

TÜRK TELEVİZYON DİZİLERİNDEKİ KADIN ROLLERİNE KADINLARIN GÖZÜNDEN BAKMAK

Arş. Gör. Derya GÜL ÜNLÜ*
Arş. Gör. Pınar ASLAN**

ÖZET

Medyanın öneminin tartışılmaz olduğu günümüz dünyasında medya metninin okunması, verilen mesajın toplumda bulunduğu karşılığı görmek açısından önemlidir. Medya metnlerinde yer alan içerik toplumsal değerlerden beslenmekle birlikte, her zaman gerçeği yansıtmamakta, kendi gerçeğini üretmektedir. Diziler de medyanın ürettiği bu gerçekliği izleyiciye kurgulanmış bir hikâye olarak aktarmaktadır. Özellikle son yıllarda Türk televizyon dizileri, Türkiye’de ve dünyada üzerine hem kamusal alanda hem de özel alanda konuşulan, takip edilen ve yüksek oranda izlenen, oyuncularına hayranlık duyulan ve izleyiciler tarafından örnek alınan önemli medya ürünleri arasında bulunmaktadır. Bu bağlamda dizilerde yer alan karakterlerin temsil edilme biçimleri de önem kazanmaktadır. Özellikle kadınların medyadaki temsil sorunu düşünüldüğünde, tüm diğer medya metnlerinde olduğu gibi, dizilerde de kadın temsilinin incelenmesi gerekmektedir. Buradan yola çıkılarak gerçekleştirilen çalışma, Türk televizyon dizilerindeki kadın karakterlere odaklanmaktadır. Türk televizyon dizilerinde kullanılan kadın karakterler göz önünde bulundurulduğunda, genellikle belirli kadın tiplerinin kullanıldığı, bunların dışında rollerde yer alan kadınların da dizinin ilerleyen bölümlerinde ‘normalleştirildiği’ ve belirlenmiş toplumsal cinsiyet rollerine uygun hale getirildiği görülebilir. Dolayısıyla araştırma dizi izleyicisi olan kadınların, dizilerde yer verilen kadın karakterler hakkında neler düşündüklerini ortaya koyma amacını taşımaktadır. Bu kapsamda öncelikle kadınların medyadaki temsil sorununa değinilmiş, dizilerde gerçekliğin yeniden nasıl inşa edildiği ve Türk televizyon dizilerinde kadının belirli temsil biçimleri vurgulanmıştır. Sonrasında ise, 15 kadın dizi izleyicisiyle yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türk Televizyon Dizileri, Kadın Temsili, Toplumsal Cinsiyet

LOOKING AT THE WOMEN IN TURKISH TELEVISION SERIES THROUGH WOMEN’S EYES

ABSTRACT

In today’s world where media is indisputably important, reading media texts is significant due to the fact that it helps us see the reaction of society who is transferred these messages. Although the content in media texts nourished with social values, it also lacks in reflecting the truth as it is; media texts produce their own reality. Likewise, television series transfer this reality to the viewers as a fictional story. Turkish television series are among the media texts that are considered exemplary with its media coverage, high ratings, and popularity that comes along with being mentioned both in public and private spaces. Thus, it is also important to examine how the female characters in these series are represented. When the female characters in these series are studied, it is possible to see that there are solely certain types of women as protagonists and even “different” supporting characters are “turned into normal ones” in the following episodes; in other words, female characters in television series are suited into roles that are appropriate for gender values of the society. In the light of these findings in literature, this study aims to reveal what women television series fans think about women in television series. Prior to the research, the issue of representation of women in the media is mentioned and the way reality is re-constructed in the television series is discussed with an emphasis on the female representations in Turkish television series. Later, the findings of the in-depth interviews with 15 women who regularly watch television series are discussed.

Keywords: Turkish Television Series, Representation of Women, Gender

Giriş

Medya metnlerinde yer alan içerik toplumsal değerlerden beslenmekle birlikte, her zaman gerçeği yansıtmamakta, kendi gerçeğini üretmektedir. İzleyicilerine toplumsal değerler üzerinden kurgulanmış bir hikâye aracılığıyla ulaşan diziler de söz konusu medya metinleri arasında yer almaktadır. Özellikle son yıllarda yayınlanan Türk televizyon dizileri, Türkiye’de ve dünyada üzerine hem kamusal alanda hem de özel alanda

* İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, derya.gul@istanbul.edu.tr

** İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, pinar.aslan@istanbul.edu.tr

konuşulan, takip edilen ve yüksek oranda izlenen, oyuncularına hayranlık duyulan ve izleyicileri tarafından örnek alınan önemli medya ürünleri arasında bulunmaktadır. Drama, komedi, gerilim, fantastik, korku gibi çok çeşitli türlerde olabilen diziler, farklı ilgi alanları olan izleyicileri de kendine çekmekte, böylelikle geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilmektedir.

Bununla birlikte, birbirinden farklı türde olsalar da dizilerde yer alan kadın karakterlerin temsil edilme biçimleri oldukça benzerdir. Araştırma kapsamına uygun olarak Türk televizyon dizilerinde kullanılan kadın karakterler göz önünde bulundurulduğunda, genellikle belirli kadın tiplmelerinin kullanıldığı görülmektedir. Bunların dışında yer alan rollerdeki kadınlar da dizinin ilerleyen bölümlerinde ‘normalleştirilmekte’ ve belirlenmiş toplumsal cinsiyet rollerine uygun hale getirilmektedir. Bu nedenle, söz konusu dizilerde yer verilen kadın karakterlerin gerçek hayattaki kadınları ne derece temsil edebildiğinin eleştirel bir bakışla sorgulanması gerekli görülmüştür.

Buradan yola çıkılarak gerçekleştirilen ve dizi izleyicisi kadınların, dizilerde yer verilen kadın karakterler hakkında neler düşündüklerini ortaya koyma amacını taşıyan bu çalışmada öncelikle kadınların medyadaki temsil sorununa değinilmiş, dizilerde gerçekliğin yeniden nasıl inşa edildiği ve Türk televizyon dizilerinde kadının belirli temsil biçimleri vurgulanmıştır. Sonrasında ise, 15 kadın dizi izleyicisiyle yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular bağlamında kadın izleyicilerin dizilerdeki kadın temsillerine yönelik düşünceleri tartışılmıştır.

1. Kadınların Medyadaki Temsil Sorunu

Medyada yer alan içerik toplumsal yapıda var olan değerlerden yola çıkılarak kurgulanmakta, dolayısıyla toplumsal cinsiyetçi bakış açısını da yer verdiği kadın ve erkek rolleri üzerinden tekrar kurgulayarak topluma yansıtmaktadır. Toplumsal cinsiyet yaklaşımı, kadın ve erkek arasında var olan biyolojik farklılıkların yanı sıra, bireylerin toplumsallaşma ve toplumda yer edinme sürecinde sahiplenecekleri roller üzerinde sosyal yapıların ve kültürel özelliklerin etkisinin bulunduğunu kabul etmekle birlikte, bu etkinin hangi yönde olduğu ve nasıl yapılandığıyla da ilgilenmektedir. Scott toplumsal cinsiyet kavramını, “cinsler arasındaki kavranabilen farklılıklara dayalı toplumsal ilişkilerin kurucusu ögesi ve iktidar ilişkilerini belirgin kılmamanın asli yolu” olarak tanımlamaktadır (Scott, 2007: 38).

