

DİLSEL KOD VE GÖSTERGE ARAYÜZÜNDE 'ZENGİN' VE 'FAKİR' İNŞASI: BİR YERLİ TELEVİZYON DİZİSİNİN ELEŞTİREL SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİ

Emel KÖKPİNAR KAYA*

Öz

Bu çalışma temel olarak bir yerli televizyon dizisi olan Adını Feriha Koydum üzerine eleştirel bir söylem çözümlemesi getirerek dizinin bünyesinde barındırdığı 'zengin' ve 'fakir' göstergelerine odaklanır. Buna ek olarak çalışma, dizi aracılığıyla toplumun ve bireylerin alımlamasına açılan toplumsal sınıf inşasını, medya pratikleri, söylem ve toplumsal biliş üzerinden açıklamayı amaçlar. Ayrıca 'zengin' ve 'fakir' kavramlarının göstergeler ve bu göstergeleri var eden dilsel kodlar ile nasıl yapılandırıldıklarını incelemeyi ve bunlar yoluyla ortaya çıkan ve sınıf ayrımını oluşturan söylemlerin zihinsel modelleri nasıl kurguladığı üzerine bir değerlendirme getirmeyi hedefler. Bu çerçevede çalışma, Eleştirel Söylem Çözümlemesi ilke ve yaklaşımlarına ve Baudrillard tarafından ortaya konulan 'taklitçeler' kavramlarına dayanır. Çalışma, dizideki 'zengin' ve 'fakir' zihinsel modellerinin araba, cep telefonu, ev eşyaları ve giyim öğeleri gibi kimi göstergeler ile yapılandırıldığını göstermektedir. Ayrıca televizyon ekranlarının, ortaya çıkardıkları taklitçeler evrenleri ile günlük hayatı içine çektiğini ve dizilerdeki kurgusalılığı ve oyuncular üzerinden gösterilen kurgusal zihinsel modelleri gerçekleştirerek izleyicilerin zihinlerini yapılandırıldığını eleştirel bir bakış açısı ile tartışmaktadır. Sonuçta, Adını Feriha Koydum dizisi ile 'zengin' ve 'fakir' ayrımı üzerinden bir sınıf ve eşitsizlik söylemi inşa edildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Eleştirel söylem çözümlemesi, taklitçeler evreni, zihinsel modeller, gösterge, dilsel kod*

*Dr., Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, İngiliz Dilbilimi Bölümü.

Sorumlu yazar/Corresponding author: Emel KÖKPİNAR KAYA,
Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, İngiliz Dilbilimi Bölümü, Beytepe, Çankaya/Ankara-Türkiye
Telefon/Phone: +90-312-297-8525 **E-posta/E-mail:** emelkocpinar@hacettepe.edu.tr

Geliş tarihi/Date of receipt: 25.05.2017 • **Kabul tarihi/Date of acceptance:** 13.06.2017

Atf/Citation: Kökpinar-Kaya, E. (2017). Dilsel kod ve gösterge arayüzünde 'zengin' ve 'fakir' inşası: bir yerli televizyon dizisinin eleştirel söylem çözümlemesi. *Sosyoloji Konferansları - Istanbul Journal of Sociological Studies*, 56, 43-66. <https://doi.org/10.18368/iusoskon.328521>

THE CONSTRUCTION OF ‘RICH’ AND ‘POOR’ IN THE INTERFACE OF LINGUISTIC CODES AND SIGNS: A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF A TURKISH TELEVISION SERIES

Abstract

Through critical discourse analysis of the Turkish television program *Adım Feriha Koydum*, this study focuses fundamentally on signs of “rich” and “poor” in the series. In addition, with the help of media practices, discourse, and social cognition, the study explains construction of social class opening to society and individuals. Besides that, the research examines how signs, and linguistic codes that constitute these signs, construct the concepts of “rich” and “poor,” and it evaluates how discourses existing through these signs and constructed discourses of class discrimination create mental models. Within this framework, the research depends on Critical Discourse Analysis principles and approaches along with simulations proposed by Baudrillard. The study demonstrates that “rich” and “poor” mental models are constructed through signs like car, mobile phone, household goods, and clothing. From a critical viewpoint, the study further discusses how television screens absorb daily lives through their created simulations and how they shape viewers’ minds by *realizing* fiction and fictional mental models enacted by series characters. In sum, the study proposes that the television series constructs a discourse of class and inequality by distinguishing between “rich” and “poor.”

Keywords: *Critical discourse analysis, simulations, mental models, sign, linguistic code*

EXTENDED ABSTRACT

Through critical discourse analysis of the Turkish television program *Adını Feriha Koydum*, this study focuses fundamentally on signs of “rich” and “poor” in the series. In addition, with the help of media practices, discourse, and social cognition, the study explains construction of social class opening to society and individuals. Besides that, the research examines how signs, and linguistic codes that constitute these signs, construct the concepts of “rich” and “poor,” and it evaluates how discourses existing through these signs and constructed discourses of class discrimination create mental models. Within this framework, the research depends on Critical Discourse Analysis principles and approaches along with simulations proposed by Baudrillard. The study demonstrates that “rich” and “poor” mental models are constructed through signs like car, mobile phone, household goods, and clothing. From a critical viewpoint, the study further discusses how television screens absorb daily lives through their created simulations and how they shape viewers’ minds by realizing fiction and fictional mental models enacted by series characters. In sum, the study proposes that the television series constructs a discourse of class and inequality by distinguishing between “rich” and “poor.”

Nowadays it is possible to encounter with television series which are about romantic relationship between rich girl and poor boy or rich boy and poor girl. In these series, the signs of rich and poor lead to class discrimination and create social identities which are constructed through these signs. Besides, the signs representing rich and poor can apparently be seen in juxtaposition. At this context, media practices have a great part in the construction of the discourses which make class discrimination up.

In the postmodern era we live in, media practices formulate our perceptions of realities. That is, media is not just a mirror of the ‘real’ world. It becomes to construct and reconstruct what the ‘real’ is (Van Leeuwen, 1996, 2009; Wodak, 1999, 2009; Ensink, 2006; Cotter, 2001; Wodak & Meyer, 2001; Chouliaraki, 2000; Thornborrow, 1999; Fairclough, 1995a, 1995b; Bell, 1991; Fowler, 1981, 1991). According to Baudrillard (1985), the ‘real’ is not that we directly contact in. What we know as ‘real’ is the reality constructed by the media. Therefore, the ‘real’ becomes as a fiction; media makes fiction real, in other words, it reflects the fiction as real. This concludes in the emergence of simulations (Baudrillard, 1998, p. 235-236). Media practices

construct realities with the help of signs and also construct discourses which create mental models moulding the social cognition of a community. This fictional universe replaces the 'real' in minds with fiction and in a broader sense, it changes the perception of reality. This ends with the mind control of audience via mental models.

In this context, this study focuses on the Turkish television series *Adını Feriha Koydum*. Within a critical perspective, the study analyses the signs which ensure audience's reception of rich as rich and poor as poor and underpin audience's positioning themselves and others in one or opposing side. To reach this end, the study highlights the signs of commodities which determine the senses of rich and poor via linguistic codes of 'possessing specific symbolic values' and 'lacking these symbolic values'. In other words, this study discusses the linguistic codes which determine the sense of 'rich' and 'poor', the commodities which comprise the linguistic codes and how 'rich' and 'poor' signs are constructed through these commodities and codes. In addition, the study aims to highlight the influence of television series on audience's mental models which are shaped by the dominant discourses created by the television series. In sum, the study analyses the mental models which are created by the signs of 'rich' and 'poor' through linguistic codes and it brings a critical discussion to the discursive structures of class discrimination in television series.

