için 1975 yılında Halid

Ziya Uşaklıgil'in *Aşk-ı Memnu* eserini 35 mm'lik kamera ile 6 bölüm halinde uyarlanmıştır (Ünser, 2004: 171)

İsmail Cem döneminde TRT'de haftanın beş günü yayın yapılmaktaydı. Yayın 19'da başlıyor, 22'de bitiyordu. Bunun yarısını yabancı diziler ve filmler diğer yarısını ise müzik ve haber alıyordu. İsmail Cem'e göre seçimler rasgele yapılmaktaydı ve konulu filmler felaketti. Bunlar toplumu hangi yönden etkiler, topluma ne verir diye kimse düşünmemişti (Cem, 1976: 38). Bunların etkisi ile İsmail Cem, uzun vadeli TRT dizilerinin yapımını başlatmış ve yurt dışından belgesel ve diziler getirme yoluna gitmiştir. *Büyük Savaşlar*, *20'inci Yüzyıl Dosyası*, *Savaşın Dünya*, *Leonardo*, *Amerika ve Yaşayan Deniz* gibi belgeseller Türk izleyicisine sunulmuştur. Dünya klasikleri dizisinde *Sefiller*, *Kumarcılar*, *Diriliş Babalar ve Oğullar*, *Karamazov Kardeşler*, *Goriyat Baba*, *Defne Adası*, *Demir Maskeli Adam* ve *Tom Sawyer* gibi BBC gibi yapımları satın alınmış Türkçe dublajlı olarak yayınlanmıştır (Serim, 2006: 76-77)

1980 yılında haber ve haber programları dışında genel yayın içinde en çok yer ayrılan tür dram yayınları olmuştur. Dram yayınları içinde büyük ölçüde dış kaynaklı yapımlar gelmektedir. Bu yayın yılında dış kaynaklı yapımlar televizyonun en çok izlendiği haber sonrası saatlerinde yayınlanmıştır. 1982 yılından sonra televizyon yayınlarının temel hedeflerinden biri de drama ve belgesel yayınlarında yerli yapım oranının yükseltilmesi amaçlanmıştır. Drama türündeki programlarda daha çok Türk yazarlarının önemli eserlerine yer verilmiştir. Dış kaynaklı dizilerin çoğu ABD kaynaklı yapımlardır. Çocuklar için satın alınan dizilerin büyük çoğunluğu da Japon yapımları oluşturmuştur (Çankaya, 2003: 168-171).

1985 tarihinden itibaren ileriki yıllarda bütün televizyon ekranında "arkası yarım" Meksika- brezilya yapımı dizilerinden birisi olan "Köle Isaura" başlamıştır. TRT'de ilk kez bu tür bir yayın başlamıştır. Daha sonra Halit Ziya Uşaklıgil'in yine aynı adlı romanda televizyona aktarılan "Kırık Hayatlar" dizisi yayınlanmıştır. Yılın son draması da Reşat Nuri Güntekin aynı adlı acımacı eserinin televizyon uyarlaması olmuştur. Bunların dışında 1985 yılında kendi ürettiği kaynanalar, *Dolap Beygiri*, *Kuruntu Ailesi* gibi diziler gelmiştir. 1986 da yine Osman Seden, Türk Edebiyatının bir başka ünlü romanından televizyon için gerçekleştirdiği *Çalıkuşu* ile dikkatleri çekmiştir. Önceden Türk sineması için çekilen bu

eser, daha sonra on iki bölüm halinde TRT için dizi şeklinde çekilmiştir. Başrollerini Perihan Kutman ve Şevket Altuğ'un paylaştıkları Perihan Abla, 1987 yıllarda da Türk halkının severek izlediği bir dizi olmuştur (Serim, 2006: 136-140).

1988 yılı Tuncay Toksoy için bir prestij filmi olan Kurtuluş'un yayını ile başlamıştır. Aynı yıl içinde yönetmen Ziya Öztan'ın, Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılışıyla işgale uğrayan Türk vatanındaki eski imparatorluk enkazından yeni bir devletin kurulmasını anlatan Halide Edip Adıvar'ın Ateşten Gömlek romanından yola çıkarak Ateşten Günler adıyla çektiği dört bölümlük TV dizisi yayınlanmıştır. 7 Mart 1988 günü yönetmenliğini eski TRT'ci Ayhan Önal'ın yaptığı Reşat Nuri Güntekin'den Yaprak Dökümü adlı yedi bölümlük dizinin son bölümü yayına girmiştir. Bu dönemde, dört yaşlı bayanın maceralarını anlatan Altın Kızlar ve Cosby Ailesi adlı ABD dizileri, televizyonda en çok izlenen yapımlar olmuştur. TRT kuruluşundan itibaren her yıl Cannes ve Venedik'te yapılan uluslararası film pazarlarına katılarak yüz milyonlarca dolar karşılığı diziler ve filmler satın alınıyordu; 1981 yılından itibaren bir ölçüde de olsa kendi dizilerini satmaya başlamıştır. 1988 döneminde gerçekleştirilen TRT' nin ürettiği dizi ve belgeselleri Almanya ve Fransa'daki televizyon kuruluşları ülkelerinde yaşayan Türk işçileri aileleri için satın almıştır (Serim, 2006: 142-143).

### **3.2. ÖZEL KANALLARDA DİZİ YAYIN POLİTİKASI**

Seyirlik televizyon dünyasını cazip hale getirmenin çok bildik bir yolunda, bu dünyayı popüler kişiliklerle tıka basa dolu hale getirmektir. Televizyon, kendisi bizzat popüler kişilik üretme aracı olduğu için bu konuda hiçbir sıkıntı çekmez. Popüler kişiliklerin kendi aralarındaki samimi muhabbetlerine tanık olmak seyirci için çok cazip bir tecrübedir. Televizyonun seyirlik dünyası nereye bakılsa karşımıza bir "ünlü" nün çıktığı, popüler isimler, yüzler ve seslerin birbirine geçtiği bir ünlüler geçitidir. (Mutlu, 1999:154).

Özel kanalların artması ile birlikte televizyon dizileri, toplumun her kesimi tarafından günlük hayatın vazgeçilmez unsurları arasında yer almaya başlamış, her televizyon kanalında, hemen hemen her akşam boy göstermektedir. Ünlüler geçidinin en yoğun olduğu programların basında, televizyon dizileri gelmektedir. Reytinglerin önemli

bir bölümünün dizilerden sağlandığı günümüzde, halkın dizilere gösterdiği ilgi her geçen gün artmaktadır.

Televizyon dizilerinin ticari kaygıları ve ideolojik işlevi, izleyicileriyle kurduğu ilişkinin de belirleyici unsurları olmaktadır. Buna bağlı olarak son dönemde Türk televizyon kanalları, popüler hale gelen yeni bir yönelim içerisine girmiştir. Ekranlar, edebi anlatı ile televizyon anlatısını kaynaştırma çabasının bir ürünü olarak edebiyat eserlerinden uyarlanan dizilerle dolmaya başlamıştır. Reşat Nuri Güntekin'in Yaprak Dökümü, Halid Ziya Uşaklıgil'in Aşk-ı Memnu, romanları geçtiğimiz birkaç sezondur yayınlanmış olan uyarlama dizilerin öne çıkan örnekleridir. Daha önce esere bağlı kalınarak uyarlanan ve TRT'de birkaç bölüm olarak ekrana gelen bu diziler, günümüze uyarlanarak Kanal D televizyonunda tekrar izleyicisi ile buluşmuştur.

### **3.3. UYARLAMA DİZİLER: AŞK-I MEMNU, YAPRAK DÖKÜMÜ**

#### **3.3.1. TRT (1975) Aşk-ı Memnu**

TRT tarafından yayınlanan 1974 yapımı, yönetmenliğini Halit Refiğ'in yaptığı 33 dakikadan oluşan 6 bölümlük bir dizidir. İlk uyarlama karakter giyimleri, batılı yaşam tarzları, ev ve sosyal yaşantıları ile romanın içeriğini bütünüyle yansıtan bir yapıya sahiptir. Refiğ, Aşk-ı Memnu romanına eklemeler yaparak sadece kocasını, yeğeniyle aldatan bir kadının hikâyesini değil aynı zamanda bir dönemin yaşam tarzını aktarmıştır. Dizide sadece aile içinde yaşananlara değil Uşaklıgil'in ele alamadığı dönemin sorunlarına da yer verilmiştir. Dolayısıyla Refiğ, dizide hem romanın neredeyse birebir uyarlamasını yapmış hem de değişmekte olan modernleşen, batılılaşan bir toplumu aktarmaya çalışmıştır. Dizi, ne sadece toplumsal sorunları ele alır ne de sadece bir aşk hikâyesini anlatır. Dizide ele alınan bir ailenin yaşam tarzıdır.

1900'lü yıllardaki Osmanlı Burjuvazisinin çöküşünü, siyasi çöküşle paralellik kurarak, psikolojik boyutları ile birlikte gerçekçi bir romantizmle ele alan Aşk-ı Memnu, Türk televizyon tarihinin ilk dizi filmidir. Hikâyenin kahramanı olan Bihter'in yaşadığı yasak aşkın nedenlerini ve sonuçlarını anlatır. Kıskançlığı nedeniyle evlenmesini istemeyen

yasak aşklarıyla tanınmış annesine rağmen, kendisinden daha yaşlı Adnan Bey’le evlenen Bihter, kendisine bir türlü ısınamayan üvey kızı ile sorun yaşar. Eşinin yalıda barınan çapkın yeğeni Behlül’le birlikte olan Bihter’in ilişkisi, kıskanç annesinin dolaylı girişimleriyle ortaya çıkar. Bihter, içine düştüğü çaresizlikle kendini bir trajedinin tam ortasında bulacaktır.

1974 yılında İsmail Cem, Türk Klasik edebiyat eserlerini tanıtmak hem de bu milli kültür eserlerinden yararlanarak televizyonun ilk yerli yapımlarını gerçekleştirmek istemiştir. Bunun için anlattığı yönetmenlerden biri de Halit Refiği olmuştur. Hem ülkenin hem de TRT’nin hareketli günler yaşadığı bir dönemde Halit Refiğ, Lütfi Akad ve Metin Erksan tarafından Türk televizyonlarının ilk yerli dizileri çekilmiştir. Çekimleri ilk tamamlanan ve yayına giren dizi ise Aşk-ı Memnu’dur.

Ask-ı Memnu romanından uyarlanan dizi, 1975 yılında Halit Refiğ uyarlamasıyla TRT’de yayınlanmıştır. Türk televizyon tarihinin ilk dizi filmi aynı zamanda ilk edebiyat uyarlaması olan Ask-ı Memnu yayınlandığı zaman oldukça büyük ilgi ve beğeniyle seyredilmiştir. Dizinin TRT versiyonunda, romana sadık kalacak şekilde uyarlaması yapılmış; ancak romandan farklı olarak Osmanlı’nın son döneminde yaşanan bazı siyasi gelişmelere atıflar yapılmıştır. Müjde Ar, İtir Esen, Şükran Güngör, Salih Güney, Neriman Köksal ve Çolpan İlhan’ın rol aldığı bu dizi, romanın konusuna sadık kalınarak çekilmiş, zaman olarak romanın geçtiği dönem esas alınmış ve senaryodaki diyalogların çoğu romandaki şekliyle kullanılmıştır.

Türk (2001) Aşk-ı Memnu’nun, aslında Halit Refiğ için 1975 yılında kadar çekilmek üzere beklemiş bir proje olduğunu söyler. Refiğ’in ilk filmi “Yasak Aşk” Kerime Nadir’in “Aşk Bekliyor” romanıdır. İkinci olarak da “Kırık Hayatları” çektiği zaman, Memduh Ün tarafından önce Aşk-ı Memnu teklif edilmiştir. Ancak Ün, romanı modernize ederek uyarlamak istemiştir. Ancak Refiğ, modernize edilmesinin zor olduğunu düşünerek Kırık Hayatları önermiştir. Ona göre Aşk-ı Memnu olduğu gibi ticari bir piyasada çekilemezdi. Refiğ, Aşk-ı Memnu ile birlikte ilk defa ticari piyasanın dışına çıkmıştır. Kâr amacı gütmeyen, reyting kaygısı olmadan sadece milli kültür değerleri için bir film hazırlanmıştır. Sadece devletin ulusal kültüre hizmet etmesi amaçlanmıştır.



Kerman (1995) Kültürel anlamda batı dünyasının model olarak alınmasıyla başlayan modernleşme ve batılılaşma hareketlerinin, Türk toplumuna birçok değişikliği beraberinde getirdiğini söyler. Batılılaşma sürecinde görülen değişiklikler Türk edebiyatçılarının eserlerinde de görülmüştür. Bu eserlerin içinde Halid Ziya Uşaklıgil'e ait olan Aşk-ı Memnu, batılı anlamda oluşan ve gelişmeye başlayan Türk romanında çok önemli bir yere sahiptir. Bu dönemde yazılan eserlerde batılılaşma öncesi yazılan eserlerden farklı olarak gerek olay örgüsü gerekse kişilerin canlandırılmasında gerçekçi bir yol izlenmiştir. Osmanlı dönemindeki Batılılaşma fikrinin çıkış noktası olan doğu-batı kültür çatışması, Tanzimat Dönemi sanat anlayışına yansımış ve bu döneminin “toplum için sanat” anlayışı, Servet-i Fünun döneminde yerini “sanat için sanat” anlayışına bırakmıştır. Tanzimat döneminde sanatın toplum için yapılması gerektiği düşüncesi ile toplumsal çarpıklıkların neden-sonuç ilişkisi içinde ele alınmasından farklı olarak; sanatın öncelikli olduğu fikrinin kabul edildiği bu dönemde kişilik tahlilleri ve karakterlerin psikolojik incelemeleri ön plana çıkmıştır.

Servet-i Fünun döneminin en önemli edebiyatçılarından Halid Ziya Uşaklıgil'in 1899 yılında Servet-i Fünun gazetesinde yayımlanan eseri Aşk-ı Memnu, karakter tahlilleri ve psikolojik incelemeleriyle bu değişimin öncelikli örneklerinden biri olmuştur. Dizide karakter incelemelerinin ağırlıkta olması ve dolayısıyla da yazarın anlatımının görsel iletiye aktarılmasında eserin gerçekliğine ulaşamaması sonucu önemli farklılıklar ortaya çıkmıştır. Roman ve dizi karşılaştırıldığında; romanda yer alan olayların diziye aktarılmamış olması ve romanın içermediği olayların eklenmiş olması da temel farklılıklar olarak ortaya çıkmaktadır.

### **3.3.1.1. Dizi Özeti**

Aşk-ı Memnu, isimli eser, 19. yy sonu Osmanlı'sında zengin bir aile içinde geçen evlilik hayatını ve bu hayatın yasaklarını anlatır. 1974 yılında TRT ekranlarında ve günümüzde de yayınlanana Aşk- ı Memnu dizinin konusu şu şekildedir: İki çocuğu olan Adnan Bey yirmi iki yaşındaki Bihter'le evlenir. Bihter hem Adnan Bey'in zengin olmasından, hem de kendi annesinin kötü şöhretinden dolayı evde kalma korkusuyla, kendinden yaşça hayli büyük olan Adnan Bey'le evlenmeyi kabul eder. Bu evlilikle beraber

giderek yalnızlaştığını düşünen Adnan Bey'in kızı Nihal ve Bihter arasında sürekli bir gerginlik vardır. Aşkı ve cinselliği yaptığı evlilikte bulamayan Bihter, Adnan Bey'in yeğeni Behlül ile aşk yaşamaya başlar. Bihter'den bıkan Behlül Nihal ile evlenmeye karar verir. Nihal'in bu ilişkiyi öğrenmesi ve Bihter'in intiharıyla dizi sona erer. Baba-kız eski günlerine geri döner.

