

Doktorunuz Konuşuyor: COVID-19 Kamu Spotlarında Dizilerdeki Doktor Karakterlerin Temsili

Your Doctor Speaking: The Representation of Doctor Characters in COVID-19 Public
Service Advertisements

Akın DEVECİ* 
Alim Alper CESUR** 

Öz

Pandemi sürecinde Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan “Koronavirüs Alacağımız Tedbirlerden Güçlü Değil” isimli kamu spotlarında, ünlü dizi karakterleri Ateş Hekimoğlu ve Ali Vefa kullanılmıştır. Gerçek ve başarılı pek çok doktorun aksine, birer temsil olan bu dizi karakterlerinin bakanlık tarafından kullanılması dikkat çekicidir. Toplumun içinde yaşadığı hiper-gerçeklik döneminde bu gibi bir uygulamanın tercih edilmesi, simülasyonun gerçekten daha gerçek olduğunu göstermektedir. Ayrıca insan hayatını ilgilendiren en önemli unsurların bile temsiller aracılığı ile topluma ulaşacağını düşünmüş olması hem bir sorunsal, hem de içinde yaşadığımız “aşkın simülasyon evreni”nin kanıtı gibidir. Çalışma Baudrillard’ın simülasyon kuramı bağlamında bu sorunu ele alarak, öyküsel anlatı analizi yöntemiyle söz konusu dizi karakterlerinin kamu spotlarında kullanımının arkasında yatan motivasyonu karakter temsillerinin temel özellikleri doğrultusunda incelemeyi konu edinmektedir. Söz konusu doktor temsilleri “olmazı olur eden, olağanüstü yetenekli” karakterler olarak görünür olmakta ve bir tür büyücü gibi “temsilden kanaat önderine” dönüştürülmektedir. Yaratılmış tüm bu doktor tiplmeleri, simülasyon evreninin bir parçası olup aynı sistem içerisinde yaşamını sürdüren toplum fertleri tarafından da mucizevi yönleriyle tanınmaktadırlar. Dolayısıyla söz konusu karakterler birer güven unsuru olarak tanınmaları sebebiyle COVID-19 önlemlerinin anlatıldığı kamu spotlarında bilgi akışını kolaylaştırmak adına kullanılmışlardır. Özünde birer temsilden ibaret olan dizi karakterleri, simülasyonun hakikatten daha güçlü bir anlatı barındırdığı varsayılarak kamu spotlarında gerçek hekimler yerine tercih edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Simülasyon, Simülakr, Temsil, COVID-19, Kamu Spotu, Televizyon

* Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü E-Posta: akin.deveci@kocaeli.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0288-7392

** Öğr. Gör. Dr., Kocaeli Üniversitesi Gazafer Bilge MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, E-Posta: alper.cesur@kocaeli.edu.tr ORCID: 0000-0001-7772-1816

Abstract

In public service advertisements by the Ministry of Health, “Coronavirus is not Stronger than our Precautions”, Turkey’s famous TV series characters, Ateş Hekimoğlu and Ali Vefa were starring. It is significant to see that fictional characters were used instead of real and successful doctors. This preference indicates that simulation is much more real than “the reality” in the age of hyper-reality. The idea that messages regarding human life can reach people more easily in the form of representations points out the existence of a problematic and transcendent universe of simulation. This research approaches this issue based on Jean Baudrillard’s Simulation Theory and aims to examine the motivation behind this preference of fictional characters by narrative analysis. The characters are fictionalized as people who can “achieve the impossible” and “have extraordinary abilities”, thus, their “wizard” identities transform them into “opinion leaders from representations”. Hence, they easily provide the communication of information about COVID-19 precautions to the public in a simulation experience. Thus, trust is formed between society and these characters with miraculous abilities, which is why they are used in public service advertisements. In sum, this article will conclude that public service advertisements prefer to narrate fictional doctors rather than actual ones due to the hypothesis that simulation contains a stronger narrative than real life.

Keywords: Simulation, Simulacra, Representation, COVID-19, Public Service Ad, Television

Giriş

Gerçeğin yittiği hatta ihtiyaç duyulmadığı simülasyon evrelerinden birini yaşadığımız günümüz dünyasında şartlar zorlamadıkça gerçek olanın farkına varmak epey güç hale gelmiştir. İmajlar, gerçeklerin yerini alarak hayati konularda dahi söz hakkını ellerinde tutmaktadır. 2019 yılında Çin Halk Cumhuriyeti’nde baş gösteren, 2020 itibariyle de kısa sürede dünyayı etkisi altına alan COVID-19 ölümle sonuçlanabilen geniş kitlesel bir salgın ve her yönden toplumsal hayatı sekteye uğratan bir gerçektir. Siyasiler, sağlıkçılar ve hatta tanınmış ünlüler/star konumundaki karakterler, her gün medya kanalları vasıtasıyla COVID-19’un zararları ve korunma yollarına dair paylaşımlarda bulunmakta, bu doğrultuda düzenlenen kampanyalara destek vermektedirler. Fakat bunu yaparken zaman zaman gerçek kanaat önderleri olması gereken sağlıkçılar yerine “temsiller” geçmektedir. Bu durumun başlıca sebebi tahmin edileceği üzere, toplumda karşılık bulmuş karakterlerin bilinirliği ve samimiyetinden faydalanarak bilgilendirme sağlamak ve dikkat çekmektir. Zira gerçek bir doktor mesafeli veya rasyonel bir sağlıkçı olarak izleyiciye mesafeli kalabilir ancak dizilerden aşına olunan “Mucize Doktor Ali” veya “Ateş Hekimoğlu” aşk hayatıyla, çocukluğuyla, sosyal ilişkileriyle ve dehasıyla “bizden biri” olarak tasarlanmaktadır. Doktorların temsil olarak gerçeğin yerini aldığı bu durumda, toplum sağlığına dair verdikleri mesajlar belki yanlış olmayabilir. Ancak sorun, topluma bu bilgilerin güvenilir “gerçek” ağızlardan iletilmesi yerine temsillere başvurulmasıdır. Bu durumda karşımıza şöyle bir soru çıkmaktadır: İzleyiciler mi temsilleri kabul ederek hayatlarına sokmaktadırlar, yoksa resmi kurumlar eliyle medya mı izleyicileri imajlarla sarmaktadır?

Bu çalışmanın konusunu oluşturan dizi karakterleri olan doktorlarla çekilmiş kamu spotları bu anlayış doğrultusunda değerlendirilecektir. Karakterlerin televizyon yapımlarındaki arka planıyla, mizaçları ve öykülerinin yanı sıra, reklam filmlerindeki üslupları, oyunculukları ve

çizdikleri karakter “öyküsel anlatı analizi” yöntemiyle incelenecektir. İmajlar “bilgi veren” figürler olarak Jean Baudrillard’ın simülasyon kuramı çerçevesinde eleştirel bir perspektifte ele alınarak, pek çok ünlü ve başarılı gerçek doktorun aksine “olmazı olur eden, büyücü” pozisyonundaki bu temsili karakterlerin kamu spotlarında tercih edilmelerindeki motivasyon, “temsillerin özellikleri” bağlamında arkasında yatan bilgiye erişilerek tespit edilmeye çalışılmaktadır.

Kavramsal Açından Simülasyon Evreni ve Simülakrlar

Modernliğin Batı toplumlarını karşı karşıya getirdiği savaş, açlık, yıkım gibi gerçekler, gerçeküstü bir mantığın sahip olduğu yeni bir toplumu ortaya çıkartmıştır. Bu toplumda artık gerçeklik “-miş gibi yapmak” bile değil, simüle etmek olarak karşılık bulmaktadır. Simgeselleşmiş tüm anlam ve değerlerini yitiren Batılı toplumlar, bu tükenmişliği gizleyerek yeniden kurgulayabilmek adına simülasyon evrenini gerçeklik olarak sunmuştur (Dağ, 2011, s. 30). Anlamsızlığın egemenliğinde, toplumun kitleye, model olanın ise imajlara dönüştüğü bu yeni düzen bireyi çevreleyerek “anlamsızlaşma” ve yeniden “anlamlandırma” sürecine etki etmektedir. “Postmodern” olarak anılan bu yeni toplumun izlediği süreç, yapay olanın öznel olarak deneyimlenmesi, toplum ve kültüre ait olanın ise görüngülerle kurgulanmış bir doğaya dönüşmesiyle sonuçlanmıştır (Turner, 2014, s. 47).

Baudrillard bu durumu, 1983 tarihinde “Simülakrlar ve Simülasyon” adlı eserinde toplumların günümüzde gerçek olanla değil imaj ve sembollerle çevrelendiğini ve tüm bunların gerçek olanın yerini aldığını söyleyerek kuramsallaştırmıştır (Cevizci, 2018, s. 1280). İmgeler ve temsillerin gerçekliğin yerini almasının yanı sıra modern dönemlerin üretim anlayışının da değişerek pazarlama stratejilerinin ön plana çıkmasıyla toplum bir hiper-gerçekliğe bürünmüştür. Sanat eseri de bu ileri kapitalist dönemde hiç olmadığı kadar tüketim nesnelere haline gelmiş, hatta yeni iş kollarıyla pazarlama sektöründe yerini alan sanatçı, reklam filmi, reklam grafiği, reklam müziği gibi alanlarda çalışarak tüketicinin estetikleşmesine katkı sağlamıştır. Sanatsal üretimlerin pazarlama aracı olarak kitle iletişim araçlarında görünür olmasıyla eserler imgeler üreten birer emtiyaya dönüşmüş ve yeni bir gerçekliğin kurgulanmasında rol oynamışlardır. Dram, popüler müzik, komedi benzeri türlerin gerçekle-kurgu iç içe geçmiş doğası ve bu yapımların sıklıkla iletilmesiyle, kitle iletişim araçları alternatif gerçeği inşa etmektedir (Antmen, 2008, s. 279). Bu durum bir problem teşkil etmektedir. Çünkü Baudrillard’ın ifadesiyle, günümüzde simülasyon ve enformasyon akımıyla üretilen “gerçeklik” ile üzeri kapatılan boşluklar giderek daha büyük bir belirsizlik ve boşluğa yol açmaktadır (Baudrillard, 2015a, s. 33). Giderek büyüyen bu boşluk toplumu tatminsiz ve kurgusal gerçeğe karşı daha da talepkar hale getirmektedir. Bu durum da çalışmamıza konu olan kamu spotlarına kadar etki etmektedir.

