

## Mağdur varsa izlenir: Yerli televizyon dizi tanıtımlarında mağduriyet

### The victim gets ratings: Victimhood in Turkish tv series trailers

Gönderim Tarihi / Received: 06.06.2021

Ürün YILDIRAN ÖNK<sup>1</sup>

Kabul Tarihi / Accepted: 29.09.2021

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.948812>

**ÖZ:** Türkiye'nin sosyo-politik gündeminde geniş bir yer işgal eden mağduriyet kavramının medyadaki temsili, mağduriyetle ilgili algı ve tutumların oluşması ve bunlarla ilgili çözüm yöntemlerinin geliştirilmesinde dikkatle ele alınması gereken bir kavramdır. Bu çalışmanın amacı, televizyon dizi tanıtımlarında mağduriyet olgusunu eleştirel bir bakışla incelemektir. Çalışma mağduriyet olgusunun izleyicinin yayınlanacak bölüme olan ilgisini tetikleyecek bir unsur olarak kullanıldığı düşüncesinden hareketle tasarlanmıştır. Bu bağlamda mağduriyetin türü (fiziksel, psikolojik, cinsel, ekonomik, politik, sosyal, doğal, vb.), mağdur eden ve mağdur olanın kim olduğu, mağduriyetin görsel-işitsel sunumunda hangi tekniklerin kullanıldığı ve mağduriyet sonrası durumun (kabullenme, reddetme, çaresizlik, mücadele vb.) ne olduğu sorularına yanıt aranmıştır. Bu doğrultuda 11-24 Ocak 2021 tarihleri arasında ulusal kanallarda ana yayın kuşağında yayınlanan 10 farklı dizi türündeki 34 yerli diziye ait toplam 123 bölüm tanıtımı içerik analizi kullanılarak çözümlenmiştir. Bulgular, dizi tanıtımlarının 98'inde mağduriyetin varlığına işaret ederken en sık görülen mağduriyet türleri psikolojik, fiziksel, ekonomik, cinsel ve politik olarak sıralanmaktadır. Dizi tanıtımlarında büyük çoğunluğunu erkek karakterlerin oluşturduğu mağdur edenin kötü, mağdurun ise masum olduğu düşüncesine dayanan ideal mağdur kavramının tekrarlandığı ve mağduriyetin bağlamından koparılarak sadece izleyicide duygusal bir etki yaratmak amacıyla kullanıldığı anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Mağduriyet, Mağdur, Televizyon, Yerli dizi, Dizi tanıtımı

**ABSTRACT:** The representation of victimhood in media, which plays a central place in Turkey's socio-political agenda, is extremely important in the formation of perceptions of and attitudes about victimhood and the development of solution methods related to them. This study aims to critically examine the phenomenon of victimhood in television series trailers. The study is designed with the idea that the victimhood phenomenon is used as an element that will trigger the audience's interest in the episode to be broadcast. In this regard, the type of victimhood (physical, psychological, sexual, economic, political, social, natural, etc.), the victimizer, and the victim, techniques in the audio-visual presentation of the victimhood, and the post-victim situation (acceptance, rejection, helplessness, struggle, etc.) were scrutinized. Therefore, 123 trailers from 34 Turkish series broadcast on major TV channels during 11-24 January 2021 were analyzed using content analysis. The findings showed that 98 of the TV series trailers include victimhood. The most common types of victimhood, which are mostly performed by male characters, are listed as psychological, physical, economic, sexual, and political. It is also obvious that the concept of the ideal victim, which is based on the idea that the victimizer is bad and the victim is innocent, is repeated in the trailers. It is understood that victimhood is isolated from the context and is used only to create an emotional effect on the audience.

**Keywords:** Victimhood, Victim, Television, Turkish series, Trailer

<sup>1</sup> Dr, Öğr. Üyesi, Yaşar Üniversitesi/İletişim Fakültesi/Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, [urun.onk@yasar.edu.tr](mailto:urun.onk@yasar.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0001-6325-9958>

## EXTENDED ABSTRACT

### Literature review

In the international literature, the concept is originally derived from the Latin ‘victima’ and is based on the word victim, which is termed as ‘mağdur’ in Turkish. In some sources, the noun form ‘mağduriyet’ is referred to as victimization in an active meaning, but victimhood, which expresses the current situation, will be a more accurate choice. In many cultures, the concept is related to religious sacrifice. Thus, the victim is accepted as the innocent one. In time, the scope of the concept has expanded. Victimhood today covers physical, psychological, sexual, economic, political, social acts or omissions, as well as the situation of harm or loss of rights due to accidents and natural disasters (Polat, 2014). The existence of victimhood depends on one factor. In other words, victimhood occurs when one causes a victim. (Yiyit, 2010).

Although victimhood is the subject of research in social sciences dealing with power relations and human suffering, it is shaped in the practices of politically constructed laws and social processes (Jacoby, 2015). The issues of sexuality (Siliman, 2019) and politics (Clarke, 2015) have increased in recent studies on victimhood. Bilgin, on the other hand, draws attention to the fact that victimhood is an effective source of power in human relations (Bilgin, 2016). It can be said that victimhood, which plays a central place in the dominant political discourse in Turkey, is used within this framework. In this sense, Çevik (2013) states that a social polarization and an inevitable division will occur based on the opposition of victim and victimizer, by placing victimhood within domestic politics. Yiyit brings up the relationship of victimhood with the concepts of legitimacy, authority, and power. Because the victims’ state of being a victim arises from their victimhood while the victimizers take their power and cruelty from social, political, and economic power. At this point, Yiyit mentions two victimhood situations. In the first case, there is no acceptance. The second is the state of submission and absolute obedience by accepting the situation of being a victim (Yiyit, 2010). In an environment where acceptance is dominant instead of struggle, there will be a constant reproduction of victimhood.

The studies at the intersection of media and victimhood are limited in scope and number. Undoubtedly, besides the difficulty in definition, its determination and analysis in media content are also open to discussion. When the representations of victimhood are examined on television, many cases are encountered due to physical, psychological, sexual, economic, political, social actions or omissions, accidents, and natural disasters. A form of representation expressed as the ideal victim is widely used. Victims, called survivors, are portrayed as heroic characters who find the inner strength to move on with their lives. Victims who fail to do so are presented as depressed and traumatized, and their future is portrayed as gloomy and hopeless (Smolej, 2010). This form of victimhood also overlaps with the concept of ‘helpless victim’.

As one of the short informative programs in television broadcasting, program trailers constitute an important part of the daily broadcast flow. As Williams states in his theory of flow (2003), trailers, as an important means of ensuring the continuity in television broadcasting, are productions that give information about the programs and series that are planned to be broadcast in the coming hours or days. Trailers contain interesting and intriguing images from the scenes from the next episode of the program/serials to be broadcast. These images, which are compiled in a collage appearance by bringing interesting visual and auditory elements back to back, only aim to affect the audience emotionally. Since it is presented in a detached form from cause-effect relationships, it lacks the integrity of meaning.

### Methodology

The study aims to critically examine the phenomenon of victimhood in television series trailers. Content analysis was conducted within the research. The sample of the study consisted of 123 trailers from 34 Turkish series in ten different genres. The trailers were broadcast on seven national channels during 11-24 January 2021 within prime-time. The trailers were viewed via open-access video sharing sites. For the analysis, the following questions were asked based on the prominent research studies and definitions in the literature on victimhood:

- What is the type of victimhood? (Physical, psychological, sexual, economic, political, social, natural, etc.)
- Who is the victimizer?
- Who is victimized?
- Which techniques are used in the audio-visual presentation of the victimhood?
- What is the post-victim situation? (acceptance, rejection, helplessness, struggle, etc.)

### **Findings and results**

Victimhood is an interdisciplinary concept that is widely used both in daily life and in the media. On the other hand, the academic studies on this subject in the national literature seem limited in number. However, studies that focus on this concept play an important place in Turkey's socio-political agenda. These studies are of great importance for understanding how victimhood is represented in the media as well as creating perceptions and attitudes about victimhood and developing solution methods. In this study, which investigates the phenomenon of victimhood in Turkish TV series trailers, 123 trailers from 34 TV serials were examined, and victimhood representation was determined in 98 of them. The victimhood within the trailers was listed as psychological victimhood, physical victimhood, economic victimhood, sexual victimhood, or political victimhood. When compared within genres, it was seen that there is more physical victimhood in the trailers of action and police series, while psychological victimhood is used as a humor element in comedy series. Both physical and psychological victimhood were encountered in prime-time soap operas and historical series. Political victimhood was also included in the historical series. In hospital serials, patients as victims are portrayed in the form of both physical and psychological victimhood. A gender-based comparison showed that men are victimizers in many cases. On the other hand, the existence of solidarity among women, albeit in a few examples, was one of the most interesting findings of the study.

It is understood that the concept of the ideal victim, which is based on the idea that the victimizer is bad and the victim is innocent, is used in parallel with the international literature. It is observed that close-ups and the use of music have an important place in the audio-visual narrative of the trailers, and the helplessness of the victim is highlighted in the finale of the trailers. Except for a few examples, it was not found that any behavior against victimhood was carried out. The findings showed that the trailers focus on the moment of victimhood which means that it is detached from its entire context, only creating an emotional effect (sympathy towards the victim, anger towards the victimizer). The victimhood scene, which is mostly left inconclusive, creates a perception in the audience that the victimhood is accepted as the victim is shown helpless in the finale. There seems no possibility for the victim to cope with the situation, to eliminate the victimhood, or to make up for it. The audience, who follows and identifies with the victim, also takes on the role of the victim. Therefore, the trailers reproduce victimhood in a social sense by representing it out of its context.

## Giriş

Bugün disiplinler arası bir kavram olarak mağduriyeti tanımlamak hem kapsamının genişliği hem de sınırlarının esnekliği nedeniyle oldukça güçtür. Zira sözcüğün ilk anlamı her ne kadar ilkel toplumlarda kurban olma/edilmeyle ilişkilendirilse de bugün hukuktan politikaya, psikolojiden kriminolojiye varan geniş bir yelpazede ele alınmakta, ilgili çalışmaların mağduriyetin çeşitli boyutlarını da içine alacak biçimde arttığı gözlenmektedir.

Mağduriyetle ilgili çalışmalarda son dönemlerde çeşitli demografik unsurlar çerçevesinde (kadın, çocuk, yaşlı) tasarlananların yanı sıra, göçmenlik kavramı çerçevesinde ele alınan araştırmalar yoğunluk kazanmıştır. Medya özelinde mağduriyetle ilgili çalışmalara bakıldığında ise benzer konuların öne çıktığı görülmekle birlikte bu çalışmaların hem Türkiye’de hem de dünyada sınırlı sayıda olması dikkat çekmektedir. Kuşkusuz kavramın tanımlanmasının getirdiği güçlük bunda etkilidir. Ancak mağduriyetin araştırmalarda başat konu olmasının önündeki asıl engel kavramın iktidar, şiddet, cinsellik, suç, zorbalık gibi konulara odaklanan çalışmalarda bir yan unsur olarak yer almasıdır. Bu nedenle başta medya alanında olmak üzere mağduriyetle ilgili çalışmalarda kavramın sınırlı bir bakış açısıyla ele alındığından söz edilebilir. Oysaki mağduriyetin tüm bu kavramları ve daha fazlasını içerisinde barındıran niteliği ile daha geniş bir yaklaşımla değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bu noktadan hareketle bu çalışmada odak noktası mağduriyet olan bir araştırma tasarlanmıştır. Kavram, en geniş kapsamıyla ele alınmış, yasal çerçevesinin de ötesinde her türlü haksızlığa veya ihmale uğrama durumu biçiminde değerlendirilmiştir. Çalışmada mağduriyet temsillerine yoğun biçimde yer veren bir araç olarak televizyon seçilmiş ve dizinin sonraki bölümlerinin izlenirliğini artırmak amacıyla tasarlanan yapımlar olan ‘tanıtımlar’ araştırmanın inceleme birimi olarak belirlenmiştir. Kolayda örneklem yöntemiyle seçilen iki haftalık sürede (11-24 Ocak 2021) toplam 34 yerli diziye ait 123 tanıtım incelenmiş; mağduriyetin nedeni, mağdur olan ve mağdur edenin yanı sıra mağduriyetin görsel işitsel olarak nasıl sunulduğu araştırılmıştır. Yerli dizi tanıtımlarında mağduriyetin izleyicinin duygularına seslenen niteliği ile kullanıldığı, neden-sonuç ilişkilerinden kopararak ele alınan bir unsur olarak mağduriyetle mücadele için bir alan yaratmak yerine mağduriyetten haz alınan bir temsil biçiminin tercih edildiği görülmektedir. Araştırma bu anlamda dizi tanıtımları üzerinden mağduriyetin geniş çerçevede ve eleştirel bir yaklaşımla ele alındığı bir nitelik taşımaktadır.

## Literatür taraması

### *Akademik bir çalışma alanı olarak mağduriyet*

Türkçe’de kullanılan biçimiyle mağduriyet, Arapça’daki ‘gdr’ kökünden türetilmiş ‘kötülük, zulüm’ anlamına gelen ‘gadr’ sözcüğüne dayanmaktadır (Nişanyan, 2020). Mağdur/mağdure (mağdur olan), gaddar (mağdur eden), mağdur olmak, mağdur etmek ve mağduriyet sözcükleri de ‘hainlik, merhametsizlik, haksızlık’ anlamları da taşıyan bu sözcükten türetilmiştir (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2014: 2). Bu bağlamda en genel anlamıyla mağduriyet için haksızlığa uğrama durumu denebilir.

Uluslararası alanyazında ise kavram, köken olarak Latince ‘victima’dan türetilmiştir ve Türkçe’de kurban olarak da karşılanan *victim* sözcüğüne dayanmaktadır. Kimi kaynaklarda mağduriyet daha etken bir anlam içeren *victimization* olarak anılmakla birlikte içinde bulunulan durumu ifade eden *victimhood* bu anlamda daha doğru bir tercih olacaktır<sup>2</sup>. Pek çok kültürde kavramın dini fedakârlıkla ilgili olduğu görülmekte ve bu anlamda *victim* (mağdur) masum olan olarak kabul edilmektedir. Ayrıca çaresizliği ve pasifliği de ifade eden *victim*, insanların kefarete ödemek için gönüllü ya da zorunlu olarak feda ettikleri insan(lar) ya da hayvan(lar) için de kullanılmaktadır (Baş Bayraktaroğlu, 2020: 527). Bu bağlamda mağduriyet kendiliğinden ortaya çıkan bir yapıda değildir, mağduriyetin varlığı mutlaka bir etkene bağlıdır. Yiyit’in (2010: 4) de belirttiği gibi bu olağandışı durum, karşıtıdan doğan çelişkili bir özelliğindedir. Yani mağduriyetin oluşması için bir mağdur edenin (gaddar) varlığı gereklidir. Başta

<sup>2</sup> Jacoby (2015: 513) *victimization* için bir kişiye veya gruba karşı işlenen bir zarar eylemi olarak mağduriyet karşılığını kullanırken, *victimhood*’u [bir kişiye veya gruba karşı işlenen] bu zarara dayalı bir kolektif kimlik biçimi olarak mağduriyet biçiminde değerlendirmektedir.

mağduriyetin sebebi birtakım inanışlar ve dini gereklilikler olsa da zaman içinde kaynaklarının çeşitlendiği görülmektedir.

