

Poligamik İlişkilerdeki Kadın Temsillerinde Patriarkal Kodların Çözümlemesi: Yeni Gelin Dizisini Alımlama Analizi Örneği

NERGİZ BORAL ASLAN*
FATMA NİSAN**

Öz

Günümüzde önemli bir yere sahip olan televizyon, görsel ve işitsel iletilerin aynı anda verildiği bir medya aracı olarak bilinmektedir. Televizyonda en fazla takip edilen program olan dizilerin, geniş hedef kitleye hitap etmesi nedeniyle kullanılması, onların incelenmesi gereken bir alan olmasını sağlamıştır. Bu çalışma, Yeni Gelin dizisinin izleyiciler tarafından nasıl alımlandığının ortaya konulması amacıyla yapılmıştır. İzleyicilerin, dizide konu edinilen çok eşliliği ve patriarkal kodları nasıl alımladığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Nitel araştırma yöntemi olan alımlama analizinde 8 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmıştır. Önceden hazırlanan soru formuyla izleyenlerin yorumları, kod açıklama durumuna göre analiz edilmiştir. Dizide içeriğe yönelik olarak verilen kodların alımlanmasında, katılımcıların demografik özelliklerinin yaptıkları yorumlamalarda farklılık yaratmadığı sonucunu vermiştir. Yapılan okumaların birbirine yakınlığı, demografik etkenlerin bu çalışmada belirleyici bir rolünün olmadığını göstermiştir. Diziler vasıtasıyla egemen kodlarla, iletilmek istenen toplumsal cinsiyete yönelik ataerkil mesajların, izleyenler tarafından eleştirel bir bakış açısıyla alımlandığı ve farkındalıklarının yüksek olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yeni Gelin, Alımlama Analizi, İzleyici, Televizyon, Dizi

Decoding of Patriarchal Codes in the Representation of Women in Polygamic Relations: Sample Reception Analysis of the TV Series “Yeni Gelin”

NERGİZ BORAL ASLAN*

FATMA NİSAN**

Abstract

The TV has been taking a significant place in our lives for a long time; and it is known as a media tool that broadcasts both visual and audial data at the same time. For the TV series are the most preferred program on TV and used to address a large audience group, it has been a must to analyze them further. This study has been carried out to understand how the TV series Yeni Gelin has been perceived by the audience. It has been tried to analyze the way how audiences have perceived the codes of polygamy and patriarchy in the series. In the reception analysis, which is a qualitative research method, eight people have been deeply interviewed. The comments of the audience have been analyzed according to decoding status by the questions prepared beforehand. In the results, it has been observed that demographical characteristics of the audience haven't affected their comments they made while decoding. The similarity of the comments has shown that demographical characteristics haven't played a determining role in this study. It has also been observed that the gender based patriarchal messages that tried to be delivered via the TV series have been perceived by the audience with a critical perspective; furthermore, it has been clear that their awareness about the issue is really high.

Keywords: Yeni Gelin, Reception Analysis, Audience, Television, TV Series

1. Giriş

Tarihsel süreç içerisinde kadınların konumuna baktığımızda kadın, yeri ve konumu itibarıyla, toplumsal ve kültürel dinamikler içerisinde aktif bir rol oynamıştır. Fakat dünyada meydana gelen ekonomik, toplumsal ve teknolojik gelişmelerle birlikte kadınlık ve erkeklik rolleri benimsenmeye başlanmıştır. Cinsiyetle ilişkilendirilen rollerin aslında kültürel temellerinin olduğu ortaya konmakta, davranışların çoğunlukla kültürel kaynaklı olduğu söylenmektedir (Kuruoğlu ve Aydın, 2014: 203). Kültürün cinsiyet kimlikleri üzerindeki etkisi de göz ardı edilememektedir. Tarihte meydana gelen spesifik olaylar, toplumsal cinsiyet rollerinin belirlenmesi ve toplumsal normlar hâline getirilmesi noktasında belirleyici bir unsur hâline gelmiştir. Özellikle sanayinin gelişmesiyle kapitalizmin oluşturduğu yeni düzen, geleneksel aile yapısını, dolayısıyla kadın olgusunu değiştirmiştir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim alanında yaşanan değişiklikler ve gelişmeler ani bir ivme kazanmıştır. İnsanlığa sağladığı yarar anlamında teknolojinin toplumsal ve kültürel dinamiklerin yaygınlaşması ve devamının sağlanması açısından katkısı yadsınamaz. Ancak, teknolojik gelişmelerin her zaman olumlu amaçlar için kullanıldığı söylenememektedir. Çünkü ataeril sistem ve kurmuş olduğu bu sistemi devam ettirmek için kullandığı eril dil, etkisini devam ettirmektedir. Toplumun her alanında olduğu gibi medyada da ataeril düzenin hâkimiyeti görülmektedir. Medyada yayınlanan programlara ve oluşturulan içeriklere bakıldığında eril söylemlerin kullanıldığı, bilinçli veya bilinçsiz ataeril düzenin devridaiminin bu yolla sağlandığı görülmektedir. Diğer toplumlarda ve Türkiye’de ataeril düzenin devamı için kitle iletişim araçlarının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle statükoyu temsil eden televizyon da her ortama girebilme özelliği nedeniyle etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Ataeril düzen ve eril söylemler, toplumsal ve kültürel alanda varlığını net bir ifadeyle ortaya koymaktadır. Bunu yaparken de sırtını medyaya dayadığı ve medyadan güç aldığı söylenebilmektedir.

Türkiye’de gelişen teknolojiyle birlikte toplumsal cinsiyet rolleri kitle iletişim araçları vasıtasıyla daha geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu roller doğrultusunda oluşturulan imajlar ve kimlikler, kitle iletişim araçları özellikle de televizyon tarafından pekiştirilip onaylanmış yargılar olarak zihinlerde yer etmektedir. Televizyonun hem işitsel hem görsel duyu organlarına aynı anda hitap etmesi ve zahmetsizce izleyiciye ulaşması onu en çok takip edilen kitle iletişim aracı hâline getirmiştir. Bireyleri uzaktan etkilemesi ve birden çok kişiye aynı anda ulaşıyor olması, etkinliğini artırmaktadır. Tek yönlü bir iletişim aracı olması da iletilen kodların doğrudan iletilmesini kolaylaştırmaktadır. Televizyonda göstergeler, anlık ve doğrudandır; televizyon, izleyici ile metin arasındaki mesafeyi yok etmektedir (J. Ellins’ten aktaran Özsoy, 2011: 84).

Televizyon bireylerin duygusal ve bilişsel ihtiyaçları doğrultusunda içerikler oluşturmakta ve yaşama dair pratiklerini, toplumsal ilişkilerini ve ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Ayrıca Sanders'e göre televizyon, bireylerin yaşama dair sorunlarını çözmeye pratik çözümler üretmektedir. Hızlı ve genel geçer çözümler üreterek sorunları olduklarından daha önemsiz göstermektedir (Göksel ve Gültekin, 2008: 154). Televizyon programları arasında en çok izlenen, en çok ilgi gören ve en fazla kâr getiren ürünler dizilerdir. Türkiye'de, özellikle son yıllarda, yerli komedi dizileri geniş bir izleyici kitlesine ulaşmıştır. İzler kitle farklı nedenlerden dolayı bu tercihleri belirlerken, kurgu üreticileri için önemli olan bu farklılıkların ne olduğu değil verilecek mesajların karşı tarafı nasıl ve ne kadar etkilediğidir. Nitekim Erol Mutlu'ya göre (2005: 211), bireylerin konsantrasyonları birbirlerinden farklıdır. Aldıkları mesajları kendine göre yorumlar ve yaşanmış deneyimleriyle ilişkilendirir. Bu nedenle medya üreticileri, izleyicilerin diziyi neden tercih ettiği sorusunu göz ardı etmemelidir. Statükoyu temsil eden televizyon, söylenmesi ve gösterilmesi belki de zor olan şeyleri komedi temelli içerikler oluşturarak söylemiş veya göstermiştir. Özellikle de olay örgüsü ağırlıklı olarak kadın ve erkek arasındaki ilişkiler üzerine kuruludur. Grote'a göre komediler bir kurum olarak ailenin kutsallığını ve değişmezliğini sık telaffuz etmektedir (Özsoy, 2011: 134). Bu dizilerde, belirlenmiş cinsiyet rolleri yansıtılmış ve pekiştirilmiştir. Yerli komedi dizileri vasıtasıyla egemen ideolojiler desteklenmekte ve patriarkal kodlar yayılmaktadır. Bu vasıtayla belli başlı tipler ve roller oluşturulmakta ve hegemonik söylemlerle bireyler bu kalıplara mahkûm edilmektedir.