Çalışmanın başından beri “gerçek” olarak nitelediğimiz bu hiper-gerçeklik gizlemek (dissimuler) ve simüle etmek üzerinden kurulmaktadır. Küçük bir farkla, birinci kavram varlığa, ikincisi ise yokluğa işaret etmektedir. Baudrillard’ın sanıldığından daha karmaşık bir yapı barındırdığını söylediği simülasyon daha önce de belirttiğimiz gibi “-miş gibi yapmak” değildir. Zira “-miş gibi yapmak” simülasyon değil, modern döneme ait bir kurmacadır. Simülasyonun

ise nesnel olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Düşünürün verdiği örnekle, bir insan hastaymış gibi yapabilir, bu eylem etrafındakileri kandırmaya yöneliktir. Ancak hastalığı simüle eden kişi bu hastalığın aynı zamanda semptomlarını taşıyan bir gerçektir. Yani “-miş gibi yapmak” (feindre) veya gizlemek (dissimuler) ile simüle etmek (littre) arasında önemli bir fark vardır. Birincisi gerçekliğe zarar vermez ancak ikincisinin ise sahte olduğu anlaşılabilir (Baudrillard, 2011a, s. 16). Dolayısıyla düşünür, simülasyona ait olanın gerçekliğinin sorgulanamayacağını, daha doğrusu anlaşılamayacağını söylemektedir. Hele ki toplum hiper-gerçeklikle sarılmışken gerçek ile simüle edilenin farkına varmak imkansızdır. Gerçeğin alanıyla imgesel olanın alanının takas edilemez hale geldiği günümüzde bu durum esas olan gerçeğe de zarar vererek, keyfi bir hal almış olarak ilerlemektedir. Gerçek belli bir düzene göre geliyorken (varsayıyoruz), imge sanal evrenin simülasyonu ve kurgusu doğrultusunda ilerlemektedir. 1980’lerden günümüze gelindiğinde ise artık ne gerçek ne de imge birbirinin gücüne üstün gelememekte, ikisi de sınırları silikleşmiş olarak alternatif gerçeği meydana getirmektedir (Baudrillard, 2011b, s. 11).

Simülasyon bir “gerçek” ise bu gerçeğin yapı taşları simülakrlardır: Bir ögenin gerçeklik olarak anlaşılmasını isteyen görünüm. Simülakr, gerçeğin yerini alandır. Baudrillard’ın bu durumu şöyle bir örnekle açıklamaktadır: Tanrı, kendisine duyulan inanç doğrultusunda ikona benzeri göstergelere indirgenerek cisimleştirilmektedir, fakat bu süreç onun bir simülakra dönüşmesiyle sonuçlanmaktadır. Bu gerçek dışı değildir belki ancak, gönderenden yoksun, başlangıcı ve bitişi olmayan, sadece kendi kendinin yerine geçebilen bir olgu ve imgenin ulaşmak istediği bir aşamadır (Baudrillard, 2011b, s. 20). Çünkü düşünürü göre her imge, derin bir gerçekliğin yansımasıyken, derin gerçekliği değiştiren ve gizleyen imgeye, ardından derin gerçekliğin yokluğunu gizleyen imgeye, ardından ise gerçekle hiçbir alakası olmayan ve kendi kendinin saf simülakrı olan imgeye evrimleşmektedir (Baudrillard, 2011b, s. 20). Bu dönüşüm hallerinde, birinci safhada imge olumlu bir niteliğe sahiptir. Düşünür bunu bir tür ayine benzetmektedir. İkinci safhada ise olumsuzdur. Kötü büyü benzeri bir şeydir. Üçüncü safhada ise imge bir görünümün yerini almaya yani “büyüleme” aracı olmaya çalışır. Son safhada ise imge artık bir görüntü değil simülasyondur (Baudrillard, 2011b, s. 21). Yaşadığımız çağı da bir “simülakrlar çağı” olarak gören düşünür, bu sebeple, gerçek ile kurgunun ayırt edilemeyeceğinden bahsetmektedir.

Doğası gereği simülakrların varlığının çıkış noktasını belirleyebilmek pek de mümkün değildir. Ancak simülakrların bir virüs gibi toplumsal hayatı sarması aşama gerçekleşmiştir. Birinci simülakr düzeni olarak kabul edilen dönem Rönesans’tan on sekizinci yüzyıla kadar bir süreyi kapsamaktadır. Bu dönemde simülasyon, “kopyası kendinin sahtesi” olan bir eser ya da metanın varsayımıyla ilintilidir (Baudrillard, 2016, s. 87). İkinci simülakr düzeni makineleşme ve endüstriyel sistemlerin geliştiği döneme denk gelmektedir. Bu dönemi belirgin kılan kitlesel üretimdir. Eserin aslından çoğaltılarak üretildiği, fakat ulaştığı noktada aslının taşıdığı anlamdan yoksun kaldığı yegâne dönemdir (Sarup, 1997, s. 232). Bunun yanı sıra da bu dönem bilimin gelişen hegemonyasının egemen olmaya çalıştığı ve tüm bu “görünüşler dünyasını” ortadan kaldırmaya çalıştığı dönemdir (Baudrillard, 2016, s. 88-89). Bu çağ, değiş-tokuş ve değer ilişkisi ve onun eleştirisi doğrultusunda sanatta gerçeküstücülüğün çağıdır. Üçüncü simülakr düzeni ise kitle iletişim araçlarının yükselişine denk gelmektedir. Artık diyalektiğin, tarihin ve devrimin

sonunun geldiğini söyleyen düşünür, bu dönemin rastgele değişim ve yeniden üretimin çağı olduğunu söyler (Dağ, 2011, s. 179). Sanatta da artık gerçeküstücülüğün yerini – daha önce de belirttiğimiz üzere – gerçeğin gösterge değeri yani medya yoluyla üretilmiş estetikleşen hipergerçeklik almıştır. Kitlelerin nesneye dönüştüğü bu çağı düşünür “simülakların kör ancak görkemli ambiyansı” olarak niteler (Gane, 2008, s. 37-38). Bu çağda radikalleşmiş tüm düşünceler yabancılaşmış öznenin uzaklaşarak, nesnenin nesnel tutkusuna çekilmiştir, simülaklar bu düzende neyin sahte olmadığını gösteren görüngülere dönüşmüştür. Dördüncü düzen olan fraktal düzen ise artık simülakların kaynağının kaybolduğu ve kendi kendini ürettiği gerçekliğin doruk noktasıdır. Böylelikle simülaklar yapbozun parçaları gibi yaşadığımız dünyayı sararken tüm bilgi, değer ve kültürel alanlar temelden yoksun kalmışlardır (Gane, 2008, s. 70-71).

Günümüz toplumlarını tanımlamaya dair ortaya sürülen pek çok kuramdan biri olan simülasyon ve simülaklar özü yitirilmiş ve yeniden üretilmiş gerçeklikle örülmüş bir yaşantıya gözümüzü açtığımız bir dünyanın kurgulanışını izah etmektedir. Bu dünya karakter temsillerini de kitle iletişim araçları vasıtasıyla hayatımıza sokmuştur. Nasıl ki bir sosyal medya hesabının gerçekliğini tartışmak güçse, reklam ve dizi karakterleri de üretilmiş kimlikler olmalarına rağmen birer “gerçek” olarak algılanmakta ve kabul edilmektedir. Örneğin, ABD’de Dr. Welby rolünde oynayan Robert Young isimli oyuncu binlerce hayranından sağlık tavsiyesi isteyen mektuplar almıştır. Aynı şekilde dedektif ve avukat rollerinde oynayan Raymond Burr, 1950’lerde pek çok dedektiflik teklifi almış, 1960’larda da kendisinden hukuki tavsiye isteyen mektuplarla haşır neşir olmuştur (Best & Kellner, 2016, s. 149). Bu durum da göstermektedir ki günümüzde artık öz ile gerçek birbirine girmiş ve toplum, üretilmiş gerçeği tek gerçek olarak kabul eder hale gelmiştir.

Temsil Kavramı ve Kitle İletişim Araçlarıyla Olan İlişkisi

Temsil ile öz arasındaki tezat, söz konusu gerçek olduğunda bir muammaya dönüşmektedir. Simülasyon evreninde gerçek, gerçeğin temsiline çarpıtılarak ortaya konulmasıyla gerçek olmuştur. Slavoj Žižek’in deyişiyle “toplumsal gerçekliğin yapılandığı travma” olan gerçeklik temsil ile temsil edilen arasındaki bağıntıdan doğmaktadır (2011, s. 78). Temsil edilen nesne, temsil yoluyla imgeye dönüşmektedir. İmgeyi izlemek ise görünmez bir camdan bakarak “onun temsil ettiği dünyaya” ulaşmak gibidir. İmgenin fenomenolojisi de bu şeffaflıktan yanadır. Bu noktada “şeffaflık teorisinden” kısaca bahsetmek faydalı olacaktır. Şeffaflık teorisi, izleyicinin imgeleme bakışının, imgenin ifadesi doğrultusunda değişebileceğini veya uyumlanabileceğini belirtir. Gerçek dünya izleme sürecinde adeta paranteze alınmış gibidir. Temsil edilen imgesel dünya kendisini “gerçek olmayan” olarak sunar ancak neyin gerçek olmadığı veya ne derece gerçek olduğu yine muammadır (Levinas, 2003, s. 63-64). İmgeler, nesnesiyle ilişki kurma bakımından işaretler ve sembollerden farklılık göstermektedir. Temsil eden imge, nesnesine benzer ve gösterge olarak şeffaftır ancak içerik olarak mattır, çünkü temsiline olduğu yerde gerçek neyse, o artık olmayacaktır.