Adını Feriha Koydum is a Turkish television series which is broadcasted in 67 episodes between the dates of January 14, 2011 and June 29, 2012. Its theme is about the romantic relationship between a 'poor' girl and a 'rich' boy. In the series, the love affair between Feriha who is the daughter of a poor doorman working in a rich neighbourhood of Istanbul and Emir who is a rich playboy of the night life of Istanbul is shown. Feriha who is in fact poor wins a scholarship from the private universities of Istanbul and steps into the rich world which she knows from the apartment life. She conceals her own identity and behaves as if she was 'rich'. However, she continuously faces her poverty. Here, it can be claimed that according to Feriha, being 'rich' means having some specific commodities which codify the sense of richness and construe the mental model of 'rich'.

One of the specific commodities which codify the sense of richness is the sign of car. The sign of car comes together with the other signs, makes a

system up and therefore, takes part in the construction of the mental models of 'rich' and 'poor'. The linguistic codes which fulfil 'rich' through the sign of car can be shown as + luxurious, + new, + expensive, + high branded. The linguistic codes of 'poor' are just the opposites of the 'rich' ones. They are - luxurious, - new, - expensive, - high branded.

Another commodity sign which construes the sense of richness is the sign of mobile phone. As it is the case in the sign of car, mobile phones play together with other signs in the sign system of the series and take part in the construction of mental models of 'rich' and 'poor'. The linguistic codes of mobile phones for 'rich' are + new, + expensive, + having camera, + smart, for 'poor' they are - new, - expensive, - having camera, - smart.

The sign of house is another commodity sign which differs 'rich' from 'poor'. The houses shown in television series are elements of the universe of simulations which formulate mental models of 'rich' and 'poor'. In Adını Feriha Koydum, the houses are either the flats in rich neighbourhoods and villas in rich housing estates or poor doorman lodgements. The flats and villas are shown to have similar codes; however, the poor houses are codified as lacking them. Rich houses have the codes of + luxurious, + expensive, + large, + well-kept in common. The flats have an exclusive code of + upwards and villas have the code of + having swimming pool. In this context, poor houses are shown to lack these codes. Therefore, they have the codes of - luxurious, - expensive, - large, - well-kept. As it is the case for the sign of house, the sign of furniture is also the sign of 'rich' and 'poor'. The linguistic codes of the sign of furniture are common with the codes of the sign of house. They are + luxurious, + expensive and + new.

Another group of commodities which put forward the mental models of 'rich' and 'poor' is clothes. There is a great gap between their value of use and their symbolic values. If a piece of clothes has a brand and specific design features of that brand, they become as the representatives of the mental models of 'rich'. The linguistic codes which lead to this representativeness are + luxurious, + new, + expensive, + high branded.

In Adını Feriha Koydum, the main character Feriha is aware of her poverty. She does not have an expensive car, a smart phone, a large and luxurious house and luxurious furniture in her home. Therefore, Feriha is not rich.

However, the only person who becomes aware of the poverty is not Feriha. The audience who receive the signs of 'rich' and 'poor' mental models reconstruct their mental models for richness and poverty. As it is proposed by Baudrillard, Feriha construes a reality for herself through the simulations leading by the signs of commodities on television screens. By doing this, Feriha provides the audience with simulations of reality and the fiction becomes to settle in the minds of the people. As a result, the mental models of the audience are moulded by the simulations and the audience position themselves and others as rich and poor according to these mental models.

Here, the study claims that television series create inequality and class discrimination discourse which emerges on the difference between 'rich' and 'poor'. The discrimination on television screens flows into the daily lives of audience and this leads to class discrimination in social life. It is also possible to claim that this discrimination which roots into the social cognition of audience is a result of the capitalist system which pushes people to consume more. That is, the rich endeavour to exhibit their richness through the consumption of specific commodities and the poor try to become rich through their consumption. Therefore, the capitalist system keeps its existence through the inequalities and discriminations which are created by the signs. To sum up, television series are in the locus of the class discrimination and consumption discourses and they shape society through simulations

Giriş

Günümüzde televizyon ekranlarında zengin kız ve fakir oğlan ya da fakir kız ve zengin oğlan ilişkisini ve yaşanan sınıf farkını konu alan birçok dizi ile karşılaşılmaktadır. Bu dizilerde toplumsal sınıf ayrımının altında yatan zengin - fakir göstergelerinin ve bu göstergelerin inşa ettikleri kimliklerin çok belirgin bir şekilde birbirinden ayrıldığı görülebilmektedir. Bu bağlamda medya pratiklerinin sınıf ayrımı oluşturan söylemlerin inşasında yeri olduğu söylenebilir. Şöyle ki, içinde yaşadığımız modernlik sonrası düzen, kendisinin temel unsurlarından biri olan kitle iletişiminin doğasını yeniden kurgulayarak eski üretim ve tüketim biçimlerinin egemen olduğu medya pratiklerinin yapısında ve etkilerinde çarpıcı değişikliklere sebep olmuştur. Ortaya çıkan yeni medya pratikleri gerçeklik algılarımızı yeni baştan düzenlemektedir. Öyle ki, medya artık ‘gerçek’ dünyanın yansımalarını gösteren bir araç olmaktan çıkmış, *gerçekliği kurgulayan ve sürekli olarak yeniden inşa eden bir unsur haline gelmiştir. Bu yeni düzenin yeni bir çağın simgesi olduğunu ileri süren ve bu yeni kitle iletişimi evreninin doğasını ve yarattığı etkileri anlamaya çalışan Baudrillard’a göre, gerçek denilen şey dünya ile doğrudan doğruya bir bağlantı içinde olduğumuz değil, aslında televizyon ekranlarından bize verilendir* (Baudrillard, 1985). Gerçek kurgusaldir; kurgu ‘gerçekleştirilir’, gerçekmiş gibi gösterilir. Böylelikle ‘gerçek’ diye bilinenler kurgusal bir özellik taşımaya başlar. Bu doğrultuda, televizyon ekranları içinde yaşadığımız dünyanın yerini alırken, taklit olan da gerçeğin yerini alır (Sarup, 2010, s. 230). Bu kurgusalılık, insanların gerçekliği medyanın sunduğu şekilde alımladıkları düşüncesiyle açıklanabildiği gibi, Baudrillard’ın ileri sürdüğü çerçevede ‘taklitçeler evreni’ ile de açıklanabilir.

Baudrillard kitle iletişim araçlarının ‘taklitçeler’ (simulation) oluşturarak gerçek dünyanın yerine bir kültürel gerçeklik kurguladıklarını savunur (Baudrillard, 1998, s. 235-236). Hatta daha ileri giderek Körfez Savaşı’nın gerçekten yaşanmadığını iddia etmiştir. Baudrillard’a göre, Batı Dünyası savaşın gerçek boyutlarını değil, medyanın gösterdiği boyutunu izlemiştir (Baudrillard, 1995). Körfez Savaşı sırasında ekranlardan füze bombardımanları değil, istenmeyen bir liderin kötülüklerine bir son verilmesini ve mazlum halkın bir diktatörden kurtarılmasını simgeleyen gösterge bombardımanları izlenmiştir (Baudrillard, 1995). Bu esnada izleyiciler gerçek savaş ile kurgusal savaşın arasındaki ayrımın farkına varamamışlar, medya pratikleri tarafından kendilerine sunulanı ‘gerçek’ kabul etmişlerdir. Özetlemek gerekirse, medya

pratikleri gerçekliği göstergeler aracılığıyla kurgulayarak ve durmaksızın yeniden kurgulayarak söylemler inşa etmekte, bu yolla da toplumun bilişini biçimlendiren zihinsel modeller yaratmaktadır. Hatta herhangi bir olay ya da görüngünün doğrudan deneyimine veya göndergesine ait bilgiyi geri plana atarak ve yerine aynı olay ya da görüngünün temsilî bir göstergesini koyarak bir taklitçeler evreni yaratmaktadır. İşte bu kurgusal evren insanların zihinlerinde gerçek olanın yerini alarak, geniş anlamda bakıldığında gerçeklik algısını değiştirmektedir. Gerçek, göstergeler vasıtasıyla yok edilmekte, göndergesi olmayan eksiksiz kopyalar gerçek sanılmaya başlanmaktadır. Böylelikle, zihinler ve algılar kontrol edilmektedir.

