

# KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA YER ALAN KURGUSAL SOSYAL MESAJLAR: TELEVİZYON DİZİLERİNDE KİTLESELLEŞTİRİLEN DEĞERLERE YÖNELİK BİR ANALİZ

Gamze Yetkin Cılızoğlu\*

## ÖZET

*İletişim sürecinin etkinliğini arttırmada önemli bir kanal olan kitle iletişim araçları, birer kültürel ürün olarak toplumda tutum değişikliği yaratma sürecine etki etmektedirler. Özellikle Türkiye’de kitle iletişim araçları içinde televizyonun izlenme oranının yüksek olması, kitle üzerindeki etkilerinin de fazla olacağı öngörüsüne neden olmaktadır. İzlenme oranları ve yayın sıklıkları nedeniyle, izleyiciler en fazla dizilere ve diziler aracılığı ile verilen mesajlara maruz kalmaktadırlar. Bu nedenle televizyon dizilerinde yer alan kurgusal sosyal mesajlar toplumda belli tutum ve davranış kalıplarının değişimine/gelişimine yol açmaktadır.*

*Bu çalışmada Türkiye’de en çok izlenme oranına sahip “Binbir Gece” ve “Yaprak Dökümü” adlı televizyon dizilerinde yer alan kurgusal mesajlar, içerdikleri maddi ve manevi kültür çağrışımları bağlamında içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir.*

*Anahtar sözcükler: Kitle iletişim araçları, sosyal mesaj, maddi kültür, manevi kültür*

## FICTIONAL SOCIAL MESSAGES IN MASS MEDIA: AN ANALYSIS ON MASSIFIED VALUES IN TV SERIES

## ABSTRACT

*Mass media is an important channel for improving the efficiency of communication process and they effect as a cultural product in attitude changes about society. Because of having the highest watching rate, television is considered to be the most effective medium over the mass. Because of the rate and frequency of monitoring, viewers are mostly get exposed from the messages which are edited in the TV series. Therefore the social messages that are embedded in TV series causes an attitude change and creates a way of acting in society.*

*In this study, the fictional messages in mostly viewed “Binbir Gece” and “Yaprak Dökümü” series are researched under the context of tangible and intangible cultural connotations with using content analysis method.*

*Keywords: Mass media, social message, tangible culture, intangible culture*

## GİRİŞ

Yüzyılın en belirgin özelliği teknolojik alanda yaşanan gelişmelerdir. Teknoloji alanında yaşanan değişimler; kitle iletişim araçları (KİA) başta olmak üzere birçok ögenin de niteliksel ve niceliksel gelişimine, değişimine neden olmuştur. KİA’da oluşan değişim toplumu oluşturan bireylerin etkileşim süreçlerine de etki etmiştir. Bu süreç, beraberinde etkileşimi ve sosyalleşmeyi etkileyen kanalların ve mesajların içeriklerinde de değişime neden olmuştur.

Toplumsal değişim ve sosyalleşme bir süreçtir. Bu sürece ivme kazandıran ve yön veren belli başlı katalizörler ekonomi, güvenlik, aile, top-

lum, okul ve iletişimdir (Kağıtçıbaşı 2008: 32). Bu katalizörler aracılığı ile değişime yönelen bireyin, içinde bulunduğu toplumun üyeleri ile etkileşimi toplumun geneline yansıyan bir süreci de beraberinde getirecektir.

Bireyde etkileşim aracılığı ile tutum ve davranış değişimine yol açabilen iletişim, çeşitli kanallar ile toplumun geneline hitap edebilme özelliği taşımaktadır. İletişimin etkinliğini arttıran kitle iletişim araçları (KİA) birer kültürel ürün olarak, toplumda düşünce ve tutum değişikliğine aracılık etmektedirler. Radyo, televizyon, gazete ve benzeri KİA’lar kültürel ürünler olarak da aynı zamanda uyarıcı özelliği ile de-

\* Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

ğişime de yön verebilme özelliği taşımaktadır. lar (Şerif ve Şerif 1996: 18).

Söz konusu kültürel ürünlerin toplumsal değişimde oynadıkları rol, özellikle geçiş dönemindeki toplumlar açısından daha da büyük bir önem kazanmaktadır. Hitap ettiği kitlenin niceliksel yapısı özellikle televizyonu ve onun aracılığı ile topluma iletilen dizi, haber vb. ürünlerin içeriklerini sorgulamayı ve bazı kriterler bağlamında yeniden düşünmeyi zorunlu hale getirmektedir. Toplumsal yarara yönelik değişimin ivme kazanabilmesi, bu ürünler tarafından kodlanan mesajların öncelikli sorunlar ve konulara yönelik farkındalık yaratacak biçimde kurgulanmasında yarar bulunmaktadır.

Mısır'da "Gümüş" dizisinin boşanmaları arttırdığı gerekçesi ile diziyinden kaldırılması gibi uygulama örnekleri (Hürriyet 21 Temmuz 2008) KİA'nın toplum üzerindeki olumsuz etkileri, eleştirel bakış açısını ön plana çıkarır özelliğindedir. Olumsuz sonuçlara bu kadar güçlü bir biçimde etki edebilme gücü olan KİA'nın, olumlu etkilere de neden olabileceği güçlü bir ön kabul olarak düşünülebilir.

KİA aracılığı ile topluma aktarılan popüler kültür ürünlerine kurgusal olarak yerleştirilen toplumsal yarar amaçlı mesajların, hedef kitlede hızlı bir tutum değişikliğine yol açabileceği, bir öngörü olarak bu çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu ürünlerin, toplum nezdinde referans çerçevesi olarak kabul gördüğü düşünüldüğünde, toplumsal değişimi etkileyen maddi ve manevi kültüre ait mesajları ne oranda kodlayarak gündeme taşıdıklarını görmek önem kazanmaktadır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Etkileşim İle Tutum Değişikliği Yaratma Sürecinde Sosyal İçerikli İletişim Düzeyleri

Toplumsal değişim, iletişim aracılığı ile etkileşimi de kapsayan bir süreçtir. Bu süreç içinde, toplumsal yapıda değişiklik yaratabilecek ve etkileşimi hızlandıracak birçok kanala gereksinim vardır. Çeşitli gruplar ve örgütsel yapılar, aile, iletişim ve KİA bu sürece ivme kazandıracak katalizörler olarak sıralanabilir.

