



**kültürveiletişim**  
*culture&communication*

2009 • 12(2)  
YAZ • SUMMER



# kültürveiletişim

culture&communication

2009 12(2) • yaz/summer

ki, iletişim, kültür eleştirisi ve toplumsal düşünce alanlarında üretilen en iyi eleştirel yazıları yayımlamaya adanmış disiplinlerarası akademik bir dergidir. ki, eleştireliliği, aklın sınır ve imkânlarının araştırılması yolunda her türlü dogma karşıtlığı olarak tanımlar. ki'nin kapıları iletişim çalışmalarına olduğu kadar insan varoluşunun ve kültürünün temel bileşeni olan iletişimin içerildiği tüm düşünce boyutlarına -tüm sosyal bilim disiplinlerine, insan bilimlerine, tüm yöntemlere ve bunların keşim noktalarından doğacak arayışlara- açıktır. ki, "hakemli" bir dergidir; dergiye yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, yazarın kimliğini bilmeyen uzman hakemler tarafından değerlendirmeye alınır. ki yılda iki kez, Ocak ve Temmuz aylarında yayımlanır. ki'nin yayın dilleri Türkçe ve İngilizce'dir.

**Editör Editör**  
Nur Betül Çelik

#### Yayın Kurulu Editorial Board

Ayşe İnal  
Bülent Çaplı  
Halil Nalçaoğlu  
Meral Özbek  
Mine Gencil Bek  
Mutlu Binark  
Nejat Ulusay  
Nur Betül Çelik  
Ülkü Doğanay

#### Editör Asistanı Editorial Assistant

İlksen S. Dinçtürk  
Başak Özçarıkçı

**Tasarım Design**  
m. Sobacı

**Uluslararası Değerlendirme ve Danışma Kurulu**  
*International Review and Advisory Board*  
Ackbar Abbas, *University of Hong Kong*  
Armand Mattelard, *University of Paris - VIII*  
Briankle G. Chang, *University of Massachusetts*  
Kuan-Hsing Chen, *National Tsing-Hua University*  
Lawrence Grossberg, *University of North Carolina at Chapel Hill*  
Michael Morgan, *University of Massachusetts*  
R. Radhakrihnan, *University of California, Irvine*

ISSN 1301-7241

**Yönetim Yeri Administrative**  
kültür ve iletişim culture& communication  
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Cebeci 06590 Ankara Turkey  
tel (+90.312) 319 77 14 / 247  
fax (+90.312) 362 27 17  
ki@media.ankara.edu.tr  
http: // ilef.ankara.edu.tr/ki

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi  
adına Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:  
Prof. Dr. Haluk Geray

Baskı: Rekmay Reklam Tanıtım Ltd.  
Cihan Sokak 12/B Sıhhiye • Ankara  
Tel: (0312) 231 09 26  
Baskı Tarihi: 29 Eylül 2009

Yerel Süreli Yayın

kültür ve iletişim Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından yayımlanmaktadır.  
© 2009 kültür ve iletişim. Tüm hakları saklıdır.

## *İçindekiler*

5

Editör'den  
*Nur Betül Çelik*

9

Televizyon Format Uyarlamalarında Kimliğin Mührü:

*Hayalin İçin Söyle*  
*Sevilay Çelenk*

47

Televizyon Program Formatları:  
"Çarkıfelek" ve "Kim 500 Milyar İster"  
Programları Üzerine Bir İnceleme  
*Ercan Balcı*

79

Televizyon Dizilerinin Kadına Yönelik Şiddet  
Temsillerinde Ataerkil Rejimin İdeolojisi  
*Şerife Çam*

133

Gazete Haber Başlıklarında Öteki'nin İnşası  
*Yurdagül Bezirgan Arar ve Nuri Bilgin*

159

Küresel Medya Ürünlerinin Yerelleştirilmesiyle  
Ulusaşırı Gençlik Kültürlerinin İnşası:  
*Rolling Stone/Türkiye Örneği*  
*Murat İri*



## Editör'den...

Kültür ve İletişim dergisinin on ikinci yılının ikinci sayısıyla karşınızdayız. Bu sayımızda beş makale yayımlıyoruz. Hoş bir tesadüf ki bu sayımızın beş yazısından üçü televizyon ile ilgili makaleler. Bunlardan ilki Sevilay Çelenk imzasını taşıyor, başlığı ise “Televizyon Format Uyarlamalarında Kimliğin Mührü: *Hayalin İçin Söyle*”. Yazının amacı, bir *reality*-yetenek yarışması olan *Hayalin İçin Söyle*'nin bir sezonunu inceleyerek, yabancı formatlardan uyarlanan televizyon programlarının kültürel kimliğin aşırı bir dışavurumu ile imlendiklerini göstermektir. Çelenk, kimliğin dışavurumundaki bu aşırılık halinin “popülist ve dışlayıcı bir milliyetçi söylemi kışkırttığı”nı iddia etmektedir. Yerel içerikler yabancı format arasında var olan gerilimin, özellikle *reality* televizyon programlarında yabancılaşma kaygısını giderecek bir ulusallık vurgusunu ortaya çıkarttığını belirten yazar, bunun sonucu olarak popüler milliyetçi bir söylemin programı belirler hale geldiğini savlamaktadır.

**Nur Betül Çelik**  
Editör

Televizyon ile ilgili ikinci makale, “Televizyon Program Formatları: *Çarkıfelek* ve *Kim 500 Milyar İster* Programları Üzerine Bir İnceleme” başlığını taşıyor ve yazarı Ercan Balcı. Yazar bu çalışmasında, televizyon formatlarının yerel ve ulusal kültürlere uyumlu hale getirilmeleri olgusu çerçevesinde bir dizi soruya yanıt arıyor: “Program formatları her ülkede gerçekten hiç değiştirilmeden mi yayınlanmaktadır? Birbirinden oldukça farklı kül-

türlerle temas ettiği noktada ne tür dirençlerle karşılaşmaktadır? Dirençle karşılaştığı durumlarda kültürel dokuya ne şekilde uyum göstermektedir? Formatlar aracılığıyla yerel ya da ulusal kültürlerle uyumlu hale getirilen programlar, gerçekten yerel bir nitelik mi kazanmaktadır; yoksa küresel medya içeriklerine atfedilen homojenleştirici/benzeştirici karakteristik farklı bir formda yeniden mi üretilmektedir?” Balcı'nın makalesi, pek çok ülkede aynı formattan uyarlanarak yayınlanan yarışma programlarının incelenmesi yoluyla bu soruları yanıtlamaya çalışmaktadır.

Yabancı format ve yerel kültür arasındaki gerilimi konu edinen bu iki makalenin ardından Şerife Çam'ın “Televizyon Dizilerinin Kadına Yönelik Şiddet Temsillerinde Ataerkil Rejimin İdeolojisi” başlıklı makalesini yayımlıyoruz. Çam'ın çalışması, televizyon dizilerinin söyleminin aşk, aile ve cinsiyet tasarımları üzerinden kadına yönelik şiddet temsillerini tartışmaktadır. Makale, dört temel meselenin etrafında kurulmuştur: İlk olarak, televizyon dizilerinin şiddet edimlerini toplumsal olmaktan çok bireysel sorunlar olarak kodlamaları üzerinde durulmaktadır. Makalenin sorun olarak altını çizdiği ikinci konu, dizi söyleminin kadına yönelik şiddet edimlerini zalim-masum veya cani-kurban ikilikleri aracılığıyla resmetmesidir. Üçüncü sorun, kadına yönelik şiddet edimlerine verilen tepkilerin niteliği ile ilgilidir. Çam, tepkinin şiddeti uygulayanın bireysel ve niyetsel özelliklerine göre farklılaşabildiğini belirtmektedir. Yazı boyunca, bu farklılaşmanın hangi eksenlerde ortaya çıktığı üzerinde de durulmaktadır. Yazarın son vurgusu, kadına yönelik şiddetin karikatürleştirildiği ve erotikleştirildiği temsillere dairdir. Yazar bu dört noktada ataerkilliğin ideolojik bir nitelik kazandığına dikkat çekmektedir.

Derginin bu sayısının dördüncü yazısı, Yurdağül Bezirgan Arar ve Nuri Bilgin'in “Gazete Başlıklarında Öteki'nin İnşası” başlıklı araştırmasıdır. Yazarların ifadesiyle araştırma, “Türk basınında farklı yönelimlerden dört ulusal gazetenin ilk sayfalarında yer alan haber başlıklarında, çeşitli grupların, kurumların veya bunların özdeşleştirildiği anlayış ve değerlerin ötekileştirilme

tarzları üzerine odaklanmaktadır". Araştırmada içerik analizi yoluyla gazetelerde kullanılan ötekileştirme stratejileri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Murat İri tarafından kaleme alınan "Küresel Medya Ürünlerinin Yerelleştirilmesiyle Ulusaşırı Gençlik Kültürlerinin İnşası: *Rolling Stone*/Türkiye Örneği" başlıklı çalışma, bu sayının son özgün makalesi. Yazarın ulus-aşırı sermayenin bir ürünü olarak *Rolling Stone* dergisinin Türkiye'de ve ABD'de yayımlanan paralel sayılarını karşılaştırdığı bu araştırma, gençlik kültürünün bu tür küresel kültür ürünleriyle nasıl dönüştürüldüğünü ve homojenleştirildiğini sorgulamayı hedefliyor. Tıpkı, bu sayının televizyon formatlarını sorgulayan yazılarında olduğu gibi Murat İri'nin bu yazısında da küresellik ve yerellik arasındaki gerilim, bir kültürel ürünün analizi yoluyla tartışmaya açılıyor.





# Televizyon Format Uyarlamalarında Kimliğin Mührü: Hayalin İçin Söyle

## Özet

Sınırları olmayan televizyon olgusu, sıklıkla, ulusal televizyonun kültürel kimliğe “yabancılaşması” tehdidi ile birlikte düşünülmüştür. Söz konusu “yabancılaşma” endişesi format uyarlamalarına yönelik incelemelere de nüfuz eden bir endişedir. Bu makale, televizyon programlarına her zaman kültürel bir semiyosferin hâkim olduğu düşüncesinden yola çıkarak, yabancılaşma endişesine bütünüyle karşı istikamette yol alan “kültürel aşırılıklar” meselesine odaklanmaktadır. Yazıda, kültürel kimliğin belirgin niteliklerinin, yabancı formatlardan uyarlanan televizyon programlarını bütünüyle ele geçirebileceği tartışılmaktadır. Kimliğin dışavurumundaki aşırılık hâli popülist ve dışlayıcı bir milliyetçi söylemi kışkırttığı için dikkate alınması gereken bir eğilimdir. Bu tür bir aşırılığa eğilimi, “sıradan” insanları ve sıradan meseleleri merkezine yerleştiren *reality* TV programlarında yaygın biçimde görülen bir eğilimdir. Makalede, *Star TV*'de yayınlanan *Hayalin İçin Söyle* adlı reality-yetenek yarışmasının bir sezonu incelenerek, yukarıda söz edilen konular tartışılmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** uluslararası format ticareti, format uyarlamaları, sıradan televizyon, sıradan milliyetçilik, kültürel kimlik.

## *The Seal of Identity in Television Format Adaptations: Singing for a Dream*

### Abstract

Television without borders as a fact has often been reflected on with a fear of estrangement of national televisions to cultural identity. This fear also penetrates scholarly works focusing on format adaptations. Beginning with the premise that television contents are always dominated by a cultural semiosphere the paper first focuses on “cultural excessivenesses” that run just the opposite direction from “cultural estrangement”. The paper argues that salient characteristics of cultural identity could fully conquer the adaptations of foreign formats. Because of the fact that the excessiveness in expression of identity provokes a populist and exclusive nationalist discourse, it must be seriously taken into account. Such an exclusive excessiveness is a widely seen tendency of reality TV programs which place the ordinary people and the quotidian into the center. This paper discusses the issue by analyzing a full season of *Singing for a Dream*, reality-talent competition broadcast on *Star TV*.

**Keywords:** international format trade, format adaptations, ordinary television, banal nationalism, cultural identity.

**Sevilay Çelenk**

*Ankara Üniversitesi  
İletişim Fakültesi*

## Televizyon Format Uyarlamalarında Kimliğin Mührü: Hayalin İçin Söyle<sup>1</sup>

1

Bu çalışma 27 - 29 Haziran 2008 tarihlerinde Britanya/Reading Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen *Television without Borders* konferansı kapsamındaki, "*Global and National Cultural Identities*" başlıklı panelde sunulan tebliğin gözden geçirilmiş ve bir hayli genişletilmiş bir versiyonudur.

2

*Hayalin İçin Söyle* adlı programa gönderilen bir izleyici mektubundan alınmıştır (8 Şubat 2008, 4. sezon, 8. hafta).

3

Format, bir dizi farklı bölümü üretilen program, birliğini ve her bölümün yapısal standardını verebilmek için tanımlanmış ilkeler ve kurallar bütünüdür (Moran, 1998: 13). Format kapsamında, belirli bir televizyon şovunda izlenecek kurallar ve ilkeler yanında, şovun konsepti, katılımcıların niteliği, mekan ve dekorasyona ilişkin birçok ayrıntı da düzenlenir.

*Babam hiç takım elbise giymedi, televizyonda size bakıyor ve "İbrahim Tatlıses'in elbisesi ne güzel" diyor. Sizden ricam İbrahim Bey, üstünüzdekini babama verir misiniz?*<sup>2</sup>

*Hayalin İçin Söyle* adlı popüler televizyon programına bir izleyicinin gönderdiği mektupta bu sözler yer alıyordu. Programın sunucusu, küçük bir izleyiciden gelen bir mektubu okuyacağını söylediğinde, elbette ne katılımcılar ne de ekran başındaki izleyici böyle bir şey duymayı bekliyordu. Bununla birlikte, on bir yaşındaki izleyicinin bu alışılmadık isteği pek de şaşırtıcı bulunmamıştı. Çünkü bu, Türk televizyonunun ışıltılı dünyasından pay almayı uman izleyicilerin beklenmedik isteklerinden yalnızca biriydi. Diğer bir deyişle bu istek, kendi tuhaflığını sıradanlaştıran bir yerellik ve kültürellik içinden dile getiriliyordu. Türkiye'nin en popüler sanatçılarından biri olan İbrahim Tatlıses'ten, jüri üyesi olarak yer aldığı bu programda birçok şey talep edildi. Söz konusu mektupta ise "sırtındakini de çıkarıp vermesi" isteniyordu. Yine de, yabancı bir formattan<sup>3</sup> uyarlanan *Hayalin İçin Söyle*'yi gereğinden fazla yerelleştiren, adeta yerelliği bir "aşırılık" olarak kuran en ilginç şey bu değildi. Her dönem popüler olmasa da, yarım yüzyıldır Türkiye'nin en ünlü sanatçılarından biri olan diğer jüri üyesi Muazzez Abacı'nın, şarkı söyleyen engelli bir yarışmacıya, "kurban olurum sana" diyerek tezahüratta bulunması da kültürel farkın en ilginç ifadelerinden biri sayılmazdı. Çünkü yerel içerik ile yabancı format arasındaki gerilim, *Hayalin İçin Söyle*'yi, her tür

“yabancılık” endişesini bertaraf edecek ölçüde “ulusal” olmaya zorluyor ve hatta bundan da öte, programın popülist bir milliyetçi söyleme sürüklenmesine yol açıyordu.

Bu yazıda, söz konusu sürüklenmeyi ve bunun sonuçlarını tartışmak üzere incelenecek olan *Hayalin İçin Söyle* adlı şov, Meksikalı televizyon devi *Televisa*'nın uluslararası formatlı şovlarından biri olan *Cantando por un Sueno*'nun (*Singing for a Dream*) Türkçe sürümüdür. Şov, *reality TV*<sup>4</sup> ve yetenek yarışmalarının melez bir biçimidir. Şovda, popüler sanatçılardan oluşan üç kişilik bir jüri ile yarışmacılara eşlik ederek şarkı söyleme yeteneklerini geliştirmelerine yardımcı olan birer yarışmacı koçu bulunmaktadır. Yarışmacı koçları, jüri üyeleri kadar popüler olmamakla birlikte, kamuoyunun yakından tanıdığı şarkıcılardır. Şovun esas katılımcıları ise, yaşadıkları trajedilerle ilgili çeşitli dilekleri ya da hayalleri olan ve şarkı söyleyebilen, tercihen genç yaştaki, sıradan insanlardır.