Bu bağlamda çalışmada, Adını Feriha Koydum dizisi üzerinden, bireylerin *zengini* 'zengin' ve *fakiri* 'fakir' alımlamalarını sağlayan ve kendilerini ve diğerlerini televizyon ekranında gördükleri kapsamda belli bir tarafta sınıflandırmalarına dayanak oluşturan göstergeler eleştirel bir bakış açısıyla incelenmektedir. Bu kapsamda, zengin ve fakir göstergelerinin anlamını belirleyen 'belli sembolik değerlere sahip olmak' ve 'bunlardan yoksun olmak' ile örtüşen dilsel kodların içini dolduran meta göstergelerinin altı çizilmektedir. Bir başka deyişle, bu incelemede 'zengini' ve 'fakiri' belirleyen kodların hangi metaları kapsadığı ve bu metalar üzerinden 'zengin' ve 'fakir' kavramlarının nasıl inşa edildiği tartışılmaktadır. Ayrıca çalışmada, kitle iletişiminin bir türü olan televizyon dizilerinin, egemen bir söylem kurgulayarak bireylerin zihinsel modellerini ne yönde biçimlendirdiklerine ve böylece toplumun zihinsel yapıları ve ortak bilinci üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduklarına dikkat çekilmesi hedeflenmektedir.

Bu amaçlar doğrultusunda çalışmada, eleştirel söylem çözümlemesi alanının bakış açısı ve yaklaşımları benimsenmiştir. Eleştirel söylem çözümlemesi en basit tanımla güç ve söylem kavramları arasındaki ilişkiyi inceler (Fairclough, 1995a, 1995b, 1995c, 1998; Wodak, 1999, 2009; Van Dijk, 1993, 1998, 2001). Şu durumda eleştirel söylem çözümlemesi toplumsal sorunlara işaret etmekte (Fairclough ve Wodak, 1997, s. 271-280; Van Dijk, 2001, s. 353) ve egemen güçler tarafından oluşturulan söylemlere ve söylem tarafından yapılandırılan toplumsal gerçekliğe ve toplumsal pratiklere odaklanmaktadır (De Cillia, Reisigl ve Wodak, 1999, s. 157). Ancak, eleştirel söylem çözümlemesi sadece söylem yapılarını betimlemeyi amaçlamaz, aynı zamanda söylem yapılarının toplumsal etkileşim ve özellikle toplumsal yapı ile bağlantısını açıklamaya çalışır (Van Dijk, 2001, s. 353). Bu açıdan bakıldığında, eleştirel

söylem çözümlemesi dilbilimsel çalışmalar ile toplumbilim yaklaşımlarını kesiştiren çok-disiplinli ve eleştiri temelli bir çalışma alanıdır (Van Dijk, 1993). Bu temel prensipleri göz önünde bulundurarak bu çalışma, Van Dijk (1993, 1998) tarafından ortaya konulan toplum-bilişsel yaklaşımı temel almaktadır. Bu yaklaşım toplumsal sistemler ve toplumsal biliş arasındaki ilişkiyi söylem yapıları, zihinsel gösterimler ve zihinsel modeller üzerinden açıklar (Van Dijk, 2001, s. 358).

Bireyler birlikte yaşadıkları diğer bireyler ile ortak bir toplumsal yapının, toplumsal gerçekliğin ve bilgi, inanç ve düşünce sistemlerinin parçalarıdır. Bu noktada, bireylerin ortak zihinsel öğelere sahip oldukları düşünülebilir. ‘Toplumsal biliş’ olarak adlandırabileceğimiz bu oluşum ‘toplumsal bellek’ olarak da işaretlenmektedir (Van Dijk, 2000, s. 13). Toplumsal biliş, bireylerin kendi dilleri aracılığıyla diğer bireyler, gruplar, çevrelerinde bulunan nesnelere, içinde yaşadıkları toplum, bu topluma ait kurumlar ve kitle iletişim araçları ile girdikleri her türlü etkileşimin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Böylece, sosyo-kültürel bilgilere ait zihinsel temsillere bir temel oluşturur ve zihinsel modellerin ortaya çıkmasına olanak sağlar (Van Dijk, 2000, s. 21). Bu zihinsel modeller, bireyin öznel duruşu ile birebir bağlantılıdır ve gerçekliği algılama, anlamlandırma ve yorumlama süreçlerinin en temel unsurudur. Ayrıca, bireyler bu zihinsel modeller sayesinde gerçekliğin deneyimlenmesi sürecinde gerçekliğin kendi algıladıkları ve anlamlandırdıkları şekilde bir simülasyonunu yaparlar ve her yeni deneyimde bu var olan simülasyonlara başvururlar. Bu da şu demektir: Zihinsel modeller yeni düşünce kalıplarının ve inanç biçimlerinin üretilmesinde son derece etkin bir rol üstlenmektedir.

Yeni düşünce ve inanç sistemlerinin üretilmesinde etkili olan bu zihinsel modellerin inşa edildiği alanlardan biri de kitle iletişimidir. Medya pratiklerinin sadece dünyayı yansıtmakla kalmadığı ve hatta onu sürekli olarak yeniden inşa ettiği iddia edilebilir (Bell, 1991; Chouliaraki, 2000; Cotter, 2001; Ensink, 2006; Fairclough, 1995a, 1995b; Fowler, 1981, 1991; Thornborrow, 1999; Van Leeuwen, 1996, 2009; Wodak, 1999, 2009; Wodak & Meyer, 2001). Şu durumda, medyanın bireylerin gerçeklik algıları ve toplumsal bilişleri üzerindeki yapılandırıcı etkisinden söz etmek mümkündür. Bu bağlamda Baudrillard’ın da (1998, s. 235-236) öne sürdüğü gibi, medya gerçek olmayan ancak ‘gerçek’ olarak algılanan bir toplumsal/kültürel gerçeklik inşa eder.

Gerek Van Dijk tarafından öne sürülen zihinsel modellerin ve söylem yapılarının inşasında, gerek ise Baudrillard'ın taklitçiler evreninin kurgulanmasında rol alan temel öğelerden biri de 'gösterge' kavramıdır. Bu çerçevede sonraki bölümlerde göstergenin ve göstergeyi gösterge yapan 'kod' kavramının üzerinde durulacaktır.

Dilsel Kod ve Gösterge

Gösterge, en temel tanımıyla, kendi dışında başka bir şeyi temsil eden her türlü nesne, varlık ya da olgu olarak kabul görür (Vardar, 2002, s. 106). Gösterge dediğimiz şey, kendi öz değeri arka plana atılmış, yepyeni bir anlam ile bütünleşmiş bir oluşumdur. İşte bu durumda göstergenin sembolik bir davranış sergilediğinden söz etmek pek tabii ki mümkündür. Sembolik değerın ortaya çıkmasına olanak sağlayan bu sembolik davranış sadece göstergenin üretilmesi için kullanılan bir araç değil, aynı zamanda göstergenin yeniden kurgulanmasını sağlayan yadsınamaz bir parçasıdır. Örnekleme gerekirse, sadece bir kâğıt parçasından ibaret olan para, aynı zamanda belirli bir satın alma gücünü temsil etmektedir. Şu durumda, öz kullanım değeri bir kâğıt parçasına eşit olan bu simgesel oluşum, kâğıt parçası olması dışındaki sembolik bir değere de sahiptir. Hatta sahip olunan bu değer, daha birçok sembolik temsillere de açıktır: Paranın gücün göstergesi olabilmesi gibi.