Küreselleşme ile teknolojiye bağlı olarak artan bilgi dolaşımı; çeşitli konularda toplumda eş zamanlı farkındalık yaratma gereksinimini ortaya çıkarmıştır. Sosyal amaçlı iletişim yöntemleri bu sürece katkı sağlamak amacıyla yaşama geçirilmektedir. Toplumda bilinç oluşturma ve tutum değişikliği yaratma amaçlı olan bu iletişim yönteminin uzun vadede hedefi; birey davranışını etkilemek ve güçlü tutumların oluşmasını sağlamaktır (Bright 2000: 14, Kotler 1974).

Sosyal amaçlı iletişim yöntemleri ile ön plana çıkan sosyal mesaj kavramı; bir sorun ya da konu ile ilgili toplumda farkındalığın oluşturulmasına aracılık ederek, tutum değişikliğini olumlu yönde yaratmaya yönelik kodlanan mesajların tümü olarak kabul edilebilir. Sorun ya da konular ile ilgili kodlanan sosyal mesajların farklı kanallar aracılığı ile topluma ulaşması farkındalık düzeyinin artmasına katkı sağlayacaktır. Özellikle KİA aracılığıyla aktarılan sosyal mesajlar ile toplumda; duygusal, bilişsel ve davranışsal değişimin oluşmasını sağlamak ve istedik yöndeki tutumun oluşmasına aracılık etmek mümkün olacaktır (<http://www.socialmarketing.co.nz>).

### 1.2. Sosyal İçerikli Mesajların Dağıtım Kanalı: Kitle İletişim Araçlarının Bireysel ve Toplumsal İşlevleri

KİA, kendi işlevleri nedeniyle toplumsal değişim sürecine hem doğrudan etki etme hem de çeşitli ürünler aracılığı ile iletileri topluma aktarma özelliği olan araçlardır.

Modernleşme sürecindeki toplumlarda yüzyüze iletişim kadar etkileşimi arttıran bir diğer iletişim ortamı KİA'dır. Bu çalışmanın çıkış noktası itibarıyla KİA'nın toplumsal ve bireysel açıdan işlevlerini kısaca anımsamak, sosyalleşme sürecindeki etkisini açıklamak noktasında önem kazanmaktadır. KİA, toplumda yeniliklere karşı farkındalığın oluşmasına katkı sunarak, benimsenmesini ve dolayısıyla toplumun uyum süresini hızlandırır. Toplumsal değerlerin yaygınlığını ilerletip sürdürürken; toplumu da sosyalize etme işlevini yerine getirir (Adıgüzel 2001: 100). Sosyal empati kazandırmak, toplumun diğer üyeleriyle özdeşleşmek ve aidiyet duygusunu geliştirmek ise KİA'nın sosyal etki-

leşim açısından bireysel işlevleri arasındadır (Adıgüzel 2001: 101).

KİA'nın işlevlerine değinirken; kitle kültürünün yaygınlaşmasına ve standartlaşma eğiliminin artmasına neden olması gibi olumsuz işlevlerini de ortaya koymamak tek taraflı bir bakış açısına neden olacaktır (Severin ve Tankard 1994: 517). Ancak; özellikle modernleşme sürecindeki toplumsal yapılarda ortak deneyim alanını genişletmekte, yabancılaşmayı azaltmaktadır. Bu süreç; toplumda eş zamanlı algılamaya ve eğitim sonrasında da sosyalleşmenin devamlılığına katkı sunmaktadır. Dolayısıyla KİA'nın önemli bir kanal olduğu ve bu kanalın işlevsel olan yanlarını vurgulayacak nitelikte kodlanan mesajlarla yaşamsal pratiklerde bir dağıtım kanalı olarak yer almasının önemli olduğu vurgulanabilir.

Toplumda ortak bilinci oluşturan popüler kültür, KİA ile iletilen işlenmiş ürünler vasıtasıyla topluma ulaşmaktadır (Erdoğan ve Alemnar 2005: 148). Lerner'in da vurguladığı gibi; bu işlenmiş ürünler aracılığı ile hedef kitleye yaşantıları dışında bir hayat biçimi sunulmaktadır. Böylece kendi hayatları dışındaki hayat biçimlerini kavrama kapasitesi arttırılmaktadır (Kongar 2004: 262). Bu vurgu, toplumdaki sosyalleşmenin devamlılığının sağlanmasına katkı sunması olarak yorumlanabilir. KİA aracılığı ile topluma aktarılmasının toplumda gelişme ve ilerleme yönünde bir bilinç oluşmasına yönelik katkı olarak kabul edilebilir (Kongar 2004: 263). Dolayısıyla çoğu kez işlevsizliği ya da olumsuz işlevleri nedeniyle eleştirilen KİA'nın doğru kodlamalara sahip içerik ile hayata geçirdiği ürünler onu daha işlevli bir noktaya taşımaya aracılık edebilecektir. Özellikle, modernleşme sürecindeki toplumlara aktarılan mesajın manipülatif yaklaşıma sahip olması, ürünün kaynak özelliğine bağlı olmak suretiyle toplum üzerindeki etkiyi arttırabilecektir (Uysal 1998: 112). Dolayısıyla KİA'nın etkisini gerek toplum gerekse bireyler için daha işlevli bir noktaya taşımak gerekmektedir. Bu gereklilik, işlenmiş ürünler aracılığı ile toplumda farkındalık yaratılmak istenen, düşünce ve tutum değişimi yaratabilecek öze sahip ürünleri aktarmak suretiyle gerçekleşebilir. Bu da KİA'nın bu ürünleri topluma aktarma sürecinde önemli dağıtım kanalları olduğu gerçeğine yakın durmamıza neden olmaktadır.

## **2. SOSYAL ETKİYİ YARATMA SÜRECİNDE TELEVİZYON DİZİLERİ: KİTLESELLEŞTİRİLEN DEĞERLERİN TOPLUMSAL YAPIYA ETKİLERİ**

Toplumsal yapının bir bütün olduğu, bu bütünün insan ilişkilerinden meydana geldiği ve bütünün aynı olmayan bir hız ve tempo ile değişeceğini savunan Kıray, toplumsal yapının temel öğelerinden birinin de toplumsal değerler sistemi olduğunu vurgulamaktadır (aktaran Kongar 2004: 5). Toplumsal değişimin bir bütünlük gösterebilmesi en azından eş zamanlılığın oluşabilmesi için, toplumsal değerler sistemine uygun kodlanacak mesajların eş zamanlı bir biçimde hedef kitleye ulaşmasında yarar bulunduğunu öngörmek olasıdır.

