

Medyada Kadın ve Temsil Biçimi: Tv Dizileri Üzerinden Bir Tartışma

Hıdır POLAT¹

ÖZ

Kimlikler, "ben kimim?" sorusuna verdiğimiz cevaplardır. Yaşadığımız dünya içinde üretilen ve içselleştirilen kimliklerimiz açısından temsilin gerçeklikten sapmaması bir hayli önemlidir. Bunun aksine, kadın kimliği üzerinde erkeklik ya da annelik gibi olguların kurduğu tahakküm biçimleri, kimliği kendi doğasından uzaklaştırmaktadır. Özellikle medyanın izlerkitlenin tutumlarını, davranışlarını, düşüncelerini, kimliklerini etkilediği göz önünde bulundurulduğunda, kadın kimliğini temsil biçimleri bir hayli önemli kazanmaktadır. Hâlbuki "annelik" kadının biyolojik bir yetkinliği, erkeklik ise kadın kimliğinin eşitidir. Medyanın üretim biçimiyle "annelik" bir biyolojik yetkinlik, erkeklik ise bir eşit olmaktan çıkarak "kadın" kimliğini baskılayan ve tahakkümü altına alan bir kimliğe dönüşmektedir. Ve kadın; ancak "anne" olarak ya da "eril" bir gücün himayesindeyken yaşayabilen bir özne olarak sunulmaktadır. Kadının edilgen temsili toplumsal sorunları tetikleyen bilincin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Ülkemizde her geçen gün artan kadın tacizleri, cinayetleri kadın kimliğine yaklaşımın tekrar gözden geçirilmesini zorunlu kılmaktadır. Araştırmanın kuramsal zemini George Gerbner'in kültivasyon (ekme) kuramına dayanmaktadır. Gerbner'e göre medya belirli tutumları ve düşünceleri ekip yetiştirerek toplumun gerçeklik algısını biçimlendirir. Araştırmanın amacı, "kadın" kimliği üzerinde kurulmaya çalışılan tahakküm(ler) karşısında medyanın tutumunu incelemek ve "kadın" kimliğinin salt gerçekliğiyle temsiline önemine dikkat çekmektir. Amaç doğrultusunda televizyon dizilerinde reytingi yüksek olan "Kadın" dizisi göstergebilim yöntemiyle analiz edilmiştir. Sonuç olarak; medyanın egemen ideolojik bir bakış açısıyla "kadın" kimliğini güçsüz, eril bir güce muhtaç; "anneliği" ise güçlü ve kendine yeten bir kimlik olarak üreterek, kadın kimliğini kendi öz gerçekliğinden uzaklaştırdığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Medya, Kültivasyon, Temsil, Göstegebilim

Women And Representation In The Media: A Discussion On Tv Series

ABSTRACT

Identities are our responses to the question of "Who am I?". It is very important that representation does not deviate from reality in terms of our identities produced and internalized within world we live in. Contrary to, forms of domination of concepts such as masculinity and motherhood on female identity distances the identity from its own nature. When the fact that the media affects the attitude, behavior, ideas, and identities of the audience is considered, forms of representation regarding female identity remarkably gain significance. However, "motherhood" is a biological competence of woman and masculinity is the equivalent of female identity. Due to media production, "motherhood" is no longer a biological competence and masculinity transforms into an identity pressuring and dominating the "female" identity by distancing itself from female identity. Moreover, women are presented as individual subjects being able to survive as a "mother" or under the auspices of a "masculine" force. The passive representation of women provides a basis for the formation of a conscious triggering social problems. The ever-increasing women abuse and murders in our country require reviewing the approach towards female identity. The theoretical part of this study is based on George Gerbner's cultivation theory. According to Gerbner, the media shapes the reality perception of the society by cultivating and feeding certain attitudes and ideas. The aim of this study is to analyze the attitudes of the media on attempts of domination(s) on "female" identity and draw attention to the importance of self-reality representation of female identities. Sequences from Turkish series with high ratings such as "Kadın" were analyzed using the semiotics method in the study. As a result; from the media's dominant ideological point of view, that "women" identity is weak and in need of masculine force and that "motherhood" is a powerful and self-sufficient identity, it has been seen that women's identity away from its own reality.

Key Words: Woman, Media, Cultivation, Representation, Semiotics

¹ Öğretim Görevlisi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, hidir.polat@gop.edu.tr

GİRİŞ

Stuart Hall'e (1997: 7-8) göre temsil, olayın sonucu değil kurucu ögesidir. Olaya ilişkin anlamlar böylelikle ortaya çıkar. Olayın üretim biçimi anlamını bozabilir ya da değiştirebilir. Sunma biçimi olan temsil, anlamlandırmanın başat faktörü olmaktadır (Çelenk, 2005: 81). Bu sebeple medyada ele alınan kişilerin, olayların ve yerlerin kendi gerçeklik bağlamında sunulmaları oldukça önemlidir. Çünkü geleneksel medya araçları karşısında pasif alıcı olarak konumlandırılan izler kitleler, içerikleri kendileri üretmedikleri gibi üretilen içeriklerden de etkilenmektedir (Yar, 2012:249). George Gerbner'in medyanın modern toplumlarda oynadığı rolü ve etkisini açıkladığı kültivasyon (ekme ve yetiştirme) kuramına göre medyanın etkileri, etkiler paradigmasındaki gibi kısa vadeli ve gözlemlenebilir olmaktan ziyade, uzun vadeli ve insanların toplumsal gerçekliğini biçimlendirecek şekildedir (Özçetin, 2018:129). Gerbner'e göre televizyonda üretilen gerçekliğin izleyicide ekilmesi izleme yoğunluğuyla doğru orantılıdır. Çünkü izleyicilerin televizyona maruz kalma dereceleri arttıkça günlük yaşam gerçekliklerinin algılanmasında televizyon gerçekliği baskın hale gelir. Ona göre izleyiciler televizyon içeriklerinin altında yatan anlamları emmeye eğilimlidirler. İzleyicilerin televizyon programlarını seçimleri bilinçli değildir, izleme edimlerini saat olarak düzenlerler. Gerbner, bu sebeple televizyon izleme edimini dinsel bir ayine benzetmiştir (Gerbner, Groos, Signorielli, Morgan, Beeck; 1979:180). Ekilme özellikle genç izleyiciler ve yalnızlık durumunda olanlar üzerinde daha da etkilidir (Hawking ve Pingree, 1983: akt. Erdoğan, 1998:154). İzleyiciler televizyon aracılığıyla gerçekliğin kendisini değil kurgusal biçimini alırlar (McQuail ve Windahl, 1993:100). İçeriklerde ise çoğunlukla şiddet kilit bir rol oynamaktadır (Gerbner vd., 1979: 180). Şiddet ağırlıklı içerikler üreten medyada kurban olanlar; genç, yaşlı, ötekileştirilmiş kadınlar ve çocuklar olmaktadır (Erdoğan, 1998:154). Çünkü televizyon egemen ideolojilerin aracıdır. Sahiplik yapısı egemen ideolojik ve kültürel simgelerin dolaşıma sokulmasına yol açar (Özçetin, 2018:132). Dolayısıyla televizyon insanlara olayların gerçekliğini değil sembolik bir şeklini sunar (McQuail ve Windahl, 1993:100). Egemen ideolojilerde süregelen inanışlar, davranışlar değiştirilmek ya da dönüştürülmek yerine korunur ve beslenir. Dolayısıyla kadınlığa ya da erkeklığe ilişkin kalıp yargıların oluşumunda medyanın ciddi etkisi vardır. Medyanın ürettiği bu kalıp yargılarla kadın kimliği; erkeğe bağımlı, anne, seks objesi, destekçi eş olarak temsil edilirken, erkek kimliği; güçlü, aktif, bağımsız olarak temsil edilmektedir (Arşan, Ünal ve Türkoğlu, 2009:387). Topluma medya aracılığıyla aktarılan rollerle kadın ve erkeğe ilişkin olması gerekenler benimsetilmeye çalışılmaktadır. Ve kadınlar üretilen bu kurgusal rollerle sınırlandırılmakta ve doğasından uzaklaşmaktadır (Hoşaf ve Arslan, 2019: 451). Saktanber'e (1995: 215) göre kadının medyadaki temsili ile toplumdaki konumlandırılışı arasında ilişki