Medya alımlayıcılarına yönelik yapılan çalışmaların temeli Kültürel Çalışmalar Gelenegine dayanmaktadır. Bu çalışma verilerine göre izleyici aktiftir ve her izleyici her metni kendine göre yorumlamaktadır. Alımlama analizi, izleyici ve içerik hakkında bilgi almaya yönelik yapılan nitel araştırma yöntemidir.

Çalışmanın uygulama kısmında Show TV'de yayınlanan Yeni Gelin dizisinin izleyici tarafından nasıl alımlandığının tespit etmek amacıyla alımlama analizi yapılmıştır. Analiz edilecek esas nokta; poligami türü ilişkilere karşı seyircilerin bakış açısının ne olduğu ve diziyi izlerken eril söylemlerin yer aldığı karelerin seyirciler tarafından nasıl alımlandığıdır. Çalışma için farklı demografik özelliklere sahip 8 kişilik bir küme oluşturulmuştur. Eril söylemlerin baskın olması ve çok eşlilik türü evliliğe yönelik mesajların sık kullanılması nedeniyle dizinin 19. bölümü analiz için seçilmiş ve bölüm katılımcılara izletilmiştir. Daha sonra önceden hazırlanan görüşme formundaki sorular katılımcılara ertesi gün sorulmuştur. Sonuç olarak katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar incelenerek dizide yer alan kadın-erkek rollerine ilişkin okumaların nasıl alımlandığı ortaya konmaya çalışılmıştır.

2. İzleyici Odaklı Çalışmalar ve Alımlama Çalışmaları

İletişim alanındaki çalışmalar, 1920’lerde ve 1930’larda ABD’de başlamıştır. Araştırmacılar daha çok radyo ve basın aracılığıyla yapılan propagandanın kamuoyu oluşturması ve etkileri konusunda çalışmaktaydı (Yaylagül, 2010: 22). Kitle iletişimine yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında 1960’lı yıllardan önceki kuramcılarının çoğu “etki” sorusuyla ilgilenmişlerdir. Şırınga veya sihirli mermi kuramları “etki” faktörünün oldukça etkili olduğunu dile getirmiş ve kitle iletişim uygulamalarını temsil etmek amacıyla kullanmışlardır. Bu araştırmacıların ortaya koyduğu çalışma sonuçlarına göre, izleyici edilgen yani pasif bir konumdadır. Bu anlayış 1940’lı yıllara kadar devam etmiştir. Onlar için önemli olan seçili kanaldan en çok enformasyonun nasıl gönderileceği ve enformasyonu taşıyacak kanalın kapasitesinin nasıl ölçüleceği sorularına verilen cevaplardır (Fiske, 2003).

Lazarsfeld ve arkadaşlarının yaptığı çalışmalar sonucu İki Aşamalı Akış kuramıyla doğrusal ve tek yönlü olan iletişim anlayışı etkisini yitirmeye başlamıştır. Bu modelle yorum yapan, seçim yapabilen ve istemediği içeriği reddedebilen aktif izleyici fikri etkisini göstermiştir. İletişimle ilgili yapılan çalışmalar uzun süre Laswell’in ortaya koyduğu formül üzerinden ilerlemiştir. Bu formül “Kim, kime, neyi, hangi kanalla ve hangi etkiyle söylüyor?” şeklindedir. Bu yaklaşımlar, “kullanımlar ve doyumlar” yaklaşımının aksine gücü, izler kümeye vermek yerine, iletiye vermiştir (Yaylagül, 2010: 24). Kullanımlar ve doyumlar modeli, izleyicinin en az ileti kadar önemli olduğunu söylemektedir. Ayrıca ileti, kaynağın hedeflediği şey değil seyircinin yüklediği anlam olduğunu ima etmektedir (Fiske, 2003: 195). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, Elihu Katz’ın araştırmalarına ve çalışmalarına dayanır. Katz’a göre “insanların toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları vardır. Birey medyadan bu ihtiyaçları gidermek için birtakım beklentilere girer. Medyaya maruz kalma neticesinde ihtiyaçlarından bazılarını giderir. Ancak bunun sonucunda medyanın etkisi olarak bazı istenmeyen sonuçlar oluşmaktadır” (Katz’tan aktaran Yaylagül, 2010: 70). İzleyicilerin medya araçları sayesinde karşıladıkları ihtiyaçları, McQuail ve arkadaşları tarafından şöyle ifade edilmiştir (Aydın, 2007: 120):

- Oyalanma, kaçış.
- Kişisel ilişkiler kurmak; yalnızlık duygusunu hafifletmek.
- Kişisel kimlik oluşturma; program içerikleriyle ve kendi yaşamıyla bağ kurma.
- Gözetim altına alma; güncel olaylardan haberdar olma.

1960 ve 1970’li yıllarda yapılan çalışmaların çoğu bu yaklaşım üzerine temellenmiştir. Kitle iletişim alanında medya gelen bazı eleştirel yaklaşımlar kısmen

Marksizmden esinlenmişlerdir ancak, kendi içerisinde farklılaşmaktadırlar. En önemli eleştiriler Frankfurt Okulu temsilcilerinden olan Benjamin, Horkheimer, Marcuse ve Habermas tarafından yapılmıştır (Yaylagül, 2010). Bu eleştirmenler, iletişim araçlarını kültürel ve ideolojik aygıtlar olarak, izleyicileri de edilgen medya kullanıcıları olarak görmüşlerdir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireylerin ihtiyaçlarını gidermek için kitle iletişim araçlarının içeriğinin kullanılması üzerine odaklanmıştır. İzleyiciler birtakım ihtiyaçlarını gidermek için medya içeriklerini kullanmakta böylece hem ihtiyaçlarını gidermekte hem de doyuma ulaşmaktadır. Görüldüğü üzere bu yaklaşım, izleyicileri pasif konumdan çıkartıp onlara belli oranda aktiflik yüklemektedir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, etki araştırmaları geleneğinin aksine izleyicilerin ihtiyaçları doğrultusunda medya içeriklerini aradıkları, seçtikleri ve kullandıkları üzerinde durmaktadır (Yaylagül, 2010: 71). Bu yaklaşımla, izleyicilerin medya içeriklerinden nasıl etkilendikleri bir kenara bırakılmış; izleyicilerin sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını ve beklentilerini içerikler vasıtasıyla nasıl giderdikleri konusuna odaklanılmıştır. Ancak modele, bazı noktaları göz ardı ettiğine yönelik birtakım eleştiriler yapılmıştır. Modelin fazla işlevselci, psikolojik ve bireysel olduğu; bireyi toplumsal etkileşimden bağımsız kıldığı düşünülmüştür (McQuail ve Windahl, 2010: 177). Blumler ve Katz'a göre izleyicilerin medyada doyuma ulaşmalarının toplumsal kökenleri vardır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temelini "izleyicinin aktif olduğu, doyuma ulaşmak için medya içeriklerinin seçilmesinde öncelikli unsurun izleyici olduğu, medyanın doyumun sağlandığı tek alan olmadığı, insanların bazı durumlarda kendi güdülerinin farkında oldukları ya da farkında olmalarının sağlanabileceği ve medyanın kültürel önemi konusundaki değer yargılarının göz ardı edildiği oysaki izleyicinin en doğru şekilde kendi toplumsal koşullarında değerlendirildiği" şeklindeki varsayımlar oluşturmaktadır (Fiske, 2003: 199).

İngiliz Kültürel Çalışmaları olarak bilinen geleneğin asıl ismi Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezidir (Yaylagül, 2010: 127). Bu merkez, 1964 yılında İngiltere Birmingham Üniversitesinde kurulmuştur. Geleneğin kurucuları ve temsilcileri ise Richard Hoggart ve Raymond Williams'tır. Kültürel çalışmalar geleneğinin merkezinde yer alan kavramlar, kültür ve ideolojidir. Kültürün anlaşılabilmesi için popüler kültür ürünlerinin incelenmesi gerektiğini düşünmektedirler (Yaylagül, 2010).

1980'lerden sonra ise kültür çalışmaları, postmodern ve postyapısalcı yaklaşımlara dayandırılmıştır. Özellikle de kadın çalışmaları ve feminist yaklaşımlar bu dönemde etkili olmaya başlamıştır. İngiliz Kültürel Çalışmalar için "kültür" önemli bir

kavram olarak incelenmiş olsa da Tania Modleski, Janice Radway ve Len Ang gibi bazı feminist eleştirmenler tarafından eleştirilmişlerdir (Özsoy, 2011: 41). Farklı kaynaklardan beslenen feminist eleştiri, iki noktada kültürel çalışmaları eleştirmektedir: Birincisi, popüler kültür çalışmalarında, kadının hem araştırmacı hem de özne olarak yer almaması; ikincisi ise popüler kültür ürünlerindeki toplumsal cinsiyet temsillerini incelememesidir (Özsoy, 2011).