Sosyalleşme sürecine doğrudan etki eden ve bu sürecin elemanlarından olan KİA, topluma çeşitli (uyaranlar) ürünler aracılığı ile aktardığı mesajlar ile sürecin devamlılığına da katkı sunacak ve yön verecektir. Toplumda uyuma, itaat ya da özdeşleşme sürecine katkı sunacak mesajların sosyal etkiyi yaratarak toplumsal değerler sistemine etki edebilmesi için bir kaynak tarafından kodlanması gerekmektedir (Kongar 2004). Toplumsal değerler sisteminin içinde yer alacak sosyal etki ile oluşan tutumlar, toplumun üyeleri ile paylaşılabilir olmalıdır. Sosyal etki; diğer insanlar, gruplar ya da kültürel ürünler aracılığı ile gelişmektedir (Kongar 2004: 497, Kağıtçıbaşı 1991: 95). Toplumsal etkileşime de neden olan bu sürecin etmenlerinden kültürel uyaranları maddi ve manevi olarak iki genel başlık altında toplamak mümkündür. Bu ayrım, toplumda gerçeklik duygusu ile yaşamsal değerlerin eşzamanlı gelişimine ve değişimine katkı sağlayabilir.

Maddi ve manevi uyaranlardan oluşan sosyal mesajlar aracılığı ile toplumsal etkileşimin ve kolektif bağın oluşturulması mümkündür. Örneğin, dizileri üretenler ve tüketenler çoğunlukla ayrı kesimlerden olsalar bile, yaşam alanları ve kültürel alt yapıları bakımından birbirlerinden fazlaca farklılaşmış değillerdir (Oskay 2005: 176).

KİA, toplumun kültürel değerlerini korumaya ve eğitimine de aracılık etme işlevini yaşama etkin biçimde geçmesine olanak sağlamaktadır (Şimşek 2001: 65). Bu araçlar içinde televizyonu, topluma görsel ve işitsel biçimde ulaş-

ması nedeniyle en etkin araç olarak kabul etmek olasıdır. Çeşitli ürünler aracılığı ile kültürel değerlerin kitlelere hızlı ve eş zamanlı ulaşması toplumda konu ile ilgili ortak algının hızlı ve benzer oluşumuna da aracılık edebilecektir. İzlenme oranları nedeniyle, toplum tarafından yaygın izlenen ve benimseme ya da özdeşleşme duygusuna aracılık etmesinden dolayı televizyon dizileri ve dizi kahramanları önemli birer kaynak konumundadırlar. Bu kanallar tarafından kodlanacak sosyal mesajların, olumlanma oranının da daha yüksek ve hızlı olabileceği düşünülebilir. Dizilerde oynayan karakterler başka bir dünyaya ait gibi görünmekle beraber, aynı toplumun içinden gelen benzer geleneklerin, göreneklerin içinde yaşayan insanlar olmaları da, toplumda tutum değişiminin ve kolektif bilincin oluşumuna ivme kazandıracak bir özellik olarak değerlendirilebilir

Bu düşüncüyü güçlendirmek anlamında da, KİA içinde hem görsel hem de işitsel özelliği nedeniyle televizyonun toplumsal yapıda istenilen etkiyi daha hızlı ve eş zamanlı bir biçimde yaratabileceğini söylemek mümkündür. Popüler kültür ürünlerinin dağıtımının televizyon ile ivme kazandığını söylemek olasıdır. Türkiye’de yerli dizilerin izlenme oranının % 56.8 olması bu öngörüğü destekleyen bir veri olarak kabul edilebilir (RTÜK 2008). Demografik ve coğrafik açıdan farklılıklar gösteren geniş bir hedef kitleye hitap etme özelliği olan yerli dizilerin, sosyal mesajlar için önemli bir dağıtım kanalı olduğu öngörüsünü de güçlendirmektedir.

Popüler kültürün toplumla somut bir biçimde buluştuğu alanlardan biri olan diziler aracılığı ile iletilecek sosyal mesajlarla, hedef kitledeki “mı” gibi duygusunu da azaltarak, gerçekliğe daha yakın durmalarına da neden olabilecektir. İnsanın doğasından, hep birlikte olmaktan, yabancılaşmadan kurtulmaktan söz eden eserler, toplumda birliktelik ve ortak algıyı yaratmaya yönelik biçimde ortak dilin gelişmesine de katkı sunmaktadır (Oskay 2005: 192-193). Dolayısıyla, topluma ulaşan popüler kültür ürünlerinin içinde yer alan mesajlar “ruh kurtarıcılığın” yanında “bilinç ile tutum değişikliğini de” aracı olabilecektir.

Diziler aracılığı ile iletilen sosyal içerikli mesajlar aslında toplum ile dizi arasındaki sosyal

mesafeyi de en aza indirgeyerek “mı” gibi algılanan imitatif dünyanın gerçek gibi algılanmasına da aracılık etmektedir. Herkesle yaşanan “ortak zaman” a kavuşturulmakta, birbirinden soyutlanmış kendi dünyasına, kabuğuna çekilmiş insanlara gerçekte var olmayan bir cemaat içinde yaşama sanısını edindirmektedir (Oskay 2005: 189). Popüler kültür ürünü olan diziler ile izleyicinin kendisini reel toplumla bir bütünlük içinde görmesini böylelikle reel yaşamı benimsemesini kolaylaştırmaktadır. Reel yaşamı benimseme sürecinde; çeşitli tutum ve davranışlarında düşünceden başlayan bir değişimin hız kazanması da olası bir hale gelmektedir (Oskay 2005: 191).

Bilişsel boyutta oluşması hedeflenen değişimin gerçekleşmesine katkı sunacak önemli nokta ise; diziler aracılığı ile hedef kitleye iletilen mesajların, önceliği hedef kitlenin ön tutumlarına uygun kodlarla verilmesidir (Kongar 2004: 270). Dolayısıyla, ön tutumların varlığını destekleyen nitelikte sosyal içerikli kurgusal mesajların dizi içinde kullanılmasında yarar olduğunu söylemek olasıdır. Diziler aracılığı ile topluma aktarılan sosyal içerikli mesajlar ile kitlede daha hızlı bir biçimde algı ve tutum değişikliği yaratılabileceği öngörüsünü geliştirmek olasıdır.

## 2.1. Televizyon Dizilerinde Yer Alan Kurgusal Sosyal Mesajlar

Bu çalışmada, dizilerde yer alan kurgusal mesajlar; pazarlama iletişimi faaliyetlerinde kurgusal ürün ya da marka yerleştirme stratejisi bağlamında değerlendirilmiştir. Bu strateji televizyon dizileri, kitaplar, müzik klipleri gibi iletişim ortamlarıyla marka ya da ürünün bütünleştirilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Hedef kitlede marka ya da ürüne karşı hedef kitlede karakterler aracılığı ile tüketicinin markaya yönelmesi, karşı çıkışlarını azaltmak ve zihinsel bazda gerçekleşmesi olası olan atlama, geçme durumunu ortadan kaldırmaktadır (Gürel ve Alem 2005: 135). Dolayısıyla benzer bir bakış açısıyla kurgusal mesaj yerleştirme stratejisi ile diziler aracılığıyla sosyal mesajların kitleye ulaşmasına da aracılık etmesi toplumsal yararın sağlanabilmesi noktasında önemlidir.