vardır. Buradan hareketle “kadın” kimliği üzerinde kurulmaya çalışılan tahakküm(ler) karşısında medyanın tutumunu incelemek ve “kadın” kimliğinin öz gerçekliğiyle temsilinin önemine dikkat çekmek araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Amaç doğrultusunda 3 sezondur devam etmekte olan ve reyting sıralamasında ortalaması 1,4 olan “Kadın²” isimli televizyon dizisi ele alınmıştır. Dizideki sekansların analizinde göstergebilim tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında şu araştırma soruları üzerine yoğunlaşmıştır.

- a) “Kadın” televizyon dizisinde nasıl temsil edilmektedir?
- b) “Kadın” kimliği ile “annelik” arasındaki ilişki nasıl üretilmektedir?
- c) “Kadın” kimliği ile “erkek” kimliği arasındaki ilişki nasıl üretilmektedir?

Kuramsal Çerçeve

“Göstermek, imgelemek, tasvir etmek; başka bir şeyin tasvirini sunmak” (Hall, 1997b: 6) karşılıklarına sahip olan temsil kavramı, “birinin veya bir topluluğun adına davranma” olarak da tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 2019). Hall’e (1997a: 16-19) göre temsil kavramı bir anlamlandırma sürecidir. Öyle ki anlamın kurucu ögesidir (Hall, 1997b: 7-8: Çelenk, 2005: 81). Toplum içinde birey her gün çeşitli iletilerle karşı karşıyadır. Bu iletilerle anlatılmak istenene birey, zihinsel sistemindeki kodları kullanarak gerçekleştirdiği anlamlandırma süreciyle erişmektedir. İletiler kodlara ne kadar uygunsa anlamlandırma o kadar kolaydır. Eğer ki bireyin zihninde; kavramlarla, nesnelere ya da varlıklarla ilgili uygun bir kod yoksa ona en yakın kodları kullanma eğilimindedir. Yani önemli olan iletilere ilişkin kodların zihinde üretilmesi ve içselleştirilmesidir. Özetle temsil oldukça yalın işleyen bir süreçtir (Anık, 2014:51). Temsil kavramı medya açısından düşünüldüğünde vurgulaması gereken husus çıktılardır. Medyanın hangi konuları ele aldığı, onları nasıl sundukları temsil süreciyle alakalıdır (Dahlgren, 1995:15). Dolayısıyla medyada ele alınan unsurların (insan, nesne, olay, kurum vb.) temsil edilmiş biçimleri onların toplumdaki konumlarını belirlemektedir. Bunlara ilişkin medya çıktıları toplum tarafından alınmakta ve içselleştirilmektedir. Sonuç itibarıyla ortaya çıkacak toplumsal tablo için temsilin karakteristik yapısının tarafsız ve şeffaf olması gerekmektedir. Nitekim medyada eleme ve öne çıkarma tekniklerinin kullanılması gerçeklik ile temsil arasındaki farklılıklara işaret etmektedir (Gökalp, Ergül ve Cangöz, 2010:155-156). Gerçeklik “düşünülen, tasarımılanan ve imgelenenlerin aksine, gerçekte var olan ve varlığı algılamadan bağımsız olan olgular” olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla kurgudan bağımsız olan gerçeklik, çarpıtılmadan olduğu gibi gösterilmelidir. Çünkü gerçekliğin algılanış biçimi önemlidir (Türk,

² Reytingler ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. <https://www.dizisi.info.tr/kadin/reytingleri/>

2014:16). Ne yazık ki medyanın gerçeklikle olan ilişkisi gerçekliğin yeniden üretilmesi şeklinde (Çelenk, 2010:222) olduğu için gerçeklik salt bir şekilde yansıtılmaz kurgulanarak işlemsel bir hale dönüştürülür. Gerçeklik değişmez fakat gerçekliğin algılanış biçimi değişir (Topbaş, 2008: p.2-3). Medyanın egemen ideolojik yapısı, temsil edileni temsil edenin çıkarlarını koruyacak şekilde kurgusal bir şekle büründürmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 309). Medyanın bu süreçte toplumla var olan ilişkisi iki şekildedir. Birincisi, medya toplumun aynasıdır. Diğeri ise medyanın insanların düşüncelerini, davranışlarını ve tutumlarını yönlendirdiği şeklindedir. İkinci görüşten hareketle denilebilir ki kadınlık ya da erkeklığe ilişkin değerlerin üretilmesi ve yerleştirilmesinde medya içeriklerinin doğrudan etkisi vardır (O’Shaughnessy, 1999: akt. Arsan vd., 2009: 387).

Erişim kolaylığı ve sahip olduğu bilgi potansiyeliyle kitleleri kendisine bağımlı kılan medya, böylelikle kitleler üzerindeki etkisini de arttırmaktadır. Süreç itibariyle medyanın eşitsiz güç ilişkilerini yansıtan ve yeniden üreten; toplumun ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal dinamiklerini dönüştüren bir işlev gördüğü söylenmektedir. Bu bağlamda medya topluma nüfuz eden cinsiyetçi söylemi yeniden üreterek, toplumda kadın ve erkeklere ilişkin betimlemelerin, tanımlamaların oluşmasını ve yerleşmesini sağlamaktadır (Kaylı, 2014: 6340-6341). Özellikle medya bu cinsiyet ayrımcılığını kadın kimliği üzerinden inşa etmektedir (Köse, 2010:408). Medyanın kadın ve erkeğe ilişkin temsili, toplumsal cinsiyet rolleri ile de uyumaktadır. Böylelikle medya toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin üretilmesine ve pekiştirilmesine neden olmaktadır (Hoşaf ve Arslan, 2019: 452).