### 3.3.2. TRT (1988) Yaprak Dökümü

Yaprak Dökümü, Reşat Nuri Güntekin'in eserinden yola çıkılarak Ayhan Önal tarafından 1988 yılında TRT için çekilmiş televizyon dizisidir. Dizinin senaryosu Bülen Oran tarafından yazılmış ve TRT tarafından yapımcılığı üstlenilmiştir. Reşat Nuri Güntekin'in 1930 tarihli aynı isimli romanından uyarlanan bir ailenin zamanla değişimini konu alan Yaprak Dökümü isimli televizyon dizisi, 1988 yılında TRT'de 7 bölüm olarak ekranlara gelmiş ve o dönem pek çok insanda unutulmayacak izler bırakmış bir yapımdır. 12 Eylül sonrası TRT'nin milliyetçi-muhafazakâr eğilimlerinin giderek arttığı bir dönemde Duvardaki Kan, Kavanozdaki Adam gibi dizilerle beraber ekranlara gelmiş olan Yaprak Dökümü, Güntekin'in eserine mümkün mertebe sadık kalınmaya çalışılmış ve bazı ufak değişikliklerle senaryolaştırılmıştır. Dizinin yönetmenliğini ise Ayhan Önal yapmıştır. Dizinin başrolü ve merkezi konumundaki Ali Rıza Bey karakterini tiyatro oyuncusu Kerim Afşar canlandırmıştır. Afşar'ın yanı sıra Ali Rıza Bey'in oğlu Şevket rolündeki Tarık Tarcan, Şevket'in karısı Ferhunde rolündeki Sevtap Parman, evin büyük kızı Fikret rolündeki Serap Aksoy, ailenin iki asi kızı Leyla ve Necla rollerindeki Ayda Aksel ve Yasemin Aklaya, Suriyeli Abdül Vehhap Bey rolündeki Zafer Ergin, Fikret'in evleneceği dayakçı dul koca rolündeki Dinçer Çekmez ile Leyla'nın metres hayatı yaşadığı avukat rolündeki Efgan Efehan dizinin diğer tanınmış yüzleridir.

1988 yılında TRT'de yayınlanan Yaprak Dökümü birinci dizisinde, romandaki konu dokusuna sadık kalınmıştır. Karakterler çok fazla değişmemiştir.

### 3.3.2.1. Dizi Özeti

Ali Rıza Bey, şair ruhlu, içine kapanık, kendi hâlinde dürüst bir insandır. Prensipleri kendi prensipleriyle bağdaşmayan insanlarla çalışmak istemediği için şirketteki memuriyetinden istifa eder; Üsküdar'daki evine çekilir. Ali Rıza Beyin, Şevket isminde bir oğlu ile Fikret, Neclâ, Leylâ ve Ayşe adında dört kızı vardır. Ali Rıza Bey, işten çıktığı sırada oğlu Şevket yüksek maaşla bir bankaya memur olur; evin bütün yükü onun üzerine biner. Şevket, babası gibi iyi yetişmiş, karakterli, namuslu bir gençtir. Ailesine de son derece bağlıdır. Babasının doğruluk ve namus uğruna işten istifa etmesini uygun bulur. Buna karşılık Ali Rıza Beyin hanımı Hayriye Hanım durumdan hiç memnun kalmaz.

Bir süre sonra Şevket, Ferhunde adında hafif meşrep bir kadınla evlenir. Eğlenceye düşkün olan bu kadın, birbirinden genç, güzel ve hareketli, asrî olmaya meraklı olan Neclâ ve Leylâ'nın da karakterini bozar. Bir eğlence ve moda düşkünlüğü başlar. Evde sık sık partiler düzenlenir. Evin büyük kızı Fikret, yengesi ve kardeşleriyle anlaşamadığı ve bu durumdan hiç memnun olmadığı için en az babası kadar üzgün ve kırgındır. Hayriye Hanım, sırf kızlarına koca bulmak ümidiyle evde her değişikliğe razı olur. Şevket de olanlardan memnun kalmamasına rağmen belki de karısının tesiriyle kendisini bu hevese kaptırmıştır.

Evde gün geçtikçe itibarı düşen Ali Rıza Bey tekrar işe girmeyi düşünürse de başaramaz. Eğlenceler ve toplantılar için lüzumsuz yere para harcanan evde maddî sıkıntılar başlar; kavgalar, türlü rezaletler ve sefalet birbirini takip eder. Ali Rıza Bey, çocuklarındaki bu korkunç değişiklikler karşısındaki hayret, şaşkınlık ve acı içinde kıvrılmaktadır. Evdeki bu anormal havaya ayak uyduramayacağını anlayan Fikret Adapazarı'na yaşlı, dul bir adama gelin gider. Böylelikle aile ağacının yapraklarından biri düşer. Ali Rıza Bey, çirkin durumlardan kurtarmak için kızlarını evlendirmeyi düşünür; fakat dürüst ve namuslu damat adayı bulamaz. Bu arada Şevket masrafları karşılamak için bankadan borç alır; sonra ödeyemez, hapse atılır. Böylece, ikinci yaprak düşer. Kocasını hapisteyken Ferhunde evden kaçar. Bu üçüncü yaprağın düşüşü olur. Karısının kaçtığı

haberini hapishanede babasından alan Şevket üzülmez, hatta bir belâdan kurtulduğu için memnun olur.

Ferhunde'nin kaçıışı ile elebaşlarını kaybeden Leylâ ve Neclâ bocalarlar. Evde hâkimiyet yine Ali Rıza Beyin eline geçer; toplantılara ve eğlencelere son verilir. Bu monoton hayat kızlara pek sıkıcı gelir; sırf bu havadan kurtulmak için Neclâ bin bir türlü hayaller kurarak, kendisini zengin gösteren bir Suriyeli ile evlenir. Fakat Suriye'ye gidince orada kocasının birkaç karısının daha olduğunu görür. Kendisini kurtarması için babasına mektuplar yazar. Bu dördüncü yaprağın düşüşüdür. Bu arada Leylâ kötü yola sapar. Ali Rıza Bey, kızını evden kovar. Leylâ bir avukatın metresi olur. Bu beşinci yaprağın düşüşüdür. Bu olaydan sonra Ali Rıza Beye hafif bir inme iner. Onu yiyip bitiren asıl hastalık içindedir. Leylâ da gittikten sonra ev büsbütün ıssız kalır. Hayriye Hanım bütün güç ve kuvvetini kaybeder. Leylâ yüzünden kocasına sık sık sitemlerde bulunur. Bunun üzerine Ali Rıza Bey, Adapazarı'na, Fikret'in yanına gider. Fakat aradığı huzuru orada da bulamaz; kalabalık bir aile hayatı içinde âdeta bir cehennem hayatı yaşayan Fikret, bütün iyi niyetine rağmen babasını yanında barındıracak durumda değildir. Bunun üzerine Ali Rıza Bey İstanbul'a döner, hastalığı ilerlediği için eve uğramadan hastaneye yatar. Babasının hastalık haberini alan Leylâ onu hastaneden çıkarır, kendi evine götürür. Taksim'deki lüks apartman katında hep birlikte rahat yaşamaya başlarlar.

Romanda ve TRT yapımında 20. yüzyıl başlarından ortalarına kadar geçen dönem içinde, modernleşme sürecinin Türkiye'de, aile yaşamını olumsuz etkilemesi işlenmektedir. Dürüst, namuslu ve haksızlıklara, suiistimallere karşı son derece duyarlı olan Ali Rıza Bey, taşıdığı bu değerlerden ödün vermemek için emekli olmak zorunda kalmıştır. Onun bu onurlu, ahlaklı ve dürüst tavrı, aile hayatı özellikle iki kızının yaşam tarzı ile çöküntüye uğrayacaktır. Kadın cinsel kimlikleriyle en çabuk kirlenen Roman ve dizinin bu iki kahramanı ibret alınması gereken bir yaşamın içine doğru sürüklenmişlerdir. Dönemin para ve maddi varlığa dayalı değer yargılarının egemen hale gelmesi yüzünden, en çabuk kirlenen iki kız kahramanla birlikte, kadın cinsel kimliği taşıyanlar, öncelikli olarak etkilenmişler ve onlara yeterince lüks yaşam sağlayamadığı için, ahlak ve dürüstlük abidesi babalarının uyarı ve çabalarına kayıtsız kalmışlardır.

### 3.3.3. (2006) Yaprak Dökümü

Yaprak Dökümü (2006) kış sezonunda yayına girdiğinden itibaren toplumun temel birimi olan aileyi esas alması yanında toplumsal değişimlerin aile kurumuna olan etkisini gözler önüne sermesi nedeniyle çok izlenen ve reyting rekorları kıran bir aile draması olmuştur. Yaprak Dökümü işlediği tema dışında kalabalık oyuncu kadrosu, karakterlerin çeşitliliğiyle toplumdaki herkesin kendinden izler bulduğu bir televizyon dizisi olmuştur.

Yaprak dökümü dizisinde her karakterin içinde bulunduğu aile ve toplumsal ilişkiler içerisinde kendilerine ait istekleri, hırsları, özlemleri ve bunlara ulaşmak için girdikleri risklerle aldıkları sonuçlar, dizisinin olay örgüsünü birbirine bağlamaktadır.

2006'da başlayan dizi yeni olay örgülerinin de katılmasıyla 5 sezon sürmüştür. Yaprak Dökümü ikinci dizisinde bütün hayatını beş çocuğuna iyi fikirler ve temiz bir ahlak vermeye adanmış Ali Rıza Bey, bir haksızlığa göz umması istenince, kaymakamlık görevinden ayrılarak emekli olur. Kızı Necla İstanbul'da üniversiteyi kazanınca, ailesi ile birlikte İstanbul'a yerleşmeye karar verirler. İstanbul'da maddi zorluklar yaşamalarından dolayı çocuklarıyla çatışmalar yaşamaktadırlar. Olay örgüsünde ve karakterler de bu doğrultuda değişiklikler söz konusudur. Değerlerine bağlı bir ailenin sosyal ve ekonomik şartlara direniş öyküsüdür.

#### 3.3.3.1. Dizi Özeti

Bütün hayatını beş çocuğuna iyi fikirler ve temiz ahlak vermeye adanmış Ali Rıza Bey, bir haksızlığa göz yumması istenince kaymakamlık görevinden istifa eder. Kızı Necla da İstanbul'da üniversiteyi kazanınca, ailece İstanbul'a yerleşmeye karar verirler. Aileden kalma eski evin tadilatı, Leyla'nın üniversiteye hazırlık kursu, Necla ve Ayşe'nin okul masrafları derken Ali Rıza Bey'in emekli ikramiyesi erimeye başlar. Ali Rıza Bey yeniden çalışmaya başlar. Yeni işinde de ilkelerinden ödün vermesi istenince yine istifa eder. Şartlar artık daha zor olduğu için, Hayriye Hanım bu kararını desteklemez ve evde huzursuzluklar başlar. Askerden dönen Şevket bir bankada çalışmaya başlayınca Ali Rıza Bey'in yükü hafifler. Ama Şevket gönlünü evli bir kadına kaptırınca işler değişir. Ferhunde kısa

zamanda dizginleri ele alır. Evin bütün düzenini değiştirir. Oğuz adlı kişinin de aileye sinsice girmesiyle beraber olaylar yavaş yavaş kötüye gider. Ferhunde'nin bitmek tükenmek bilmeyen oyunları, şevket'in, karısının isteklerine boyun eğişi, Leyla ve Necla'nın akılları bir karış havada davranışları, Hayriye'nin evi idare edemeyişi aileyi zor duruma düşürür. Aile bireyleri teker teker evden ayrılıp başka hayatlar yaşamaya başlamıştır. Ali Rıza Bey dirense de karşı koyacak gücü yoktur. Çaresiz, ömrünün sonuna dek ailesindeki yaprak dökümünü seyretmeye mahkum olmuştur. Ali Rıza Bey'in ölümünden sonra Baba yadigârı köşk satılır. Gidecek başka yerleri olmayan Hayriye Hanım, şevket, Ayşe, Leila ve bebeği Trabzon'daki eve gitmek üzere ailenin geri kalanıyla tren garında buluşurlar. Tahsin'in yanına dönen Fikret, kocasından ayrılan ve hamile olan Necla ile tüm diğer yakınları, Hayriye Hanım ve çocuklarını Trabzon'a doğru son bir kez uğurlarlar.

#### **3.3.4. (2008) Aşk-ı Memnu**

Günümüz dizi uyarlamalarından biri de 2008 yapımı, Kanal D'de yayınlan Aşk-ı Memnu dizisidir. Eserin televizyon dizisine uyarlanan ikinci versiyonu 2008–2010 yılları arasında 79 bölüm şeklinde Kanal D'de yayınlanmıştır. Halid Ziya Uşaklıgil'in aynı adlı romanından, Melek Gençoğlu ve Ece Yöreñç'in günümüze uyarlayarak senaryolaştırdığı Aşk-ı Memnu dizisinin yapımcılığını Kerem Çatay, yönetmenliğini Hilal Saral Ünalın üstlenmiştir. Dizinin müzikleri Toygar Işıklı tarafından yapılmıştır. Dönemin en şöhretli oyuncularını Beren Saat ve Kıvanç Tatlıtuğ, dizinin başrollerini canlandırmıştır. Aşk-ı Memnu günümüz Türkçesiyle “yasak aşk” anlamına gelmektedir ve konusu itibariyle aynı çatı altında yasayan bir yeğen ile amcasının karısı arasında geçen yasak ask ele alınmaktadır.

Aşk-ı Memnu dizisi, 4 Eylül 2008 ve 24 Haziran 2010 tarihleri arasında, Kanal D Yayın Kuruluşu'nda yayınlanmış ve ele aldığı konu ve ulaştığı “izlenme oranı” başarısıyla kamuoyunda gündem oluşturmuştur. Dizinin birinci ve ikinci sezon bölümleri, perşembe günleri, saat 20:00 ile 20:15 de, ana haber bülteninden sonra “prime time” olarak tabir

edilen, televizyonların en çok seyredildiği ve tüm aile bireylerinin ekran başında olduğu saatlerde yayınlanmıştır.

Ask-1 Memnu'nun son uyarlamasında, ticari kaygılarla romandan uzaklaşmış ve yakalanan reyting başarısı nedeniyle de bölüm sayıları çok fazla uzatılmıştır. Romanda yer almayan olay örgüleri ve karakterler diziyeye eklenmiş ve böylelikle eser 79 bölümlük bir süreyi kapsayacak şekilde yeniden kurgulanarak izleyiciye sunulmuştur.

Doğu-Batı tartışmasına yönelik üstü kapalı bir sentez öneren romanın ve onun bire bir uyarlaması olan Halit Refiğ imzalı ilk dizinin aksine yeni dizi bambaşka bir formattadır. Bu yeni dizinin özelliği, öyküdeki yüzeysel çelişkileri takip ederken, bir taraftan da yazarın batılılaşma konusundaki fikirlerinin tüketim toplumuna uyarlanmış halidir. Romanda vurgulanmaya çalışılan toplumsal eleştiri dizi de yoktur. Halit Ziya Uşaklıgil romanında; batılılaşma bunalımındaki toplumun sorunlarını, değerlerini yitiren bir hayatı, zenginliğe heveslenen kadın isteklerinin düşeceği tuzakları, sarsılan ahlak anlayışlarını yansıtır. Yanlış anlaşılabilir batılılaşma bir aşk ilişkisi çerçevesinde verilmeye çalışılmıştır. Ancak mevcut dizide yanlış anlaşılabilir batılılaşma sorunu yerine daha çok aşk, entrika, İstanbul'un gözde mekânlarının sunumu, moda, tüketimci, bireyci, rekabetçi ilişkiler ön planda tutulmuş ve bunlar günümüz şartlarında hızla tüketilebilecek hale getirilmiştir.

Tüketim toplumuna yönelik tüm gündelik değişimleri içinde barındıran Aşk-1 Memnu gibi diziler egemen tüketim kültürünün ve yaşam tarzlarının yeniden üretilmesinin araçları olmuşlardır. Bu dizilerde Neoliberal politikalar bağlamında bireyci, hazcı ve pragmatik bir kültür yaratılmıştır. Bu kültür, zenginleşen sınıfın üyelerinin sahip oldukları lüks yatlar, evler, güzel giyimli kadınlar, bu tüketimin ve tüketime dayalı yaşam biçiminin göstergeleridir (Korkmaz, 2009:147).

Aşk-1 Memnu kadınları ve erkekleri, onların yaşam alanları, gittikleri mekânlar, giydikleri kıyafetler, kurulan sofralar, arabalar izleyenlerde tüketme isteği uyandırabilecek niteliktedir. Tüm bunlar izleyiciyi özendirilebileceği gibi, mutluluğun buradan geçtiği gösterilmektedir.

### 3.3.4.1. Dizi Özeti

Dizide, İstanbul'un sayılı zenginlerinden biri olan Adnan Bey'in, çok sevdiği karısı İnci öldükten sonra Nihal ve Bülent adlı iki çocuğuyla kalmasından sonra, ikinci bir evlilik yaparak kendisinden çok genç bir kız olan Bihter ile evlenmesi ve Bihter'in kendisini manevi yeğeni Behlül'le aldatmasını konu eder.