Dolayısıyla “inanmak için görmek” bir yanılgı olarak karşımıza çıkmaktadır. Temsil bu bağlamda Platon tarafından dahi tehlikeli olarak görülmüş ve günümüzde halen tartışılan bir sorun

olarak süregelmiştir¹. Çünkü temsil asla temsil ettiği şeyin aynısı olamayacağı gibi yanıltıcıdır da. Temsil afiş, film, fotoğraf ya da resim olsun, bize gerçek olan dünyayı değil “dünyalardan dünya” gösteren bir olgudur. Temsili tehlikeli yapan yegâne şey ise insan ürünü olmasıdır. Zira insan, tarih ve kültürle yoğurulmuş bir varlıktır. Dolayısıyla, temsiller de belli bir sosyokültürel ortam içerisinde belli işlevler için inşa edilmiş şeylerdir (Leppert, 2009, s. 16). İnsanın “yaratma” arzusu en nihayetinde bireyin arzu, rüya veya fantezi dünyasından ibarettir. Dolayısıyla çalışmada medya ürünleri bağlamında ele aldığımız temsiller de insan eliyle üretilmiş bir fantazmadan ibarettir. Gerçek yaşam olarak temsil edilen ürünler gerçekçi olarak kurgulanmış gösterilerdir (Debord, 1996, s. 86). Temsil ile özü ayırmak günümüzde artık imkânsız hale gelmiştir. Hatta Baudrillard sırf bu sebeple günümüzde temsil sisteminin bittiğinden bahseder. Çünkü günümüzde temsillerin sürekli akışı içerisinde artık temsilin ne olduğu veya neyin temsili olduğunun ayırdına varmak mümkün değildir (Toffoletti, 2014, s. 44). Temsiller o kadar etrafımızı kaplamıştır ki artık gerçeğe dair ufak bir ipucu bulmak bile mümkün değildir.

Modernitenin aksine biçim, çizgi, renk, estetik gibi unsurların özgürleşmesi, tüm kültür ve üslupların kaynaşması neticesinde toplum genel bir “estetikleşme” yaşamıştır. Bu durum da tüm kültür biçimlerinin yükselmesine ve temsil ile karşı-temsil kavramlarının göğe çıkartılmasına sebep olmuştur. Medyalar, bilgi-işlem ve video teknolojilerinin, yeni medyanın gelişmesiyle de herkes fiilen birer tasarımcıya dönüşmüş, temsilleri yaratırken öte yandan da temsillerin egemenliğine hizmet eder hale gelmiştir. Bu durum da dünyanın tüm anlamsızlığının estetize edilmesine sebep olmuştur (Baudrillard, 1995, s. 20-21). Özellikle profesyonellerce üretilen medya ürünleriyle geçen hızlı bilgi akışı içerisinde toplum bu estetik ürünlerin baş döndürücü temsillerle kurulu dünyasında var olmaya başlamıştır. Postmodern insanın temsille kurduğu ilişki temsilin karşısında kendini konumlandırması girişimi olarak karşılık bulur. Temsil, her zaman keşfedilecek bir yer, bir keşif alanı olarak ulaşmayı beklemektedir (Leppert, 2009, s. 22). Temsilleri meydana getiren insani unsurlar, toplumdaki duyguları harekete geçirerek ona karşı ilgi uyandırmaktadır. Örneğin, izleyici temsili bir tehlikeyle karşılaştığında heyecan duymaktadır. Bu sebeple de korku filmlerini sevmektedir (Trend, 2008, s. 120). Dolayısıyla temsiller ilgi çekicidir ve toplum bunları deneyimlemeyi sevmektedir. Ancak örnekte bahsettiğimiz korku filmi bu bağlamda basit bir örnek olarak kalmaktadır. Kitle iletişim araçları tarafından sunulan, haber, reklam ve kamu spotu gibi ürünler için üretilen temsiller, gerçeklik algısını sil baştan kurgulayabilmektedir.

Medyanın ürettiği gerçeklik doğala özdeş olabileceği gibi, gerçekliği sorgulanamayacak düzeyde de karşımıza çıkabilmektedir. Örneğin, kameralarla dolu bir eve yarışmacılar doluşurlar. Bu dünya önceden hazırlanmış bir prodüksiyondur ancak yarışmacılar tiyatro-sinema oyuncularını gibi rol yapmazlar, olaylar gelişir ve gerçek ile kurgu iç içe geçer. Bu gerçek hayatın bir temsildir aynı zamanda da bir “yapımdır”. İnandırıcı tüm öğelerin yanı sıra izleyici her hâlükârda bunun

1 Platon, “Devlet” başlıklı eserinin yedinci bölümünde gerçek ve ampirik dünya ayrımı üzerinden mimesis kavramına “iyi” ve “kötü” anlamlar yüklemektedir. Gerçek dünya, bir zamanlar herkesin içinde yaşadığı kusursuz “iyi” dünyayken, ampirik dünya ise gerçek dünyanın temsillerinden ibaret “kötü” dünyadır. Dolayısıyla Platon bu dünyada gördüklerimizin aldatıcı olabileceğini ve bu dünyanın bilgisiyle hareket etmenin hastalıklı olduğunu savunmuştur (Platon, 2013, s. 172-176).

bir yarışma olduğunun bilincindedir. “Reality Show” olarak adlandırılan bu formatta adından da anlaşılacağı üzere her şey gerçeğe yakınsar vaziyettir (Chandler & Munday, 2018, s. 340). Fakat haber, reklam ve kamu spotu gibi metinler ile sağlık, siyaset, ekonomi gibi alanlarda üretilen temsiller, günümüz iletişim ortamında gerçek olup olmadığı idrakına kolay varılmadığında toplum ve birey hayatına doğrudan sirayet etmektedir. Özellikle de televizyon söz konusu olduğunda olgu ile kurmaca arasındaki ayrıma varmak pek mümkün olmamaktadır (Chandler & Munday, 2018, s. 253). Temsillerle kurulan üst gerçeklik bireye bu temsillerde öz ve otantikliğin aranmaması gerektiğini, temsilin teknoloji yardımıyla gerçekten daha gerçek olabileceğini ve “gerçek var mı yok mu” sorunun anlamsızlığını anlatır, zira gerçeği insanın yarattığını ve göreceli olduğunu söyler (Odabaşı, 2009, s. 46). Toplumsa, Zizek’ten daha önce alıntılıdığımız üzere, bu travmayla çoğu zaman farkında olmadan yaşamak mecburiyetinde kalır. Dünyevi çıkarlar doğrultusunda hazırlanan temsiller, toplumsal yaşamı kontrol altına alma maksadıyla egemen güçler tarafından üretilen imgelerden meydana gelmektedir. Zira Theodore Adorno ve Max Horkheimer’in da dediği gibi “yaşayanın temsil edilmesi, kitle kültürünün yaşayanı engellemek için kullandığı bir tekniğe dönüşmektedir” (2014, s. 358). Birey, gerçeklik algısını temsiller üzerinden kurmakta ve “onların hayatını” yaşamaktadır. Bireyin kendini gerçekleştirme adına var edilmiş her meta ve her düşünce aslında bireyi kısıtlamakta ve kendi bilinci doğrultusunda hareket etmekten onu alıkoyan nüanslar olarak temsillerle kurgulanmaktadır.

Şüphesiz ki temsiller tüm medya mesajlarında her zaman yanlış bilgiler taşımaz. Temsiller aldatıcıdır ancak doğru bilgi aktarımlarında da kullanılabilir. Fakat temsillerin aldatıcı olması, doğaları gereği, “doğru bilgiyi” aktarırken dahi anlamdan tasarruf etmeleridir. Zira “aslı” dururken bile “temsile” başvurmak çalışmamızın konusunu meydana getirmektedir ve ilginç bir sorunsaldır. Fakat en büyük sorun ise temsillerin, gerçeğe meydan vermeyecek kadar hayatın tüm deliklerine sızmış olmasında yatmaktadır. Çalışmamız özelinde televizyonu sorunun kaynağı olarak ele alırsak, televizyonun kendi başına temsil ettiği şey karşımıza çıkmaktadır: Eğlence. Ancak sorun televizyon veya televizyonun eğlenceli temsiller sunması değildir; sorun eğlencenin, televizyonun üst ideolojisi olması ve standart format haline getirilmesidir. Hal böyle olunca her cinayet, skandal ve hatta cenaze törenleri seyirlik eğlenceler olarak konumlandırılmıştır (Postman, 1990, s. 102). Bir temsil olarak televizyon içeriği her yönüyle topluma hoşça vakit geçirtmeye çalışırken, vermek istediği mesajlar da eğlencenin bir parçası halini almaktadır ancak televizyon yapısı gereği ciddiyete izin vermez (Sanders, 2013, s. 84). Eğlence televizyonun o kadar içine işlemiştir ki kamu spotları gibi son derece ciddi bir alanda dahi, çalışmamıza da konu olduğu üzere temsili ve eğlenceli karakterleri kullanmaktadır. Bu noktada şöyle bir tezat düşünülebilir: Madem insanlar temsilin özünü kavrayamıyor ve temsillerin albenisini yaşıyorsa, ciddi mesajların temsille verilmesinin ne zararı bulunmaktadır? Buradaki zarar televizyonun doğasından kaynaklanmaktadır. 7/24 eğlence vadeden bu araç ciddi mesajlar vermeye kalktığında ve bunu dizi karakterleri üzerinden yaptığında – ki bunun bile eğlenceli içerik üretebilmek için yapıldığı düşünülmektedir – ne kadar ciddiye alınacaktır? Ciddiyet, eğlencenin bir parçası olarak geçici bir adrenalin olmaktan öteye geçemeyecektir muhtemelen. İzleyici bunu yaparken tabii ki salt edilgen değildir, zaten edilgen olmaması ciddi mesajların algılanmasında kaymaya sebep olmaktadır.