Gerbner’in 1960’ların ortalarında PA Üniversitesi Anneberg İletişim Okulu’nda geliştirdiği ekme/yetiştirme (cultivation) kuramı, medya temsillerinin toplumda yarattığı etkiyi açıklamak bakımından önemlidir. Ekme kuramı, belli bir şeyi (psikoloji, kültür ve ideolojiyi) belli bir yere (izleyici bilincine) ekme ve besleyip yetiştirmek için yapılan amaçlı girişimi” ifade etmektedir (Erdoğan, 1998: 150). Bu kuram bazı yerlerde “ekme kuramı” bazı yerlerde “yetiştirme kuramı” ya da İngilizce adından hareketle “Kültivasyon (cultivation) kuramı” olarak tanımlanmaktadır (Özçetin, 2018: 128). Bu kuramın temelinde televizyonun inançları, düşünceleri etkilediği ve davranış biçimlendirdiği görüşü yatmaktadır. Kuramın hipotezine göre televizyon haberleri ve kurguya dayalı programlar aracılığıyla oldukça dar bir bakış açısına sahip basmakalıp bir dünya görüşü izler kitle tarafından yavaş yavaş benimsenmektedir. (McQuail ve Windahl, 1997: 117). Fakat televizyon aracılığıyla iletilen bu mesajlar toplumda hemen istenilen etkiyi oluşturmaz. Etkinin oluşmasında kişisel ilişkiler ve etkileşimler devreye girmektedir. İzleyiciler televizyon aracılığıyla iletilen mesajlara karşı çıkabilir ya da onları yakın çevreleriyle bir tartışma ortamında ele alabilir. Bu sebeple beklenen etkinin kısa sürede ortaya

çıkmasını beklemek doğru değildir. İzleyiciye gün içinde çok farklı formatlar (haber, müzik, eğlence, dizi vs.) içerisinde iletilen mesajlar belirli bir zaman sonra onların inançlarının, düşüncelerinin, değerlerinin içine işleyerek, onların tutumlarını ve davranışlarını etkiler. Böylelikle ekme işlemi gerçekleşmiş olur. Belirli bir zaman sonra izleyicilerin düşüncelerine, inançlarına ekilen bu iletilerin filizlenmeye başlamasıyla yetiştirme mekanizması devreye girmektedir (Gerbner, 1973: akt. Güngör, 2011:97). Ekme süreci genel olarak şu şekilde işlemektedir:

- a) Gerçeklik yeniden üretilir ve kitlelere iletilir.
- b) Medya, kurgusal gerçekliği içerikleri vasıtasıyla izleyicinin zihnine eker.
- c) Birey farklı medya içeriklerinde de benzer mesajları almaya devam ettikçe, zihne ekilenler zamanla filizlenir.
- d) Yeşerme ile birlikte birey kurgusal gerçekliğe inanmaya başlar.

Televizyondaki kurgusal gerçekliğin izleyiciye ekilmesi izleme süresiyle doğru orantılıdır. Maruz kalma süresi arttıkça kurgusal gerçeklik, günlük yaşam gerçekliklerinin yerine geçer. İzleyicilerin televizyon izleme edimlerini “dini bir ayine benzeten Gerbner’e (1979: 180) göre temel amaç “istenilen tepkileri elde etmek için girişilen taktiklerden çok, genelleşmiş imajların istikrarlı yapılarını besleyen (cultivate) mesaj sistemlerinin üretimi ve algılanmasıdır” (2014: 141). Diğer bir ifadeyle, TV içerikleri tarafından ekilen bilinçlilik ile özel tutum ve kanaat geliştirmek amaçlanmaz, aksine hayatın gerçekleriyle ilgili temel yargılama kıstasları insanların bilinçlerine ekilir (Gerbner, 2014: 336). Ekilen düşünceler, inanışlar egemen ideolojilerle yakından ilişkilidir. Çünkü medya ataerkil bir zihniyet ve kapitalist sistem doğrultusunda gerçekliği kurgulayarak, egemen çıkarılara hizmet edecek kimlikler yaratır (Ünür, 2013: 35).

Kadın ve erkeklerle ilgili belirli kalıp yargılar da böylelikle medya tarafından üretilmekte ve bilinçli ya da bilinçsiz olarak dolaşıma sokulmaktadır. Toplumun birçok üyesi de bu kalıp yargılara göre hareket etmektedir. Kalıp yargıları bireysel bir inanış olarak tabir etmek doğru değildir. Belirli bir grubun özelliğine ilişkin genellemeler yaygınlaştığı anda kalıp yargılara dönüşmektedir. Kalıp yargılar genellikle toplum içinde güçsüz olarak tabir edilen kişiler ya da gruplara yönelik geliştirilir ve gerçekliğine inanılır. Bu durum gerçekliğin temsilinde sapmalara yol açar. Unutulmamalıdır ki cinsiyete ilişkin kalıp yargılar 5 yaş öncesinden başlayarak ilkökul sürecinde hızlanır ve ergenlikte tamamlanır (Arsan vd., 2009: 387-388). Özellikle görsel medya, içerikleriyle (yarışma programları, pembe diziler, filmler vb.), kadın ve erkeklik kimliğine ilişkin sembolik bir gerçeklik üreterek izleyicilerin bu gerçekliğe inanmasına neden olmaktadır. Hatta bu gerçekliğe aykırı davranan kimlikleri de iticilikle yaftalamaktadır (Metin, 2011: 89). Sonuçta televizyonda kadınlar iyi anne, uyumlu eş ya da cinsellikleriyle ön plana çıkarılan

(Saktanber, 1995: 219) özneler olarak temsil edilmektedir. Adorno ve Horkheimer'e göre annelik kadınlığın denetim altına alınmasına ve meşrulaştırılmasına zemin hazırlamaktadır. Böylelikle kadının biyolojik bir yetkinliği olan annelik, kadın üzerinde tahakküm kurmanın en güçlü aracı haline gelmektedir (2015: 146). Öyle ki kadından anneliğin uysallığına bağlı olarak ailesini "edepli" bir şekilde temsil etmesi ve kendi öznelliğini silikleştirmesi beklenmektedir (Horkheimer, 2005: 260-270). Hâlbuki erkek için benzer bir durum söz konusu değildir. Erkeğin erkekliliği kendiliğindedir. Herhangi bir cinsin üyesi olmasına gerek yoktur ((Beauvoir, 1993: akt. Karaman ve Duman, 2018: 1477).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmada medyanın insanların inançlarını, düşüncelerini, tutum ve davranışlarını etkilediği gerçekliğinden hareketle "kadın" kimliğinin televizyondaki temsil biçimine odaklanılmıştır. Temsilin kendisinin gerçekliğin kurucu unsuru olduğu düşünüldüğünde, kadınların temsil edilme biçimleri, kadının "kadın" olarak algılanmasında oldukça önemlidir. Kadınlar söz konusu olduğunda ya cinsellikleri ile ön plana çıkarılmakta ya annelik vurgusu yapılmakta ya da cinayet ve tecavüz haberlerinin mağdurları olarak sunulmaktadır. Biyolojik yeterliliğinin bir sonucu olarak ortaya çıkan annelik, kimlikleştirilerek "kadın" kimliğini tahakküm altına almakta; kadınlar eril bir güce yedeklenmeden yaşayamayan güçsüz varlıklar olarak üretilmektedir. Böyle bir temsil biçimi kadının sahip olduğu özgün kimliğinin silikleşmesine yol açmaktadır. Araştırmanın amacı; "kadın" kimliği üzerinde kurulmaya çalışılan tahakküm(ler) karşısında medyanın tutumunu incelemek ve "kadın" kimliğinin özgün gerçekliğiyle temsiline önemine dikkat çekmek; son dönem televizyon dizilerinde sıklıkla işlenen kadın olgusuna ilişkin temsil biçiminin nasıl olduğunu, bu silikleşme sürecine katkısının olup olmadığını irdelemektir. Ülkemizde son dönemde kadınlara yönelik tecavüz ve cinayet haberlerinin artması, medyanın toplumsal alandaki etkinliği ile birlikte düşünüldüğünde; kadının kendi öz gerçekliğiyle temsil edilmesinin büyük önem taşıdığı görülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında "kadın" kimliğinin temsili işlendiği için, medya içeriğinin ismi itibariyle "Kadın" dizisinin incelenmesi daha yerinde olacaktır. Dizinin ismi itibariyle "kadın" kimliğine vurgu yapılmaktadır. Yapılan vurgu ile birlikte içerikte "kadın" kimliğinin ele alınış biçimi araştırma sorularımız açısından bir hayli önemlidir. Çünkü yapılan vurgu "kadın nasıl olmalıdır?" algısı yaratmakta iken; içerik kadının nasıl olması gerektiğine dair kodlar üretmekte