Kurgusal mesaj yerleştirme süreci de kurgusal ürün yerleştirme süreci ile benzer şekilde hedef

kitlede tutum değişikliği yaratmaya yönelik bir süreç olarak yaşama geçirilebilir. Temel amaç hedef kitlenin kolektif belleği içinde olan bazı tutumlar aracılığı ile yeni bir tutum yaratabilmek ya da tutum değişikliği yaratabilmektir. Yerleşik ön tutumların (gelenek, görenek vb.) içine yerleştirilmiş olan sosyal mesaj ile hedef kitlede farkındalığın oluşması sağlanabilir. Örneklem olarak seçilen dizilerden Binbir Gece dizisinde; yolculuğa çıkanları uğurlarken arkalarından dökülen su; Türk gelenekleri içinde var olan bir ön tutumdur. Küresel ısınma nedeniyle azalan su kaynaklarını doğru kullanmaya yönelik kodlanan mesaj ise, oluşturulmak istenen tutumdur. Geleneksel yapı içine yerleştirilen yeni tutumun hedef kitlede olumlanması ise daha yüksek bir olasılıktır. Oluşturulmak istenen tutum ise; temiz suyu değil de sebzelerin yıkandığı suyun dökülmesine yönelik kodlanan mesajdır. Yolcunun arkasından dökülen su yanlış değil (gelenekleri beslemek) ama kullanılmış suyun dökülmesi daha doğru bir davranış olarak kurgusal biçimde dizinin içinde kullanılmaktadır. Kongar'ın da (2004: 272) vurguladığı gibi, kodlanan mesaj hedef kitlenin yakınlık hissettiği bir kaynak tarafından kodlanıyor ise, iletişim süreci daha da başarılı olacaktır. Bu öngörünün ışığında izlenme oranı yüksek olan bu dizide, "yolcunun arkasından su dökme" ile ilgili mesajın evin annesi tarafından kodlanması, kaynağın doğru seçimine yönelik bir örnektir.

## **2.2. Dizilerde Yer Alan Kurgusal Mesajlarda Dizi Kahramanlarının Kaynak Olarak Önemi: Aile Vurgusunun Ön Plana Çıkartılması**

İletişim ne tür bir araçla yapılırsa yapılsın, sürecin başlaması için gerekli olan ön şartlardan biri, mesajı kodlayan kaynak ya da kaynaklardır. Kaynağın hedef kitle üzerinde yaratacağı, benimseme, özdeşleşme ya da itaat duygularının ortaya çıkarılması, seçilen kaynağın niteliksel ya da niceliksel özellikleri ile çoğu zaman doğru orantılı bir biçimde gelişir. Dolayısıyla toplumsal değişimin etkileşim ile ivme kazanacağını ve bu süreçte seçilen kaynakların hedef kitleye uygun kaynaklar ile başlatılması da son derece önemlidir. Bu bağlamda sürece eşlik edecek katalizörlerinden olan KİA'nın ve KİA'na ait ürünlerde seçilecek kaynağın özel-

liği toplumsal etkileşime ivme kazandırmak noktasında önem arz etmektedir.

Türkiye gibi modernleşme sürecindeki toplumlarda mesajı kodlayan kaynağın niteliği, etkileşim sürecine daha da fazla etki edecektir. Hedef kitleye doğrudan hitap etme özelliği olan diziler, aile yapısının da iletişim sürecine doğrudan etki eden bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle, ülkemizde kaynak konumunda olan dizilerin, hedef kitlede belirli mesajlara karşı daha hızlı farkındalık geliştirebileceğini öngörmek olasıdır.

Kıray tarafından yapılan vurgu da ailenin değişim sürecindeki önemini açıkça ortaya koymaktadır. Türkiye'de ailenin hala bireyin kendisini, hızla değişen bir topluma uydurmasına yardımcı olan kurumsal bir yapı olarak tanımlanmaktadır (aktaran Kongar 2004: 439).

Ailenin etkileşim sürecinde önemli bir kaynak olduğuna dair yapılan vurguların ışığında araştırma örneklemini olarak seçilen dizilerdeki kaynak konumundaki aile yapılarının önemi de ön plana çıkmaktadır.

Örneklemlerden birini oluşturan Yaprak Dökümü'ndeki aile modelinin; Kağıtçıbaşı'nın belirlediği üç aile modelinden x kalıbını temsil ettiği görülmektedir (YDKx). Karşılıklı bağımlılık modeli olarak tanımlanan bu tipin aile yapısı; işlevsel geniş aile, atasoylu bağlar, düşük kadın statüsü özellikleri taşımaktadır (Kağıtçıbaşı 1991: 104-107). Bu kriterlere bire bir uygunluk gösteren Yaprak Dökümü dizisinde gerek kodlanan mesajlar ve gerekse mesajların kaynağı aile yapısını temsil eder niteliktedir. Bunun anlamı ise, toplumda yer alan benzer modeldeki ailelere, doğru kaynak aracılığı ile iletilen sosyal mesajların tutum oluşturma sürecine ivme kazandıracığıdır. Araştırma sürecine dahil olan 11 adet bölümde 29 adet sosyal mesajın kodlanmış olması da dizinin toplumsal dönüşüm ve değişim sürecinde, hedef kitlede istendik yönde tutum oluşturmaya katkı sunabilmesi olarak yorumlanabilir.

Binbir Gece dizisinde ise; olay kurgusu iki aile üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu iki ailenin birbiriyle çok az örtüştüğü, temelde önemli farklılıkların olduğu görülmektedir.

Binbir Gece dizisinin olay örüntüsünün merkezinde olan Aksal ailesi; bireysel değerler, çocuğa maddi ve duygusal yatırım, bağımsızlık değerleri, çocuğun psikolojik değeri, düşük erkek çocuk tercihi sosyalleşme değerleridir. Nesiller arası / ailesel ve kişiler arası bağımsızlık, yüksek kadın statüsü, çekirdek aile, düşük doğurganlığa sahip aile yapısı da aile etkileşimini temsil etmektedir. Bu tip aile Kağıtçıbaşı'nın Z kalıbı olan ve temelinde bağımsızlık bulunan aile modeline işaret etmektedir (BBKy) (Kağıtçıbaşı 1991:104-107).