Bu çalışma bakımından şovun önemi de, sıradan katılımcıları anlatının merkezine yerleştiriyor olmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü makale, sıradan insanları ekrana getiren birçok televizyon programının olduğu kadar, format uyarlamalarının da taşıdığı bir eğilime odaklanıyor; kültürel kimliğe, ulusal niteliklere ya da üstünlüklere ısrarla vurgu yapma eğilimine. Bu eğilim çoğu kez milliyetçi söylemlere sürüklenmeyle son bulduğundan, konuya yakından bakmak da önem kazanıyor. Format uyarlamalarında bu sürüklenme, bir biçimde “yabancı” oldukları bir format içinde,

4

“Reality television” kavramına Türkçe karşılık olarak “gerçeklik televizyonu”nun önerildiğini belirtmek gerekir (Kılıçbay, 2005). Ancak gerek popüler ve endüstriyel alanlarda gerekse akademik alanda daha yaygın biçimde terimin orijinal hâli kullanılmaktadır. Bu nedenle metinde, televizyon çalışmaları literatüründe yerleşiklik kazanmış olan “Reality TV” terimini kullanmayı tercih ediyorum.

kendini ifade imkânı arayan yarışmacıların yaşadığı gerilim nedeniyle iyice belirginleşiyor. Mahremiyetlerini bir anda bütün bir ülkeye açan yarışmacılar, bu gerilim içinde sempati toplamaya uğraşırken, sıklıkla, ulusal/kültürel ortaklıklara ve yükselen değerlere tutunuyorlar. Jüri üyeleri ve yarışmacı koçları ise hem reyting kaygısıyla hem de esasen aşına olmadıkları “jüri üyeliği ve koçluklarla” başa çıkabilmek adına, popülist bir tarzla, hayata ve yarışmacılara dair yorum üretiyorlar. *Hayalin İçin Söyle* söz konusu olduğunda, bu yorumların en kolay eklemenebileceği söylem de popülerleşen milliyetçilik söylemi. İncelediğim sezonda (2007/2008), şovun yayınının Kuzey Irak’a yönelik sınır ötesi operasyonla çakışması bu söylemin yüksek bir sesle açığa vurulmasını kolaylaştırdığı kadar, daha yakından incelenmesine yönelik bir ilgi de yaratıyordu. Milliyetçiliğin farklı bağlamlar ve konjonktürlerde farklı görünüm kazandığı bilgisi, söz konusu dönemde reel toplumsal hayatta yükselen milliyetçilik kadar, adı geçen şovda temsil imkânına kavuşan milliyetçiliğin de niteliğini anlamaya kışkırtmaktaydı. Makale, bu ilgi çerçevesinde, gerek toplumsal hayatta gerekse televizyonda yüksek sesle konuşan bu milliyetçiliğin ses tonunu alçaltmaya, başka bir deyişle, sıradanlaşmaya direnme telaşındaki bir milliyetçilik olup olmadığını da tartışmaktadır.

Televizyon format uyarlamaları genellikle başka türlü bir ilginin konusu oldu; biçim olarak yabancı olmanın içerikte de bir yabancılaşmaya yol açacağı endişesinden kaynaklanan bir ilgi. Kültürel üretim alanlarında yerel içeriklerin baskın olmasının her zaman otantik kültürün korunması anlamına gelmeyebileceği ve “yerelliği” ifade biçimlerinin, demokratik bir toplum hayatı bakımından arzu edilmeyecek görünüm alabileceği konusu ise sıklıkla ihmal edildi. Oysa televizyonu anlamak için olduğu kadar, televizyon eleştirisini “doğru” bir yerden kurabilmek bakımından da ihmal edilen bu nokta üzerinde durulması önemlidir. Bundan da öte, böyle bir tartışma, farklı kültürel kimliklerin birlikte var olmasına televizyon anlatısının ne ölçüde imkân sunduğunu görebilmek bakımından da gereklidir.

Makalede, *Hayalin İçin Söyle* adlı programın dördüncü sezonunda yayınlanan bölümler, eleştirel bir okumadan geçirilmektedir. Programın yayın döneminin TSK'nın Kuzey Irak'a yönelik sınır ötesi operasyonu ile çakışması, anlamın her zaman bağlamsal olarak üretildiği bilgisini teyit etmekle kalmamış, metin-bağlam ilişkisinin, karşılıklı olarak kurucu bir ilişki olduğunu da açıkça görünür hale getirmiştir. Yabancı bir formatı bize ait kılan, bütünüyle ele geçiren de bu bağlamsallıktır. Yine de, özel bir dönemde ve tekil bir şovu inceleyerek, format uyarlamalarına ve hatta televizyona ilişkin daha genel çıkarsamalara varmak, politik konjonktürdeki bu "geçicilikler" sayesinde değil, kültürel hayattaki "devamlılıklar" sayesinde mümkündür; kültürün de her zaman politik bir içeriğinin olduğunu hatırlamak koşuluyla. Programı bu çerçevede incelerken, bağlamsal-eleştirel bir metin analizinin kaygan zemininde savrulmamak için, tutunabilecek çözümlene kategorileri önem kazanıyordu. Bu anlamda çalışmada, iki temel kategoriye tutunduğumu söyleyebilirim: İlki, şovun tüm katılımcılarının "biz" kurgusunu oluşturan "ortaklıklar"dır; ortak yoksunluklar nelerdir, bunların üstesinden gelmek üzere devreye giren yüceltmeler ve hayallerde de ortaklık kuruluyor mu? İkincisi, "biz" kurgusunu tehdit eden "çatışma ve çelişkiler"in nerelerde ortaya çıktığı veya nasıl dile getirildiğidir.

Politik konjonktüre de bağlı olarak, "biz kurgusu" ve bu kurgunun aynı zamanda çatlaklarla malul olması, en çok bu iki kategori sayesinde görünürlük kazanmaktaydı. Popülerleşen milliyetçilik tam da burada, hem kurguyu tamamlamak hem de çatlağı sıvamak için devreye girer.

Format uyarlamalarında kültürün mührünü göstermek için izlediğim teorik hat, bu çerçevede, "sıradan televizyon" olarak tanımlanan *reality TV* (Bonner, 2003) ve onun en büyük keşfi olan "sıradan insan"dan başlıyor, "sıradan milliyetçilik" ile (Billig, 1995) bu iki olgunun nasıl eklemlendiği konusuyla devam ediyor. Makalede bu doğrultuda, milliyetçilik eksenindeki bir literatürü değil, televizyon çalışmaları içinden "televizyon, kimlik ve milliyetçilik" meselesine odaklanan bir literatürü inceliyorum. Milli-

5

Skovmand bu araştırmada *Çarkı Felek (Wheel of Fortune)* programının ABD, Danimarka, Almanya ve İŖveç sürümlerini karşılaştırma olarak incelemiştir.

yetçilik konusuyla ilgili olarak ise, televizyon çalışmalarına önemli bir açılım sağlamış olan Michael Billig'den ve Türkiye'de yükselen/popülerleşen milliyetçiliği analiz eden yakın tarihli çalışmalardan yararlanıyorum.

### Televizyon, Kimlik ve Milliyetçilik

Televizyon çalışmalarında kültürel kimlik meselesi farklı odaklanmalar içinden ele alınmıştır. Araştırmacılar gerek kendi ülkelerindeki belirli televizyon programlarını (Aslama ve Pantti, 2007; Tunç, 2002) gerekse bir ülkedeki belirli bir etnik topluluğa yönelik yayın yapan televizyonları "kimlik" sorunsalı etrafında tartışmışlardır (Dhoest, 2007; Milikowski, 2000). Küresel televizyon menzili içindeki programların farklı ülkelerdeki farklı sürümlerini karşılaştıran çalışmalar yapılmıştır (Skovmand, 1992)<sup>F</sup>. Yapılan çalışmaların bazıları kültürel alanın "Amerikanlaşma" olarak anılan asimilasyonunu (Sparks ve Tulloch, 2000) bazıları da küresel ölçekte dolaşıma giren yeni formatlar ve türlerin yerel olana sunduğu "görülebilir" olma olanaklarını öne çıkarır. Televizyon incelemelerinde, *American Idol* türü *reality*-yetenek yarışmalarının farklı ülkelerde aldığı kültürel biçimlere ve izleyiciyle kurduğu etkileşime de giderek daha fazla önem atfedilmektedir (Coutas, 2006).

Yakın tarihli kimi incelemelerde, farklı etnik kökenlere sahip topluluklar barındıran ve kaosun hüküm sürdüğü çetlitli ülkelerde, *reality* TV örneklerinin politik hayatla girdiği karmaşık temsil ilişkisini anlama çabası da söz konusudur. Bu çerçevedeki önemli ve ilginç bir çalışma, eski Yugoslavya'nın parçalanması ile kurulmuş altı farklı ülkeden biri olan Makedonya'da yayınlanan ve diğer beş ülkenin her birinden, nüfusun çoğunluğunu temsil eden, biri kadının biri erkek olmak üzere ikişer katılımcının yer aldığı, *That's Me (Tom Sam Ja)* adlı, ilgiyle izlenen program üzerinedir. Söz konusu çalışma, milliyetçilik ve kimlik meselesini Balkan *reality* televizyonu çerçevesinde çözümlenmeye çalışır (Volcic ve Andrejevic, 2009).

Politik-*reality* olarak da anılan bu tür çalışmalarda, “sokaktaki insanın” televizyon dünyasının bir parçası olma süreci, bireysellik, demokratikleşme ve toplumsal uzlaşma arayışları bağlamında irdelenmektedir.

Bu çerçevede anılması gereken bir diğer çalışma da Arap *reality* televizyonu etrafında dönen polemikler üzerinedir. Söz konusu inceleme, format uyarlamalarını Batı modernliğinin taklitleri olarak bir tarafa atmanın, mezleklik ve karışık-soyluluk (*métissage*) kavramlarıyla çok daha iyi anlaşılabilirlik girift uyarlamaları göz ardı etmek olacağını vurgular. Arap ülkelerinin “Batı modernliği”nden farklı çoklu-modernliklerinin, *reality* TV etrafındaki münakaşaları nasıl kullandığına, *reality* TV’nin hayati önem taşıyan toplumsal ve politik konular etrafındaki tartışmaları nasıl tetiklediğine, kültür ve politika arasındaki karşılıklı etkileşime odaklanır (Kraidy, 2008: 50-51).

Sıradan insanları<sup>6</sup> bir araya getirerek, televizyonun şöhret ve eğlence dünyasının bir parçası yapan *reality* programlar, iktidarın yeniden üretimi, dil ve anlam mücadelesi gibi konularda da zengin bir çözümleme malzemesi sunar. Bu çerçevede, “sıradan insan”ın televizyonun önceden kurulmuş ve tasarlanmış diline yönelttiği, yıkıcılık (*subversive*) potansiyeline odaklanan ilginç çalışmalar da yapılmıştır (Öncü, 2000).

Küreselleşmenin televizyon yayıncılığı alanındaki sonuçlarını, gelişkin televizyon teknolojisi ve üretimine sahip ülkelerden diğerlerine doğru, tek yönlü bir program akışı çerçevesinde düşünen araştırmalar kadar, bunun tam tersi bir akışa odaklananlar da bulunmaktadır. Ulusal televizyonların diaspora nüfusuna yönelik yayınlarını, başka bir deyişle, ulusötesi televizyon (*transnational television*) deneyimini irdelleyen bu araştırmalarda, diaspora nüfusuna sunulan “kimlik,” “aidiyet” ve “tutumum” olanakları incelenir (Aksoy ve Robins, 2000). Yapılan araştırmaların başka bir vurgusu da küreselleşme olgusunun hem uluslararası medya sermayesinin ulusal şirketler ve aktörlerle ortaklıklar kurması hem de format uyarlamaları aracılığıyla kültürel alana dahil olma bakımından ye-

6

Elinizdeki makalede, “sıradan insanlar” kültürü, ekonomi, siyaset ve bürokrasi alanlarının olduğu kadar toplum yaşamının çeşitli nedenlerle ünlü ve görünür kıldığı kişilerin veya bu alanın elitlerinin dışındaki yurttaşları ifade etmektedir.

ni bir deneyimi gündeme getirdiğidir; kü-yerel (*glocal*) televizyon deneyimi (Richardson ve Meinhof, 1999: 91). Buradan yola çıkarak, sözgelimi, ne *CNN Türk*'ü küresel televizyon devi *CNN*'in Türkiye'deki uzantısı olarak görmek mümkündür ne de mesela *Çarkı Felek*'i uluslararası televizyon formatı *Wheel of Fortune*'nın Türk kültürüne büsbütün yabancı olan programının “yabancılaşmış” bir tercümesi. Bunun yerine, söz konusu deneyimleri kü-yerel deneyimler olarak kavramak gerekir. Kısacası bu deneyimler, küreselin kuşatıcı ve mütehakkim uzantıları olarak da, yerelin dönüştürücü ve direnişçi gücünü açığa vuran kültürel görünümeler olarak da artık değerlendirilemezler.

Aslında televizyon tıpkı sinema gibi başından itibaren küresel bir deneyim olarak karşımıza çıkar. Çünkü “küresel”, “sınırları olmayan” ya da “ulusötesi” televizyon gibi kavramlar henüz terminolojiye hiç girmemişken bile, televizyonun programcılık ve yayıncılık olarak ayırt edebileceğimiz iki önemli ayağından biri ulusötesi bir alana zaten uzanmaktaydı. Televizyonun kültürel muhtevasını oluşturan programlar, yayıncılığın ilk yıllarından başlayarak önemli oranlarda, başta ABD ve İngiltere olmak üzere büyük Batılı ülkelerde üretiliyor ve diğer ülkelere de servis ediliyordu. Günümüzde küresel televizyon deneyimi, kuşkusuz, çok daha geniş ölçekli bir etkileşimler ağını işaret ediyor. Bir yandan küresel televizyon endüstrilerini ve uydu yayıncılığı aracılığıyla kıtadan kıtaya yolculuk eden televizyon sinyalinin, öte yandan da bu karmaşık teknolojik ve endüstriyel ilişkiler ağı içinde -temelde üç farklı yoldan- gerçekleştirilen program ticaretini anlatıyor: doğrudan satış, ortak yapım ve format ticareti (Moran, 1998: 25).

Kuşkusuz, kültürel alanın kolonize edilmesi ve kimlik sorunları bakımından en fazla tartışma konusu olan programlar ithal programlardır. Ortak yapımlar görece güvenli sulara seyretmeyi temsil ediyor. Çünkü bu yapımlar iki tarafın az ya da çok eşit katkısı ile şekilleniyor. Format uyarlamaları ise -orijinallerinin yabancı olduğunu unutturacak kadar yerel bir görünüm kazanmalarına rağmen- kültürel olarak yabancılaşmaya yol açabilecekleri eleştirisinden kaçamıyorlar. Ancak bu eleştiri, format uyarlamalarında



küresel biçim<sup>7</sup> ve yerel içeriğin karşılaşmasından doğan gerilime değinen bir eleştiri değil. Oysa bu, üzerinde düşünülmesi gereken bir gerilimdir. Düşünülmesi gereken ikinci konu da, farklı coğrafyalarda dolaşıma giren programların izleyiciye cazip gelmesinin, ancak, bu gerilimi en aza indirecek ve farklı yerellikleri sarabilecek “gevşek” biçimlere sahip olmalarıyla mümkün olduğudur. En “gevşek” biçim, muhtemelen yükselen değerlerle rahatlıkla doldurulabilecek ve onlara eklenilebilecek bir biçimdir.