Kültürel çalışmalar popülerliğini Stuart Hall'ın yönetici olmasıyla kazanmıştır. Hall, medya içeriklerini metin olarak incelemiş ve bu metinleri; kapitalist sınıfı, kapitalist ideolojiyi yeniden üreten materyaller olarak görmüştür. Hall, medya içeriklerinin ideolojik yapılanmasına odaklanarak, "pasif izleyici" anlayışını değiştirmiş ve yerine "aktif izleyici" anlayışını koymuştur. Hall, medya mesajlarının "kodlanması" ve "kodaçimleri" arasındaki ilişkiye odaklanmıştır (Aydın, 2007: 124). Hall, Gramsci'nin hegemonya kuramı ve Althusser'in medyayı egemen ideolojinin yeniden üretilmesinde "devletin ideolojik aygıtları" olarak gören yaklaşımını, Marksist kültürelci bir bakış açısıyla analiz etmiştir (Yaylagül, 2010: 129).

Hall'ın "Encoding-Decoding" adlı makalesinde, egemen ideolojinin, medya metinlerinde tercih edilen okuma olarak kaydedildiği ancak izleyicilerin bu okuma biçimini kabul etmedikleri belirtilmiştir (Yaylagül, 2010: 130). Medya içeriklerinin oluşmasında meydana gelen farklılıklar, medya metinlerinin üç çeşit okuma üzerinden alımlanmasına neden olmaktadır. Medya metinlerini "yeniden üretim" kavramıyla ele alan Hall'ın çözümlemesi dâhilinde üçlü okuma şekilleri şöyledir (İlhan, 2015: 79): Egemen (Hakim) Okuma; izleyici, medya metinlerinde yer alan ve egemen ideolojiye ait olan anlamı olduğu gibi kabul etmektedir. Karşıt (Muhallif) Okuma; metindeki egemen okuma şeklini anlamakta fakat benimsememekte ve egemen yorumu reddetmektedir. Tartışmacı (Müzakereci) Okuma; izleyici egemen okumaları benimsemekte fakat bu sistem içindeki belli bir grubun iyileştirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

1980'li yıllarda kültürel çalışmalar geleneği çerçevesinde alımlama çalışmaları yapılmıştır. İzleyicilerin aktif olduğu teziyle hareket edilmiştir. Medya içeriklerinin şifrelerini izleyiciler çözmektedir. Kuram ilk kez televizyon baz alınarak oluşturulmuştur; ancak diğer kitle iletişim araçlarına da uygulanabilmektedir. Alımlama çözümlmeleri yöntem olarak etnografik ve nitel analiz metotlarını kullanmaktadır (McQuail ve Windahl, 2010: 183). Bu araştırma, medya metinlerini okuyanlara ve kodaçımllama yapanlara dikkat çekmektedir. Özgün mesajlar, bilindik türler (haber, müzik, polisiye dizileri vb.) şeklinde kodlanmaktadır. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla sunulan içerikler, deneyim ve düşüncelerden yeni anlamlar üreterek izleyiciler tarafından algılanmaktadır. Alıcılar bu mesajları istedikleri gibi okuya-

bilmekte hatta verilmek istenen mesajı bozabilmektedir. İzleyiciler medya metinlerini kendilerine göre yorumlamaktadır. Alımlama analizi, alıcılara kendi seslerini duyurmak için geliştirilmiştir (McQuail ve Windahl, 2010: 185). Alımlama analizi, izleyici araştırmaları alanında yapılmış önemli bir çalışma olarak görülmektedir. Bu yöntemle izleyici ve metin içeriklerine yönelik nitel çözümler geliştirilmiştir. Alımlama analizi, kitle iletişim süreçlerini ve izleyici ilişkisini, hem nicel hem de nitel araştırma tekniklerinden istifade ederek farklı demografik, etnik ve kültürel özelliklere sahip izleyicilerin, medya içerikleri vasıtasıyla kodlanarak iletilen anlamları kendi konumları ve farklılıkları çerçevesinde inşa ettiklerini öne sürmektedir (Becerikli, 2012: 166). Kültürel çalışmalar geleneğinin izleyicilere yönelik yaptığı alımlama çalışmalarının bazı temel özellikleri şunlardır (Yaylagül, 2010: 135):

- Medya metinleri izleyicilerin alımlamaları yoluyla anlamlandırılır.
- Medya kullanım süreci özel anlamda belli bazı çıkarların ifadesidir.
- Medya kullanımı toplumsal konumlara bağlı olarak gelişen katılımcı ve yorumlayıcı bir süreçtir
- İzleyiciler belirli medya türleri için benzer söylemler paylaşan farklı topluluklar oluşturur.
- İzleyiciler pasif değildir ama aynı zamanda da eşit değildir. Bazıları diğerine göre daha aktif ve tecrübelidir.
- Kullanılan teknik nitel, derinlemesine ve etnografiktir.

Alımlama analizi feminist araştırmacıların medyaya yönelik yaptığı çalışmalar arasında önemli bir yere sahiptir. Medyada kadın temsillerini ortaya çıkarmak ve kadın-erkek rollerine ilişkin farklılıkların tespit edilebilmesi noktasında alımlama çalışmaları, feminist araştırmacılara önemli veriler sağlamaktadır. Alımlama analizi gibi nitel araştırmalar, insanların televizyon ve diğer kitle iletişim araçlarıyla olan bağlantısını anlamamızın en etkili yoludur. Alımlama analizi, görüşme ve gözlemle deneysel veriler elde etmekte ve daha sonra bu verileri medya içeriklerine dair verilerle karşılaştırmaktadır (İlhan, 2015: 86). Alımlama analizi, bağımsız bir araştırma geleneği değildir. İngiliz Kültürel Çalışmalar geleneğinin önemli bir parçasıdır (Yaylagül, 2010: 134). David Morley'in 1980'de yaptığı Nationwide programı araştırması, ilk alımlama analizi örneğidir. Morley, televizyon araştırmalarında izleyiciyi doğal ev ortamında gözlemlemiştir (Morley'den aktaran Şeker ve Tiryaki, 2013: 202). Morley'in çalışmadaki varsayımı şu şekildedir: Birbirinden farklı kodlama izlemleri sayesinde, metnin iletildiği anlamın, izleyicilerin kültürel olarak şifrelenen okuma pratikleri tarafından engellenebilmektedir (Morley'den aktaran Özsoy, 2011: 99).

3. Türkiye’de Televizyon ve Dizilerde Kadın Temsiliyetleri

Televizyon basit ve tekrarlanabilir yapılardan meydana gelmektedir. Televizyon yaşamla iç içe geçmiş ve yaşamın ayrılmaz bir unsuru hâline gelmiştir. Gelişen toplumsal çevrelerin sınırlarının büyümesiyle insanların birbirlerinden haberdar olması güçleşmiştir. Bu büyümede televizyon, birey ve dış dünya arasında bir köprü vazifesi görmektedir. Böylece televizyon hemen her eve girmekte ve bireyleri farklı şekillerde etkilemektedir. Yapılan izleyici çalışmalarına göre televizyon, en çok zaman ayrılan kitle iletişim aracı ve en başat enformasyon kaynağıdır. Fiske’e göre yapılan alımlama çalışmaları bizlere televizyon metinlerinin potansiyelini görebilme imkânını yaratmıştır (Akt. Özsoy, 2011: 83). Televizyon izleyiciyi düşsel bir dünyaya taşırken diğer yandan izleyiciye yaşanan dünyaya ilişkin gerçeklikleri iletmektedir (Özsoy, 2011: 85).