Söz konusu cinsiyetçi bakış açısının toplumsal yapı üzerinden yansımalarını edebiyat, eğitim, siyaset gibi farklı alanlarda görmek mümkündür. Medya da toplumsal cinsiyetçi bakış açısının görünürlük kazandığı alanların başında gelmekte, kadına dair belirlenmiş içerik ve rollere reklamlar, programlar ya da dizilerde yer verilmektedir. Kadınların toplumsal, kültürel ve siyasal olarak televizyonda konumlandırılmış biçimi çeşitli televizyon programlarına, haber ve tartışma programlarına, reklamlara, dizilere, filmlere yansımaktadır. Kadınlara genellikle ya dikkat çekici cinsel bir obje ya da çocuk bakımı, ev işleri ve annelik gibi konularla ilgili bir kitle olarak yaklaşılmaktadır. Toplumun bizden beklediği davranış modelleri itibarıyla kadın; evde çocuklara bakan, temizlik vb. ev işleri ile uğraşan, gerek kendisi için (özel bakımı için gerekli kozmetik vb. ürünler) gerekse evin gideri için gerekli olan alışverişi yapmakla yükümlü olan daha edilgen bir konumda iken, erkek; evin geçimi için para kazanan, iktidarı elinde bulunduran, eşini ve çocuklarını koruyup kollayan etken konumdadır (Çalışır ve Okur Çakıcı, 2015: 272). Yine toplumun beklentileri doğrultusunda kadının ve erkeğin medyada temsili de bu davranış modelleriyle paralel olmaktadır.

Medyadaki toplumsal cinsiyetçi bakış açısının en önemli göstergelerinden biri de kitle iletişim araçlarında özel olarak kadınlara yönelik yayınların yer almasıdır. Söz konusu radyo yayını, televizyon programı veya gazete yazılarında, sadece kadınlara hitaben yayınlar yapılmakta, burada verilen bilgiler ise aile içi sorunlar, aile içi şiddet, çocuk bakımı, yemek ya da el işi tarifi gibi 'kadınsal' olarak nitelendirilen konulardan oluşmaktadır. Kitle iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte ortaya çıkan bu kadınlara özel yayınlar ilk yayınlanmalarından itibaren, kadınlara toplum içinde uygun görülen kadınsı rolleri pekiştirir nitelikte olmuşlardır. Medyada kadın temsili yoğun olarak 1970'li yıllarda feminist medya çalışmaları aracılığıyla gündeme getirilmiş ve kadını ikincil konuma iten toplumsal süreçlerin medyadaki kadın temsilleriyle etkileşim içinde kurulduğuna dikkat çekilmiştir. Bu dönemde iletişim çalışmaları alanında kültürelci perspektiflerin hâkim olması, medya temsili *inşacı* olduğu, başka bir deyişle, *toplumsalı* yansıtmaktan çok inşa ettiği görüşünü öne çıkarmıştır. Feminist medya çalışmalarının ise, bu inşa meselesini, kadınların toplum hayatındaki ikincil konumunu pekiştiren bir toplumsallığın sembolik yeniden üretimi olarak yorumladığı açıktır (Çelenk, 2010: 230). Timisi, medyanın toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin kuşaklar içinde yeniden üretilmesini sağlayacak ya da engelleyecek bir anlam sistemini üretebildiğinden bahsetmektedir. İletişim araçları; benlikler, kimlikler, aidiyetler için sunduğu anlam dünyası içerisinde ahlaki sınırlar çizerek, yaşanan gerçekliğin zihniyetini oluşturan doğru-yanlış ve normal-normal olmayanları belirlemektedir (Timisi, 2010: 87). Dolayısıyla gazete haberleri ya da televizyon programlarında toplumsal yaşamdaki kadının sadece belirli roller üzerinden temsili, kadınlardan beklenen ve istenmeyen çeşitli davranış kalıplarını da sürekli hatırlatmaktadır.

Medyanın toplumsal cinsiyetçi yapısı, toplumsal yapı tarafından tanımlanmış kadın ve erkek rollerini izleyicisine sunduğu içerikle tekrar üretmektedir. Kadınların medyada sınırlı roller üzerinden temsil edildiği görülmektedir. Yazılı basında genellikle üçüncü sayfa haberlerine konu olan kadın, magazin programlarında ve haberlerde ezilen, mağdur olan, cinayete kurban gitmiş, aldatılan, statüsü düşük işlerde çalışan, siyasal-sosyal ve kültürel alanda yer edinememiş bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın ya geleneksel roller içinde gösterilmekte ya da cinsel obje olarak sunulmakta, bir taraftan da kadına hangi rolü seçmesi gerektiğinin mesajı verilmektedir. Medyada kadının metalaştırılması, kadının kimliksizleştirilmesine, toplumda ikinci plana itilmesine, tüketim objesi olarak görülmesine sebep olmakta ve medyada ayrımcı bir dil üretilmesini de körüklemektedir (Şener vd., 2016: 172).

Timisi, toplumsal cinsiyet perspektifinden bakıldığında medyanın sembolik içeriğinin asla doğal olmadığından bahsetmektedir. Yani medya, verili bir gerçeklik içerisinde yer almamakta, gerçekliği inşa etmektedir. Sembolik içerik asla nesnel değildir. İçeriğe konu olan olay, olgu, ampirisist bir perspektifle tanımlanamaz. Dolayısıyla, medyada yer alan sembolik içerik, gerçeğin tercih edilen bir görünümüdür (Timisi, 2010: 91-92) Bu bağlamda düşünüldüğünde medyada kadının temsili ciddi bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. 2015 yılında dünya medyasındaki kadın ve erkek temsili ölçümlendiği *Global Media Monitoring Project (GMMP)*¹ araştırmasının sonuçları arasından öne çıkan bazılarına göre;

¹ Global Media Monitoring Project (GMMP): 1995 yılından bu yana dünyada kadın ve erkeklerin medya temsili ve medyadaki cinsiyet eşitsizliğini ölçümlemeyi hedefleyen araştırmadır. En son 2015 yılında gerçekleştirilen çalışmada 114 ülkedeki ayrı medya kuruluşu tarafından yayınlanmış, basılmış ya da tweet atılmış 22.136 haber incelenmiştir. Çalışmayla, medyadaki cinsiyet eşitliğinin sağlanması yönündeki gelişim oranının son beş yılda neredeyse durma noktasına geldiği ortaya çıkarılmıştır.

- Kadınlar televizyon, radyo ya da gazetelerde yer alan haberlerin yalnızca %24'ünde özne konumundadır. Söz konusu oran son beş yıldır aynıdır.
- Gazete, radyo ve televizyonlarda yer alan haberlerin sadece %37'si kadınlar tarafından sunulmaktadır.
- Haberi sunan kadınlar en fazla %41'le radyoda, en az %35'le basılı medyada yer almaktadır.
- Kadın ve erkek gazetecilerin kaynak seçiminde belirgin bir cinsiyet farklılığı bulunmaktadır.
- Televizyon, radyo ve gazetelerde toplumsal cinsiyet kalıplarını sorgulayan haberler %4 oranında kalmış, söz konusu oran dijital medyada da aynı olmuştur.

Dolayısıyla kadınların medyadaki temsilinin hem yetersiz hem de sorunlu olduğu görülmektedir. Kadının medyada temsiline yönelik yapılan çalışmalar temelde üç nokta üzerinde durmaktadır. Bunlar; kadınların medya sektöründeki varlığı, medyada temsil edilme biçimleri ve medya ürünlerinin kullanıcıları ya da tüketicileri olarak kadınların incelenmesi şeklindedir (Çelenk, 2010: 230). Kadınların medyadaki temsilini Türk televizyon dizileri üzerinden inceleyen bu çalışmada da söz konusu dizilerin toplumsal gerçekliği olay örgüsü içerisinde nasıl yansıttığına ve yer verilen kadın rollerinin özelliklerine aşağıda değinilmiştir.

2. Dizilerde Gerçekliğin Yeniden İnşası ve Türk Televizyon Dizilerinde Kadın Temsili

Televizyon dizilerinde gerçeklik ve temsiliyet üzerine yapılan araştırmaların çoğunda, kadınların yeterince ve doğru temsil edilmediği, diziler üzerinden verilen mesajların da zihnimizdeki çağdaş kadın profilini etkilediği sonucuna varılmıştır (JC McNeil, 1975; Brown, 1987; Atkin, 1991; Inness, 1999; Kuhn, 2007). İnsanlara bir şeyleri direkt olarak söylemek yerine, hikâyeye içinde mesajlar göndermeyi ve belki de daha derin bir etki yaratmayı amaçlayan televizyon, Kozloff (1992: 67)'un da dediği gibi, "en büyük hikâyeye anlatıcısıdır." Bu sonsuz öyküleme sürecinde izleyiciye sunulan tabii ki yalnızca gerçek olmayacaktır. Gerçek anlatılma ve defalarca yeniden anlatılma sürecinde muhtemelen çarpıtılacak; toplumun beklentisi, yapımcıların ve yatırımcıların talebi doğrultusunda yeniden şekillenecektir.