Marshall McLuhan'ın dediği gibi televizyon “soğuk” bir iletişim aracıdır (Oskay, 2010, s. 219). Soğuk olmasının sebebi ise temsillerin pek de anlamlı olmaması ve izleyicinin bu temsillere anlam yüklemeye çalışmasından kaynaklanmaktadır. Temsil bu süreçte daha önce de bahsettiğimiz gibi şeffaf görünür ancak mattır, yani görünürde açık fakat özünde yönlendiricidir. Kaynaktan çıkan ileti izleyici zihninde izleyici tarafından yorumlanarak anlam bulmaktadır. Böylelikle televizyon mesajları bireyin algılama sürecinde onu zihninde oluşan ve gerçeklikle örtüşmeyen kılcal boşlukları doldurmaya zorlamaktadır (Baudrillard, 2015b, s. 77). Televizyonda yayınlanan kamu spotlarında dizi karakterinin temsilleri ile üretilen içerikler de temelde eğlenceyi şiar edinmiş bir cihazdan, izleyicinin ciddiyle karşılaşması beklenen mesajlar olarak çıkmaktadır.

Simülasyon Evreninin Oluşum Sürecinde Televizyon

Türkiye'nin tarihsel ve sosyolojik kökenlerine bakıldığında, simülasyonun çok defa belirgin bir şekilde gerçeklik olarak tanımlandığı hatta bu gerçekliğin kabulünün toplumsal sonuçları olduğu görülmektedir. Türk Sinemasında uzun yıllar “kötü adam” rolleri oynamış olan Erol Taş, 1986 yılında TRT’de yayınlanan bir röportajında bu duruma ilişkin çarpıcı bir örnek ifade etmiştir. Oyuncu; “Beni gördüklerinde – aaa Erol Taş deyip sokaktan pırrr diye evlerine kaçıyorlar...” ifadelerinin yanı sıra “gittiğimiz film galalarında Anadolu’da bana taş, sopa ellerine ne geçerse atıyorlardı, ben de dönüp sevgili izleyicilere, – kıymetli izleyicilerim sizlere müteşekkirim, sizler bana taş değil ekmek atıyorsunuz – diyorum” ifadelerini kullanmıştır (Kanal Nostalji, 2020). Başka bir örnekte ise, Türkiye'nin uzun yıllar yayın hayatına devam eden Kurtlar Vadisi dizisinin başrol karakterlerinden Oktay Kaynarca'nın hayat verdiği “Süleyman Çakır” karakteri dizide öldürüldükten sonra ülke çapında gıyabi cenaze namazı kılınmış ve gazetelere ölüm ilanı verilmiştir (Habertürk, 2008).

Bu noktada yaratılan medya gerçekliğinin bir başka simülasyon evreni olan ve medya üretimleri içerisinde önemli bir yer işgal eden reklamlarda da yer bulduğunu görmek mümkündür. Reklamlarda özellikle önemli karakterlere yön vermek suretiyle popülerliği artan oyuncuların sıklıkla kullanıldığı görülmektedir ve bu durum literatüre “Reklamda star kullanımı” olarak geçmiştir (Şimşek & Uğur, 2003, s. 353-356). Star kullanımı, reklamlarda sıklıkla başvurulan bir yöntemdir ancak, çalışmamıza konu olan kamu spotlarında bu durum değişerek, starlar popülerlikleri sebebiyle değil, popülerite kazandıkları doktor rolleriyle yer almıştır. Dolayısıyla burada güvenilirliğine ya da ünlülüğüne başvurulmuş kaynak oyuncu değil bizzat rolün kendisi olmuştur. İlgili kamu spotlarında “Hekimoğlu” dizisinde Ateş Hekimoğlu karakterine hayat veren Timuçin Esen ve “Mucize Doktor” dizisinde Ali Vefa karakterine hayat veren Taner Ölmez kendi kimlikleri ile değil dizide oynadıkları karakterleri ile yer almışlardır. Bu çerçeveden bakıldığında simülasyon bir tür hiper-gerçeklik alanı içerisinde hem starın hem de temsil ettikleri karakterlerin ötesine geçerek, temel gerçeklik simülasyonuna dönüşmektedir.

Böylesi bir salgın sürecinde en güvenilir kaynak olarak görülebilecek ve toplumsal uzlaşıda konuya ilişkin kanaat önderi olarak değerlendirilebilecek gerçek doktorlar yerine, televizyon programında doktor rolünü oynayan kişilerin seçilmiş olması önemli bir olgu olarak karşımıza

çıkılmaktadır. Normal şartlar altında, iletişim bilimleri içerisinde “İki Aşamalı Akış Modelinin” en önemli enstrümanı olarak karşımıza çıkan “kanaat önderi” kavramı burada biçim değiştirmiştir. Çünkü kamu spotunda yer alan karakterler ne starların kendisi ne de mesleki olarak yetkinliği kabul edilen doktorlara aittir (Mills, 2000). Onun yerine doktorluk mesleği, rolünü oynayarak “-miş” gibi yapan karakterlerle hayata geçirilmiştir. İki karakterin bu derece gerçek ve kanaat önderi olarak algılanışı ise medya ve gerçeklik algısının analizi konusunda önemli veriler içermektedir. Bu gerçekliği oluşturan durum ya da simülasyonu bu denli güçlü kılan unsur çalışmamızda daha önce de belirttiğimiz üzere Baudrillard’ın tanımlayışı ile “simülakrdr”. Kamu spotlarında doktor temsilileri olarak yer alan Ateş Hekimoğlu ile Mucize Doktor Ali karakterlerinin dizilerde yaratılan gerçeklikleriyle simulakrdrlarının hangi kriterlere göre oluşturulduğu ve reklamda temsil edilme biçimleri de bu çerçevede analiz edilecektir.

Araştırmanın Yöntemi

Kitle iletişim araçları ve özelde ise televizyon, kaynaktan aktarıcıya gösterici rolüyle bir öykü anlatmakta ya da bütüncül öykünün içerisinde bir kesiti sunmaktadır. Bununla birlikte teknik imkanların getirdiği koşullarla televizyon çok sayıda eve girmekte ve modern bir hikaye anlatıcısı konumuna dönüşmektedir. Bu sebeple çalışmada da anlamlandırmanın ve anlatmanın en eski ve doğal halinin “öyküleme” olması ve hikayelerin başkalarıyla kurduğumuz ilişkileri, kişisel deneyimleri, dünyayı algılama biçimimizi, başkalarının kurduğu ilişkileri yorumlama biçimimizi ortaya koyması sebebiyle “öyküsel anlatının analizi” yöntemi kullanılmıştır. Öykü bir metin olarak ne kadar kompozit bir yapı sergilese de kendi içerisinde, öyküde yer alan karakterlerin tavır ve davranışlarını, başkalarıyla kurduğu ilişkileri ve hikâyenin sınırlılıkları içerisinde bir temsili içerir (Merriam, 2013, s. 31-33). Bu durum öykülerin biyografik, psikolojik ve dilsel olarak analiz edilebileceği gerçeğini nitel araştırmalar içerisinde ortaya koymuş/görünür kılmıştır. Zira her öykü bir anlatı ve metindir aynı zamanda her metin kendi içerisinde söylemi barındırır.

Çalışmada ele alınan dizi anlatımı ve oradan kamu spotuna aktarılan yapım da bir kurmacadır ve aynı şekilde dizi anlatısı içerisinde; bir öykü, farklı karakterler, geçmiş-gelecek ilişkisi, olaylar arası ilişkiler ağı, kültürel yapı gibi ağlarla bezelidir. Bu bağlamda öykünün ana anlatıcısı olan dizi karakterleri, kurmaca olsalar da içinden çıktıkları toplumun değerlerini yansıtmakta, bu değerleri ete kemiğe büründürerek canlı hale getirmekte ve anlatının yapısının merkezine oturmaktadır (Gürer & Varlı Gürer, 2020, s. 145).

Karakter anlatıcılığın merkezine oturmakla beraber, olayların aktarılabilmesi öyküleme yoluyla gerçekleşir ve bu öyküleme, öyküyü ifade edenin bakış açısını yansıtır. Bu çerçevede anlatıcı bakış açısını yansıtırken bunu karakterler, toplumsal olaylar ve yukarıda belirttiğimiz ilişkisellikler üzerinden gerçekleştirir. Teoriye göre anlatıcı yazarın yarattığı gerçeklik evreni, metnin içinde yaşayan bir varlık ve yalnızca orada mevcut bir kurmaca iken, öykülemeye gerçeklik öylesine çekici hale gelmiştir ki, artık yazarın içinde bulunduğu gerçeklikten daha ön plana çıkmıştır (Kıran & Kıran, 2000). Dolayısıyla çözümlene yöntemi olarak “öyküsel anlatının analizi” içerisinde karakterin analizi yapılacak olsa da örneklemimizde anlatıcı metnin dışına

çıkarak gerçek dünyadaki hakikatten daha gerçek bir forma kavuşmuştur. Bu nedenle öyküsel anlatı analizinin içerisinde simülakrın inşa edilişi incelenecektir.