Format uyarlamalarıyla televizyon alanına dahil olan “gevşek” biçimler, popüler söylemlerle doldurulmaya her zaman elverişli olmuştur. Bu, elbette sistemli bir planlama meselesi değildir. Küresel medya endüstrilerinin çok aktörlü ve polimorf yapılanması düşünüldüğünde, böyle bir planlama mümkün olamaz da. Bu durum, altı çizilerek söylenecek olursa, bir “eklemlenme” meselesi olarak gündeme gelir. Format ticaretinin aktörleri bakımından, alıcı ülkenin kendi kültürelliği ve yükselen değerleri ile içine rahatlıkla yerleşebileceği formatlar üretmenin kârlılığını keşfetmek, bu tür bir eklemlenme için gerekli ilk adımı oluşturmaktadır.

Bonner'in belirttiği gibi, 1990'larda televizyon programlarında görülen önemli gelişme, *reality* TV kategorisinin, bu terimin tanımladıklarına ilişkin kavramsal karmaşa ile birlikte öne çıkmasıdır (2003: 24). Bonner, sıradan ve gündelik meseleler kadar sıradan insanları da ekranın bir parçası yapan yaşam tarzı programlarını ya da *reality* TV örneklerini tanımlamak için “sıradan televizyon” kavramını önerir. Bu programlar gerçekliği ve şovu kaynaştıran, dans etmek ve şarkı söylemek gibi farklı yeteneklerin yarıştırdığı melez şovlarla, oyun türü yarışmaları (*game show*) ve çeşitli amaçlar etrafında bir araya getirilmiş katılımcıları, uzun süreli gözetlemeye dayanan *Big Brother*, *Survivor* gibi programları kapsar. Bonner, *reality* TV'de katılımcı olarak yer alan kişileri ise “sıradan insanlar” olarak adlandırır fakat bunun aşağılayıcı bir vurgu içermediğini de ekler.

Bonner'ın vurguladığı üzere, “sıradan televizyon” örnekleri nadiren ithal edilir. Bunun yerine bu programların lisanslı bir for-

7

Format her şeyden önce bir “biçim” olarak karşımıza çıkar. Ancak buradaki “biçim,” içeriği mümkün kılan ve “ayrılmaz” bir boyuttur. Corner'in belirttiği gibi, “biçim, elbette, televizyon metinselliğinin temel bir boyutudur. Bu boyuta değinmeyi ihmal etmek, ‘televizüelliğin’ dönüştürücü işleyişini bir süreç ve bir kültürel tarz olarak dikkate almaksızın, ‘içeriği’ tartışma nahifliğine kayma riskini getirir” (Corner, 2007: 367)

8

Ancak, orijinal formatın patentine sahip olan tarafın, bu programı uyarlamak üzere lisans almaya talip olan ulusal yapımcılardan, formatın başat unsurlarının korunacağına dair garanti aldığı da eklemek gerekir. Uyarlamalarda yapılacak kültüre özgü değişiklikler, programın temel konseptine ve ilkelerine aykırı olmamalıdır.

mattan uyarlama hakkını satın almak daha yaygın bir yöntemdir (58). Birçok ülkede *reality* TV örneklerinin format lisanslarının alınarak uyarlanmalarının tercih nedeni; formatlı programların zaten “kültürel beden” için en uyumlu elbiseyi sunuyor olmasıdır. Formatlı programlar tıpkı esnek bir elbise gibi kolayca bu bedenin şeklini alır. Format ticareti üretici ve kârlı bir etkinlik alanı olduğu müddetçe, lisanslı formatlar da kültürel hayatı kolaylıkla sarabilecek biçimler sunacaktır<sup>8</sup>. Kısacası, format uyarlamaları, ağır bir yerellik üretmeye yatkındırlar. Bundan da öte bu programlar, uygun koşullar oluştuğunda, kolaylıkla yerelliğin kültürel tonunu içerenin ötesine geçerek, aşırılışmaya, “milliyetçi” vurgular üretmeye meylederler. Televizyon programlarında bu durumun yaygınlaşmasının, süreç içinde milliyetçiliği sıradanlaştırması; milliyetçi söylemleri, ulusal ya da kültürel kimliğin gündelikleşen ifade araçlarından birine dönüştürmesi de kaçınılmazdır.

Medya ve televizyonda milliyetçiliği sorunsallaştıran çalışmaların artışı, sözü edilen gelişmelerle ilişkilidir. Bu sorunsala eğilen çalışmalar için Michael Billig’in “sıradan milliyetçilik” kavramı esin verici bir kavram olmuştur (Aslama ve Pantti 2007; Dhoest, 2007; Law, 2001; Richardson ve Meinhof, 1999). Her ne kadar Türkiye’de, yükselen “linç kültürü” ile karakterize olmuş saldırgan milliyetçilik zaman zaman “sıradan milliyetçilik” olarak adlandırılıyor olsa da, Billig’de bu kavramın biraz farklı bir içeriği vardır. Billig’e göre (1995: 5-6) “sıradan milliyetçilik, çevre ülkelerde görülen sıcak milliyetçiliğin aksine, yerleşik Batı uluslarında deneyimlenen bir milliyetçiliktir. Sıradan milliyetçilik, istikrarlı Batı ülkelerinde, “ulusu yeniden üretmeyi mümkün kılan” ideolojik alışkanlıklar ve rutinlerdir. Yazar, bu alışkanlıkların gündelik hayattan çıkarılmayacak alışkanlıklar olduğunu vurgular: Ulus, gündelik olarak yurttaşların hayatlarında tezahür eder. Batı milliyetçiliğinin, kriz dönemleri haricinde, ateşli bir retorisi yoktur; patlama ve saldırganlık alametleri de göstermez. Bu milliyetçilik, gündeliğin küçük ayrıntılarında yaygınlaşan, “sıradan” bir milliyetçiliktir. Billig’e göre burada yurttaşlara, gündelik olarak, çeşitli küçük yönlemlerle milletler dünyasındaki “milli” yerleri hatırlatılır (8). An-

cak Law'un da belirttiği gibi (aktaran Dhoest, 2007: 70) Billig'in tanımladığı, ulus olma uğraşındaki çevre ülkelerinin sıcak milliyetçiliğini, düz anlamıyla, yani henüz “devlet olamamış” ulusların milliyetçiliği olarak anlamamak gerekir. Ulus, farklı konjonktürlerde yeniden ve yeniden kurulması, Anderson'ın (1993) tabiriyle “hayal edilmesi” gereken bir topluluk olarak anlaşılmalıdır.

Aslama ve Pantti'nin Billig'e göndermeyle altını çizdikleri gibi “farklı toplumsallaşma kurumlarının, en önemlisi de eğitim ve medyanın amacı, ulusal sembollerin, anlatıların, geleneklerin ve ritüellerin bilgisini insanlara yaymak ve kişisel deneyimleri ulusal deneyimle kaynaştırmaktır ki bu sayede ulusal kimlik insanların gündelik yaşamlarının bir parçası haline gelir” (2007: 53). Yazarlar, Billig'in “sıradan milliyetçilik” kavramının ulusun yeniden üretimini mümkün kılan, fark edilmeyen pratikleri ve temsilleri ifade ettiğini belirtirler: “Sıradan milliyetçiliğin metonomik imgesi ateşli bir tutkuyla bilinçli olarak sallandırılan bayrak değildir; kamu binalarında fark edilmeksizin sallanan bir bayraktır” (53). Aslama ve Pantti'ye göre “sıradan milliyetçilik, ulusun sembollerinin, temalarının, ritüellerinin ve sterotiplerinin süregiden dolaşımını ve kullanımını içerir” (53). Böylelikle, ulusal aidiyet ve bağlılık duygusu kışkırtılmaktadır.

## **Türkiye'de Popülerleşen Milliyetçilik**

*Reality TV*'nin Türkiye'deki örneklerinde, bayrak ya da semboller örtük olmaktan bir hayli uzaktır. Türklüğün yeniden üretimindeki bütün pratikler ve temsiller son derece açıktadır. Elbette bu durum, bayrak gibi milli sembollerin gündelik hayat içinde de yoğunlaşmış olmasıyla ilişkilidir. Bayrak, kamu binalarıyla sınırlı bir kullanımı aşarak, apartmanların dış yüzeylerinde, arabalarda ve hatta evlerin içinde “dalgalanmaktadır”. Zira Türkiye'de milliyetçiliğin yükselişe geçtiği de çeşitli biçimlerde dile getirilmektedir (Belge, 2006; Bora, 2006; Özkırmımlı 2002; Yeğen, 2002). Farklı çalışmalarda defaatle belirtildiği gibi milliyetçilik tarih boyunca çok

farklı görünümeler kazanmıştır. Herhangi bir tarihsel konjonktürde de milliyetçiliğin farklı biçimleri bir arada yaşar. Bununla birlikte burada sözünü ettiğim, ortak bir paydada buluşan ve popülerleşen bir milliyetçiliktir. Özkırımlı (2002: 716), 18 Nisan 1999 milletvekili genel seçimlerinin sonuçlarını değerlendirirken bu popülerleşmeyi şu sözlerle açıklamıştı:

Milliyetçilik farklı siyasi görüşler arasında bir ortak payda, Ertuğrul Özkök, Attila İlhan, Gündüz Aktan, Emin Çölaşan ve Doğu Perinçek'i birleştiren, hiçbir kişi ya da kurumun reddetmeyi (ağır bir bedel ödemedeni) göze alamayacağı bir hegemonik söylem. Milliyetçiliğin siyasetin sınırlarını çizdiği, konuşulan dili belirlediği, toplumsal hayatı yönlendirdiği bir ortamda MHP gibi bir parti meclise giremeye de değişen bir şey olmayacaktır, çünkü zaten her parti milliyetçidir. Sistem milliyetçidir ya da milliyetçilik sistemin ta kendisidir. Bu anlamda yeniden üretim sürecinin belki de en önemli işlevi milliyetçiliği merkeze çekmek, popülerleşmesini sağlamak olmuştur.

Doksanlı yılların birçok şeyi değiştirdiğini ifade eden Yeğen de (2002), "1980 darbesi sonrasında başlayan 'transformasyon'un ve uluslararası pazarla bütünleşmenin pekiştirdiği eşitsizlik, Kürt hoşnutsuzluğunun temsilini üstlenmiş görünen ayrılıkçı askeri hareketin ve siyasal İslamcılığın kayda değer bir güce ulaşması gibi unsurlar Türkiye siyasetini bir 'büyük çözülme' duygusunun gir-dabına sürükledi" der ve bu değişikliğe Türkiye siyasetinin ürettiği en güçlü yanıtın milliyetçilik olduğunu belirtir. Yeğen, "Türkiye'yi seküler ve üniter bir ulus-devlet olarak muhafaza etme fikri olarak ana akım milliyetçilikle birlikte, köktenci milliyetçilik de hızla popülerleşti" (889) demektedir. Milliyetçiliğin farklı politik yaklaşımların ortak paydası halini alması, televizyon söylemine de sirayet ettiğinden, televizyonlar aracılığıyla evlere süzülen "milliyetçilik", meşruiyet kazanmaya ve gündelikleşmeye başlar.

Gerçekten de Türkiye'nin son on, yirmi yıllık tarihinde yaşanan çeşitli politik gelişmelere bağlı olarak kültürel kimlik, giderek artan biçimde Türklüğün milliyetçi parametrelerine uygun olarak kavranmaya başlanmıştır. Gündelik yaşamın basit ve sıradan ko-

nuları bile ne ölçüde Türkiye'nin ya da Türklüğün lehine oldukları etrafındaki bir tartışmaya konu edilmektedir. Sözü edilen milliyetçi zihin yapısı, sıradan insanlara yarışmacı olarak yer vererek izleyiciyi taraf tutmaya kışkırtan programlar başta olmak üzere, televizyon söyleminde dikkate değer biçimde baskın bir hale gelmiştir.

İncelediğim programda da öncelikli olarak dikkat çeken şey, hem sıradan meselelere hem de “ulusal” meselelere ilişkin bütün yorum ve konuşmalardaki bir aşırılık halidir. Burada genel kültürel kabuller ve dışlamalar aracılığıyla işleyen baskıcı bir dil, kültürel ve yerel olanın “olumlu” içeriğini ve çeşitlilik potansiyelini suskunlaştıran bir şey öne çıkmaktadır. Kültürel ortaklıkların ve kimliğin dışa vurulmasında duygusal bir abartma hali söz konusudur. Ulusal kimliğin ayırt edici nitelikleri taşkın bir gururla dile getirilir. Programda, küresel biçim ve yerel içeriğin çarpışmasıyla tetiklenmiş bir tür patlama gibi bir kimlik krizini açığa vurma hâli göze çarpar; milliyetçi söylemler etrafında süregiden ve “Türklüğün üstün doğasını” kanıtlama çabasındaki bir kimlik krizi.

## Televizyonu Kuşatan Semiyosfer

*Hayalin İçin Söyle*'nin analizine geçmeden önce, bu aşırılık hâlinin, şovun içinden üretildiğini ve aynı zamanda onu çepeçevre kuşatan semiyosferle yakından ilişkili olduğunu vurgulamak önemlidir. Bu kuşatıcı semiyosferi kavramak için kuşkusuz her şeyden önce “semiyosfer” kavramının nereden geldiğini ve bu çalışmada ne anlamda kullanıldığını da açıklamak gerekiyor.

Semiyosfer, göstergelerin (semboller, simgeler, işaretler) üretilmesi, yorumlanması ve kullanılmasını, başka bir deyişle, kültürel hayatlarını inceleyen bir bilim olarak tanımlayabileceğimiz semiyolojiden gelen bir kavramdır. Tartu (Estonya) Göstergibilim Okulu'nun kurucusu olan ve kültür semiyolojisi üzerine incelemeleriyle tanınan Juri Lotman, semiyosfer kavramını, “*semiosis*” ve “*sphere*” sözcüklerinin birleşmesinden türetmiştir. “Semiyosfer bu

9

“Sıradanlaşma ihtimaline direnme”yi bu yazıda, patlama alametleri gösteren, gürültülü ve sıcak bir milliyetçilikten uzaklaşarak; sessiz, gündelik rutinler ve pratikler aracılığıyla işleyen sıradan bir milliyetçiliğe geçiş yapmaya direnç gösterme anlamında kullanıyorum.

anlamda, farklı dillerin var olabilmesi ve işlev görebilmesi için gerekli semiyotik uzam olarak tanımlanır (Hartley, 2007: 4). Başta dil olmak üzere bütün diğer gösterge sistemleri aracılığıyla işleyen anlamlandırma sürecini (*semiosis*) kuşatan alana ya da katmana (*sphere*) işaret eden semiyosferi, bu yazıda, basit ve metaforik bir anlamda kullanıyorum: Semiyosfer burada, *Hayalin İçin Söyle*'nin içinden üretildiği anlamlandırma alanını, başka bir deyişle kültür evrenini anlatıyor.

Semiyosfer kavramı, televizyon temsilinin her tür aracını kullanarak yaratılan milliyetçi söylemleri anlayabilmek için gerçekten de zihin açıcı bir kavram. Lotman'ın semiyosferi, tıpkı yerküreyi kuşatan katmanlar gibi, farklı kültürelilikleri kuşatan bir anlamlandırma katmanıdır. Kültürel fark kadar kültürlerarası etkileşim ve diyalogun mümkün olması da bu kuşatıcı semiyosfer sayesinde mümkündür. İncelediğim şovda açığa çıkan söylemlerin mümkün olması, şovun yayınlandığı konjonktürü kuşatan anlamlandırma alanı, diğer bir deyişle semiyosferle ilişkilidir. Bu semiyosfer kültürel/yerel olmakla birlikte, kültürlerarası/uluslararası semiyosferle de karşılıklı olarak kurucu bir ilişki içindedir (Moran, 1998: 171-173). *Hayalin İçin Söyle*'yi kuşatan semiyosfer, milliyetçiliğin çeşitli biçimlerini soğurmuş bir semiyosferdir. Dolayısıyla söz konusu şov da bu milliyetçiliğe eklenmeye çok elverişli göstergelemlerle doludur. Şov, semiyotik uzamın tek dilli olması, söylemin tek vurgulu hale getirilmesi yönünde verilen bir anlam mücadelesi ile nitelenmiştir. Başka bir deyişle bu; vatan, millet ve vatan sevgisi gibi konulardan tek ve aynı anlamın çıkarılması gerektiğini dayatan bir dışlama ideolojisi ve pratiğidir. Tek dil ve tek söylem sıradanlaşma ihtimaline direnen<sup>9</sup> popülist ve saldırgan bir milliyetçiliğin dili ve söylemidir.