Televizyon üzerinden anlatılan hikâyelerin şekillenmesindeki öncelikli unsur seyircinin beklentisidir. Fourie bu durumu şöyle açıklar: "Karakterlerin stereotip olması izleyicinin toplumda kabul görmek için nasıl davranması gerektiğine dair bilgi sahibi olması ihtiyacıyla ilgilidir" (2001; 77). Yani izleyici televizyonda verilen mesajlarda nasıl biri olması gerektiğine dair veri de arar. Fourie'ye göre televizyonda ortalama izleyicinin ortak olmak isteyeceği kurgusal bir gerçeklik vardır ve bu durum televizyonun izleyici için adeta bir keyif kaynağına dönüşmesini sağlar. Bu katılım durumu izleyiciyi gerçekliğin yeniden inşasına ortak eder; izleyici gerek düşüncelerinde gerek davranışlarında görülecek bu değişimi memnuniyetle kabul eder.

Her sezon yüzden fazla dizinin yayın hayatına başladığı ve birçoğunun birkaç bölüm sonra yayından kaldırıldığı Türk televizyon dizileri piyasası, son derece rekabetçi yapısıyla Türkiye'de son dönemde üretilen dizilerin dikkat çekici ve nitelikli olmasını gerektirmektedir. Bu durum Türk televizyon dizilerinin ününün yurt dışına taşmasını ve beraberinde dizi sektörüne daha çok yatırım yapılmasını sağlamıştır. Öte yandan, dizi hikâyelerinde dikkat çekmek ve farklılık yaratmak adına yapılan tüm değişikliklere rağmen, dizi karakterleri hâlâ toplumun kendilerinden beklediği gibi hareket etmektedir. Televizyonun gittikçe artan oranda evcilleştirmeye dayalı anlatısının da bir gereği olarak

kahramanlar, metin içinde küçük değişimler yaşasalar da anlatının bitiminde bütüncül bir değişim yaşayamazlar, bu yüzden de geleneksel konumlarını korurlar. Bu çerçevede kahramanlar, toplumsal rollerine bağlı olarak yeni konumlar geliştirmedikleri ve öneremedikleri için toplumda egemen olan cinsiyetçi temsillerin yeniden üretilmesine hizmet ederler (Özsoy, 2016: 231).

Fiske, televizyonun öncelikli olarak insanların temsil biçimleriyle ilgilendiğinden ve yapımcıların da kurgulanan karakterinin öneminin farkında olduklarından bahsetmektedir. Buna göre Amerikan televizyonlarının prime-time kuşağında yer alan yayınların yaklaşık %80'i kurgudur ve yayınlar kendilerine öncülük eden liderler üzerinden sunulmaktadır. Televizyon dizilerinin isimleri çoğunlukla bu karakterlerin isimlerini taşımaktadır ve stüdyo tanıtımları da ciddi ölçüde bu 'star' kişilikler üzerinden desteklenmektedir (2010: 150). Bu bağlamda düşünöldüğünde dizide yer alan ana karakterlerin rolleri üzerinden kurgulanan imajlarının da büyük önem taşıdığını söylemek mümkündür. Türkiye'de de ana karakterin ismini taşıyan dizilere rastlanmaktadır. Bunlar arasında Aliye (2004), Sıla (2006), Adımı Feriha Koydum (2011), Ezel (2009), Kuzey Güney (2011), Behzat Ç. Bir Ankara Polisiyesi (2010) gibi dizi isimleri sayılabilir. Dizilerde hikâyeye star kişiliklerin etrafında kurgulanırken, star kişilik de olsa tüm karakterlerin belli sınırlar içerisinde hareket etmesi ve toplumun beklentileri dışına çıkmamasına dikkat edilmektedir.

Günümüzde, farklı toplumsal cinsiyet temsillerinin ve değişiminin en çarpıcı görölebildiği alanlar olarak medya metinleri, yerli televizyon dizileri ve dizilerin karakterleri/kahramanlarıdır. Dizi-metinleri kuran öykünün eyleme dönüşebilmesini sağlayan karakterler, izleyici açısından özdeşleşmenin de kaynağında yer alırlar. İzleyici öncelikli olarak kahramanlarla yakınlaşır ve onlara bağlanır. Kurmacanın anlatı yapısı içinde kahramanların vurgulanan en önemli temsilleri ise toplumsal cinsiyet üzerine yapılanlardır. Yerli dizilerde toplumsal roller üzerinden vurgulanan toplumsal cinsiyetçi temsiller, dramının temelini oluşturur (Özsoy, 2016: 240). Bu bağlamda dizilerde kullanılan kadın ve erkek ana karakterler göz önünde bulundurulduğunda genellikle fiziksel açıdan egemen güzellik kalıplarına uygun oldukları görölmektedir. Yeterince güzel ve çekici olamayan ana karakterlerin güzelleşmek için geçirdiği dönüşümler de zaman zaman dizi hikâyelerin de önemli yer tutabilmektedir. Buna Çirkin Betty (1999) ya da yerli diziler arasından Bir İstanbul Masalı (2003), Tatlı İntikam (2016) dizilerini örnek vermek mümkündür.

İzleyicilerine çeşitli olay örgüleri üzerinden ulaşan diziler, toplumsal yaşamda çoğunlukla karşılaştığımız toplumsal cinsiyet rollerinin devam etmesinde de önemli bir rol oynamaktadırlar. Dizilerde yer alan kadın rolleri genellikle birbirine benzer kalıplaşmış tiplerden oluşmakta, ataerkil yapı içinde temsil edilen kadın karakterler, süregelen geleneksel söylemlerin yeniden üretilmesinde bir araç olarak kullanılmaktadır. Televizyon dizilerinde aile toplumun çekirdeği ve vazgeçilmez unsuru olarak sunulmakta, kadının da toplumdaki yerinin ailesi olduğu vurgulanmaktadır. Böylece bu diziler kadınlara, en önemli amaçlarının ailelerini bir arada ve mutlu tutmak olduğunu aşlamaktadır (Şener vd., 2016: 174).

Dizilerde geleneksel rollerle modern kalıplar birleştirilerek (hem çalışan hem de çocuklarıyla ilgilenen kadınlar gibi), mutlak evliliği ve anneliği kutsayan aile odaklı bir söylem inşa edilmektedir. Kadınlar çocukları için yaptıkları fedakârlıklar ve eşlerine duydukları sonsuz aşkla ön plana çıkmaktadır. Yerli dizilerde yer alan kadın karakterlere yönelik geleneksel roller toplumsal yapının zaman içindeki değişimiyle farklılaşsa da (dul anneler, tek ebeveynli aileler, evlilik dışı ilişkiler, farklı kimlikler, kadınların cinsel

yaşamının normallığı vs.), yenilikçi potansiyellerine rağmen yeni temsiller, egemen değerlerin kontrollerinden kurtulamamış ve sınırlarda kalmıştır. Farklılaşan bu temsiller ve değerler açısından durum, toptan bir değişim ya da bir yenilik olarak nitelendirmekten ziyade, egemen temsiller ve değerlerde bir sızma, karşı koyma olarak nitelendirilebilir (Özsoy, 2016: 244). Örneğin ailesi için yeterince çabalamamış ya da evlilik dışı ilişkileri olan kadınlar, dizilerdeki kötü kadın rollerinde bulunmakta, iyi bir karaktere dönüşebilmeleri hatalarını anladıklarında mümkün olabilmektedir. Benzer şekilde tek ebeveynli aileler evlenerek büyük mutlu bir yuva kurmakta (İki Aile (2006), Canım Ailem (2008), farklı kimliklere sahip olan gençler dizinin ilerleyen bölümlerinde normalleşmekte (İkinci Bahar (1998), Annem (2007)), evlilik dışı çocuk sahibi olan kadınlar anne olduklarında farklı bir karaktere bürünmektedirler.