Disiplinlerarası bir kavram olmakla birlikte mağduriyetin sıklıkla suçla ilişkilendirildiği, yapılan çalışmaların bu alanda yoğunlaşmasından da anlaşılmaktadır. İlk yazılı yasalar olarak bilinen Hammurabi Kanunları'ndan itibaren bazı eylemlerin suç olarak kabul edilmesi ve yasaklanması söz konusu olmuştur. Bu yasalarda suçlardan kaynaklı mağduriyetin giderilmesi yönünde kısas ve öç alma gibi uygulamaları da içeren düzenlemeler getirilmiştir (Kafes 2011'den Polat, 2014: 16). Bu durum, mağduriyetin suç kaynaklı algılanması ve ağırlıklı olarak hukuki bir kavrama bürünmesine neden olmuştur. Ortaçağ'dan sonra ise suçun kovuşturulmasının kişisel bir sorumluluktan çıkması ve devlete ait hale gelmesiyle; cezaların ise suçtan kaynaklı zararları gidermek ve suçluyu cezalandırmaktan ziyade caydırmak amacına yönelmesiyle mağduriyet kavramı geri plana itilmiştir. Bu algının değişerek mağdur haklarının yeniden gündeme gelmesi 2. Dünya Savaşı'nın etkisiyle ancak 1940'lardan sonra mümkün olmuştur. Bu bakış açısından hareketle viktimoloji (mağdurbilim) de suç mağdurlarının, failer ve ceza adaleti ile ilişkilerini inceleyen bir bilim dalı olarak bu yıllarda ortaya çıkmıştır (Polat, 2014: 13-17). Viktimoloji çerçevesinde mağduriyetle ilgili pek çok teori gündeme gelmiştir. Viktimolojinin kurucuları olarak kabul edilen von Hentig ve Mendelsohn'un da aralarında bulunduğu kuramcılar tarafından ortaya atılan teoriler, klasik teoriler olarak adlandırılmaktadır. Bu teorilerde, mağdurun suçun işlenmesindeki rolüne odaklanılmaktadır. Von Hentig'in (Fail-Mağdur ve Potansiyel Mağdur), Mendelsohn'un, Fattah'ın ve Schaffer'in mağduriyet teorileri bu grupta yer almaktadır. Öte yandan 1970'lerden itibaren bu teoriler yerini çağdaş döneme ait mağduriyet teorilerine bırakmıştır. Bu grupta yer alan Yaşam Tarzı Teorisi, Rutin Aktiviteler Teorisi, Suç Fırsatları Teorisi, Eleştirel Viktimoloji Teorileri ve Feminist Viktimoloji Teorileri'nde ise mağdurdansa mağduriyet kavramına odaklanılmış, kavram çeşitli boyutlarıyla açıklanmaya çalışılmıştır (Polat, 2014: 82-95).

İlgili akademik çalışmalara bakıldığında mağduriyetin oluşmasında suçun esas alındığı bir anlayışın egemen olduğu görülmektedir. Zira Türkiye'deki hukuk sisteminde de mağdur "gerçekleştirilen bir suç ya da haksız fiil nedeniyle zarar gören kişi" olarak tanımlanmaktadır (Baş Bayraktaroğlu, 2020: 528). Bugün bu sınırlı hukuk ve kriminoloji bakış açısı aşılmış, uluslararası normlar bakımından da mağduriyetin oluşabileceği kabul edilmiştir (Polat, 2014: 9). Dünya Viktimoloji Topluluğu (*World Society of Victimology*) gibi küresel ölçekteki topluluklar sayesinde, kendi ülkelerinde ırkçı, cinsiyetçi, dini ya da siyasi baskıya uğrayanlar ile doğal afet ve kazalar sonucu zarar görenler de mağdur kapsamında değerlendirilmektedir (Baş Bayraktaroğlu, 2020: 529, 539). Dolayısıyla bugün mağduriyet; fiziksel, psikolojik, cinsel, ekonomik, politik, sosyal eylemler veya ihmaller ile kaza ve doğal felaketler nedeniyle zarara ya da hak kaybına uğrama durumunu içeren; mağdur ise bunlardan doğrudan etkilenenleri, onların ailelerini ve yakınlarını hatta bazı durumlarda tüm toplumu kapsayacak biçimde genişlemiş birer ifade haline gelmiştir (Polat, 2014: 8,11).

Jacoby, farklı akademik alanlardan bilim insanlarının mağduriyet üzerine büyüyen bir alanyazına katkıda bulunduğunu dile getirmekte, çalışılan bazı konu başlıklarını şöyle sıralamaktadır: zarar, kriminal mağduriyet, yasal tanınma, mağduriyet ve insan hakları, mağduriyetin sosyal yapısı, kolektif mağduriyet psikolojisi ve işlevleri, dışlayıcı mağduriyet ve kapsayıcı mağduriyet, şiddet olarak mağduriyet ve partizan siyaset olarak mağduriyet. Bu çalışmaları çeşitli siyasi, coğrafi ve zamansal bağlamlarda mağduriyetle ilgili mevcut varsayımlara birer meydan okuma olarak niteleyen Jacoby, buna karşın insanların karmaşık siyaset alanı içinde nasıl mağdur olarak tanımlandıklarını açıklayan bir mağduriyet teorisinin eksikliğine de dikkat çekmektedir (2015: 512-513).

Mağduriyetle ilgili çalışmalarda son dönemlerde cinsellik ve politika başlıklarının ön plana çıktığı görülmektedir. Özellikle feminist yaklaşımlar sayesinde kadın mağdur konusu sıkça ele alınmaktadır. Son yıllarda televizyon yapımlarında yer verilen cinsel şiddete (tecavüz, cinsel saldırı, cinsel taciz ve diğer çeşitli cinsel yönelimli saldırı türleri) dikkat çeken Siliman'ın, 'Kötü Mağduru Kucaklamak: Popüler Televizyonda Cinsel Şiddet ve Sempati' başlıklı makalesi bu alanda yapılan çalışmalara örnek verilebilir. Siliman makalesinde, cinsel saldırıya uğrayan iki kadın liderin 'çaresiz mağdur' biçiminde temsil edildiğini dile getirmektedir. Çaresiz mağdur temsiliyle izleyicide mağdura karşı bir sempati oluştuğunu belirtmekle birlikte bu sempatinin soruna (cinsel şiddete) ilişkin uygun ve yapıcı bir yanıt

içermediğinin altını çizmektedir (2019: 140-142). Politik mağduriyet<sup>3</sup> ise ulusal ve uluslararası siyasette 1970'lerde önem kazanan insan hakları çerçevesinde gündeme gelmiş ve politik şiddet (insan hakları ihlalleri, savaş suçları, soykırım vb.) kavramı paralelinde gelişmiştir (Clarke, 2015: 222). Sayar, 'Mağduriyet Siyasetinde Fail Sorunu' başlıklı tezinde konuyu Nietzsche, Arendt ve Foucault'un kuramsal çerçevesinde ele almakta ve değerlendirmelerinin mağduriyetin üstesinden gelmek için farklı güç, kimlik ve özgürlük anlayışlarının yanı sıra yaratıcı değerler ve politik eylem sunduğunu iddia etmektedir (Sayar, 2019: 5). Politik mağduriyet son yıllarda popüler bir akademik çalışma alanı olan göçmenlik konusuyla birlikte ele alınmaktadır. Göçmenlerin mağduriyetini çeşitli bakış açılarıyla ele alan akademik çalışmalar bulunmaktadır. Türkiye özelinde bu çalışmaların Suriyeli sığınmacılarla ilgili olduğu görülmektedir. Çoban Keneş (2019: 649-650), 'Türkiye'de Zorunlu Göç Mağduru Çocuklar: Çatışmalar ve Yıkımlar Nedeniyle "Kendi Evinde Mülteci Olmak" adlı çalışmasında çocukların yaşadığı mağduriyeti "göçe mecbur kalmanın yarattığı travmatik süreç, ekonomik geçim kaynaklarının ve dayanışma ağlarının bozulması, sosyal ilişkilerde parçalanma, yalnızlaşma, damgalanma ve dışlanma yanında çocukların ruhsal açıdan yaşadıkları travmalar nedeniyle geleceklerini etkileyecek şekilde, okuldan kopma ve okul başarılarının düşmesi." olarak sıralamaktadır.

### ***Türkiye'de sosyo-politik bir söylem olarak mağduriyet***

Mağduriyetin sosyo-politik bir çerçevede ele alınması gerekliliği pek çok çalışmada vurgulanmaktadır (Sayar, 2019: 2). Zira mağduriyet, güç ilişkileri (*power relations*) ve ızdırap (*human suffering*) konularıyla ilgilenen sosyal bilimlerde araştırma konusu olurken, politik olarak inşa edilen yasaların ve toplumsal süreçlerin uygulanışında biçimlenmektedir (Jacoby, 2015: 514). Bilgin ise mağduriyetin insan ilişkilerinde etkili bir güç kaynağı olduğuna dikkat çekmektedir. Bu anlamda ona göre, mağdura özel haklar tanınması sosyal bir norm haline gelmiş ve mağduriyet bu avantajlı durum nedeniyle hem bireysel hem de gruplar düzeyinde büyük bir çekicilik kazanmıştır. Bu çekicilik, mağduriyet ölçülerinin abartılması ve kurban rolü oynanması sonuçlarını doğurabilmektedir (Bilgin, 2016: 233). Türkiye'deki egemen politik söylemde de önemli bir yer kaplayan mağduriyetin, bu çerçevede kullanıldığı söylenebilir. Çevik (2013: 80) Türkiye'de hem politik hem de toplumsal kimliğin önemli bir unsuru olarak mağduriyet çerçevesinde kurulan söylemle ilgili görüşlerini şöyle dile getirmektedir: "Türk toplumunda travma yaşamamış bir kesim hemen hemen yoktur. Sağcısı, solcusu, Türkü, Kürdü, Alevisi ve Ermenisi her kesimde çeşitli travmatik yaşantı öyküleri vardır. Travma yaşamış insanlar mağdurluk duygusu içinde olurlar ve bu duygu onların kimliklerinin temel taşlarından birisini oluşturur. Yaşanan travma ve mağdurluk efsaneleştirilerek nesilden nesile geçirilir."

Yiyit ise Türkiye'de tarihsel bakış açısıyla Kemalist rejimden rahatsız olanların İslami söyleme dayanan dini, ekonomik, etnik ve politik mağduriyetlerin koruyucusu olduğunu ileri sürmektedir. Bu anlamda hem İslam'ın tarihsel söyleminden hem de merkez-çevre ikileminden beslenen üç toplumsal olgudan (Demokrat Parti, Türk İslam Sentezi ve Milli Selamet Partisi/Refah Partisi) söz etmektedir (2010: 113). Parlak ve Uz (2015: 69) bu süreci şu sözlerle açıklamaktadır: "... kapitalist ilişkilerin maddi güçleriyle ve modernleşmenin yarattığı kültürel yaşam dairesiyle kısa vadede eklemlenme zorluğu yaşayan, bu nedenle siyasal sistemin muhalifi olarak *öteki* kategorisine çekilen/çekilmek zorunda kalan siyasal ve toplumsal katmanlar, kendilerini mağduriyet ve mazlumluk retoriği üzerinden kimliklendirmişler, siyasal mücadeleyi de *kültürel* temelde okudukları mağduriyet söylemi üzerinden vermişlerdir."

Bu tarihsel sürecin bugünkü varlığı ise Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) çerçevesinde ele alınmaktadır. Zira Parlak ve Uz, mağduriyet söyleminin 90'lı yıllardan sonra ve özellikle AKP iktidarları döneminde siyasal alanın ana omurgasını oluşturduğunu ifade etmektedir (2015: 69). Yiyit'in 'mağdur görünümünün kutsal birliği' biçiminde ifade ettiği bu oluşum, kutsal ve din dışı mağduriyetlerin hepsini barındıran bir niteliğe bürünmüştür. Türkiye örneğinde mağduriyet söylemi, politik sürecin tıkandığı her noktada devreye girerek temel çelişkileri yeniden üreten bir görünüm sergilemektedir (Yiyit, 2010: 3-133). Bu anlamda Çevik (2013: 78-80) hem iç hem de dış politikada belirleyici bir söylem olarak mağduriyetin ülke içi siyasetin temeline oturtulmasıyla mağdur ve mağdur eden karşıtlığına dayanan toplumsal bir kutuplaşmanın ve kaçınılmaz bir bölünmenin oluşacağını dile getirmektedir.

<sup>3</sup> Bkz. Jacoby, T. A. (2015). A Theory of Victimhood: Politics, Conflict and the Construction of Victim-based Identity.

Yiyit yine mağdur ve mağdur eden (gaddar) ayrımından yola çıkarak mağduriyetin meşruiyet, otorite ve iktidar kavramlarıyla ilişkisini gündeme getirmektedir. Zira mağdur eden, gücünü ve zalimliğini toplumsal, siyasal ve ekonomik gücünden alırken; mağdurun, mağdur olma hali mağduriyetinden kaynaklanmaktadır. Yiyit bu noktada iki mağdurluk durumundan söz etmektedir. Birinci durumda kabullenmeme söz konusudur. Bu durumda mağdur olma hali adaletsizce haksız yere zarar görme kabulünden hareket eder. Bu durumu değiştirmek için geliştirilen başkaldırı, isyan ve savaş halinin yanı sıra daha barışçıl yollar kullanmak da mümkündür. İkincisi ise mağdur olma durumunu kabullenerek boyun eğme ve mutlak itaat halidir<sup>4</sup> (Yiyit, 2010: 7). Mücadele yerine kabullenmenin egemen olduğu bir ortamda mağduriyetin sürekli olarak yeniden üretilmesi söz konusu olacaktır. Bu durumda kimliğini mağduriyet üzerine kuran ‘dış dünyayı suçlama ve sorumluluktan kurtulma eğilimi’ne yönelen mazlum özne, mağdur edenler karşısında kendisini hep edilgen bir biçimde tanımlamaktadır. Bu durumda kendisine acıma halinin ve zayıflıktan haz alma eğiliminin ön plana çıktığı görülmektedir (Açıkel 1996’dan Parlak ve Uz, 2015: 76-77). Bir anlamda bu mağdur kitle mağduriyetten kurtulmak yerine mağduriyetin gücünden yararlanmakta, dolayısıyla mağduriyet bir kısır döngü içinde kendini yeniden üretmektedir.