*Hayalin İçin Söyle*'nin incelediğim sezonu, yazının giriş kısmında belirttiğim gibi tesadüfi olarak ülkenin politik yaşamında çok kritik bir döneme denk düştü. İlk kez 18 Aralık 2007'de yayınlanan şov, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Kuzey Irak'a gerçekleştirdiği sınır ötesi operasyonla eşzamanlı olarak başlamış oldu. Böylece,

Türkiye'ye Kuzey Irak'tan saldırılarda bulunan PKK'ya karşı operasyonlar düzenleyebilmek üzere hükümete bir yıl süre ile açık yetki verilmiş oluyordu. *Hayalin İçin Söyle*'nin başlamasının bir gün öncesinde, 17 Aralık 2007'de, ilk askerler Kuzey Irak'a gönderilmişti.<sup>10</sup> Şovu kuşatan milliyetçi semiyosfer, TSK'nın Kuzey Irak harekâtıyla birlikte iyice sabitlendi.

Kuzey Irak operasyonu, incelediğim programı kuşatan politik atmosfer bakımından olduğu kadar kimlik kurguları bakımından da, "kurucu" nitelikte bir olaydı. Zira Moran'ın da belirttiği üzere, kültürel kimlik, özellikle de ulusal kimlik, politik sorunlarla ilişki halinde yeniden ve yeniden kurulur:

Ulusalılık kavramı üzerine yakın dönem araştırmaları, ulusal kimliğin ulusun bir tür esas ve önceden verili bir yansıtması değil, bunun yerine özgül tarihsel koşullarda gelişen karmaşık bir kültürel inşa olduğunu (...) bundan da öte kimliğin her zaman bir müzakere meselesi olduğunu öne sürer (1998: 175).

Moran ayrıca, ulusal kimliğin iki boyutunun olduğunu ifade eder; kimlik, bir sosyal içerme ve dışlama düzenidir. Diğer bir deyişle kimlik, "biz" ve "onlar"ın kim olduğunu tanımlama aracı olduğu gibi aynı zamanda da bir sınıflandırma ve tipikleştirme aracıdır (175).

Bu tartışmalar ışığında bakıldığı zaman, *Hayalin İçin Söyle*'de açığa çıkan milliyetçiliğin, Billig'in "sıradan milliyetçilik" tanımından uzak olduğu görülebilir: Daha ateşli bir biçimde dışa vurulmakta, milliyetçilik bayrağı hararetle dalgalanmakta ve dışlayıcı bir söylem kurulmaktadır. Bununla birlikte bu saldırgan milliyetçiliğin, henüz sıradan değil ama "sıradanlaşma" yolunda bir milliyetçilik olduğunu söylemek mümkündür. Bu milliyetçilik, adeta, AB üyesi (Batılı) olma yolunda istikrarlı bir rotaya girme uğraşındaki bir ulusun geçiş dönemi milliyetçiliğidir. AB üyeliği, diğer politik dönüşümlerle birlikte, Türkiye'de ulusun yeniden hayal edilmesini, başka bir deyişle yeniden kurulmasını gerektirmektedir. Bu nedenle, uluslararası "Batılı" bir topluluğun üyesi olma anlamındaki başka türlü bir ulus biçimini imleyen bu sürecin, sıcak

10

İki ay öncesinde, 17 Ekim 2007'de, TBMM'de yapılan oylamada, Kuzey Irak'a yönelik sınır ötesi bir operasyona, 19 karşı oya rağmen, lehte oy kullanan 507 milletvekili tarafından destek verilmişti. Bakınız Şebnem Arsu, <http://www.nytimes.com/2007/10/17/world/europe/17iht-18turkey.4.7929431.html> (Erişim tarihi: 18 Mart 2008).

11

*Hayalin İçin Söyle*'nin dördüncü sezonunda yer alan on bölüm, 18 Aralık 2007 ve 22 Şubat 2008 tarihleri arasında yayınlanmıştır.

milliyetçiliğin son çırpınışlarına sahne olup olmadığı konusu da dikkatle düşünülmelidir. Nitekim Belge de (2006), yükselen milliyetçiliği, ulus devlete duyulan inancın çözülmesi ve ulus devletin milliyetçiliğe tutunarak tarih sahnesinden çekilmeye direnmesi olarak değerlendirmektedir. Eğer öyleyse, milliyetçiliğin soğumasına ve sıradanlaşmasına (Batılılaşmaya) direnme, farklı milliyetçilikleri benzer türden bir dışlayıcılık ve saldırganlık etrafında bir araya getirebilir. Böyle bir sıradanlaşma sürecinin, hem en iyi gözlemlenebileceği hem de aynı zamanda bu sıradanlaşmayı mümkün kılan mecralardan birinin de “sıradan televizyon” olacağını söylemek abartı olmaz.

O halde Kuzey Irak operasyonunu (semyosfer kurucu olayı) akılda tutarak, ev sahibi ülkenin, format uyarlamalarını kendi kültürel kimliğiyle mühürleme yollarını incelemek mümkündür. Bu sayede, milliyetçi söylemlerin şovun katılımcıları arasındaki her karşılaşmada nasıl işlev gördüğü de anlaşılabilir. Bunu yapabilmek için şovun formatından ve incelediğim sezonda yer verilen yarışmacıların hikayelerinden kısaca söz etmek yararlı olacaktır.

### ***Hayalin İçin Söyle***

Format lisansına sahip programlar arasında, *reality* TV unsurlarını yetenek yarışmaları ile harmanlayan melez şovlar önemli bir orana sahiptir. *Hayalin İçin Söyle* tam da böyle melez bir üründür. Şovun Türkiye macerası *Fox TV* tarafından başlatıldı ve iki sezon sürdürüldü; o dönemki adı *Bir Dilek Tut* idi. Bu program daha sonra *Star TV* tarafından ve aynı isim altında yayınlandı. Fakat dördüncü sezonda isim değişikliğine gidildi: *Hayalin İçin Söyle*. Bu yeni isim, orijinaline (*Singing for a Dream*) gerçekte en yakın isim oldu. Programın bu makalede incelediğim bölümleri dördüncü sezona aittir.<sup>11</sup>

Orijinal programın yapımcısı Galindo'nun söylediği gibi bu şovun, bir şarkı yarışması ile birçoğu çok yoksul olan yarışmacıların yürek parçalayan hikayelerini birleştiren bir yapısı vardır. Ga-



lindo'ya göre, burada çok güçlü iki evren bir araya getirilmektedir: Birincisi bazı temel ihtiyaçlarla ilgili problemlerini umutsuzca çözmeye çabalayan insanların hayat hikayeleridir. İkincisi ise görülmeye değer bir eğlencedir ki bu şovu daha da cazip kılmaktadır.<sup>12</sup> Yarışma sonunda katılımcılar, bir yakınları için protez bir bacak ya da istismarcı babanın terk ettiği anne ve kardeşlerin geçimini sağlayacak para gibi ciddi biçimde ihtiyaç duydukları ödüllere ulaşabilirler. Yapımcı firma *Televisa*'nın satış müdürü Claudia Sahab bu tür şovların popülerliğini şöyle açıklamaktadır: “Şovun yenilikçi program yapısı izleyicilerle çok yakın bir duygusal bağ kuruyor; *reality-show* unsurlarını, müziği, ünlüleri ve soylu bir amacı birleştiriyor.”<sup>13</sup>

İncelenen sezonda, beşi kadın ve altısı erkek olmak üzere on bir yarışmacı, söyledikleri şarkılarla olduğu kadar gözyaşlarına boğan hikayeleriyle de yarıştılar. Her bölümde, Muazzez Abacı, İbrahim Tatlıses ve Seda Sayan'ın oluşturduğu “büyük jüri,” yarışmacıların performansını değerlendirdi. Yarışmada ayrıca izleyicilerin SMS mesajlarıyla verdiği destek söz konusuydu. Yarışmacılar bu mesajlarla koruma altına alınabiliyor ve o hafta elenme ihtimali ortadan kalkmış oluyordu. Programa hâkim olan duygusal atmosferi tanımlayabilmek için en popüler üç yarışmacının hikayeleri yardımcı olabilir. Programın belirtilen sezonunda bu üç hikaye, izleyicinin en yüksek düzeyde merhamet gösterdiği hikaye oldu:

Adem: Henüz 14 yaşında iken kuzeni Hacer'le evlenmiş olan Adem, karısı için yarışıyor. Hacer, yaşadığı bir kaza sonucunda bir elini kaybetmiş. İhtiyaç duyduğu protezin maliyetini Adem karşılayamıyor. Yarışmayı Adem'in kazanması durumunda programın yapımcı şirketi bu protezin masrafını karşılayacak.

Aytaç: Kız kardeşi ve annesinin düğüne gittikleri bir gece evde yalnız kalan Aytaç çok ağır bir uykuya dalmış. Gece yarısı eve dönen kız kardeşi ve annesi onu bir türlü uyandıramamış ve yanlarında anahar da olmadığı için içeri girememişler. Bir müddet sonra Aytaç'ı uyandırmaktan ümidi kesen kız kardeş, komşu dairenin balkonundan kendi balkonlarına geçerek eve girmeye karar vermiş. Bu talihsiz kararı uygulamaya çalışan genç kız aşağıya düşerek hayatını kaybetmiş. Aytaç, kız kardeşinin ölümüne sebebiyet vermenin üzüntüsünü atlatamamış. Felaketler burada da sona ermemiş. Baba da kızı-

12

Bakınız Michael O'boyle (2006).

<http://www.variety.com/article/VR1117939940.htm?categoryid=14&cs=1&query=Singin'+for'+Dream> (Erişim tarihi: 18 Haziran 2008).

13

Röportajın tamamı için bakınız <http://www.miraclescreenings.com/10/tn05.htm> (Erişim tarihi: 18 Haziran 2008). Burada Sahab'ın kullandığı “soylu bir amaç” vurgusunun, programın Türkiye sürümünde de sık sık dile getirildiğini eklemeliyim.

nın ölümünden kısa bir süre sonra evi terk etmiş. Aytaç, annesi ve erkek kardeşiyle birlikte yaşayabileceği bir ev satın almak istiyor;

Hülya: Kocasını bir kavga sırasında öldürülmüş olan Hülya, 25 yaşında dul bir kadındır. Üç çocuğu var ve çok küçük bir gelire aile yaşamını sürdürmeye çalışıyor; mutfak masrafını ve kira gibi zorunlu giderleri karşılamaları bile bu gelire imkânsız. İlk ve tek dileği bir ev satın alabilmektir.

## Kimliğin Yeniden Üretimi ve İfade Biçimleri

Şovun bütün bir sezonunda, ulusal kimliğin iki tür etkileşim aracılığıyla dışa vurulduğunu ve yeniden üretildiğini görmek mümkündür. Etkileşimin birinci türü a) hayallerde, b) yüceltmelerde açığa vurulan “ortaklıklar ve uzlaşımlar” üzerinden işliyordu. İkinci türü ise açık ve örtük “çelişkiler ve çatışmalar” aracılığıyla gerçekleşmekteydi.

### Ortaklıklar

#### Hayaller

Kültür ve kimliği açığa vuran ortaklıklar, en iyi biçimde, yarışmacıların dile getirdiği hayaller aracılığıyla görünür hale geliyordu. Katılımcıların ortak hayali, bir ev satın alabilmektir: Anne için, çocuklar için, kardeşler için “bir ev”. Sevilen kişiler için bir ev alma hayali basit, gerçek ve somut bir ihtiyacı ifade etmenin çok ötesine geçiyor ve üzerinden yoksulluğun, umutsuzluğun, nüfusun geniş kesimlerinin güvencesiz hayatlarının aktığı metaforik bir yüzeye dönüşüyordu; güçlü aile bağları kadar ağır ailevi sorumlulukları ve küçük yaşlardan itibaren omuzlanan ağır yükleri okuyabileceğimiz bir yüzey. Yarışmanın bir “hayali” gerçekleştirme vaat ettiği ve katılımcıların çok “genç” oldukları düşünüldüğünde, “en büyük düşün” yerleşikliğinin, uyumun ve bu anlamda da belirli bir ufuk darlığının simgesi olan bir “EV” olmamalıdır.

Lakin programın formatı, muhtaçlığı ve trajediyi katılım kriteri olarak tanımlayan bir formattır. Tam da bu nedenle, “ev sahibi olmanın” belirli bir konformizme işaret eden simgesel anlamı dönüşür; ev sahibi olmamak, “evsiz (*homeless*)” olmak tehdidi-

ni içerir. “Ev sahibinin bir evi, kiracının bin ev var” derler demesine ama bu söz, kira ödeyecek paraya muhtaç olanlar için geçerli değildir; onlar tam olarak “korunmasız” bireylerdir. Önder ve Şenses, “Türkiye’de Yoksulluk ve Yoksulluk Düşüncesi” başlıklı çalışmalarında, “korunmasızlık” kavramını şöyle tanımlarlar: “Korunmasızlık kavramı, yoksul olma veya gelecekte daha fazla yoksullaşma riskini ifade etmektedir. Yoksulluk analizinde önemli bir kavram olmasının nedenlerinden biri büyük gelir değişimi deneyimleri veya beklentisinin insanların bugünkü gelirlerini kullanım tarzını etkilemesidir.” (2005: 7).<sup>14</sup> *Hayalin İçin Söyle* programında, korunmasızlık ve daha da yoksullaşma kaygısı, katılımcıların -olmayan- “gelirlerini kullanma tarzlarını” değil, doğrudan hayallerini etkiliyordu. Toplam yedi katılımcı, yarışma sonucunda bir ev kazanmanın hayalini kuruyordu. Bu ortak hayal, korunmasız hayatlar içinde “kendine ait bir ev” sahibi olmanın yaşamsal önemini bütün çıplaklığıyla açığa vuruyordu.

Diğer dört katılımcı ise ya kendilerinin ya da bir yakınlarının sağlık problemini çözebilmek umuduyla oradaydı. Bir yarışmacı karısı için protez bir el, bir diğeri ise kendisi için kalça protezi istiyordu. Aralarından biri de yarışmayı kazanırsa, küçük kız kardeşinin ihtiyaç duyduğu böbrek naklini yaptırabileceğini umuyordu. Sonuncu yarışmacı annesine bir terzi atölyesi kurmak üzere bir yer satın alacağını ifade etmişti. Bunlar arasında, kardeşinin böbrek nakli için yarıştığını belirten katılımcının hikâyesi, bir ölüm kalım meselesi olması bakımından dikkat çekiciydi. Ancak bu yarışmacının probleminin ciddiyetine karşılık gelen bir destek almaya yetecek popülerliği yoktu. Yarışmada ihtiyaçların aciliyet ve ciddiyetinin önüne geçen şey, katılımcıların popülerliği idi. Popülerlik ise trajedilerin büyüklüğünden ziyade hikâyeye sahiplerinin sevimli, uysal ya da çekici olmalarına dayanıyordu.