Dizi, babasının ölümünden sonra Adnan Bey ile evlenen Bihter Yöreoğlu'nu ve eşinin manevi yeğeni Behlül ile yaşadığı yasak aşk üzerinde yoğunlaşır. Bihter ve henüz üniversitede okuyan eğlence düşkünü Behlül'ün, Adnan Bey'den ve evde yaşayan diğer insanlardan gizli bir ilişkisi olur. Onların hayatlarına ve yaşadıkları dramatik olaylara Matmazel De Courton, Firdevs Yöreoğlu, Peyker Önal, Nihal ve Bülent Ziyagil, ve diğerleri de dahil olur.

### 3.4. AŞK-İMEMNU VE YAPRAK DÖKÜMÜ DİZİLERİNİN İNCELENMESİ

Günümüz toplumunda var olan değerler, romandan televizyona uyarlamalarla birlikte yeniymişçesine tekrar ekranlara gelmiştir. Kimi zaman eserdeki kodlar aynen bırakılmış kimi zaman ise değiştirilmiş olarak karşımıza çıkmaktadır. Uyarlanan dizilerde ahlaki değerler olarak dürüstlük, iffet gibi yerleşik değerler vurgulanmaktadır. Fakat bunların içerikleri sistemin yeni değerleri doğrultusunda yapılmaktadır. Aile bağlarının önemi verilirken bunlar da günün koşulları ve egemen yapının ideolojisi doğrultusunda “birey kendi hayatını yaşmalıdır” anlayışı ile izleyiciye sunulmaktadır.

Uyarlama dizilerde sık karşılaşılan bir başka değer ise modernliğin sunumudur. Klasik romanlarda anlatılan batılılaşma eleştirisinin yerini uyarlama dizilerde görmek mümkün değildir. Modern insan; tüketen, kendine bakan, gezen, kentte yaşayan olarak temsil edilmektedir. Toplumsal cinsiyetin sunumunda ise kadın, bağımlı, korunmaya muhtaç, karar alıp bunları uygulama yetisinde olmayan olarak sunulmamaktadır. Kadın kahraman kamusal alanda daha fazla yer alır, ancak kalıplaşmış fedakâr eş-anne rolü de devam etmektedir. Sınıfsal açıdan çalışan kesim kategorileştirilmiştir. Eğitim gerektiren

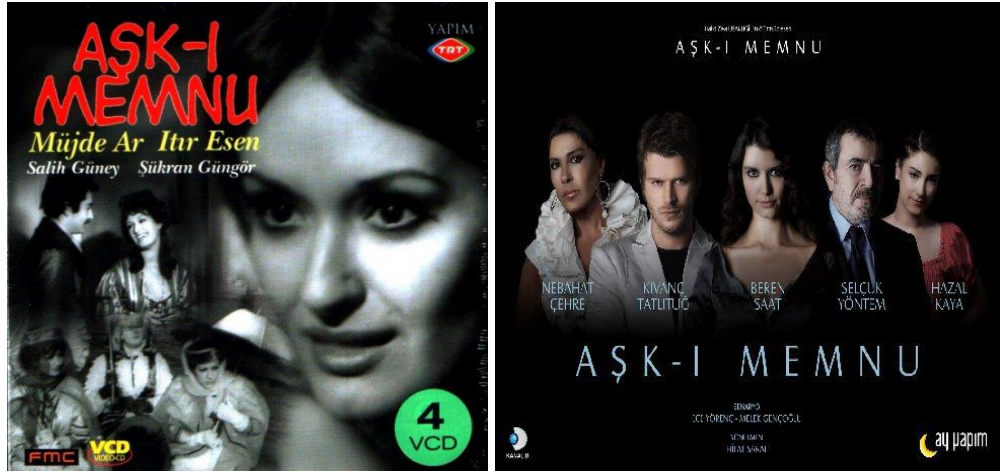


vasıflı iş kolları olumlu sunulurken, eğitimsiz, vasıfsız, kol işçiliğine dayanan iş kolları ve burada çalışanlar olumsuz olarak sunulmuştur.

Özellikle 2000’li yıllardan itibaren ortaya çıkan televizyonda edebiyat uyarlamalarının artan popülaritesinin edebi eserler verilen değer ya da bu kültür ürünlerinin yeniden gündeme getirilmesi nedeniyle değil, yayıncılığın ticari bir hale bürünmesi nedeni ile bu ürünlerin kârlı birer meta haline getirilebilmesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Çalışmamızın bu bölümünde gerek TRT de çekilen (1974) Aşk-ı Memnu, (1988) Yaprak Dökümü dizileri, gerekse günümüze uyarlanan (2006) yapımı Yaprak Dökümü ve (2008) yapımı Aşk-ı Memnu dizileri karşılaştırılarak dizilerin topluma göre nasıl tekrardan üretilişi, iki dönem arasındaki benzer ve farklılıkların neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

### 3.4.1. (1975 ve 2008) Aşk-ı Memnu Dizilerinin Karşılaştırılması



1975 – Aşk-ı Memnu

2008 – Aşk-ı Memnu

Şekil 3.1. Aşk-ı Memnu Dizi Afişleri

İlk uyarlamada karakterler giyimleri, batılı yaşam tarzları, ev ve sosyal yaşantıları ile roman içeriğini bütünüyle yansıtan bir yapıya sahiptir. 2008 uyarlaması olaylar, karakterler, sosyoekonomik, sosyo-politik bakımdan arka plânda göze çarpan eklenmiş olay

örgüleri ve romanda silik olan karakterlerin göz önüne alınmasıyla günümüzde yeni yazılmış bir hikâye gibidir. Bu fark başat olarak romanın ana temasının sabit kalınmış, yan temalarla olay örgüsü zenginleştirilmiştir. Ana temada söz sahibi kadın karakterlerin günümüz kadını yaşam tarzına, bilgi ve görgüsüne sahip modelleri sunulmuştur. Bu bağlamda dizi, romanın batılılaşma yanlısı unsurlarını nesnelere haline dönüştürerek izleyiciye aktarmıştır. Dizideki karakterlerin, özenle seçilmiş nesnelere arasına yerleştirilen ve nesnelere daha iyi görünmesi için teşhis edilen konumdadır.

### **3.4.1.1. Toplumsal Roller**

19. yüzyıl romanına özgü olan betimlemenin tüm özelliklerini gösteren romanda, batılı hayatın tasviri kadar, karakterlerin içsel dünyasını da nesnelere üzerinde tanımlamıştır. Örnek vermek gerekirse Bihter'in kendisini intihara sürükleyen dramının temelleri, daha en başında nesnelere karşı duyduğu yoğun sahip olma hırsıyla atılmıştır. Bu farkındalıkla birlikte Bihter, severek aldığı eşyaların içinde hapsediğini görür ve nefes almak için kendisinin de bir nesneye dönüştüğünü kabul etmiş ve Behlül'ün arzu nesnesi olmuştur (Özen, 2010: 59). Tüketim alışkanlığının bu niteliği karakterlere odaklanıldığında daha iyi ortaya çıkar. Dizideki karakterler, özenle seçilmiş nesnelere arasına yerleştirilen ve nesnelere daha iyi görünmesi için yerleştirilmiştir. Özellikle kadın izleyicilerin özdeşleşme mekanizmalarını harekete geçiren tam da bu noktadır. Bihter ne romandaki gibi trajik bir kahraman olduğu, ne de pembe dizi dünyasının kalıpları içinde kadın kimliğine yeni bir boyut kattığı için izlenir. Onunla özdeşleşilmesinin sebebi tüm kişisel işaretlerini nesnelere aktarmış bir kadının farklılığının benimsenmesidir. Dizilerde kadın karakterler ağır basmaktadır. Dönemsel değişimleri belirlemede dizide kadının nasıl temsil edildiği incelemeye değerdir.

#### **3.4.1.1.1. Uyarlamalarda Kadınların Sosyal Konumları**

Üst düzeyde yaşam sürülen her iki uyarlamada da kadınların meşgul oldukları ciddi bir uğraşları yoktur. 1975 uyarlamasında ev işleri, yemekler ve alışveriş evin hizmetlileri tarafından yapılmakta, hanımlar ise komşu gezmesi, ev gezmesi, sandal gezmesi, kahve

sohbetleri, sazlı sözlü ev eğlenceleri, kanaviçe gibi el işleriyle günlerini geçirmekteler. Batılılaşma sürecinde muhafazakâr Osmanlı aile yapısının, Avrupalı olma özentisi sonucunda insanların hem toplumsal hem ahlâki çöküşü sergilenmektedir. Dizinin temel karakterleri Bihter, Nihal ve Firdevs Hanım Osmanlı dönemlerindeki kadın temsilini de örnekler: kadının toplumdaki yeri, hakları, davranışları ve duygusal yapıları hakkında bize bilgi verir.

2008 kurgusunda ise kendine daha çok önem veren bir kadın grubuyla karşılaşırız: düzenli spora giden, yüzen, bitki çayı içip dengeli beslenmeye dikkat eden, bakımlı, kahvaltılı, öğlen ve akşam yemeklerinde itinalı ve şık, giysileri, özel yardımcılı, eşinin kredi kartından istediği gibi harcayabilecek mali güce sahip, üretmeden tüketen, ekonomiye sadece tüketim katkısında bulunarak, bir yaşam süren, gösteriş ve pahalı eşyalara, markaya düşkün bir kadınlar grubu görüntüsü çizilmiştir. Aşk-ı Memnu ve benzeri dizilerin, kapitalist bir düzen içerisinde tüketimi destekleyici ve sürekli kılıcı bir yapının içerisinde üretilmeye çalışılmaktadır. Aşk-ı Memnu’da karakterler görünümünden ve tüketimden ibaret kılınmaktadır. İzleyici Türk toplumunun geneline hiç de benzemeyen bir ailenin tüketim davranışlarını izlemektedir. Prestij, farklılık, bir gruba aidiyet, kimlik, imaj edinme, sınıf atlama gibi simgesel değerlerin hepsi dizide kendine yer bulmuştur. İzleyici Türk toplumunun geneline benzemeyen ailenin tükettiklerini izler hale gelmiştir.

Günümüzde kadın artık sosyal hayatın tümüne katılan, kendisine edinmiş olduğu becerilerle toplumsal hayatta yer edinebilen bir konuma sahiptir. Aşk-ı Memnu dizisinin kadın karakterleri incelendiğinde ise iki temel grup ile karşılaşılacaktır.

Birinci grup; Adnan Ziyagil’in eşi Bihter, Bihter’in annesi Firdevs Hanım, Adnan Ziyagil’in kızı Nihal, Bihter’in ablası Peyker’dir. Bu grubun özelliği hepsinin güzellikleriyle ön plana çıkarılmalarıdır. Bihter Amerika’da bir üniversiteden mezundur; fakat buna rağmen kısa süreli dernek çalışmaları dışında bir işte çalışmamaktadır. Dizinin başlarında babasının ölümünün ardından şirketin işlerinin yönetilmesi gerekmektedir. Bihter’in tercihi çok az tanıdığı, zengin bir kocayla evlenmekten yana olmuştur. Firdevs Yöreoğlu da çalışmamaktadır. Üstelik büyük Kızı Peyker’in evliliği karşılığında da damatla aslında hiç onay vermeyeceği evliliğine kendi ekonomik rahatlığı için razı olmuştur. Evin

kızı Nihal de başarılı bir lise öğrencisiyken üniversite sınavında bayılmış, daha sonra bu mesele unutulmuştur, Bihter'den uzaklaşmak için Amerika'ya gitme konusu ortaya atılınca da aklına orada üniversite okuma fikri gelmiştir. Bihter'in kız kardeşi Peyker'in ise bir sanat galerisi vardır; fakat burası Peyker için daha çok hobi olarak görülmektedir, para isleri söz konusu olduğu zaman hep kocası Nihat ön plana çıkarılmaktadır.

İkinci grup kadınlar ise; mutfak çalışanları olan Sayeste Hanım, kızı Cemile ve Nesrin'dir. Bu karakterler evin hanımlarına nazaran oldukça şişmandırlar, evin hanımları gibi formlarına dikkat edemezler. Uzun zamandan beri Ziyagiller yalısında çalışmaktadırlar. Evin işleri dışında devamlı olarak mutfakta dedikodu yapmaktadırlar.

#### **3.4.1.1.2. Değişen Kadının Temsili**

Uyarlama dizilerde kadın karakterler baskındır. Özellikle baskın olan Bihter karakteri iki dizide de farklı sunulmuştur. Romanın aslı ve 1975 uyarlamasında Behlül'ün baskılarına daha fazla direnemeyen bir Bihter karakteri varken, 2008 uyarlamasında dizisinde “aşkı arayan” karakter Bihter vardır. Bihter, eşini aldatma sürecinde eşi Adnan Bey'le de birlikte olmamış, eşiyile birlikte olmamasının sonucunda bir bölümde eşi tarafından tecavüze uğramış ve kendisine tecavüz eden eşinin “zavallı karısı” olarak izleyiciye sunulmuştur. Böylece izleyici gözünde yasak aşka hak verilmesine zemin oluşturulmuştur. İzleyicinin gözünde Bihter eşinden başka birine yönelmekte haklı çıkarılmak istenmiştir. Osmanlı döneminde eşini aldatan kadınların hafif meşrep olarak gösterilmesi ilk uyarlamada lanse edilmekte iken ikinci uyarlamada ise aşkın peşinde koşan evli bayan olan Bihter izleyiciden olumlu tepki almaktadır. İlk uyarlamada Bihter gece Behlül'ün odasına gelip gelemeyeceğini sorduğunda son derece masum ve utangaç bir tavır sergilerken, son uyarlamada Bihter tutkusunun da verdiği cüretle, Behlül'ü tehdit etmekte, saldırgan tavırlarla onu birlikte olmaya zorlamaktadır. Örneklerde Bihter karakteri iki farklı dönemde farklı temsil edilmiştir. (Taşkiran, 2010: 267).



**Şekil 3.2.** Bihter ve Behlül Sahneleri

Romanda ve ilk TRT uyarlamasında “masumiyet” timsali olarak gösterilen, Nihal Kanal D uyarlamasında Behlül’le evlenmeden önce bir ilişki yaşar ve bunu üvey annesi olan Bihter’e övünerek anlatır. Bu şekilde Nihal karakteri üzerinden de “aile” için, “evlilik” için önemli bir değer taşıyan “bekaret” kavramı da değersizleştirilmiştir.

#### **3.4.1.1.3. Geleneksel Kadın Temsili**

Medya, hem bir yapı olarak hem de temsil etme yönü açısından kadınlara ve erkeklere yer vermektedir. Bunu yaparken, geçmişten faydalanarak bugünü yansıttığı iddia etmekte ve günümüz dünyasına özgü kadınlık ve erkeklik kalıpları oluşturmaktadır. Türkiye’de ataerkil ve otoriter aile anlayışı giderek değişme uğramakla birlikte, halen egemendir. (Çelenk, 2005: 205). *Aşk-ı Memnu* da tüm televizyon dizilerinde olduğu gibi erkek egemen zihniyetin izleri görülmektedir. Örnek vermek gerekirse dizideki kadınlar ya çalışmazlar ya da aileden bir erkeğe bağlı olarak çalışırlar. Bihter ve Firdevs maddi yönden Adnan’a bağımlıdır. Ziyagil ailesinde çalışan tek kadın, Adnan’ın ablası Arsen Hanım’dır, o da Adnan’ın şirketinde çalışır. Matmazel/Deniz Hanım zaten romandaki gibi çocuklara mürebbiyelik yapmakta, dolayısıyla parasını Adnan’dan almaktadır. Ziyagil köşkünün çalışanı olan diğer kadınlar da mutfakta kahya Süleyman Efendi tarafından yönetilirler. Burada ekeğe bağımlı kadın temsili görülmektedir.

Dizi de geçen önemli kavram da aile içi şiddete giren ‘tecavüz’ eylemidir Behlül’le olan birlikteliğinden dolayı kendinden nefret eden Bihter eşyle birlikte olmaz, mazeretle uydurur. Bir tartışmadan sonra sarhoş olan Adnan Bihter’e tecavüz eder. Birkaç gün tavır koyan Bihter Adnan’ın özür dilemesiyle yumuşar ve olayı unuttur. Geleneksel Türk kadını tavrının sergilendiği bu olay romanda ve ilk uyarlamada mevcut değildir. Bu yolla istenmeden kadın istismarı medya, kitle iletişim araçları, diziler aracılığı ile meşrulaştırıldığı söylenebilir.