### **Medyada mağduriyet temsilleri**

Türkiye’nin sosyo-politik gündeminde geniş bir yer işgal eden bu kavramın medyada nasıl temsil edildiği konusu ise mağduriyetten doğan ve tutum alma olanağı sağlayan durumların oluşmasında anahtar bir rol üstlenmektedir. Bu çalışmanın da odak noktasını oluşturan medya ve mağduriyet kesişimindeki çalışmaların hem kapsam bakımından sınırlı hem de sayıca az olması ise dikkat çekicidir. Kuşkusuz kavramın zor tanımlanmasının yanı sıra medya içeriklerinde belirlenmesi ve çözümlenmesinin de tartışmaya açık olması bunda etkilidir. Medya özelinde mağduriyetle ilgili çalışmalarda daha çok politik bir bakış içeren medyadaki mağdur söylemi<sup>5</sup> ile yeni medya kaynaklı mağduriyet<sup>6</sup> bağlamında yaklaşımların ağırlık kazandığı anlaşılmaktadır. Yeni medyanın nasıl mağduriyete yol açtığına ilişkin çalışmaların artışı özellikle son dönemlerde dikkat çekmektedir. Öte yandan politik söylem olarak mağduriyetin ele alındığı çalışmalarda mağduriyet söyleminin nasıl kurulduğu konusuna odaklanılmaktadır. Örneğin ‘Suriyeli Mülteci Temsillerinde Stereotipleştirme, Mağdurlaştırma ve Depolitize Etme’ başlıklı çalışmasında Pandır, politik mağdurlar olarak Suriyeli sığınmacıların medyadaki temsillerini gazetelerdeki fotoğraflar üzerinden çözümlenmektedir (Pandır, 2019: 410). Diğer bazı çalışmalar ise mağdur olarak kadın, mağdur olarak çocuk, mağdur olarak yaşlı gibi sınırlı çerçevelerde yapılan incelemeleri kapsamaktadır.<sup>7</sup> Ayrıca, son dönemlerde mağduriyetle ilgili yapılan araştırmaların daha çok eleştirel bir yaklaşımla ele alındığı ve mağduriyetin bu anlamda sömürülen bir unsur olarak tartışmaya açıldığı gözlemlenmektedir. Bu bakış açısı paralelinde medya etkileri de suç mağduriyet teorisi çerçevesinde incelenmektedir. Suç mağduriyet teorisi bir suç nedeniyle doğrudan veya dolaylı olarak mağdur olan kişilerin korku geliştirdiklerini anlatan bir kuramdır. Bu korku, suçtan dolayı meydana gelebilecek her türlü zarardan korkmayı kapsamaktadır. Siegel (2018: 71) de kendileri mağdur olmamasına karşın buna tanıklık eden ya da maruz kalan kişilerin de korku yaşayabileceğini, kendileri için korkmasalar bile eşleri, çocukları, yaşlı ebeveynleri veya kardeşleri için korktuklarını aktarmaktadır. Bu noktada Yavuz, sosyolojik bir yaklaşımla ele aldığı suç mağduriyet korkusunun etki alanı ve derinliği bakımından suçtan daha fazla hasar verdiğini<sup>8</sup> dile getirmektedir

<sup>4</sup> Yiyit, bu iki kaynağın birbirinden beslenerek, boyun eğerek kabullenmeme (pasif direniş) hali biçiminde üçüncü bir tutum da oluşturabileceğinden söz etmektedir.

<sup>5</sup> Bu alanda yapılmış çalışmalara örnek olarak Bkz. Wang, C. (2017). Victimhood in the face of media ideological battle: a critical discourse analysis on the british media’s coverage of stabbing incidents in the Israeli-palestinian conflict ve Gaisbauer, F. (2012). Representations of victimization and responsibility during the second intifada and the gaza war in german quality newspapers.

<sup>6</sup> Bkz. Evli, M., Şimşek, Nuray ve Uzdil, N. (2018). *Ergenler için yeni bir tehdit: siber mağduriyet*.

<sup>7</sup> Bkz. Zengin, M. O. (2015). *Televizyonda yaşlı ve yaşlı temsilleri*. Kriter Yayınevi; Güven, S. (2014). *Çocukların medyada temsili: iyi, kötü ve mağdur çocuk* [Doktora tezi]. Selçuk Üniversitesi; Serdar Tekeli, E. (2011). *Toplumsal cinsiyet çerçevesinde kadın mağduriyeti* [Yüksek lisans tezi]. Polis Akademisi.

<sup>8</sup> Gaziarifoğlu hem bireysel hem de toplumsal düzeyde olabildiğini belirttiği bu etkileri bireyler açısından; günlük aktiviteleri kısıtlama, stres altında ve toplumdan yabancılaşmış hissetme, daha düşük bir içsel kontrol yansıtma, anksiyete ve depresyon belirtileri gösterme, sosyal katılımları azaltma ve toplumsal rolleri yerine getirememeye

(Yavuz, 2019: 32-37). Bu doğrultuda sayısal olarak medyada sıkça yer verilen suç kaynaklı mağduriyet haberleri ve öyküleri medyanın uzun vadeli etkileri de göz önüne alındığında suç mağduriyet korkusunun gelişmesinde oldukça etkilidir. Öztürk'ün basındaki bir cinsel taciz ve cinayet haberinin analizine dayanan çalışmasının bulguları bu iddiayı destekler niteliktedir. Örneklemedeki katılımcıların hepsi medyada bu haberleri takip ettikten sonra tecavüze uğrama ve öldürülme korkularının tetiklendiğini, cinsel suçlarla ilgili mağduriyet korkularının arttığını ifade etmişlerdir (Öztürk, 2015: 260).

Bu çalışmanın televizyon özelinde geliştirilmesi nedeniyle televizyondaki mağduriyet temsilleri üzerinde daha ayrıntılı durmak yerinde olacaktır. Bu noktada hem genel olarak medyada hem de televizyon özelinde temsil kavramının, üretici-ürün-alıcı olmak üzere üçlü bir yapıyla ele alındığı ve aynı zamanda bunların hepsine biçim veren toplumsal bir süreci de içerdiği hatırlanmalıdır (Lacey, 1998: 131-132). Bu anlamda televizyon temsilleri; hem yapım ve yayın sürecindeki tüm aktörleri, hem televizyon programlarını ve dizilerini, hem de izleyiciyi kapsayacak bir temsil sistemi içinde değerlendirilmelidir.

Televizyonda mağduriyetle ilgili çalışmalar ve mağduriyet temsilleri incelendiğinde tür bağlamında fiziksel, psikolojik, cinsel, ekonomik, politik, sosyal eylemler veya ihmallere ile kaza ve doğal felaketlerden kaynaklı pek çok mağduriyete rastlanmaktadır. Yapılan çalışmalar, gerçek hayattaki suç mağdurları ile temsil edilen mağdurlar arasındaki farklılığa işaret etmektedir. Bu noktada ideal mağdur (*ideal victim*) olarak ifade edilen bir temsil biçiminin yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Smolej (2010: 69-70) ideal mağduru taşıması gereken özelliklerini şöyle sıralamaktadır: Güçsüz olmalı, suç işlendiğinde saygın bir işle uğraşmıyor olmalı ve suç işlendiğinde bulunduğu yerde olmakla hiçbir şekilde suçlanamaz olmalı. Mağduru masumiyetinin (*innocence*) ve savunmasızlığının (*vulnerability*) altı çizilerek, büyük ölçüde kriminolojik bir altyapıya dayanan bir temsil yaratılmaktadır. Acı çekerken resmedilen mağdur, izleyicinin korku ve öfke duygularına hitap etmekte, onları güçlendirmekte ve özdeşleşme sağlamaktadır. Öte yandan failin (mağdur eden) büyük ve kötü olmasının yanı sıra mağdurla önceden kişisel bir ilişkisi olmayacak biçimde kurgulanması, ideal mağdur temsili tamamlanmaktadır. Böylece izleyici, anlatıya duygusal olarak katılmakta ve kötü olarak gösterilen suçlunun cezasına simgesel olarak müdahil olmaktadır. Smolej ayrıca mağdurların temsiliinde iki farklı temsil biçimi olduğunu belirtmektedir. *Survivor* (hayatta kalan) olarak adlandırılan mağdurlar, hayatlarına devam etmek için içsel bir güç bulan kahraman karakterler olarak betimlenmektedir. Bunu başaramayan mağdurlar ise depresif ve travmatize olarak sunulmakta ve gelecekleri kasvetli ve umutsuz olarak resmedilmektedir (Smolej, 2010: 69-71).

Televizyon programları arasında mağdur temsiline sıkça yer veren bazı program türleri özellikle dikkat çekmektedir. Bunlar arasında haberler, diziler, *reality show*'lar, *quiz show*'lar ve ulusal alanyazında kadın programı (*confessional talk show*) olarak ifade edilen gündüz kuşağı programları bulunmaktadır. Bu programlar üzerinden doğrudan mağduriyet temsillerine odaklanan yerli bir araştırma olmamakla birlikte uluslararası ölçekte bu tarz çalışmalara rastlanmaktadır.<sup>9</sup> Yerli örnekler ise çoğunlukla şiddet çalışmaları kapsamında ve şiddetin bir sonucu olarak mağduriyete yer vermektedir.<sup>10</sup> Televizyon yayıncılığında mağduriyetin de cinsellik ve şiddet gibi izleyicinin ilgisini çekmek üzere kullanılan bir unsur olduğu öngörülse de akademik anlamda bunu destekleyecek bir verinin olmaması, gerek mağduriyetin varlığı ve kapsamı gerekse mağduru temsili bağlamında bir genelleme yapmayı engellemektedir.

---

olarak sıralarken; toplumsal etkilerini ise toplumsal güven, uyum ve sosyal kontrol algısını yok ederek gelecek suçlara ön ayak olma, politik açıdan daha tutucu suç politikalarına öncülük etme, güvenlik ve özgürlükleri karşı karşıya getirme, daha "cezalandırıcı" kanunları teşvik etme biçiminde ifade etmektedir (2009: 7-8).

<sup>9</sup> Bkz. Rader, N. ve Rhineberger-Dunn, G.M. (2010). A typology of victim characterization in television crime dramas ve Cuklanz, L. M. ve Moorti, S. (2006). Television's "new" feminism: prime-time representations of women and victimization.

<sup>10</sup> Bkz. Uluç Küçükcan, Ö. (2019). *Şiddetin ve suçün kamusallaşması: reality showlar ve toplumsal etkileri*.



### Yerli dizi tanıtımlarında mağduriyet

Televizyon yayıncılığında kısa tanıtıcı programlardan biri olarak program tanıtımları, günlük yayın akışının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Williams'ın akış kuramında (2003: 91) da belirttiği gibi, süreklilik esasına dayanan televizyon yayıncılığında bu sürekliliği sağlamanın önemli bir aracı olarak tanıtımlar, programlar arasına yerleştirilerek ilerleyen saatlerde veya günlerde yayınlanması planlanan program ve dizilerle ilgili bilgi veren yapımlardır. Tanıtımlar, genellikle haftalık veya günlük periyotta yayınlanan programların ve dizilerin sonraki bölümlerinin izlenirliğini sağlamak amacıyla tasarlanmakta, söz konusu bölüm içindeki sahnelerden ilgi çekici ve merak uyandırıcı görüntüler içeren bir nitelik taşımaktadır. Ulusal ölçekte tanıtım sürelerinin 40-70 saniye arasında değişebildiği görülmektedir. Türk televizyonlarındaki uygulamalarda özellikle haftada bir yayınlanan yerli dizi örneklerinde bir bölüm için birden fazla tanıtım hazırlandığına, günün farklı saatlerinde farklı hedef kitlelere yönelik tanıtımların tasarlandığına, haftanın farklı günlerinde yayıncı kanalda yayınlandığına ve sosyal medya platformlarında paylaşıldığına rastlanmaktadır. Örneğin Muhteşem Yüzyıl Kösem dizisinin 1. bölümü için 6 farklı tanıtım hazırlanmıştır (Fox TV YouTube, 2016). Öte yandan, dizi dışındaki programlarda ise spot reklam sonrasında programın ilerleyen dakikalarına ait tanıtımların 'az sonra', 'birazdan' gibi ifadelerle yer aldığı görülmektedir. Tanıtımlar, programın veya dizinin yayın gününün ve saatinin hatırlatılması için de kullanılmaktadır.

Anlatı mantığı bakımından tanıtımlar, televizyon reklamları ve kamu spotlarına benzer biçimde üretilen, kısa sürede iletmek istediği mesajı en etkili biçimde izleyiciye sunabilmek adına farklı tekniklerden yararlanan yapımlardır. Bu anlamda yasal olarak yayın akışına dâhil olan diğer programlardan farklı bir kategoride değerlendirilmekte, bir saatlik zaman dilimi içinde en fazla 3 dakikalık (%5) tanıtım yayınlanabilmektedir (Radyo ve Televizyonların Kuruluş, 2011: 9). Tanıtımlar, günlük kullanımda 'fragman' olarak anılan ve program veya dizilerin bir bölümüne odaklanan tarzın dışında, yeni başlayacak bir programın tanıtımını hatta yeni sezon başlangıcında yayıncı kanalın tüm programlarının tanıtımını yapan bir nitelikte de olabilmektedir.

Tanıtımlarda sürenin kısıtlı olmasının yanı sıra izleyicinin izlemek istediği asıl içerik olmaması nedeniyle ilgi çekici bir tarzda tasarlanması son derece büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda şiddet, cinsellik gibi televizyon yayıncılığında izleyicinin ilgisini çeken unsurların tanıtımlarda sıkça kullanıldığı çeşitli araştırmalarda ortaya konmuştur (Potter, 2008: 206). Sünbül Olgundeniz ve Özgökbel Bilis'in (2019) çalışmalarındaki şiddet araştırması Türk televizyonlarıyla ilgili sayılı örneklerden biri olarak önemli veriler sunmaktadır. Ancak program ve dizi tanıtımlarıyla ilgili dikkat edilmesi gereken asıl unsur, izleyicinin ilgisini çekecek biçimde seçilen görüntülerin program veya dizideki bağlamdan soyutlanmış olarak sunulmasıdır. Dolayısıyla bu anlamda görüntülerdeki ilgi çekici unsurlar/olaylar, neden-sonuç ilişkilerinden koparılmış biçimde sunulduğundan birbirinden kopuk ve anlam bütünlüğünden yoksundur. İlgi çekici görsel ve işitsel unsurların arka arkaya getirilmesiyle neredeyse bir kolaj görünümünde derlenen görüntüler, izleyiciyi sadece duygusal<sup>11</sup> olarak etkileme amacı güttüğünden, tanıtım yapılan dizi veya programın izlenmesini sağlamaya yöneliktir. Bu noktadan hareketle, tıpkı şiddet ve cinsellik konularında olduğu gibi ve bunlarla ilişkili olarak, mağduriyetin de benzer biçimde salt izleyici ilgisini çekmek amacıyla program ve dizi tanıtımlarında kullanıldığından söz edilebilir. Dolayısıyla bu çalışmada mağduriyetin varlığından ziyade mağduriyet algısını önemli ölçüde etkileyen 'bağlam'ın (*context*) bu tanıtımlarda nasıl ele alındığı, neden-sonuç ilişkilerinin kurulup kurulmadığı, mağduriyetin nasıl sunulduğu sorunsallaştırılmaktadır. Zira önceki çalışmalarda

<sup>11</sup> Bu duygusal etkiyi açıklamada reklamcılıkta kullanılan duygusal çekicilikler (*emotional appeals*) yol gösterici olabilir. Ateş (2016: 86), çekicilik kavramını "herhangi bir ürüne, nesneye, kişiye ya da olaya dikkat çekmek amacıyla insanların mantığına, duygularına, ihtiyaçlarına, ilgilerine yahut çıkarlarına seslenen, onları belirli bir konuda motive etmeyi ya da harekete geçirmeyi amaçlayan ... mesajlar bütünü" biçiminde tanımlamaktadır. Reklamlarda kullanılan değişik çekicilik unsurlarını sınıflandıran pek çok çalışma bulunmaktadır. Bunlar arasında önemli bir kategori oluşturan duygusal çekicilikler ise Brader tarafından yedi başlık altında değerlendirilmektedir: korku, öfke, coşku, gurur, hüzn, eğlence, merhamet (Brader 2006'dan Ateş, 2016: 88). Batı (2010: 12) günümüz reklamcılığında tüketici ile duygusal bağlar kurulmasının önemini vurgularken, yapılan araştırmalar televizyon reklamlarında duygusal çekiciliklerin kullanımının arttığını göstermektedir (Uztuğ, 2009'dan Şahin, 2014: 71). Bu bakış açısından hareketle tanıtımlarda da benzer biçimde izleyicinin duygularını hedef alma durumu söz konusu olduğundan mağduriyetin duygusal bir çekicilik unsuru gibi kullanıldığı düşünülebilir.