Gösterge, modern zamanlara ve sosyal bilimlere Modern Dilbilim'in de kurucusu olan ve ayrıca 'Yapısalcılık' akımının öncülü olarak kabul gören İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure (1857-1913) tarafından kazandırılmıştır. Kökleri antik Yunan'a kadar uzanan gösterge, Saussure tarafından dil olgusunu tanımlamak için ele alınmış ve bir gösteren (signifier) ile bir gösterilenden (signified) oluşan zihinsel bir bütün olarak tanımlanmıştır (Saussure, 1998, s. 111). Elbette ki Saussure göstergeyi açıklarken dilsel göstergeleri temel almıştır. Dilsel göstergeler düşünüldüğünde, gösterilen bir kavram (concept) ve gösteren bir işitim imgesidir (sound-image); soyut düşün birimcikleri olan kavramlar ile fiziksel nitelikli konuşma seslerinin zihinsel gösterimleri olan işitim-imgeleri bir araya gelerek göstergeyi oluştururlar (Saussure, 1998, s. 111). Bu dilsel sembolleşme süreci sırasında her gösterge içinde bulunduğu dilsel yapının barındırdığı diğer göstergelere göre değer kazanır (Saussure, 1998, s. 171). Bir başka deyişle, göstergenin değeri ait olduğu dizgeye bağlıdır. Saussure'e göre

her gösterge bir farklılaşma sürecinden geçmektedir. Şöyle ki, her gösterge kendisine benzeyen ve kendinden farklılaşan göstergeler ile dizge içindeki değerine kavuşur (Saussure, 1998, s. 172). İşte Saussure'ün bu görüşü, Yapısalcılığın ortaya atılmasına dayanak oluşturan dizge/yapı ve karşıtlık kavramlarının altını çizer ve bir anlamda Post-yapısalcılığın da ortaya çıkmasına imkân sağlar.

Saussure'ün görüşlerini benimseyen ve Dilbilim dışında farklı alanlar içinde yorumlayan Claude Levi-Strauss, Roland Barthes ve Jean Baudrillard gibi isimler, göstergenin yukarıda belirtilen özelliklerinin açıklanmasına katkı sağlarlar. Fransız antropolog Levi-Strauss'a göre göstergeler, bir dizge içinde birbirleriyle bağlantılı olarak kurgulanırlar ve gösterge değerlerini bir diğeri üzerinden karşıtlık ilişkisi ile kazanırlar (Fiske, 1996, s. 153). Fiske'e göre "ikili karşıtlık en saf biçimiyle evreni oluşturan birbiriyle ilişkili iki kategori sistemidir. Mükemmel bir ikili karşıtlıkta her şey ya A kategorisinde ya da B kategorisindedir ve dünyada bu tür kategorileri uygulayarak onu anlamlandırmaya başlarız" (Fiske, 1996, s. 153).

Post-yapısalcılık denilince akla gelen isimlerin başında sayılabilen Fransız düşünür Barthes'a göre ise gösterge, düz-anlamı (denotation) kucaklayan bir gösteren/gösterilen ikiliğidir (Barthes, 1979, s. 31). Ancak birincil bir anlamı temsil eden gösterge, bambaşka bir göstergenin göstereni konumuna yükselerek yeni bir gösterileni temsil etme durumunda gözlemlenebilir. Bu da yeni bir göstergenin ve buna bağlı olarak yeni bir anlamın doğması demektir. Ortaya çıkan bu yeni anlam göstergebilim yazını tarafından kabul edilmiş ifadesiyle 'yan anlam' (connotation) olarak adlandırılmaktadır (Barthes, 1979, s. 87-91). 'Yan anlam' olarak Türkçe karşılığını bulmuş bu yeni anlam 'artçıl anlam' ifadesiyle de etiketlenebilir. Lakin bu yeni anlamlar Barthes'in öne sürdüğü üzere metin temelli yan anlamlardır ve dilde dolayısıyla da o dilin konuşucularının zihinlerinde değişimlere de neden olabilecek potansiyele sahiptirler. Bu potansiyel, göstergelerin ait oldukları gösterge dizgeleri içinde tanımlanmalarına olanak sağlayan 'dilsel kodlarla' doğrudan ilintilidir. İşte Levi-Strauss tarafından bahsedilen benzerlikler ve karşıtlıklar da bu kodlar tarafından gösterilmektedirler.

Gerek göstergenin değerini belirleyen kodlama süreçleri, gerek ise göstergenin değişebilirliğini olanaklı kılan 'artçıl anlamlama' süreçleri, Türkçedeki 'yosma' dilsel göstergesi üzerinden örneklendirilebilir. Gösterileni 'şen ve

güzel kadın'¹ olan 'yosma' göstergesi, bünyesinde 'kadın', 'şen', 'güzel', 'alımlı', 'bakımlı' gibi kodları barındırırken, 'ahlaklı' karşıtı olarak kullanılması ile bir 'artçıl anlam' kazanmıştır. Bu açıdan, öncül anlamında 'güzel kadın' gösterilenine gönderme yapan 'yosma' sözcüğü, kazandığı artçıl anlamı ile 'ahlaksız kadın' gösterilenine de gönderme yapmaya başlamıştır. İlk göstergenin kodlarında meydana gelen değişiklik göstergenin de değişmesine neden olmuştur. Şöyle ki, öncül anlamında kapsamadığı 'ahlaksız' kodunu kazanan 'yosma' göstergesi, artık yepyeni bir gösterge olarak ortaya çıkar. Bu göstergeyi alımlayan zihinlerde karşıt anlamlar yaratılır; kadın yosma ise ahlaksızdır, ahlaklı ise yosma değildir. Ahlaklı kadın olmanın koşulu yosma olmamak iken, eğer kadın yosma ise ahlaksızdır.

'Yosma' göstergesinin 'kadın, 'güzel', hatta 'ahlaksız' gibi kodlamaları barındırması gibi 'zengin' ve 'fakir' göstergeleri de kimi kodları barındırmaktadır. Özel olarak, zengin ve fakir göstergeleri bazı tüketim nesnelere sahip ya da yoksun olunmasına göre kodlanmaktadır. Bu çalışmada 'zengin' ve 'fakir' göstergelerini oluşturan bu kodları belirleyen metalar ve bu metaların sembolik değerleri üzerine bir değerlendirme getirilecektir.

Gösterge ve Sembolik Değer

Gösterge kavramına odaklanmış ve birçok açıklama getirmiş Baudrillard, "Beni ilgilendiren şey anlam üretiminden, göstergelerden iyi yararlanmadan, onların gerçekten nasıl işlediklerini anlamadan çok, göstergelerin kötü etkileri, onların sapkın sonuçları olmuştur. Bu anlamda kendimi göstergebilimci olarak görmüyorum" diyerek kendisinin bir göstergebilimci olmadığını belirtir (Baudrillard, 1991, s. 72). Bu ifade ile asıl amacını da belirten Baudrillard, modern dünyadaki metaların değerlerini anlamayı, bu doğrultuda göstergenin sembolik değerinin altını çizmeyi ve bu sembolik değer sayesinde toplumsal bilişin şekillenmesindeki yerini tartışmayı hedeflemektedir.