ve izler kitleye ekilmektedir. Bu kodları ortaya çıkarabilmek için nitel bir araştırma yöntemi olan durum çalışmasından yararlanılmıştır.

Durum çalışması, bir duruma ilişkin etkenlerin (ortam, bireyler, olaylar, süreçler vb.) bütüncül bir şekilde araştırılması ve ilgili durumlara etkilerinin ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 73). Durum çalışmaları örnek olay çalışmaları olarak da isimlendirilir. Durum çalışmaları 3 amaçla kullanılır. Birincisi, bir olayı meydana getiren ayrıntıları tanımlamak için; ikincisi, bir olaya ilişkin olası açıklamaları geliştirmek; son olarak bir olayı değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016: 22).

Bu araştırmada da "Kadın" dizisi örnek olay olarak seçilmiştir. Kadın dizisinin toplamda hali hazırda 74 bölümü olduğu için zaman açısından hepsini incelemek mümkün değildir. Dolayısıyla dizilerin belirli bölümleri amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan kritik durum örneklemesine göre seçilmiştir.

Kritik durum örneklemesi, "burada oluyorsa başka benzer durumlarda kesinlikle olur" veya tam tersine "bu, burada olmuyorsa, başka benzer durumlarda kesinlikle olmaz" şeklinde bir ifadeye dayanır. Kritik durum örneklemesinde araştırmacı bir ya da sınırlı birkaç durumu derinlemesine inceleyerek, benzer durumlara ilişkin belirli bir genelleme yapamasa da sonuçların inandırıcılığından hareketle sınırlı ölçüde genellemeler yapabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 121).

Dolayısıyla araştırmada amaç medyanın kadının özgün gerçekliğinin nasıl temsil edildiğini incelemek olduğu için tamamıyla olmasa da sınırlı ölçüde bir genelleme, örnek olayın derinlemesine incelenmesiyle gerçekleştirilebilir. Dizi bölümlerinde kodları ön plana çıkaran sekanslar alınarak göstergebilim yöntemiyle analiz edilmiştir. Diziyi sekanslara bölerek analiz etmek dizide gerçekliğin nasıl temsil edildiğine dair ipuçları sunabilir (Sancar, 2018: 36).

Göstergebilim

Göstergebilim "temel ilgi alanının merkezine göstergeyi koyan, göstergeleri ve onların çalışma biçimlerini araştıran bilim dalıdır" (Fiske, 2003: 62). İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure ve Amerikalı mantık-bilimci Charles Saunders Peirce göstergebilimin kurucularıdır. Göstergebilim göstergeleri inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlanırken; gösterge ise, kendi dışında bir şeyi temsil eden ve temsil ettiği şeyin yerine geçen biçim, nesne, olgu vb. olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple sözcükler, işaretler, simgeler vb. gösterge olarak kabul edilmektedir (Rifat, 2009: 11). Göstergebilim kültürle yakından ilişkilidir (Parsa ve Parsa, 2004: 1) ve anlam gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiden doğmaktadır (Parsa, 1999: 19).

Anlamlandırma süreci en önemli aşamadır ve iki düzeyi bulunmaktadır. Saussure göre anlamlandırmanın birincil kısmı düz anlam sürecidir. İkinci düzey ise göstergenin kültürel değerlerle girdiği etkileşim sonucunda ortaya çıkan yan anlam sürecidir. Burada etkin olan birinci kısımdaki göstergedir. Düz anlamda nesnenin film üzerindeki mekanik üretimi ele alınırken, yan anlamda neyin çerçeve içine dahil edildiği, odak, ışık, kamera açısı vb. tüm öğeler ele alınmaktadır. Özetle düz anlam neyin fotoğraflandığı, yan anlam ise nasıl fotoğraflandığıdır (Fiske, 2003: 115-117).

Dizinin Konusu ve Mevcut Durumu

Dizi tanıtımı; “Kocası Sarp’ın ölümünden sonra Bahar’ı hayata bağlayan iki şey vardır: Çocukları Nisan (7) ve Doruk (4). Onlarla el ele verip hayatı bir oyuna, fakirliği eğlenceye, yokluğu neşeye çevirmeyi başarır. İnsanın yüzü güldüğünde kalbinin de onunla birlikte gülümseyeceğine inanır” (<https://www.fox.com.tr/Kadin/bilgi>) ifadeleriyle gerçekleştirilmiştir.

Kadın dizisinin reytingleri incelendiğinde ciddi bir reyting oranına sahip olduğu görülmektedir. 3. Sezonu devam etmekte olan dizinin en son 74. bölümü yayınlanmıştır. Reyting sıralamalarına ilişkin genel istatistik Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo1: Kadın Dizisi Genel Reyting Durumu

| En İyi Sıralama | En Kötü Sıralama | Maksimum İzlenme | Minimum İzlenme | Ortalama İzlenme | Ortalama Reyting Sıralaması |
|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------------------|
| 1 | 4 | 11,02 milyon | 4,58 milyon | 8,22 milyon | 1,4 |

Kaynak: <https://www.dizisi.info.tr/kadin/rejtingleri/>

Dizi 54 bölümde reytinglerde ilk sırada yer alırken; 14 bölümde 2. sırada, 5 bölümde 3. sırada ve 1 bölümde 4. sırada yer almıştır. Reyting sonuçları göstermektedir ki, izler kitle tarafından yoğunlukla takip edilmektedir. Bu sebeple dizide üretilen kodlar “kadın” kimliği açısından önemlidir.

Analiz ve Bulgular

Sekanslar üzerinden hareketle göstergibilim analiz gerçekleştirilmiştir. Daha sonra tüm sekansların birbiri ile olan ilişkisinden ortaya çıkan anlam ya da anlamlara ulaşmak hedeflenmiştir. Tüm sekansları vermek çalışma açısından mümkün değildir. Bu sebeple çalışma kapsamında kodların üretildiği örnek sekanslar alınarak derinlemesine incelenmiştir.