Analiz gerçekleştirilirken; anlatıcının, failliğin, hareketin, sosyalleşmeye ilişkin durumların, dünyayı anlama ve anlamlandırma çabasının bütününden hareketle toplumsal olarak inşa edilmiş bir unsur olduğundan yola çıkarak, karakterin biyolojik, psikolojik ve toplumsal özellikleri ele alınacaktır (Denzin & Lincoln, 2003, s. 70). Bu çerçevede anlatı-karakter arası ilişki, yaşamsal tecrübeler (aile kökeni, hayatında yaşanan olaylar, dönüm noktaları gibi), etnik yapı, biyolojik özellikler, diğer kişilerin etkisi ve önemi biyolojik-sosyal çerçevede ele alınacak, anlatıcının dili, tonlaması, metinsel özellikleri, duraklamaları ve cevapsız kalışları irdelenecektir (Gee, 2005). Karakterlerin bütüncül analizine ulaşmak için ise kendini diğerlerinden ayıran farklılıklar (self-other dichotomy), amaçları ve eylemleri, başkaları tarafından tanımlanışı bütüncül bir şekilde aktarılarak karakteri oluşturup gerçeklik dünyasına taşıyan argümanlar incelenecektir.

Araştırmanın Örneklemi

Araştırmamız kapsamında Türkiye’de son bir yıl içerisinde yayın hayatına başlayarak önemli bir izleyici kitlesi edinen “Mucize Doktor” ve “Hekimoğlu” dizileri ile 2020 yılı Mart ayı içerisinde ülkemizde başlayan COVID-19 salgınına karşı önlemlerin anlatıldığı “Koronavirüs Alacağınız Tedbirlerden Güçlü Değil” isimli Timuçin Esen ve Taner Ölmez tarafından hayat verilmiş kamu spotları ele alınmıştır.

Dizideki karakterin oluşturduğu simülakrın tanımlanabilmesi, çerçevesinin oluşturulması ve aynı zamanda karakterin kamu spotuna hangi ölçüde yansıtıldığının anlaşılması amacıyla senaryosu ve metni aynı olup birbirinden farklı iki oyuncu ve iki temsil ile hazırlanan her iki kamu spotu da araştırma kapsamında ele alınmıştır. Bununla beraber bir tür olarak dizi içerisinde karakterlerin gelişimi, davranışları ve değişimleri süreç halinde devam etmekte ise de izleyicinin ilgisinin çekilmeye çalışıldığı ve karakterin temel özelliklerinin ortaya koyulduğu pilot bölümler incelemeye dahil edilmiş, diğer bölümler kapsam dışı bırakılmıştır. Karakterlerin diğer bölümlerde yaşanan olaylar karşısındaki değişimleri münferit olup, hikaye içerisindeki gelişmelerden bağımsız, özlerinde nasıl öykülendikleri ve özelliklerinin ne şekilde oluşturularak gerçekliğin yaratıldığına anlaşılması adına pilot bölümlerin yeteri kadar bilgi verdiği varsayılmıştır.

“Hekimoğlu” dizisinin “House M.D” isimli diziden, “Mucize Doktor” dizisinin ise Kore yapımı “Good Doctor” dizisinden uyarlanması sebebiyle orijinali ile arada farklılıklar bulunabilecek olmasına karşın bu farklılık çalışmamıza dahil edilmemiştir. Çünkü, örneğin karşılaştırıldığı kamu spotunun yayına girmesi Türkiye’ye özgü bir durum olarak karşımıza çıkmakta ve Türkiye örneğinde gerçekliğin yerini tutan bir konuma işaret etmektedir.

Araştırmanın Bulguları

Dizi Anlatısında Yer Alan Karakterlere Yönelik Analiz

Çalışmamıza konu olan her iki dizide de yer alan ve sonrasında kamu spotlarına kanaat önderi olarak taşınan karakterler; fiziksel özellikleri, kişilik yapıları, hikayelerine kaynaklık eden unsurlar aracılığı ile simülatif bir evrenin parçası olmaktadır. Dolayısıyla başta diziler olmak üzere televizyon ürünlerinin bir tür simülasyon evreni yarattığı gerçeğine ek olarak, bu simülasyonun en belirgin unsuru olan ana karakterlerin salt medyada temsil olarak değerlendirilemeyeceği açıktır. Bu sebeple araştırmamıza konu olan dizilerin kendisini bir tür simülasyon olarak ele alırken anlatıdaki farklı temsilleri ele almak yerine, anlatılarıyla güçlü bir çerçeve çizerek kamu spotunun da öznesi olan karakterler incelenerek bulgulanmıştır.

Tablo 1. Dizi Anlatısında Karakterlerin Fiziksel Özellikleri

Dizi Adı	Karakterin Adı	Karakterin Dış Görünüşü	Karakterin Cinsiyeti	Karakterin Fiziksel Özellikleri	Karakterin Başkalarının Gözünde İmajı
Hekimoğlu	Ateş Hekimoğlu	Orta yaşlı, kumral, beyaz tenli	Erkek	Sağ Bacağı Aksıyor	Salaş, doktor imajına uymayan, bakımsız, dış görünüşüne önem vermeyen, baston kullanmak zorunda
Mucize Doktor	Ali Vefa	Genç (erken 20lerinde), kumral, beyaz tenli	Erkek	Otizm Sendromu	Aşırı titiz, doktor olamayacak bir görünüş, fazlasıyla genç-çocuksu, tuhaf görünüşlü

Ele alınan dizilere ait her iki bölümde de karakterlerin genel toplumsal yapı ile uyumsuz oldukları ve dış görünüş olarak da içinde buldukları sosyal yapıdan farklı özelliklere sahip olduğu Tablo 1’de görülmektedir. İki karakter de doktor olmasına rağmen kalıcı ve iyileşemeyecek hastalıklardan mustarıptir. Hekimoğlu karakteri bir kaza sırasında bacağından sakatlanmışken, Ali Vefa karakteri doğduğu günden beri otizmlili bir birey olarak hayatını sürdürmektedir. Karakterler doktorluk mesleklerinin yanı sıra, aynı zamanda hasta konumundadır. Her iki karakter de erkek iken, Hekimoğlu’nun maskülen kimliği daha belirgin bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Hekimoğlu karakteri bir tür karşı duruş olarak doktor imajına aykırı davranmakta ve resmi kıyafet giymeyi reddetmektedir. Ali Vefa ise otizm sendromu nedeniyle birbirine benzer kıyafetleri giymeye, temizlik ve titizlik göstermeye eğilimlidir. Ancak dış görünüşüyle kimliğini yansıtmaktan uzaktır. Ali Vefa’nın sade ve standart giyim tarzı daha az görünür olma çabasının çıktısıdır. Hekimoğlu sakallı, uzun saçlı ve spor giyimi ile karşı duran tavrını belirgin hale getirerek, başkaları tarafından doktorluk mesleğine uygun olmadığı ima edilmekte, Ali Vefa ise doktor olmayacak kadar edilgen görünmektedir. Karakterler irdelendiğinde ikisinin de doktor olamayacak bir yapıya sahip olduğu yargısı seyirciye hissettirilmekte ve bu yolla gerçekliği kapsayan önyargının dışında bir biçim oluşturulmaktadır.

Tablo 2. Dizi Anlatısında Karakterlerin Geçmişleri – Aile Kökenleri

Dizi Adı	Karakterin Aile Yapısı	Karakterin Dönüm Noktaları	Karakterin Geçmişi	Karakterin Geçmiş Deneyimleri	Karakter Üzerinde Geçmişin Etkisi
Hekimoğlu	Bekar	Karakterin bacağına sakat olmasına neden olan kaza	Bilgi Verilmiyor	Karakter kaza başta olmak üzere travmatik deneyimler yaşamış olarak tasarlanmakta	Karakterin hal, hareket ve tavırlarında bacağına sakat kalmasından kaynaklı bir huysuzluk olduğu göndermesi yapılmakta
Mucize Doktor	Bekar	Karakterin abisi ve tavşanın kendisi erken yaşta vefat etmesi	Çocukluğu, Aile yapısı ve Arkadaşlık ilişkileri hakkında kısa bilgi veriliyor	Otizm sendromuna bağlı travmatik deneyimler ve kendisini çok etkileyen vefat olayları	Ağabeyinin ve tavşanın ölmesine engel olamaması sebebiyle cerrah olmak istiyor ancak kaotik anlarda ve stres anlarında geçmiş travmaları aklına gelerek kısa süreli ataklar yaşıyor.

İncelenen dizilerde yer alan iki ana karakter de sıra dışı bir yapıya sahip olmakla beraber travmatik deneyimler geçirmiş ve atlatmıştır. Tablo 2’de ortaya koyulduğu üzere Ateş Hekimoğlu karakteri bu travmalarla sürekli olarak kullandığı ağrı kesici haplar ve başka insanlar üzerinden öfkesini çıkartarak baş ederken, Ali Vefa karakterinin çok daha pasif olduğu gözlemlenmektedir. Ali Vefa karakteri geçmişinden acıma hissiyle tasarlanırken, Hekimoğlu karakteri için aynı acıma hissini tasarlandığını söylemek mümkün değildir. Ali Vefa karakteri başta otizmin neden olduğu sıkıntılı ve bunların her döneme yansıdığı anlatılmak istendiğinden çocukluk anıları ile birlikte gösterilmektedir ve günümüzdeki tercihleri rasyonel gerekçelere bağlanmaktadır. Bu veriler aracılığı ile karakterin fizyolojik ve psikolojik durumu tarihsel sürerliliği içerisinde neden-sonuç ilişkileri ile aktarılmaktadır. Ateş Hekimoğlu karakterinde ise mevcut geçimsiz ve huzursuz hali ile bir empati kurdurulmaya çalışılmakta ve kendisinin bu tavırlarından şikâyet edilmesine karşın mazur görülmemektedir.