Diziler günümüzde de en fazla takip edilen televizyon programlarının başında yer almaktadır. Kaynanalar, Aşk-ı Memnu, Yaşar Ne Yaşar Ne Yaşamaz ve Perihan Abla Türkiye televizyon tarihinde ilk yerli dizi yapımlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Kuruoğlu ve Aydın, 2014: 159). 2000’li yıllara gelindiğinde ise yerli dizi furçasının etkisi görülmektedir. Yerli dizi izlemek için en fazla tercih edilen kanallar; Kanal D, Show TV, Star TV, Fox ve ATV’dir (gunlukreytingler.org, 2017). Bugün Türkiye’de en çok izlenen kanallara bakıldığında ise Kanal D, Show TV, ATV, Star TV ve Fox en fazla izlenen kanallar olarak sıralanmaktadır (medyatava.com, 2017). Bazı dönemlerde televizyon dizileri durgunlaşma dönemine girmişse de zorlu koşullara rağmen televizyonları ayakta tutan dizilerdir. Bu nedenle televizyon sahipleri prime time dâhil olmak üzere, izleyicilerin en çok televizyon seyrettiği saatlerde dizi yayınlamaktadırlar. Dizi formatlarının polisiye, drama, komedi, pembe dizi kategorileri bulunmaktadır. Bu kategorilerden en fazla izlenenler ise polisiye ve komedi dizileridir. Geçmişten bugüne Türk yerli dizilerin biçimlerine, söylemlerine ve içeriklerine bakıldığında ortak niteliklere sahip oldukları görülmektedir (Kuruoğlu ve Aydın, 2014:160):

- Duygusal boyutlar ön plandadır. Bu nedenle kolay tüketilen yapımlardır.
- Eklektik bir yapıya sahiptir.
- Diziseldir, gerilim ve merak yaratır.
- İçerik ve biçim özellikleriyle ailece izlenebilecek türdedir.
- Türk aile yapısına hitap eden çoğul karakter yapısına sahiptir (anne, baba, çocuk).
- İç içe geçmiş birkaç anlatıyı barındırır.
- Aile, mahalle, polisiye, macera, komedi gibi alt türleri vardır.

- Dramatik ya da komedi öğeleri alt türde kullanılır.
- Mutlak evliliği ve anneliği kutsayan söylemlere sahiptir.
- Hiçbir meslek olay örgüsüne konu olmaz, arka planda kalır.
- Geleneksel rollerle modern kalıplar birleştirilir.
- Para, iktidar, statü gibi göstergeler kadınlarla değil, genellikle erkeklerle bağlantılı gösterilir.
- Fiziksel açıdan güzel olan kadın ve erkekler ana kahramanlardır.

İzleyiciler, iletişim çalışmalarında önemli bir bileşen olmuş ve önemini her zaman korumuştur. İzleyici kavramı kitle iletişim alanında kullanıldıktan sonra daha da özelleşmiş ve yayıncılar tarafından kullanılarak, sosyal araştırmalarda sınıf, toplumsal cinsiyet ve ırk bağlamında, toplumsal yaşamla ilişkilendirilmiştir (Özsoy, 2011: 105). Komedi yani gülmece, dizi dünyasının en önemli biçimidir. Komediler önceden üzerinde detaylı düşünülmüş ve çözüme bağlanmaya çalışılan sorunlara odaklanmaktadır (İlhan, 2015: 100). Komediler genelde aile içi ilişkiler ve kadın-erkek arasındaki çatışmalar üzerinden kendine içerik malzemesi yaratmaktadır (İlhan, 2015). Medya içeriklerinde yer alan cinsiyet rolleri ve söylemleri Türkiye gibi patriarkal yapının hâkim olduğu ülkelerde kadın ve erkek arasındaki ilişkiyi tanımlamada başat bir görev üstlenmektedir (Kuruoğlu ve Aydın, 2014: 162). Dizilerdeki imgeler toplumdaki kadınlık ve erkeklik rollerinin benimsenmesi ve devamı noktasında bireyleri etkilemektedir. Türkiye’de en fazla izlenen program olan yerli diziler, kadın ve erkek imgeleri “geleneksel-modern” çerçevesinde çeşitli tipler üretmekte, bu temsiller birey olarak kendi toplumsal cinsiyetimizi kurgulama aşamasında bizi etkilemektedir (Kuruoğlu ve Aydın, 2014). Dizilerde kadın konuşma şekliyle, giyim tarzıyla ve ikili ilişkilerdeki rollerde daima cinsellikle ön plana çıkartılmaktadır (Göksel ve Gültekin, 2008: 177).

Dünyada ve Türkiye’de, medya içeriklerinde kadına karşı cinsiyetçi bir söylem hâkimdir ve medya ürünlerinde kadın, geleneksel ve ataerkil bir yaklaşıma göre belirlenen kalıplar içerisinde gösterilmektedir (Kuruoğlu ve Aydın, 2014: 170). Dizilerde rol alan orta yaş ve üzeri kadınlar hep “anne” olarak konumlandırılırken; genç ve güzel olan kadınlar “ana kahraman” olarak öne çıkmaktadırlar (Göksel ve Gültekin, 2008: 184). Yapımda anne olarak temsil edilen kadın, evlilik dışında diğer cinsle ilişki yaşamamakta ve anlatı geleneksel kodlarla verilir. İktidar ve güç sahibi olan erkek etkendir, zayıf unsurlarla özdeşleşen ve ev içinde konumlandırılan kadın ise edilgendir. Bu temsilleri dizi içeriklerinde de görmek mümkündür; erkek sosyal hayatta aktif, çalışan, evi geçindiren, akıllı, eğitim görmüş, teknolojiyi

aktif kullanan bireyler olarak ve dış dünyada konumlandırılırken; kadın ise eğitim almış olsa da ev içi alanda (çoğunlukla mutfakta), ev kadını, güzel, akıl dışı, duygusal ve anne olarak gösterilmektedir. Kadının sürekli ev içi alanda olmasının gerekçeleri egemen ideoloji tarafından sürekli üretilmekte ve dillendirilmektedir. Özellikle medyada yer alan haberler, filmler, diziler ve reklamlar cinsiyete dayalı rollerin ve iş bölümünün devamlılığını sağlayan etkenlerdir (Kuruoğlu ve Aydın, 2014: 6). Fiske, aslında her iletişimin bazı göstergeler ve kodlar içerdiğini, bu gösterge ve kodların da başkalarına aktarıldığını söylemiştir (Fiske, 2003: 16). Dizilerdeki karakterlerle izleyiciler kendilerini özdeşleştirmekte ve bu karakterler toplumu yönlendirmektedir (Göksel ve Gültekin, 2008: 183). Dizilerdeki kadın karakterler incelendiğinde belli başlı bazı özelliklere sahip oldukları gözlenmekte ve aptal sarışın, çirkinen güzelleşen kadın, anne olarak kadın ve fattan kadın şeklinde sınıflandırılmaktadır (Göksel ve Gültekin, 2008).

Kitle iletişim araçlarında özellikle de televizyonda belirli cinsiyet kalıpları oluşturulmaktadır (Kuruoğlu ve Aydın, 2014: 205). Evlilik ve aile kutsanmakta, dizi içerikleri yoluyla ideal kadın ve erkek modelleri sunulmaktadır. Toplumsal anlamda meşru görülmüş ve kültürel kaynaklı olan evlilik türleri televizyon programları vasıtasıyla izleyiciye rol model olarak aktarılmaktadır. Ancak, medya içerikleri yoluyla aktarılan evlilik türlerini anlamak için öncelikli olarak kavramsal bir açıklamanın yapılması gerekmektedir. Evlilik türleriyle ilgili farklı sınıflandırmalar yapılmaktadır. Tek eşli ve çok eşli evlenme türleri kadın ve erkeğin sahip olduğu eş sayısına göre tanımlanmaktadır. Monogami yani tek eşlilik, bir kadınla bir erkeğin evlenmesini ifade ederken, poligami ise çok eşliliği ifade etmekte ve bir kadının veya erkeğin birden fazla eşle evli olması durumudur (www.tdk.gov.tr, 2017). Çok eşliliğin tarihsel gelişimine bakıldığında birçok toplumda uygulandığı görülmektedir. Babil, Asur, Mısır, Hint ve Çin gibi medeniyetlerde çok eşlilik görülmektedir (Kaya, 2008: 33). Türk topluluklarında ve Osmanlı döneminde poligami sık rastlanan bir olgu olmuştur. Özellikle de çok eşlilik toplumsal yapıda uygulanmış ve bir gelenek hâline getirilmiştir. Bu durum günümüzde hâlen geçerliliğini korumaktadır. Çocuksuzluk nedeniyle yapılan ikinci evlilikler makul gösterilmeye çalışılmaktadır. Ayrıca dinin çok kadınla evlenme konusundaki hoşgörüsü, sosyoekonomik durum ve yerleşim yeri gibi faktörler de bu evlilik türünün sık görülmesine neden olmaktadır. Evlilik türlerine yönelik yapılan çalışmalar, köyde yaşayan erkeklerin çok eşlilik türü evlilik oranlarının şehirde yaşayan erkeklerin çok eşlilik oranlarından fazla olduğunu tespit etmiştir. Ahmet Akgündüz'ün 20 sicil üzerine yaptığı inceleme sonuçlarına göre, 1.242 erkeğin 1.147'sinin tek eşli, 84'ünün iki eşli, 7'sinin üç eşli, 4'ünün ise dört eşli olduğu tespit edilmiştir (Akgündüz'den aktaran Kaya,

2008: 42). Kadın-erkek oranları ve buna bağlı olarak iş bölümü, toplumsal/dinî değerler ve demografik özellikler çok eşliliğin nedenleri arasında sayılmaktadır.