Dizide Ön Plana Çıkarılan Kadın Karakterler

Bahar Özçeşmeli (Özge Özpınar): Bahar karakteri, biri kız (Nisan – 7 yaşında) ve diğeri erkek (Doruk – 4 yaşında) iki çocuğuyla eşinin ölümünden sonra hayat mücadelesi veren bir kadın karakteri canlandırmaktadır. Ekonomik sorunlarla ve sağlık sorunlarıyla mücadele etmektedir. Kadınlığını arka plana iterek anneliğini ön plana çıkarmış bir karakteri canlandırmaktadır.

Yeliz Ünsal (Ayça Erturan): Yeliz, Bahar'ın yakın arkadaşıdır. Yeliz eşinden ayrılmış ve iki çocuğuyla yaşam mücadelesi vermektedir. Kurtuluşu evlilikte gören bir karakteri canlandırmaktadır.

Jale Demir (Ece Özdikici): Jale bir doktordur. Evli, bir çocuğu vardır. Başarılı bir doktor karakterine hayat vermektedir. Eşyle mutsuzdur, kendisini mutlu eden tek şey işidir. Anneliği ve eş rollerini işinin gerisinde bırakan bir kadın karakteri canlandırmaktadır.

Ceyda (Gökçe Eyüpoğlu): Ceyda, pavyonlarda şarkı söyleyerek hayatını kazanan, Hikmet isimli bir mafya patronuyla ilişkisi olan, evlilik dışı yollarla engelli bir çocuğu bulunan (ailesi tarafından yaptığı işler uygun görülmediği için çocuğu kendisine verilmemektedir) bir kadını canlandırmaktadır.



Sekans 1



| Gösteren | Gösterilen | Gösterge |
|----------|---|-----------------------------|
| İnsan 1 | Mutfak önlüğüyle Bahar | Kadın'ın ev hanımı kimliği |
| İnsan 2 | Koltukta oturan Bahar'ın ölen eşi Sarp | Evliliğinde mutlu bir erkek |
| Çevre | Düzenli bir ev ortamı ve yemek masası | İki kişilik mutlu bir yuva |
| Nesne | Ev eşyaları ve masadaki tabakların içindeki yiyecekler, | |

| | | |
|---|---|--|
| | portakal suyu, bardaklar ve hediyeler | Kadın ev hanımlığını yerine getirmiş; erkek ise eşine hediyeler alarak onu mutlu etmeye çalışmaktadır. Kadın ve erkeğe biçilen roller. |
| Sekans | Bahar ile Sarp'ın evlilikleri sonrası evdeki bir anları | |
| Düz Anlam | | Yan Anlam |
| Bahar evde yemek masasını hazırlamakta, Sarp ise onu mutlu etmek için hediyeler almıştır. | | Kadın ve erkeğe biçilen rolleri görmekteyiz. "Kadın" ev hanımı olarak konumlandırılırken; erkek evin geçimini sağlayan başat otorite olarak konumlandırılmaktadır. |

Sekans 2

| | | |
|--|---|---|
|   | | |
| Gösteren | Gösterilen | Gösterge |
| İnsan 1 | Elinde çamaşır sepetiyle Bahar | Kadın olarak Bahar'ın anneliği |
| İnsan 2 - 3 | Şaşkın bakışlarıyla Nisan / Sokaktaki insanlar ve çocuklarıyla yürüyen Bahar | Çocukların yerleşecekleri mekana olan şaşkınlığı ve Bahar'ın annelik vazifesi |
| Çevre | Karanlık ve bakımsız bir ev ortamı – Varoş bir sokak görüntüsü | Zorluğun ve kötü şartlardaki yaşam |
| Nesne | Ev zeminindeki dağınıklık - Sokak arasında binaların arasına asılmış çamaşırlar ve çöpler, tabureler... | Çocuklarıyla beraber ekonomik sıkıntılar sebebiyle kötü olarak tabir edilecek bir evde ve ortamda yaşama zorunluluğu |
| Sekans | Bahar'ın Sarp'ın ölümünden sonra çocuklarıyla beraber yerleştiği ev ve sokaktan görüntüler | |
| Düz Anlam | | Yan Anlam |
| Bahar yeni taşınacakları evde çalışmalar yapmakta, Nisan evin görüntüsüne şaşırılmaktadır. İkinci görüntüde Bahar çocuklarını okula götürmektedir. | | Eşinin ölümü sonrasında Bahar'ın yaşadığı maddi sıkıntıları görmekteyiz. Asıl verilmeye çalışılan mesaj bir kadının eril bir gücün tahakkümünü yitirdiği anda kendisini büyük güçlüklerin bekleyeceğidir. |

Birinci sekansta kadının “ev hanımı” rolüyle konumlandırıldığı görülmektedir. Ve erkek evin geçimini sağlamaktadır. Kadın ise erkeğin tahakkümü altında mutlu bir yaşam sürmektedir. İkinci sekansta kadının eşinin ölümü sonrasında mekan olarak çocuklar için uygun olmayan bir ortamda çocuklar için sağlıklı olmayan bir evde yaşamak zorunda kalması anlatılmaktadır. İki sekans birlikte ele alındığında – ki Sarp gibi Bahar’da asgari ücretle çalışmakta- kadın tek başına güçsüz bir yapıya sahiptir. Fakat anneliği ona yaşama tutunma gücü vermektedir. Dolayısıyla annelik biyolojik bir yetkinlik olmaktan çıkarılarak kadın kimliğinin üzerinde üst bir kimlik olarak konumlandırılmaktadır. Eril güce yaslanamayan bir kadın yaşamın zorluğu içinde kaybolacaktır. “Kadın” güçsüz ve yetersizdir.

Sekans 3

| Gösteren | Gösterilen | Gösterge |
|--|---|---|
| İnsan 1 | Yerde sürüklenen Bahar – Yerden kaldırılan Bahar | Kapkaç saldırısına uğrayan bir kadın |
| İnsan 2 | Bahar’ın çantasını çekiştiren bir adam – Bahar’ı yerden kaldıran iki adam | Kapkaç saldırısına uğrayan kadına yardım eden insanlar |
| Çevre | Sokak görüntüsü | Olayın yaşandığı mekan |
| Nesne | Bir ağaç, kaldırımlar ve çanta | Kadının çaresizliği |
| Sekans | Bahar’ın kapkaççıyla mücadelesi ve Bahar’ın kapkaç sonrasında yerden kaldırılması | |
| Düz Anlam | | Yan Anlam |
| Bankadan para çeken Bahar kapkaççı saldırısına uğramış ve Bahar çantasını vermemek için dirense de çantası çalınmıştır ve Bahar’ın yardımına çevredekiler koşmuştur. | | Bir erkek tarafından çantası çalınan ve hırpalanan kadını yine erkek kurtarmıştır. Kadın tek başına çaresiz ve güçsüzdür. Yerden kalmak için bir erkeğin yardımına ihtiyacı vardır. |