Medyada kadın temsili yoğun olarak 1970’li yıllarda feminist medya çalışmaları aracılığıyla gündeme getirilmiş ve kadını ikincil konuma iten toplumsal süreçlerin medyadaki kadın temsilleri ile etkileşim içinde kurulduğuna dikkat çekilmiştir. Bu dönemde iletişim çalışmaları alanında kültürelci perspektiflerin hakim olması, medya temsiline “inşacı” olduğu, başka bir deyişle, “toplumsal”ı yansıtmaktan çok inşa ettiği görüşünü öne çıkarmıştır. Çelenk, Feminist medya çalışmalarının bu inşa meselesini, kadınların toplum hayatındaki ikincil konumunu pekiştiren bir toplumsallığın sembolik yeniden üretimi olarak yorumlamaktadır. (Çelenk, 2010: 230)

#### **3.4.1.2. Anlatıda İdeoloji**

Medya ürünleri, modern zamanlarda ekonomi, yönetim, toplum, kültür ve günlük hayatın önemli alanlarına yayılmıştır. Kellner’e göre medya gösterileri, günümüz toplumunun temel değerlerini şekillendiren, bireyleri kendi hayat tarzına alıştırmaya yarayan medya kültürünün fenomenlerine dönüştürmüştür. (Kellner, 2003: 21). TV’nin iletisi aktardığı imgeler değil, dayattığı yeni ilişki ve algılama tarzları, ailenin ve topluluğun geleneksel yapılarının değişimidir” (Baudrillard, 2010:154). Diziler de bu değişim içinde sosyal şartlarına hitap edecek şekilde oluşturulmaktadır. Kendi dönemleri neyi yansıtmaktaysa ona göre oluşur ve içindeki toplumu ona göre yansıtırlar. Aşk-ı Memnu romanı ve televizyon uyarlamaları tarihsel bağlamları içerisinde incelendiğinde, Aşk-ı Memnu’nun yıllar sonra televizyona uyarlanması 1900’lerde toplumdaki batılılaşma ve daha sonra 1980’ler sonrasında “modernleşme” olarak karşımıza çıkmıştır.

Halit Ziya Uşaklıgil'in Aşk-ı Memnu romanı Batılılaşma hareketlerinin bir sonucu olarak kaleme alınmış ve bu dönemin yüzeysel değişimlerini bir aile üzerinden anlatmaya çalışmıştır. 1975'te TRT'de yayınlanan dizi, Halit Refiğ'in ulusal sinema anlayışı ile kültürü yaymak için filme alınmıştır ve 2008'de yayınlanmaya başlayan modern uyarılama da 1980 sonrası değişen toplumun, tüketim toplumunun izlerini yansıtacak şekilde tasarlanarak izleyiciye sunulmuştur.

Aşk-ı Memnu Romanı 19. yüzyılın sonlarında bir aileyi anlatan Aşk-ı Memnu romanı, 18. Yüzyılın ilk yarısında başlayan batılılaşma hareketlerinin bir sonucu olarak yazılmıştır. Ailenin bahsedilen zengin, kapalı, boğaza nazır konak yaşamı yanlış anlaşılabilir batılılaşma hareketlerinin bir göstergesidir. Aşk-ı Memnu da batılılaşmayı batı özentisi yaşamı birebir gösteren bir aileyi konu edinmiştir. Aile yaşantı olarak batıya dönüktür. Konak hayatı, gelir derdi olmayan konak beyleri, sokaklarda dolaşabilen Beyoğlu'nda alışverişe çıkabilen, rahat yaşama düşkün, modayı gazetelerden ve dergilerden takip etmeye başlayan konakların hanımları, hem kadınlarda hem erkeklerde Avrupalı kıyafetler, mürebbiyeler batı taklidi bir hayatı işaret etmektedir.

1975'te seyirci ile buluşan Aşk-ı Memnu, Halit Refiğ'in sinema anlayışını taşımaktadır. Refiğ'in ortaya attığı "halk sineması" tartışmaları sonrasında "ulusal sinema" anlayışının doğmasıyla yaratılmıştı. Belli bir sosyal sınıf ya da yabancı sermaye tarafından kurulmayan doğrudan halkın film izleme gereksiniminden doğan sinema olarak tanımlanan "halk sineması"na tepki olarak "ulusal sinema" anlayışını savunmuştur. Halit Refiğ, bu çalışmada Türkiye gerçeklerini ele alarak kendi sinema anlayışını pekiştiren bir filme imza attı. Televizyon dizisi mantığı o dönem oluşmadığından bir sinema filmi gibi 35 mm ile çekilmiştir. Refiğ'in uzun zamandır aklında olan bir proje TRT tarafından yaptırılmış, Refiğ'in sinema yazarlığına başladığı günden beri savunduğu "Ulusal Sinema" fikri ile örtüşmüş bir yapıdır. Dizide "yıldız" yoktur. Konu "halk bunu ister" mantığından tamamen uzakta ulusal kültürü tanıtmak amacıyla Türk klasiklerinden seçilmiştir. Bir dönemi kostümünden dekoruna, oyuncularından, müziğine kadar tüm öğeleriyle gerçekçi anlatmayı seçmiştir. Modernize etmeden, Osmanlıdaki batılılaşma hareketlerine denk gelen dönemi olduğu gibi hatta romana dönemin tarihsel gerçeklerini de katarak anlatmıştır.

Halit Refiğ, Abdi İpekçi ile yaptığı bir söyleşide uyarılama için “Aşk-ı Memnu”yu seçme nedenlerini ve dizinin topladığı ilgiyi şöyle açıklar: “Film, bir aile hikâyesidir. Televizyon seyircisini genellikle de aileler oluşturmaktadır. Bu yüzden TRT, benden klasik bir Türk romanını filme çekmemi istediğinde hem klasik bir değeri olan bir romanı seçmek, hem de TV izleyicisinin sadece kültür açısından değil, temaşa açısından da ilgisini çekecek bir roman olmasını düşündüm. Sanıyorum ki, bunların ilgi çekmede büyük payı oldu.”<sup>11</sup>

2008 yılında çekilmeye başlanan ve 79 bölüm boyunca Kanal D’de yayınlanan Aşk-ı Memnu ise yine dönemin siyasi ve gerçeklerinden uzak bir dizi olarak ekrana gelmiştir. Aşk-ı Memnu dizisi tüketimi destekleyici ve sürekli kılıcı bir yapının içerisinde üretilmiştir. Dizide ne anlatıldığı değil, görüntüleri imajlar ön plana çıkmıştır. Karakterler görünümünden ve tüketimden ibaret gösterilmiştir. İzleyici Türk toplumunun geneline benzemeyen ailenin tükettiklerini izler hale gelmiştir. Aşk-ı Memnu Dizisi, romanın batılılaşma yanlısı unsurlarını, altındaki kaygıları tamamen nötraleetmiş biçimde tüketim toplumuna aktarmıştır. Dizi bir nevi ana kahramanların her sahnede kıyafet değiştirdiği bir reklam kuşağı gibidir. Romanın aksine batılı ya da çağdaş olmanın garantisi tüketimle verilmiştir. Dizi, öznelere yerine nesnelere, metnin yerine klişelerin geçirildiği bir tüketim ideolojisini sunmaktadır.



**Şekil 3.3.** Aşk-ı Memnu (2008) Dizi Jeneriği

<sup>11</sup> <http://kitap.milliyet.com.tr/ekranin-dizi-diziromanlari>



Dizide karakterlerin psikolojisinde esas unsur olarak nesnelere olan bağımlılık ön planda tutulmuştur. Ayırt edilmenin ön koşulu prestij nesnelere tüketmek olarak verilmiştir. Dizide teşhir edilen nesnelere tamamen anlamdan soyutlanmamıştır, onların taşıdıkları anlam, bir ideoloji haline gelmiş göstergedir.

2008 uyarlaması dizide bir nevi ana kahramanların her sahnede kıyafet değiştirdiği bir reklam kuşağı gibidir. Romanın aksine batılı ya da çağdaş olmanın garantisi tüketimle verilmiştir. Hemen piyasaya sürülen ve yok satan Bihter tipi saç tokası, Bihter yüzüğü, Bihter bluzu, Behlül parfümü, Firdevs Hanım elbisesi, Bihter çantası örnek olarak verilebilir. Yüksek izlenme rekoru kıran dizide görsel statü semboller sosyal tırmanıcıya özendirici tüketim kültürü körüklenmektedir. Baudrillard (2010) de tüketim kültürü konusundaki yaklaşımla göstergeler bir tüketim unsuru olmuştur ve kapitalizm ile birlikte bu göstergeler, televizyon aracılığıyla tüketiciye sunulmaktadır. Üretimin amacı insan ihtiyaçlarını karşılamak değil, aynı zamanda ihtiyaçlarını biçimlendirmektir (Çelik, 2009: 29).

#### **3.4.1.3. Mekânsal Farklar**

Dizilerin geçtiği mekanlar da farklılıklar görülmektedir. 1975 uyarlamasında dizi kahramanları bir yalının dar çerçevesi içinde bir araya getirilmiş, kendi başlarına yaşayan insanlardır. Yer yer İstanbul'un eğlence yerleri ve mesire yerlerine yer verilmiştir. Mekân unsuru sadece hâdiselerin meydana geldiği sahneyi düzenlemede kullanılmıştır. Dizide olaylar ağırlıklı olarak Adnan Bey'in yalısında ve Ada'da meydana gelir. Aşk-ı Memnu açık mekânda Boğaziçi'nde başlar, ağırlıklı olarak kapalı mekânda Boğaz'daki yalıda geçer ve yine açık bir alanda Heybeli Ada'da biter.



**Şekil 3.4.** Aşk-ı Memnu (1975) Adnan Bey'in Köşkü

Aşk-ı Memnu dizisi tıpkı romanda olduğu gibi Boğaz kenarında bir köşkte geçmektedir. Evin odaları kalabalık ev halkı için bölünmüştür. Evin değerli antika ve resimlerle donatılmış salonu, Adnan Bey ve Bihter'in geniş yatak odası ve çalışanları izlediğimiz mutfak dizide kullanılan başlıca mekânlardır. Ev her haliyle zenginliklerinin boyutu hakkında bilgi vermektedir öte yandan evdeki her türlü mobilya, aksesuar ve koleksiyonlar da ailenin kültürel ilgilerini ortaya koyar.



**Şekil 3.5.** Aşk-ı Memnu (2008) Behlül'ün Odası

Adnan Bey romanda ve ilk uyarlamada yalnızca zengin bir olarak tanıtılmakta, işiyle ilgili bilgiler öne çıkmamaktadır. Oysa günümüz toplumunun iş hayatına odaklı yaşayan yapısına paralel olarak dizide Adnan Bey'in zengin bir işadamı olarak temsil edildiği görülmekte ve ilk uyarlamadan farklı olarak holding mekânı kullanılmıştır. Köşk ve holdingin dışında izleyiciyi tüketime yöneltilecek alışveriş merkezi, lüks mağazalar, restoranlar, kulüpler, sanat ve kültürel merkezler, dernekler gibi dış mekânlar kullanılmıştır.

#### **3.4.1.4. Aile Unsuru**

İlk uyarlamada Firdevs Hanım kızları Peyker ve Bihter Tanzimat sonrası batılı ailelere örnek bir aile görünümündedir. Harcamalarından dolayı maddi gücünün sonuna gelmiş, yine de konforundan ve gösterisinden taviz vermeyen, alımlı, eskilerin deyimiyle hafif meşrep bir kadındır. Romanda ve ilk uyarlamada çok yer verilmeyen aile özellikleri 2008 kurgusunda çok detaylı işlenmiştir. Adnan Bey yalısı geleneksel ahlâki değerleri Batılı yaşam biçiminde sürdüren üst sınıf Osmanlı Ailesini temsil etmektedir. 2008 uyarlamasında hem Firdevs Hanım hem de kızları çağa son derece uyumlu, hiçbir faaliyetten geri kalmayan, mobilya ve giyim zevkleri ile sofrada adabını, protokolü, yol yordamı bilen bir aile görünümündedir.

#### **Melih Bey Takımı - Firdevs Hanım ve Ailesi**

Melih Bey Takımının<sup>12</sup> sürdürdüğü yaşam ise batının yozlaşmış bir versiyonudur. Yalnızca tüketen, geleneksel örf ve adetleri hiçe sayan, ahlaki olarak düşkün bir görünümü olan manevi yönü eksik bir hayattır. Firdevs Hanım kızları Peyker ve Bihter Tanzimat sonrası batılı ailelere örnek bir aile görünümündedir. Firdevs Hanım, harcamalarından dolayı maddi gücünün sonuna gelmiş, yine de konforundan ve gösterisinden taviz vermeyen, alımlı, yazıldığı döneme göre hafif meşrep bir kadındır.

2008 uyarlamasında hem Firdevs Hanım hem de kızları çağa son derece uyumlu, hiçbir faaliyetten geri kalmayan, mobilya ve giyim zevkleri ile sofrada adabını, protokolü, yol

---

<sup>12</sup> Romanda “Melih Bey takımı” adıyla anılan aileye mensup Firdevs Hanım ve kızlarıdır.

yordamı bilen bir aile görünümündedir. Romanda ve ilk uyarlamada çok yer verilmeyen aile özellikleri 2008 kurgusunda çok detaylı işlenmiştir. Ayrıca, Peyker'in eşi Nihat'ın ailesinin de olayların içine katılmasıyla hikâye daha da karmaşık hale getirilmiştir. Adnan Bey'in baş düşmanı olarak sunulan Hilmi Bey, hem iş yaşamında hem de özel hayatında aileye zor günler yaşatır. Bunların nedeni Firdevs Hanım'ın borçlarını kapatan yüklü çek karşılığında kızı ile oğlu Nihat'ın evliliğine onay vermesidir.

### **Adnan Bey ve Ailesi**

Adnan Bey yalısı geleneksel ahlâki değerleri Batılı yaşam biçiminde sürdüren üst sınıf Osmanlı Ailesini temsil etmektedir. İki aile arasındaki fark kadınlardan kaynaklanan estetik farktır. Nihal için düğünler alaturka, Firdevs Hanım için eğlendiricidir. Nihal'e göre sıradan olan böyle bir cemiyette Bihter ud, Peyker de piyano çalarak eğlenceye eşlik etmektedirler. Bu eylemleriyle de Adnan Bey'lerin tam zıddı, Avrupai olamamış aile bireylerini temsil etmektedirler. Adnan Bey ve Nihal vasıtasıyla batı tarzı bir yaşam süren, eğitime önem veren, sanattan hoşlanan, dünyayı takip eden, bunun yanında da kendi toplumunun geleneksel değerlerini unutmayan ve bunlara fazlasıyla bağlı kalan bir ailedir.

2008 uyarlamasında ise izleyiciye, Adnan Bey'in ailesini düşünen, onların başına bir kötülük gelmesini istemeyen iyi bir baba, Firdevs Hanım'ın ise entrikacı bir şahıs, olarak karakterize edilmektedir. Bunun dışında aileler arasında dünyaya bakışlarında herhangi bir fark yoktur.

#### **3.4.1.5. Aşk-ı Memnu Anlatım Unsurları**

İlk uyarlamada karakterler giyimleri, batılı yaşam tarzları, ev ve sosyal yaşantıları ile roman içeriğini bütünüyle yansıtan bir yapıya sahiptir. 2008 uyarlaması olaylar, karakterler, sosyoekonomik, sosyo- politik bakımdan arka plânda göze çarpan eklenmiş olay örgüleri ve romanda silik olan karakterlerin göz önüne alınmasıyla günümüzde yeni yazılmış bir hikâye gibidir. Bu fark başat olarak romanın ana temasının sabit kalınmış, yan temalarla olay örgüsü zenginleştirilmiştir. Ana temada söz sahibi kadın karakterlerin günümüz kadını yaşam tarzına, bilgi ve görgüsüne sahip modelleri sunulmuştur. Bu

bağlamda dizi, romanın batılılaşma yanlısı unsurlarını nesnelere haline dönüştürerek izleyiciye aktarmıştır. Dizideki karakterlerin, özenle seçilmiş nesnelere arasına yerleştirilen ve nesnelere daha iyi görünmesi için teşis edilen konumdadır.

Aşk-1 Memnu dizisinde olaylar diyaloglar etrafında gelişmiştir. İzleyici karakterlerin iç dünyalarıyla değil; söyledikleri sözler, bunları söyleyiş biçimleri ve görüntüleri ön plana çıkmıştır. Yakın plan çekimler ve duygu durumuna uygun müziklerle görsel ve sözel anlatım zenginleştirilmeye çalışılmıştır. Günümüz edebiyat uyarlamalarının teknik olarak ortak noktası hep günümüze uyarlanmasıdır. Bire bir esere bağlı kalınması durumunda mekânın, zamanın karakterlerin, kostümlerin de tıpkı o zamandaki gibi olması gerekir. Dönemi tamamen yansıtmak aşırı maliyet getireceğinden uyarlamalar günümüze adapte edilmektedir. Roman ve dizinin doğalarının, dönemlerinin, okuyucudan izleyiciden beklentilerinin özdeş olmaması karakterlerin ve mesajların da çeşitlilik göstermesine sebep olmuştur. Kanal D’de yayınlanan son dönem Aşk-1 Memnu’nun romandan ve önceki uyarlamadan farkı da bu bağlamda ortaya çıkmaktadır. Konunun işlenişi ve teknik açıdan eser, Batılılaşma hareketlerini yansıtmış, 1975’deki dizi Halit Refiğ’in ulusal sinema anlayışı doğrultusunda ortaya çıkmış ve bu dizi de 1980 sonrası değişen Türk toplumunun izlerini yansıtmıştır.