4. Yeni Gelin Dizisinin Alımlama Analizi

Çalışmanın bu kısmı uygulama verilerini içermektedir. Çalışmada yapılan alımlamada katılımcıların demografik özellikleri ve mülakatta yöneltilen sorular yer almaktadır. Ancak kişisel bilgilerin gizliliği nedeniyle, katılımcılar kodlanarak (K1, K2, K3,... K8) yazılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda verilen cevaplar analiz edilmiş ve genel bir değerlendirme yapılmıştır.

4.1. Metodoloji

Çalışmanın ana kaynağını, ulusal bir televizyon kanalında (Show TV) yayınlanan Yeni Gelin isimli dizinin alımlama analizi oluşturmaktadır. Alımlama analizinde örneklemin temsil edilmesinde zorluk yaşanması nedeniyle küçük bir kümeden örneklem temel alınarak 8 kişiyle görüşmeler yapılmıştır. Örneklemin sayıca az olması nedeniyle araştırmalarda temsil sorunu yaşanabilmektedir. Fakat çalışmada kullanılan yöntem ve görüşme tekniği çok fazla vakit almaktadır. Bu yöntemde kişisel alımlamalar ve kullanılan ifadeler göz önüne alınmasına rağmen, ortaya çıkan sonuçlar genel anlamıyla belli odaklarda yoğunlaşmış kitlesel sonuçlara ulaştırmaktadır (Şeker ve Tiryaki, 2013: 204). Bu nedenle çok sayıda katılımcıyla elde edilecek niceliksel veriler yerine, niteliksel bulgular üzerinde durulmuştur. Katılımcıların yaşları 23 ile 44 arasında değişkenlik göstermektedir. Katılımcıların üçü öğrenci, ikisi ev hanımı, biri öğretmen, biri inşaat mühendisi ve biri kuafördür. Diğer taraftan görüşmeye katılanların ikisi erkek, altısı ise kadındır. Katılımcıların beşi lisans, biri lise, biri yüksek lisans ve biri ilkökul mezunu olup medeni durumlarına göre çalışmaya katılanlar arasında dört bekâr ve dört evli bulunmaktadır. Katılımcıların fikirlerini rahat ve samimi bir şekilde ifade edebilmeleri için görüşmecilerle sohbet ortamında birebir görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca kişisel bilgiler gizli tutularak katılımcıların değerlendirmeleri kodlama (K1, K2...K8) yöntemiyle verilmiştir. Alımlamada verileri elde etmek için önceden görüşme soru formu hazırlanmış ve görüşme esnasında duruma göre ihtiyaç hâlinde sorular açıklayıcı ifadelerle detaylandırılmıştır. Yeni Gelin dizisi, çalışmanın yapıldığı dönemde hâlen yayınlanıyordu. Görüşme ve gözlemlerin yapıldığı zaman diliminde, dizinin ikinci sezonunda olup 29'uncu bölümü yayınlanıyordu. Bu nedenle sorular ilk iki sezon gözlemlenerek ve dikkate alınarak hazırlanmıştır. Ancak zaman kısıtlılığı ve dizi süresinin uzunluğu nedeniyle, dizinin sadece bir bölümü katılımcılara izletilmiştir.

Dizide eril söylemlerin baskın olduğu ve çok eşlilik türü evliliğe yönelik mesajların sık kullanıldığı bölümler arasından rastgele olarak dizinin 19'uncu bölümü seçilmiş ve söz konusu bölüm, katılımcılara izletilmiştir. Çalışmada kullanılan alımlama analizi yönteminin çok zaman alıyor olması nedeniyle çalışma sadece tek bir bölümle sınırlandırılmıştır. Katılımcılar genellikle dizi izleyicileri arasından farklı demografik özelliklere sahip kişilerden seçilmiştir.

4.2. Bulgular

Yapım firması Süreç Film olan Yeni Gelin dizisi, Show TV'de 11 Mart 2017 tarihinde Cumartesi akşamı saat 20:00'de yayınlanmaya başlamıştır. Komedi ve dram türü bir dizidir. Çalışmanın yapıldığı zaman zarfında ikinci sezonun 29'uncu bölümü yayınlanmıştır. Reyting araştırmaları sonuçlarına göre yayınlandığı gün olan Cumartesi günü Total Grup sıralamasında 1. sırada yer almaktadır (connectedvivi.com, 2017). Senaristliğini ve yönetmenliğini Ersoy Güler'in yaptığı dizinin yapımcılığını Ali Gündoğdu üstlenmiştir. Dizinin başrollerinde ise Jessica May, Tolga Mendi, Mustafa Avkıran, Sema Keçik, Zeynep Konkande, Lale Başar, Renan Bilek ve Dağhan Güleğec yer almaktadır. Yeni Gelin dizisinin her bölümü yaklaşık olarak 120 dakika sürmektedir.

Dizinin konusu, şehirli bir genç kadının Adanalı bir aşirete gelin olması üzerine kurgulanmıştır. Türkiye büyükelçisi bir Türk babanın ve arkeolog olan İspanyol bir annenin tek kızı olan Bella'nın (Jessica May), Adanalı bir Türkmen aşireti olan Bozok Aşiretinin okumuş eğitilmiş vârisi Hazar'a (Tolga Mendi), âşık olması ve ailelerinden habersiz olarak evlenmeleriyle başlayan olaylar anlatılmaktadır. Olay örgüsü İstanbul'da başlayıp Adana'da bir konakta devam etmektedir. Dizide hem iç hem de dış mekânlar kullanılmıştır. Ancak, ağırlıklı olarak konak içerisindeki ve çevresindeki mekânlara ağırlık verilmiştir. İç mekânlar arasında mutfak ve salon birinci sırada yer alırken konağın bahçesi, müstemilat ve misafirhane ikinci sırada bulunmaktadır. Kullanılan dış mekânlar ise Kalender Ağa'nın (Mustafa Avkıran) Kalenderhane ismini verdiği evi, ilk bölümlerde kullanılan yayla ve belli aralıklarla yaşanan olaylarla bağlantılı olarak Adana'nın farklı mekânları yer almaktadır. Konak içerisinde yaşayan kadınlar arasındaki iktidar savaşlarının anlatıldığı dizide, yabancı gelin Bella ve kaynanaları arasında sürekli yaşanan mücadeleler yansıtılmaktadır. Ancak, bu çatışma ve iktidar mücadelelerine rağmen asıl iktidarın erkeklerin elinde olduğu gözlenmektedir. Yayınlandığı ilk bölümden itibaren aile içi olayları ve aileye katılan yeni gelinin yaşadığı zorlukları komedi yoluyla izleyicilere sunduğu içeriklerle reytinglerde üst sıralarda yer almayı başarmıştır. Ancak, dizinin yayınlandığı ilk bölümlerinden itibaren dizi metinlerinde verilen

cinsiyetçi söylemler, kumalığın olumlanması ve diziyeye yönelik yapılan eleştiriler bu çalışmanın ele alınmasını sağlamıştır. Yeni Gelin dizisinin izleyici tarafından nasıl alımlandığının tespit edilmesi amacıyla alımlama analizi yapılmıştır. Analiz edilecek esas nokta, poligami türü ilişkilere karşı seyircilerin bakış açısının ne olduğu ve diziyi izlerken eril söylemlerin yer aldığı karelerin seyirciler tarafından nasıl alımlandığıdır.

4.3. İzleyici Değerlendirmeleri

Katılımcılar seçilmeden önce katılımcılara diziyi izleyip izlemedikleri sorulmuş ve dizinin izler kitlesi tespit edilmeye çalışılmıştır. Bütün görüşmecilerin ara sıra da olsa diziyi daha önce en az bir kere izledikleri bilgisi alınmıştır. Görüşmecilerin diziyi izleme nedenlerine yönelik soruya, dizinin konusuna ve oyunculuklara yönelik bazı cevaplar verilirken bazı görüşmecilerin ise diziyi sadece boş zaman aktivitesi olarak değerlendirdikleri görülmüştür. Bir görüşmecinin ise verilen kodların farkına varmış olduğu ve bu nedenle de Yeni Gelin ile ilgili kodaçıklamalarının da bu paralelde olduğu görülmüştür. Katılımcılar diziyi izleme nedenlerini ise boş zaman geçirme, komik bulma, vakit geçirme şeklinde sıralamışlardır.