Baudrillard'a göre, içinde bulunduğumuz dönemde insanların ihtiyaçlarını karşılayan malların değerleri yalnızca sağladıkları kullanım değeri ile değil, sembolik değerleri ile ölçülür (Baudrillard, 2000, s. 17-18). Ekonomik düzenin temel unsurlarından biri olan tüketim kavramı da bu dönemde farklı bir boyut kazanmıştır. Tüketim artık bireylerin kimliklerini de içine alacak bir şekilde

¹ TürkDilKurumu (http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=YOSMA, 19 Mayıs 2017)

değişmiştir (Ongur, 2011, s. 34). Baudrillard (2000) tüketimin günümüzde bireyin özgür bir etkinliği olmadığını ve birey için bir zorunluluğa dönüşmüş olduğunu, ayrıca böyle bir anlayışın egemen olduğu tüketim toplumunda ise gerçek ihtiyaçlar ile sahte ihtiyaçlar arasındaki ayrımın ortadan kalktığını belirterek, değişen tüketim davranışının altını çizmiştir. Böylece tüketim, nesnelerin kullanım değerlerinin tüketimi değil, daha toplumsal bir açımla sembolik değerlerin ve bu değerleri barındıran göstergelerin tüketimi haline gelmiştir. Kullanım değerlerinden farklılaşan metalaşmış tüketim malları, yine kendileri gibi gerçek dünyadan farklılaşan bir taklitçe evreni içinde anlam kazanmaktadır. Bu durumda, göstergeler yoluyla inşa edilen anlamlar tüketim mallarının insan hayatındaki işlevlerinden daha önde bulunmaktadır (Solomon ve ark., 2006, s. 15).

Meta göstergesi haline gelen tüketim nesnelerinin anlamı, Baudrillard tarafından Saussure'ü takip eden bir yaklaşımla, göstergeler dizgesi içindeki konumuyla belirlenir. Simgelerle bezeli kimi tüketim nesnelere, kendilerini diğer ürünlerden, taşıdıkları sembolik değerlerle ayırırlar ve buna bağlı olarak bütün nesnelere bir dizge içinde konumlandırılırlar (Baudrillard, 2010). Baudrillard'a (2000) göre, simülatif göstergeler ağı içinde anlam kazanan tüketim nesnelere taşıdıkları farklı sembolik değerler ile insanları sınıflandıran bir göstergeler dizgesinin de yapı taşlarıdır. Bu sınıflandırıcı gösterge dizgesi insanların düşünce ve davranışları üzerinde büyük etkiye sahiptir. Tüketim nesnesinin taşıdığı sembolik değer, bireyin bu tüketim nesnesine sahip olmasıyla bireye geçer ve birey üzerinde sınıflandırıcı bir etkiye yol açar. Örnek olarak, kimi tüketim nesnelere sahip olmak bir zenginlik göstergesi olarak kabul edilirken, bunlardan yoksun olmak fakirlikle özdeşleşebilir. Sembolik değerlerin sahip olduğu anlamın metadan bireye yolculuğu sadece tüketim (satın alma) ile gerçekleşmek zorunda değildir. Bu değerlerin alınması da bu simülatif anlamın geçişine olanak sağlamaktadır. Böylelikle, toplumu sınıflandırmalarla düzenleyen sonsuz göstergeler evreni bireylere yanılısamlarla dolu bir aidiyet duygusu verir. Her birey bu taklitçe evreni içindeki yerini ve kim olduğunu göstergeler aracılığıyla arar ve bu göstergelerin kodlarıyla belirler (Ersoy, 2014).

Bireyler kendilerine medya pratikleri tarafından yoğun bir şekilde verilen göstergeler ve bu göstergelerin sembolik değerleri üzerinden sosyal gerçekliklerini şekillendirir ve kendi kimliklerini kurgular. Bir başka anlatımla, medya tarafından kurgulanan taklitçeler evreni, bireylerin içinden

seçip istedikleri kimlik ve anlam dizgelerini kuşanmalarını sağlayacak sembolik temsillerle doludur. Hatta Denzin'in (1991) de ifade ettiği üzere kimi göstergeler üzerlerinde etnisite, sosyo-ekonomik sınıf ve statü, cinsiyet ve cinsel yönelimler gibi toplumsal değişkenlerin yansımaları taşıyan belirli kimliklerle özdeşleştirilebilmektedirler. Hatta Bocoock (2009, s. 75) tarafından da vurgulandığı üzere, kapitalist sistem üretilen malları kendini belli kimliklere konuşlandırmış tüketicilere gösterge ve semboller aracılığıyla satmaktadır.

Televizyon, özellikle de diziler yukarıda sözü edilen göstergelerin yoğun bir şekilde barındığı ve kapitalist sistemin toplumsal sınıf farkını ve zengin/fakir kimliklerini yaratmak için kullandığı kitle iletişim araçları olarak kabul edilebilir. Sınıf söylemini kapsayan zihinsel modeller, televizyon ekranlarından taklitçeler evrenleri aracılığıyla yapılandırılmakta, özellikle de yerli diziler yoluyla iletilen zengin/fakir göstergeleri üzerinden sürekli ve yeniden inşa edilmektedir. Böylece bireylerin 'zengin' ve 'fakiri' "görme biçimleri" (Berger, 2011) söylem yapıları ile yapılandırılmaktadır. Bu bağlamda bu çalışma, yerli dizilerde bireylere sunulan meta göstergeleri aracılığıyla belirlenen 'zengin' ve 'fakir' zihinsel modellerine odaklanmakta ve bu modeller aracılığıyla oluşan sınıf söylemi yapılarına eleştirel bir bakış getirmektedir.

Eleştirel Bir Çözümleme: Adını Feriha Koydum

Adını Feriha Koydum 14 Ocak 2011 ile 29 Haziran 2012 tarihleri arasındaki dönemde toplamda 67 bölüm sürmüş, 'fakir' kadın-'zengin' erkek aşkını konu alan bir yerli dizidir. Dizide, İstanbul'un *zengin bir semtinde kapıcılık yapan yoksul bir ailenin kızı olan Feriha ile İstanbul'un cemiyet hayatının tanıdık yüzlerinden biri olan zengin Emir'in aşkıdan söz edilmektedir*. İstanbul'un paralı üniversitelerinden birini burslu kazanması ile zaten kapıcılık yaptıkları apartmandan tanıdığı *zengin dünyasına adım atan Feriha, burada gerçek kimliğini gizleyerek zengin kimliğine bürünür ve sürekli olarak gerçekte sahip olduğu fakir kimliği ile yüzleşmeler yaşar*. Bu durumda, Feriha'nın zihnindeki 'zengin' modelini metaların sembolik değerlerine göre kodladığını ve bu metalden yoksun olduğunun farkında olduğunu görüyoruz. Çözümlemede, bu metaların neler olduğu, 'zengin' ve 'fakir' zihinsel modellerinin ortaya çıkmasında bu metaların nasıl bir göstergesel davranış sergiledikleri ve sembolik değer gösterdikleri, ayrıca bu modelleri var eden gösterge dizgelerinin oluşmasındaki dilsel kodların neler olduğu tartışılacaktır.