şiddet ve cinsellik gibi unsurların tanıtımlarda varlığı ortaya konmakla birlikte bağlama dair bir tartışmanın yapılmadığı görülmektedir. Mağduriyet ekseninde geliştirilen bu araştırmada ise, televizyon çalışmalarındaki mağduriyet temsiline ilişkin bir veri sunmanın yanı sıra, mağduriyetin bağlamından koparılarak sunulmasının bir aracı olarak dizi tanıtımları, eleştirel bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

### Yöntem

İçerik analizi kullanılan çalışmanın amacı, televizyon dizi tanıtımlarında mağduriyet olgusunu eleştirel bir bakışla incelemektir. Bu bağlamda çalışma, televizyon yayıncılığında reklamlar ve kamu spotlarına benzer bir biçimde üretilen dizi tanıtımlarında, mağduriyet olgusunun izleyicinin yayınlanacak bölüme olan ilgisini tetikleyecek bir unsur olarak kullanıldığı düşüncesinden hareketle tasarlanmıştır. Araştırma süresince dizi tanıtımlarının kolayda örneklem yöntemiyle belirlenmesi, çözümlemede kullanılacak soruların oluşturulması, her bir tanıtımın bu sorular doğrultusunda çözümlenmesi ve elde edilen verilerin yorumlanması aşamaları izlenmiştir.

Örneklem, Türkiye’de ulusal kanallarda yayınlanan yerli dizilerin bölüm tanıtımları çerçevesinde oluşturulmuştur. Bu bağlamda en yüksek izlenme oranına sahip (Televizyon İzleme, 2018: 52) 7 ulusal kanalın (ATV, Fox TV, Kanal D, Show TV, Star TV, TRT 1, TV8) haftalık yayın akışlarına kanalların resmi web sitelerinden erişilmiş ve kolayda örneklem yöntemiyle özel günlere denk gelmemesine özen gösterilerek belirlenen ardışık iki haftalık yayın akışı listelenmiştir. Bu noktada çalışma, zaman dilimi bağlamında ana yayın kuşağında (*prime-time*) yayınlanan yerli dizilerle sınırlandırılmıştır. Zira 20:00-23:00 saatleri arasını kapsayan bu zaman dilimi, televizyon sektörü açısından en değerli yayın kuşağıdır.<sup>12</sup> Belirlenen ulusal kanalların yayın akışlarındaki diğer program türleri (*reality show, talk show ve quiz show*)<sup>13</sup> program sayısının genel çıkarımlar yapmak için yeterli olmayacağı düşüncesiyle kapsam dışında bırakılmıştır. Bu noktada yayın akışlarında sinema filmlerine de rastlanmış, bunlar televizyon için üretilmiş haftalık içerikler olmadığından araştırmaya dâhil edilmemiştir. Dolayısıyla 11-24 Ocak 2021 tarihleri arasında ana yayın kuşağında ilk defa yayınlanması planlanan 10 farklı dizi türünde 34 yerli diziyeye ait toplam 123 bölüm tanıtımı çözümlenmiştir. Türkiye’deki yerleşik uygulama, haftada bir yayınlanan yerli diziler için bazen birden fazla bölüm tanıtımı yayınlanması biçiminde olduğundan belirtilen zaman aralığında yayınlanan her iki bölüme ait tüm tanıtımlar örneklemde yer almıştır. Öte yandan dizi türlerinin belirtilmesi, farklı türler arasında mağduriyet bağlamında bir farkın olup olmadığının ortaya konması bakımından önemlidir. Tanıtımları çözümlenen yerli dizilerin adını, türünü, yayınlandığı kanalı ve tanıtım sayısını içeren örneklem tablosu aşağıda gösterilmiştir:

<sup>12</sup> RTÜK’ün 2018 tarihli araştırması verileri Türkiye’de hem hafta içi hem de hafta sonu televizyon izleme oranının en fazla olduğu zaman diliminin *prime time* olduğunu göstermektedir (Televizyon İzleme, 2018: 39, 45).

<sup>13</sup> Örneklemde yer alan ulusal kanalların bir haftalık yayın akışında bir *talk show* (İbo Show /Star TV), iki *reality show* (Survivor 2021/TV8 ve Yaparsın Aşkım/Fox TV) ve iki *quiz show* (Kim Milyoner Olmak İster?/ ATV ve 3’te 3/ TRT1) bulunmaktadır.

**Tablo 1:** Örneklemede yer alan yerli diziler ve tanıtım sayıları

Dizi	Kanal	Tür	Tanıtım Sayısı
<b>Çukur</b>	Show TV	Aksiyon	3
<b>Ramo</b>	Show TV	Aksiyon	4
<b>Arıza</b>	Show TV	Aksiyon	4
<b>Son Yaz</b>	Fox TV	Aksiyon	4
<b>Maraşlı</b>	ATV	Aksiyon	5
<b>Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz*</b>	ATV	Aksiyon	1
<b>Akıncı</b>	ATV	Aksiyon	4
<b>Arka Sokaklar</b>	Kanal D	Polisiye	4
<b>Alev Alev</b>	Show TV	Gece Soap Operası	4
<b>Sefirin Kızı</b>	Star TV	Gece Soap Operası	2
<b>Akrep</b>	Star TV	Gece Soap Operası	4
<b>Yasak Elma</b>	Fox TV	Gece Soap Operası	3
<b>Baraj</b>	Fox TV	Gece Soap Operası	4
<b>Kefaret</b>	Fox TV	Gece Soap Operası	4
<b>Sadakatsiz</b>	Kanal D	Gece Soap Operası	3
<b>Hercai</b>	ATV	Gece Soap Operası	4
<b>Doğduğum Ev Kaderindir</b>	TV 8	Gece Soap Operası	2
<b>Kırmızı Oda</b>	TV 8	Gece Soap Operası	3
<b>Masumlar Apartmanı</b>	TRT 1	Gece Soap Operası	4
<b>Benim Adım Melek</b>	TRT 1	Gece Soap Operası	4
<b>Sol Yanım</b>	Star TV	Gençlik	4
<b>Kuzey Yıldızı İlk Aşk</b>	Show TV	Dramedi	4
<b>Menajerimi Ara</b>	Star TV	Dramedi	4
<b>Gönül Dağı</b>	TRT 1	Dramedi	4
<b>Tövbeler Olsun</b>	TRT 1	Dramedi	2
<b>Babam Çok Değişti</b>	Kanal D	Durum Komedi	4
<b>Sen Çal Kapımı</b>	Fox TV	Romantik Komedi	5
<b>Çok Güzel Hareketler 2</b>	Kanal D	Skeç Komedi	4
<b>Kuruluş Osman*</b>	ATV	Dönem	2
<b>Bir Zamanlar Çukurova*</b>	ATV	Dönem	2
<b>Uyanış Büyük Selçuklu</b>	TRT 1	Dönem	4
<b>Payitaht Abdülhamit</b>	TRT 1	Dönem	4
<b>Mucize Doktor</b>	Fox TV	Hastane	5
<b>Hekimoğlu</b>	Kanal D	Hastane	5

Çözümleme için mağduriyetle ilgili alanyazında öne çıkan araştırmalardan ve tanımlardan yola çıkılarak hazırlanan şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Mağduriyetin türü nedir? (Fiziksel, psikolojik, cinsel, ekonomik, politik, sosyal, doğal, vb.)
- Mağdur eden kimdir?
- Mağdur olan kimdir?
- Mağduriyetin görsel-işitsel sunumunda hangi teknikler kullanılmıştır?

\* Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz, Kuruluş Osman ve Bir Zamanlar Çukurova dizilerinin incelenen hafta aralığında birer bölümü yerine futbol maçı yayınlanmıştır. Bu nedenle bu dizilere ait birer bölümün tanıtımları incelenmiştir.

- Mağduriyet sonrası durum nedir? (kabullenme, reddetme, çaresizlik, mücadele vb.)

Örnekleme yer alan toplam 123 tanıtım, video paylaşım sitelerinden erişim sağlanarak izlenmiştir. Her bir tanıtım için ayrı ayrı yapılan çözümlenmeler, sonrasında dizi türleri temel alınarak birleştirilmiştir. Çözümlenmelerin sonuçları çeşitli karşılaştırmaları da içerecek biçimde bulgular alt başlığı altında değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

### Analizler

#### *Aksiyon ve polisiye dizilerin tanıtımlarında mağduriyet*

**Çukur dizisi:** 111. ve 112. bölümlere ait üç tanıtım incelenmiştir. 111. bölüm tanıtımında biri kadın olmak üzere beş mağdur kişi görünmektedir. Mağdur eden taraf ise hepsinde erkek karakterlerdir. Tüm mağduriyetin fiziksel ve sözel şiddet unsurları nedeniyle ortaya çıktığı görülmektedir. Adam kaçırma, bombalı ve silahlı saldırılar gibi şiddet olaylarına maruz kalarak mağdur olan kişilerin bunun karşısında bir mücadelesi tanıtımda yer almamaktadır, mağduriyet görsel ve sözel olarak ifade edilmektedir. Ana karakterin tanıtımın son bölümünde ‘çaresiz mağdur’ biçimde gösterildiği görüntüler, yükselen müzikle desteklenmektedir. Dizinin 112. bölümüne ait ikinci tanıtımda “Burası bizim çukurumuz. Bir kere düştün mü bir daha çıkamıyorsun” biçiminde ifade edilen ekonomik ve toplumsal bir mağduriyet söz konusudur. Bu mağduriyetin kadereci bir mağduriyet yaklaşımıyla sunulduğu dikkat çekmektedir. Tanıtımdaki diğer mağduriyetler ise, yine fiziksel şiddet nedeniyle ve erkekler tarafından yaratılan mağduriyetlerdir. Tanıtımda üç defa saatli bomba düzeneği görüntülenmesinin yanı sıra, silahlı saldırı ve yol kesme gibi şiddet olayları nedeniyle mağdur olan erkek karakterler görünmektedir. Bomba düzeneğine bağlı erkek karakterin, saatli bombanın sesiyle desteklenen görüntüsüyle yine çaresiz bir mağdur resmedilmektedir.

**Ramo dizisi:** 28. ve 29. bölüm tanıtımlarında hem kadın hem de erkek mağdurlara yer verilmektedir. İlk tanıtımda iki kadın ve bir erkek olmak üzere üç mağdur görünmekte, kadınlar fiziksel şiddet nedeniyle mağdur durumunda bulunurken erkeğin sevdiğinden ayrı kalması nedeniyle psikolojik bir mağduriyet yaşadığı anlatılmaktadır. Silahların çekildiği son bölüm, yine mağdurların çaresizliğiyle bitmektedir. İkinci tanıtım mağdur bir çocuğun görsel ve sözel anlamıyla başlamaktadır. Babasının ölümü nedeniyle psikolojik mağduriyet yaşayan çocuk, çaresiz ve yalnız olarak gösterilmektedir. Tanıtımda yer alan mağdur erkek ise fiziksel şiddet nedeniyle mağdur olan ancak bu kez durumu çaresizlikle ele alınmayan bir biçimde sunulmaktadır. Dizinin 29. bölümüne ait ilk tanıtımda bir kadın, babasının ölümü nedeniyle psikolojik bir mağduriyet içinde gösterilmektedir. Ağladığı da gösterilen kadın mağdurun intikam isteği ise sözel olarak ifade edilmektedir. İkinci tanıtımda üç erkek mağdur ve bir kadın mağdur bulunmaktadır. Hepsi erkekler tarafından gerçekleştirilen silahlı saldırı, tehdit, darp biçiminde gerçekleşen fiziksel ve sözel şiddet nedeniyle oluşan mağduriyetler söz konusudur. Kadın mağdur ise ormanda kaybolması nedeniyle doğal nedenlerden oluşan bir mağduriyet yaşarken çaresiz bir durumda sevgilisinden yardım istemek için bağırarak, kadının *drone*'la tepeden çekilmiş bu görüntüleri, mağduriyetini vurgulayan bir tarzda bitmektedir.

**Arıza dizisi:** 18. ve 19. bölümlere ait dört tanıtım incelenmiştir. İlk tanıtımda silahla diğer erkekler tarafından tehdit edilen bir erkek bulunmakta, tanıtım bu kişinin çaresiz yüz ifadesinin yakın çekimiyle son bulmaktadır. İkinci tanıtımda benzer biçimde silahlı saldırıya uğramış bir kadın ve bir erkek mağdurun çaresiz durumuyla bitmektedir. Dizinin 19. bölümüne ait tanıtımlarda ise fiziksel şiddet mağduru üç erkek ve bir kadın görüntülenmektedir. Askerler tarafından tutuklanan, tehdit edilen hatta işkence gören erkek karakterlerin yanı sıra tutuklanan bir de mağdur kadın bulunmaktadır. Son tanıtımda mağdur olarak konumlanan yaralı bir erkeğin yanında ona üzüldüğü için psikolojik anlamda mağdur olan bir de kadın bulunmaktadır. Sonrasında anne olduğu ifade edilen bir kadının ardından yine silahlı saldırıya uğrayan bir kadın ve bir erkek mağdur bu kez karşılık vermektedirler.

**Son yaz dizisi:** 3. ve 4. bölümlere ait ikişer tanıtım incelenmiştir. İlk tanıtımda biri erkek biri kadın iki mağdurun ne olduğu açıkça gösterilmeyen bir durum karşısında birbirilerine sarıldıkları gösterilmektedir. İkinci tanıtımda iki farklı sahnede yer alan erkek mağdurlar yine başka erkeklerin fiziksel şiddeti karşısında mağdur durumda bulunmaktadır. Ancak buradaki ilginç durum, kafasında kül tablası kırılan ilk mağdurun sonrasında mağdur edenin boynunu sıkmasıdır. Yani mağdurun gaddara

dönüştüğü ilginç bir durum sahnelenmiştir. 4. bölüme ait tanıtımların her ikisinde de birer erkek mağdur bulunmaktadır. İlki eli kolu bağlı, etrafı onu rehin alan erkeklerle çevrili bir konumda sunulan mağdur, buna karşın durumuna boyun eğmez bir tavır içinde gösterilmektedir. Son tanıtımın final görüntüleri ise resmi otoritenin simgesi olan savcı karakteri tarafından tokatlanan ve bu nedenle mağdur olarak sunulan ana karakterle bitmektedir.