Genellikle mutlu sonla biten ve aşk hikâyesinin anlatımı içerisinde izleyicisini güldürmeyi hedefleyen romantik komedi dizileri de evlilik, aile kurmanın, annelik gibi çeşitli kadınsal konulara sıklıkla değinen diziler arasında yer almaktadır. İçinde barındırdığı gerçek aşk ve romantizm unsurlarının komik olaylar üzerinden aktarıldığı romantik komedi dizileri geniş bir izleyici kitlesine seslenmektedir. Genellikle ana kadın karakterler, aşık oldukları erkeklerin dikkatini çekebilmek için çabalamakta, aşkları için çeşitli fedakarlıklar yapmakta, diğer kadın rakipleriyle savaşmakta ve bu uğraşları sırasında komik durumlara düşmektedirler. Sadece ana kadın karakterler değil, yan rollerdeki kadınlar ve erkekler de birbirinden farklı komik durumlar içerisinde yer alabilmektedir. Ancak ister ana karakter, ister yan karakter olsun, dizilerdeki tüm kadınların kurgulanmış davranışlarının ‘normallik’ sınırı içinde hareket ettiğini görmek mümkündür. Kısaca, günümüzde kadın ve erkekler medyanın da yardımıyla Serpil Sancar’ın bahsettiği “cinsiyetlendirilmiş toplumsallıklara” dönüştürülmüştür (2013: 19).

Literatürde elde edilen veri sonrası gerçekleştirilen bu araştırmada, son dönemlerde prime time kuşağında yayımlanan romantik komedi dizilerinde kadın karakterler üzerinden verilen bu normallik mesajının ve kadının temsili hakkındaki çeşitli sorunların bizzat kadınlar tarafından nasıl değerlendirildiği ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

3. Amaç ve Yöntem

Araştırma, Türk televizyon dizilerindeki kadın karakterlerin temsil biçimleri hakkında kadın izleyicilerin neler düşündüğünün ortaya koyulması amacını taşımaktadır. Bu kapsamda Türk dizilerinin bir alt türü olarak özellikle son dönemlerde oldukça sık rastlanan romantik komedi dizileri ele alınmıştır.

Çalışmanın amacına uygun olarak, 25-45 yaş aralığında, farklı sosyal statü ve mesleklerden 15 kadın dizi izleyicisiyle yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmenin gerçekleştirildiği kadın katılımcıların seçiminde, prime-time yayın kuşağında yayınlanmakta olan romantik komedi temalı dizilerden en az 2 tanesini düzenli olarak izliyor olmaları koşulu aranmıştır. Bunlar; Kiralık Aşk, No: 309, Aşk Laftan Anlamaz, Seviyor Sevmiyor ve Yüksek Sosyete dizileridir.

Görüşme esnasında yarı yapılandırılmış sorular kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, araştırmacı tarafından önceden belirlenmiş ya da görüşme sırasında ortaya çıkan konulara göre yeni soruların da sorulabildiği bir görüşme yöntemi olarak nitelendirilmekte yaygın kullanılan bir veri toplama yöntemidir. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı, her ne kadar araştırma konusu kapsamında sorularını hazırlamış olsa da görüşmenin gidişatına göre sorularını değiştirebilir, araştırmanın ana konseptine bağlı olmak kaydıyla içeriğinde değişikliklere giderek görüşmede, görüşülen kişilere açık uçlu sorular yöneltilir (Güler vd., 2015: 115). Gerçekleştirilen yüz yüze görüşmede, katılımcıların demografik özelliklerinin yanı sıra, romantik komedi türündeki televizyon

dizilerinde yer alan kadın karakterlerin temsiline ilişkin düşüncelerini ölçmeyi hedefleyen yarı yapılandırılmış sorular kullanılmıştır. Söz konusu soru başlıkları; gerçek hayattaki kadınların Türk dizilerindeki kadın karakterler tarafından temsili, kadın karakterlerin ön plana çıkan duygusal ve fiziksel özellikleri, dizilerdeki kadın sorunlarının temsili, katılımcıların dizilerdeki kadınlarla kendilerini özdeşleştirme biçimleri ve kadınların ekonomik gücünün kadın karakterler tarafından temsildir. Her bir görüşme 60-90 dakika sürmüştür.

4. Araştırma Bulguları

Çalışmaya katılan katılımcılara demografik özellikleri kapsamında yaşları ve meslekleri sorulmuştur. Söz konusu bulgular aşağıdaki tablolarda yer almaktadır:

Yaş Aralığı	Kişi Sayısı
25-30	5
31-35	3
36-40	1
41-45	6
Toplam	15

Tablo 1: Katılımcıların yaş dağılımı

Araştırmada yer alan katılımcıların yaş dağılımı incelendiğinde 5 kişinin 25-30, 3 kişinin 31-35, 1 kişinin 36-40, 6 kişinin ise 41-45 yaş aralığında bulunduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun 25-30 ve 41-45 yaş aralığında yer aldığını söylemek mümkündür.

Meslek	Kişi Sayısı
Akademisyen	1
Avukat	1
Bilgisayar Programcısı	1
Ev Hanımı	2
Halkla İlişkiler Uzmanı	1
Hemşire	1
Kamu Çalışanı	1
Mühendis	1
Öğrenci	2
Öğretmen	3
Psikolog	1
Toplam	15

Tablo 2: Katılımcıların mesleki dağılımı

Araştırmada yer alan katılımcıların mesleki dağılımı incelendiğinde; akademisyen, avukat, bilgisayar programcısı, halkla ilişkiler uzmanı, hemşire, kamu çalışanı, mühendis, psikolog mesleklerinde faaliyet gösteren 1'er katılımcı, ev hanımı 2 katılımcı, öğrenci 2 katılımcı ve öğretmen olan 3 katılımcı olduğu görülmektedir. Buna göre, çalışmada yer alan katılımcıların farklı meslek gruplarına dağıldıklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

Çalışmada yer alan kadın katılımcılara demografik özelliklerinin yanı sıra kadınların Türk dizilerindeki kadın karakterler tarafından temsili, kadın karakterlerin ön plana çıkan duygusal ve fiziksel özellikleri, dizilerdeki kadın sorunlarının temsili, katılımcıların dizilerdeki kadınlarla kendilerini özdeşleştirme biçimleri ve kadınların ekonomik gücünün kadın karakterler tarafından temsili hakkında da çeşitli sorular

yöneltilmiştir. Söz konusu sorulara katılımcıların verdikleri yanıtlar ise aşağıda yer almaktadır.

4.1. Kadınların Dizilerdeki Kadın Karakterler Tarafından Temsili

Literatür çalışması sonrasında, televizyon dizilerinde gerçekliğin sunumu ve kadınların temsil biçimlerine ilişkin yapılan araştırmaların çoğunda, kadınların yeterince ve doğru temsil edilmediği, diziler üzerinden verilen mesajların da zihnimizdeki çağdaş kadın profilini etkilediği sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla dizilerde yer alan kadın karakterlerle, kadınların gerçek hayatta karşılaşmadıklarını ve kadınlardan dizilerde olduğundan farklı yansıtıldığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda, katılımcılara “İzlediğiniz dizilerde yer alan kadın karakterlerin gerçek hayatta da bulunduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre katılımcıların 9’u izledikleri romantik komedi dizilerinde yer alan kadın karakterlerin gerçek hayatta da bulunduğunu ifade ederken, 4’ü karakterlerin gerçek hayatta var olmadıklarına inandığını belirtmiştir. Kararsız kaldıklarını söyleyen katılımcıların sayısı ise 2 olmuştur. Ancak kadın karakterlerin gerçek hayatta da bulunduğunu belirten katılımcıların 6’sı karakterlerin davranışlarını aşırı abartılı bulduklarını da eklemiştir.