Yeni Gelin izleyicisine diziyi ne sıklıkta izledikleri ve takip edip etmedikleriyle ilgili soruya katılımcıların verdikleri cevaplar aşağı yukarı aynı doğrultuda olmuştur. Katılımcılar diziyi ara sıra izlediklerini ve düzenli takip edemediklerini dile getirmişlerdir. Bazı katılımcıların ise diziyi izleme nedenleriyle izleme sıklıklarının birbiriyle paralel olduğu tespit edilmiş ve diziyeye bağlılıkları dikkat çekmiştir. Bu noktada K6, “Her hafta takip etmeye çalışıyorum.” ifadesini kullanırken K8 ise, “Önceleri takip etmiyordum ama şu sıralar kaçırmıyorum.” demiştir.

Dizinin seyirciyeye vermeyi hedeflediği egemen kodun seyirciler tarafından anlaşılıp anlaşılmadığını tespit etmek amacıyla sorulan, “Diziden aldığınız mesaj nedir?” sorusu, metin mesajlarının izleyiciye etkisi noktasında farkındalığı tespit etmeye yöneliktir. Diziyeye ilgili alınan mesajlara bakıldığında, izleyicilerin aktarılan kodları farklı şekillerde aldıkları ve yorumlarının da bu doğrultuda olduğu dikkat çekmiştir. Kimi katılımcılar güldürü unsurunu ön plana çıkarırken, kimi katılımcılar ise cinsellikle ilgili rol modelleri anlamlandırmaya çalışmışlardır. Katılımcıların çok eşliliğe yönelik olumlayıcı ifadelerin farkında oldukları tespit edilmiştir. Soruya bazı katılımcıların verdiği yanıtlar arasında dizinin güldürdüğü, eğlendirdiği yer alırken bazı katılımcıların yanıtında ise, dizinin çok eşliliği, kumalığı meşrulaştırdığı şeklinde olmuştur. Konuyla ilgili kimi yanıtlar şu şekilde olmuştur:

K4: “Güldürdüğünü düşünüyorum. Bu da olumlu bence.”

K8: “Hem eğlendiriyor hem de güldürüyor.”

K6: “‘Çok eşlilik aslında iyidir’ diyor sanki.”

K7: “Kumalık aslında iyidir mesajını alıyorum.”

K2: “Kumalığı normalleştiriyor.”

Dizinin çok eşliliği ve kumalığı meşrulaştırdığı düşüncesinin yanı sıra bazı izleyicilerin ise patriarkal kodlara yönelik yorumlarda bulunduğu tespit edilmiştir.

K5: “Örnek kadın modeli oluşturulup erkek hâkimiyetini benimseyen kadın yüceltiliyor.”

K1: “Dizide erkek hâkimiyeti çok belirgin.”

K3: “Kadınları ezen laflar çok fazla kullanılıyor. Erkeğin egemenliği ön planda.”

Dizinin konusunun izleyiciler tarafından gerçekçi bulunmadığı ve geçmişe ait bir aile modeli olduğu şeklinde ortak bir paydada görüş bildirdikleri tespit edilmiştir. Karakterler ise “fazla hayal ürünü” olarak ifade edilmiştir. İki katılımcı dizide hayattaki gerçekliğe dair yansımaların bulunduğuna yönelik cevaplar vermiştir:

K1: “Toplumumuzun kanayan bir yarası bence. Toplumun belirli bir kesimini yansıttığını düşünüyorum.”

K8: “Çoğu gerçekçi, öyle olmasaydı dizide gösterilmezdi.”

Yeni Gelin dizisinin izler kitlesini tespit etmek amacıyla sorulan “Dizi sizce kadınlara mı hitap ediyor yoksa erkeklere mi?” sorusuna cevap olarak çoğunlukla kadınlara yönelik olduğu söylenmiştir. Bunun nedeni olarak, metin mesajlarının kadınları etkilemeye yönelik olduğu gösterilmiştir.

K5: “Hedeflerinde kadınları etkilemenin olduğunu düşünüyorum. Bu nedenle kadınlardır.”

K1: “Ağırlıklı olarak mutfak muhabbetleri falan var. Bu kadınların hoşuna gidebilir.”

K2- K4- K8: “Kadınlara daha çok hitap ediyor.”

Bir katılımcı ise (K6) “Erkeklere hitap ediyor çünkü, iktidarlarının bir nevi onayı gibi. Bu erkekleri cezbeder ama diğer taraftan kadınlara da hitap ettiğini düşünüyorum.” yorumuyla, izler kitlesinin çok daha geniş olduğuna yönelik bir cevap vermiştir. İki görüşmeci (K3-K7), yaşamda birçok örneğine rastladığımız erkek modellerinin meşrulaştırılmasına yönelik karakterleri yansıttığı için erkeklerin de diziyi izleyebileceklerini söylemiştir.

Katılımcılara karakterlerin gerçek hayattaki kişilerle örtüşüp örtüşmediği sorulmuştur. Katılımcıların yorumlarına bakıldığında, görüşmecilerin her bir karakteri ayrı ayrı değerlendirdikleri ve gerçek hayattaki kişilerle karşılaştırmalarda bulunarak kıyaslamaya girdikleri görülmüştür. Dizideki karakterlerle, gerçek hayattaki karakterlerin kıyaslanmasıyla algılamalarında, farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Soruya yönelik verilen cevaplar şu şekilde olmuştur:

K1: “Ağa karakteri toplumumuzdaki baskın erkek karakterini temsil ediyor. Biraz abartılmış ama modern dünyada da yansımaları var.”

K2: “Günümüzde hiç kimse kumayı kabul etmez.”

K3: “Gerçek hayatta bu karakterlerin olabileceğini düşünmüyorum. Özellikle de şu zamanda kimse bu yaşam şeklini yürütemez.”

K4, K5: “Örtüşüyor aslında.”

K6: “Biraz abartılı olmakla beraber ‘evet’ örtüştürüyorum. Kumalık mesela kader olarak görülüyor.”

K7: “Gerçek hayatta kumaların bu kadar iyi anlaşabileceklerini düşünmüyorum.”

K8: “Bu karakterlere sahip insanlarla karşılaşmadım hiç.”

Değerlendirmelere bakıldığında, dizide kadınların ‘kumalık’ kavramı bağlamında anlaşabilecekleri ve çok eşliliğin uygulanabilecek bir evlilik tarzı olduğu gösteriliyor; bu durumun gerçeklikteki pratiklerinin ise farklı olduğuna yönelik cevaplar verilmiştir. Görüşme sonucunda bazı katılımcıların egemen, bazı katılımcıların ise muhalif okuma yaptıkları ancak çoğunlukla müzakereci okuma gerçekleştirdikleri görülmüştür. Diğer taraftan karakterleri çözümlenmeye yönelik yorumların kumalık üzerinden yapıldığı görülmüştür. Yorumlara bakıldığında katılımcıların diziyi gerçekçi bulmadıkları görülmüştür. Karakterleri ayrı ayrı gerçek hayatla kıyaslayarak örneklendirmeleri ve ana konuya yönelik çıkarımlarda bulunmaları diziyi dikkatle izlediklerini göstermektedir.

Katılımcıların kendilerini ve çevrelerindeki kişileri, dizideki karakterlerle ne kadar örtüştürdüğünü öğrenmeye yönelik verileri elde etmek için, en beğenilen ve beğenilmeyen karakterleri nedenleriyle birlikte açıklamaları istenmiştir. Dizide vermek istenen bazı mesajların tasarlandığı biçimiyle alımlandığı bazılarının ise farklı şekillerde kodaçımıldığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların ağırlıklı olarak beğendiği karakterlerin birbirinden farklı olduğu görülmüştür. Katılımcılar kendi karakteristiklerine ve hayatı anlamlandırma şekillerine göre yaklaşım duygusal tepkiler vermişlerdir. Beğenilmeyen karakterler sorulduğunda beş katılımcının ‘Ayşe’ karakterini söyledikleri görülmüştür. Dizide rol modellerle ilgili verilen kodlamalarda

katılımcıların egemen okuma yaptığı tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcılar karakterleri kendi yaşam pratikleriyle ilişkilendirerek yorumlamışlardır. İzleyiciler egemen söylemlere yönelik eleştirel bir tutum sergilemek yerine, karakterlerin özellikleri bağlamında yorum yapmışlardır. Katılımcıların söz konusu soruya yanıtları şu şekilde olmuştur:

K2-K3-K8: “Bella’nın başka bir yaşamdan gelmesine rağmen, eşinin ailesinin yaşam tarzını benimseyip kabullenmesi takdir edilir. Her şeye rağmen çok uyumlu bir insan. Ayrıca şaşkın hâlleri ona sevimlilik ve tatlılık kazandırıyor. Ayşe karakterini hiç sevemedim.”

K1: “Kör Hasan’ın uzlaştırıcı hâli hoşuma gidiyor. Ayşe’yi sevemedim. Kadının doğasında var olan asaletini yerle bir eden bir hâli var. Cinselliğini kullanıyor ve sürekli bir hinlik peşinde.”