Tablo 3. Dizi Anlatısında Karakterin Toplumla İlişkileri

Dizi Adı	Karakterin Kendini Tanımlayışı	Karakterin Toplumla Olan Diyalog Biçimi	Karakterin Toplumsal Düzene Saygısı	Karakterin Sosyal Normlara Karşı Tepkisi	Karakterin Topluluk İçinde ve Sosyal Çevresindeki Durumu
Hekimoğlu	Uyumsuz, doğrucu, insanların fikirlerini dikkate almayan	Öfkeli, kaba, umursamaz	Toplumsal düzene saygı duymamakta rahatlıkla kuralları çiğneyebilmekte	Reddediş ve uzak duruş	Arkadaşlarına karşı umursamaz, sarkastik, kuralları hiçe sayarak kendine yontan, şakacı (karşısındakine zarar veren türden şakalar) sosyal çevresinin söylediklerini dikkate almayan
Mucize Doktor	Tuhaf, Mütevazı	Mesafeli, tedirgin, gergin ve huzursuz	Toplumsal düzene normalden saygılı, kuralları çiğnemeyen, insani olmaktan çok mekanik	Kabul eden ancak uygulamayan ve sosyal normların nedenini anlayamayan	Dost canlısı, çocuksu, mecaz ve metafor anlamayan, fazla diyalog kurmayan, arkadaş edinmekte güçlük yaşayan ve ürkek

Dizi anlatısı içerisinde karakterlerin topluma ilişkilerinin incelendiği Tablo 3'te iki karakter de toplumsal normlardan ya da normatif davranışlardan uzak bir şekilde tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle ilgili karakterler toplumsal davranış kalıplarının dışında tasarlanmış, çevresiyle rahat iletişim kuramayan karakterlerdir. Birbirlerine zıt olmalarına karşın iki farklı karakter de toplumda "öteki" konumunda tasarlanmıştır ancak Ali Vefa karakteri için bu kaçınılmaz bir şekilde toplumun yarattığı bir hususken, Hekimoğlu için özgüven ve kendine sevginin (narsisizm) bir çıktısı olarak görünür olmuştur. Ali Vefa'nın toplumla olan mesafesi toplumun suçu iken, Hekimoğlu bunu bilerek ve isteyerek mesafe koyan biri olarak belirginleştirmektedir. Her iki karakter için de sosyal çevresi tarafından olumsuz yakıştırmalar ve yorumlar yapılmaktadır. Bu durumun altında toplumsal norm ve kalıplara uymayan davranışlarının eleştirisi vardır.

Tablo 4. Dizi Anlatısında Karakterlerin Becerileri, Mesleki Özellikleri

Dizi Adı	Uzmanlık Alanı	Özel Yeteneği	Karakterin Amaç ve Yönelimi	Mesleki Başarısı	Mesleki Eylemleri ve Özellikleri
Hekimoğlu	Nöroloji Uzmanı	Analitik zekâ, tümevarımsal ve tümdengelsel çıkarsamalarda başarı, üst düzey bir zeka, en ihtimal verilmeyeni dahi düşünebilme	Kişisel tatmin, para amaç edinilen eylemlerden uzak durma, narsisizmini besleme, gündelik mesleki pratiklerden kurtulma	Alanında kabul görmüş bir uzman, sıra dışı tıbbi vakaların yönlendirildiği üst akıl, tanı koymada eşi bulunmaz bir başarı	Tanı koyabilme ve tedavi için etik kuralları rahatlıkla çiğneyebilen, emir almayı reddeden ve kurallara karşı gelen, kuralların yaratıcılığına ve zekasına engel olduğunu ispat etmeye çalışan, başkalarının kabul etmediği ve ihtimal vermediği tıbbi gerçeklikleri bilimsel biçimde ortaya koyan, etik ve kişisel sınırları aşmaya eğilimli
Mucize Doktor	Asistan Doktor	Otizmin getirdiği bir alana yönelik dahi boyutunda zekâ, hastalığı görselleştirebilme, hastanın üç boyutlu görsel tanısını koyabilme, kimsenin fark edemediği detayları görebilme	Dünya çapında bir cerrah olmak, çocukların ölmeyip uzun yaşamasını sağlamak, toplumsal alanda dezavantajına rağmen kabul görmeyi sağlamak	Otizmine karşın tıp fakültesini bitirmiş olmak, zorlayıcı bir mülakatı sıra dışı bir anlatımla geçebilmek, ölümün kıyasına gelen hastaları sıra dışı yöntemlerle tedavi etmek	Çok iyi derecede gözlem yapan ve gözlemlerini tanıya aktaran, mütevazı bir şekilde mesleki faaliyetlerini yürüten, başkaları tarafından kabul görmese de her zaman en doğruyu teşhis eden, etik sınırları zorlamayan hatta herkesi etiğe uymaya davet eden, mesleğini idolize eden, kimliğini mesleği üzerinden tanımlayan

Tablo 4'te karakterlerin dizi anlatısı içerisinde gerçekliklerinin de yaratıldığı ve esas simülakrın oluşturulduğu alan olan mesleki beceri ve özellikleri yer almaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda karakterlerin ikisinin de sıra dışı nitelikler taşıyan birer deha oldukları görülmektedir. Hekimoğlu karakteri bunu rasyonel bir biçimde ancak mucizevi denilebilecek yöntemlerle gerçekleştirip etik sınırları zorlarken Ali Vefa karakteri Tanrı vergisi bir hediye olarak olayları gözlem konusunda metafizik denilebilecek boyutta bir başarıya sahiptir. Her iki karakter de kendilerini mesleki varlıkları üzerinden sıklıkla tanımlamakla beraber, Hekimoğlu karakteri

hastalıklar konusunda seçici davranmakta, kimsenin yapmadığını yapmaya ve narsisizmini desteklemeye çalışmakta, Ali Vefa karakteri ise “herkese şifa dağıtmalıyım” hümanizmi ile hareket ediyor görünmektedir. Hekimoğlu karakteri bu becerilerini rasyonel fakat başkalarından ayrı ve etik sınırları zorlayan bir yöntemle gerçekleştirirken, Ali Vefa karakteri doktorluk ilke ve etiklerine sonuna kadar bağlı bir şekilde ancak mucizevi yeteneklerini kullanarak ifa etmektedir. Dolayısı ile her iki karakter de insan üstü tavırlar sergileyerek ve diğer herkesin haksız olduğunu, yalnızca kendilerinin haklı olduğunu ispat ederek varlıklarını sürdürmektedir. Hekimoğlu'nun davranışları genellikle yanlış ve etik dışı bulunduğu için meslektaşları tarafından eleştirilmekte ve fikirleri ihtimal dışında görülmekte; Ali Vefa'nın ise olağan üstü becerisi, bir asistan doktorun mucizevi tedavileri beceremeyeceği düşüncesine rağmen kendinden çok daha deneyimli meslektaşlarına nazaran haklı çıkması ile pekişmektedir.

Tablo 5. Karakterlerin Dili, Tonlaması, İletişimsel Özellikleri

Dizi Adı	Karakterin Adı	Karakterin Tonlaması	Karakterin Kullandığı Dil	Konuşmasında Belirgin Özellikler	Karakterin Duraksamaları, İfade Biçimleri ve Diğerlerinden Ayıran Özellikleri
Hekimoğlu	Ateş Hekimoğlu	Yüksek tonda çoğu zaman bağırarak, başkalarını küçük gördüğünü hissettirecek bir ton	Kaba çoğu zaman argoya kaçabilen, insanlara lakap takıp huzursuz eden, alaycı	Sarkastik yapısını vurgulayan, diğer doktorları ve hastaları keskin bir biçimde ayıran, kimseyi dinlemeden kendi dediğinde direten	Kendisinin üzerine para ile ilişkili konular geldiğinde çok sinirlenmekte duraksamaktadır, hasta hayatı söz konusu olduğunda konuşmayı tartışma boyutuna çeker, çok fazla konuşur
Mucize Doktor	Ali Vefa	Düşük ve yüksek ton arasında normalin ötesinde gidip gelişli, genel olarak yumuşak bir tonlama ile konuşan	Formel, bilimsel, çocukça saflığı vurgulayan, kısa cümlelerle konuşan, argo ve alaycılıktan uzak	İletişim kurmada düşük beceri, zaman zaman konuşmayı bırakarak gerginlik anlarında tuhaf tavırlar takınması, konuşmasında metafor-şaka gibi kavramları anlayamaması	Otizmin getirdiği iletişim kurma becerisinde sıkıntı, duraksayarak ve tuhaf tavırlar sergileyerek konuşma, insanlara garip gelen bir tonlama ve tavır yansıtmaya, net ifadeler kullanma ve gereksiz diyalogdan kaçınma

Tablo 5'e bakıldığında, karakterlerin ikisinin de iletişim kurma becerisi konusunda toplumsal yaşamdan uzak tavırlar sergiledikleri görülmektedir. Hekimoğlu karakterinde bu durum bir tür başkaldırı olarak görünür olmaktadır. Ali Vefa karakterinde ise yaşadığı tıbbi sendromunun bir sonucudur. Çevreleri iki karakterle de iletişim kurmaktan ve bir şeyleri anlatmaya çabalamaktan kaçınmaktadır. İkisinin de tonlamaları ve iniş çıkışları tuhaf bulunmaktadır. Hekimoğlu karakteri tepki görece kadar kaba konuşmakta ve alaycı tavırlar takınmakta iken, Ali Vefa karakteri tepki görece kadar formel ve mesleki bir dil kullanmaktadır. İki karakter de iletişim becerilerinden yoksun görünmekte, hastalar ve diğer doktorlar tarafından tuhaf karşılanmaktadır. Hekimoğlu

sarkastik bir tavır takınıp metaforik anlatımlarla çevresine sosyal rahatsızlık verirken, Ali Vefa karakteri anlatımda en ufak bir metaforu dahi anlamayarak çevresine rahatsızlık ve tedirginlik vermektedir.