Günümüz uyarlaması televizyon dizisi Aşk-1 Memnu romandan ve TRT yapımı ilk uyarlamasından farklı anlatı unsurlarını kullanmaları, konuların ele alınışı, üretim hedefleri, gerçekliğin yansıtılması, egemen ideoloji ile ilişkileri bakımından birbirinden uzaktır. Çalışmamıza konu olan Aşk-1 Memnu (2008) dizisinde bu uzaklık açık biçimde görülebilmektedir. Dizi romana konunun genel hatları, olayların genel akışı, kahramanların isimleri, en temel karakter özellikleri, yaşadıkları çevre bakımından sadık kalmakta; ancak iki ayrı formun kendilerine özgü başarı ölçütleri çerçevesinde olay örgüsü ve karakterlerin kuruluşundaki detayların farklı kullanımları, roman ve dizinin farklı doğalarından kaynaklanmaktadır. Aşk-1 Memnu dizisindeki karakterler giyim kuşamları, yaşayışları, konuşmalarıyla bugünün insanlarıdır; dolayısıyla bugünün sorunlarıyla yüzleşmektedirler.

Günümüz uyarlamasında dizideki sözü edilen aşk hikayeleriyle daha çekici kılınabilmesi için romanda olmayan vurgular yapılmış, karakterler değiştirilmiştir. Örneğin

Adnan Bey romanda ilk uyarlamada yalnızca zengin bir İstanbul efendisi olarak tanıtılmakta, işiyle ilgili bilgiler öne çıkmamaktadır. Oysa günümüz toplumunun iş hayatına odaklı yaşayan yapısına paralel olarak dizide Adnan Bey'in zengin bir işadamı olarak temsil edildiği görülmekte, olay örgüsünü karmaşıklaştıracak bir unsur olarak şirket yaşantısı da ele alınmaktadır. Söz konusu paralellik izleyiciye iş dünyasının da bir temsilini sunmakta, böylelikle Adnan karakteriyle sınıfsal açıdan bakıldığında küçük bir kesim de olsa özdeşleşebilecek kişilerin sayısı da artırılmış olmaktadır. Öte yandan kapitalist düzenin mücadeleye, iş alanında ve özel hayatta rekabeti yansıtmak için kullanılan bir unsur olarak dizi karakterlerine Adnan'ın can düşmanı Hilmi Önal'ın da eklenmesiyle dizide kendisini tekrarlamaktadır.

Olayları daha heyecanlı hale getirebilmek için aşk ilişkileri ağı daha karmaşık biçimde örülmüştür. Behlül'ün eski sevgilileri eklenmiş Bihter'in kardeşi Peyker, Nihal'e aşık olan Beşir roman ve ilk uyarlamasından farklı sunulmuştur. Adnan Bey yalısında Habeş asıllı hadım hizmetli, arabacı Beşir, Nihal'e gizli bir aşk beslemektedir ancak bunun üzerinde dizideki kadar çok durulmamıştır. Günümüz uyarlamasında Beşir'e aşık olan ve bu yüzden Nihal'i kıskanan Cemile, yine Beşir'e ilgi duyan ancak karşılık göremeyen Katya, Adnan Bey'e uzun zamandır aşık olan Matmazel-Deniz Hanım karakterleri ile olay örgüsü değişmiştir. Dizinin sözü edilen aşk hikayeleriyle daha çekici kılınabilmesi için romanda ve ilk uyarlamada olmayan vurgular yapılmış, karakterler değiştirilmiştir.



1975 Aşk-ı Memnu- Beşir



2008 Aşk-ı Memnu - Beşir

Şekil 3.6. Aşk-ı Memnu “Beşir” Karakteri

**Tablo 3.1. Aşk- Memnu Eseri ve Uyarlamalarındaki Karakter Analizi**

Kişiler	Roman	1975	2008
Bihter Yöreoğlu Ziyagil	Firdevs hanım'ın küçük kızı. Adnan Bey ile maddiyat için evlenir. Bu evliliğin başka sebepleri de vardır. Annesinden kurtulmak istemesi ve annesinin kötü şöhretinden dolayı koca bulamamak korkusu onu, bu babası yaşında olan Adnan Bey'le evlenmeye iter. Fakat evliliğinde bulamadığı hissi ve cinsel arzuları, Behlül'ün kollarında bulur. Bu yüzden kocasını aldatmıştır. Bihter sadece maddiyatın kendini mutlu edemeyeceğini düşünmemiştir. Ahlaksal yönden annesine benzememek için de bir çatışma yaratır. Kıskançtır.	Kişisel özellikler romana bağlı kalmıştır.	Firdevs ve Melih Yöreoğlu'nun küçük kızı. Babasının ölümünden sonra Adnan Bey'e tutunur ve aralarındaki yaş farkına rağmen onunla evlenir. Ancak Adnan Bey'in manevi yeğeni Behlül'e aşık olmasıyla Adnan Bey'den soğumaya başlamış ve bu yasak aşkın içinde gözlerini kör etmiştir. İlk uyarlamanın aksine aşkının peşinde koşar. Daha tutkudur.
Behlül Haznedar	Adnan Bey'in yeğeni; babası uzak bir vilayete üst düzey memur olarak tayin olduğundan İstanbul'da amcasının himayesinde yaşamakta, Galatasaray'da yatılı olarak okumaktadır. Kızlara zaafi vardır.	Kişilik özellikleri ile romana bağlı kalmıştır.	Adnan Ziyagil'in uzaktan akrabasıdır. Küçük yaşta annesini ve babasını kaybetmesinden sonra Adnan Bey onu yeğeni kabul etmiş, zengin hayatına dahil etmiştir. Ancak Behlül'ün Adnan Bey'in genç yaştaki karısı Bihter'den hoşlanması hayatında köklü değişikliklere neden olur. Eğlenceye düşkündür. Görüntüsü ile giyimi ile günümüz insanıdır.
Firdevs Yöreoğlu	Melih Bey Takımı" olarak adlandırılan, kadınlarının hafifmeşrep ve gösterişli tavırlarıyla tanındığı bir aileye mensuptur. Romanın başlangıcında kırk beş yaşındadır.	Romana bağlı kalmıştır.	Ölen Melih Yöreoğlu'nun eşi. Peyker ve Bihter'in annesidir. Son derece modern, roman ve ilk uyarlamaya göre daha güzel ve bakımlı bir bayandır. Giydikleri ve yaşam tarzı ile tüketim nesnesi olarak sunulmuştur.

**Tablo 3.1 Devamı**

Adnan Ziyagil	Varlıklı, 50'li yaşlarında bir İstanbul beyefendisidir.Zengindir. Kızına bağlı bir baba, karısına bağlı bir eştir.	Romana bağlı kalınmıştır.	İlk uyarlamada sadece zengin olduğu vurgulanan Adnan bey son uyarlamada İstanbul'un en zengin işadamlarından biridir. Holding sahibidir. Kendisinden yaşça küçük Bihter'le evlenir.
Deniz DeCourton	Fakir düşmüş bir Fransız soylu ailenin kızı. Nihal ve Bülent'in mürebbiyesidir. Evlenmekte geç kalmış yaşlı bir kızıdır. Beyoğlu'nun seçkin ailelerinden bir Rum ailesine mürebbiye olarak gelmiştir. Bozuk Türkçesi ile Behlül dalga geçmektedir.	Romana bağlı kalınmıştır.	Nihal ve Bülent Ziyagil'in mürebbiyesi. Annesi Türk, babası Fransız'dır. Küçük yaşta annesiyle beraber Türkiye'ye yerleşmiştir. Adnan Bey'e aşıktır ve Bihter'i ondan kıskanmaktadır. İlk uyarlamanın aksine güzel ve alımlı bir bayandır. Türkçesi düzgündür.
Nihal Ziyagil	Herkesten ve her şeyden kaçır,ürkektir. Yalnızlığı hiç sevmez; fakat bütün sevdikleri elinden almıştır. Hayatındaki boşluğu doldurmak için tek çareyi Behlül'ü sevmek ve onunla evlenmeyi düşünmekte bulur.	Romanda 12 yaşında olan nihal dizide 17 yaşlarındadır.	Adnan Ziyagil'in kızı. Dizi başladığında on yedi yaşında bir lise öğrencisidir, uzaktan kuzeni olan Behlül'e gizliden gizliye Romanda ve ilk TRT uyarlamasında "masumiyet" timsali olarak gösterilen, Nihal Kanal D uyarlamasında Behlül'le evlenmeden önce bir ilişki yaşar ve bunu üvey annesi olan Bihter'e övünerek anlatır e aşıktır ve ondan sürekli bir umut bekler.



Popüler kültür ürünü film ve dizlerin nasıl biteceği, kimlerin ödüllendirilip cezalandırılacağı klişeleşmiş motifleri kullanmaları nedeniyle daha başından anlaşılabilir. (Adorno, 2008: 54) Mitolojik öyküler ya da halk öykülerinde olduğu gibi televizyon dizilerinde de ödül ve cezalar, etiği olumlamak için verilmektedir. “Yenilgiye uğrayan kahramanlar da, gene etiğin olumlanması için yenilgiye uğramaktadır” (Oskay, 2000: 126).

Dizinin son bölümüne damgasını vuran Bihter’in intihar sahnesinde iki dizi de farklı olarak sunulmuştur. Romandan ve ilk uyarlamada, Behlül’le ilişkisinin ortaya çıkmasından sonra kendisini kötü hissetmesinden kaynaklanan bir intihar söz konusuysen, günümüz yapımı dizide Bihter, Behlül’ün Nihal’le evleniyor olmasından dolayı “aşkıdan” intihar etmektedir. Final sahneleri senaryo yazarları tarafından değiştirilmiştir. Bu değişimi televizyon piyasasının anlayışına uygun biçimde yapılıdır. Adorno, bunun bir tür “anlamsızlık üretimi” olduğunu ifade eder. Kültür endüstrisinin mantıksal bağlantılardan “Olayların gelişimi, mümkün olduğunca, hemen öncelerinde var olan durumdan doğmalıdır, bütünüün ideasından değil. Sadece anlamsızlığın kabul edildiği bir ortamda, her ne kadar derme çatma olsa da anlamlı bir bağlam oluşturan şemalara bile tehlikeli gözüyle bakılır. Olay örgüsü, karakterlerin ve konunun eski şema uyarınca gerektirdiği gelişmelerden haince mahrum bırakılır. Onun yerine her sahne için metin yazarlarının duruma uygun gördükleri en etkili fikir seçilir” (Adorno, 2008: 69).



**Şekil 3.7.** 1975- Aşk-ı Memnu Final Sahnesi



**Şekil 3.8.** 2008 Aşk-ı Memnu Final Sahnesi

Dizinin finalinde Bihter ve Beşir'in cenazeleri eşzamanlı olarak gösterilir. Dizideki iyi karakterler Beşir'in cenazesindedir. Bihter cezasını ölümlle almıştır, yasak aşkı bildiği halde saklayan Beşir de bunun ağırlığıyla eriyip gider. Romanda da ilk uyarlamada da Beşir ölür ancak cenazesıyla ilgili bir sahne söz konusu değildir. Firdevs yüz felci geçirmiştir. Kendisi için önemli olan iki şeyden biri olan güzelliğini böylece kaybetmiş olur. Bihter'in mezar taşında "Ziyagil" değil eski soyadı olan "Yöreoğlu" yazdığı dikkat çeker. Dizide Bihter, Ziyagil soyadını hak etmeyen onursuz bir kadın olarak gösterilmiştir.

#### **3.4.1.6. Değişen Değerler**

İki dizi arasında ortaya çıkan bir diğer husus ise günümüz aşk ve ahlâk anlayışının romanın yazıldığı döneme göre büyük farklılıklar göstermesidir. Romanın uyarlanması, evlilik sözleşmesi, aşkın cinselliğe indirgenmesi, yasak ilişkiler, müstehcen sahneler, Bihter'in kürtajları, dizinin gündelik hayatta yeniden üretimi, Ask-ı Memnu'nun kadın karakterleri, Bihter'in intiharı. Bu özellikleri ile iki dizi Türk aile yapısına aykırı olan senaryosu ile gündem yaratmış ve tartışılmıştır. İlk uyarlamada geçen, bir dönemin toplumsal hayatından kaynaklanan sevme biçimlerinin, fedakârlığın, namus kavramının, utanma duygusu, bambaşka bir toplumsal hayatın sürdüğü günümüzün dizi versiyonunda sadece aşka, yapılandırılmaya çalışılmış ve dizide yer alan etik problemler yok edilmiştir. TRT yapımında dönemin toplumsal koşullarının sınırları içerisinde Bihter ve Behlül

ilişkinin romanda geçtiği gibi bir zorunluluk halinde ortaya koyulmuştur. Günümüze uyarlanan bu dizide ise yerini cüretkâr sahneler almıştır.

1975 yılından günümüze uyarlanan 2008 yapımı diziye baktığımızda toplumsal bazı kavramların değiştiğini gözlemleyebiliriz. Dizide ve günümüz medyasında “aşk” adı altında kadın ve erkeğin evlilik dışı cinsel birlikteliği meşrulaştırılmaktadır. Böylece geleneksel aile kavramından uzaklaşmaktadır. Yayın Kurulu’sunun internet sayfasında, Ask-ı Memnu'nun final bölümü için izleyicilerin yorumu “Bihter Behlül ile olsun” şeklinde olmuştur. Çıkan sonucu da internet sitesi “Yasak Aşk Kazandı” başlığıyla vermiştir. Bu da günümüzde aile kavramına bakış açısındaki değişikliğe örnek teşkil etmektedir.

Dizide evlenme aşamasına gelen karakterlerden Adnan Bey-Bihter, Peyker-Nihat ve Firdevs Hanım-Çetin Özder’in evliliklerinde hep “evlilik sözleşmesi” tartışması yaşanmış, bunlardan Adnan Bey-Bihter evliliği dışındakilerde “evlilik sözleşmesi” imzalanmıştır. Dizide sıkça gündeme getirilen “evlilik sözleşmesi ve para için evlenilmesi de aileyi değersizleştirici ve yıpratıcı bir fonksiyon görevi görmektedir.

### 3.4.2. (1988 ve 2006) Yaprak Dökümü Dizilerinin Karşılaştırılması



**1988- Yaprak Dökümü**

**2006- Yaprak Dökümü**

**Şekil 3.9. Yaprak Dökümü Dizi Afişleri**

İlk uyarlama romana sadık kalmış ve dönemi yansıtmaya çalışmıştır. Dizi Cumhuriyetin ilanından önce kendine batılı olarak bakmaya çalışan Türk toplumunun, batılı toplumu ve kendi toplumları arasındaki yaşanan kültür farkını da ortaya koymuştur. Bir memur ailesinin bu yeni batılı yaklaşımını kendine yanlış alıştırmasını, etik değerlerin kayboluşunu ve bu ailenin çöküşünü dramatik fakat gerçekçi bir şekilde ele alır.

Günümüze uyarlanan 2006 Yaprak Dökümü yapımı oyuncular, kıyafetleri, sosyal konumları ile günümüzü yansıtmaktadır. Mekânsal, anlatım özelliğinde değişim yaşamakla birlikte, olay örgüsü farklı karakterlerin eklenmesiyle şekillenmiştir.

### **3.4.2.1. Toplumsal Roller**

Toplumun başat değerlerini doğal olarak sunan diziler, toplumsal yaşamda sıkça karşılaştığımız cinsiyet kalıplarının devam etmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Cinsiyetçi iş bölümü yerli dizilerde de karşımıza çıkmaktadır. Dizilerde kadınlar meslekleri en olursa olsun, aile ya da ev içinde gösterilirler. Bu şekilde ev kadını ve anne nitelikleriyle öne çıkarılırlar. Dizilerde ataerkil yapı içinde sunulan kadın karakterler, var olan geleneksel söylemlerin yeniden üretilmesinde bir araç olarak kullanılmaktadır.