Yarışmacıların hayallerinin, her şeye rağmen, “Türkiye’ye özgü yoksunluk ve ihtiyaçlar” tarafından damgalandığını belirtmek gerekir. Bundan da öte, bu hayallerin dışı vurulma anlarının iç parçalayıcılığı da başka bir kültürel ortaklık olarak ortaya çıkmak-

14

Yazının tamamı için bakınız  
<http://dusuncekahvesi.org/oglepages.com/tr.de.yoksulluk.under-senses.pdf>  
(Erişim tarihi: 29 Temmuz 2009).

taydı. Yarışmanın bütün bir sezonu boyunca ağlamaklı bir i dkş hiç eksik olmadı. Sadece yarışmacılar değil, jüri yeleri de ağlıyordu. Ağlatamayan yarışmacı makbul değildi. Jüri yeleri kendilerini ağlatamayan yarışmacıları şöyle azarlıyordu: *“Hikâyen yüreğime dokunmuyor”, “yeterince trajik bir hikâyen yok senin”, “zamanımızı boşa harcıyorsun, bizi oyalıyorsun!”*. Çileli bir hayatı olduğuna jüri üyelerini ikna edemeyen yarışmacının, *“seninle uğraşacak vaktimiz yok!”* türünden sözleri duyması da sık rastlanan bir durumdu.

Söz gelimi, şovun 18 Aralık 2007 tarihinde yayınlanan ilk bölümünde, İbrahim Tatlıses, Ebru adlı yarışmacının anlattığı hikâ-yeyi yeterince etkileyici bulmadığını şu sözlerle ifade etmişti: *“Beni inandır; ‘ben kızım, ben kadınım, çalışamıyorum, tacize uğruyorum’ de. Beni inandır.”* Oysa Ebru böyle bir sorundan söz etmiyordu; bambaşka sorunları vardı onun. Tatlıses’in onu yönlendirmek istediği sorun mecrası ise izleyicinin ilgisini kışkırtacak bir mecraydı. Tatlıses yarışmacının suskunluğunu, aşağılayıcı bir tonda, *“ruhu yok, yaşamıyor”* sözleriyle açıklamayı tercih etti. Karar verici konumda olanların en çok istediği şey gzyaşlarıydı. Anadolu’da yakınının kaybetmiş biri, ağıtlar yakarak ağlamadığı zaman, çevresindekiler bunu nasıl o kişinin yeterince zlmediğine yoruyorsa, yarışmada da ağlamayan ve dolayısıyla ağlatamayanın, ruhunun olmadığına ve hatta yaşamadığına hkmediliyordu. İnanırdıcı olmaları için, Gürbilek’in (1992: 38) tabirini ödünç alırsak, acılarının vitrine çıkarmaları ve mahremiyetlerini seyirlik hale getirmeleri gerekiyordu.

Çok yaşamsal ihtiyaçların peşinden koşan bu gencecik insanlar ağır sorumluluklar yüklenmişlerdi. Annelerini, ablalarını, kardeşlerini ya da eşlerini “kurtarmak” istiyorlardı. Yeşilçam’dan ve popüler edebiyatımızın ilk örneklerinden aşına olduğumuz “kurtarıcı ocuk” imgesi, tekrar ediyordu etmesine ama bir farkla; “büyük şehrin henüz gcszler için tam bir çaresizlik anlamına gelmediği bir dönem” (Gürbilek, 2001: 41) sona ermişti. O eski roman ve filmlerdeki, çocuğa destek veren ve onun ocuk yüzünde kendi “ocuk bırakılmışlıklarını” okşayan saf mahalle sakinlerinin yeri-

ni, yargılayan, azarlayan ve acılara puan veren jüri üyeleri almıştı. Bir yandan da bu, başa çıkılması oldukça zor bir değişiklikti. Dolayısıyla bir sabitlik olarak korunamıyor, jüri üyeleri zihinlerinin bir yerinde anısı capcanlı duran o uzak akraba ya da mahalle sakininin imgesini sürdürmekle, yarışmanın kurallarını titizlikle uygulayan “büyük jüri”nin bir üyesi olmak arasında gidip geliyordu. Bu gidiş gelişlerin yarattığı gerilim, jüri üyelerinin tepkilerini aşırılaştırıyor, yarışmanın olağan ritminde sıçramalar yaratıyordu. Bu aşırılık hâli, hakaretlerle açığa vurulabildiği gibi; merhamet gösterileriyle de sonuçlanabiliyordu. Söz gelimi İbrahim Tatlıses, iş adamı bir arkadaşının, yarışmayı kazanamayacağı anlaşılan Hülya'ya ev almasına aracılık ediyor ve Gebze'ye giderek Hülya için sokak sokak yeni bir ev arıyordu.

Yarışmayı olağan rotasından çıkararak bir aile ya da mahalle atmosferine sürükleyen -üstelik orada da uzun boylu tutamayan-aşırılık, sadece, bir dönemin geride bırakılmışlığının sancısıyla da açıklanamaz. Burada esas olarak, gündelik hayatlarımızın formal ve informal ilişki ağlarından hiç alışık olmadığımız çeşitli konuşma düzenlerine yerleşmekle ilgili bir gerilim söz konusudur. Katılımcılar bakımından bu, bütün Türkiye'ye mahremiyetlerini açmanın gerilimiyken, jüri üyeleri bakımından “jüri” olarak konuşmanın, değerlendirme yapmanın ve değerlendirmeyi bir “değerler sistemine” dayandırmanın gerilimidir. “Jüri üyesi olmak” ya da bir jürinin karşısında konuşmak, kültürel olarak “ortaklaştığımız” bir deneyim değildir. Format uyarlamalarıyla gelen bu konuşma düzeninde, katılımcılara koçluk yapan kişiler için de aynı durum geçerlidir. Jürinin karşısındaki konumları her ne kadar katılımcının vekili olmak gibiyse de bu tür bir vekâlete mahkeme sistemlerimizde bile yer verilmemiştir. Türkiye'de avukatlar bile müvekkillerini, yabancı filmlerde gördüğümüz türden, güçlü ve etkileyici retoriklere dayanarak savunamazlar. Dahası, ikna ederek desteğini alacakları bir halk jürisi de yoktur karşılarında. Format uyarlamalarının bir “ortaklık” hissiyatına seslenemeyen kuralları, hitabet ve konuşma düzeni, katılımcıları kültürün diğer “ortaklıklarına” fazlaca tutunmaya -adeta abanmaya- itiyordu. Söz konusu or-

taklık, mevcut semiyosferin de etkisiyle en çok hamasi bir vatansenverlik etrafında kurulabiliyordu.

### Yüceltmeler

Sözü edilen sınır-ötesi operasyonla çakışmaya bağlı olarak, *Hayalin İçin Söyle*, bütün katılımcıların vatansenverliklerini gösterme yarışına girdikleri bir tür arenaya dönüşmüştü. Program;

- a. Şehitlik üzerine mevcut mitleri yeniden üreterek,
- b. Vatan uğruna hayatını kurban etmeyi kutsayarak,
- c. Makbul/ideal vatandaşlığın nasıl olması gerektiğini mütemadiyen yeniden dikte ederek, üç farklı yoldan milliyetçiliği yüceltme imkânı sundu.

Yüceltmeler, mitleştirmeler ve özdeşleşmeler, birlik ve beraberliğin (“millet”in), “bugünlerde” acilen yeniden kurulması gerektiğini vurguluyordu. Zira Özkırmımlı'nın McClintock'a göndermeyle ifade ettiği gibi;

millet kurma süreci asla sona ermez. [...] özelleşme ve “özerkleşme” kendi araçlarını ve milliyetçilik anlayışını da üretmeye başlar. Milliyetçilik popüler kültüre ve gündelik hayata da sıçrar. Müzikten spora, güzellik yarışmalarından sinemaya, edebiyattan reklamlara, her alanda milliyetçi fetiş nesnelərini” (bayrak, üniformalar, logolar, harita) görmek mümkün hale gelir (2002: 710).

Sınır ötesi saldırınının başladığı gün olan 1 Şubat 2008'de, program, popüler bir asker türküsü ile açıldı (*Yaylalar Yaylalar*). Sunucular siyah giyiyorlardı ve programı açarken ülkeyi ve milleti savunmada gösterdiği cesaret ve fedakârlık için Mehmetçik'e duyulan minnettarlığı ifade ettiler. Gece boyunca bütün yarışmacılar asker türküleri söylediler. Şarkı aralarındaki jüri yorumları ve sunucu anonslarına damgasını vuran da ordu ve milletin tek yürek olduğu vurgusuydu. Militarist bir söz dağarcığının hâkim olduğu bir söylem içinden, Türkiye'ye yönelik bütün yıkıcı faaliyetlerin bu sarsılmaz ilişki karşısında yok olmaya mahkûm olacağı ilan ediliyordu. Hemen her bölümde Türk ordusu ve Türk askeri kutsan-

mak ve ordu-millet miti yeniden üretilmekle birlikte, yarışmanın birinci bölümü ve final bölümünde, bu sınır-ötesi operasyondan kaynaklı olarak, milliyetçi dil ve söylem büsbütün hâkimiyet kurmuştu. Bu noktada, Altınay ve Bora'nın, ordu-millet mitinin, Cumhuriyet tarihi boyunca “milliyetçi ideologlar, asker ve sivil kesimin önde gelenleri, akademisyenler, eğitim kurumları, ordu, gazete ve televizyonlar tarafından çeşitli biçimlerde yeniden” üretildiğini ifade ettiklerini hatırlayabiliriz (2002: 143): “Türk milliyetçiliği ideolojilerinin en belirgin özelliklerinden birisi askeri söz dağarcığının genişliği ve merkeziliğidir. Savaş ve askerlik epiği, milliyetçi hamaset için vazgeçilmez bir levazımat teşkil eder. (...) 'Türk tarihi' fetih ve savaşların tarihidir, 'şehitlik' yüceltilen kavramların arasında gelir.” (141)

Şovun aynı bölümünde, yarışmacılardan Fahrettin'in, İbrahim Tatlıses'ten büyük bir azar işitmesi de dikkat çekiciydi. Fahrettin'in söylediği “*yiğidim vurulmuş komşular havar / askerim vurulmuş komşular havar*” sözleriyle devam eden şarkıya Tatlıses çok sinirlenmişti:

Siz Sibel Can'ın şarkısını alıp yiğidim yerine “askerim” koyuyorsunuz, herkese ihanet ediyorsunuz. Bugün sizin yapacağınız bir askerlik, bir Yemen ya da bir kahramanlık şarkısı bulmaktı. Herkes buna uğraştı. Bizim askerimiz acınacak durumda değildir. Anladınız mı? O cümleyi oraya ilave edemezsiniz. Kimsin sen ya?

Aslında yarışmacılara, mütemediyen “kim” oldukları soruldu ya da hatırlatıldı. Genç bir yarışmacının şarkıda yaptığı masumane bir değişikliğin, “ihanet” olarak görülmesi, yüceltmelerin ağırlığını görmek bakımından dikkate değerdi. Böyle bir tepkiyi anlayabilmek için yeniden Altınay ve Bora'nın tespitlerine başvurabiliriz: “Türk Milliyetçiliğinin temelinde 'ordu-millet miti' yatar. Bu mite göre Türklerin tarihsel olarak en belirleyici özelliği iyi asker olmaları ve kendilerini orduyla özdeşleştirmeleridir” (141-142).

Programın final bölümünün (22 Şubat 2008) açılışında, arka planda sinevizyondan yansıtılan görüntüde kocaman bir bayrak

dalgalanıyordu. Sunucular konuşurken, görüntüleri bu bayrakla mikslenerek ekrana yansıtılmaktaydı. Finale kalan iki yarışmacı, önceki bölümlerde elenmiş olan yarışmacılarla birlikte sahneye girdiler. Fonda, “insanlar el ele tutuşsa / birlik olsa / hayat bayram olsa” sözleriyle devam eden, eskinin popüler şarkılarından biri duyuluyordu. Herkes bayrağın önünde toplandığında “Memleketim” şarkısına geçildi ve daha sonra da sunucunun açılış anonsu duyuldu.

*Cenk Eren: Biliyorsunuz ki Türk Silahlı Kuvvetleri, Kuzey Irak'a bir operasyon başlattı. Bütün Mehmetçiklerimizin millet olarak, bir yürek olarak arkasındayız.*

Açılıştan sonra, yarışmacıların hafta boyunca yaptıkları hazırlık ve verdikleri röportajlardan kesitler içeren bir video kaydı izlendi. Bu VTR'nin yayınlanmasının hemen ardından, Kuzey Irak'ta beş askerin şehit düştüğü haberi geldi. Sunucular Gül Gölge ve Cenk Eren, kameralara dönerek bu haberle ilgili duygularını ve programın mesajını dile getirdiler:

Bugün yine haber aldık. Beş askerimiz şehit oldu (arkada yeniden bayrak dalgalanıyor). Bunu hak etmeyen ülke varsa orası Türkiye'dir.

Eren: İbrahim Bey de söyledi. Bu programı yapmak çok zor. Beş askerimiz şehit oldu (fondaki bayrakla Cenk ve Gül'ün görüntüsü miksleniyor, ikili bayrakla sarmalanmış gibi görünüyor). Bilinsin ki bu topraklardan kimseye bir karış verilmeyecek.

Gölge: Bu topraklar neler gördü, neler geçirdi. Bize hiçbir şey olmadı. Hiçbir şey de olmayacak. Biz dimdik ayakta olduğumuz sürece hiçbir şey olmaz.

Eren: Onlar en büyük mertebeye ulaştı, şehitlik mertebesine, cennette yerleri hazır.

Bu konuşmayı bir şarkı takip ediyor. Şarkıdan sonra, program akışının planlanandan farklı geliştiğini fark eden Seda Sayan bunun nedenini soruyor:

Eren: Seda Hanım, programımızı olanlar nedeniyle biraz ağırlaştıracağız.

Tatlıses: Nasıl yani?

Gölge: Onu yaşayarak görelim.



Tatlıses: (Sinirleniyor ve bağırarak) Türkiye'yi aciz duruma düşürmeyin! (Cenk'le tartışıyor) Hiçbir şey olmadı. Devam edeceğiz.

Gölge: Ama bana uyarı geldi...

Sunuculara kulaklıklardan iletilen “programı ağırlaştırma” komutu, bunun nasıl yapılacağı konusunda apaçık bir şaşkınlık yaratıyor. Tatlıses'in ani çıkışından sonra da -esasen kısa olan fakat ekran zamanı bakımından oldukça uzun görünen bir süre- bu şaşkınlık devam ederken, her şeyin askıya alınmış gibi olduğu tuhaf bir an yaşanıyor. Bu anın tuhafılığı, ancak, bir reklâm arası verilerek aşılabiliyor. Bu acil reklâm arası, şovun aslında kendi milliyetçi söyleminin bile stratejisini oluşturamadığını gösteriyor. Bu nedenle şova hâkim olan hamaset de iyiden iyiye açığa çıkıyor. Bu tür bir milliyetçi söylemin, bizzat kendi militarist ve şoven ideallerini karikatürize ettiğini ve bunların altını oyarak boşluğa terk ettiğini söylemek de mümkün.

Bu noktada bazı sorular da kaçınılmaz olarak gündeme geliyor: Popüler kültür ürünlerinin ilerici potansiyeliyle ilgili bilgimizi *reality*-yetenek yarışmaları, diğer bir deyişle popüler format uyarlamaları ile ilişkili olarak askıya mı almaktayız? Bu potansiyeli büsbütün red mi ediyoruz? Bu metnin yaslandığı, çağdaş semiyolojiden, popüler kültür incelemelerinden ve eleştirel metin analizi geleneğinden gelen kavramların olumlu içeriği göz ardı mı ediliyor? Bu en çok da makalede sıkça kullanılan “aşırılık/fazlalık (*excessiveness*)” kavramı ile ilişkili olarak gündeme gelebilecek bir soru. Makalenin sorguladığı, kültürel ve yerel olanın “aşırılışması” meselesi aynı zamanda *Hayalin İçin Söyle*'yi muhalif okumalara kapatan bir anlam sabitletmesini mi ifade ediyor? Anlamın sabitletmezliği bilgisi bir yana, bu makalenin yazılabilmiş olması da böyle bir kapanmanın söz konusu olmadığını gösteriyor olmalı. Öyleyse, iktidarın dilinden sıyrılma anlamındaki, “metnin” aslında niyet etmediği bir elden kaçma durumu olarak “semiyotik fazlalık” karşısında, bu makalenin temel vurgusunu oluşturan “aşırılık” meselesinin konumu ne? Bu ikisinin birbirini dışlamadığını söyleyebilirim. Bütün apaçıklığına, şiddetine ve kuşatıcı semiyos-

ferle müthiş paralelliğine rağmen, *Hayalin İçin Söyle*'yi milliyetçi söylemlere sürükleyen aşırılık hâli, yine de orada, okunmayı kışkırtan bir "semiyotik fazlalık" olarak bulunuyor. Metnin (yani şovun) hem niyet ettiği hem de aynı zamanda elinden kaçırdığı bir şey olarak. Elinden kaçırması, milliyetçiliğin henüz hem toplum hayatında hem de televizyonda sıradanlaşmamış olmasıyla ilişkili. *Hayalin İçin Söyle* bu sıradanlaşmamayı bir anlam taşması olarak açığa vuruyor. Zaten aşırılık da "anlamlandırma edimindeki taşmadır, aşırılık göstergesi egemen ideolojinin yaptığı işi yapar; ama ardından onu aşar ve taşmaya başlar, ideolojik denetimden kaçan fazla anlamı dışarıda bırakır, işte bu fazla anlam da metne direnmek ya da metinden sıyrılmak için istendiği gibi kullanılabilir." (Fiske, 1999: 143). Kullanılıyor da.