**Maraşlı dizisi:** İlk bölüme ait üç, ikinci bölümüne ait iki olmak üzere beş tanıtım incelenmiştir. Dizinin ilk tanıtımında “Hayatının en kötü gününü” yaşadığını söyleyen ana karakterin mağduriyeti verilmektedir. Erkek karakterin o an için nedeni belli olmayan psikolojik bir mağduriyet yaşadığı anlaşılmaktadır. İkinci tanıtımda bu kez mağdur bir kadındır. Fiziksel şiddet karşısında mağdur durumda bulunan kadın karakterin mağduriyetinin giderilmesi için bir erkek tarafından korunması söz konusudur. Üçüncü tanıtımda ise biri erkek, biri kadın ve biri çocuk olmak üzere üç mağdura rastlanmaktadır. Kadın ve erkeğin psikolojik mağduriyet yaşadığı ifade edilirken, çocuk mağduru kaynağı tanıtımda belirtilmeyen bir travma nedeniyle konuşamaması söz konusudur. İkinci bölümün ilk tanıtımında yine çocuk mağdur gösterilirken başından geçenler dış sesle anlatılmaktadır. Son tanıtımda ise mağduriyetle ilgili bir durum belirlenmemiştir.

**Eşkya dünyaya hükümdar olmaz dizisi:** 179. bölüme ait bir tanıtım çözümlenmiştir. Bu tanıtımda kadın ve erkeklerden oluşan bir grup insan, mağdur olarak gösterilmektedir. Ölüm nedeniyle psikolojik mağdur olarak konumlanan bu insanlar oldukça dramatik bir müzik eşliğinde, siyah kıyafetler içinde ağlayarak, tabuta sarılarak ve mezar taşını öperek gösterilmektedir. Ölüm karşısındaki bu mağduriyet de tam anlamıyla bir kabullenme söz konusudur.

**Akıncı dizisi:** 3. ve 4. bölümlere ait ikişer tanıtım bulunmaktadır. Dizinin ilk tanıtımında üç mağdur erkek bulunmaktadır. Bunlardan ikisi yine erkekler tarafından fiziksel şiddete maruz kalarak mağdur durumunda bulunan kişilerdir. Erkekler tarafından gerçekleştirilen bu mağduriyete karşı bir duruş görülmektedir. Diğer erkek mağdur ise babasının ölümü nedeniyle psikolojik bir mağduriyet içinde bulunmaktadır. İkinci tanıtımda sadece bir kadın mağdur bulunmaktadır. Babasının kaçırılması nedeniyle psikolojik bir mağduriyet yaşamaktadır. 4.bölümün ilk tanıtımında bir kadın ve bir erkek mağdur vardır. Erkekler tarafından kaçırılan bir kadının fiziksel şiddet sonucu mağduriyeti, erkeğin ise bu kaçırılma olayının yanı sıra yapılan şantaj nedeniyle psikolojik mağduriyeti söz konusudur. Son tanıtımda ölen bir çocuk gösterilmektedir. Sonrasında ise iki ayrı kadının erkekler tarafından silahla alıkonulduğu sahnede kadınlar fiziksel şiddetin mağduru olarak gösterilmektedir. Tanıtımlar sürecince tempolu müzik dikkat çekmektedir.

**Arka sokaklar dizisi:** 573. ve 574. bölümlere ait ikişer tanıtım incelenmiştir. İlk tanıtımda polis olduğu belirtilen ve yaralı olarak ambulansla hastaneye yetiştirilmeye çalışılan bir kadın bulunmaktadır. Durumunun kritik olduğu ifade edilen kadının, gözlerinin kapanması, elinin düşmesi dramatik bir müzik eşliğinde ve yakın çekimle verilmektedir. İkinci tanıtımda ikisi erkek, üçü kadın olmak üzere beş mağdur kişi gösterilmektedir. Erkek mağdurlardan biri polis tarafından yakalanması sırasında fiziksel şiddet mağduru, diğeri ise yanlış karar verdiğini düşündüğü için suçluluk duyan bu nedenle psikolojik mağdur durumunda bulunan bir karakterdir. Kadın mağdurlar ise erkeklerin fiziksel şiddetine (zorla alıkoyma, bayılma, dövülerek yerde sürüklenme) maruz kalan kadınlardır. Mağduriyet durumlarına herhangi bir karşı çıkış söz konusu değildir. 574. bölümün ilk tanıtımında iki kadın mağdura yer verilmektedir. Ambulansta bulunan ve kaynağı belirtilmeyen bir fiziksel şiddete maruz kaldığı anlaşılan bir kadın mağdur bulunmaktadır. Diğer mağdur kadın ise psikolojik bir mağduriyet yaşamaktadır. Erkek tarafından mağdur bırakılmıştır ve buna isyan etmektedir. Son tanıtımda ise iki erkek mağdur bulunmaktadır. İlki kızının kaçırılması nedeniyle psikolojik, diğeri ise son sahnede silahla tehdit edilmesi nedeniyle fiziksel şiddet mağduru. Tanıtım bu mağduriyet anındaki görüntülerle son bulmaktadır.

#### **Gece soap operası ve gençlik dizilerinin tanıtımlarında mağduriyet**

**Alev alev dizisi:** 10 ve 11. bölümlere ait ikişer tanıtım araştırma kapsamında çözümlenmiştir. İlk tanıtımda bir kadın ve bir erkek olmak üzere iki mağdur bulunmaktadır. Erkek tarafından mağdur edilen kadın, sözel şiddete maruz kaldığı için psikolojik mağdur olarak gösterilmektedir. Erkek mağdur ise

yine bir erkek tarafından gerçekleştirilen fiziksel şiddete maruz kalan bir mağdur olarak sunulmaktadır. İkinci tanıtımda ise bir erkek mağdura rastlanmaktadır. Aşkını itiraf edemeyen erkek, psikolojik olarak mağduriyet yaşamaktadır. Müziğin yoğun biçimde kullanıldığı tanıtımda karşılıklı diyaloglar ve bakışlar kullanılmaktadır. 11. bölümün ilk tanıtımında kadın, çocuk ve erkek olmak üzere altı mağdur karakter bulunmaktadır. Çocuğundan ayrı olması nedeniyle kadın ve anne mağdur psikolojik mağduriyet içinde sunulmaktadır. Aynı durumun karşısında çocuğun da annesinden ayrı olmasından kaynaklı psikolojik mağduriyeti söz konusudur. Erkek mağdur ise nişanlısının onu ihbar etmesi sonucu tutuklanması nedeniyle psikolojik mağdur olarak hayal kırıklığı yaşamaktadır. Tanıtımın devamında iki kadın ve bir çocuk mağdur vardır. Kadınlardan ilki yangın nedeniyle yüzünde kalan yanık izleri kalan bir kaza mağdurdur. Diğer kadın mağdur bir erkek tarafından uygulanan fiziksel şiddete maruz kalmaktadır. Çocuk mağdur ise annesinin ölümü sonrası duygusal anlamda bağlandığı kadını kaybetme korkusu yaşadığı için psikolojik bir mağduriyet içinde gösterilmektedir. Kadın ve çocuk mağdurların gözlerine odaklanan yakın çekimler özellikle dikkat çekmektedir. İkinci tanıtımda mağduriyetle ilgili bir unsura rastlanmamıştır.

**Sefirin kızı dizisi:** 35. ve 36. bölümlere ait birer tanıtım bulunmaktadır. İlk tanıtımda iki erkek ve bir kadın mağdur görülmektedir. Tutuklu olan ilk erkek mağdur hapishanede olması nedeniyle fiziksel olarak mağduriyet yaşamasının yanı sıra çocuğunu özlemesi nedeniyle de psikolojik olarak mağdurdur. Aynı erkek mağdur ilerleyen sahnelerde bıçaklanarak fiziksel şiddet mağduru olarak sunulmaktadır. Yerde yaralı olarak bilinçsiz bir şekilde yatarken üst açıdan gösterilmekte, tüm tanıtıma dramatik bir müzik eşlik etmektedir. Bu tanıtımda yer alan kadın mağdur ise zorla evlendirilme durumdadır. Bu anlamda psikolojik bir mağduriyeti söz konusudur. İkinci tanıtımda ise bir erkek ve bir çocuk mağdur bulunmaktadır. Erkek mağdur, ayrılık acısı yaşaması nedeniyle, kadın mağdur ise annesinden ayrılmış olduğundan psikolojik mağdur konumundadır.

**Akrep dizisi:** 6.ve 7. bölüm tanıtımlarından ilkinde mağduriyetle ilgili bir unsura rastlanmamıştır. İkinci tanıtımda istenmeyen bir erkek olarak sunulan, bu nedenle psikolojik mağdur konumunda bulunan bir karaktere yer verilmiştir. 7.bölümün ilk tanıtımında evlatlık olduğunu, bir kadından öğrendiği bir diğer kadın bulunmaktadır. Bu nedenle psikolojik olarak mağdur bir kadın olarak sunulmaktadır. İkinci tanıtımda ise anne ve kızı olarak kurgulanan iki kadın karakterin karşılıklı ilişkisi konu edilmiştir. Tecavüze uğramış anne cinsel mağduriyet yaşarken, bu tecavüz sonucu doğan kızını terk ederek mağdur etmektedir. Bu tanıtımda bir yandan mağduriyetin neden-sonuç ilişkisi içinde sunulduğu görülürken, mağdurun gaddara dönüşmesi de söz konusudur.

**Yasak elma dizisi:** 93. ve 94. bölümlere ait üç tanıtım tespit edilmiş olup, ilk tanıtımda bir kadının neden olduğu ve utanma duygusu üzerinden kurulan psikolojik bir kadın mağduriyeti bulunmaktadır. Diğer bölüme ait ilk tanıtımda ise bir kadın tarafından mağdur duruma düşürülen iki kadın resmedilmektedir. Kadınların tehdit edilmelerine karşı boyun eğmeyen tavırları dikkat çekicidir. Son tanıtımda ise mağduriyetle ilgili bir unsura rastlanmamıştır.

**Baraj dizisi:** Dört tanıtım incelenmiştir. 22. bölümün ilk tanıtımında ve 23. bölümün her iki tanıtımında mağduriyetle ilgili herhangi bir unsur bulunmadığı görülmektedir. 22.bölümün ikinci tanıtımında ise terk edildiği için psikolojik mağdur olan kadın ve boğulan bir mağdur erkek bulunmaktadır. Ölen karakter, can çekişirken görüntülenmekte ve çaresiz mağdur olarak konumlanmaktadır.

**Kefaret dizisi:** 9. ve 10. bölümlere ait dört tanıtım bulunmakla birlikte bunlardan 10. bölüme ait ilk tanıtımda mağduriyetle ilgili bir unsur bulunmadığı tespit edilmiştir. Dizinin 9. bölüm tanıtımında bir mağdur çocuk ve bir de mağdur kadın gösterilmektedir. Çocuk, tanıtımda belirtilmeyen bir nedenden dolayı hafıza kaybı yaşayan bir karakterdir. Kadın mağdur ise bir erkek tarafından tehdit edilen bu anlamda sözel şiddete uğrayan psikolojik mağdur durumundadır. 10. bölümün ikinci tanıtımında ise erkekler tarafından dövülerek götürülen mağdur bir erkek yer almaktadır. Yine karakterin çaresizliğinin altı çizilmektedir.

**Sadakatsiz dizisi:** 13. ve 14. bölümlerin tanıtımları mağduriyet bağlamında çözümlenmiştir. 13. bölümün ilk tanıtımında mağdur bir erkek bulunmaktadır. Psikolojik mağduriyet yaşayan karakterin yakın

çekimde ağladığı da gösterilmektedir. İkinci tanıtımda ise bir erkeğin fiziksel şiddetine maruz kalan bir erkek söz konusudur. Bir başka erkek mağdur da aşk acısı nedeniyle psikolojik mağduriyet içinde anlatılmaktadır, mağdur erkeğin yine ağladığı görülmektedir. Dizinin 14. bölüm tanıtımında ise psikolojik mağduriyet yaşayan bir çocuk kurgulanmıştır. Çocuk “sorunlu annenin sorunlu çocuğu” biçiminde etiketlenmekte ve hırsızlıkla suçlanmaktadır.

**Hercai dizisi:** 55. ve 56. bölümlerin ikişer tanıtımı çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. 55. bölümün ilk tanıtımında üç kadın ve iki erkek mağdura yer verilmiştir. İlk kadın mağdur, bir kadın tarafından toplum içinde küçük düşürülerek psikolojik mağduriyet yaşamaktadır. İkinci kadın mağdur ise bir başkasını mağdur ettiği için çektiği vicdan azabı nedeniyle psikolojik mağdur durumundadır. Diğer mağdur kadın ise tanıtımda nedeni belirtilmemiş bir nedenden dolayı intihar etmek üzere olan ve yine psikolojik mağdur olarak kurgulanan bir karakterdir. Erkek mağdurlar da kadınlar gibi psikolojik mağdur biçimde tasarlanmıştır. İlk erkek mağdur hayal kırıklığı yaşadığı için, ikincisi ise birinin ölümü üzerine duyduğu üzüntü nedeniyle mağdur olarak gösterilmektedir. Özellikle son erkeğin çaresizliği yüzüne yapılan yakın çekimle vurgulanmıştır. İkinci tanıtımda ise anne özlemi çeken bu nedenle ağlayan ve yine çaresiz ifadesi dikkat çeken bir erkek mağdur bulunmaktadır. 56. bölüm tanıtımlarının ilkinde ise anne özlemi çekerek ağlayan bir erkeğin psikolojik mağduriyeti söz konusudur. Son tanıtımda iki kadın mağdurun yanı sıra bir erkek mağdura rastlanmaktadır. Kadın mağdurlardan ilki oğlunun ölümü nedeniyle psikolojik mağduriyet yaşarken, diğer kadın bir erkek tarafından kaçırılarak fiziksel mağdur olmaktadır. Bu tanıtımdaki erkek ise trafik kazası geçiren bir kaza mağduru biçiminde gösterilmektedir.