Evliyaoğlu ailesi ise, Binbir Gece dizisinde ikinci önemli aile olarak yer almaktadır. Bu ailenin en belirgin özelliği ise, x ya da y kalıbındaki aileyi doğrudan temsil etmiyor olmasıdır. Bu ailenin en belirgin özelliği, melez değerlere sahip ve x ve y ailesinin karması bir tip olarak kaynak konumunda bulunmasıdır.

Dizilerin kurgusal ve örgüsel farklılıkları dışında, aile yapılarındaki farklılıklar da üç ayrı aile yapısının kaynak konumunda olmasına neden olmaktadır. Bu da; farklı kaynaklar tarafından kodlanan farklı çağrışımlara yol açan mesajlara rastlama olasılığını arttırmaktadır

### 3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE SINIRLILIKLAR

Bu çalışmanın örneklemini için, Prime time'da 2008 Şubat-Mayıs aralığında, en çok izlenen ulusal kanal ve bu kanallarda izlenme oranı en yüksek olan iki yerli dizi seçilmiştir. Söz konusu diziler "Binbir Gece" ve "Yaprak Dökümü" dür.

Mart, Nisan ve Mayıs aylarında tüm kanallar arasında, Kanal D'nin tüm günde 19.50 oranında en yüksek izlenme oranına sahip olması nedeniyle de çalışma bu aylarla sınırlandırılmıştır (Medya Tava 2008). Mart, Nisan, Mayıs aylarında dörder haftalık bölüm ve Haziran ayında dizilerin sezon finalleri nedeniyle ikişer bölüm çalışma kapsamındadır. Dizilerin içinde yer alan maddi ve manevi kültür çağrışımı sosyal mesajlar niteliksel ve niceliksel olarak içerik analizi yöntemiyle incelenmişlerdir. Mesajlar ve kaynak arasındaki illiyet de çalışma kapsamındadır.

Sözel kodlamalar dışındaki bedensel ve imgeleler aracılığı ile yapılan sözsüz kodlamalar çalışma dışında tutulmuştur.

Örneklemini teşkil eden dizilerde sosyal mesaj çağrışımına yol açan sözlü mesajlar, maddi ve manevi kültür tanımından yola çıkılarak değerlendirilmiştir. Maddi kültür çağrışımı; insan etkileşiminin ve emeğinin fiziksel nesne ve yapılarıdır. Gözle görülebilen, dokunulabilen ve değiştirilebilen ürünleri maddi kültür olarak tanımlanmıştır. Yaşamsal gerçeklikler (vb), teknolojik araçlar, iletişim araçları ve ekonomi alt başlıkları altında değerlendirilmiştir.

Maddi kültür vurgulu çağrışımlarına neden olan mesajları örneklemek gerekirse;

Yaşamsal gerçeklik: Yaşama dair temel gerekler, eğitim, sağlık çağrışımına yol açan cümleler bu başlık altında değerlendirilmiştir. "Çocuğu psikoloğa götürmek gerekiyor" cümlesindeki yaşamsal gerçekliğe yapılan vurgu gibi.

Teknolojik araçlar: Yaşam içinde kullanılan teknolojik öğelere yönlendiren, eğiten bilgi çağrışımı cümleler bu başlık altında değerlendirilmiştir. "Bilgisayar kullanarak, daha kolay sonucu öğrenebilirsin" cümlesi gibi.

İletişim araçları: Çeşitli iletişim araçlarının daha etkin ve doğru kullanılmasına yönelik çağrışımlara neden olmak amacıyla kodlanan mesajlar bu başlık altında toplanmıştır. "Telefonda az konuşmak gerekli" cümlesi gibi.

Ekonomi: Maddi öğelere yönelik hedef kitlede bilişsel değişim oluşturma ya da yönlendirme amaçlı mesajlar bu başlık altında değerlendirilmiştir. "Ekonomi programlarını izleyerek, doğru yatırımı yapmak mümkün" cümlesi gibi.

Maddi olmayan kültür; dil sistemleri, sosyal organizasyonlar, yaşamsal etkinlikler, etkileşimi sağlayan ürünleri kapsamaktadır. Maddi olmayan kültür kavramı çalışma içinde manevi kültür olarak kullanılacaktır. Manevi kültür çağrışımları ise; inanç, dil, akrabalık, gelecek/görenek ve yaşamsal değerler alt başlıkları bağlamında değerlendirilmiştir.

Manevi kültür vurgulu mesaj çağrışımlarına örnekler ise;

**İnanç:** Yaşam içinde yer alan dine ve manevi öğelerin daha doğru algılanmasına yönelik tüm vurgular bu başlık altında değerlendirilmiştir. "Elinden geleni yap sonra Allaha havale et" cümlesi gibi.

**Dil:** Günlük hayat içinde kullanılan dilin daha etkin ve doğru bir biçimde yaşama geçirilmesine yönelik olan mesajlar bu başlık altındadır. "Yabancı kelimeler kullanmadan konuşmaları çok önemli" cümlesi gibi.

**Aile/akrabalık:** Aile bağları, akrabalık ilişkileri ile ilgili yön gösteren mesajlar bu başlık altındadır. "Aile böyle günlerde birbirine daha sıkı kenetlenmelidir" cümlesindeki vurgu gibi.

**Gelenek/görenek:** Geçmişten günümüze taşınan gelenek ve görenekler aracılığı ile kolektif bilincin gelişmesine katkı sunabilecek çağrışımda olan mesajlardır. "Büyüklerin yanında

böyle konuşulmayacağını söylemedim mi ben sana" cümlesi gibi.

**Değerler/normlar:** Toplumsal yapıda bütünleşmenin ve ortak dil düzeyinin gelişimine katkı sunacak deneyim ve davranışlara ait standartlaşmış düşünce ve kanaat çağrışımlı mesajlardır. "Hediyenin büyüğü, küçüğü olmaz" cümlesi gibi.

#### 4. BULGULAR VE YORUM

Örneklemi oluşturan Binbir Gece ve Yaprak Dökümü dizilerinin periodik olarak izlenen toplam 22 adet bölümde; 101 (n) adet maddi ve manevi kültür çağrışımlı sosyal mesaj tespit edilmiştir. Bu mesajların dizilere göre dağılımı ise şu şekilde gerçekleşmiştir. 72 adet sosyal mesaj Binbir Gece dizisinde ve 29 adet sosyal mesaj da Yaprak Dökümü dizisinde yer almıştır.