K4: “Möhteber, samimi Anadolu kadını imajını yansıtıyor. Bella’ya aile içinde ayrıcalıklı davranıp diğer gelinlerin dışlanması sınırlarımı bozuyor. Her şeyi koşulsuz kabul etmesini sevmiyorum. Yabancı gelinler daha uyumluymuş gibi gösteriliyor.”

K5: “Nazgül’ün yöresel ağızla konuşmasını seviyorum. Ayşe bir kadının en çirkin hâli bence.”

K6: “Kamil karakterini olumlu buluyorum. Pozitif yaklaşımı, aynı zamanda hegemonik erkeklik kalıbından kurtulmuş gibi görünen ama zaman zaman da diğer baskın erkek karakterinden etkilenmesi sonucu yaşadığı sorgulamalar... Kalender Ağa’nın eşlerini sürekli mutfağa gönderip kendisinin sosyal hayatta canının her istediğini yapması sinir bozucu.”

K7: “Kamilla’nın var olan düzeni eleştirmesi hoşuma gidiyor. Hazar’ın eşine yönelik olumsuz davranışlar karşısında tepkisiz kalıp onu kaderine terk etmesi doğru değil.”

Katılımcılara, yapılan bu dizinin Türk toplumunu yansıtmadığı ve diziyi kendi toplumsal yapılarıyla bütünleştirip bütünleştirmedikleri sorulmuş verilen cevaplar yeni bir araştırmanın ipuçlarını vermiştir. Katılımcıların tamamı, dizinin Türk toplumunu yansıttığını dile getirmişlerdir. Dizide gösterilen aile modelinin Türk toplumunda var olan gerçekler olduğu yönünde ortak bir fikre sahip oldukları ön plana çıkmıştır. Katılımcıların “Kuma, ağa ve gelin” kavramları üzerinden açıklama yaparak bu soruyu cevapladıkları görülmüştür. Soruya verilen bazı cevaplar şöyledir:

K1: “Çok karılılık Türk toplumunda var.”

K4: “Yansıtıyor mesela kadınların kıskançlığı, gelinlere karşı olan tavırları ve er-

kekliğin maçoğlu bizim toplumumuzda olan şeyler.”

K6: “Türk toplumunda geçmişte olan gerçekler bunlar ama günümüzde de bunların devam etmesi isteniyor gibi.”

Katılımcıların diziyi kendi toplumsal yapılarıyla bütünleştirip bütünleştirmediklerine yönelik soruya verdikleri cevaplar ise oldukça şaşırtıcı bulunmuştur. Katılımcıların tamamı dizideki aileyi, kendilerinin içinde yaşadığı toplumla bütünleştirmişlerdir. Soruya aşağıda verilen cevaplardan, coğrafi ve demografik özelliklerin toplumsal dinamikleri açıklamada belirleyici unsurlara sahip olduğu görülmüştür:

K2: “Yaşadığım toplumda kimse kumalığı kabul etmez.”

K3: “Toplumsal anlamda bu karakterlerin kabul görmeyeceklerini düşünüyorum.”

K7: “Benim yaşadığım toplumda bu tarz aileler yok. O yüzden bütünleştiremiyorum.”

K8: “Kendi toplumumla bütünleştiremiyorum.”

Dizide kadınlara yönelik aşağılayıcı ve ezici söylemlerin olduğu sahnelerin, izleyiciler tarafından nasıl değerlendirildiği sorularak eleştiri düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Buradaki amaç, egemen kodların izleyiciler tarafından sorgulanıp sorgulanmadığının anlaşılmasıdır. Kodaçıklama yaklaşımı çerçevesinde değerlendirildiğinde, katılımcıların bu konuda muhalif okuma yaptıkları görülmüştür.

K1: “İzlerken çok sinirleniyorum. Kadınları yansıttıkları durum hoşuma gitmiyor. Kadına dayatılmaya çalışılan, yüklenen roller var.”

K2: “Çok eşliliği övmesi ve yabancı gelinin övülmesi beni diziyi eleştirmeye yöneltiyor.”

K3: “Kadınların bu kadar ezilmesi kabul edilemez. Ayrıca böyle bir yaşam tarzını kabul edemem.”

K4: “Bize bir şeyleri empoze etmeye çalışıyorlar gibi hissediyorum. Çok eşliliği güzel göstermeye çalışıyorlar.”

K5: “Güncel hayatı toplumsal dinamikleri bağlamında eleştiriyorum.”

K6: “Eleştirdiğim noktalar var: Kumaların bu kadar iyi anlaşıyor olmaları ve gerektiğinde Kalender Ağa’ya karşı müttefik oluşları noktasında eleştiriyorum.”

K7: “Dizide verilmeye çalışılan mesajlar olduğunu düşünüyorum.”

K8: “Adamın üç eşi olmasına rağmen dördüncü evliliği yapmak istemesini kabul lenemiyorum.”

Genel anlamda dizide, kadınlara yönelik aşağılayıcı ifadelerle karşı izleyicilerin duyarlı oldukları gözlenmiştir. Katılımcıların yaptıkları yorumlardan, ürettikleri anlamların dizinin içeriğiyle uyumlu olduğu görülmektedir. Eleştirilerinin derecesine bakıldığında, izleyenlerin muhalif bir okuma yaptıkları dikkat çekmiştir. Diziyi eleştirdikleri hâlde izlemeye devam etmelerinin nedenleri ise kadınlara ve çok eşliliğe yönelik mesajların verildiği sahnelerin daha ne kadar devam edeceğinin merak edilmesidir. Bir katılımcının “İzliyorum çünkü daha ne kadar ileri gideceklerini merak ediyorum.” şeklindeki cevabı, izleyicilerin sorgulayıcı bir yaklaşım içerisinde olduğunun göstergesidir. Ayrıca “Komik diziler insanların hoşuna gidiyor kimse verdiği mesajlara çok da aldırmıyor, bu yüzden komik olduğu için izlerim.” şeklindeki yorumu izleyicilerin sosyolojik ve psikolojik açıdan öğrenilmiş çaresizliğin, bastırılmış bilinçaltının tezahürüdür.

Katılımcılara, “Dizde kadınlara yönelik eril söylemler yer almaktadır. Bu sizi rahatsız ediyor mu?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların 7’si bu konuda muhalif okuma yapmış; izleyiciler psikolojik olarak karakterler vasıtasıyla empati kurmuş ve karakterleri kendileriyle özdeşleştirmişlerdir. Katılanların soruyla ilgili yorumları şu şekildedir:

K1: “Kadının elindeki güç alınmış ve kadının tek meziyeti cinselliğe indirgenmiştir.”

K2: “Kadının söz hakkı yokmuş gibi lanse edilmesi beni rahatsız etti.”

K3: “Toplumumuzda zaten kadın sorunu var. Bu dizi de bunu destekler nitelikte olmuş.”

K6: “Sürekli kumaları ve gelinleri sadece mutfakta göstermeleri, annelik kimliklerini ön plana çıkarmaları ve buna yönelik diyaloglar rahatsız edici.”

“Ön plana çıkarılan çok eşlilik konusunda ne düşünüyorsunuz?” sorusuyla toplumsal açıdan çok eşliliğe ait bilgi seviyesi ölçülmeye çalışılmıştır. Katılımcıların çok eşlilik kavramıyla ilgili yaptıkları yorumlar analiz edildiğinde; çok eşliliğin iki çeşidinden biri olan, bir erkeğin birden fazla kadınla evlenmesinin anlaşılması, toplumsal pratiklerde örneklerinin varlığını kanıtlamaktadır. Katılımcıların neredeyse tamamı aynı eleştirel bakış açısıyla yorum yapmış ve hepsi “çok kadınla evlilik” cevabını vermiştir.

K1: “Ezilen kadınlar ve erkek baskınlığı aklıma geliyor. Kadınlar için çok zor bir durum.”

K2: “Bir erkeğin birden çok kadınla evlenmesi...”

K3: “Hiçbir kadının çok eşliliği kabul edeceğini sanmıyorum ancak kadınlar bastırıldıkları için katlanıyorlar.”

K4: “Kadını yetersiz görüyorlar. Üç kadını bir erkeğe eş değer görüyorlar.”

K5: “Çağ dışı hak sömürüsü.”

K6: “Arzularına yenik düşen ve bir türlü kendini tatmin edememiş, bu nedenle sürekli doyuma ulaşmaya çalışan erkeklerin çoğunlukla tercih ettiği saçmalık.”

K7: “Bir erkeğin tek eşle yetinmeyip keyfi nedenlerden dolayı birden çok kadınla evlenmesi.”