**Doğduğun ev kaderindir dizisi:** Her bölümün birer tanıtımı olması nedeniyle örnekleme iki tanıtımla yer almaktadır. 27. bölüm tanıtımında iki erkek mağdur ve bir kadın mağdur bulunmaktadır. Mağdur erkek, aşk acısı yaşaması nedeniyle psikolojik mağdur olarak değerlendirilmiştir. Aynı erkek başka bir sahnede hapisanede bıçaklanarak yere düşmektedir. Fiziksel mağdur olan erkeği bıçaklayan ise yine bir başka erkek mahkûmdur. Yerde kanlar içinde yatan mağdur erkek, üst açıdan gösterilmekte, sahne dramatik bir müzikle tamamlanmaktadır. Tanıtımda yer alan kadın mağdur ise bir erkeğin tehdidi nedeniyle psikolojik mağdur olarak kurgulanmıştır. Ancak mağduriyete boyun eğmeyen bir karakter olarak tüm ısrarlara karşın şikâyetini geri almamaktadır. 28. bölümün tanıtımında ise bir erkek mağdur ve iki kadın mağdur bulunmaktadır. Mağdur erkek, fiziksel mağdur olarak hastanede çaresiz yatarken görüntülenmektedir. Tanıtımdaki ilk mağdur kadın kendisini olaylardan sorumlu hissetmekte bu nedenle yaşadığı suçluluk duygusu psikolojik mağduriyetle sonuçlanmaktadır. Tanıtımda yer alan son kadın mağdur ise ekonomik mağdur biçiminde kurgulanmıştır. Ev kirasını ödeyemediği için evden atılmaktadır. Ancak bu durumda ona destek olan başka kadınlar vardır. Tanıtım süresince görüntülere eşlik eden dramatik müzik dikkat çekicidir.

**Kırmızı oda dizisi:** Dizi sadece kadın mağdurlara yer vermesi bakımından ilginçtir. 20. ve 21. bölümlerin üç tanıtımı bulunan dizinin ilk tanıtımında her iki kadın mağdur da psikolojik mağdur biçimde kurgulanmıştır. Birinin nedeni aşk acısı olarak belirtilirken, diğerinin nedeni tanıtımda anlatılmamaktadır. İkinci tanıtımda yine iki kadın mağdur bulunmaktadır. Kadınlardan ilki ayrılık acısı çeken mutsuz bir karakter olarak psikolojik mağdur biçiminde gösterilirken ikinci kadın mağdur fiziksel şiddet gördüğü anlaşılan bir durumda yerde baygın yatarken görüntülenmiştir. Mağdur kadın tamamen savunmasız ve çaresiz durumdadır. Her iki tanıtımda da dramatik müzik anlatıyı tamamlamaktadır. 21. bölümün tek tanıtımda ise iki kadın mağdur yer almaktadır. Her ikisi de psikolojik mağdur biçiminde tasarlanan karakterlerden ilki ağlayan ama aynı zamanda isyan eden bir biçimde resmedilmiştir. Diğer kadın ise psikolojik mağduriyet yaşamakla birlikte babası olmadığı halde çocuğuna babalık yapan kişiye karşı borçlu hissetmekte bu anlamda mağduriyeti de kabullenmiş görünmektedir.

**Masumlar apartmanı dizisi:** Dizinin 17. ve 18. bölümlerinin ikişer tanıtımı mağduriyet unsurları bakımından incelendiğinde ilk tanıtımda iki kadın ve bir erkek mağdura rastlanmaktadır. Hepsinin psikolojik mağdur olduğu bu tanıtımda kadınların mağduriyeti, tanıtımda özel olarak açıklanmamakla birlikte hatırlatmalarla ifade edilen geçmiş travmalara dayanmakta, erkeğin psikolojik mağduriyeti ise ayrı yaşamak istemesine karşın ailesini bırakamamasından kaynaklanmaktadır. İkinci tanıtımda bu kez biri erkek biri kadın olmak üzere iki mağdur karakter yer almaktadır. Psikolojik mağdur olan karakterin ağladığı görüntülerde karakterin kendine acıması vurgulanmaktadır. Erkek mağdur ise terk edilmiş ve

aşk acısı çeken psikolojik mağdur olarak gösterilmiştir. Finalde ağlayan, elleri titreyen bir biçimde karakterin çaresizliğinin altı çizilmektedir. 18. bölümün ilk tanıtımında ise terk edilmiş bir erkek, psikolojik mağduriyet yaşamakla beraber durumu kabullenmemektedir. İkinci tanıtımda ise bir aile çevresinde erkek ve kadın karakterlerin psikolojik mağduriyetleri anlatılırken, anne karakterinin mağduriyetini kullandığı gözlenmektedir.

**Benim adım melek dizisi:** Dizinin ilk tanıtımında organ nakli beklediği ifade edilen bir kadın, hasta mağdur olarak gösterilmektedir. İkinci tanıtımda da aynı mağdur kadına yer verilmekle birlikte bu kez organ nakli olasılığıyla mağduriyetin giderilmesi için bir umut söz konusudur. Dizinin 49. bölümünün tanıtımında ise ailesi ve aşkı arasında seçim yapmak zorunda kalan bir erkeğin psikolojik mağduriyeti işlenmiştir. Son tanıtımda ise hastanede organ nakli ameliyatına götürülen fiziksel mağdur olan kadın dramatik bir müzik eşliğinde görüntülenmektedir. Kadının yakınlarının ağlayarak gösterildiği sahnelerde de yine psikolojik mağduriyet söz konusudur.

**Sol yanım dizisi:** Dizinin 7. bölüm ilk tanıtımında bir erkek mağdura rastlanmaktadır. Oğlunun ölmesini istediği erkek mağdur, bu nedenle psikolojik mağduriyet yaşamaktadır. İkinci tanıtımda ise iki mağdur erkek bulunmaktadır. Bir kadın tarafından mağdur edilen erkek mağdurlardan ilki, aşk acısı çekmesi nedeniyle diğeri ise annesi tarafından azarlanması nedeniyle psikolojik mağduriyet yaşamaktadır. 8. bölümün sadece ilk tanıtımında mağduriyet unsurları bulunmaktadır. İki erkek, biri kadın ve biri de çocuk olmak üzere dört mağdur karaktere yer verilmiştir. İlki oğluya olumsuz ilişkisi nedeniyle psikolojik mağdur durumundadır. Diğer erkek karakter yanlış anlama nedeniyle psikolojik mağdur durumuna düşmüştür. Mağdur çocuk ise hırsızlıkla suçlanması sebebiyle psikolojik mağduriyet yaşamaktadır. Son olarak bir erkekten borç para alan kadının ekonomik mağduriyeti söz konusudur.

**Komedi dizilerinin tanıtımlarında mağduriyet (dramedi, durum komedisi, romantik komedi, skeç komedi)**

**Kuzey yıldızı ilk aşk dizisi:** 47. ve 48. bölümlerine ait dört tanıtım incelenmiştir. İlk tanıtımda kaza geçiren bir erkek mağdur görülmektedir. İkinci tanıtımda ise yine bir erkek mağdur kaza kurşunu nedeniyle yaralı olarak gösterilmektedir. Dizinin 48. bölümüne ait tanıtımların ilkinde ise dört farklı mağdura yer verilmektedir. Bunlardan ikisi erkek, biri kadın, biri ise bir çift olarak kurgulanmıştır. Mağdur çift yanlış anlama nedeniyle psikolojik mağdur durumundadır. Erkek fiziksel şiddete uğramıştır, diğer erkek ise ayağı keçiye yalıtılarak işkence edilen bir karakterdir. Bu üç durumda da mağduriyet durumları üzerinden bir mizah üretildiği anlaşılmaktadır. Öte yandan son mağdur olan kadının (haksız yere) tutuklanması gülünç olarak tasarlanmamıştır. Zira tanıtımın finalinde yer alan bu sahnede kadın çaresiz mağdur olarak gösterilmektedir. İkinci tanıtımda ise iki çiftin mağduriyeti gösterilmektedir. Çiftlerden ilki karla kaplı arazide motorları bozulduğu için mağduriyet yaşar. Aslında burada bir kader mağduriyeti söz konusudur. Diğer çift ise benzer biçimde karlı arazide mahsur kalmıştır. Doğal sebeplerden oluşan bir mağduriyet söz konusudur ve yine çiftin bu durumdaki çaresizliğiyle sona ermektedir.

**Menajerimi ara dizisi:** Dört tanıtım incelenmiştir. 21. bölümün ilk tanıtımında bir erkek tarafından silahlı saldırıya uğrayan bir erkeğin fiziksel mağduriyeti söz konusudur. İkinci tanıtımda ise dizide mağdur rolü yapan bir erkek karaktere yer verilmiştir. Böylece kız arkadaşının ilgisini çekebileceğini düşünmektedir. Mağduriyetin karşı tarafın merhametini ve sempatisini kazanmak üzere kullanılacak bir unsur olduğu ifade edilmektedir. 22. bölümde ise dizilerde çok rastlanmayan ekonomik bir mağduriyete rastlanmaktadır. Bir erkek tarafından işten çıkarılmak istenen bir kadın mağdurun durumuna karşı çıkan kadın karaktere yer verilmiştir. Mağduriyeti reddetmek ve mağduriyet karşısında birlikte mücadele etmek söz konusudur. 22. bölümün ikinci tanıtımında ise yaşlı bir mağdur bulunmaktadır. Hem doğal sebep olarak yaşlılık durumu hem de hastalık olarak hatırlamama durumu nedeniyle yaşlı insan mağdur olarak sunulmaktadır.

**Gönül dağı dizisi:** 12. ve 13. bölümlerinin ilk tanıtımlarında mağduriyet olarak değerlendirilebilecek herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. İkinci tanıtımlarında ise mağdur erkek ve mağdur kadınlar bulunmaktadır. Bu tanıtımların ilkinde terk edilerek psikolojik mağduriyet yaşayan bir erkeğin yanı sıra bu mağduriyetin sebebi olan kadının da psikolojik mağduriyetine yer verilmiştir. Hatta mağdur kadının



ağlayarak görüntülenmesiyle iki tarafın da mağdurluğunun altı çizilmiştir. Son tanıtımda ise sözel anlatımla durumu ifade edilen psikolojik mağdur bir kadının yaşadığı aşk acısı ve özlem duyguları anlatılmaktadır. Ayrıca yalan makinesine bağlanan bir erkeğe uygulanan fiziksel şiddet nedeniyle ortaya çıkan mağduriyet, komedi unsuru olarak kullanılmıştır.

**Tövbeler olsun dizisi:** 22. ve 23. bölümlerin ikişer tanıtımı incelenmiş olup sadece bir tanıtımda mağduriyet durumu tespit edilmiştir. Babasının evlenmesine izin vermediği bir kadın mağdurun yaşadığı psikolojik mağduriyet, aynı zamanda tanıtımın final sahnesini oluşturmaktadır.

**Babam çok değişti dizisi:** 2. ve 3. bölümlerin ikişer tanıtımları araştırma kapsamında değerlendirilmiş, ancak bu tanıtımlardan iki tanesinde mağduriyetle ilgili bir bulguya ulaşılamamıştır. 2. bölümün ilk tanıtımında evinden taşınan bir kadının psikolojik mağduriyeti gösterilirken, 3. bölümün ikinci tanıtımında evli bir çiftin annelerinin müdahalesi nedeniyle yaşadıkları mağduriyet söz konusudur. Ancak bu mağduriyet çaresiz bir mağduriyetten ziyade komedi unsurlarını besleyen bir nitelikte kullanılmıştır.

**Sen çal kapımı dizisi:** 27. ve 28. bölümlere ait toplam beş tanıtım incelenen dizinin sadece 27. bölümünün ikinci tanıtımında bir kadın mağdur tespit edilmiştir. Nedeni belli olmayan bir biçimde baygın durumda yatan ana kadın karakter savunmasız bir biçimde tanıtımın finalinde yer almaktadır.

**Çok güzel hareketler 2 dizisi:** 69. ve 70. bölümlere ait ikişer tanıtım incelenmiş olup, hiçbirinde mağduriyetle ilgili bir unsura rastlanmamıştır.

#### **Dönem dizilerinin tanıtımlarında mağduriyet**

**Kuruluş osman dizisi:** 42. bölüme ait iki tanıtım vardır ancak bunlardan ikincisinde mağduriyetle ilgili bir unsur bulunmamaktadır. İlk tanıtımda ise savaş sahneleri ve burada karşılıklı yoğun bir şiddet olmasına karşın bu sahneler mağduriyet kapsamına girmemektedir. Zira bu sahnelerde iki karşıt güç birbirine üstünlük sağlamadığından bir tarafın mağdur olması da söz konusu değildir. Tanıtımdaki mağdur ise kadındır. Nedeni kocasının kendisinin üstüne kuma getirmek istemesidir. Bu noktada mağdur kadın, psikolojik mağdur olarak gösterilmektedir.

**Bir zamanlar çukurova dizisi:** 80. bölüme ait iki tanıtım incelenmiştir. İlk tanıtımda hakkında hiçbir bilgi verilmeyen bir kadının mağdurluğundan söz edilmektedir. Kadın, mağdur olarak konumlanmakla birlikte ne onu mağdur edene ne de bu mağduriyetin sebebine ilişkin bir bilgi verilmektedir. İkinci tanıtımda ise biri çocuk biri de onun babası olan iki karakterin mağduriyeti gösterilmektedir. Bu iki karakter sözel olarak tehdit edilmekte, bu nedenle psikolojik mağdur olarak resmedilmektedir.

**Uyanış: büyük selçuklu dizisi:** 16. ve 17. bölümlere ait dört tanıtım bulunmaktadır. İlk tanıtımda iki farklı kadın mağdur gösterilmektedir. Babasının sözel ve fiziksel şiddetine maruz kalan kadın aynı zamanda zorla evlendirilmek istenmektedir. Dolayısıyla pek çok açıdan mağdur durumdadır. Tanıtımda bu kadın karakterin gözyaşları içinde kalmasına yer verilmiştir. Diğer mağdur kadın sahnesinde ise bu kez fiziksel şiddete maruz kalarak mağdur olan bir kadının, bir başka kadın tarafından kurtarıldığı anlatılmaktadır. Bu noktada bu kurtarıyla mağdur, cinsel mağduriyetten (tecavüz) de kurtarılmış olmaktadır. İkinci tanıtımda ise iki farklı mağdur erkek bulunmaktadır. İlk erkek mağdur, annesinin ölümü tanık olmaktadır, dolayısıyla ölüm nedeniyle yaşadığı üzüntü onu psikolojik mağdur olarak konumlamaktadır. Ancak bu kez mağdur erkeğin ölüm karşısında bağıarak isyan ettiği gösterilmekte, durumu kabullenmek istemediği anlatılmaktadır. İkinci mağdur erkek ise fiziksel şiddete uğrayan bir erkektir. Mağdurun bu durumu tanıtımın final sahnesi olarak sunulmakta, karakterin çaresiz yüz ifadesi yakın çekimle ekrana taşınmaktadır. 17. bölümün ilk tanıtımında ise mağdur erkek hem fiziksel şiddete, hem de etnik ayrımcılığa maruz kalan bir karakterdir. Başka bir erkek tarafından başı ezilmektedir. İkinci tanıtımda ise bir kadın ve bir de erkek mağdura yer verilmiştir. İlki babası tarafından evlenmeye zorlanan ve bu nedenle ağlayan psikolojik mağdur kadındır. Son olarak tanıtımda bir erkek mağdur gösterilmektedir. Diğer erkekler tarafından fiziksel şiddet uygulanan mağdur erkek, etrafını saranlar tarafından yere diz çöktürülmüş çaresiz bir biçimde görüntülenmektedir.