Kadın karakterlerin gerçek hayatta da bulunduğunu ifade eden katılımcıların düşüncelerinden bazıları aşağıda aktarılmaktadır:

“Evet, onlara kendimi yakın hissediyorum. Gerçek hayatta da bu kadar komik duruma düşebilirsin. Zaten bu kadar gerçek olmasa tutmaz diye düşünüyorum.” (G.Y.Ş., 29, Halkla İlişkiler Uzmanı)

“Evet dizilerdeki karakterler gerçek hayatta karşılaşılabileceğimiz saf, temiz insanlar. Onların başına gelen sıra dışı olaylar. Yani insanlar normal, olaylar anormal. Zaten en çok reytingi de böyle diziler alıyor.” (D.A., 42, Mühendis)

“Evet var. Hatta kişilikleri ya da verdikleri tepkiler nedeniyle komediye yatkın bir ruhları olduğu için özellikle romantik komedi dizilerinde yer aldıklarını düşünüyorum.” (Z.Ü., 44, Öğretmen)

Diğer yandan katılımcılar, kadın karakterlerin gerçek hayattaki kadınlarla benzer olduğunu düşünseler de, bu karakterlerin davranışlarının aşırı abartıldığını ifade etmişlerdir:

“Evet, düşünüyorum. Ama dizilerde yer alan karakterler gerçek dünyadakilerin biraz abartılmış versiyonları gibi. Dizileri bu derece ilgiyle izlememizin sebeplerinden biri de bu bence.” (P.A., 33, Öğretmen)

“Dizilerdeki örneklerin hep hayattan alındığını düşünüyorum. Ancak biraz abartılmış olabilir.” (M.G.,40, Hemşire)

“Evet, var olduğunu düşünüyorum, oldukça gerçekçi karakterler kullanılıyor. Ancak bazen yer verilen karakterlerin fazla iyi kadın, fazla kötü kadın gibi özellikleri nedeniyle doğal olmadığını düşünüyorum.”(A.A., 35, Akademisyen)

Dizilerdeki kadın karakterlerin gerçek hayatta var olmasının mümkün olmadığını düşünen katılımcılar da bulunmaktadır. Bu bağlamda verilen cevaplarından bazıları ise aşağıdaki gibidir:

“Hayır, gerçeği yansıtmıyor. Kadınlar o dizilerde kendilerini ifade edemiyorlar. Gerçek hayatta kadınlar ne istediğini bilen, kendilerini daha iyi ifade edip daha düzgün iletişim kurabilen kadınlar.” (H.M., 43, Bilgisayar Programcısı)

“Düşünmüyorum. Çünkü sadece aşk hayatıyla gündeme geliyorlar. Hayat bundan ibaret değil. Bu yüzden de dizilerdeki kadınlar çok gerçekçi değil, konuları sadece aşk.”(F.Ö., 26, Psikolog)

Yukarıda da değinildiği gibi, gerçek hayattaki kadınların dizilerdeki temsiline ilişkin katılımcılara yöneltilen bir diğer soru “Dizilerde yer alan kadın karakterlerin gerçek hayatta olduğundan farklı yansıtıldığını düşünüyor musunuz?” olmuştur. Katılımcıların 13’ü dizilerdeki kadın karakterlerin gerçek hayattaki kadınlardan farklı yansıtıldığını söylerken, 1’i gerçek hayattaki kadınlarla aynı olduğunu belirtmiş, 1 katılımcı da kadın karakterlerin gerçek hayattaki kadınlardan farklı yansıtılmadığını, ancak sadece belirli yönlerinin ön plana çıkartılması dolayısıyla gerçek hayattaki kadınlardan farklılaştığını, kadının sadece bir yönünün sunulduğunu ifade etmiştir.

Kadın karakterlerin gerçek hayatta karşılaştıkları kadınlardan farklı yansıtıldığını düşünen tüm katılımcılar, bunun en büyük nedeninin dizilerdeki kadınların abartılı davranışlarından kaynaklandığını söylemektedir. Onlara göre, dizilerdeki kadınlar, gerçek hayattaki kadınlara nazaran daha duygusal, daha bencil, daha aşık ya da daha komiktirler. Bu nedenle de gerçeklikten uzaklaşmaktadır.

Aşağıda, dizilerde sunulan kadın karakterlerin abartılı davranışları dolayısıyla farklı yansıtıldığını düşünen katılımcıların yanıtları yer almaktadır:

“Evet düşünüyorum. Çünkü bazıları gerçek hayatta olamayacak kadar sıra dışılar. Toplumsal kurallardan ayrı hareket edip sadece kendileri için yaşıyor gibi görünüyorlar.” (S.G., 41, Ev Hanımı)

“Evet. Çok fazla. Kadın her zaman her şeye katlanan, kocası aldatırsa bile, başkasından evlilik dışı çocuğu olsa bile kabullenen, hep sabreden, hep alttan alan taraf. Kadın hep seven, gurursuz, onursuz taraf. Sadece seven biri olarak gösteriliyor. Ben çevremde bunları kabullenen bir kadın görmedim. Ben de böyle bir tip kadın olmadım.” (D.A., 42, Mühendis)

“Evet, daha farklı yansıtılıyor. Daha abartılmış görüyoruz. Özellikle ikili insan ilişkilerinde. Çünkü gerçek hayatımızda olan olayların üzerine o kadar gitmeyiz, unuturuz gider. Ama burada konu hep aynı; intikam, aşk acısı, geçmişi unutama gibi ve sürekli devam ediyor.” (Z.Ç., 28, Avukat)

Bu soruya verilen cevaplarda karakterler ve hikayede abartı unsurunun kullanıldığının düşünüldüğü görülmektedir. Bourdieu’nun da bahsettiği gibi (Bourdieu 2001: 245), televizyon olayların önemi konusunda abartı unsurdan yararlanmakta; çoğu zaman hayatımızda büyük önem taşımayan olay veya karakterleri daha önemli göstermektedir. Araştırmaya katılan kadınlar da olayların, karakterlerin ve hatta kadınların görüşlerinin abartılarak yansıtıldığını düşünmektedir:

“Dizilerde tabii ki biraz daha abartılı. Sonuçta insanları güldürmek amaçlanıyor, bu yüzden de özellikle kadınların en komik yanları ortaya çıkartılıyor.” (Z.Ü., 44, Öğretmen)

“Evet, abartılma nedeniyle dizilerdeki kadınların olduğundan biraz farklı yansıtıldığını düşünüyorum. Buradaki kadınların hayatları da olağanüstü olduğundan verdikleri tepkiler de olağanüstü oluyor.” (P.A., 33, Öğretmen)

“Evet, fazla abartılarak yansıtılıyor. Mesela aile kavgaları, tartışmalar, ayrılıklar. Bunlar çok abartılıyor.”(M.G.,40, Hemşire)

“Oldukça farklı yansıtıldığını düşünüyorum. Dizilerdeki kadınlar sürekli aşk hayatlarını düşünen, bakım için harcadıkları zaman gösterilmemesine rağmen sürekli bakımlı görünen kadınlar. Gerçek hayattaki koşuşturmanın içinde sadece aşk hayatını düşünmek, sürekli makyajlı, fönlü, topuklu ayakkabılı gezmek mümkün değil.” (D.Ü., 26, Öğretmen)

Araştırma sorusuna verilen cevaplar üzerinden dizilerdeki kadın karakterlerin gerçek hayatta da var olan kadınlardan oluştuğunu ancak dizilerde yer alan kadın karakterlerin davranışlarının aşırı abartılı bir biçimde yansıtıldığını düşünülüğünü söylemek mümkündür. Yani, katılımcıların büyük bir çoğunluğuna göre, dizilerdeki kadın karakterlerin gerçek hayatta olduğundan farklı yansıtılmaktadır. Buradan yola çıkarak, dizilerdeki gerçekliğin, yapılandırılmış bir gerçeklik olduğun izleyici kadınlar tarafından da görüldüğü yorumunu yapmak yanlış olmayacaktır.