### Çelişkiler ve Çatışmalar

Yalnızca ortaklıklar değil, çelişkiler ve katılımcılar arasındaki çatışmalar da ulusal kimliğin ve yerelliğin programda hâkim tonu kurmasına katkıda bulunuyordu. Öncelikle bu programda, bizatihi programın yapısıyla çelişen bir şeyler vardı: Her şeyden önce program bir yarışma, başka bir deyişle, bildik bir şovdu. İzleyicinin bu şovdan beklediği, Kuzey Irak sınırından en son haberleri almak veya bu tür tek sesli vatanseverlik söylemlerini tekrar tekrar dinlemek olmamalıydı. Programdan beklenen, hâl ve tavırlarının "uygunsuzluğu" nedeniyle, yarışmacılara hadlerinin bildirilmesi de değildi. Olası beklentilerle bağdaşmayan bu durum, televizyonun, kendisini kuşatan semiyosfere ürettiği bir yanıt olduğu kadar programın orijinal formatının gerektirdiği ilişki biçimlerine ve konuşma düzenlerine sığamamanın da sonucuydu. Zira bu tür şovların yabancı örneklerinde de sansasyona ve izleyiciyi cezbedecek birçok aşırılığa yer açmak rastlanan bir durum olmakla birlikte bu aşırılığın "bireysel"den ziyade "milli" meselelere yoğunlaşması, daha "biz"e ve yaşanan konjonktüre özgü bir şey gibi görünüyor.

Program, orijinal format yapısı ile ne kadar çelişiyorsa, ortaya koyduğu bu yeni yapıyla da o kadar çelişiyordu. Söz gelimi, Kuzey Irak'taki operasyonu haber vererek açılan ve "bizi kimse yıka-

maz” sözleriyle başlatılan programda anında bir paradoks da devreye giriyordu. Programa damgasını vuran askeri söz dağarcığına ve milliyetçi hamasete rağmen söylenen şarkılar kolaylıkla militarist olarak değerlendirebileceğimiz parçalar ya da böyle bir söyleme eşlik etmesi beklenebilecek marşlar değildi; daha ziyade, askere uğurlananların ardından söylenen türden anonim halk türküleriydi. Bunların bazıları da şehit düşen askerlerin ardından söylenen, acı dolu türküler ya da ağıtlardı. Şovun, politik gündemin çok önemli bir meselesine, “her Türk asker doğar” sözlerinde ifade bulan militarist ve milliyetçi bir gurur ve dışlayıcılıkla yaklaştığı düşünülürken, kahramanlık türkülerinin değil de bu kederli türkülerin seslendirilmesi de ilginçlik arz etmeye başlar. Bu durum kısmen izleyicinin duygusallığını kısırtabilecek türkülere ihtiyaç duymaktan kaynaklanıyor olsa da; kısmen de milliyetçi (ideolojik) söylem içinde kültürün (hakikatin) açtığı çatlaklardan kaynaklanmaktadır. Söylem her zaman çatlaklar içerir. Hâkim ideolojiler ve mitler her zaman kendi yıkılma ihtimallerini imleyen yarılımlarla maluldür. Programda, el birliğiyle yeniden kurulan ordu-millet mitinde ve militarist söylemde hakikatin yükselttiği hayıflanma da bu sayede duyulabiliyordu:

Çanakkale içinde Aynalı Çarşı  
Ana ben gidiyom düşmana karşı  
**Of gençliğim eyvah**  
Çanakkale İçinde bir uzun selvi  
Kimimiz nişanlı kimimiz evli  
**Of gençliğim eyvah...**

Programda yansıtılan çelişkili hâllerin tam da bu çatlakları kapatma telaşı ile aşırılaştığı ve hiçbir duygu durumunun içinde uzun süre durulamadığını da tekrar etmek gerekir. Mesela 1 Şubat 2008 gecesi, Mehmetçik’e armağan olduğu söylenerek başlatılan yedinci bölümde, hüznü asker türküleri bir anda sona ermiş ve bir düğün havası estirilmişti. Çünkü Seda Sayan programın birkaç saat öncesinde evlenmiş ve nikâh töreninden çıkarak stüdyoya gelmişti. Programda zaman zaman bu yeni evlilikle ilgili espriler de yapılıyordu. Sayan'a düğün eğlencesi olarak davul zurna ekibi getirilmiş ve Tatlıses “gelin”e Trabzon hasırını takmıştı. Hüznü

şarkılar ve şehit düşenlerle ilgili konuşmalardan sonra bir anda, “*cane cane / işte meydana*” şarkısını söylemeye ve halay çekmeye geçmişti. Aslında hemen hiç askıya alnamayan, şovun sürdürülmesi gerektiği mottosu, bu ani ve çelişkili odaklanmalarla birleşince, programda şizofrenik bir ruh hâlinin hâkimiyet kurması da kaçınılmaz oluyordu.

Kuşkusuz çelişkiler bununla sınırlı olmadığı gibi, çatışmalar da söz konusuydu. Yarışmacılar az ya da çok benzer bir sosyo-kültürel tabakadan geldikleri ve birçoğu yoksunluklarla dolu bir hayat sürdürdüğü için aralarındaki temel çatışma, bir yarışma çerçevesinde birbirleriyle rekabet ediyor olmalarından kaynaklanmaktadır. Sonuç olarak asıl çatışma yarışmacılar arasında değil, jüri üyeleri arasında yaşandı. Yine de büyük üne sahip jüri üyelerinin sıradan insanlarla bir araya gelmesi, kültürel özellikleri belirginleştirmenin yanında, bazı çatışmaların açığa çıkmasını da kolaylaştırıyordu. Bu sayede “uygun davranışlar” konusundaki anlam mücadelesini olduğu kadar kültürün, üst ve alt sınıflar, gençler ve yaşlılar, ünlüler ve sıradan insanlar, eğitilmişler ve “cahiller” arasındaki farkı nasıl kodladığını görebilmek de mümkündü. Anlatının daha derin katmanlarına inildikçe bu çarpıcı fark tarafından inşa edilen baskılanmaları ve arzuları keşfetme imkânı da vardı.

Ünlü sanatçı Muazzez Abacı saygın bir müzik kariyerine sahip bir jüri üyesi olarak, şovda adeta üst tabakadan, kentli, “Beyaz Türkler”in temsilcisi gibiydi; sezon boyunca en özen gösterdiği konulardan biri, “Türkçenin düzgün kullanılması” oldu. Bunun “İstanbul Türkçesi” olduğunu eklemek gerekir. Abacı, bütün alçak gönüllü kişiliğine rağmen, başta İbrahim Tatlıses olmak üzere diğer jüri üyelerinin ve yarışmacıların Türkçeyi hatalı kullanmalarına anında ve biraz üst perdeden müdahale etti. Düzgün bir Türkçe kullanmak hemen her zaman bir tür “asalet” ve görgü ifadesi, bir “iyi yetişmiş olma” göstergesi olarak kabul gördüğünden Abacı ötekiler üzerinde ilk elden bir üstünlük kurmaktaydı.

Yarışmanın yedinci haftasında (1 Şubat 2008'de) Abacı ve Tatlıses bir müzik teriminin anlamı konusunda tartışmaya girişmişlerdi. Abacı bir noktada tartışmayı sürdürmeye gerek görmedi ve

Tatlises'in şivesini taklit ederek bir şarkı söylemeye başladı ve daha sonra, “Allah cezası versin, Türkiye'nin Türkçesini bozdun” diyerek bitirdi bu tartışmayı. İkili arasında daha ciddi ve gazetelere de yansıyan bir gerilim de yine bu konuyla ilişkili olarak ortaya çıkmıştı. Bir yarışmacıya, “notaya göre okudun, aferin” diyen Abacı'ya Tatlises, “Ben notadan anlamam, benim rotam var, şarkıyı detone okudun” diyerek itiraz etti. Tartışma şöyle sürdü (25 Ocak 2008, 6. hafta):

Abacı: Benim mesleğimi eleştiremezsin. Ben bunun eğitimini gördüm. Eğitim şart. Ben, senin tarafından eğitimin ayaklar altına alınmasına karşıyım

Tatlises: Ben eğitime karşı olduğumu söylemedim. Ben sadece notadan anlamam dedim

Abacı: Size saygı duyuyorum. İbrahim Tatlises olmuşsunuz. Bu ülkeye sizin gibi sesi güzel olan insan pek nadir gelir. Ama eğitimi ayaklar altına alamazsınız. **Sen zaten elifi görseñ mertek sanırsın...**

Tatlises: Ben bu aşamadan sonra bir şey demiyorum, siz benim büyüğümünüz, siz bir bayansınız, size saygı duyuyorum.

Burada, basit bir espri yapmak isteyen Tatlises'e, Abacı'nın gösterdiği sert tepki ve Tatlises'in bu tepki karşısında sergilediği alttan alıcı tutum yakından bakılmayı hak ediyor. Türkiye'nin belki de en popüler sanatçısı olan İbrahim Tatlises gerek bir sanatçı olarak müzik alanında gerekse işadama olarak farklı iş kollarında yakaladığı başarıları, “imparator” lakabıyla kayda geçirmiş bir isimdir. Muhteşem olduğu kabul gören sesiyle geniş halk kitlelerinin nezdinde “imparator”dur. Fakat çelişki tam da burada devreye girer: O aynı zamanda İbo'dur da. Bir tarafta ulaşılmaz olanı imleyen “imparator”; diğer tarafta elinizi uzatsanız değiverecek mesafedeki bir “İbo” vardır. Tatlises iki farklı uçta, aynı popülerlikle ikamet eder. Bu lakap ile bu kısaltmanın sergilediği çelişki, Tatlises'in popüler kültür hayatındaki çelişkili varoluşunun bir özeti gibidir. Gerçekte, Tatlises'e ilişkin duygular da bütünüyle bu karşıt uçlarda gezinir. Türkiyeli izleyici nezdinde İbrahim Tatlises, derin bir “aşk-nefret” ilişkisinin en temel figürlerinden biridir. Fakat bu, ünlülere yönelik olarak sıklıkla rastlanan türden basit bir aşk-nefret ilişkisi değildir; çelişkili duygusal yatırımlar aynı zamanda yo-

ğün biçimde Tatlıses'in hayat hikâyesiyle ilişkilidir. Böyle olduğunu programın hemen her bölümünde, Tatlıses'in konuşma biçimi, davranışları ve düşüncelerine gösterilen tepki açığa vuruyordu. Tatlıses'in sesinden başka her şeyi kolaylıkla bir aşığılamanın ve yerginin konusu oldu.

Tatlıses'e gösterilen direnç, bir varoluş biçimine -dolayısıyla kişisel tarihine, ötekiliğine- gösterilen bir dirençtir. Ondan istenen "varoluşsuz bir ses'tir". Diğer bir deyişle, "mükemmel sesi" başka türlü katlanılamayacak olan ötekiliğini katlanır kılmaktadır; fakat bu "katlanışın bedeli" Tatlıses'i hakir görerek bizzat kendisine ödettirilecektir de. Kozanoğlu'nun yıllar evvelinden belirttiği gibi: "İbrahim Tatlıses bir hikaye: Hayatı, arabeskin hayat hikayesi gibi. İbrahim Tatlıses bir simge: Kürtlerin toplumsal yükselişinin simgesi. İbrahim Tatlıses bir ses: Ama ne ses..." (1994: 37). Kozanoğlu, İbrahim Tatlıses "Kürt örgütlerinin toplumsal mücadelesine değil, Doğulu ve ağırlıkla Kürt kökenli iş adamlarının, babaların, "baba şarkıcıların" büyük kentlerdeki yükselişine simge oldu. Ve insanlar artık en çok Kürt aksanına gülüyordu" demektedir, 1990'lı yılların başında. Yazar, Tatlıses'in sonu gelmemekle birlikte (o tarihte bile) sözünü ettiği misyonunun sona erdiğini ifade eder. Kozanoğlu'nun "Tatlıses olgusu"na yaklaşımında, zihin açıcı bir anlama çabası ve açıklama gücü vardır. Ancak yine de bu samimi ve demokratik yorumun, Tatlıses'in sesini överken bile bir mahcubiyeti dışı vurması ve hatta onu, varoluşundan soyunmuş bir ses olmaya davet ederek nihayet bulması, manidardır:

Bazılarına, İbrahim Tatlıses'in sesini beğenme hakkı tanınmaz. Ya popülizmle suçlanırlar ya aydın fantezilerinin kuyruğunda saçmalamakla. İyi de, adam bazı türküleri çok güzel söylüyor. Ne yapacaksınız? Eğer "kıro" zannedilme kompleksiniz yoksa ve İbrahim Tatlıses'in hiçbir şeyine katlanamama hakkınızı kullanmıyorsanız, "Türkmen Gelini" türküsünü bir dinleyin, n'olur. Yitirmek üzere olduğu iki misyonun bırakacağı boşlukta, İbrahim Tatlıses'in, yalnızca sesine tutunarak da ayakta kalabileceğini düşünürsünüz belki. En iyi İbrahim Tatlıses, türkü söyleyen İbrahim Tatlıses değil mi zaten? (Kozanoğlu, 1994: 55-56).