**Payitaht abdülhamit dizisi:** 134. bölüme ait ilk tanıtımda zehirlenerek fiziksel şiddete maruz kaldığı sözel olarak ifade edilen bir kadın mağdur bulunmaktadır. İkinci tanıtımda ise Osmanlı İmparatorluğu'nun padişahı Abdülhamit mağdur olarak gösterilmektedir. Zira bu mağdur erkek, ülkesinin içinde bulunduğu duruma üzüldüğü için psikolojik mağdur olarak resmedilmiştir. 135. bölümün ilk tanıtımında mağduriyetle ilgili bir unsura rastlanmazken, ikinci tanıtımda yine padişahın mağdur erkek olarak konumlandığı görülmektedir. Burada dikkat çeken nokta padişahın siyasi otoritesini yitirmesinden söz edilmesidir. Dolayısıyla politik mağduriyet söz konusudur. Son olarak diğer ülkelerin Osmanlı İmparatorluğu'na karşı birleştiğinden söz edilerek mağduriyet, ülke seviyesine taşınmaktadır.

#### **Hastane dizilerinin tanıtımlarında mağduriyet**

**Mucize doktor dizisi:** 45. ve 46. bölümlere ait beş tanıtım bulunmaktadır. İlk tanıtımda üç farklı mağdur kadın karakter yer almaktadır. Bunlardan biri hasta, diğerleri ise hasta yakını biçiminde tasarlanmıştır. İlk mağdur kadın yüzündeki şekil bozukluğu nedeniyle psikolojik mağdur durumundadır. Diğer mağdur ise artık ölmek üzere olan birinin annesidir. Yine psikolojik mağdur olarak hem çocuğunun durumuna üzülmede, hem de onun organlarını bağışlama konusunda kararsızlık yaşamaktadır. Üçüncü mağdur ise organ nakli bekleyen başka bir çocuğun annesidir. O da psikolojik mağdur olarak kurgulanmıştır ve ağlarken görüntülenmiştir. İkinci tanıtımda yine organ nakli bekleyen çocuğun annesi yer almaktadır. Bu tanıtımda yer alan diğer mağdur ise dizinin ana karakteri olan doktordur. Mesleki bir rekabet nedeniyle psikolojik mağdur olarak sunulmaktadır. Dizinin 46. bölümünün üç tanıtımı olmakla birlikte üçüncü tanıtımda mağduriyetle ilgili bir bulguya rastlanmamıştır. İlk tanıtımda haksızlığa uğradığı için psikolojik mağdur olarak gösterilen bir erkek karakter bulunmaktadır. İkinci tanıtımda ise bu kez bir kadın tarafından ekonomik olarak mağdur edilen bir başka kadın tasarlanmıştır. Mağdur kadının yüzü yakın çekimle gösterilmektedir.

**Hekimoğlu dizisi:** 32. ve 33. bölümlerin tanıtımları incelenmiştir. İlk tanıtımda bir erkek, bir de çocuk mağdur bulunmaktadır. Mağdur erkek kendisinden bilgi gizlenen ve bu nedenle psikolojik mağdur olarak konumlanan dizinin ana karakteri doktordur. Mağdur çocuk ise hastalığı tespit edilemeyen ancak yattığı yerde çırpınan bir karakter olarak kurgulanmıştır. İkinci tanıtımda erkek bir polis tarafından haksız yere tutuklanan mağdur (erkek) doktor bulunmaktadır. Üçüncü tanıtımda ise mağdur çocuk, mağdur doktor ve mağdur hasta yakınları bulunmaktadır. Önceki tanıtımlardaki aynı çocuk hasta, hastalığının ne olduğu bile tespit edilememiş ve bundan acı çeker biçimde gösterilen hastalık mağduru bir karakterdir. Çocuğun anne ve babası da üzüntü içinde olmaları bakımından psikolojik mağdur durumundadırlar. Son olarak yine endişe ve üzüntü içinde resmedilen mağdur doktor, psikolojik mağdur olarak gösterilmektedir. Dizinin 33. bölüm tanıtımlarının her ikisinde de birer hasta mağdur bulunmaktadır. Biri yetişkin erkek, diğeri çocuk olarak tasarlanan bu mağdurların her ikisi de hasta yatağında çaresizce yatarken görüntülenmektedir.

#### **Bulgular**

Yerli dizi tanıtımlarında mağduriyet olgusunu araştıran bu çalışma kapsamında incelenen 123 yerli dizi tanıtımının 98'inde mağduriyet temsiline rastlanmıştır. Mağduriyetin bu kadar sık kullanılması medya etkileri çerçevesinde suç mağduriyet korkusuyla da ilişkilendirilebilir. Zira ekrandan bu mağduriyet temsillerini izleyen izleyiciler her ne kadar kendileri doğrudan mağdur olmasalar da dolaylı mağdur olarak değerlendirilebilir. Ekranda bu kadar sık rastlanan bu unsurun izleyicide suç mağduriyet korkusunu tetikleyeceği kolaylıkla varsayılabilir. Elde edilen veriler tanıtımlarda ağırlıklı olarak psikolojik mağduriyete yer verildiğini göstermektedir. Psikolojik mağduriyetin kaynaklarına bakıldığında ise aşk ve ayrılık acısı, özlem, ölüm, hayal kırıklığı, küçük düşürme, evliliğe zorlanma gibi durumların ön plana çıktığı görülmektedir. Psikolojik mağduriyetin ardından fiziksel mağduriyet durumları gelmektedir. Özellikle fiziksel şiddete maruz kalan mağdurlara sıkça rastlanmaktadır. Hasta ve yaralı mağdurlar da yine fiziksel mağdur olarak tanıtımlarda gösterilmektedir. Bir başka mağduriyet biçimi olarak ekonomik mağduriyete ise üç örnekte rastlanmıştır. Ekonomik mağdurların hepsinin kadın olması da dikkat çekicidir. Yerli dizi tanıtımlarında cinsel mağduriyete ise iki kez rastlanmıştır. Her iki örnekte de mağdur kadındır. Cinsel mağduriyet birinde sözel ve geçmişe ait bir konu olarak sunulmuş, diğesinde ise bu saldırı başka bir kadının desteğiyle engellenmiştir. Politik mağduriyet de benzer biçimde iki kez kullanılmış, her ikisi de dönem dizisindedir. Ayrıca yangın, kaybolma, araba arızası gibi

rastlantısal/doğal nedenle oluşan ve kader/kaza mağduru olarak ifade edilen bir mağduriyet tarzı da tanıtımlarda yer bulmaktadır. Alev Alev, Ramo ve Kuzey Yıldızı İlk Aşk dizilerinin tanıtımlarında bu durumun örnek sahneleri bulunmaktadır.

Mağduriyet incelemesi türler temel alınarak değerlendirildiğinde aksiyon ve polisiye türündeki dizilerde şiddet kaynaklı fiziksel mağduriyetlerin çoğunluğu oluşturduğu anlaşılmaktadır. Bu anlamda saatli bomba, adam kaçıрма, silahlı saldırı ve tehditlere varan çeşitli biçimlerdeki şiddet uygulamaları sonucu ölen, yaralanan, zarar gören, korkan karakterlere sık sık rastlanmaktadır. Bu anlamda mağdur edenin genellikle erkek olduğu bu görüntülerde, mağdur kadının erkeğin korumasına muhtaç olduğu söylemi sıkça tekrarlanmaktadır. Maraşlı, Ramo ve Çukur dizilerinin tanıtımlarında bu söylem açık biçimde ifade edilmektedir. Komedi türündeki dizi tanıtımlarında ise, psikolojik mağduriyet biçimlerine rastlanmakla birlikte çoğu kez bunun görece masum bir biçimde kurgulandığı ve mağduriyetin mizah unsuru olarak kullanıldığı görülmektedir. Öte yandan bu tür dizi tanıtımlarında mağduriyete diğer dizi türlerine göre oldukça az yer verildiği dikkat çekmekte, bazı tanıtımlarda mağduriyete dair hiçbir unsur bulunmamaktadır. Diziler arasında önemli bir kategori olarak yer alan dönem dizileri tanıtımları ise, mağduriyet unsurları açısından ilginç örnekler barındırmaktadır. Burada fiziksel ve psikolojik mağduriyetlerin yanı sıra politik mağduriyete yer verilmiş ve ülke bazında bir mağduriyetten bile söz edilmiştir. Hastane dizisi tanıtımlarında ağırlıklı olarak hasta mağdurlar bulunmaktadır. Hastaların fiziksel mağduriyetlerinin yanı sıra, durumlarının umutsuz ve dramatik kurgulanması nedeniyle psikolojik mağdur olarak da sunuldukları görülmektedir. Ayrıca hasta yakınları ve doktorlar da benzer biçimde psikolojik mağdurlar olarak konumlanmaktadır. Kuşkusuz yerli diziler arasında dramatik olayların yoğun olarak konu edildiği gece soap operaları da mağduriyet bağlamında bol malzeme içermektedir. Tanıtımlarda psikolojik mağduriyet biçimleri öne çıkmakla birlikte fiziksel ve ekonomik mağduriyetlere de sıklıkla rastlanmaktadır.

Mağduriyetle ilgili unsurlarda cinsiyetle ilgili de çıkarımlar yapmak mümkündür. İncelenen tanıtımlarda mağdur edenin genellikle erkekler olduğu görülmektedir. Özellikle fiziksel mağduriyete sebep olan erkek karakterler oldukça fazladır. Bu anlamda, erkeklerin pek çok defa hem erkeklerde hem de kadınlarda mağduriyetin nedeni olduğu belirlenmiştir. Kadınların kadınlarda neden olduğu mağduriyet örneklerine de rastlanmıştır. Dikkat çeken ise, kadının erkeğin mağduriyetinin nedeni olduğu durumların psikolojik mağduriyetler olarak tasarlanmasıdır. Öte yandan, kadınların psikolojik mağduriyetlerinde, genellikle ilişkilendirilen duygusal durumlar önemli bir yer kaplamaktadır. Çocuk mağdurlarda ise cinsiyet ayrımı gözlenmemiştir. Çocuk mağdurların çoğunlukla psikolojik mağduriyet içinde gösterildiği anlaşılmaktadır, bunların büyük kısmı ise anne veya babadan ayrı kalma, özlem çekme veya ölüm nedeniyle yaşanan üzüntü biçimindedir. Çocukların yaşadıkları mağduriyet nedeniyle hafıza kaybı ya da konuş(a)mama gibi durumlar yaşadıkları da tanıtımlarda konu edilmektedir.

İncelemeler sonucunda mağduriyetle ilgili ilginç temsil biçimleri de görülmüştür. Bunlardan ilki, iki tanıtımda rastlanan, ‘mağdurun gaddara dönüşmesi’ olarak ifade edilebilecek durumdur. Bu durum ilk mağduriyet kuramcılarında biri olan von Hentig’in ‘fail-mağdur’ kavramıyla örtüşmektedir zira von Hentig suça maruz kalan bir mağdurun suç işleyerek fail sıfatını kazanabileceğini ileri sürmektedir (Polat, 2014: 82). Son Yaz ve Akrep dizilerinin tanıtımlarında önce mağdur olan karakterin daha sonra mağdur eden rolüne geçtiği sahneler bu durumu örneklemektedir. İkincisi, mağduriyetin iki taraflı yaşandığı Gönül Dağı dizisinin tanıtımında yer almaktadır. Burada mağdur kadın hem mağdur eden durumundadır hem de mağdur ettiği için duyduğu suçluluk nedeniyle psikolojik mağdur biçiminde ilginç bir temsil yaratmaktadır. Son olarak, Menajerimi Ara dizisinin tanıtımında yer verilen ‘mağdur rolü yapma’ durumu ise, mağduriyetin karşın cinste merhamet ve sempati duyguları uyandıracığı varsayımını örneklemesi bakımından önemlidir.

Mağdurların dizi tanıtımlarında, (uluslararası alanyazına benzer biçimde) ideal mağdur olarak temsil edildikleri, olay örgüsünün bu paralelde kurulmasının yanı sıra görsel ve işitsel tasarımın da bunu destekleyecek biçimde hazırlandığı anlaşılmaktadır. Böylece, masum olan mağdura karşı merhamet ve sempati duygularının uyandırıldığı ve özdeşleşme sağlandığı, mağdur edenin ise kötü ve haksız olarak kurgulanarak ideal temsil biçiminin tamamlandığı görülmektedir. Öte yandan tanıtımlarda, yine uluslararası alanyazında mağduriyet durumunu aşarak yoluna devam eden (hayatta kalan/survivor)

karakterler ile bunu başaramayan karamsar ve umutsuz karakterler biçimindeki ayırım tam olarak yansımamaktadır. Zira tanıtımlarda mağduriyetle ilgili tüm süreç gösterilmemektedir.

Yerli dizi tanıtımlarında mağduriyet biçimlerinin anlatı içerisinde görsel-işitsel olarak nasıl ele alındığına bakıldığında belli noktalarda ortaklıklar olduğu gözlenmektedir. Mağdurların özellikle yüzlerine yapılan yakın çekimler bunlardan biridir. Mascelli (2002: 181) yakın çekimlerin, izleyiciyi sahnenin içine taşıyarak veya o an için gereksiz bütün ayrıntılardan arındırarak, dramatik etki yarattığını dile getirmektedir. Fiziksel mağduriyet olduğu durumlarda bu görüntülerin yakın çekimle verildiği tanıtımlarda bu etki açık biçimde hissedilmektedir. Mağdurun hareketinin kısıtlı olduğu, elinin kolunun bağlı olduğu veya kafasına silah dayalı olduğu durumlarda da yine yakın çekimle çaresiz ifadelerinin yansıtıldığı sahnelere sıkça rastlanmaktadır. Mağdurun acı çektiği ve ağladığı anların yakın çekimle görüntülediği durumlar da oldukça fazladır. Ayrıca, mağdur kişilerin kimi zaman yerde veya yatakta yatarken üst açıdan çekildiğini gösteren örnekler de bu çaresizliğin vurgulandığı görüntülerdir. Mascelli üst açıdan çekilen görüntülerin izleyiciyi etkilediğini savunmaktadır. Ona göre olaylar, kameranın yukarıya yerleştirilmesi, oyuncuya tepeden bakacak bir geniş açı merceğinin kullanılması ve oyuncu görüntüsünün ortama kıyasla öneminin azaltılması yolu ile görüntülenebilir. Özel kamera da izleyicileri daha yüksek bir konuma yerleştirerek, onların; bir oyuncuya, onun karşısında üstünlük hissedilmesine neden olacak şekilde ve hem oyuncu hem de onun içinde bulunduğu duruma bir tür ilahi üstünlük sağlayacak biçimde yukarıdan bakmasını sağlayabilir (Mascelli, 2002: 41-43). Yakın çekimle elde edilen yakınlık hissine karşın üst açının kullanıldığı örneklerde bir üstünlük duygusu egemendir. Bu noktada mağdurun kadın veya erkek olması arasında bir fark yoktur. Birden fazla mağdurun yer aldığı sahnelerde dramatik anlatıyı artıran bir durum olarak mağdurların bir anlık destek niteliğinde birbirine sarılması da söz konusu olmaktadır. Tanıtımlarda, mağduriyet görüntülerine eşlik eden müzik kullanımı da dikkat çekicidir. Barnwell (2011: 164) kışkırtıcı ya da duygusal tarzdaki müziğin algıyı yönlendirebileceğini, karakterlere ve hikâyeye duygu katabileceğini belirtmektedir. Bordwell ve Thompson (2012: 275, 279) da duygu yüklü diyalogsuz sahnelerde müziğin ön plana çıktığına dikkat çekerken ritim, melodi, armoni ve kullanılan müzik enstrümanlarının da izleyicinin duygusal tepkilerini güçlü biçimde etkilediğini aktarmaktadırlar. Mağduriyet temsiline yer verilen tanıtımlarda görsel anlatının yanı sıra, dramatik veya tempolu müzik seçimleri de atmosfere etki etme anlamında kullanılmaktadır. Özellikle tanıtımların sonunda yükselen müzik de sık sık kullanılmaktadır. Tanıtımların finalinin ise çoğunlukla çaresiz mağdur olarak resmedilen karakterin görüntüleriyle yapılması, bu çaresizliğin aşıp aşılamayacağı konusunda oluşan merak unsurunun kullanılması noktasında sık başvurulan bir yöntemdir. Bu anlamda, mağduriyete oldukça sık yer verilmesine karşın genellikle sadece ‘o an’ gösterilmekte, birçok örnekte mağdur edenin kim olduğu bile bilinmemektedir. Mağduriyet anına odaklanan bu görüntülerde, nadiren bu durumun sonucuna değinilmektedir.