**Tablo 1.** Binbir Gece ve Yaprak Dökümü Dizilerindeki Sosyal Mesajların Karşılaştırılması

	BİNBİR GECE		YAPRAK DÖKÜMÜ		TOPLAM	
<b>MADDİ KÜLTÜR</b>	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Yaşamsal gerçeklik	37	51,39	8	27,59	45	44,55
Teknolojik araçlar	2	2,78	1	3,45	3	2,97
İletişim araçları	4	5,55	2	6,89	6	5,94
Ekonomi	7	9,72	2	6,89	9	8,91
<b>TOPLAM</b>	<b>50</b>	<b>69,44</b>	<b>13</b>	<b>44,82</b>	<b>63</b>	<b>62,37</b>
<b>MANEVİ KÜLTÜR</b>						
İnanç	1	1,39	1	3,45	2	1,98
Dil	1	1,39	-		1	0,99
Aile Akrabalık	4	5,55	6	20,69	10	9,91
Gelenek görenek	6	8,33	1	3,45	7	6,93
Değerler/normlar	10	13,9	8	27,59	18	17,82
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>30,56</b>	<b>16</b>	<b>55,18</b>	<b>38</b>	<b>37,63</b>
<b>GENEL TOPLAM</b>	<b>72</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Bu toplamlar maddi ve manevi kültüre vurgu yapan nitelikte sosyal mesajlar olup; detaylı olarak şu dağılımı içermektedirler;

Binbir Gece dizisine ait toplam 11 adet bölümde, 72 adet sosyal içerikli mesaj çağrışımı tespit edilmiştir. Maddi kültür çağrışımlı mesaj sayısı 50 (n) ve manevi kültür çağrışımlı mesaj sayısı 22 (n) olarak gerçekleşmiştir.

Maddi kültür çağrışımlı mesajların dağılımı ise tablo 1'de görüldüğü üzere; dizinin genel kurusunda temelde yer alan bağımsız (z kalıbı

aile) aile yapısına uygun olarak, gerçeklik çağrışımına yol açan mesajların oranı % 51.39 olarak gerçekleşmiştir. Bu mesajların genelde sağlık ve çevre ile ilgili konulara dair kodlanmış olması da, dizinin hedef kitlesine yönelik olarak farkındalığın yükseltilmesi amacıyla olduğunu söylemek olasıdır.

Teknolojinin nasıl daha yararlı kullanılabilmesine dair kodlanan mesajların oranı % 2.78, iletişim becerileri ve düzeylerine yönelik kodlanan mesajların oranı % 5.55, ekonomiye yönelik, yatırım vb. konularda kodlanan mesajla-

rın oranı ise % 9.72 olarak gerçekleşmiştir. Dizinin genel kurgusunun iş dünyasını da içine alan bir yapıda olduğu göz önünde bulundurulduğunda, içeriğe uygun kurgusal sosyal mesajların dizi aracılığı ile kitleye ulaştırıldığı sonucuna varılabilir.

Tablo 1’de görüldüğü üzere; Yaprak Dökümü dizisinde toplam 13 adet (n) maddi kültür vurgulu sosyal mesaj tespit edilmiştir. X kalıbındaki aile modeline bağlı olarak, gerçeklik vurgusuna yönelik mesaj çağrışımı bu dizide % 27.59 oranında gerçekleşmiştir. Teknoloji, % 3.45, iletişim % 6.89, ekonomi vurgulu mesajların oranı ise % 6.89 olarak kodlanmıştır. Bir çeşit geleceğe projeksiyon yapmak suretiyle, hedef kitleye yanlışın nerede olduğunu göstererek ders alınmasını sağlama amaçlı olarak gerçeklik vurgusuna neden olan mesajların oranının yüksek olmasının nedeni olarak açıklamak mümkündür.

Tablo 1’de manevi kültür çağrışımını mesajların Binbir Gece dizisindeki dağılımı da görülmektedir. Z aile kalıbının temel özelliğinin bağımsızlık olduğu düşünüldüğünde; inanç, dil, aile, akrabalık vb. unsurların oranlarının farklılıklarını yorumlamak gereği ortaya çıkmaktadır. İnanç, dil gibi unsurların oranlarının % 1.39 olarak en az düzeyde gerçekleşmiş olmasının yanında, modernleşme sürecindeki bir ülkenin modern, bağımsız aile yapısını temsil eden ailenin merkezde bulunmasına rağmen aile/akrabalık % 5.55, gelenek/görenek % 8.33, yaşamsal değerler % 13.9 oranında gerçekleşmiştir. Oransal olarak manevi kültür çağrışımındaki bu farklılık; dizinin toplumsal yapı ile ortak dil düzeyi oluşturması ve kaynağın hedef kitleye benzer değerlere sahip olduğunun hissettirilmesi, hedef kitleye aktarılması şeklinde yorumlanabilir. Bağımsız aileyi temsil etmekle beraber, Türk toplumunun gelenekselliğine vurgu yapan değerlere sahip çıkarak, bu aile yapısını da globalize etmektedir. Böylece kurgusal olarak yerleştirilen mesajlar hedef kitlede “imitatif” olmaktan daha “sahici” bir noktaya gelebilecektir. Böylece hedef kitlenin kaynak ile özdeşleşmesi daha olası hale gelecektir.

Tablo 1’de Yaprak Dökümü dizisine ait manevi kültür çağrışımını sosyal mesaj dağılımı yer almaktadır. Dizinin kurgusunun bağımlılık geliştiren aile kalıbına uygun bir biçimde oluşturulduğu düşünüldüğünde; dizinin bir kaynak olarak hedef kitle ile etkileşimi arttırabileceği ai-

le/akrabalık, yaşamsal değerlere vurgu yapan kurgusal mesajlar aracılığı ile kitleye ulaşmasının doğru bir sonuç olduğu düşünülebilir. Tabloya bakıldığında; aile akrabalık bağlarına vurgu yapan mesajların oranının % 20.69 ve yaşamsal değerlere vurgu yapan mesajların oranının % 27.59 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Ailenin yaşamsal değerleri kimi zaman yok sayması ya da aile bağlarının zayıflamasına dayalı olarak yaşadıkları olumsuzluklar nedeniyle; hedef kitleye mesaj vermek suretiyle doğru yolu işaret etmeleri önem kazanmaktadır. Yaprak Dökümü dizisinin temelinde yer alan ailenin X kalıbına uygun olarak karşılıklı bağımlılık modeli üzerinden kurgulanmış olaylar bütünü içinde yer aldığı düşünüldüğünde, manevi kültüre vurgu yapan mesajların daha fazla olmasının doğru olduğu görülmektedir..

Toplumsal yapı üzerinde etki sağlayarak, dönüşüm ve değişime aracılık edebileceği öngörülen ve diziler aracılığı ile topluma aktarılan bu tür sosyal mesajların kaynağı da, toplumda yeteri kadar etki yaratabilmesi noktasında önemlidir. Dolayısıyla, tabloda yer alan mesajların kimler tarafından kodlandığını açıklamakta da yarar bulunmaktadır.