Tatlıses bir hikâye ise, bu hikâyeye -şovun her bölümünde- gösterilen direnci daha iyi anlamak üzere, en başa dönmek zorundayız: İbrahim Tatlıses bilindiği üzere Urfalıdır, aile tarafından Kürt ve Arap kökenlidir. Evsiz bir ailenin mağara benzeri barınağında dünyaya gelmiş, küçük yaşta babasını kaybetmiş ve annesi tarafından yetiştirilmiştir. Yine küçük yaştan itibaren düğünlerde şarkı söylemeye başlamıştır. Ailesiyle birlikte 1977'de İstanbul'a göç eder. İstanbul'a yerleşmesinden önce bir albüm denemesi olmuşsa da (1975) bu albümle bir çıkış yapamaz. Esas başarısını “Ayağında Kundura” adlı albümüyle yakalar. Bu albüme adını veren şarkının bile, Tatlıses'in yoksul hayatında, “başka bir dünyaya aitmiş gibiliği” tınlayan “kundura”da somutlaştığını bir yorum olarak öne sürebiliriz. Ulaşılmaz sevgili, varılların dünyasına ait bir çift “kundura” içinde “O'na doğru” mütereddit yürümektedir: *Ayağında kundura/yar gelir dura dura...* Albümün başarısı Tatlıses'i 1980'lerdeki büyük başarısına ve oradan da bugünlere, kesintisiz bir üne getiren serüveni başlatır. Tatlıses; Aralık 2003'te, İbo Şov'da Kürtçe bir şarkı söyler; bu, geniş protestolara ve eleştirilere yol açar. O dönem ayrıca, Tatlıses'e yönelik başarısız bir suikast girişimi de olur.<sup>15</sup>

Tatlıses'in ulaştığı yer, sadece mağara benzeri bir evin çok yoksul ve çok çocuklu, Kürt-Arap kökenli bir ailesinden gelen birinin değil, kimsenin kolay kolay hayal edemeyeceği bir zirvedir. Onunki muhteşem bir yükseliştir. Fakat aynı zamanda bu, aşağıda bıraktıklarını her an göz önünde tutan bir zirvedir. Dipte bıraktıkları ya da dipten taşıdıkları, bu zirvede, Tatlıses'in konumunu son derece kırılğan bir görünüme büründürür. Tatlıses'in en dipte ne yaşadığını hemen her fırsatta yüksek perdeden dile getirmesinin, biraz da herkesten önce davranarak bu kırılğan hayatı gözler önüne serme güdüsünden kaynaklandığı söylenebilir. “Kırık” tarafınızı apaçık gösterdiğinizde başkalarına gösterecek, fısıldayacak hiçbir şey bırakmamış olursunuz. Ancak durum yine de bu denli basit değildir. Çünkü Tatlıses'in Kürtlüğü, Araplığı, eğitimsizliği, yoksulluğu ve “mağaradan gelmişliği,” gerek diğer ünlülerin gerekse üst-orta ve üst tabakadan “Beyaz Türkler”in ko-

15

Burada yer alan bilgiler *Vikipedi*'deki İbrahim Tatlıses maddesinden derlenmiştir.

layca başa çıkabilecekleri, çelişkisizce, “geçmiş”e kaydedebilecekleri bir not değildir. O her zaman, başa çıkılması güç olan çelişkilerin “temsilcisi”dir: Popüler müzik dünyasında olağanüstü güçlüdür, son derece güzel şarkı söyler. Fakat hiçbir eğitim almamıştır. Türkçesi yıllar sonra bile hâlâ kırık-döküktür. “Nezaket” add edilen birçok kuralı da bu dilsel ve bedensel kırık döküklüğüyle kırır döker. Üstelik gizlenemeyecek ölçüde maçoğundur da.

Belirtilen nedenlerle, şovun izlenen sezonu boyunca, Abacı ve Tatlıses arasında geçen konuşma ve tartışmalar, üzerinde düşünmeye değer bir karakter kazandı. Abacı, Tatlıses'in gücünü, karizmasını ve müzik alanındaki ününü inkâr edemiyor; fakat aynı zamanda Tatlıses olgusuna ikircimsiz bir kabulde yaklaşmaya da gönüllü olamıyordu. Tatlıses de kendi gücü ile geçmişinden kaynaklanan kırılma konumu arasında adeta sıkışıyor ve bu durumu sürekli olarak kontrol altında tutmak zorunda olduğu bir gerilim olarak yaşıyordu. İki sanatçı arasındaki söz konusu gerilimin bu makale bakımından önemi, izleyiciye ulusal çelişkiler ve çatışmaların yoğunlaşmış bir görünümünü sunmasından kaynaklanıyor. Tatlıses'in özellikle Arap-Kürt kökenini görünmez kılmak üzere Türklüğe ve Türklük değerlerine yaptığı güçlü kişisel vurgu izlenmeye değerdi. Milliyetçi bir semiyosferin kuşattığı şovda yer alan üç sanatçı içinden, bu semiyosfere en sıkı biçimde eklenilen, Devlet'e ve Türklüğe bağlılık ve minnettarlık, Mehmetçik'e övgü ve sevgi gösterisi bakımından en cansiperane tutumu sergileyen de Tatlıses'ti. Türkiye'nin en popüler birkaç sanatçısından biri olan Tatlıses'in, kendi farkını görünmez kılmak için sergilemek zorunda olduğu milliyetçi tutum dikkate değerdi.

Üçüncü ve en genç jüri üyesi Seda Sayan'a gelince, bilindiği gibi onun da genel olarak kadın izleyiciyi hedefleyen ve sabah saatlerinde yayınlanan bir televizyon şovu var. Sayan, alt-orta sınıf, kentli kadınların kolaylıkla özdeşlik kurabildiği bir isim. O da İstanbul'un varoşlarından yetişmiş. Bununla birlikte öz-yaşam öyküsünden kökenlenen kırılma bir konumu sahiplenmeye hiç niyeti yok. “Bacı” rolü kadar, *femme fatale* bir sarışın ve şov



aleminin saygın kadını rollerini de sahipleniyor. Sayan'ın bütün bu iddialarının kendi içinde çelişkilerle dolu olduğunu en başından teslim etmek gerekir. Ancak Seda Sayan bir popüler kültür figürüdür ve popüler kültür de çelişkilerle doludur. Sayan'ın temsil ettiği her şey yüzeydedir. Fakat Fiske'nin popüler metinler için söylediği gibi: “bu, tam da onu güçlü kılan noktadır” (1999: 152). Yüzeysellik ve çelişki, izleyiciye kendi hayalleri ve hayal kırıklıklarıyla dilediği gibi doldurabileceği gedikler sunar. Seda Sayan, şovun inşa etmeğe çalıştığı “biz” kurgusuna dâhil olma telaşına da kapılmaz. O zaten başından beri “biz”den biridir.

Jüri üyeleri arasındaki çatışmaların kısmen sınıfsal ve etnik kökene dayanması, dışlayıcı bir milliyetçi söylem yaratılmasına katkıda bulunuyor. Aralarından hiçbiri, bir diğerinin varlığını göz ardı ya da inkâr edemiyor. Ancak bu aşikâr mevcudiyeti, aşışılmaktan ve hırpalamaktan da geri durmuyorlar. Şovun yerel içeriğinin yabancı formatla olan gerilimine, katılımcılar arasındaki bu gerilimler eklenince, ulusal kimliğin iyi bilinen bir özelliği ortaya çıkmaya başlıyor: Gerek öz-düşünümsellik bağlamında gerekse ötekine dair tasavvurlar ve tutumlar anlamında, gri tonları reddeden, kâh tamamen siyah tonlara kâh beyaza meyleden kesintisiz bir salınım...

Son olarak, şovun iki sunucusu (Cenk Eren ve Gül Gölge) için söylenecek çok da fazla bir şey yok. Koyu renk ceketi ve papyonu, sabrı, aşırı kibarlığı, itidale davet eden, sakın kişiliğiyle Cenk Eren'in; duru güzelliği, nezaketi -ilerleyen hamileliği- ve yine sükûnetiyle Gül Gölge'nin, izleyiciye sunduğu özdeşleşme yelpazesinin biraz daha dar olduğu açık. Onlar eğitilmiş ve “uygun” kişiler, bu anlamda da üst-orta sınıf, “Beyaz Türklük” ün temsilcisi oldukları söylenebilir. Onların sunduğu da bir “yüzey”, ancak bu yüzeyin, bir “bütünlük” içindeymiş gibi görünüyor olması, şovun sunucuları olarak zaman zaman üstlendikleri arabuluculuk ve koordinasyon işinde ciddiye alınmalarını kolaylaştırıyor. Kısacası, “çelişkisizliklerine” rağmen bu iki isim popüler bir şova dâhil olabiliyor. Bu da anlatı stratejisinin bir parçası. Onların görünüş-

teki çelişkisizliği, jüri üyelerinin “star” konumlarının ve popülerliklerinin zorunlu olarak gereksindiği çelişkileri görünür hale getirmeye yardımcı oluyor.

## Sonuç

Bu makalede, popüler format uyarlamalarının kültürel kimlikle olan problemlili ilişkisini ve bu uyarlamaların üretmeye meyl ettiği milliyetçi söylemleri, *Hayalin İçin Söyle* adlı yetenek yarışmasının *Star TV*'de yayınlanan bir sezonunu inceleyerek düşünmeye çalıştım.

Şovu incelemeye kışkırtan şey, gerek orijinal formata gerekse tür olarak böyle bir programa hiç uygun olmayan milliyetçi seslenişinden kaynaklanıyordu. Yarışmada bir tarafta, her biri gerçekten trajik hayatlar yaşamış ve yaşamaya devam eden gencecik insanlar; diğer tarafta ise Türkiye'nin hiçbir önemli problemine dair “açık” bir politik tavır sergilememiş ünlüler vardı. Genç yarışmacıların, kendilerine “güler yüzünü” hiç göstermemiş olan hayatlar yaşamalarına, sahihsizliklerine ve çaresizliklerine rağmen bu trajik hayatlarla sistem arasında hiçbir bağ kuramamaları, milliyetçi söylemleri ikircimsiz sahiplenmeleri ne kadar ilginçse, ünlülerin tutumları da o kadar ilginçti. Onlar da eleştirel mesafeden uzak bir biçimde, ülkenin geleceğine ilişkin hamasi konuşmalar yapabiliyor, gencecik askerlerin -gerekirse yüzlercesinin daha gözünü kırpmadan şehit olabileceği konusunda güvence veriyorlardı. Bu eğilimlerin her biri şovu basit bir televizyon eğlencesi, heyecanlı bir yarışma olmaktan uzaklaştırıyordu. *Hayalin İçin Söyle* tek dilli, tek söylemli statik bir ulus “hayalinde” ısrar eden, her tür dönüşüme ve toplumsal meselelerin “hakiki” bilgisini edinmeye direnen; popüler, saldırgan ve dışlayıcı bir milliyetçi söylemin anlatı mecralarından birine dönüşüyordu.

Kuşkusuz, bu çalışma bakımından en önemli ve sonuçları bakımından tedirginlik verici boyut da televizyon dizileri, haberler, tartışma programları gibi bu tür dışlayıcı söylemlere nitelikleri gereği daha fazla temayül gösteren programlara, “şov” ve “eğlen-

ce” nitelikleri daha baskın olan bu tür yarışma programlarının da eklenmiş olmasıdır. Yarışma programları “sıradan insanlara” ekran görünürlüğü ve ün sağlayarak daha geniş bir özdeşleşme imkânı sunmaktadır. Bu programlar, yarışan taraflar arasında taraf tutmayı kışkırttığı için dışlayıcı söylemlerin yaygınlaşmasına da daha elverişlidir. Sınırları olmayan televizyon olgusunun çeşitli görünümünden biri olan bu programları, küresel medya sermayesinin kültürel işgalciliğinin bir tezahürü olarak incelemek ya da format ticareti etrafında gündeme gelen milyonlarca dolarlık satışı ve tek yönlü program akışını araştırmak önemli olabilir. Ancak bu tür programların yükselen değerlere ve milliyetçiliğin popülerleşmesine nasıl eklemledikleri meselesine -ki ihmal edilmiş bir çalışmadır- yoğunlaşmak ve bu konuda eleştirel farkındalık yaratmak da çok önemli görünüyor.

Format uyarlamaları aynı zamanda kendi yerelliğimizin, “Türklüğümüzün”, kültürel kimliğimizin içine gömülmenin ve bu gömülmeyi yüceltmenin yol açabileceği “aşırılıkları” öngörebilmek bakımından da önemlidir. Bu uyarlamalar belki orijinallerinin “yabancı” olduğunu unutturacak denli başarılı bir yerellik üretiyor olabilirler. Nitekim kimi uluslararası karşılaştırmalı çalışmaların bu sonucu ortaya koyduklarına değinmişim. Ancak söz konusu formatların esasen “yabancı” olduklarını hatırladığımızda, bu yabancı biçimleri böylesine görünmez kılacak kadar ele geçiren bir yerellik üzerinde yeniden düşünmek de zorunlu hale gelir. Yerelin direnişinin aynı zamanda dönüşüme, farklı yerellikler ve kültürel biçimleriyle karşılaşmaya, politik meselelere “serinkanlı” bakmaya, toplumsal uzlaşma arayışlarına direniş olup olmadığı da incelenmeye değer. Bu aynı zamanda Hall’ün (1992) kültürel çalışmalarla ilişkili olarak söylediği şeyi televizyon çalışmaları bağlamında gerçekleştirmek; bu çalışmaları hayatla ilişkilendirmek, ait olmaları gereken yere, gündeliğe yerleştirmek anlamına gelecektir.

Çalıştığımız malzeme olarak televizyon, kendi kültürünü, her tür hiyerarşiyi ve “disiplin yuvasını” kat ederek gündeliğe yerleştiriyor çünkü. Kuzey Irak’a yönelik sınır ötesi operasyon tarafın-

16

Bakınız  
http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/429810.asp

dan belirlenen semiyosfer, *Hayalin İçin Söyle*'yi ele geçirmeden önce, *reality* TV terminolojisi ordunun içine sızmış, en tepeye yükselmişti bile. Operasyonun başladığı 17 Aralık 2007'de, Genelkurmay Başkanı Orgeneral Yaşar Büyükanıt şunları söylemişti: "Kış da olsa mağarada da yaşasalar onları bulup vururuz. PKK ayağını denk alsın. Artık bizim için kampları BBG Evi gibidir."<sup>16</sup>

#### Kaynakça

- Aksoy, Asu ve Kevin Robins (2000). "Thinking Across Spaces: Transnational Television from Turkey." *European Journal of Cultural Studies* Vol 3(3): 343-365.
- Altınay, Ayşe Gül ve Tanıl Bora (2002). "Ordu, Militarizm ve Milliyetçilik." *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik*. Cilt 4. Tanıl Bora (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 140-154.
- Anderson, Benedict (1993). *Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*. Çev., İskender Savaşır. İstanbul: Metis.
- Arsu, Şebnem (2007). "Parliament in Turkey Votes to Allow Iraq Incursion." *New York Times*. <http://www.nytimes.com/2007/10/17/world/europe/17iht-18turkey.4.7929431.html>. Erişim tarihi:18 Mart 2008.
- Aslama, Minna ve Mervi Pantti (2007). "Television Flagging Finnishness: Reproducing National Identity in Reality." *Television & New Media* Vol. 8(1): 49-67.
- Belge, Murat (2006). *Linç Kültürünün Tarihsel Kökeni: Milliyetçilik*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Billig, Michael (1995). *Banal Nationalism*. London: Sage.
- Bonner, Frances (2003). *Ordinary Television*. London: Sage.
- Bora, Tanıl (2006). *Medeniyet Kaybı*. İstanbul: Birikim.
- Corner, John (2007). "Television Studies and The Idea of Criticism." *Screen* 48(3): 363-369.
- Coutas, Penelope (2006). "Fame, Fortune, Fantasi: Indonesian Idol and The New Celebrity." *Asian Journal of Communication* Vol 16(4): 371-392.
- Dhoest, Alexander (2007). "Identifying with the Nation: Viewer Memories of Flemish TV Fiction." *European Journal of Cultural Studies* Vol 10(1): 55-73.
- Fiske, John (1999). *Popüler Kültürü Anlamak*. Çev., Süleyman İrvan. Ankara: Ark.
- Gürbilek, Nurdan (1992). *Vitrin'de Yaşamak: 1980'lerin Kültürel İklimi*. İstanbul: Metis.
- Gürbilek, Nurdan (2001). *Kötü Çocuk Türk*. İstanbul: Metis.
- Hall, Stuart (1992). "Cultural Studies and Its Theoretical Legacies." *Cultural Studies*. Lawrence Grossberg, Cary Nelson, Paula Treichler (der.) içinde. New York & London: Routledge. 277-294.
- Hartley, John (2007). *Television Truths: Forms of Knowledge in Popular Culture*. Wiley: Blackwell.
- Kılıçbay, Barış B. (2005). *Türkiye'de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü*. Ankara: AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayınlanmamış Doktora Tezi.