Mağdur olma durumunun nasıl karşılandığına dair fikir içeren tanıtım örneklerinde ise, mağdurların içinde buldukları durumu ya kabullenme, boyun eğme ve itaat etme biçiminde ya da bunu sadece bağırma gibi tepki yoluyla karşıladıkları gösterilmektedir. Kadercı bir bakışla mağduriyetin kabullenilmesi Masumlar Apartmanı dizisinin tanıtımlarında uç bir karakterle resmedilmektedir. Psikolojik rahatsızlıkları olan ana kadın karakterin sürekli kendine acıdığı ancak aynı anda da mağduriyeti içselleştirmiş olduğu anlaşılmaktadır. Bu karakterin çizdiği portrede kabullenilmiş ve içselleştirilmiş mağduriyetin bir güç kaynağı olarak kullanılması söz konusu olmuştur. Burada artık mağduriyetin giderilmesi ihtiyacı söz konusu değildir hatta mümkünse mağduriyet durumunun sürmesi istenmektedir. İncelenen tanıtımlarda sınırlı sayıda örnekte mağduriyete karşı bir tavır alındığı, bunun giderilmesine yönelik bir davranış, bir mücadele gerçekleştirildiğine rastlanmıştır. Son Yaz dizisinin tanıtımında eli kolu bağlı olmasına karşın mağdur gibi davranmayan ana karakter ise, bu konudaki nadir örneklerden biridir. Mağduriyet konusunda benimsenen bu karşı tavır, Doğduğun Ev Kaderindir dizisinin tanıtımlarında yer alan ana kadın karakterde oldukça belirgindir. Bu karakterle, Çukur dizisinin tanıtımındaki ‘Burası bizim çukurumuz. Bir kere düştün mü bir daha çıkamıyorsun.’ biçiminde dillendirilen kadercı yaklaşımın tersine, yaşadığı mağduriyetlerden hem kendini hem de çevresindekileri korumaya çalışan bir portre çizilmektedir. Ayrıca, mağduriyet karşısında kadınlar arasındaki dayanışma da dikkat çekmektedir. Üç örnekte açık karşılık bulan bu kadın dayanışması Doğduğun Ev Kaderindir ve Menajerimi Ara dizilerinin tanıtımında ekonomik mağduriyetlerin giderilmesi konusunda gerçekleşirken, Uyanış: Büyük Selçuklu’da cinsel mağduriyetin engellenmesi biçiminde kurgulanmıştır.

İncelenen tanıtımlar, gerek fiziksel gerekse psikolojik bağlamda, çoğu zaman mağduriyetin sadece mağdur olunan ana dikkat çeken bir durumda gösterildiğine işaret etmektedir. Zira öncesi ve sonrası gösterilmeyen/anlatılmayan bir mağduriyet, çoğunlukla mağdura karşı bir acıma ve sempati duygusu uyandıracak biçimde kurgulanmaktadır. Mağduriyet sahnelerinin arka arkaya dizildiği tanıtımlarda ucu açık bırakılan olay örgüsü, (mağduriyetin giderilip giderilmeyeceğine dair bir merak duygusu yaratılması amacıyla) neden-sonuç ilişkisinden kopararak kullanılmaktadır.

### Sonuç

Mağduriyet hem günlük hayatta hem de medyada yaygın olarak kullanılan disiplinlerarası bir kavramdır. Buna karşın, bu konuda ulusal alanyazında yapılan akademik çalışmaların yetersizliği ortadadır. Zira kavram iktidar, şiddet, cinsellik, suç, zorbalık gibi konu başlıkları çerçevesinde yapılan araştırmalarda bir yan unsur ya da sonuç olarak yer almaktadır. Oysaki Türkiye'nin sosyo-politik gündeminde de önemli bir yer işgal eden bu kavramın odak nokta olduğu çalışmalar; mağduriyetin medyada nasıl temsil edildiğinin anlaşılmasının yanı sıra, mağduriyetle ilgili algı ve tutumların oluşması ve bunlarla ilgili çözüm yöntemlerinin geliştirilmesi bağlamında büyük önem taşımaktadır. Bu noktadan hareketle mağduriyet ekseninde geliştirilen bu araştırmada, televizyon çalışmalarındaki mağduriyet temsiline ilişkin bir veri sağlamanın ötesinde mağduriyeti bağlamından kopararak sunan bir araç olarak dizi tanıtımları, eleştirel bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

Yerli dizi tanıtımlarında mağduriyet olgusunu araştıran bu çalışmada 34 yerli diziye ait 123 tanıtım incelenmiş, bunlardan 98'inde mağduriyet temsili tespit edilmiştir. Tanıtımlarda konu edilen mağduriyetler psikolojik mağduriyet, fiziksel mağduriyet, ekonomik mağduriyet, cinsel mağduriyet ve politik mağduriyet olarak sıralanmaktadır. Dizi türleri bağlamında bir karşılaştırma yapıldığında ise aksiyon ve polisiye dizilerin tanıtımlarında daha çok fiziksel mağduriyetin bulunduğu, komedi türündeki dizilerde ise psikolojik mağduriyetin mizah unsuru olarak kullanıldığı görülmektedir. Gece soap operalarında ve dönem dizilerinde de hem fiziksel hem psikolojik mağduriyetlere rastlanırken, politik mağduriyete de yine dönem dizisi kapsamında yer verilmektedir. Hastane dizilerinde ise mağdur olarak hasta konusu hem fiziksel hem de psikolojik mağduriyet biçiminde yansıtılmaktadır. Cinsiyet temelli bir karşılaştırma ise mağdur edenin çoğunlukla erkekler olduğunu göstermektedir. Öte yandan birkaç örnekte de olsa kadınlar arası bir dayanışmanın varlığı çalışmanın ilginç bulguları arasındadır.

Mağdur edenin kötü, mağdurun ise masum olduğu düşüncesine dayanan ideal mağdur kavramının yerli örneklerde karşılık bulduğu ve özdeşleşme sağlamanın bir yolu olarak uluslararası alanyazındaki duruma paralel biçimde kullanıldığı anlaşılmaktadır. Tanıtımların görsel-işitsel anlatısında ise yakın çekimlerin ve müzik kullanımının önemli bir yer tuttuğu, tanıtımların finalinde mağdurun çaresizliğinin ön plana çıkarıldığı gözlenmektedir. İncelenen tanıtımlarda mağduriyete karşı bir davranış gerçekleştirildiğine birkaç örnek dışında rastlanmamıştır. Mağduriyetin yerli dizi tanıtımlarındaki belki de en önemli özelliği mağduriyetin nedenlerinden ve sonuçlarından kopararak sunulmasıdır. Mağduriyet anına odaklanan tanıtımlarda mağduriyet, tüm bağlamından kopuk bir biçimde sadece izleyicide duygusal bir etki (mağdura yönelik bir sempati, gaddara yönelik bir öfke) yaratmak amacıyla kullanılmaktadır. Mağduriyetin sonucunun gizlenmesiyle yaratılan merak duygusu sayesinde de dizinin izlenirliğinin artması hedeflenmektedir. Çoğunlukla sonuçsuz bırakılan mağduriyet sahnesi, mağdurun finalde çaresiz gösterilmesi nedeniyle izleyicide sempati oluşturmanın yanı sıra mağduriyetin kabullenildiğine dair de bir algı yaratmaktadır. Mağdurun durumla başa çıkması, mağduriyeti gidermesi veya telafi etmesi olasılıklarının kaybolduğu bu ortamda, mağduru izleyip onunla özdeşleşen izleyici de mağdur rolüne girmektedir. Dolayısıyla dizi tanıtımları, bağlamından kopararak sunduğu mağduriyeti yeniden üretmektedir.

Mağduriyetin medyadaki bu temsil biçiminin, Türkiye'de politik ve toplumsal kimliğin önemli bir unsuru olarak mağduriyet algısıyla örtüştüğü söylenebilir. Zira bu temsil, mağdur edenler karşısında hep edilgen ve çaresiz bir biçimde resmedilen mağdurlardan oluşmakta ve bu mağdurlara yönelik sempatiden beslenmektedir. Hatta bu mağdurlar mağduriyetten kurtulmak yerine mağduriyetin gücüne sığınmaktadırlar. Gaddara boyun eğen mağdurlar ekranları doldururken, izleyiciye düşen de kendi mağduriyetini kabullenerek boyun eğmek ve itaat etmektir.

## Kaynakça

- Ateş, S. (2016). Siyasal reklamlarda duygusal çekicilik kullanımı: 7 Haziran 2015 genel seçimlerinde siyasal partiler tarafından üretilen reklam filmlerinin analizi, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Temmuz 3 (12), 85-103.
- Barnwell, J. (2011). *Film yapımının temelleri* (G. Altıntaş, Çev.). Literatür Kitabevi.
- Baş Bayraktaroğlu, E. (2020). *Fail ve mağdur*. [Doktora tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Batı, U. (2010). *Reklamın dili*. Alfa Basım Dağıtım.
- Bilgin, N. (2016). *Sosyal psikoloji sözlüğü*. Bağlam Yayıncılık.
- Bordwell, D. ve Thompson, K. (2004). *Film sanatı film art: an introduction* (E. Yılmaz ve E. S. Onat, Çev.). DeKi Basım Yayım.
- Clarke, D. (2015). The representation of victimhood in Sofi Oksanen's novel *Purge*. *Journal of European Studies*, 45 (3), 220-235.
- Çevik, A. (2013). Mağduriyet psikolojisi ve toplumsal yansımaları, *21. Yüzyılda Sosyal Bilimler*, 2, 65-84.
- Çoban Keneş, H. (2019). Türkiye'de zorunlu göç mağduru çocuklar: çatışmalar ve yıkımlar nedeniyle "kendi evinde mülteci olmak", *Mülkiye Dergisi*, 43 (3), 625-656.
- Fox TV YouTube Kanalı (2016). 05 Mart 2021 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=3Mp4ggnlmqg> adresinden erişildi.
- Gaziarifoğlu, Y. (2009). *Suç mağduriyeti korkusu ve algılanan suç mağduriyeti riskinin değerlendirilmesi* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Jacoby, T. A. (2015). A theory of victimhood: politics, conflict and the construction of victim-based identity, *Millennium: Journal of International Studies*, 43(2), 511-530.
- Lacey, N. (1998). *Image and representation key concepts in media studies*. Palgrave.
- Nişanyan Sözlük. (2002). 17 Kasım 2020 tarihinde <https://www.nisanyansozluk.com/?k=gadir&lnk=1> adresinden erişildi.
- Mascelli, J. V. (2002). *Sinemanın 5 temel ögesi* (H. Gür, Çev.). İmge Kitabevi.
- Öztürk, M. (2015). Medya ve suç korkusu arasındaki ilişki, *International Journal of Social Science*, 36, 251-263.
- Pandır, M. (2019). Stereotyping, victimization and depoliticization in the representations of Syrian refugees, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2), 409-427.
- Parlak, İ. ve Uz, P. (2015). Mağdur/mazlumdan mağrur/muktedire 30 Mart seçimleri, *Düşünen Siyaset (Birikimler-II)*, Aralık 30, 69-106.
- Polat, A. (2014). *Viktimoloji (mağdurbilim)*. Legal Yayıncılık.
- Potter, W. J. (2008). *Media literacy*. Sage Publications.
- Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun. (2011, 3 Mart). Resmi Gazete (Sayı: 27863). 6 Aralık 2020 tarihinde <https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Kurum/70203335> adresinden erişildi.
- RTÜK (2018). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması Raporu. 09 Kasım 2020. tarihinde <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf> adresinden erişildi.
- Sayar, E. (2019). *The problem of agency in the politics of victimhood: Nietzsche, Arendt, and Foucault* [Yüksek lisans tezi]. Sabancı Üniversitesi.
- Siegel, L. J. (2018). *Criminology theories, patterns and typologies*. Cengage Learning.
- Siliman, S. (2019). Embracing the bad victim: sexual violence and sympathy on popular television, *The Popular Culture Studies Journal*, 7 (2), 140-157.
- Smolej, M. (2010). Constructing ideal victims? violence narratives in Finnish crime-appeal programming, *Crime Media Culture*, 6 (1), 69-85.
- Sünbül Olgundeniz, S. ve Özgökbil Bilis, P. (2019). Türkiye'de ulusal kanallarda yayımlanan dizi fragmanlarında şiddetin sunumu, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (AKİL)*, Aralık (32), 606-620.
- Şahin, E. (2014). *Cinsel çekicilik içeren televizyon reklamları ve markaya yönelik tutum oluşmasında kültürel farklılıkların rolü* [Doktora tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi. (2014). İnsan haklarını inceleme komisyonu mağdur hakları inceleme raporu. Türkiye Büyük Millet Meclisi. 25 Mayıs 2021 tarihinde [https://arkheavukatlik.com/wp-content/uploads/2015/04/magdur\\_haklari\\_incelemeraporu.pdf](https://arkheavukatlik.com/wp-content/uploads/2015/04/magdur_haklari_incelemeraporu.pdf) adresinden erişildi.

- Williams, R. (2003). *Television: technology and cultural form*. Routledge.
- Yavuz, Y. (2019). Suç mağduru olma korkusuna sosyolojik bir bakış, *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 4, 28-52.
- Yiyit, İ. (2010). *Türkiye’de mağduriyet söyleminde din ve siyaset ilişkisi: Adalet ve Kalkınma Partisi örneği* [Yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi.

**Etik kurul onayı**

Bu araştırma, örnekleme yer alan 123 dizi tanıtımının, açık erişimli video paylaşım sitelerinden erişim sağlanarak izlenmesi ve analiz edilmesine dayanması sebebi ile etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

**Çıkar çatışması beyanı**

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.