Sekans 4



| Gösteren | Gösterilen | Gösterge |
|--|--|--|
| İnsan 1 | Kanayan dizi sarılan Bahar | Mağdur kadının görüntüsü |
| İnsan 2 | Eczacı kadın ve bir erkek | Erkeğin kadına yardım etmesi |
| Çevre | Eczanenin iç görüntüsü | Yaraların sarılması |
| Nesne | İlaçlar | Kadının muhtaçlığı |
| Sekans | Kapkaç sonrası Bahar'ın Arif'i araması | |
| Düz Anlam | | Yan Anlam |
| Kapkaç sonrasında Bahar'ın Arif'ten yardım istemesi ve Arif'in yaralarını sarmak için Bahar'ı eczaneye getirmesi | | Kadın kurtuluşu bir erkekte aramıştır. Kadının yaraları bir erkek tarafından sarılacaktır. Güvenlik güçlerine başvurmak yerine bir erkeğe sığınmak vurgulanmaktadır. |

Üçüncü sekansta Bahar aylığını çektikten sonra kapkaççıların saldırısına uğramıştır. Saldırı esnasında herhangi bir savunma mekanizması gerçekleştirememiş, gerçekleştirmeye de gücü yetmemiştir. Dolayısıyla kapkaççı tarafından yerlerde sürüklenerek elinden çantası alınmıştır. Dördüncü sekansta Bahar saatlerce bekledikten sonra çareyi komşusu ve ev sahibi olan Arif'i aramakta bulmuştur. Dizide Arif'in Bahar'a karşı hisseleri olan bir karakteri canlandığı unutulmamalıdır. Ve netice de kadın tek başına güçsüz bir varlıktır. Her türlü saldırı ile karşı karşıyadır ve kendisini koruyacak gücü yoktur. Bir erkek tarafından korunup kollanmaya ihtiyaç duymaktadır. Kadının birincil sığınağı bir erkektir. Kadın sığınması ve korunması gereken bir varlıktır.

Sekans 5



| Gösteren | Gösterilen | Gösterge |
|---|--|--|
| İnsan 1 | Jale | Mutluluk |
| İnsan 2 | Jale'nin doktor arkadaşı (eski evgilisi) | Eski duygular |
| Çevre | Jale'nin hastanedeki odası | Statü sahibi bir kadın |
| Nesne | Masa, bilgisayar, dosyalar - çiçek | Statü sahibi ve aldatmaya meyilli bir kadın |
| Sekans | Jalenin çalıştığı hastanede çalışmaya başlayan eski erkek arkadaşı – eski erkek arkadaşının Jale'ye çiçek göndermesi | |
| Düz Anlam | | Yan Anlam |
| Jale'nin çalıştığı hastanede göreve başlayan eski erkek arkadaşını gördüğünde ve aldığı çiçekler karşısında mutlu olan bir kadın. | | Statü sahibi bir kadının, sadık eş rolüne aykırı davranması. Aldatmaya meyilli kadın imajının yaratılması. |

Sekans 6



| Gösteren | Gösterilen | Gösterge |
|----------|------------|----------|
|----------|------------|----------|

| | | |
|--|---|---|
| İnsan 1 | Jale | Mutsuz bir çehre |
| İnsan 2 | Jale'nin eşi ve çocuğu | Çocuğun bekleyen ilgisi ve annenin ilgisizliği |
| Çevre | Jale'nin odası | Statü sahibi bir kadın |
| Nesne | Masa, bilgisayar, insan iskeleti | Eşinin iş yerine gelmesinden memnun olmayan bir kadın ve çocuğun anneye duyduğu özlem |
| Sekans | Musa'nın çocuğunu alarak Jale'yi ansızın ziyaret etmesi | |
| Düz Anlam | | Yan Anlam |
| Jale eşinin kendisini ziyaret etmesinden memnun olmamaktadır. Oğlu annesini özlediğini göstermektedir. | | Kadın çalışıyorsa eğer iyi bir eş ve anne olamaz algısı yaratılmaktadır. Kadın tek başına hem statü sahibi hem iyi bir eş hem de iyi bir anne olamaz mesajı iletilmektedir. |

Beşinci sekansta Jale'nin çalıştığı hastaneye eski sevgilisi gelmektedir. Jale hayatından mutsuzdur. Tek mutlu olduğu şey işidir. Eski sevgilisini görmesi, eski duyguların tekrar canlanabileceği ümidiyle Jale'yi mutluluğa sevk etmiştir. İlerleyen sekanslarda eski sevgilisinin Jale'ye çiçek alması ve Jale'nin mutluluktan ağlaması bunu teyit eden bir görüntüdür. Altıncı sekansta ise Musa (Jale'nin eşi) eşine sürpriz yapmak için çocuğunu da alıp aniden Jale'nin çalıştığı hastaneye gider. Sekansta Jale eski sevgilisi olan doktor ile odasında sohbet etmektedir; fakat Musa'nın gelmesi Jale'yi memnun etmemiştir. Çocuğu annesini özlemiştir. Anne çocuğunu öperek başını okşamıştır fakat içten değildir. Bunlar annelik güdüsünün Jale'de baskın gelmediğini göstermektedir. İki sekans birlikte ele alındığında kadın başarı bir iş kadını olacaksa anneliği ya da eşliği sorgulanmalıdır. Bir erkek hem başarılı hem baba hem de iyi bir eş olabilir ama kadın değil. Bu ifadeyi Musa karakterinden çıkartabiliyoruz. Musa işi gücü yerinde bir erkek, iyi bir eş ve babadır. Fakat Jale başarılı bir doktor olabilirken; iyi bir anne ya da eş olamamakta ve eğitilmiş olması onun etik değerleri esnetebileceğine imkân vermektedir.

Sekans 7



| Gösteren | Gösterilen | Gösterge |
|--|--|---|
| İnsan 1 | Bahar | Korku |
| İnsan 2 | İki erkek | Kadını güçsüz olarak gören anlayış |
| Çevre | Karanlık bir sokak | Korkuyu oluşturan etmen |
| Nesne | Binalar | Tek başına bir kadının gece dışarıda bulunmaması |
| Sekans | Gece işten çıkan Bahar'ın eve dönmesi ve arkasından onu sözel olarak taciz eden iki kişi | |
| Düz Anlam | | Yan Anlam |
| Bahar işten eve dönerken karanlık bir sokakta arkasından sözel tacizde bulunan iki adamdan korkarak kaçmaktadır. | | Tek başına bir kadın için zaman dilimi farklı işlemektedir. Kadın olan gece dışarı çıkmaz; eğer çıkarsa başına üzücü olaylar gelebilir. |

Sekans 8



| Gösteren | Gösterilen | Gösterge |
|----------|------------|----------|
| İnsan 1 | Bahar | Annelik |

| | | |
|---|--|---|
| İnsan 2 | Doruk | Korku |
| Çevre | Karanlık bir oda | Korkuyu oluşturan etmen ve yaşam alanı |
| Nesne | Yatak ve dolap | Annelik hissini korkulara baskın gelmesi |
| Sekans | Gece işten çıkan Bahar'ın eve döndüğünde binada elektriklerin olmadığı bir anda Doruk'un çılgınlığını duymasıyla koşar adım eve girmesi ve Doruk'u kucaklaması | |
| Düz Anlam | | Yan Anlam |
| Bahar'ın işten eve döndüğünde binada elektriklerin kesik olduğunu görmesi ve Doruk'un çılgınlığıyla eve koşması | | Kadın ise güçsüz ve korkak; anne ise güçlü ve korkusuz. |

Yedinci sekansta Bahar gece vakti işten eve gelirken, arkasında “gezme ceylan bu dağlarda seni avlarlar” şeklinde bir melodi ile gelen iki erkeğin sözel tacizinden korkar ve korku içinde koşar adım uzaklaşmaya çalışır. Hemen sekansın devamındaki bir diğer sekansta eve geldiğinde apartmanların elektrikleri kesiktir ve apartman karanlıktır. Apartmana girerken benzer bir korku ile girer. Merdivenlerden çıkarken bir anda Doruk'un çılgınlığını duyar ve koşar adım eve girip Doruk'u kucaklar. Kadın tek başına iken korkak ve güçsüzdür. Fakat annelik söz konusu olduğunda güçlü bir kimliğe bürünmektedir. Yine annelik kadınlığa baskın hale getirilir. Aynı zamanda kadın kimliğine belirli bir sınır getirmektedir. Kadın için dış çevrede bulunmanın zaman dilimleri vardır. Aksi takdirde başına üzücü olaylar gelebilir.