Dizideki ‘zengin’ ve ‘fakir’ zihinsel modellerini yapılandıran göstergelerden biri araba göstergesidir. Araba göstergesi diğer göstergelerle birlikte bir göstergeler dizgesi oluşturur ve ‘zengin’ ve ‘fakir’ zihinsel modellerinin oluşmasında rol oynar. Bu dizgesel süreç içerisinde araba göstergesinin değerini belirleyen belli başlı dilsel kodlardan söz etmek mümkündür. Bu göstergeler şu şekilde gösterilebilir:

<u>Zihinsel Model</u>	<u>Gösterge</u>	<u>Dilsel Kodlar</u>
‘Zengin’	araba	+ lüks + yeni + pahalı + markalı
‘Fakir’	araba	- lüks - yeni - pahalı - markalı

Bir ulaşım aracı kullanım değerine sahip olan araba ancak yukarıdaki belli kodları içeriyorsa zenginlik göstergesi olabilmektedir. Zaten bir arabayı diğer arabalardan ayıran ve onu zenginlik göstergesi haline getiren unsur onun kullanım değeri değil, taşıdığı marka dolayısıyla sembolik değeridir. Dizilerde kullanılan ‘zengin’ göstergesi arabalar ya belli marka 4x4 araçlar ya da spor arabalardır. Elbette ki bu arabaların kullanım değerleri göz önüne alınır, ‘sıradan’ tabir edebileceğimiz türlerinden daha pahalı olmaları beklenmezken, sembolik değerlerinin farklılaştığı ve aralarında büyük fiyat farklarının olduğu açıktır. Bu durumda, bir arabanın yukarıdaki ‘zengin’ kodlarını barındırmaması, o arabanın ‘zengin’ zihinsel modelini göstermemesi ile sonuçlanır. Böyle bir araba ‘zengin’ zihinsel modelinin inşasına ancak bir zıtlık durumu yaratarak katkıda bulunabilir. Şöyle ki göstergenin anlamı yalnızca özdeşleştirme ile değil, farklılıklar vasıtasıyla da yapılandırılır. Bir başka deyişle, ‘zengin’ kodlarına sahip meta göstergelerine sahip olunmaması veya kullanım değerleri benzer, ancak sembolik değerleri düşük türlerine sahip olunması durumunda zengin olunması da pek mümkün olmamaktadır.

Diziye döndüğümüzde, sembolik değeri yüksek bir spor arabaya sahip olan Emir ve arabası olmayan ve çantasında Akbil taşıyan Feriha’nın tanışması, Emir’in Feriha’ya spor arabası ile çarpmasıyla gerçekleşir. Feriha’nın

çantasının yere düşmesi, çantasının içindekilerin ortaya saçılmasıyla sonuçlanır. Aslında yere saçılan Feriha'nın ‘fakirliği’dir’. Emir’in zenginlik göstergesi spor arabasının yanında yere saçılmış Akbil, Emir ve Feriha üzerinden kurgulanan ‘zengin’ ve ‘fakir’ karşıtlığının göstergeleridir. Okul çıkışında belediye otobüsüne binen Feriha, yoldan geçen Emir ve *zengin arkadaşlarına ait olan peşi sıra spor arabaları görmesi ile yoksun olduğu metalar ile bir kez daha yüzleşir. Aslında dizi bu yüzleşmeler üzerinden birbirine karşıt ‘zengin’ ve ‘fakir’ zihinsel modellerini inşa etmektedir. Dizi süresince bu inşa birçok örnek etkileşimde devam etmektedir. Bunlardan birisi de Emir’in zengin arkadaşları tarafından Feriha'nın arabasının neden olmadığına sorgulanmasıdır. Zengin olduğu düşünülen Feriha'nın arabasının olmaması kabul edilememektedir. Şöyle ki, zengin iseniz, mutlaka bir arabanız olmalıdır. Bu da arabanın ‘zengin’ zihinsel modelini yapılandıran göstergelerden biri olduğunu bir kez daha göstermektedir. Ancak bu araba sıradan bir araba olamaz; yukarıda belirtilen kodlara sahip olmalıdır.* Bir örnek olarak, dizinin ilerleyen bölümlerinde, Feriha'nın okula bir komşusunun oğlu tarafından eski model, lüks olmayan, sıradan bir araba ile bırakıldığını gören *zengin arkadaşları bu arabanın ancak bir şirket arabası olduğu kanaatine varmışlardır. Bu araba diğer hemcinsleri ile zıtlık içinde bulunmakta ve böylelikle ‘zengin’ ve ‘fakir’ zıtlığının, dolayısıyla da toplumsal sınıf ayrımının inşasında rol oynamaktadır.*

Dizideki ‘zengin’ ve ‘fakir’ zihinsel modellerini yapılandıran göstergelerden bir diğeri de cep telefonudur. Aynı araba göstergesi örneğinde olduğu gibi, cep telefonu da diğer göstergelerle birlikte çalışarak ‘zengin’ ve ‘fakir’ zihinsel modellerinin oluşmasında pay sahibidir. Cep telefonu göstergesine ait kodlar şöyledir:

<u>Zihinsel Model</u>	<u>Gösterge</u>	<u>Dilsel Kodlar</u>
‘Zengin’	cep telefonu	+ yeni + pahalı + kameralı + akıllı
‘Fakir’	cep telefonu	- yeni - pahalı - kameralı - akıllı

Dizinin başlarında Emir ve Feriha'nın kaza sonucu karşılaşma sahnesinde Feriha'nın çantasından dökülen sadece Akbil değildir. Bu sırada Feriha'nın eski, ucuz, kamerasız ve akıllı olmayan telefonu da yere saçılmıştır. Feriha Akbil ile birlikte bu düşük sembolik değere sahip cep telefonunu da telaşla çantasına koymaya çalışmış, ancak Emir telefonu almayı başarmıştır. Bu durumda Feriha kendi telefonunun tamirde olduğunu bu cep telefonunu "idareten" kullandığını dile getirmiştir. Daha sonralarda Emir Feriha'ya yeni model akıllı bir telefon hediye etmiş ve Feriha'nın telefonu kadar iyi bir telefon olmadığını belirterek ironik bir espri yapmak istemiştir. Bu durumda, Emir ve Feriha'nın zihinlerindeki 'zengin' modelini metaların sembolik değerlerine göre ve yukarıdaki dilsel kodlar ile kodladıklarına bir örnek görülmektedir. Bu durum aslında gerçek olmayan iki dizi karakterinin kurgusal zihinsel modelleri üzerinden izleyicilerin zihinlerinde 'zengin' ve 'fakir' modellerini inşa etmektedir.

Baudrillard'a (1998, s. 13) göre bir köken ya da gerçeklikten yoksun gerçeğin, göstergeler aracılığıyla kurgulanması sonucunda taklitçeler oluşmakta; sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi yapılan durumlar ortaya çıkmaktadır. Böylelikle Baudrillard'ın da öne sürdüğü üzere, taklitçeler gerçeğin yerini almaya başlamaktadır. Bu sırada dizi bu metalar üzerinden toplumsal sınıf farkını da inşa etmekte, izleyicilerin zihninde bu çerçevede modeller oluşturmaktadır. Dizinin ilerleyen bölümlerinde Feriha'nın babası Feriha'ya ikinci el kameralı bir cep telefonu hediye etmiştir. Bu telefon kameralıdır, ancak akıllı bir telefon değildir. Bütün bu örnekler cep telefonu göstergesinin taşımış olduğu değer dilsel kodlarına da bir gönderme yapmaktadır. Bunlara ek olarak, bir başka sahnede Feriha'nın kendi cep telefonunu *zengin* olanların telefonları ile karşılaştırdığı görülmektedir. Feriha'nın eski ve sembolik değeri düşük telefonunun karşısında *zengin öğrencilerin sembolik değerleri yüksek son model ve akıllı cep telefonları, dizide işlenen* 'zengin' ve 'fakir' karşıtlığının temsilleri olarak kabul edilebilir. Bir başka deyişle, pahalı cep telefonları 'zengini' gösteren meta göstergelerinden biri iken, daha ucuz ve yeni model olmayanlar 'fakir' göstergeleri olarak işaretlenebilir.