4.2. Kadın Karakterlerin Ön Plana Çıkan Duygusal ve Fiziksel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Çalışma kapsamında üzerinde durulan bir diğer konu dizilerdeki kadın karakterlerin ön plana çıkan duygusal ve fiziksel özellikleri olmuştur. Çünkü Şener ve arkadaşlarının da altını çizdiği gibi; diziler, toplumsal yaşamda çoğunlukla karşılaştığımız toplumsal cinsiyet rollerinin devam etmesinde de önemli bir rol oynamaktadırlar. Dizilerde yer alan kadın rolleri genellikle birbirine benzer kalıplaşmış tiplerden oluşmakta, ataerkil yapı içinde temsil edilen kadın karakterler, süregelen geleneksel söylemlerin yeniden üretilmesinde bir araç olarak kullanılmaktadır (Şener vd., 2016: 174). Dolayısıyla kadın karakterlerin ön plana çıkan duygusal ve fiziksel özellikleri de toplumun ataerkil yapısının normlarına uyumlu bir biçimde kurgulanmaktadır. Bu bağlamda, kadın izleyicilerin, kadın karakterlerin duygusal ve fiziksel özellikleri hakkında dikkatlerini çeken unsurların öğrenilmesi hedeflenmiştir.

Bu kapsamda katılımcılara “İzlediğiniz dizilerde yer alan kadın karakterler sizce en fazla hangi özellikleriyle ön plana çıkartılmaktadır?” sorusu yöneltilmiştir.

Konuyla ilgili olarak, dizilerin toplumsal yaşamda çoğunlukla karşılaştığımız toplumsal cinsiyet rollerinin sürdürülmesinde önemli bir rol oynadığından bahseden Şener ve arkadaşları (2016: 174), kadın rollerinin genellikle birbirine benzer kalıplaşmış tiplerden oluştuğunu, ataerkil yapı içinde temsil edilen kadın karakterlerin süregelen geleneksel söylemlerin yeniden üretilmesinde bir araç olarak kullanıldığını ve sadece belirli tipler üzerinden temsil edildiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, katılımcıların verdiği cevaplar da, dizilerdeki kadınların toplum tarafından kadına uygun görülen cinsiyet rollerini oynadığını bir kez daha göstermektedir. Buna göre, yukarıda yer alan soruya, katılımcıların 7’si kadınların duygusallıkları, bir erkeğe duydukları yoğun aşkla, 5’i sürekli bakımlı olmalarıyla (makyajlı, fönlü, şık giyimli gibi), 3’ü ise çekicilikleriyle ön plana çıktığını söylemişlerdir.

Söz konusu soruya verilen yanıtlardan bazıları aşağıda yer almaktadır:

“Genelde aşık kadın yönleri ortaya çıkarılıyor. Sanki kadınlar aşkın bir objesi gibi sunuluyorlar.” (A.A., 35, Akademisyen)

“Hep seven ve üzülen kadın görüyoruz. Türk televizyon dizilerinde konu genelde ilişki, aile hayatı, kadının eşi ya da sevgilisi üzerine kurulu.” (G.Y.Ş., 29, Halkla İlişkiler Uzmanı)

“Genellikle aşırı duygusallar, aşık olunca kendilerini kontrol edemiyorlar.” (Z.Ü., 44, Öğretmen)

“Kesinlikle fiziksel güzellikleriyle ön plana çıkıyorlar. Kıyafet, saç şekli, makyaj gibi. Hiç bakımsız, çirkin kadın görmüyoruz.” (F.Ö., 27, Psikolog)

“Güzellikleri dikkatimi çekiyor. Bence gerçek hayattaki kadınlardan daha güzeller.” (M.G.,40, Hemşire)

“Özellikle son dönemlerde kadınlar en fazla dişilikleriyle ön plana çıkıyorlar.” (M.Y., 45, Ev Hanımı)

4.3. Türk Televizyon Dizilerdeki Kadın Sorunlarının Temsiline İlişkin Bulgular

Çalışma kapsamında katılımcılara, gerçek hayattaki kadın sorunlarının dizilerdeki kadın karakterler tarafından temsili hakkında neler düşündüklerini öğrenmek amacıyla “Dizilerdeki kadınların karşılaştıkları sorunların, kadınların gerçek hayatta karşılaştıkları problemlerle örtüştüğünü düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Söz konusu soruya cevaben katılımcılardan 14’ü kadınların gerçek yaşamda karşılaştıkları sorunlarla örtüşmediğinden bahsederken, 1 katılımcı sorunların benzer olduğunu ifade etmiştir.

Gerçek hayattaki kadın sorunlarının dizilerdeki problemlerle benzer olmadığını ifade eden katılımcıların verdiği yanıtlardan bazıları aşağıda yer almaktadır:

“Açıkçası düşünmüyorum. Gerçek hayatta çok ciddiye alınmayan sorunların çok abartıldığını görüyorum. Normalde insanların daha fazla hayatlarını devam ettirmek için daha ciddi mücadeleler veriyorlar.” (D.G., 25, Öğrenci)

“Özellikle çözüm konusunda kesinlikle gerçek hayattaki problemlerle örtüşmüyor. Örneğin, üvey babası olan bir kız ya da tacize uğrayan bir kadın varsa, dizilerde bu sorunların çözümleri gerçekçi değil. Ayrıca son dönemde popüler olan romantik komedi dizileri çok yapay durumda gerçek dünyayı, Türkiye’yi yansıtmıyor.” (H.M., 43, Bilgisayar Programcısı)

Verilen cevaplarda da görülebildiği üzere kadınlar dizilerdeki kadın temsillerinin yalnızca aşk ve ilişki odaklı yaşadıklarını düşünmektedir:

“Komedi dizilerinde güldürmek için gerçek hayattaki sorunlardan çok uzaklaşıyor.” (M.Y., 45, Ev Hanımı)

“Düşünmüyorum. Çünkü dizilerde herkesin hayatları daha güzel geçiyor. Sadece aşk ve romantizm peşinde koşuyorlar. Gerçek hayatta insanların bir sürü maddi kaygıları var.” (S.G., 41, Ev Hanımı)

“Hayır benzemiyor. Gerçek hayattan örnek almış olabilirler ama konuları işlerken çok abartılıyor.” (M.G.,40, Hemşire)

“Dizilerde çok daha abartılıyor. Sanki tek dertleri ilişkileriymiş gibi” (Z.Ç., 28, Avukat)

“Temelde yaşanan sorunlar birbirine benzer olabilir. Ancak kadınların karşılaştığı geçim sıkıntısı, erkeklerden gördükleri şiddet, kadın cinayetleri, zorla evlendirilen kadınlar... Bunların hepsinin tam anlamıyla yansıtılması mümkün değil. Örneğin Sıla dizisinde zorla evlendirilen bir çiftin birbirine sonradan nasıl aşık olduğunu izledik. Gerçek hayatta muhtemelen çiftin çok mutsuz bir yaşamı olurdu, belki kadın şiddet görürdü. Ama biz bunların hiçbirini görmedik.” (D.Ü., 26, Öğretmen)

Araştırma sorusuna ilişkin verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcıların, dizilerdeki kadın sorunlarının gerçek hayatta kadınların karşılaştıkları sorunları

yansıtmamakta olduğunu düşündükleri ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, katılımcılar özellikle romantik komedi dizilerinde izleyiciyi güldürmek amacıyla gerçek hayattaki problemlerden oldukça uzaklaşıldığından bahsetmektedirler.