Özellikle, meşrutiyet ve cumhuriyetle beraber başlayan yenileşme hareketleri ve modernleşme süreci, inançlarımızı, tutumlarımızı ve davranışlarımızı etkileyen ve toplumsal cinsiyet kalıplarında bazı değişiklikleri de beraberinde getiren bir etki göstermiştir. Ancak televizyon ve özellikle yerli dizilerde, cinsiyetçi rol kalıplarının desteklenmekte ve ataerkil sistem pekiştirilmektedir.

Televizyon dramaları yaratıldıkları kültürden bağımsız düşünülemezler. Elbette ki, bir takım değişiklik ve yeniliklerle imgelerini yaratır ve toplumsal onaya sunarlar. Türkiye’de kadın Cumhuriyetle birlikte değişimin simgesi olmuştur. Bu değişim kitle iletişim araçlarında ve özellikle gerçek hayatın bir yansıması olduğu düşünülen televizyon dizilerinde açıkça görülebilir. Yaprak Dökümü dizisinin büyük izlenme oranları alması ve yeni bölümlerinin çekilmeye devam etmesi izleyicinin onayının alındığını göstermektedir.

Bu da kadın izleyicilerin dizideki kadınlık modellerini büyük ölçüde kabul ettiklerinin ve değişimin özünü kaybetmeden gerçekleştiğini göstermektedir.

Dizinin başkahramanı Ali Rıza Bey olmasına rağmen kadın kahramanlar ağırlıktadır ve bu kadınlar toplumda olumsuz olarak kabul edilen örneklerdir. Bu yüzden dizide kadının sunumunun ne şekilde yer bulduğunun araştırılması önemlidir.

#### **3.4.2.1.1. Uyarlamalarda Kadınların Sosyal Konumları**

Türk toplumunda yaşanan modernleşme sürecinin, toplumsal cinsiyet kalıplarında bazı kırılmalar meydana getirmesi, yerli dizilerdeki kadın temsillerinde de bazı değişimler yaratmıştır. Kadınların meslek sahibi olmaları ya da bir erkeğin desteği olmadan ayakta durabilen bireyler olarak dizilerde yer almaları geleneksel kalıpları zorlamaktadır. Erkekler genelde iş yaşamları içinde gösterilse de kadınlar ev içi işlerle meşguldürler. Genç kadınlar iş hayatına atılsalar da bu durum, ekonomik bir zorunluluktan olduğu için süreklilik arz etmemektedir. Dizide kadın her şeyden önce bir eştir. Evin ve çocukların bakımından sorumlu ama evde karar mekanizması olmayan bir bireydir. Kadın ancak bir erkeğin varlığıyla statü kazanabildiği için, ekonomik anlamda güçlü bir erkek bulabilmek ve evlenmek nihai hedefidir. Kadın ailesinden ya da evlendiği eşinden ayrılmak zorunda kaldığında ise kendine sığınacak başka bir erkek aramaktadır. Bu kimi zaman başka bir erkek ya da ailesi olmaktadır, kendi başına ayakta durabilme ya da kendisine ait bir yaşam alanı oluşturabilme olasılığı yoktur.

Dizide Fikret dışındaki tüm kadın karakterler para ve gösterişe teslim olmuşlardır. Güzel değerlerin kaybolmasının nedeni olarak da kadınlar gösterilmektedir. Meslek sahibi ve eğitilmiş kadınların varlığına rağmen, dizide kadının çalışması ekonomik ihtiyaçla ortaya çıktığı, önceliğin evlilik kurumuna verildiği görülebilir. Bu nedenle kadınların geleneksel rol tanımları içinde sunulmaya devam ettiğini söyleyebiliriz.

2006 uyarlamasında dizinin başında hiçbir kadın çalışmaz. Kamusal alanda en çok görünen Ferhunde'dir. O da Şevket ile evlendikten sonra çalışmaz. Ferhunde'nin lüks ve paraya düşkünlüğü Şevket'in kumar oynanması ve borcunu ödemesinden dolayı çalıştığı

bankayı dolandırmasına neden olur. Bu durum Ferhunde'yi başka duruma iter ve nişanlı biri ile birlikte olur. Zamanla Ferhunde kamusal alanda yönetici konuma gelir ve söz sahibi olur. Bu Ferhunde'nin çalışkanlığı ile değil Şevket ile evliyken birlikte olduğu nişanlı kişiden kopardığı paralar ile yükselme şansı bulmuştur. Burada da kadının yükselmesi erkeğe bağlı olarak gelişir düşüncesi vardır. Leyla lise mezunu olduğu için çok önemli işlerde çalışmamıştır. Sekreterlik gibi fazla beceri gerektirmeyen ve o şekilde gösterilen işlerde çalışır. Necla ise üniversiteyi bitirdikten sonra işe girer fakat asıl çalışma alanı eşi Cem'in ölesinden sonra eşinin ailesine ait olan şirkette ondan kalan parayı kullanarak söz sahibi olur. Burada da erkeğin desteği görünür. Bu durum romanda ve ilk uyarlamada geçmemektedir. Hayriye Hanım dikiş makinesi ile yaptığı işler ile eve destek sağlamaktadır. Fakat asıl özel alanı ev içinde olarak sunulmuştur. Fikret de aynı şekilde dantel ve vb gibi şeyler yaparak para kazanır.

İki dizide de Leyla ve Necla'nın baba otoritesinden çıktığını düşünen Hayriye Hanım kızlarını biran önce evlendirmek ister böylece başka bir erkeğin otoritesi altına sokacaktır. Burada da aile içinde erkek egemen düşüncesinin hakim olduğu gözükmemektedir.

#### **3.4.2.1.2. Geleneksel Kadın Temsili**

Dizide modernleşmenin etkisiyle kadın temsillerinde eğitim ya da çalışma hayatında farklılıklar görülse de, dizideki kadınlar genellikle geleneksel rolleri içinde sunulmaktadır. Sosyo-kültürel bağlamın dışında, hukuki olarak da Yaprak Dökümü dizisinin Türk kadını günümüz yasaları çerçevesinde sunmadığı sonucuna varılmıştır. Cumhuriyet'le beraber çok eşlilik kaldırılmış olmasına rağmen, Leyla'nın bir erkeğin ikinci karısı 'metres' olma durumu devam etmektedir.

Dizide önce Necla ile aralarında bir şey olan Oğuz Leyla ile de birlikte olur. Oğuz'un Leyla'ya tecavüz ettiğini öğrenen Ali Rıza Bey, Leyla'yı zorla Oğuz'la evlendirir. Burada yine namus temizleme olayı vardır. Kadına tecavüzün bedensel bütünlüğüne karşı işlenen bir suç olduğunu vurgulayan yasal değişimlere rağmen, dizide bu durum eski

yasada olduğu gibi namus meselesi olarak algılanmakta ve Leyla tecavüzcüsüyle evlendirilmektedir.

Dizi de devam eden diğer bir geleneksel rol ise kaynana gelin ilişkisinde verilmiştir. İlk uyarlamada olmayan kaynana karakteri bu dizi de yer almıştır. Fikret'in Kaynanası Cevriye ve Necla'nın kaynanası yeni karakter olarak karşımıza çıkmıştır. Gelin kaynana ilişkisi bu dizide de pozitif olarak verilmemiştir. Cevriye Hanım sürekli Fikret' sorunlar çıkartmaktadır. Fikret ise Cevriye Hanım'ı alttan almakta ve saygısızlık etmemektedir. Kadının kadın tarafından sömürülmesi ve ezilmesi örneği bu dizide gelin kaynana ilişkisinde gözükmemektedir. Cem'in annesi de Necla'nın daha önce ablasının eşine kaçtığını bildiği için en başından Necla'nın oğlu ile evlenmesine karşı çıkmıştır ve Necla istenmeyen gelin rolündedir.

#### 3.4.2.1.3. Değişen Kadın Temsili

İlk uyarlama ve günümüz uyarlamasında kadın karakterler de fazla bir değişiklik görülmemiştir. Fakat modernleşmeye bağlı olarak kadının kamu alanında çalışması son uyarlamada daha fazla görülmektedir. Fiziksel olarak ve kadınların görünümünde değişiklikler olmuştur. Türk sinemasında sarı saçlı kötü kadın tiplmesi on uyarlamada yoktur. Ferhunde karakteri kızıl saç ile dikkat çekmektedir. Böylece geleneksel kötü kadın tipi fiziksel değişime uğramıştır.



(1988) Yaprak Dökümü- Ferhunde



(2006) Yaprak Dökümü-Ferhunde

Şekil 3.10. Yaprak Dökümü "Ferhunde" Karakteri

### 3.4.2.2. Anlatıda İdeoloji

Toplumdaki kadın değişimlerine rağmen, dizi ataerkillik, namus, şiddet, şeref gibi kavramları korurken, geleneksel rolleri idealize ederek, bunları yeniden üretir. Romanda geleneksel aile anlayışının çözümlenmesinin aile yaşamında neden olduğu tahribat işlenmiştir. Anne, üç kız ve bir gelin bağlamında, kadın cinsel kimlikleri üzerine konuşlandırılan bu tahribat, yer yer ibretlik metinler olarak işlenmiş, dersler çıkartılması istenmiştir.

1988'deki yeniden üretimde romandan farklı olarak bir miktar inkılap ya da cumhuriyet projesine ilişkin misyonlar yüklenmekle birlikte, ana tema çok fazla değiştirilmemiştir. Aile birliğindeki çözümlenme kadın cinsiyetinin yanı sıra kuşak çatışmalarına da odaklanılarak işlenmektedir.

Dizi olarak 2007'deki yeniden üretimde ise sözü edilen iki temayı, aile dışı dünyadaki maddi yaşam, neredeyse tümüyle gölgede bırakmaktadır. Esasen bu son versiyonda, suçluya da işaret edilmektedir. Tüm değer yargılarının paraya indirildiği, aile ve gündelik yaşamın ekonomik faktörlerce belirlendiği vurgusu yapılmaktadır. Bu dejenerasyonun asıl sebebi ise, ekonomik kazanımlara bağlı, sadece maddi varlığa dayalı ve onunla sürdürülebilir bir yaşam tarzının aile üyelerine, aileye ve diğer dizi kahramanlarına tümüyle egemen olması olarak sunulmuştur.

Geleneksel bakış açısıyla, baştan çıkarıcı, güvenilmez olarak nitelenen kadın cinsi, dizide bu niteliklerle ön plana çıkartılırken, kadınlar konusundaki yerleşik ön yargılar yeniden üretilmektedir.

Dizide hırslar, para kazanma, ekonomik tabanlı bir sınıf atlama isteği oldukça güçlüdür. Lüks evlerin olduğu siteler, lüks daireler, alışveriş merkezleri yanında sakin, sıradan mahalle yaşamı ve insanları da dizide yer almaktadır. Kapitalist toplumların TV dizilerinde ahlaki çözümlere yer verilmesi görüşü bu uyarlamada haklılık kazanmaktadır. Orta sınıf aile değerleri olumlanmakta, bunun dışına çıkan ise cezalandırılmaktadır. Temelini aldığı romanın sorunsalından oldukça uzaktadır. Tüm sorun ahlak düzeyinde sunulmakta ve çözümlenmektedir.



1980'lerde ekonominin farklı bir boyuta geçmesi, yerli üretimin dışında ithal ürünlerle dolu bir pazarın varlığı, yabancı kültürel ürünlerin yaygınlaşması toplumda yabancılaşma yaratmıştır. Baba figürü tekrar acı çekmeye başlayacak ve korunması gereken değerleri kişisel düzeyde dramatize edecek anlatımlar bu kez televizyonda ortaya çıkacaktır. İletişim teknolojilerinin dünyayı küresel bir köye çevirmesi, küresel ekonominin dünyanın farklı kültürlerini birbirine benzetmesi sinema ve TV dramlarını aynı çizgiye getirmektedir. Geleneksel anlatım kalıplarına bağlı kalan televizyon, tüketim ekonomisinin en büyük destekçisi görünümündedir. Türkiye'nin ekonomik ve sosyal koşullarında geniş kitlelerin en rahat ulaştığı araç TV olmuştur. Günümüzde Türkiye'nin toplumsal bilinçaltı TV dizilerinde kendini açığa çıkarmaktadır. Baba figürüne ve onun kuralları dışına çıkanın cezalandırılması izleyiciye üst benliğin olumlanması olarak bir rahatlama getirmektedir. 2007 uyarlaması küresel ekonominin ve onun araçlarının yoğun bir şekilde yaşandığı dönemde karşımıza çıkmıştır. Düşünsel anlamda bir yenilik ya da yorum getirmemekte temelindeki cezalandırma mantığını korumaktadır. Dizide kadınların erkek egemenliğinden çıktıkları anda başlarına kötü şeyler geleceği mesajı verilmiştir.

#### **3.4.2.3. Mekânsal Farklar**

1988 uyarlamada Ali Rıza Bey'in evi, sadece fiziksel anlamda içinde yaşanılan bir mekân olarak sunulmaz. Bu ev, toplumdaki kültürel çözülmenin aile düzeyinde yaşandığı yer olarak konumlandırılır. Yaprak Dökümü dizi kurgusu, sınırlı bir fiziksel mekân kurgusu içinde gelişir. İstanbul'da başlayan hikâye, başkışı Ali Rıza Bey'in kızı Fikret'in Adapazarı'na, diğer kızı Necla'nın Suriye'ye gitmesi ile İstanbul dışına taşınır.

Yaprak dökümü eserinin televizyona ilk uyarlamasında mekân, kültürel değişim geçiren bir toplumun bunalımlı dönemlerini yansıtacak biçimde kurguda yerini alır. Özellikle bu bağlamda Ali Rıza Bey'in ailesi ile birlikte yaşadığı ev mekânının insan ile olan ilişkisini içerecek biçimde sunulmuştur. Anlatıda, modernleşme bunalımı yaşayan toplumun birey üzerindeki baskısı ön plana çıkar. Bu baskı ile birlikte değişim sürecine giren ve uyum sorunu yaşayan bireyler yaşadıkları mekânı da değiştirmeye çalışır.

Ali Rıza Bey'in evi kendi ahlaki normlarının geçerliğini korumak amacıyla dış değişimlerin etkisinden kurtulmak için dışarıya kapılarını kapatır. Bu kapalılık özellikle değişime daha yatkın olan çocukların dünya algısında bir bozulma oluşturur. Evin koruma özelliğini yitirdiği değişim süreci ile birlikte aile içinde de çatışmalar meydana gelir.



**Şekil 3.11.** Yaprak Dökümü (1988) Konakta Aile Fotoğrafi

Günümüz uyarlamasında ise geleneksel ama dağılmakta olan ailenin simgesi konak ve mahalle karşısında çatışmayı besleyecek biçimde seçilmiş yeni simgeleyen mekânlar kullanılmıştır. İstanbul'da, eski yaşam tarzlarını anımsatan, komşuluk ilişkilerinin ön plana çıkarıldığı mahalle kavramı, bu adla anılan dizi türünün uzunca bir egemenlik sonrası azaldığı günümüzde, bu yönüyle de izleyicinin ilgisini çekmiştir (Tanrıöver, 2010: 128).

2006 yapımı bu dizide olaylar romanın yazıldığı tarihsel dönemden farklı olarak günümüze uyarlanarak içimizde bulunduğumuz zaman diliminde geçmektedir. Zaman kullanımını açısından öyküde, şimdiki zamandan geçmiş zamana uzun geri dönüşlerle flashbackler kullanılmıştır. Gerçek zaman ve mekân sürekliliği de dizi de gözlemlenmektedir.

Mekân olarak evin genel özelliklerine bakıldığında evde büyük bir bahçenin olması, evdeki eşyaların modern olmayıp klasik çizgide olması, telefonun ve bilgisayarın eski tip olması, pencere kenarında sedir ve divanın olması, tüm ev halkının geleneksel aile yemeklerinin paylaşıldığı masanın yemekten önce açılıp yemekten sonra kapanması, evi girişinde ayakkabıların çıkartılıp terliklerin giyilmesi, dantelli telefon örtüsü, mutfak örtüleri ve masa örtüsü geleneksel bir aile yapısını göstermektedir.



**Şekil 3.12.** Yaprak Dökümü (2006) Evin Salonunda Geçen Bir Sahne

Dizilerde iki tür mekân kullanılmıştır. Coğrafi mekân ve dramatik mekân. Coğrafi mekân olarak dizi İstanbul'da Beylerbeyi'nde geçmektedir. Dramatik mekân ise kişilerin ve durumların psikolojisini saptamak ve çevrelemek amacı ile kurulmuştur. Öyküde anlatılan olaylar, çekim, sahne gerçeğe uygun ya da yazarın öngördüğü akışa göre belirli bir zaman diliminde ya da belirli bir yer de geçmektedir.