Bu ve buna benzer çok sayıda sekans bulunmaktadır. Her bir sekansta benzer bir mesaj izler kitle ile buluşturulmakta ve pekiştirilmektedir. Örneğin; Ceyda karakteri varlığını devam ettirmek için Hikmet karakterine sığınmaktadır. Hikmet'in destek vermediği süreçte ev sahibiyle para karşılığı bir ilişki yaşamaktadır. Yeliz karakteri eşi sonrasında zorlu bir hayat yaşamaktadır. Bahar ile aynı tekstil atölyesinde çalışmaktadır. Fakat varlıklı bir erkek ile evlendiği andan itibaren kendisinin ve çocukların hayat standarttı yükselmiştir. İyi giyinen, lüks arabalara binen bir kadın haline gelmiştir. Gerekçe olarak çocuklarının daha iyi şartlarda yaşaması sunulmaktadır. Bu durum kadını yine kendi öz gerçekliğinden kopararak anneliğin ve eril gücün tahakkümüne itmektedir. En temelde dizinin ismi “kadın” vurgusu yaparken, içeriğinde kadını güçsüzleştiren, kadına standartlar getiren, onu ataerkil bir zihniyetin tahakkümüne mahkûm eden bir temsiliyetle sunulmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gerbner televizyonun inançları, düşünceleri, davranışları biçimlendirdiğini söylemektedir. Kurama göre televizyon içerikleri ile gerçeklik yeniden kurgulanmakta ve

kimliklere, mekanlara, sınıflara yönelik dar bir bakış açısına sahip kalıp yargılar geliştirmektedir. Toplumun bakış açısı bu kalıp yargılarla doğru orantılıdır. Çünkü kurama göre medya içerikleri kısa vadede etki etmez, uzun vadede belirli fikirleri, düşünceleri, tutumları ve davranışları insanların zihinlerine eker ve onların filizlenmesi için pekiştirir. Genellikle de izleme oranı ne kadar yüksekse etki de o kadar yüksektir. Hakkında kalıp yargılar üretilenler genellikle kadınlar, çocuklar ve ötekileştirilenlerdir. Bunun temel sebebi medyanın egemen ideolojileri hizmet etmesidir. Medya bu sebeple sistemin devamlılığı için egemen değerleri üretir ve eker. Dolayısıyla kadın ve erkeklerle ilgili de birçok kalıp yargı medya tarafından üretilmektedir. Ve toplum bu kalıp yargılarla düşünmekte, tutum ve davranış geliştirmektedir. Cinsiyete ilişkin kalıp yargılar 5 yaş öncesinden başlayarak ilkokul sürecinde hız kazanmakta ve ergenlik sürecinde yerleşmektedir. Bu sebeplerle medya da ele alınan kimlikler, sınıflar, mekânlar salt gerçekliğiyle ile temsil edilmelidir. Çünkü temsil gerçekliğin kurucu ögesidir.

Araştırma sorularından hareketle elde edilen sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

1. Kadınlar televizyon dizilerinde iyi bir anne ve eş olarak temsil edilerek toplumsal bir kabule işaret edilmektedir. Aksine statü sahibi bir kadın aynı zamanda iyi bir eş ve anne olamamaktadır. Bu durum kadın kimliğini sınırlandırmakta ve kadına belirli davranış kalıplarını dayatmaktadır. Ve kadın iyi bir yaşam için eril bir güce muhtaçtır. Eğer ki bir erkeğin kanatları altında değilse zorlu bir yaşam, mağduriyet ve sefalet kendisini beklemektedir. Anne olarak güçlü, kararlı ve korkusuz; kadın olarak korkak ve güçsüzdür.
2. Kadın ile annelik arasındaki ilişkide dikotomik bir temsil vardır. “Ya kadın ya anne, anne olarak güçlü kadın olarak zayıf; ama hem kadın hem anne olarak güçlü olamaz” mesajı izler kitleye iletilmektedir. Annelik kadının biyolojik yaşantısının bir sonucu iken; bir anda annelik kadınlığının üzerinde tahakküm kuran ve onu yöneten bir üst kimlik haline gelmektedir.
3. Erkek kadının için olmazsa olmaz bir dayanak noktasıdır. Her koşulda güçlüdür. Hem iyi bir baba, hem iyi bir eş hem de başarılı olabilir. Kadın olmasa da varlığını benzer koşullarda devam ettirebilir. Fakat kadın, bir erkeğin tabiri caizse kanatlarının altına girmezse başına üzücü olaylar gelebilir. Hayatın zorlu şartlarında sığınacakları bir limandır. Yoksa alabora olabilirler mesajı izler kitleye iletilmektedir.
4. Kadın belirli rolleri benimsemelidir. Ev kadını, anne, eş. Bunlar toplumun beklentileri ile uyumluluk göstermektedir. Medya da bunları verdikleri mesajlarla pekiştirmektedir.
5. Tüm mesajlar, Gerbner’in acımasız dünya sendromunu işaret etmektedir.

Son olarak ülkemizde son dönemlerde artan tecavüz ve öldürülme vakalarında yaşanan tartışmalara bakıldığında “toplumdaki çoğu insanlar kadınların o saatte orada bulunmamaları gerektiğini, çoğu elbisesinin uygun olmadığını vb.” ifadelerde bulunmaktadır. Bunlar yukarıda sıklıkla vurguladığımız dar bakışa sahip kalıp yargılardır. Ve medya içeriklerinin doğru okunabilmesi için ciddi bir medya okuryazarlığına toplumsal olarak ihtiyaç duyulduğu göstermektedir. Her ne kadar kurama yönelik kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının bulguları bir eleştiri olarak sunulsa da, buradaki temel faktör eğitimidir. En son yaşanan Ceren Özdemir vakasında katil “tek hamlede” öldürebileceği bir kurban aradığını ve sürekli kadınlara yöneldiğini belirtmiştir. Kadın kimliği hakkındaki bu düşüncenin oluşumunda medyanın ciddi etkisi vardır. Benzer programlarda da kadın hep güçsüz, korkak olarak konumlandırılmakta; gece dışarı çıkılmaması, kıyafetlerine dikkat edilmesi gibi sınırlandırmalara tabi tutulmaktadır. Dolayısıyla kadınlar güçsüz kolayca kurban olabilecek kimlikler olarak işaretlenmektedir.