4.4. Kadınların Dizilerdeki Kadın Karakterlerle Kendilerini Özdeşleştirme Biçimlerine İlişkin Bulgular

Katılımcılara dizilerdeki kadın karakterlerle kendilerini özdeşleştirip özdeşleştirmedikleri, özdeşleştirdikleri karakterler varsa kendilerine daha çok hangi özellikleri dolayısıyla benzettikleri sorulmuştur. Buna göre, katılımcıların 12'si kendileriyle özdeşleştirdikleri bir karakter bulunmadığını ifade ederken, 2 katılımcı eskiden yayınlanan dizilerde kendilerini özdeşleştirdikleri karakterlerin bulunduğunu belirtmiş, 1 katılımcı ise kendini Kiralık Aşk dizisindeki Defne karakteriyle özdeşleştirdiğini, bunun nedeninin de karakterin saf hallerinden kaynaklandığını söylemiştir.

Kendilerini özdeşleştirdikleri karakterlerin bulunduğunu söyleyen katılımcıların; karakterleri aileye olan bağlılığı, hem eş hem de anne olarak yaptığı fedakârlıklar dolayısıyla kendilerine benzettiklerini ifade etmiş olmaları da çalışmanın dikkat çekici bulguları arasında yer almaktadır.

Kendilerini daha önceki dizilerde yer alan karakterle özdeşleştirdiklerini ifade eden katılımcıların araştırma sorusuna verdikleri yanıtlar aşağıda yer almaktadır:

“Şu dönemde yok. Ama genellikle kendimi ailesine fazla düşkün, onları kendi kanatları altına çalışan, yapıcı, fedakâr, aynı zamanda neşeli anne tipleriyle özdeşleştiriyorum.” (Z.Ü., 44, Öğretmen)

“Şu anda yok. Eskiden olduğunu hatırlıyorum Kendimi benzettiğim nokta da hem anne hem eş olarak kadının verici yönüydü.” (M.Y., 45, Ev Hanımı)

Yukarıda yer alan cevaplar incelendiğinde; dizilerdeki ‘toplumsal rolünü’ benimsemiş olan bir kadın karakterin, katılımcıların kendilerini o karakterle özdeşleştirmelerini sağlayacak yeterli bir bileşen olduğu görülmektedir. Bu durum başta kadınların toplumsal yaşamdaki içselleştirilmiş kadın rolünün sorgulanması gerekliliğini ortaya koyarken, izleyici tarafından dizilerdeki kadın karakterlerde de tanımlanmış kadın rollerinin arandığını göstermesi bakımından önemlidir.

Kendini yayınlanmakta olan bir romantik komedi dizisinin karakteriyle özdeşleştirdiğini belirten katılımcının cevabı ise şöyle olmuştur:

“Tabii olmaz mı? Zaten kendime yakın bulduğum için izliyorum. Kiralık Aşk dizisindeki Defne karakterini kendime yakın buluyorum. Kendime benzettiğim nokta ise karakterin kendi içinde yaşadığı saflığı. İç sesi diyelim.” (D.A., 42, Mühendis)

4.5. Kadınların Ekonomik Gücünün Kadın Karakterler Tarafından Temsiline İlişkin Bulgular

Romantik komedi dizilerindeki kadınların ekonomik gücüne yönelik olarak ise, katılımcılara; “Dizideki bir kadın karakterin kullandığı ürün ya da hizmetlerin gerçek hayattaki kadınların alım gücüyle benzer olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Söz konusu, araştırma sorusu katılımcıların dizilerdeki kadın karakterlerin yaşam tarzına ve alım gücüne bakış açısını değerlendirmeyi hedeflemektedir. Katılımcıların 1'i romantik komedi dizilerindeki kadınların alım güçlerinin gerçek hayatla benzeştiğini düşündüğünü ifade ederken, 14'ü ise gerçek hayatla bir benzerlik olmadığını söylemişlerdir.

Bu soruya verilen yanıtlardan bazıları aşağıda yer almaktadır:

“Hayır düşünmüyorum. Çünkü kullandıkları ürünleri kullanmak mümkün değil, hiçbiri giydiği kıyafeti bir kez daha giymiyor. Dizilerde ne kadar fakir bir kadın rolü canlandırsalar da saçları fönli, yataktan kalkarken hepsi makyajlı. Gerçeğin ötesinde bir kadın sunumu bulunmakta.” (A.A., 35, Akademisyen)

“Son zamanlarda dizilerin çok daha sosyetik, giyime kuşama daha fazla para harcayan insanlar için yapıldığını düşünüyorum. Normal insanlara çok yer verilmiyor. Bu yüzden inandırıcı bulmuyorum. Normal insanlar sokakta bu kadar süslü ve bakımlı gezmiyor. Gerçek hayatta kadınların bunlara bu kadar para ve zaman harcamalarının imkansız olduğunu düşünüyorum.” (D.G., 25, Öğrenci)

“Kesinlikle hayır. Türk toplumunun gelir düzeyine baktığımızda dizilerdeki hayatlar gerçekten çok farklı, onlar çok daha zenginler. Türkiye'nin ancak %5'inin hayatı orada var” (H.M., 43, Bilgisayar Programcısı)

“Hayır. Çünkü gerçek hayatta kadınların çok azı düzgün şartlarda yaşıyor. Dizilerde ise kullanılan ürünler genelde sponsorlar tarafından veriliyor.” (G.Y.Ş., 29, Halkla İlişkiler Uzmanı)

Bu soruya verilen cevaplarda görüldüğü üzere kadınların temsiline dair en dikkat çeken konu dizilerdeki kadınların gerçek olamayacak kadar bakımlı olmasıdır.

“Benzemiyor. Dizilerdeki kadınların daha fazla paraları var, gerçek hayattaki kadınların bu kadar alım gücü yok maalesef.” (M.G.,40, Hemşire)

“Sadece toplumdaki belirli bir kitleyi yansıtıyor.” (Z.Ç., 28, Avukat)

“Çok sanmıyorum. Dizilerde hayal dünyası daha çok yansıtılıyor. Bu da normal, sonuçta dizilerde ürünler tanıtılıyor. Bu ürünler için insanların alım gücü olmayabilir ama özendikleri kesin.” (Z.Ü., 44, Öğretmen)

“Hayır düşünmüyorum. Zaten kadınları alışveriş yaparken çok az görüyoruz. Daha çok üzerlerindeki kıyafetler, çantaları ya da ayakkabılarından anlıyoruz durumlarını. Bence toplumun belli bir kesimindeki kadını idealize ediyorlar.” (D.Ü., 26, Öğretmen)

SONUÇ VE TARTIŞMA

Medyadaki toplumsal cinsiyetçi bakış açısı ve dolayısıyla kadınların medyadaki temsil sorunu düşünüldüğünde, tüm diğer medya metinlerinde olduğu gibi, dizilerde de kadın temsiline incelenmesi önem taşımaktadır. Buradan yola çıkılarak gerçekleştirilen çalışma, Türk televizyon dizilerindeki kadın karakterlere odaklanarak, bu karakterlerin gerçek hayattaki kadınları temsil etme biçimlerine ilişkin kadın izleyicilerin neler düşündüklerini ortaya koymaya çalışmıştır. Bu kapsamda öncelikle kadınların medyadaki temsil sorununa değinilmiş ve Türk televizyon dizilerinde kadının belirli temsil biçimleri vurgulanmıştır. Sonrasında ise çalışmanın amacına bağlı olarak, kadın dizi izleyicilerinin bahsedilen temsil sorununa ilişkin neler düşündüklerine ilişkin yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada yer alan 15 katılımcının demografik özelliklerine bakıldığında, katılımcıların çoğunluğunun 25-30 ve 41-45 yaş aralığında yer aldığı ve birbirinden farklı meslek gruplarına dağıldıklarını görmek mümkündür. Demografik özelliklerinden ayrı olarak katılımcılara gerçek hayattaki kadınların Türk dizilerindeki kadın karakterler

tarafından temsili, kadın karakterlerin ön plana çıkan duygusal ve fiziksel özellikleri, dizilerdeki kadın sorunlarının temsili, katılımcıların dizilerdeki kadınlarla kendilerini özdeşleştirme biçimleri ve kadınların ekonomik gücünün kadın karakterler tarafından temsili hakkında da çeşitli sorular yöneltilmiştir.