Ailenin toplumsal dönüşüm ve değişim sürecinin önemli katalizörlerinden biri olduğu anımsandığında;

İki dizinin de farklı aile yapılarının temsilcisi olmaları, mesajların kaynak konumunda olan aile yapısına uygun olup olmamaları, hedef kitledeki etkinliğin artmasına ya da azalmasına etki edecektir.

Binbir Gece dizisinde sosyal mesaj çağrışımını maddi kültüre vurgu yapan mesajların en fazla Onur Aksal tarafından kodlandığı saptanmıştır. Onur Aksal’ın; çağdaş, kentli ve değişime açık kimliği ile bir baba modeli çizdiği düşünüldüğünde, çocukların eğitimi, gelişimi gibi mesajları kodlayarak hedef kitleye iletilmesinde yararlı bir süreç olduğu söylenebilir.

B.E ise; geleneksel aile ve ataerkil aile yapısını temsil eden bir baba, büyükbaba ve eş konumundadır. Kent yaşantısının değişim izlerini üzerinde gördüğümüz ve melez değerlere de sahip B.E tarafından maddi kültüre vurgu yapan mesajları kodlaması, toplumsal yapı içinde katı ve kuralcı insanlara yönelik değişimin ve ılımlı insan olmanın önemine dair, doğru bir kaynak olduğu sonucuna varılabilir.



Dizinin aslında geleneksel yapı dışında olan söylem ve kurgusuna bakıldığında; maddi kültür vurgulu mesajların dizinin çağdaş kadın temsilcisi Ş ve geleneksel yapının dışında değişime ayak uydurma çabasını açıkça gözlemlediğimiz N.E tarafından yeterli oranda kodlanmamış olması, örnekleme teşkil eden süreç için yetersizliğe vurgu yapmakta olduğunu belirtmekte yarar bulunmaktadır.

Manevi kültüre dair kodlanan mesajların kaynak dağılımına baktığımızda; N.E hanım ve B.E'nun geleneksel yapısının ön plana çıktığı görülmektedir. Maddi olmayan kültüre dair en fazla kaynak konumunda oldukları ancak bu mesajların genelde yaşamsal değerler/ normlara, aile akrabalık değerlerine yönelik olduğu görülmektedir. O.A'nın ise; özgürlükçü ve çağdaş kimliğinin dışında "erkek"bakışına ait dünyasını yansıtan bir yapıya sahip olması maddi olmayan kültüre yönelik mesajları kodlayan ikinci kaynak konumundadır. Ş. ise; hem özgürlükçü anlayışı hem de "kalıpları kırma çabası içinde kadın" yüzünün temsilcisi olarak konumlandırılmasından dolayı maddi olmayan kültüre dair yalnızca bir adet mesaja kaynak konumundadır.

Genel olarak değerlendirdiğimizde, Binbir Gece dizisinde yer alan sosyal mesaj çağrışımlarının hedef kitlede istedik yönde tutum oluşturma ve toplumsal dönüşüm ve değişime aracılık edebilecek mesajların hem kodlanması hem de kaynak seçimi itibariyle güvenilir ve daha inandırıcı bir tablo çizdiği söylenebilir. Bu aynı zamanda hedef kitlede dizinin imitatif olma duygusundan "gerçek" bir dünya algısına yönelmesine de katkı sunabilecektir. Böylece, hedef kitleye iletilen sosyal mesajların inandırıcılığı artacak, daha hızlı tutum değişikliğine yönelmesine de katkı sunacaktır.

Yaprak Dökümü dizisine bakıldığında ise, aile yapısını temsil eden karşılıklı bağımlılık kalıbına uygun olarak sosyal çağrışimli mesajları kodlayan kaynak dağılımı arasında belirgin bir korelasyon olduğudur. Maddi kültüre vurgu yapan mesajları en fazla kodlayan kaynak konumunda otoriter, ataerkil ve değişime çok yakın durmayan statükocu A.R Beyi görmekteyiz. Bu mesajların tümünün eğitime yönelik olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Diğer iki kaynak ise; akılcı yaklaşımların ve gerçek

dünyanın temsilcisi olarak konumlandırılan evin büyük kızı F'dir. F.'nin dizi içindeki öne çıkan en temel özelliği ise babası A.R Bey'in paradigmasını yansıtıyor olmasıdır. Maddi kültüre yönelik diğer kaynak ise, hayali bir dünya içinde yaşayan ve yanlışları yüzünden başı derde giren Ş.'dir. Yaşanılardan ders alınması adına ve hatanın önlenmesine dair yol gösterici bir biçimde kodladığı mesajlar hedef kitlede etki yaratacak niteliktedir (her şeyin para olmadığı ya da kumarın kötülüğüne dair yaptığı vurgular gibi).

Bu arada evin annesinin hiçbir maddi kültür vurgusu olan mesajı kodlamaması da ailenin geleneksel ve ataerkil yapısına dair önemli bir gösterge olarak düşünülmektedir.

Manevi kültüre dair kodlanan mesaj dağılımlarında ise; A.R bey ilk sırada yer almaktadır. Karşılıklı bağımlılık aile modeli içinde, nesiller arası karşılıklı bağımlılık, yetkeci çocuk yetiştirme gibi bir yapı içinde olan aile yapısının ön plana çıktığını da belirtmek gerekmektedir. A.R Bey'in; çocuk yetiştirme, aile bağları gibi unsurlara vurgu yapan mesajlarının sıklığı da bu öngörüye destekler niteliktedir (aile birbirine kenetlenmeli, kendi içimizde sorunu çözmeliyiz ya da el alem ne der gibi).

En sık kullanılan ikinci kaynak konumunda olan ise FR'dir. Etik değerleri yüksek olmayan, ancak çocukluğundan gelen travmaları yine bir aile yapısı içinde çözebileceğine inanmaya başlayan FR'nin; benzer duyguları ve tutumları besleyen hedef kitle için "doğru yolu sonunda bulan" bir kaynak olarak konumlandırılması önemlidir. Hedef kitleye ders alan kaynak tarafından kodlanan mesajlar aracılığı ile "yanlış yapabilirsiniz ama önemli olan doğruyu görmektir" mesajını verme amacı taşımaktadır.

Evin annesi olan H. hanım ise, maddi olmayan kültüre vurgu yapan mesajların kaynağı konumunda bir kez yer alarak, evdeki baskıcı ve erkek hegemonyasına dayalı yapı ön plana çıkarılmaktadır.