Bir diğer 'zengin' ve 'fakir' ayırımına hizmet eden gösterge ise ev göstergesidir. Burada, araba ve cep telefonuna ek olarak ev göstergesinin de dizideki zengin ve fakir ayırımını yaratan bir meta olduğunu iddia edebiliriz. Dizilerdeki ev göstergeleri izleyicilerin gözleri önüne serilen ve 'zengin' ve 'fakir' modellerini yapılandıran taklitçeler evreninin yadsınamaz parçalarıdır. Adını

Feriha Koydum dizisinde izlenebilen evler ya *zengin* semtlerdeki apartman daireleri ya *zengin* sitelerdeki müstakil evler ya da *fakir* kapıcı daireleridir. Bunlardan ilk ikisi ortak kodlara sahip şekilde gösterilirken, sonuncusu ilk ikisinin barındırdığı kodlardan yoksun olmak üzerinden kurgulanmaktadır. İlk iki ev türüne ait kodlar aşağıdaki gibidir:

Zihinsel Model	Gösterge	Dilsel Kodlar
'Zengin'	ev	+ apartman dairesi + lüks + pahalı + büyük + bakımlı + yukarıda
'Fakir'	ev	- apartman dairesi - lüks - pahalı - büyük - bakımlı - yukarıda
'Zengin'	ev	+ villa + lüks + pahalı + büyük + bakımlı + havuzlu
'Fakir'	ev	- villa - lüks - pahalı - büyük - bakımlı - havuzlu

Dizinin ilk bölümünde Feriha'nın annesinin temizliğe gittiği apartman dairelerinden birine hayranlığını dile getirdiği görülmektedir. Yukarı katta olan bu evden aşağı doğru bakan Feriha, yukarıdan her şeyin ne kadar farklı olduğu üzerine düşüncelerini dillendirir. Hatta o evde yaşarcasına davranır

ve o evin temsil ettiği değer içinde kurgu içinde kendine bir kurgu yaratır. Bu ev ve annesinin temizliğini yaptığı diğer evler hep üst katlarda, lüks, büyük, Etiler’de olduğu için pahalı ve bakımlı evlerdir. Kendisi ise alt katta, lüks olmayan, küçük, ticari değeri olmayan ve bakımsız bir kapıcı dairesinde yaşamaktadır. Feriha ‘fakir’ olmanın göstergesi olan bu evde yaşadığını Emir ve arkadaşlarından saklar. Sadece oturduğu *zengin semtin* adını söyler. Böylece o *semtin* sembolik değeri üzerinden oluşmuş olan *zihinsel modeller* çerçevesinde kendine kurgusal bir hayat yaratma yolunda bir adım daha atar. Bu da hem kendisi hem de izleyiciler için bir taklitçeler evreni oluşturur. Böylelikle bu taklitçeler evreni kendilerine hayat veren ‘zengin’ ve ‘fakir’ zihinsel modellerini izleyicilerin toplumsal bilişinde yeniden yapılandırmaktadır.

Ev göstergesi gibi ev eşyaları da ekranların ortaya koyduğu kurgusal evrenin, ‘zengin’in’ ve ‘fakirin’ göstergesi durumundadırlar. Bu göstergenin kodları yukarıdaki diğer göstergenin kodları ile ortaktır, çünkü bu kodlar ve bu kodların ortaya çıkardığı göstergeler bir dizge içinde değer kazanmaktadırlar. Bu kodlar şunlardır:

Zihinsel Model	Gösterge	Dilsel Kodlar
‘Zengin’	ev eşyası	+ lüks + pahalı + yeni
‘Fakir’	ev eşyası	- lüks - pahalı - yeni

Havuzu olan lüks, büyük, bakımlı ve pahalı müstakil evler ve bu evlerin lüks, pahalı ve yeni, bir başka deyişle yüksek sembolik değer taşıyan eşyaları, bu dizide olduğu gibi birçok dizide de ‘zengin’ göstergesi olarak kullanılmaktadır. Bu kodlardan yoksun olan, sıradan, ucuz, eski, yani yüksek sembolik değer taşımayan eşyalar ve bu eşyalarla düzenlenmiş evler ‘fakir’ ile özdeşmektedirler. Bu göstergeler kimin *zengin* kimin *fakir olduğuna dair* bir kurguyu gözler önüne sermekte ve izleyiciler ‘zengin’ ve ‘fakir’ modellerini bu göstergelerin çizdiği doğrultuda yapılandırmakta ve gerçekliği bu modellere göre alımlamaktadırlar.

Taşıdıkları sembolik değerler ile zenginliğin göstergesi olmuş bir diğer meta grubu da giyim öğeleridir. Kullanım değerleri ile sembolik değerleri arasında büyük farklar olan giysiler, toplumun metalar tarafından sınıflandırılması sürecinde önemli bir noktada durmaktadırlar. Belli markaların tasarım çizgilerini, sembollerini veya tarzını taşıyan giyim öğeleri 'zengin' zihinsel modelinin de temsilleridir. Giyim öğelerinin bu temsili işlevi yürütebilmesini sağlayan kodlar şunlardır:

Zihinsel Model	Gösterge	Dilsel Kodlar
'Zengin'	giyim eşyası	+ lüks + pahalı + yeni + markalı
'Fakir'	giyim eşyası	- lüks - pahalı - yeni - markalı

Giyim öğeleri yukarıda belirtilen kodlar ile zenginliğin insan bedeninde taşınmasına imkân sağlamaktadırlar. Zenginliğin temsil edilmesini ve diğerleri tarafından alımlanmasını sağlayan giyim öğeleri sadece günlük yaşantı ile sınırlı kalmaz, televizyon ekranlarını da doldururlar. Bu sayede, bu giyim öğelerine sahip olmak zenginliği gösterir hale gelmektedir. Bu da kimi bireylerin bunların taklit versiyonlarını daha düşük fiyatlarla satın alarak *zenginmiş* gibi davranmaları ile sonuçlanmaktadır. Feriha'nın taklit içindeki taklit yaşantısı, aynı zamanda kurgu içindeki kurgusal evreni, yepyeni taklitleri ve kurgusalılıkları doğurmakta ve katmanlı bir şekilde taklit gerçeğin yerini almaktadır. Bu noktada, bu durum Baudrillard'ın her şeyin bir taklitçeden ibaret olduğu ve yaşanan evrenin bir 'gibi'ler evreni olarak kabul edilebileceği iddiasını desteklemektedir. Baudrillard bu durumu simüle etmek olarak adlandırmaktadır; simüle etmek sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi davranmaktır ve bu durum bir yokluğa gönderme yapmaktadır (1998, s. 13).

Sonuç Gözlemleri

Daha üniversiteye başladığı ilk gün bir meta bombardımanı ile karşılaşan Feriha, sahip olmadığı sembolik değerlerin farkındadır. Feriha'nın iyi model

bir arabası, iyi model bir cep telefonu ve Emir'inki gibi bir evi yoktur. Dolayısıyla Feriha *zengin değildir. Bunun bilincinde olan Feriha sürekli olarak fakirliğiyle yüzleşir. Bu sırada fakirliğiyle yüzleşen sadece Feriha değildir. Ekran karşısında 'zengin' ve 'fakir' modellerinin göstergelerini alımlayan izleyiciler de yaratılan taklitçe evreni vasıtasıyla kendi toplumsal-ekonomik sınıflarını ve 'zengin' ve 'fakir' zihinsel modellerini yeniden inşa etmektedirler.*

Baudrillard'ın düşüncelerine dayanarak toplumdaki birçok birey gibi Feriha'nın da taklitçeler evreni içinde zihinsel modellerini kurguladığı iddia edilebilir. Okula giderken kendi sembolik değeri düşük olan giysilerini apartman sakinlerinin atılmak üzere verdiği pahalı giysiler ile değiştiren, belediye otobüsüne bindiği görülmesin diye taksiye binirmiş gibi davranan, kendi telefonu arızalı olduğu için idareten düşük sembolik değeri olan bir telefon kullandığını söyleyen Feriha, kendine yalanlarla kurguladığı ve özünde gerçeklikten kopuk bir 'gibi'ler evreni inşa etmektedir. Bunu yaparken aynı zamanda izleyiciler için de bir taklitçeler, 'gibi'ler evreni yaratmaktadır.