#### 3.4.2.4. Aile Unsuru

Her iki dizide de belli kalıplara oturmuş aile hayatı, yavaş yavaş kabuk değiştirerek, gelenekçi yapısından kurtulup daha modern bir tarz içerisine girmiştir. Her baba ve annenin evlatlarını en iyi şekilde yetiştirme ve onların mutlu geleceklerini görme arzusu vardır. Yaprak Dökümü romanındaki Ali Rıza Bey de böyle düşünmektedir. Ali Rıza Bey, çocukları için her türlü fedakârlığı yapmaya hazır bir babayken, zamanla ekonomik olarak içine düştüğü sıkıntılı durumdan ötürü, çocukları üzerindeki babalık otoritesini kaybetmeye başlar. Her ne kadar bir bankada işe başlayan ve kendisine çok güvendiği oğlu Şevket, babasına karşı hürmet ve ihtiramda kusur etmezse bile, ailesinin diğer fertleri Ali Rıza Bey'e otoritesinin kaybolduğunu, ona karşı göstermiş oldukları tavırlarla hissettirirler.

Ali Rıza Bey'in büyük kızı Fikret, her ne kadar diğer kardeşleri gibi aşırı davranışlar içinde olmasa bile, O da babasının bazı tutumlarını onaylamaz. Zaman zaman, kardeşlerine gösterdiği müsamaha yüzünden, kendisini tenkit eder. Ailenin birlik ve beraberliğinde, aile bireylerinin uyumlu olmasının büyük bir rolü vardır. Yaprak Dökümü uyarlamalarında aile kurumunu devam ettirebilecek bu özelliği görmek mümkün olamamaktadır. Bundan ötürü, romanda ailenin kabuk değiştirip dağıldığını gözlemliyoruz.

Aile ilişkileri bakımından iki dizide de baba evin geçimini sağladığı müddetçe otorite kalmaya devam eder. İlk uyarlamanın aksine günümüz uyarlamasında kapitalizme bağlı olarak parasal konu aileyi daha çok yıpratmıştır. Değerlere göre değil paranın olduğu yerde saygınlık, itibar ve otorite vardır.

#### 3.4.2.5. Anlatım Unsurları

Dizi olarak 2007 tarihli ikinci yeniden üretimde, Ali Rıza Bey dominant karakter olarak konumunu korumakla birlikte, diğer karakterlerde önemli değişikliklere gidilmiştir. Öncelikle, dizinin teması artık farklıdır. Dış dünyadaki maddi ilişkiler tüm değer yargıları üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Aile hayatındaki yıkıntı, kişilerin, tüketim kapasitesine göre itibar sahibi sayılmalarından kaynaklanmaktadır. Kızlar, daha fazla eğlence düşkündür. Ahlak ve dürüstlükten yoksun dizi kahramanları; paraya, tüketime,

markaya, gösterişe çok daha fazla düşkündür. Eğlence, pahalı giyim kuşam ve lüks yaşamdan ibaret olarak anlaşılan modernizm; ahlak, değer, dürüstlük yoksunu tüketim makineleri yaratmıştır. Para kazanma performansını kaybeden Ali Rıza Bey, kendi çocukları, hatta eşinin gözünde bile otoritesini, itibarını, saygınlığını kaybetmiştir. Varlıklı bir kişi ne denli ahlaksız, yalancı, kötü niyetli v.s. olursa olsun, ihtiyaç duyduğu kadar saygıyı, itibarı görmekte, nüfuz edinebilmektedir.

2006 uyarlamasında olay, Fikret'in ağzından aktarılmaktadır. İzleyiciyi verilmek istenilen şekilde düşünmeye yönlendirmiştir. İzleyici karakterlerin iç dünyalarıyla değil; söyledikleri sözler, bunları söyleyiş biçimleri ve görüntüleri ön plana çıkmıştır. Yakın plan çekimler ve duygu durumuna uygun müziklerle görsel ve sözel anlatım zenginleştirilmeye çalışılmıştır. İlk uyarlamada kullanılan müzikler daha fazla dramatik etki yapmaktadır. Günümüz uyarlamasında kullanılan müziklerde popüler kültürün etkileri görülmektedir. Daha sonra dizi müziklerinden bir albüm yapılmış ve tüketime sunulmuştur. 2006 yapımı, ilk uyarlamasından farklı olarak yer yer güldürü öğelerine de yer vermiştir.

Günümüz uyarlamasında izleyiciye farklı hikâyeler sunma adına yeni karakterler ve olaylar eklenmiş ve dizi 5 sezon yayınlanmıştır. Günümüz uyarlamasındaki dizide diğerlerinden farklı olarak bir de kaynana konumundaki kadınlar vardır. Fikret'in kaynanası Cevriye Hanım, diğeri ise Necla'nın kaynanası yani Cem'in annesidir. Cevriye Hanım, her şekilde Fikret'e sorun çıkartır. Ama Fikret saygısından dolayı, Cevriye Hanım'a hiç karşılık vermez. Tahsin annesinin davranışlarının farkında olsa bile ona hoşgörü ile yaklaşır. Necla'nın kaynanası ise daha önce Necla'nın ablasının kocası ile kaçtığını bildiği için onu hiç istememiştir. İlk 1988 yapımı Yaprak Dökümü romana bağlı kaldığı için bu karakterler dizi de yoktur. 1988 yapımında Kenan isimli karakter, günümüz uyarlamasında karşımıza Oğuz olarak çıkar.

**Tablo 3.2.** Yaprak Dökümü Eseri ve Uyarlamalarında Karakter Analizi.

<b>Kişiler</b>	<b>Roman</b>	<b>1988</b>	<b>2006</b>
<b>Ali Rıza Bey</b>	60 yaşında, memur emeklisi, ailesine karşı korumacı, ahlaklı, duygusal, çalışkan, saygılı, içine kapalı disiplinli, namusuna düşkün, ahlakı değerleri oldukça katı, eğitilmiş, kültürlü, vehimli, kibar, ataerkil, değerlerinden ödün vermez	Romandaki kişilik profili aynen korunmaktadır. Kayda değer bir değişiklik yoktur.	Romandaki kişilik profili aynen korunmaktadır. Kayda değer bir değişiklik yoktur
<b>Hayriye Hanım</b>	45 yaşlarında Ali Rıza Bey'in karısı. Cahil, tutumlu, sıcak kanlı, anaç, sakin, düzenli, maddi kaygılardan rahatsız, becerikli, hamarat, iyi bir aşçı, kavga ve gürültüden kaçıyor, arabulucu.	Romandaki yüklendiği role ilaveten: Modern yaşamının çocuklarının hakkı olduğunu düşünüyor	Romandaki karakterine ilaveten:, müdahaleci, kişisel hırsları olan, isyankar.
<b>Fikret</b>	19 yaşında, minyon, ağırbaşlı, anaç, çirkin, ahlaklı, namus düşkün, okumayı seven, bilgili, prensipli, sessizdir.  Kardeşleri çirkin olduğu için modern hayatın lüksünden uzak durduğunu düşünüyor İçine kapalı. Evde kaldığı ima ediliyor. Kardeşlerini zaman zaman kıskanıyor. Ahlak düşkünlüğünün çirkinliğinden kaynaklandığı düşünüyor	Fikret karakterinin kişiliği romanla uyumaktadır.	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Yaşı daha büyük, güzel, akıllı, dikiş nakışla uğraşan, babaya bağlı. Arabulucu, ailenin öğüt vereni, namus ve ahlak timsali, Kendine güvenli ve prensipleri ile örnek oluyor
<b>Leyla</b>	18 yaşında, güzel, hoppa, şımarık, hırslı, lüks yaşama ve giyime düşkün, iyi ve zengin bir koca peşinde, duygusal, konuşkan.	Leyla karakterinin kişiliği romanla uyumaktadır	Romandaki özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Gezmeye, kıyafete düşkün, duygusal, neşeli, üniversiteye gitmek istiyor, babasının kendisini eve kapatmasından şikayetçi, onu katı ve otoriter buluyor

**Tablo 3.2 Devam**

<b>Necla</b>	16 yaşında, hırslı, güzel, hoppa, lüks ve kıyafete düşkün, iyi ve zengin bir koca peşinde, duygusal, kıskanç, hırslı.	Necla karakterinin kişiliği romanla uyumaktadır.	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: 18 yaşında, kıyafete düşkün üniversitede okuyor, mesafeli, sessiz, içine kapanık .
<b>Şevket</b>	22 yaşında, eğitilmiş, mağrur, gururlu, uysal, kararlı, saygılı, konuşkan değil, yakışıklı, zeki . Çevresi tarafından fedakar olarak tanınıyor, tüm kazancını ailesi için harcıyor, yanlış bir kişiye oluyor, maddi zorluklara yenik düşüyor ve kumar oynayıp bankadan para alıyor, eşinin hakimiyetine çabuk giren biri, kimsenin hayatına müdahale edemiyor.	Şevket karakterinin kişiliği romanla uyumaktadır .	Duygularıyla hareket ediyor, içine kapanık, insanlara çabuk inanıyor, çabuk güveniyor. Akademisyen olmak istiyor, Para sıkıntısı çekmek zor geliyor, Babasının fikirlerine saygılı ama kendi fikirlerinin de saygı görmesini istiyor.
<b>Ferhunde</b>	Güzel, genç, hilekar, cesur, ikna edici, otoriter, hırslı, içten pazarlıkçı, bakımlıdır. Şevket'le evlenirken onun değerlerini taşıdığına onu inandırarak razı etti, para ve lüks hayatının anlamı, insanların zaafalarını yakalayıp kullanıyor, zeki olduğu için etrafına emir verme hakkı olduğuna inanıyor, kendini modern hayata uygun bir kadın olarak görüyor.	Ferhunde karakterinin kişiliği romanla uyumaktadır.	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Rahatlıkla yalan söyleyebiliyor, planlı hareket ediyor. Tüm ailenin düştüğü durumun ana nedenlerinden biri, roman ve 1. dizide Şevket'den boşandıktan sonra hayatlarından çıkan ama 2. Dizide boşandıktan sonrada hayatlarına müdahale eden bir kadın, tüm ahlaksızlarına rağmen Ali Rıza Bey'e büyük bir hayranlığı var, hem iyi hem kötü bir kadın.
<b>Abdulvehap/Kenan /Oğuz</b>	Romandaki adı Abdulvehap. Orta yaşlı, zengin görünen, muhafazakar, dindar, Suriyeli, Arap	Dizideki adı Kenan. Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Çapkın, etkileyici, eğlence düşkünü, lüks düşkünü, gösteriş seven, hırslı, yalancı.	Dizideki adı Oğuz. Türk, genç, yakışıklı, hırslı, para düşkünü, şımarık, etkileyici, tatlı dilli, kendini zengin gösterir.

Romanın birinci yeniden üretimi olan dizide genel tema çok fazla değişmemektedir. Dönemin para ve maddi varlığa dayalı değer yargılarının egemen hale gelmesi yüzünden, en çabuk kirlenen iki kız kahramanla birlikte, kadın cinsel kimliği taşıyanlar, öncelikli olarak etkilenmişler ve daha da vahimi, onlara yeterince lüks yaşam sağlayamadığı için, ahlak ve dürüstlük abidesi babalarının uyarı ve çabalarına kayıtsız kalmışlardır. Ama kadın cinsel kimliği üzerindeki olumsuz misyon bir miktar değiştirilmektedir. Öncelikle “çirkin” kız artık o kadar da çirkin değildir. Modernleşme sürecinin değer yargılarını allak bullak etmesine maruz kalarak dejenere olmak; en fazla “kirleniveren” sadece iki kız, anne ya da gelin için değil, erkek cinsel kimliği açısından da geçerlidir. Öte yandan dürüstlük abidesi Ali Rıza Bey bu özelliğini korumakla birlikte biraz daha fazla katı ve hoşgörüsüzdür. Ailesini geçindirmekle yükümlü olmasına rağmen, hiçbir esnekliği kabul etmemekte, değişen dünyayı anlamakta, kavramakta ve ona uyum sağlamakta inatçı ve ısrarlı bir direnç göstermektedir. Eşi ve çocukları babalarından kimi zaman hak ettikleri anlayış ve hoşgörüyü görememektedirler. Dolayısıyla birinci yeniden üretimde, modernite; yozlaştırma, kirlenme, dejenere etme açısından değil; daha ziyade kuşaklar arasındaki değer yargılarını değiştirmesi ve aile yaşamında yıkıcı çatışmalara neden olması açısından sorgulanmaktadır.

Dizi olarak 2007 tarihli ikinci yeniden üretimde, Ali Rıza Bey dominant karakter olarak konumunu korumakla birlikte, diğer karakterlerde önemli değişikliklere gidilmiştir. Öncelikle, dizinin teması artık farklıdır. Dış dünyadaki maddi ilişkiler tüm değer yargıları üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Aile hayatındaki yıkıntı, kişilerin, tüketim kapasitesine göre itibar sahibi sayılmalarından kaynaklanmaktadır. Kızlar, daha fazla eğlence düşkündür. Ahlak ve dürüstlükten yoksun dizi kahramanları; paraya, tüketime, markaya, gösterişe çok daha fazla düşkündür. Eğlence, pahalı giyim kuşam ve lüks yaşamdan ibaret olarak anlaşılan modernizm; ahlak, değer, dürüstlük yoksunu tüketim nesnelere yaratmıştır. Para kazanamayan Ali Rıza Bey, kendi çocukları, hatta eşinin gözünde bile otoritesini, itibarını, saygınlığını kaybetmiştir. Varlıklı bir kişi ne denli ahlaksız, yalancı, kötü niyetli v.s. olursa olsun, ihtiyaç duyduğu kadar saygıyı, itibarı görmekte, nüfuz edinebilmektedir.



### 3.4.2.6. Değişen Değerler

Romanda ve ilk uyarlamada Şevket, Necla ve Leyla'nın yaşıadıkları ilişkiler aile içinde dile getirilmemekte, gizli olarak yapılmaktadır. Şevket, evli bir bayan olan Ferhunde ile ilişkisini babasına söylemezken, günümüz uyarlamasında babasını karşısına alarak Ferhunde ile evleneceğini söylemiştir.

Eğlence, pahalı giyim kuşam ve lüks yaşamdan ibaret olarak anlaşılan modernizm; ahlak, değer, dürüstlük yoksunu tüketim makineleri yaratmıştır.

## SONUÇ

Günümüz toplumlarında medya en etkili sosyal kurumlardan biridir ve medyanın ürettiği dünyanın içinde sanal gerçeklik yaşayan bireyler, yeni bir kültür biçimiyle karşılaşmaktadırlar. Medyanın, geleneğin kalıplarını kullanarak ürettiği bu kültür, popüler kültür olarak değerlendirilmektedir. Popüler kültür varlığını kitle iletişim araçlarıyla yaygınlaştırmakta ve insanları kitleleştirmek için en temel araç olarak görüntü ve seslerle geniş yığınlara ulaşabilen televizyonu, diğer kitle iletişim araçlarından çok daha yoğun olarak kullanmaktadır. Çağdaş toplum televizyon sayesinde daha fazla kitleleşmekte ve kültür akıl almaz ölçüde görselleşmektedir.

Popüler kültürün merkezi araçlarından olan televizyonla yaratılan kurmaca dünya, modern insanın yaşadığı reel hayatın korkusu, güvensizliği ve çaresizliğine anlık ve geçici rahatlama sağlanmaktadır. Öykü anlatan, mit üreten ve fantazyalar yaratan televizyon yayınları, izleyicinin isteyip de ulaşamadığı yaşam alanlarına, reel yaşamına ait çözümleyemediği sorunlara, olumsuzluklara ve değiştiremediği toplumsal realitelere daha kolay uyumlanmasına, bir bakıma da onu bunaltan realitelerden uzaklaşıp kaçmasına olanak tanımaktadır. Televizyonun anlatım unsurlarından olan diziler de insanların yaşam gerçeğine irrasyonel açıdan bakmaları sonucunda hayal mahsulü şeyler sunmaktadır.