Türk topluluklarında ve Osmanlılar döneminde poligami sık rastlanan bir olgu olmuştur. Özellikle de çok eşlilik toplumsal yapıda uygulanmış ve bir gelenek hâline getirilmiştir. Bu durumun yansımaları katılımcıların yorumlarında ön plana çıkmıştır. Bu soruya katılımcıların verdiği cevapla daha önce verilen Türk toplum yapısını yansıttığı cevabının birbiriyle paralellik göstermesi bunun ispatı olarak değerlendirilebilir.

Katılımcılara genel anlamda diziden ne tür mesajlar aldıkları sorulduğunda, katılımcıların üçü kadına ait toplumsal cinsiyete dayalı mesajların ve ataerkil kodlamaların olduğunu dile getirirken, beş katılımcının ise çok eşliliği öven, normalleştiren ve kumalığın bir kader olduğuna yönelik mesajlar aldıklarını ifade etmişlerdir. Dizide egemen söylemlerin olay örgüsü içerisinde net sahnelerle gösterilmesi ve mesaj metinlerinde yer alması, izleyicilerin iletilmek istenen kodları çok kolay çözmesini sağlamıştır. Katılımcıların kodları çözerken muhalif okuma yaptıkları tespit edilirken soruya verdikleri bazı yanıtlar şu şekilde olmuştur:

K1: “Kadının eline para ve iktidar ver, çok eşliliği de kabul eder.”

K2: “Yabancı gelinler daha uyumludur, kumalık da çok kötü değildir mesajını veriyor.”

K3: “Kuma olayını ve çok eşlilik durumunu insanlara komikleştirerek, güzel bir şekilde sunuyor. Kumalığı meşrulaştırıyor ve kadınları aşağılamaktan öteye geçemiyor.”

K4: “Türk toplumu ataerkindir. Kadının sadece ev hayatı vardır ve kadının tek tercihi evliliğidir.”

K5: “Kadın anne rolüyle ön planda. Kadının varlık ve yokluk meselesini erkeğin gücüyle ve hâkimiyetiyle sınırlandırdığı mesajını alıyorum.”

K6: “Çok eşlilik aslında kötü değildir. Kadının görevi her zaman iyi bir anne ve iyi bir eş olmaktır. Kadının ev içindeki yeri mutfakla sınırlıdır. Kadın gücü, iktidarı ve statüyü istiyorsa erkeğe sahip olmalıdır.”

K7: “Bir kadının görevinin neler olduğuna yönelik mesajlar alıyorum. ‘Bir kadın

görevini yerine getiremiyor veya kocasını mutlu edemiyorsa kumayı hak etmiştir' mesajını alıyorum.”

K8: “Kumaların iyi anlaşabileceğini gösterip çok eşliliği övüyor.”

5. Sonuç

Yeni Gelin dizisinin alımlama analizi, birbirinden farklı sosyal ve demografik özelliklere sahip 8 kişinin katılımıyla yapılmıştır. Katılımcılar, K1, K2... K8 şeklinde kodlanarak kullanılmıştır. Katılımcıların duygusal ve fiziksel tepkileri de göz önünde bulundurularak değerlendirme yapılmıştır. Bu çalışmayla dizinin görsel, işitsel ve sözlü kodların izleyiciler tarafından nasıl alımlandığı ölçülmeye çalışılmıştır. İzleyicilerin diziyi tercih etme nedenleri, çok eşliliğe yönelik toplumsal tepkileri ve kadınlara yönelik ataerkil kodların alımlamasıyla ilgili farklı okumaları analiz edilmiştir. Poligamik ilişkiler ve kadınlara yönelik cinsiyetçi söylemler bağlamında iletilen kodların izleyiciler tarafından nasıl alımlandığı ortaya konmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada, toplumsal bağlamda yaşanan sorunlar karşısında bireylerin insani ve duygusal bazı okumalara yöneldikleri görülmüştür. Özellikle de toplumsal pratiklerde kadınların dilsel ve dil dışı saldırılara maruz kalmaları ve hayatın her alanında cinsiyetçi tavırlarla karşılaşmaları noktasında hassasiyetlerinin olduğu yapılan yorumlarla ortaya konmuştur. Ancak hâkim kodları, eleştirel bir yaklaşımla çözmüş olmaları dikkat çekmiştir. Yapılan bu okumaları genelleştirmek doğru değildir ancak izler kitlenin temsiliyeti anlamında kayda değer sonuçlar ortaya koyduğu göz ardı edilememektedir. Yapılan çalışmada yaşça daha büyük olan katılımcıların metnin içerisindeki egemen kodları daha kolay çözümledikleri görülürken, yaşça daha küçük olan katılımcıların ise muhalif okuma yaptıkları tespit edilmiştir. Yani yaş ile eleştirel tutum arasında ters bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Bunun nedeni ise kadınların toplumsal anlamda yaşadıkları sorunların çözümsüzlüğü karşısında, bireylerde meydana getirdiği psikolojik yılgınlık gösterilebilir. Egemen okuma yapan katılımcının yaş ortalamasının yüksek olması ve kadın oluşu, bu tezi doğrulamaktadır. Yapılan okumaların birbirine yakınlığı, demografik etkenlerin bu çalışmada belirleyici bir rolünün olmadığını göstermiştir.

Toplumsal bir gerçeklik olarak görülen çok eşliliğin aile içindeki yansımaları ve çok eşlilik kapsamında kadın temsiliyetlerine ilişkin sorulara verilen kişisel yanıtlarda erkek ve kadın katılımcılar, çok eşliliğin aile içi sorunları ve çok eşliliğin kadın cinsiyetini aşağıladığı noktasında mutabık kalmıştır. Yapılan çalışma sonucunda izleyiciler tarafından okumalar şu şekilde yorumlanabilmektedir: Dizide çok eşliliği övücü bir tutum sergilenmiş, eleştiriden uzak erkek egemen söylemler pekiştirilmiş ve metin içerikleri bu doğrultuda oluşturulmuştur. Buna bağlı olarak katılımcıların söz konusu diziyiyle ilgili yapılan analizde dizinin vermek

istediği mesaja bağlı olarak Hall'un egemen, müzakereci ve muhalif okumalarının her üçünü de farklı sorularda gerçekleştirdikleri görülmüştür. Bu durum her bir katılımcının, dizi metni mesajlarına yönelik yaptıkları okumalara aynı okuma türünü gerçekleştirmediğini ve sorulara bağlı olarak mesajlara yönelik okumalar yaptıklarını ortaya koymaktadır. Yani aynı katılımcı kendisine yöneltilen sorularda dizideki mesajları farklı farklı okuduğunu göstermiştir. Katılımcı kimi zaman muhalif, kimi zaman egemen, kimi zamansa müzakereci bir okuma gerçekleştirmiştir. Bu da medya metinlerine karşı izleyicinin kimi zaman pasif kimi zamansa aktif olabileceği sonucunu ortaya koymaktadır.

Kaynakça

- Aydın, O. Ş. (2007). Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11, 119-131.
- Becerikli, S. Y. (2012). Sağlık İletişimi Çalışmalarında Alımlama Analizinin Kullanımı: Odak Grup Çalışması Yoluyla Kamu Kampanyaları ve Reklam Metinlerine İlişkin Çapraz Bir Okuma Pratiği. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 43, 163-177.
- Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. S. İrvan (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Göksel, A. B. ve Gültekin, B. (2008). Medya Analizleri. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- İlhan, V. (2015). Medya Çalışmalarında İzleyici. Kayseri: Gece Kitaplığı.
- Kaya, M. (2008). Dünden Bugüne Çok Eşlilik. İstanbul: Çıra.
- Kuruoğlu, H. ve Aydın, B. (2014). Toplumsal Cinsiyet ve Medya. Ankara: Detay.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (2010). İletişim Modelleri. K. Yumlu (Çev.). Ankara: İmge.
- Mutlu, E. (2005). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Ütopya.
- Özsoy, A. (2011). Televizyon ve İzleyici: Türkiye'de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici. Ankara: Ütopya.
- Şeker, T. ve Tiryaki, S. (2013). Savaş Fotoğrafçısı Filminin Alımlama Analizi. Global Media Dergisi, 6, 196-212.
- Yaylagül, L. (2010). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot.

İnternet Kaynakları

- <http://www.connectedvivaki.com/gunluk-tv-reytingleri-16-aralik-cumartesi/>, Erişim Tarihi: 18.12.2017
- <https://www.gunlukreytingler.org/16-aralik-2017-cumartesi-reyting-sonuclari.html>, Erişim Tarihi: 18.12.2017
- <http://www.medyatava.com/haber/nisan-ayi-izlenme-oranlari-belli-oldu-en-cok-izlenen-kanal-yine-degismedi>, Erişim Tarihi: 18.12.2017
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid, Erişim Tarihi: 15.12.2017