Tablo 6. Dizisel Anlatıda Karakterlerin Aynı Kimliklere Sahip Diğer Karakterlerle Karşıtlıkları

Hekimoğlu	Ali Vefa	Diğer Doktorlar
Alanında Uzman	Asistan	Bilgi Eksikliği Var
Yöntemleri sınırları Zorlayan	Mucizevi Özellikleri Kullanan	Standart Yöntemler Kullanan
Etik sınırları zorlayan Spor Giyimli	Etik kurallara bağlı Tuhaf Giyinişli	Etik kuralları yorumlayan Çok şık ve kaliteli
Narsist	Mütevazi	Egosu Yüksek
Parayı Önemsemeyen	Parayı Önemsemeyen	Kazanç konusunda hassas
Bencil	Paylaşımçı	Dengeli
Bireysel	İnsan İlişkilerine aşırı duyarlı	Toplumsal yaşama adapte
Otoriter	Pasif	Otoritesini kabul ettirmeye çalışan
Ben merkezli	Hasta merkezli	Toplumsal kurallar merkezli

Tablo 6'da yer alan, “karakterlerin karşıtlıklarına” bakıldığında, iki karakterin de diğer meslektaşlarının oluşturduğu alışlagelmiş gerçeklik alanından farklı ve uzakta tutan özelliklerinin olduğu görülmektedir. Bu özellikleri her ne kadar onları bütünü ger kalanından ayırsa da nihai sonuç olarak diğerleri tarafından kabul görme ve hayranlıkla sonuçlanmakta, bir tür özenti yaratmaktadır. Diğer karakterler onlara imrenmelerine rağmen, onlar gibi olmak istememektedir. Ancak yine de baş karakterlerin başarılarını devam ettirebilmesi için sistemin sürdürülebilmesi vazifesini de üstlenmektedirler. Her iki karakterin de karşıtlıklar içerisindeki özellikleri son derece keskin ve ayırdına varılabilecek biçimde sunulurken, diğer karakterler daha sıradan insani özelliklerle karşımıza çıkmaktadır.

Hekimoğlu dizisinin başrol oyuncusu ve ana karakteri olan Ateş Hekimoğlu, son derece başarılı ancak bu başarısına karşın yeteri kadar meşhur olmayan veya bilinmeyen bir doktordur. Bunun sebebi ise karakterin bile isteye sistemin dışında kalmayı tercih etmesi ve bu tercihinin dayatmasıdır. Çoğunlukla bencil davranan bir karakter olarak dikkat çeken Hekimoğlu, geçirmiş olduğu kaza nedeniyle toplumu suçlamakta, toplumsal yapıyı ve etik kuralları sıklıkla zorlamaktadır. Bununla birlikte sergilediği insanüstü başarı başkalarında hayranlık uyandırırken, meslektaşlarıyla yaşadığı çatışmalarda da her zaman haklı çıkmaktadır. Diğer doktorlar kuralcı tavırlar ve kalıpların dışına çıkamazken, etik kuralları ve statükoyu zorlaması, onu özel kılan bir unsur olarak dikkat çekmektedir.

Mucize Doktor dizisinin baş rolü ve ana karakteri olan Ali Vefa ise otizm sendromu nedeniyle yaşadığı sıkıntılardan ötürü toplumsal hayattan dışlanmış, zor bir hayat ve çocukluk geçirmiş sıra dışı bir karakterdir. Onu görenlerin ve dahi kendisinin de kendini “tuhaf” olarak tanımladığı bir karakter olan Ali Vefa özgüveni düşük bir imge yaratmasına karşın mesleki konularda ısrarcı ve özgüvenli çatışma unsuru yaratabilecek potansiyeldedir. Mucizevi özellikler sergilemekte MR (Manyetik Rezonans) benzeri bir görüntülemeyi hastaya bakarak hastalık üzerinden

tanımlayabilmektedir. Diğer karakterlerle çatışması temelde bu farklılığın bir göstergesi olarak görünür olmaktadır. Gerçek dışı denilebilecek ve metafiziğe varabilecek nitelikler sergilemektedir.

Dizi Karakterlerinin Kamu Spotuna Taşınan Özellikleri

Çalışmanın önceki bölümlerinde ifade edildiği üzere dizilerde/anlatılarda yaratılan gerçeklik yalnızca o alanı kapsamaktayken, kamu spotu aracılığıyla toplumsal uzamda metafizik denebilecek özelliklere sahip kişiler, gerçek bir karakter ve kanaat önderi gibi yansıtılarak kullanılmaktadır. Bu durum karakteri gerçek hayatta bir kanaat önderine dönüştürerek onun gündelik gerçeklikten daha hakiki olmasına aracılık etmektedir. Tablo 7’de yer alan özellikler bu durumun hangi unsurlarla yapıldığını ortaya koymaktadır.

Tablo 7. Dizi Karakterlerinin Kamu Spotuna Taşınan Özellikleri

Karakter	Aktarılan Fiziksel Özellikler	Aktarılan Görsel Belirleyiciler	Aktarılan Beceri ve Nitelikler	Aktarılan Tonlama ve İletişimsel Özellikler	Aktarılan Karakter Özellikleri
Ateş Hekimoğlu	Sağ Bacaktaki aksaması, saç sakal ve diğer tüm fiziksel tanımlayıcılarla karakterin kullanımı	Baston, giyilen kıyafet ve aksesuarlar	Beceri ve nitelikler dizisel anlatıda olduğu gibi yer verilmemiş ancak uzman tavrı devam ettirilmiş	Kibirli ve yüksek perdeden konuşan tavır, ses tonu ve ciddi tonlama, yüksekte bakan alaycı ifade	Karakterin davranışları ve geçmiş hariç kendini belirleyici kılan özelliklerin tümü diziden aktarılarak ortaya konmuştur. Herhangi bir yeni özellik eklenmemiştir.
Ali Vefa	Tuhaf davranışlar ve otizm kaynaklı senkronize olmayan hareketler, saç sakal ve görünüşe dair özellikler aynı	Giyilen kıyafet ve aksesuarlar	Beceri ve nitelikler dizisel anlatıda olduğu gibi yer verilmemiş ancak uzman tavrı devam ettirilmiş	Otizm kaynaklı duraksama ve çocuksu tavır, kesin-keskin kısa ve net cümleler, ses tonu ve vurgulamaları	Karakter dizideki anlatıdan olduğu gibi aktarılmış, herhangi bir ek bilgiye yer verilmemiş ya da karakterde bir dönüşüm yaratılmamıştır.

Dizilerin ana karakterlerinin kamu spotları içine taşınarak kanaat önderi olarak ortaya çıkarılması temelde Baudrillard’ın “-miş gibi yapmak” ve simülasyon arasında ortaya koymuş olduğu farka işaret eden bir nokta olarak görünür olmaktadır (Dağ, 2011, s. 30). “-miş” gibi yapan yalnızca bir durum ya da kişiye ilişkin olarak bir taklit, rol ya da benzetme ortaya koyarken bir kurmaca, simülasyon ise gerçeklikle eş değerdir. Bu durum hasta taklidi yapan çocukla, hastalığın semptomlarını yaptığı taklit sonucu psikosomatik olarak ortaya koymaya başlayan çocuk alegorisinde olduğu gibi değerlendirilebilir. Dizilerde doktor rolü yapan karakterler açıkça bir kurmaca içerisindeyken, doktormuş gibi yapmakta, kamu spotunda ise en az gerçek bir doktor kadar kanaat önderi olduğu gerçeği üzerinden kullanılmaktadır. Dolayısıyla simülasyon

içerisinde yaratılan, doktor kimliğini rol yapan karakter, gerçeğe ilişkin bir konuda artık rol yapmayıp gerçekten toplumu bilgilendirerek realitenin parçası olmaktadır. Baudrillard'ın aktardığımız ifadesinde olduğu gibi gerçek ve imge birbirine üstün gelememekte her ikisinin de sınırları bulanıklaşmaktadır.

Diziler içerisinde bulgularda da yer alan örneklerde görüldüğü gibi doktorluk imgesi bir tür büyü gibi simülakr haline getirilmektedir. Dizi karakterlerinin her ikisinin de sergilediği “deha” çağrıştırmacı tavırlar, zeka ve yapılan kutsal iş arasında “ikona” benzeri bir bağ kuran simülakra dönüşmektedir. Bu çerçevede karakterler her gün gündelik işlerini yaparak “gerçekten” hayat kurtaran doktorların aksine, “kurtarıcı” imgesini ön plana çıkartarak ona, gerçekliği gizleyen bir imge niteliği de vermektedir. Birleşerek simülasyonu oluşturacak simülakrın temelinde, gerçekte her doktorun hasta kaybetme riski ya da gerçekliğinin zorunlu koşulları yerine, her sorunu çözen dehanın imgesi vardır. Bu deha, doktorların asla hasta kaybetmediği ve muhakkak ki olumlu sonuca ulaştıkları bir tür büyüün parçasıdır. Yaptıkları işlemler ve davranışları ile sıra dışılığın göstergesi olarak “gerçek doktor” algısı ile aralarına bir fark yerleşmekte, “imgesel olan” gerçek olanın yerine kamu spotlarında kanaat bildiren olmaktadır. Bu safhada imge artık sadece bir görüntü, ya da temsil değil simülasyondur. Herkesi kurtarabilen deha doktorların var olduğu ve büyüü bozulmuş dünyada mucizeleri gerçekleştirebilen doktorların dünyasının simülasyonudur. Bu karakterleri birleştiren simülakrlar, izleyici için gerçek doktorlardan farklı bir algı ile, doktor karakterinin algısında yer alan; sıkıntı, ilaç vs gibi imgelerden azade tasarlanmaktadır. İki karakter de daha çok öngördükleri ile büyü ve mucizeye aracılık eden kaynaklardır.