## SONUÇ

Örneklemlerden birini oluşturan Binbir Gece dizisinde maddi kültür çağrışimli kurgusal mesaja Tablo 1'de görüldüğü üzere daha yüksek oranda rastlanmıştır. Bu bulgu, dizinin temsil

ettiği aile kalıbının genel özellikleri nedeniyle, gerçeklik duygusu aracılığı ile hedef kitlede tutum değişikliği yaratma amacının öncelikli olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Yaprak Dökümü dizisinin çıkış noktası ise; x kalıbına uygun aile modelidir. Dolayısıyla bu yapıya uygun mesajları, örnekleme teşkil eden Binbir Gece Dizisine oranla daha fazla manevi kültüre vurgu yapan kurgusal mesajlar ile de pekiştirmektedir.

Dizilerin kaynak olma özellikleri de göz önünde bulundurulduğunda; hedef kitleye kendi paradigmaları dahilinde mesaj kodlamaları hedef kitlede istendik yönde tutum oluşturma sürecine daha hızlı bir ivme kazandırabileceği sonucuna varmak mümkündür. İnanırcılığı arttıracak gibi, gerçeklik duygusunu da kazandırarak ekme kuramının öngörüsünü destekleyerek, toplumsal yapıda maddi ve manevi kültür açısından gelişimin ve değişimin sağlanması da olası hale gelebilir.

Bu iki dizinin analizine yönelik elde edilen önemli birinci veri; her iki dizinin de kaynak olarak temsil ettikleri aile kalıbına uygun olarak kodladıkları kurgusal mesajlardır. İkinci veri ise; dizilerden biri aracılığı ile toplumda gerçeklik duygusu yaratılmaya çalışılırken diğer dizi aracılığı ile toplumsal değerlere yönelik farkındalık yaratılmasına yönelik kodlanan mesajlardır. Böylece modernleşme sürecindeki Türk toplumunda ve toplumu oluşturan bireylerde sinerjinin yaratılması mümkün olabilir. Tutum değişikliğini kısa sürede yaratmaları mümkün olmasa bile, konunun gündeme taşınmasına aracılık etmek suretiyle; toplumda farkındalığın sağlanması olasıdır.

Sonuç olarak; doğru seçilen kaynağa uygun ve genelde ön tutumları besleyecek nitelikteki kurgusal mesajların toplumsal etkileşime ivme kazandırabileceğini ve popüleritesi yüksek bu tür kültürel ürünlerin, toplumda farkındalık yaratmaya yönelik araçlar haline dönüştürülmesinin yararlı olacağını söylemek mümkündür. Her koşul altında, geniş bir kitleye ulaşma ve olumlanabilme özelliği taşıdığı düşünülen bu ürünlerin daha yararlı hale dönüştürülmeleri sıfır noktasında bulunmaktan daha anlamlı olabilir.

Bu araştırmanın kapsamında olmadığı halde; dizilerde kurgusal olarak kodlanan sosyal me-

sajların hedef kitlede ne oranda tutum ya da düşünce değişimi gerçekleştirdiğini öğrenmek amacıyla yapılacak alan araştırması da, sonuçla ilgili daha kesin yargılara ulaşmak için önemlidir.

#### KAYNAKLAR

Adıgüzel Y (2001) Kültür Endüstrisi Kitle Kültürünün Açmazları, Şehir Yayınevi, İstanbul.

Bright A D (2000) The Role of Social Marketing in Leisure and Recreation Management, Journal of Leisure Research,32 (1), 12-17.

Erdoğan İ ve Alemdar K (2005), Popüler Kültür ve İletişim, Erk Yayınları, Ankara.

Gürel E ve Alem J (2005) Kurgusal Ürün Yerleştirme, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İletişim, S.20, 133-155.

<http://www.socialmarketing.co.nz.17.08.2008.1.0.50pm>

Kağıtçıbaşı Ç (1991) İnsan Aile, Kültür, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Kağıtçıbaşı Ç (2008) İnsan ve İnsanlar, Evrim Yayınevi, İstanbul.

Kongar E (2004) Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Kotler P (1974) Marketing for Nonprofit Organizations, Englewood Cliffs.Prentice Hall, N.J.

Oskay Ü (2005) Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, Der yayınları, İstanbul.

RTÜK 2008 Televizyon İzleme Araştırması, İstanbul

Severin W ve Tankard J W (1994) İletişim Kuramları, Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları, Ali Atıf Bir ve Serdar Sever (çev), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Şerif M ve Şerif C (1996) Sosyal Psikolojiye Giriş, Sosyal Yayınları İstanbul.

Şimşek S (2006) Reklam ve Geleneksel İmgeler, NKM Yayınları, İstanbul.

Uysal B (1998) Siyaset Yönetim ve Halkla İlişkiler, TODAİE Yayınları, Ankara.

[www.medyatava.com](http://www.medyatava.com).

**EK: Dizilere Ait Kısaltmalara Dair Bilgiler**

**Binbir Gece Dizisine Ait Kısaltma Tablosu**

Dizideki Karakterin İsmi	Tanımlanan Aile Kalıbı	Cinsiyeti	Kullanılan Kısaltma	Dizi
Onur Aksal	Kz	Erkek	O.A	BB
Burhan Evliyaoğlu	Kx	Erkek	B.E	BB
Şehrazat Evliyaoğlu/Aksal	Kz	Kadın	Ş.E	BB
Nadide	Kx	Kadın	N	BB

**Yaprak Dökümü Dizisine Ait Kısaltma Tablosu**

Dizideki Karakterin İsmi	Tanımlanan Aile Kalıbı	Cinsiyeti	Kullanılan Kısaltma	Dizi
AliRıza Bey	Kx	Erkek	AR	YD
Fikret	Kx	Kadın	F	YD
Şevket	Kx	Erkek	Ş	YD
Ferhunde	Kx	Kadın	FR	YD
Hayriye	Kx	Kadın	H	YD

Yaprak Dökümü ve Binbir Gece dizilerinde kullanılan karakterlere yönelik kısaltma tablosu.

Yukarıda belirtilen tabloda, incelenen “Yaprak Dökümü” ve “Binbir Gece” karakterlerinin analizinde kullanılacak kısaltmalar tanımlanmıştır. Çalışma içerisinde, karakterler ve ait oldukları aile kalıpları, dizinin kısaltması + tanımlanan aile kalıbı olarak verilecektir (BBKz veya YDKx gibi). Tabloda kısaltılması

verilmiş aile kalıplarının açıklaması aşağıda belirtilmiştir.

Kx: Karşılıklı bağımlılık modeli

Kz: Karşılıklı bağımsızlık modeli

“K” harfi “aile kalıbını” temsil ederken “x” ve “z” harfleri aile kalıbının ait olduğu modeli temsil etmektedir.