Feriha'nın *zenginmiş gibi davranması özünde toplumun üzerinde egemen olan meta* temelli taklitçe evreninin bir göstergesidir. 'Zengin' ve 'fakir' ayrımı yapan göstergeleri kullanarak yeni zihinsel modeller yaratan diziler, aynı zamanda toplumda hüküm süren ve daha önce yine ekranlar sayesinde yapılandırılmış olan, Baudrillard'ın da altını çizdiği 'gerçek' olmayan taklitçe evreninin yansımalarıdır. Bu noktada içerdiği 'zengin' ve 'fakir' göstergeleri ile zihinleri sembolik değer üzerinden kurgulayan bu dizi de yeniden kurgulanacak olan bir taklitçenin gerçek olmayan bir katmanını oluşturacaktır. Bireyler bu sahte evrende sahte *zenginler* ve *fakirler* olarak etiketleneceklerdir.

Bu noktada televizyon dizilerinin 'zengin' ve 'fakir' ayrımı üzerinden bir sınıf ve eşitsizlik söylemi inşa ettikleri de iddia edilebilir. Dizilerin kurgusal dünyalarında *zenginler* ve *fakirler vardır. Ekranlardan günlük hayata süzülen bu kurgusal şemalar beraberlerinde sınıf ayrımlarını da getirmektedirler. Bu noktadan bakıldığında, toplumsal sınıf farkının toplumsal bilişe yerleşmesiyle toplumsal eşitsizlikler daha keskin bir hal almakta ve toplum gittikçe daha fazla kutuplaşmaktadır.* Bu kutuplaşmanın temel göstergesi olan metaların ait oldukları gösterge dizgesi içindeki değerlerinin kapitalist sistemin egemen

gücü doğrultusunda belirlendiğini öne sürmek mümkündür. Şöyle ki, kapitalist sistem *zengin olanın zenginliğini gösterebilmesi ve sürdürebilmesi*, fakir olanın da *zengine ulaşabilmesi için metalara ve bu metaların sembolik değerlerine ihtiyaç duyar*. Bu da bireyler için sürekli olarak bir meta tüketimini zorunlu kılmaktadır. Böylece kapitalist sistem varlığını yaratılan eşitsizlikler üzerinden korumaya devam edecektir. Bu durumda, varlığını devam ettirebilmesi için 'zengin' ve 'fakir' zihinsel modellerini oluşturan söylemlere ve bu söylemlerin yayılabilmesi için de medya pratiklerine ihtiyaç duymaktadır. İşte yerli diziler de bu şekilde sınıf söylemleri yoluyla ortaya konulan eşitsizliğin odağına yerleşmektedirler. Ayrıca, tüketimi teşvik eden bir tüketim söyleminin de merkezinde bulunmakta ve meta göstergeleri aracılığıyla yeni bir tüketim davranışının da ortaya çıkmasına neden olabilmektedirler.

Çalışmanın sonucunu Baudrillard'ın şu görüşleri ile özetleyebiliriz: “ ... göstergelere sığınarak ve gerçeğin yadsınması içinde yaşıyoruz... medya bizi dünyaya göndermez, medya bize göstergeler olarak göstergeleri, bununla birlikte gerçeğin teminatıyla doğrulanmış göstergeleri tüketirir” (Baudrillard, 2000, s. 26).

Kaynaklar

Barthes, R. (1979). *Göstergebilim ilkeleri* (B. Vardar, M. Rifat, Çev.) Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Baudrillard, J. (1985). The masses: The implosion of the social in the media, *New Literary History*, 16(3), 577-589.

Baudrillard, J. (1991). *Sessiz yığınların gölgesinde ya da toplumsalın sonu* (O. Adanır, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (1995). *The gulf war did not take place*. Indianapolis: Indiana University Press.

Baudrillard, J. (2000). *Tüketim toplumu* (H. Deliçaylı & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (1998), *Simülakrlar ve simülasyon* (O. Adanır, Çev.) İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

Baudrillard, J. (2010), *Nesneler sistemi* (O. Adanır & A. Karamollaoğlu, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

- Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford: Blackwell.
- Berger, J. (2011). *Görme biçimleri* (Y. Salman, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim* (İ. Kutluk, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Chouliaraki, L. (2000). Political discourse in the news: democratizing responsibility or aestheticizing politics? *Discourse and Society*, 11(3), 293-314.
- Cotter, C. (2001). Discourse and media. In D. Schiffrin, D. Tannen & H. Hamilton (Eds.), *Handbook of discourse analysis* (pp. 416-436). Oxford: Blackwell
- de Cillia, R., Reisigl, M. & Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. *Discourse and Society*, 10(2), 149-173.
- de Saussure, F. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri*. (B. Vardar, Çev.) İstanbul: Multilingual.
- Denzin, N. K. (1991). *Images of postmodern society: Social theory and contemporary cinema*. London: Sage International.
- Ensink, T. (2006). Pragmatic aspects of televised texts: A single case study of the intervention of a televised documentary program in party politics. *Journal of Pragmatics*, 38(2), 230-249.
- Ersoy, E. (2014). Tüketim aynasında “göz”e yansıyan seyirlik ve sembolik kimlikler. *Sosyoloji Konferansları*, 49(1), 47-74.
- Fairclough, N. (1995a). *Critical discourse analysis*. Boston: Addison Wesley.
- Fairclough, N. (1995b). *Media discourse*. London: Arnold.
- Fairclough, N. (1995c). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (1998). *Language and ideology. Critical discourse analysis: The critical Study of language*. New York: Longman.
- Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), *Discourse as social interaction* (pp. 258-284). London: Sage Publications.
- Fiske, J. (1996). *İletişim çalışmalarına giriş*. (S. İrvan, Çev.) Ankara: Ark Yayınları.
- Fowler, R. (1981). Power. In T. A. van Dijk (Ed.), *Handbook of discourse analysis: Volume 1: Disciplines of discourse* (pp. 61-82). London: Academic Press.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. New York: Routledge.
- Ongur, H. Ö. (2011). *Tüketim toplumu, nevrotik kültür ve dövüş kulübü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Sarup, M. (2010). *Post-yapısalcılık ve postmodernizm* (A. Güçlü, Çev.) İstanbul: Kırk Gece Yayınları.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M. (2006). *Consumer behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.
- Thornborrow, J. (1999). Language and the media. In L. Thomas & S. Wareing (Eds.), *Language, society and power*. London: Routledge.
- Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. In R. Wodak, R. de Cillia, M. Reisigl & K. Liebhart (Eds.), *Discursive construction of national identity* (pp. 7-48). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Wodak, R. (2009). The semiotics of racism. A critical discourse-historical analysis. In J. Renkema (Ed.), *Discourse, of course* (pp. 311-326). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Wodak, R. & Meyer, M. (2001). *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage Publications.
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse and Society*, 4(2), 249-283.
- van Dijk, T. A. (1997). *Discourse as social interaction*. London: Sage Publications.
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology, a multidisciplinary approach*. London: Sage Publications.
- van Dijk, T. A. (2000). *Ideology and discourse. A Multidisciplinary Introduction*. Retrieved from <http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/Ideology%20and%20discourse.pdf>
- van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. In D. Schiffrin, D. Tannen & H. Hamilton (Eds.), *Handbook of discourse analysis* (pp. 352-371). Oxford: Blackwell.
- van Leeuwen, T. (2009). Discourse as the recontextualization of social practice: A guide. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (pp. 144-161). London: Sage Publications.
- van Leeuwen, T. (1996). The representation of social actors. In C. R. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (Eds.) *Texts and practices, readings in critical discourse analysis* (pp. 32-70). London: Routledge
- Vardar, B. (2002). *Dilbilim terimleri sözlüğü*. İstanbul: Multilingual.