İmge dünyasının oluşturulduğundan yola çıkarak baktığımızda, iki dizi karakterinin kamu spotuna taşınarak bilgilendirici rolünü üstlenmesi temsilin ötesinde bir durumdur. Temsiller gerçekten de o kadar etrafımızı sarmıştır ki, artık gerçeğe dair en ufak bir ipucu bulmak bile mümkün değildir (Toffoletti, 2014, s. 44). Gerçek hayatı böylesine derinden etkileyen bir salgınla mücadele için kullanılan bilgilendirme videolarında, simülakrlar üzerinden pekiştirilen imgelerin ön plana çıkarılması tam da bu noktaya işaret ederek hayati konularda dahi, gerçekte olan bağın müphemleşmesine bir örnek niteliği taşımaktadır.

Yukarıda ifade edilen özellikler çerçevesinde bakıldığında dizi karakterlerinin oyuncular olarak kendi kimlikleri veya star konumunda olmaları üzerinden değil, dizilerde yaptıkları rollerin bileşkesi olan simülasyonları ve o simülasyonun imgeleri olarak kamu spotlarında yer aldıkları görülmektedir. Kamu spotu da her ne kadar bir televizyon üretimi olsa da, niteliği itibariyle güven telkin edici, mesaj vermeye yönelik bir format olarak öne çıkarak reklamdan ya da kurgudan ayrılmaktadır. Dolayısıyla COVID-19 salgını nedeniyle görünür olan bir gerçekliğe önlem almaya yönelik anlatının simülatif bir evrendeki imgeler üzerinden anlatılması hipergerçekliğin geldiği nokta hakkında dikkat çekici veriler sunmaktadır.

Genel Değerlendirme ve Sonuç

Toplumsal gerçeklik kavramı, literatürde tarihsel sosyolojik nitelik içeren ve uzun yıllara dayanan bir unsur gibi tanımlanıyor olsa da günümüzde artık inşa edilen bir kavram olarak

kabul edilmektedir. Dolayısıyla gerçek ve gerçeklikle olan ilişki kendi içerisinde yeniden yorumlanabilme, özellikle kitle iletişim araçları içerisinde tanımlanan gerçeklik bir tür “yerinden çıkartma” işlemi ile yani anlamlar üretebilmektedir. Baudrillard çığır açan eseri “Simülakrlar ve Simülasyon”da gerçekliğin ne şekilde yeniden tanımlandığını ve medya gerçekliğinin çoğu zaman hakikatin yerini ne şekilde aldığını ortaya koymuş ve “gerçeklik” olgusunu değerlendirmeye açmıştır. Felsefi olarak antikiteden bu yana tartışılan “gerçeklik – hakikat” ikilemi bir başka boyuta taşınarak bunun inşa edilme sürecine odaklanılır hale gelmiştir.

Araştırmaya konu olan ve aslında son derece pozitif bilimlere ait bir mesleğin temsillerini medyada ortaya koyan karakterlerin dizileri aynı şekilde sınırları çok belli bir gerçeklik alanını yeniden tasarlamaktadır. Bu karakterler insan hayatı gibi son derece önemli bir alanda mucizevi işler yaratan ve hatta bu mucizevi işler aracılığı ile neredeyse imkânsız şeyleri başarabilen doktorlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla medya içerisinde yeniden tanımlanan doktor karakterleri gerçekte imgelemimizde yer alan doktordan çok daha farklı, hekimlik mesleğinin paradigmasından uzak yöntemler sergilemesine rağmen bir tür sihirsel beceriyle başarılı olmaktadır. Bu çerçevede her iki karakter de farklı uçlarda yönelimler ve bireysel özelliklere sahip olmasına rağmen nerdeyse bir büyücü gibi akıl almaz biçimde başarılı olmaktadır.

Diğer doktorlar bildiğimiz, her gün aşına olduğumuz ya da kanıksadığımız doktor tipolojisinin bir temsiliyken her iki karakter de diğerlerinden farklı, ayrıksı ama onlardan çok daha başarılı olarak görünür olmaktadır. Bu durum simülakrlın doğasında olan, “tasarlananın gerçeklikten daha çekici olması durumunu” net bir şekilde ortaya koymakta bahsi geçen karakterler çoğu zaman kaçınılan bir figür olan doktor yerine daha büyümlü bir forma kavuşmaktadır. Kendilerinden beklentilerin her zaman üstünde performans sergileyen ve istisnasız tüm hastalarının hayatlarını kurtaran doktorlar insana ait olan hata yapma özelliğinden azade büyük bir başarıyla görevlerini yürütmektedir. Dolayısıyla çalışmamızda bahsettiğimiz üzere gerçekliğin bu kadar üzerinde ve olağanüstü performans sergileyen iki doktor karakteri gerçek doktorların önüne geçerek yeni bir gerçeklik oluşturmuş ve pandemi gibi bir toplumsal kriz anında kanaat önderi olarak ön plana çıkmıştır. Burada kanaat önderi olarak, alışıla gelmiş dışında karakterlere yön veren oyuncular değil, bizatihi karakterin kendisine yer verilmiştir. Dolayısıyla denilebilir ki doktor simülakrlının yarattığı illüzyon, simülasyon evreninde yaşadığımız günümüzde gerçek doktorlardan üstün bir konuma gelmiş, yaratılmış gerçeklik toplumsal gerçeklikten daha çok benimsenen, özümşenen ve kabul edilen bir mertebeye ulaşmıştır.

Kaynakça

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği*. (N. Ülner, & E. Öztarhan Karadoğan, Çev.) İstanbul: Kabalci Yayıncılık.
- Antmen, A. (2008). *Sanatçılardan yazılar ve açıklamalarla 20. yüzyıl batı sanatında akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (1995). *Kötülüğün şeffaflığı: Aşırı fenomenler üzerine bir deneme*. (E. Abora, & I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011a). *Simülakrlar ve simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu-Batı Yayınları.

- Baudrillard, J. (2011b). *İmkânsız takas*. (A. Sönmezay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2015a). *Şeytana satılan ruh ya da kötülüğün egemenliği*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2015b). *İlahi sol*. (O. Adanır, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayinevi.
- Baudrillard, J. (2016). *Simgesel değiş tokuş ve ölüm*. (O. Adanır, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayinevi.
- Best, S., & Kellner, D. (2016). *Postmodern teori: Eleştirel soruşturmalar*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Cevzici, A. (2018). *Felsefe tarihi*. İstanbul: Say Yayınları.
- Chandler, D., & Munday, R. (2018). *Medya ve iletişim sözlüğü*. (B. Taşdemir, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dağ, A. (2011). *Ölümcül şiddet: Baudrillard'ın düşüncesi*. İstanbul: Külliyyat Yayınları.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu*. (A. Ekmekçi, & O. Taşken, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2003). *Collecting and interpreting qualitative materials*. California: Sage Publications.
- Gürer, M., & Varlı Gürer, S. (2020). Dizilerdeki batılı karakterlerin anlatı yapısındaki sunumu üzerine bir çözümleme. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(26), 4230-4264. doi:<https://doi.org/10.26466/opus.671798>
- Gane, M. (2008). *Jean Baudrillard: Radikal belirsizlik*. (S. T. Ali Utku, Çev.) Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Gee, J. P. (2005). *An introduction to discourse analysis: Theory and Method*. London: Routledge.
- Habertürk*. (04. 08. 2008). <https://www.haberturk.com/medya/haber/66230-cakiri-unutmadik-acimiz-buyuk-adresinden-edinilmistir>.
- Kıran, A., & Kıran, Z. (2000). *Yazınsal okuma süreçleri: Dilbilim, göstergebilim ve yazınbilim yöntemleriyle çözümlemeler*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Kanal Nostalji. (27.07.2020). *1986 Erol Taş'ın Uğradığı Saldırıları Üzerine Röportaj*. Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=zu5duamcjs> adresinden edinilmiştir.
- Leppert, R. (2009). *Sanatta anlamın görüntüsü: İmgelerin toplumsal işlevi*. (İ. Türkmen, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Levinas, E. (2003). *Sonsuza tanıklık*. (M. Atıcı, M. Başaran, G. Çankaya, Z. Direk, E. Gökyaran, Ö. Gözel, . . . H. Yüceher, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber*. (S. Turan, Çev.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Mills, C. W. (2000). *The Power elite*. Oxford: Oxford University Press.
- Odabaşı, Y. (2009). *Postmodern pazarlama: Tüketim ve tüketici*. İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Oskay, Ü. (2010). *XIX. Yüzyıldan günümüze kitle iletişiminin kültürel işlevleri kuramsal bir yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Platon. (2013). *Devlet*. (C. Saraçoğlu, & V. Atayman, Çev.) İstanbul: Bordo-Siyah Yayınları.
- Postman, N. (1990). *Televizyon: Öldüren eğlence: Gösteri çağında kamusal söylem*. (O. Akinhay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sanders, B. (2013). *Öküzün aşı: Elektronik çağda yazılı kültürün çöküşü ve şiddetin yükselişi*. (Ş. Tahir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sarup, M. (1997). *Post-Yapısalcılık ve postmodernizm*. (A. Güçlü, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları / Ark.
- Şimşek, S., & Uğur, İ. (2003). *Star stratejisi ve uygulamaları*. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(10), 349-358.

- Toffoletti, K. (2014). *Yeni bir bakışla: Baudrillard*. (Y. Başkayak, Çev.) İstanbul: Kolektif Kitap.
- Trend, D. (2008). *Medyada şiddet efsanesi: Eleştirel bir giriş*. (G. Bostancı, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Turner, B. (2014). *Klasik sosyoloji*. (İ. Çetin, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Zizek, S. (2011). *Kırılğan temas*. (T. Birkan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.