Televizyon için üretim ticari kaygıların belirleyici olduğu bir anlamsızlık üretimidir. Karşısındaki bireyin hiçbir düşünsel katkı sağlamadan tüketebileceği anlatılarla dolu olan televizyon, izleyicisini birey değil kitle olarak tanımlar. Bu nedenle de birey değil geniş bir ekip tarafından gerçekleştirilen üretimi; kitlelere yönelik, kolay anlaşılabilir, düşünmeden algılanabilir, hazır metinlere yoğunlaşır. Ekranlar da, edebi anlatı ile televizyon anlatısını kaynaştırma çabasının bir ürünü olarak edebiyat eserlerinden uyarlanan dizilerle dolmaya başlamıştır. Reşat Nuri Güntekin'in Yaprak Dökümü, Halid Ziya Uşaklıgil'in Aşk-ı Memnu, romanları geçtiğimiz birkaç sezondur yayınlanmış olan uyarlama dizilerin öne çıkan örnekleridir. Daha önce esere bağlı kalınarak uyarlanan ve TRT'de birkaç bölüm olarak ekrana gelen bu diziler, günümüze uyarlanarak Kanal D televizyonunda tekrar izleyicisi ile buluşmuştur. Düşünmeyi davet eden, okuruna anlamlandırma sürecinde aktif

rol yükleyen romanın aksine televizyon düşünceyi kovmak, izleyiciyi edilgenleştirmek üzere yapılandırılmış bir akışa sahiptir. Dolayısıyla televizyonun üretim mantığının ve anlatsal özelliklerinin karakteristik bir formu olan televizyon dizilerinin izleyici üzerindeki etkileri de romanın okur üzerindeki etkilerinden farklıdır.

Araştırmada, romandan televizyona uyarlanan bu eserlerin günümüze gelene dek uğradığı değişiklikler toplumsal ve kültürel yapı bağlamında incelenmeye ve TRT ve özel kanallar örneğinde karşılaştırılmalı olarak yorumlanmaya çalışılmıştır. Çalışma son zamanlarda artış gösteren uyarlama diziler sayesinde yıllar öncesine ait ve edebi eserlere yansıtılmış kültürlerin, günümüzde ve daha önceki dönemlerde farklı televizyon kanalları aracılığı ile yansıtılırken değişimlerinin ele alınması bakımından önemlidir. Daha önce bu alanda yapılan çalışmalarda, bu eserler ve son dönem çekilen dizi örnekleri ele alınarak çalışılmıştır. Bu araştırmada ise ayrı iki kanalda ve farklı dönemlerde çekilen bu dizilerin karşılaştırılması yapılarak dönemsel kültürel farklılıklar ortaya konulmuştur. Ayrıca bu araştırmanın benzer akademik çalışmalara katkı sağlanması da hedeflenmektedir. Bu araştırma, romandan televizyona uyarlanan dizilerin, dönem koşullarını yansıtması açısından ve toplumsal yaşam ve kültürü hakkında bilgi vermesi açısından örnek teşkil etmektedir.

Çalışmada gerek TRT’de çekilen (1974) Aşk-ı Memnu, (1988) Yaprak Dökümü dizileri, gerekse günümüze uyarlanan (2006) Yaprak Dökümü ve (2008) Aşk-ı Memnu dizilerin topluma göre nasıl tekrardan üretilişi, iki dönem arasındaki benzer ve farklılıkların neler olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmadan yola çıkarak varılan sonuç, eserdeki öğeler, ilk televizyona uyarlamada aynen kullanılmış olup, günümüz diziyeye uyarlanırken pek çok yönden değiştirilerek kullanılmış olduğudur. Dizilerde romanın çatışması ana hatlarıyla korunsun da; günümüz koşullarına uygun hale gelebilmesi için birtakım değişikliklere gidilmiş, konu yan öğelerle, olay örgüsüne eklenen yeni düğümlerin yanı sıra yeniden yorumlanan karakterlerle de desteklenmiştir. Söz konusu öğelerin belirlenmesinde dizileri ilgi çekici kılma amacının yanı sıra, romanı kendi yapısından tamamen farklı bir kurmaca anlatıya dönüştürürken gözetilmesi gereken unsurlar da etkili

olmuştur. Dizilerin yayınlandığı kanal ve dönemlerinin, izleyiciden beklentilerinin özdeş olmaması karakterlerin ve mesajların da çeşitlilik göstermesine sebep olmuştur.

Toplumsal süreçte medya aracılığıyla egemen kültür ve ideolojinin yayılması konusuna örnek olarak seçilen dizilerdeki incelemede şu sonuçlara ulaşılmıştır:

1. Toplumun kültürel değerlerini vurgulamış, toplumsal rol modellerini izleyiciye vermiştir. Bu örneklerle ataerkil aile yapısından modern aile yapısına geçiş gösterilse de ataerkil aile yapısı baskın bir şekilde devam etmektedir. Kadın özel alanda, erkek ise kamusal alandadır. Bu bakımdan medyanın, egemen kültür ve ideolojiyi yeniden üretme ve anlamlandırma işlevi oldukça etkili olduğu görülmektedir. Diziler bu anlamları kadınlık ve erkeklik temsil söylemleri üzerinden içerik ve mesaj yoluyla üretmektedir.

2. Eserin yazıldığı dönemden uyarlandığı döneme kadar korunan anlamların yanısıra değişimler gözlemlenmiştir. Günümüzde çekilen diziler, dönem koşullarına uyarlanmaya çalışılmıştır. Dizilerde kullanılan kıyafetler, cep telefonları, otomobiller gibi pek çok öğede günümüz hakkında bilgi vermekte ve izleyiciye tüketim nesnesi olarak sunulmaktadır. Dizilerdeki karakterler giyim kuşamları, yaşayışları, konuşmalarıyla bugünün insanlarıdır.

3. Mc Quail (1997) Kitle iletişim araçlarının birincil amacı çoğu kez ne belirli bir enformasyon iletmek ne de kamuoyunu bir kültür, inanç veya değer yargısının ifadesinde birleştirmektir. Amaç çok basit olarak izleyicinin görsel veya işitsel olarak ilgisini çekmek ve bunu sürdürmektir. Bunu yaparken kitle iletişimin dolaysız tek bir ekonomik amacı vardır: bu da izleyicisinden kar kazanmaktır. Bir de dolaylı amaç vardır, o da izleyicisinin ilgisini reklamcılara satmaktır.”(s.70).Çalışmada ele alınan dizilerde televizyonun ticari kaygılarının belirleyici etkileri görülmektedir. Diziler romanda anlatılan hikâyeyi günümüze uyarlamış, popüler oyuncular kadrosuna almış, görsel açıdan zengin bir dünya yaratmış, evrensel bir tema işlenmesinin yanısıra televizyonun ilgi çekici, izleyiciyi avlayıcı unsurlarının hemen hepsini kullanmıştır.

4. Dizilerde ekranlarda benzerlerine sık rastlanabilecek tiplerin seçilmesi ideolojiyi açık etmektedir. Aile, namus, ihanet, cinsellik, sınıf farkı, rekabet kavramları üzerinden ideolojinin yeniden üretilmesi söz konusu olmuştur.

5. Küreselleşme ve buna bağlı olarak toprağa bağlı ekonomiden sanayi toplumuna geçiş sürecinde insanlar hızlı değişim ve gelişim yaşamışlardır. Bu süreçte yaygınlaşan kitle iletişim araçları, Türk toplumunun yapısını etkileyen önemli bir etken olmuştur. Bugün medya, toplumsal yapının tanımlanmasında, aile yapılarının yeniden anlamlandırılmasında, insanların algılamalarında ve tepkilerinde etkili olmaktadır. Gün geçtikçe topluma hâkim olan etik değerler gitmiş yerini kapitalizmin temel ilkelerine bırakmıştır. Örnek olarak sunduğumuz dizlerde de bu görülmektedir.

6. Televizyonun içerik üretimi, ortak anlamlandırma sistemlerinin uzlaşım kodları ve anlatsal formüllerine uygun olarak şekillenmektedir. Program yapılanması ve dönüşümü, hem o toplumun süreklilik gösteren anlatı gelenekleriyle hem de gündelik yaşamın ritim ve trendleriyle yakından ilişki içindedir (Çelenk, 2005: 89).

7. Sonuç olarak insanların bilinen, sıradan duygu ve ilgilerinin ekrandaki uzanımı olan televizyon (Postman, 2010) ve dizler yayın akışı ile bir yandan içinde bulunduğu toplumun özelliklerini yansıtırken bir yandan da içerdiği kod ve anlamlandırma kalıplarıyla kültürlerin etkilemesinde etkili olmuştur.

8. Dizilerde gösterilen ürünlere imajlar, işaretler, anlamlar katılmıştır. Böylece ürünler kültürel göstergelere dönüşmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adorno, T. W., Moralia, M. (2005). *Sakatlanmış Yaşamdan Yansımalar*. (Çev. Orhan Orhan Koçak ve Ahmet Doğukan). İstanbul: Metis.
- Adorno, T. W. (2008). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. (Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzelve Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akca, B.E. ve Akbulut, H., “Kadın Programlarına Bir Bakış: “Kadının Sesi” ve “Sizin Sesiniz” de Tür, Anlatı ve Format”, *İletişim Araştırmaları*, 3(1-2), 2005, 41-73.
- Akçalı, İ. S. (2006). *Gündelik Hayat ve Medya*. Ankara: Babil Yayıncılık.
- Akturan, U., Baş, T. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Akyalçın, H., *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu* (Yapımcı), Oran, B. (Senarist) ve Önal, A. (Yönetmen). (1988). *Yaprak Dökümü* [Dizi]. Türkiye: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu.
- Alankuş, S., İnal A. (2000). “Güldürü Programlarında Kadının Temsili ve Kadına Yönelik Şiddet”. Nur Betül Çelik (Haz.) *Televizyon Kadın ve Şiddet*. (ss. 65-109). Ankara: Dünya Kitle İletişim Vakfı Yayınları.
- Atay, H. (2007). Söylem Analizi Kavramının Yapıları ve İşlem Akışı. Atilla Yüksel, Burak Mil Yasin, Bilim (Ed.). *Nitel Araştırma: Neden, Nasıl, Niçin İçinde* (169-180). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydoğan, F. (2004). *Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar*. İstanbul: Kapital Medya.
- Başar, H. (2007). *Reyting Gerçeği Televizyon İzleme Ölçümleri ve Program Planlaması*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Boudrillard, J. (2010). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bourdieu (1997). *Televizyon Üzerine*. İstanbul: YKY.
- Bozkurt, G. (1997). *Kültürün ABC'si*. İstanbul: YKY.
- Cem, İ. (1976). *TRT'de 500 Gün Bir Dönem Türkiye'sinin Hikayesi*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Çankya, Ö. (2003). *TRT, Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi*. İstanbul: YKY.
- Çatay, K. (Yapımcı), Gençoğlu, M., Yörenç, E. (Senarist) ve Eraslan M. (Yönetmen). (2006). *Yaprak Dökümü*. [Dizi]. Türkiye: Kanal D.

- Çatay, K. (Yapımcı), Gençoğlu, M., Yörenç, E. (Senarist) ve Saral, H. (Yönetmen). (2008). *Aşk-ı Memnu* [Dizi]. Türkiye: Kanal D
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon Temsil Kültür*. Ankara: Ütopya Yayın Evi.
- Demez, G (2005). *Kabadyıdan Sanal Delikanlıya, Değişen Erkek İmgesi*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Dijk, V. A. T., “Ideoloji and Discourse Analysis”, *Journal of Political Ideologies*, 11(12), 2006, 115-140.
- Durur, K. E., “ Milliyetçilik Söylemi ve Medya”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2), 2005, 35-50.
- Erdoğan, İ. (1999). *Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele: Popüler Kültür ve İktidar*. (Der. Nazife Güngör). Ankara: Vadi.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. M. (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- Fiske, J. (1997). “Postmodernizm ve Televizyon”. Süleyman İrvan ( Haz.). *Medya, Kültür, Siyaset* (s.30) Ankara: Ark Yayınevi.
- Fiske, J. (1999). “*Popüler Kültürü Anlamak*”. (Çev. Süleyman İrvan). Ankara: Ark Yayınları.
- Gasset, Y.O. (2003). *Kitlelerin Ayaklanması*. (Çev. Koray Kardeşahin). İstanbul: Babil.
- Geray, H. (2011). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Genesis Kitap.
- Gülsoy, M. (2006). *Büyübozumu: Yaratıcı Yazarlık*. İstanbul: Can Yayınları.
- Güneş, S. (2001). *Medya ve Kültür*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Güngör, N. (1999). *Popüler Kültür ve İktidar: Popüler Kültür Üzerine Kuramsal İncelemeler*. İstanbul: Vadi Yayınları
- [http://tr.wikipedia.org/wiki/Pembe\\_dizi](http://tr.wikipedia.org/wiki/Pembe_dizi)
- Hıdıroğlu, İ. (2009). “1990 Sonrası Hollywood Yapımı Filimlerde Gözetim Olgusunun İşlenişi”. *Düşünen Siyaset*, (24), 298-316.
- İrvan, S. (1997). *Medya, Kültür ve Siyaset*. Ankara: Ark Yayın.
- Kerman, Z. (1995). *Halid Ziya Uşaklıgil'in Romanlarında Batılı Yaşayış Tarzı İle İlgili Unsurlar*. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Kızılcılık, S. (2008). *Frankfurt Okulu*. Ankara: Anı Yayıncılık. .

- Kongar, E. (2005). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. Ankara: Remzi Kitabevi.
- Korkmaz, N. (2009). *Türkiye’de Tüketim Kültürü ve Mekansal Ayrışma: Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kozanoğlu, C. (1995). *Pop Çağı Ateşi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Le Bon, G. (1999). *Kitleler Psikolojisi*. (Çev. Selahattin Demirkan). İstanbul: Yağmur.
- Mc Quail, D. Windahl, S. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. (Çev. Gonca Yumlu). İstanbul: İmge Kitabevi.
- Mills, C. W. (1974). *İktidar Seçkinleri*. (Çev. Ünsal Oskay). Ankara: Bilgi Yayınları.
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Mutlu, E. (2008). *Televizyon Anlamak*. Ankara: Ayraç Kitap Evi.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınları.
- Oktay, A. (2002). *Türkiye’de Popüler Kültür*. İstanbul: YKY.
- Oskay, Ü. (1994). *Çağdaş Fantazya*. İstanbul: Der Yayınları.
- Oskay, Ü. (2001). *İletişimin ABC’si*. İstanbul: Der Yayınları.
- Oskay, Ü. (2000). *Tek Kişilik Haçlı Seferleri*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Özbek, M. (2006). *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özök, E. (1985). *İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü*. Ankara: Tan Yayınları.
- Özsoy, A. (2011). *Televizyon ve İzleyici*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Postman, N. (2010). *Televizyon Öldüren Eğlence*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sayın, A. (2005). *Türk Sinemasında Edebiyat Uyarlamaları ve Bu Uyarlamaların Toplumsal Yapıyla Etkileşimi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Serim, Ö. (2007). *Türk Televizyon Tarihi*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Soydan, A. (2011). *Televizyonda İçerik Planlaması*. (Uzmanlık Tezi). Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- Sözen, E. (1999). *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi, Güç ve Refleksivite*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Şenyurt, C. (2008). *Türk Televizyon Dizilerinde Kadın İmajı*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



- Tanrıöver, H. (2011). *Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Taşkıran, Ö. N. (Nisan, 2010). “Roman Uyarlaması Televizyon Dizilerinde Kadın Karakterleri: Eski ve Yeni Aşk-ı Memnu” [Bildiri]. 3. Uluslararası Bir Bilim Kategorisi Olarak Kadın: Edebiyat, Dil, Kültür ve Sanat Çalışmalarında Kadın Sempozyumu. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Taşkıran, Ö.N. (2007). *Aliye Zihinlerin Yeni Kadın İmgesi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Türk, İ. (2001). *Halit Refiğ, Düşlerden Düşüncelere Söyleşiler*. İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (Yapımcı), Refiğ, H. (Senarist) ve Refiğ, H. (Yönetmen). (1975). *Aşk-ı Memnu* [Dizi]. Türkiye: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu.
- Türkoğlu, N. (2010). *İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim*. İstanbul: Urban Kitap.
- Ünser, O. (2004). *Kelimelerden Görüntüye*. İstanbul: Es Yayınları.
- Yaylagül, L., Korkmaz, N. (2008). *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yılmaz, A. (2009). “Ponoptikondan Kamusal Alana Görsel İktidarın Bağlamı”. *Siyaseti Düşünmek*, (24), 182-297.
- Uşaklıgil, Z. H. (2001). *Aşk-ı Memnu*. İstanbul: Özgür Yayınları.

## ÖZGEÇMİŞ

<b>Kişisel Bilgiler</b>	
Adı Soyadı	Zehra UZUNER
Doğum Yeri ve Tarihi	Erzurum / 23.08.1982
<b>Eğitim Durumu</b>	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Tv ve Sinema
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Tv ve Sinema
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	
<b>İş Deneyimi</b>	
Stajlar	TRT
Projeler	Sudenaz (Belgesel)
Çalıştığı Kurumlar	Erzincan Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi
<b>İletişim</b>	
E-Posta Adresi	zehrarts@gmail.com
<b>Tarih</b>	