Eğitimin yanı sıra medya içeriklerinin üretiminde çerçeveleme yapısına da dikkat etmek gerekmektedir. Goffman’ın çerçeveleme kuramına göre medya, insanların ne hakkında ve nasıl düşüneceklerini belirler. Çerçevelemenin temel işlevi, olayları belirli şekillerde tanımlamak, olaylar arasında ilişkiler kurarak olayları birbirine bağlamaktır. Genellikle olaylarda belirli yönler ön plana çıkarılarak vurgulanır (Özçetin, .). Medya içeriklerinde olayların, kişilerin ve kimliklerin ele alınış biçimleri de bu sebeple oldukça önemlidir. Üretim sürecinin temel aktörleri gerçekliği saptırmadan paylaşmalıdır. Fakat burada kitle iletişim araçlarının ekonomi-politik yapısı devreye girmektedir. Medyanın sahipliği, mülkiyet ve iktidar ilişkileri olayların medyada ele alınış biçimlerini sermaye sahiplerinin ve iktidarların çıkarları doğrultusunda işlenmesine ve sistemin devamlılığına ilişkin mesajların üretilmesine yol açmaktadır. Burada medyanın etik ilkelerini tekrar gözden geçirmesi ve bu ilkeler doğrultusunda içerik üretmesi şarttır.

Çalışmayı medya üzerindeki devlet denetimi açısından da ele almak gereklidir. Medya özgür olmalı fakat belirli içerikleri toplumsal düzen açısından denetlenmelidir. Kadınlar, çocuklar, ötekileştirilmiş kimlikler ve inançlara mensup bireyler ile alakalı içerik üretiminde salt gerçekliğin işlenerek kurgusallığın gerçekliği tahrip etmemesine dikkat edilmelidir. Özellikle de toplumda kin, hırs, şiddet, ötekileştirme duygularını yaratan içeriklerin engellenmesi için hukuki düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Hukuki düzenlemeler açısından da bilinen gerçeklik, hukuk kurallarının geleneksel olarak erkekler tarafından oluşturulduğu, uygulandığı ve yorumlandığı şeklindedir. Bu durum kadın kimliğinin ikincil plana itilmesine ve kadın sorunlarının özel alana indirgenmesine yol açmaktadır. Hukuk kurallarının oluşturulmasında toplumsal dinamiklerin göz önünde bulundurulması ve erkek egemen bakış açısına takılı kalınmaması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Adorno, W. T. ve Horkheimer, M. (2015). *Sosyolojik Açılımlar*, (Çev. Mehmet Sezai Durgun-Adnan Gümüş). Ankara: Bilgisu Yayıncılık.
- Anık, C. (2014). *İletişim Sosyolojisi Kuramsal Temeller*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Arsan, E., Ünalın, E., ve Türkoğlu, S. (2009). Cinsiyetçilik ve Medya: 'Güzin Abla' Köşesinde Yeniden Üretilen Ataerkil Cins Kimlikleri. *Cogito, Feminizm*, 58, 385-402
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. Ve Demirel F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon, Temsil, Kültür: 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Çelenk, S. (2010). *Ayrımcılık ve Medya*. Hakan Tuncel, Bülent Çaplı (Ed.), *Televizyon Haberciliğinde Etik içinde*, (211-228). Ankara: Fersa Matbaacılık.
- Dalhgren, P. (1995). *Television and The Public Sphere: Citizenship, Democracy and The Media*. İngiltere: SAGE Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. (1998). Gerbner'in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme. *Kültür ve İletişim*, 1 (2), 149-180.
- Erdoğan, İ. ve Korkmaz, A. (2010). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev. Süleyman İrvan). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gerbner, G., Groos, L., Signorielli, N., Morgan, M. ve Beeck, J. (1979). The Demonstration of Power: Violence Profile. *Journal of Communication*, 29 (2), 177 -196.
- Gököl, E., Ergöl, H. ve Cangöz, İ. (2010). Türkiye'de Yoksulluğun ve Yoksulların Ana Akım Basında Temsili. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*. 13 (1), 145-182.
- Güngör, N. (2011). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hall, S. (1997a). *The Work of Representation*. Stuart Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Singfying Practices içinde* (13-74). İngiltere: Open University.
- Horkheimer, Max (2005). *Geleneksel ve Eleştirel Kuram*. (Çev. Mustafa Tüzel). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- <https://www.fox.com.tr/Kadin/hikaye-kunye> (Erişim tarihi: 08/12/2019).
- <https://www.dizisi.info.tr/kadin/rejtingleri/> (Erişim tarihi: 08/12/219).
- Karaman, E. D., ve Dođan, N. (2018). Anelik Rolü Üzerine: Kadının "Anelik" Kimliği Üzerinden Tahakküm Altına Alınması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1475-1496.

- Kaylı, D.Ş. (2014). Türkiye’de Yazılı Basında Parlamentodaki Siyasi Partilerin Kadın Politikalarındaki Temsili: 2011 Genel Seçimleri Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Yasar University*, 9(36), 6261-6380.
- Köse, A. (2010). Türk Basınında Kadın: 2010 Türkiye’sinde Sosyal Haklar Açısından Kadınların Temsili. *Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu*, 401-418.
- Nadim, G. (Yönetmen). (2017, 24 Ekim). Kadın. (Televizyon Yayını). İstanbul: FOX
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1993). *Communication Models for the Study of Mass Communication*. London: Longman.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. (Çev. Konca Yumlu). Ankara: İmge Kitabevi.
- Metin, A. (2011). Kimliğin Toplumsal İnşası ve Geleneksel Kadın Kimliğinin Aktarımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 74-92
- Özçetin, B.(2018). *Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Parsa, S. (1999). Televizyon Göstegebilimi. *Kurgu Dergisi*, 16, 15-28.
- Parsa, S. ve Parsa, A.F.(2004). *Göstergebilim Çözümlemeleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi
- Rifat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC’si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Saktanber, A. (1995). Türkiye’de Medyada Kadın: Serbest, Müsait Kadın veya İyi Eş, Fedakar. Ş. Tekeli (Editör), *1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar içinde* (211-232). İstanbul: İletişim
- Sancar, M.K. (2018). Göstergebilimsel Film Çözümlemelerinin Bergsoncu Eleştirisi. *SineFilozofi Dergisi*, 3(6), 23-38.
- Topbaş, S. (2008). Kitle İletişim Araçlarının Söylem Biçiminde Kadının Yeri. <https://m.bianet.org/biamag/kadin/106699-kitle-iletisim-araclarinin-soylem-biciminde-kadinin-yeri> (Erişim tarihi: 06/12/2019)
- Türk, M. S. (2014). Medyanın Gerçeklik İnşası ve Gerçeklik Algısı. *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset Ve Kültür Dergisi*, 5(28), 9-32.
- Türk Dil Kurumu (TDK). Temsil. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=temsil> (Erişim tarihi: 06/12/2019)
- Yar, M. (2012). Crime, Media and the will-to Representation: Reconsidering Relationships in the New Media Age. *Crime Media Culture*, 8(3), 245– 260.