İlk olarak, katılımcılar, dizilerdeki kadın karakterlerin gerçek hayatta da var olan kadınlardan oluştuğunu ancak dizilerde yer alan kadın karakterlerin davranışlarının aşırı abartılı bir biçimde (çok aşık, çok duygusal, intikamdan başka bir şey düşünmeyen gibi) yansıtıldığını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla katılımcıların büyük bir çoğunluğuna göre, dizilerdeki kadın karakterlerin gerçek hayatta olduğundan farklı yansıtılmaktadır.

Kadın karakterlerin ön plana çıkan duygusal ve fiziksel özelliklerine ilişkin olarak, katılımcılar, duygusal olarak kadınların en fazla bir erkeğe duydukları yoğun aşkla, fiziksel olarak ise sürekli bakımlı olmalarıyla ön plana çıktıklarını belirtmişlerdir. Yine katılımcılara göre, dizilerde yer verilen kadın sorunları ise, gerçek hayatta kadınların karşılaştıkları sorunları yansıtmamakta, dolayısıyla kadın sorunları gerçeğine uygun bir biçimde temsil edilememektedir. Bu bağlamda, katılımcılar özellikle romantik komedi dizilerinde izleyiciyi güldürmek amacıyla gerçek hayattaki problemlerden oldukça uzaklaşıldığından bahsetmektedirler. Ayrıca dizilerde yaşanan sorunlara getirilen çözümlerin gerçekçi olmadığı, bunun da diziyi gerçek dünyadan uzak ve yapay hale getirdiğine dair yorumlar katılımcıların romantik komedi dizilerinde bile gerçeklik aradığını göstermektedir. Gerçekçi yan karakterlerin fenomen haline gelmesinin, bazen başkahramandan bile çok ses getirmesinin bu durumla ilgisi olabilir.

Katılımcıların çoğunluğu izledikleri dizilerde kendilerini özdeşleştirdikleri bir kadın karakter bulunmadığını belirtmişlerdir. Kendilerini özdeşleştirdikleri karakterlerin bulunduğunu ifade eden katılımcılar ise, onları aileye olan bağlılığı, hem eş hem de anne olarak yaptığı fedakarlıklar dolayısıyla kendilerine benzettiklerini ifade etmişlerdir. Söz konusu durum, izleyici olan kadının da kendini toplumsal cinsiyet rolünü başarılı bir biçimde oynayan kadınla özdeşleştirmesi açısından ilgi çekici bir sonuç olmuştur.

Araştırmanın son kısmında, katılımcılara dizilerdeki kadın karakterlerin ekonomik gücüne dair soruya gelen cevaplar da söz konusu gerçeklik arayışıyla ilişkili bulunmuştur. Katılımcılar dizilerdeki kadınların alım gücünün gerçek hayattaki kadınlarla benzeşmediğini, dizilerde yer alan kadın karakterlerin hangi sosyo-demografik çevreden gelirse gelsin kıyafetlerini sadece bir kere giydiklerini, son derece bakımlı, saçları yapılı, makyajları tam, süslü ve şık bir biçimde gözüktüklerini ifade etmişlerdir. Gerçek hayatta kadınların bu kadar bakımlı olmadığı, daha özensiz kadınlarla karşılaşılabilirdiğini de eklemişlerdir. Yukarıda da yer verildiği gibi, Timisi, toplumsal cinsiyet perspektifinden bakıldığında medyanın sembolik içeriğinin asla doğal olmadığından bahsetmektedir. Medya, verili bir gerçeklik içerisinde yer almamakta, gerçekliği inşa etmektedir. Dolayısıyla, medyada yer alan sembolik içerik, gerçeğin tercih edilen bir görünümüdür (Timisi, 2010: 91-92). Bu bağlamda düşünüldüğünde, Türk televizyonlarında yayınlanan romantik komedi dizilerinin de yer verdiği kadın karakterlerle toplumsal cinsiyetçi bir bakış açısının ürünü olan “kadın rolüne” ilişkin kendi gerçekliğini inşa ettiğini, ancak bunun kadın izleyiciler tarafından “abartılı” bir rol olarak görüldüğünü söylemek yanlış olmayacaktır.

Bununla birlikte, dizilerde yer alan kadın karakterler üzerinden araştırma sorularına verilen yanıtlar, kadınların gerçek hayattaki deneyimiyle yakından ilgilidir. Dizilerdeki belli karakterlerle deneyimleri doğrultusunda bağ kurduğu gözlemlenen katılımcılar, karakterlerle gerçek hayatı karşılaştırmaları sırasında yine bu karakterleri temel almaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, kadınların dizilerdeki kadınlara bakış açısının kendi

deneyimleriyle derinden ilgili olduğu görülebilir. Dolayısıyla dizilerde kendilerini, tanıdık oldukları duygu ve davranışları arayan kadınların, aradıklarını “algıda seçicilik” sayesinde bulduğu ve bulamadıklarını adeta kendi deneyimiyle tamamladığı görülmektedir. Buradan yola çıkılarak, kadın izleyicilerin dizilerdeki kadın karakterleri kendi deneyimleriyle ilişkilendirme biçimlerinin incelenmesi de alana farklı bir perspektif sunması açısından önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- ATKIN, D. (1991). “Evolution of Television Series Addressing Single Women, 1966-1990”, **J. Broad. & Elec. Media**, 35: 517.
- BOURDIEU, P. (2001). “Television”, **European Review**, 9(3), 245-256.
- BROWN, M. E. (1987). “The Politics of Soaps: Pleasure and Feminine Empowerment”, **Australian Journal of Cultural Studies**, 4(2), 1-25.
- ÇALIŞIR, G. ve OKUR ÇAKICI, F. (2015). “Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medyada Kurulan Benlik İnşasının Temsili”, **Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic**, Volume 10/10 Summer 2015, 267-290.
- ÇELENK, S. (2010). “Kadının Medyada Temsili ve Etik Sorunlar”, **Televizyon Haberciliğinde Etik Ankara Üniversitesi İLEF**. 229-236.
- FISKE, J. (2010). **Television Culture**, London and New York: Routledge.
- FOURIE, P. J. (2001). **Media Studies: Content, Audiences, and Production** (Vol. 2), Juta and Company Ltd.
- Global Media Monitoring Project**, 2015.
- GÜLER, A., HALICIOĞLU, M. B. ve TAŞĞIN, S. (2015). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma**, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- INNESS, S. A. (1999). **Tough Girls: Women Warriors and Wonder Women in Popular Culture**, University of Pennsylvania Press.
- MCNEIL, J. C. (1975). “Feminism, Femininity, and the Television Series: A Content Analysis”, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 19(3), 259-271.
- KOZLOFF, S. (1992). “Narrative Theory and Television”, **Channels of Discourse, Reassembled**, 67-100.
- KUHN, A. (2007). “Women’s Genres: Melodrama, Soap Opera and Theory”, **Feminist Television Criticism: A Reader**, 145-154.
- ÖZSOY, A. (2016). “Yerli Televizyon Dizilerinde Farklılaşan Toplumsal Cinsiyet Temsilleri Üzerine Bir Tartışma”, **Toplumsal Cinsiyet & Medya Temsilleri**, (Ed.: Şahide Yavuz), İstanbul: Heyamola Yayınları.
- SANCAR, S. (2013), **Erkeklik: İmkansız İktidar. Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler**, İstanbul: Metis Yayınları.
- SCOTT, J. W. (2007). **Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi**. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- ŞENER, G., ÇAVUŞOĞLU, Ç. ve IRKLI, H. İ. (2016). **Medya ve Toplumsal Cinsiyet. Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları**, (Ed.: Feryal Saygılıgil). Ankara: Dipnot Yayınları.

TİMİSİ, N. (2010). “Kadınların İnsani Gelişmesinde Medyanın Rolü ve Eğitim”,
**Toplumsal Gelişmede Türk Japon Kadınının Eğitimi Çalışmaları Paneller ve
Araştırma Sonuçları.** (Ed.: Mete Tunçoku), Ankara: Pozitif Matbaa.