- Kozanoğlu, Can (1994). *Cilalı İmaj Devri*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kraidy, Marwan M. (2008). "Reality TV and Multiple Arab Modernities: A Theoretical Exploration." *Middle East Journal of Culture and Communication* 2008(1): 49-59.
- Law, A. (2001) "Near and Far: Banal National Identity and the Press in Scotland." *Media, Culture and Society* 23(3): 299-317.
- Lotman, Juri (1990). *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. İngilizceye Çev., Ann Shukman (2001). London: I. B. Tauris.
- Milikowski, Marisca (2000). "Exploring a Model of De-Ethnicization: The Case of Turkish Television in the Netherlands." *European Journal of Communication* Vol 15(4): 443-468.
- Moran, Albert (1998). *Copy Cat TV: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*. University of Luton Press: UK.
- Öncü, Ayşe (2000). "The Banal and the Subversive: Politics of language on Turkish Television." *European Journal of Cultural Studies* Vol 3(3): 296-318.
- Önder, Harun ve Fikret Şenses (2005). "Türkiye'de Yoksulluk ve Yoksulluk Düşüncesi." *İktisat, Siyaset, Devlet Üzerine Yazılar* (Prof. Dr. Kemali Saybaşı'ya Armağan). Burak Ülman ve İsmet Akça (der.) içinde. İstanbul: Bağlam. 199-221.
- Özkırımlı, Umut (2002). "Türkiye'de Gayriresmi ve Popüler Milliyetçilik." *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik*. Cilt 4. Tanıl Bora (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 706-717.
- Richardson, Kay ve Ulrike Meinhof (1999). *Worlds in Common? Television Discourse in a Changing Europe*. London and New York: Routledge.
- Skovmand, M. (1992). "Barbarous TV International: Syndicated Wheels of Fortune." *Media Cultures: Reappraising Transnational Media*. Skovmand and Schroeder (der.) içinde. London: Routledge. 84-103.
- Sparks, Colin ve John Tulloch (2000). *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Tunç, Aslı (2002). "A Genre a la Turque: Redefining Game Shows and the Turkish Version of Wheel of Fortune." *Journal of American and Comparative Cultures* 25(3/4). 246-248.
- Yeğen, Mesut (2002). "Türk Milliyetçiliği ve Kürt Sorunu." *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik*. Cilt 4. Tanıl Bora (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 880-892.
- Volcic, Zala ve Mark Andrejevic (2009). "That is Me: Nationalism and Identity on Balkan Reality TV." *Canadian Journal of Communication* Vol. 34: 7-24



# Televizyon Program Formatları: “Çarkıfelek” ve “Kim 500 Milyar İster” Programları Üzerine Bir İnceleme

## Özet

Medya sektöründe üretilen içeriklerin küresel dolaşımı ve kullanımı sürecinde bir dizi kültürel direnç ve engelle karşılaşılabilmektedir. Televizyon yayıncılığı alanında üretilen içeriklerin dolaşımı sürecinde ve farklı kültürlerle teması aşamasında da benzer direnç noktaları belirmektedir. Bu çalışmada, söz konusu dirençlerin aşılmasında kullanılan tekniklerden biri olan program formatları incelenmektedir.

Çalışmada, gerek dünyada gerekse Türkiye’de program formatları kullanımının yaygınlaşmasına zemin sağlayan koşullar ele alınmakta, program formatlarına ilişkin yasal ve endüstriyel arka plan bilgisi sunulmakta ve konu Türkiye’de yayınlanmakta olan iki program ekseninde değerlendirilmektedir.

**Anahtar sözcükler:** Program formatları, yarışma programları, *Kim 500 Milyar İster?*, *Çarkıfelek*, Küresel medya endüstrileri

**TV Programme Formats: A Study on “Çarkıfelek” and  
“Who Wants To Be A Millionaire?” Programmes**

## Abstract

A series of obstacles and cultural resistances can be faced during global movement and use of outputs produced in media sector. Same kind of resistance points also emerge in the process of movement of outputs produced in TV broadcast and their interactions with different cultures. In this study, program formats are analyzed as a method used for overcoming the aforementioned resistances.

In the study, conditions for extending the use of program formats in Globe and in Turkey are discussed; legal and industrial background information regarding the program format are presented and the issue is assessed within the framework of two programs, which are broadcasted in Turkey.

**Key words:** Program Formats, Contest Programs, *Who Wants to Be a Millionaire?*, *Wheel of Fortune/Çarkıfelek*, Global Media Industries

**Ercan Balcı**

*Birleşmiş Milletler  
Kalkınma Programı  
Demokratik Yönetişim  
Programı*

## Televizyon Program Formatları: “Çarkıfelek” ve “Kim 500 Milyar İster” Programları zerine Bir İnceleme

Son yıllarda ulusal televizyon kanallarında yayınlanan *Biri Bizi Gözetliyor*, *Popstar*, *Biz Evleniyoruz*, *En Zayıf Halka*, *Kim 500 Milyar İster?* gibi yarışma programlarının izleyiciler tarafından büyük ilgiyle karşılandığını görmekteyiz. TRT'nin yayın tekelinin sürdüğü dönemlerde örneklerine pek rastlanmayan bu tür programlar yalnızca Türkiye'de değil, onlarca ülkede çoğunlukla eşzamanlı olarak yeniden üretilerek yayınlanabilmekte ve yakın popülarite düzeyine ulaşabilmektedir. Birer kültürel ürün oldukları halde, birbirinden çok farklı kültürel coğrafyalarda geniş izleyici kitleleriyle buluşma başarısı gösteren bu programların en dikkat çekici yönlerinden biri, belli “formatlar” çerçevesinde üretilmiş olmalarıdır. Uluslararası program ticaretinin önündeki kültürel engellerin aşılması ve televizyon yayıncılığının küresel nitelik kazanması açısından oldukça özgün ve etkili bir formül olarak karşımıza çıkan televizyon program formatları, bu çalışmanın odağında yer almaktadır.

Çalışma, ülkeden ülkeye büyük sosyo-kültürel farklılıklar sergileyen izleyici kitlelerinin nasıl olup da aynı format çerçevesinde üretilen programlara ilgi duyabildiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Program formatları her ülkede gerçekten hiç değiştirilmeden mi yayınlanmaktadır? Birbirinden oldukça farklı kültürlerle temas ettiği noktada ne tür direnerle karşılaşmaktadır? Dirençle karşılaştığı durumlarda kültürel dokuya ne şekilde uyum göstermektedir? Formatlar aracılığıyla yerel ya da ulusal kültürlere uyumlu hale getirilen programlar, gerçekten yerel bir nitelik mi kazanmaktadır; yoksa küresel medya içeriklerine atfedilen homojenleştiri-



ci/benzeştirici karakteristik farklı bir formda yeniden mi üretilmektedir? Sayısı arttırılabilecek bu türden soruların yanıtları, formatlanarak satılmaya en uygun tür olan ve son yıllarda ülkemizde de oldukça ilgi çeken yarışma programları (*game/quiz show*) üzerinden araştırılmaya çalışılmaktadır.

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren tartışılmaya başlanan küreselleşme olgusu ile yüzyılın son çeyreğinde medya endüstrisi ve sistemlerinde gözlenen gelişmelerin ele alınması, program formatlarının endüstrideki hangi ihtiyaca cevap verdiğini anlamaya yardımcı olacaktır. Bu perspektiften hareketle, medya alanında ABD'den başlayan ve ardından Avrupa, sonra da Türkiye'ye yansıyan gelişmelerin ana hatlarıyla ele alınmasında yarar görülmüştür. Endüstri ve sistemlerde gözlenen değişimler çerçevesinde ele alınacak olan program formatları, format geliştiren ve üreten aktörler, ulusal kültüre adaptasyon gibi temalar çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ele alınacak konular arasında yer almaktadır. Çalışmanın son aşamasında Türkiye'deki format adaptasyonu konusu, *Çarkifelek* ve *Kim 500 Milyar İster?* gibi yarışma programları çerçevesinde tartışılmıştır. Küresel dolaşıma sokulan televizyon içeriklerinin Türkiye'de yerel kültüre nasıl uyumlu hale getirildiği, ABD, Rusya ve Suudi Arabistan'ı da kapsayan benzer araştırma sonuçları da dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

Program formatlarının özellikle endüstriyel boyutu ile ilgili yapılan literatür çalışması, bu konunun ne kadar az incelendiğini

ortaya koymuştur. Çeşitli metinler içerisinde kısa değerlendirmeler yapılmasına rağmen formatların medya endüstrisinde hangi ihtiyaca cevap verdiği ve üretim/dağıtım süreçlerinin nasıl işlediğine ilişkin yeterli kaynağa ulaşılamamıştır. Bu durumun tek istisnasını, Albert Moran'ın *Copycat TV: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity* isimli kitabı oluşturmuştur. Program formatlarına ilişkin detaylı incelemeler, bu kitabı adeta bir referans kaynağı haline getirmiştir. Bu nedenle formatın hukuksal ve endüstriyel nitelikleri ele alınırken adı anılan kaynak yoğun olarak kullanılmıştır.

## Medya Endüstrisindeki Dönüşümler ve Ulusal Televizyon Sistemleri

Televizyon sistemleri ulusallık/yerellik niteliklerini sürdürmelerine karşın, endüstride yaşanan gelişmelerden kaçınılmaz olarak etkilenmektedirler. Medya alanındaki yön değişikliğini anlayabilmek için 1980'li yıllarda meydana gelen gelişmeleri değerlendirmek gerekir. Bu sürecin incelenmesi Türkiye'de 1990'lı yıllarda başlayan sistem değişikliğini ve program türlerindeki değişimi anlamaya da zemin hazırlayacaktır.

Thompson bu süreci ekonomik-politik düzeyde tespit ettiği dört eğilim çerçevesinde açıklamaktadır:

- Medya endüstrisinde giderek artan yoğunlaşma (*concentration*)
- Medya endüstrilerinin giderek genişleyen çeşitlenmeleri (*diversification*)
- Medya endüstrilerinin artan küreselleşmesi (*globalization*)
- Yayıncılık alanında kuralların kaldırılması (*deregulation*) (Thompson, 1996: 190).

Teknolojinin ilerlemesi ve sermayenin serbest dolaşımının önündeki engellerin kalkmasıyla birlikte medya endüstrisi, gittikçe ulus aşırı bir nitelik kazanmaya başlamıştır (Yengin, 1994: 29). Hem Amerika hem de Avrupa'da faaliyet gösteren ticari televizyon kanallarının mülkiyeti son derece az sayıda şirket tarafından kontrol

altına alınmıştır. Şirketlerin, “büyüme eğilimleri, satın almalar, şirket birleşmeleri, ticari anlaşmalar ve giderek küçük boyutlu rakiplerin kendiliğinden piyasadan çekilmesi suretiyle” (Pekman, 1987: 93), medya alanında yoğunlaşma meydana gelmiştir.

Çeşitlilik ile bir medya kuruluşunun birden fazla alanda yatırım yapması kastedilmektedir. Günümüzde teknolojik yakınsamanın da etkisiyle medya şirketlerinin faaliyet alanları birbirine yaklaşmakta, böylece örneğin televizyon yayıncılığı yapan bir şirketin yan kuruluşları gazete, kitap, müzik, internet ve telekomünikasyon alanlarında da faaliyet gösterebilmektedir (Adaklı Aksop, 2001: 232). Bu durum, medya endüstrilerinin hem faaliyet alanlarındaki çeşitliliğini hem de ulaştığı ekonomik gücün düzeyini somutlaştırmaktadır.

Medya endüstrilerinde gözlenen eğilimlerden bir başkası olan deregülasyon, yine ABD’den başlayarak Avrupa’yı da etkisi altına alan neo-liberal doktrinin medyadaki yansımalarını açıklamak için kullanılmaktadır. Pazar ekonomisinin yeniden yapılandırılmasını amaçlayan neo-liberal doktrin, temelde devletin ekonomik faaliyetlerden elini eteğini çekmesini öngörmekten başka, bu alanda düzenleme yapmasını da engellemektedir. Tekelleşmenin önlenmesi gibi kaygılarla yürürlüğe sokulan düzenlemelerin piyasa işleyişine engel olduğu öne sürülerek yayıncılık alanındaki düzenlemelerin de kaldırılması istenmiştir. Bu durum yayıncılık alanında ABD ve Avrupa ülkelerinde farklı sonuçlar doğurmuştur. ABD’de deregülasyon mevcut özel yayın istasyonlarına yenilerinin de eklenmesi suretiyle egemen özel çıkar grupları arasındaki güç dengesini değiştirmişken, Avrupa’ya da yayıncılıkta kamu tekelinin kaldırılması ve özel sektöre bu alanın açılması sonucunu getirmiştir (Pekman, 1997: 58).

Deregülasyon süreci, yayıncılık alanında rekabeti ve ona paralel olarak da ticarileşmeyi getirmiştir. Yeni süreçte televizyon kurumları kar-zarar esasına göre işlediği için televizyon izleyicileri de artık birer “müşteri” (Davis, 1997: 16) olarak görülmeye başlanmıştır. Morley ve Robins’e göre yeni durumda izleyiciler artık siyasi te-

rimlerle tanımlanmamakta ve bu yüzden de ulusal topluluğun yurttaşları olarak değil de tüketim piyasasının birer üyesi olarak görülmektedirler. Bu sayede televizyon içeriklerinin belirlenmesinde, izleyicinin talep ve beklentileri en önemli kriter haline gelmiş olmaktadır (Davis, 1997: 29).

Medya endüstrisinin küreselleşmesi, genellikle kültürün küreselleşmesi bağlamında ele alınmıştır. Medyanın küresel kültür inşa etmede etkin bir rol üstlendiğini öne süren bazı teorisyenler, ABD başta olmak üzere gelişmiş Batılı ülkelerin, kitle iletişim araçları kanalıyla geri kalmış toplumların kültür dünyasını işgal ettiğini öne sürmüşlerdir. Bu konuyu ele alan çalışmalar, geleneksel eleştirel paradigma çerçevesinde, medya ile uluslararası güç dengeleri arasındaki ilişkiyi analiz etmektedir. Kültür emperyalizmi olarak da bilinen bu yaklaşım dünyadaki iletişimin akış yönü ile ekonomik ve politik gücün yönü arasında ilişki kurmaktadır. Buna göre New York, Los Angeles, Londra ve Tokyo gibi yerler uluslararası telekomünikasyon ve medya ürünlerinin merkezi konumunda bulunmaktadır (Sinclair vd., 2000: 301).

Kültür emperyalizmi tezinin temsilcilerinden biri olan Schiller (1993) gibi yazarlar, ulus aşırı medya şirketlerinin asıl misyonunun, kapitalizmin tarihsel amacı olan kâr ve sermaye birikimini sağlamak için uygun piyasa koşullarını oluşturmak olduğunu öne sürmektedir. Amerikan kitle kültürünün taşıyıcı ajanları olarak görülen uluslararası medya şirketlerinin kültür ürünlerini yaymak suretiyle ulusal kimlikleri tehdit etmesi, kültürel sınırların yeni iletişim teknolojilerinin de etkisiyle ortadan kalkmak üzere olması ve bütün dünyanın Amerikan tarzı yaşam modelini benimseme yolunda olması, kültür emperyalizmi tezinin argümanları arasında yer almaktadır.

Kültür emperyalizmi teorisyenlerine göre kültürel küreselleşme sürecinde ulusal kültür yerini tüketim kültürüne terk etmektedir. Ancak bu türden iddiaları, ham ve gerçekleri yansıtmaktan uzak olduğuna ilişkin bir dizi eleştiri takip etmiştir. Eleştirilerin bir bölümü teorik bir bölümü de pratik temeller üzerine bina edilmiş-

tir. Bu karşı çıkışlardan birini kavramlaştıran Tunstall (aktaran Sinclair vd., 2000: 301)'a göre medya emperyalizmi teorisyenleri, ABD'nin geri kalmış ülkelere program ihraç etmesini daimi bir durum olarak ele almışlardır. Oysa zamanla yerel medya endüstrisinin de gelişmesiyle birlikte ABD'ye olan bağımlılık, yayıncılığın yeni başladığı döneme göre epeyce azalmıştır.

Bir başka eleştiri de Varis'in medya ürünlerinin “tek yönlü akış” iddiasını güncellemesi çerçevesinde yöneltilmiştir. Varis (aktaran Sinclair vd., 2000: 301)'e göre uluslararası televizyon programlarının dolaşımında hâkimiyet yine ABD'de olmasını karşın, ters yönlü bir akış da gözlenmeye başlamıştır.

Günümüz kültür ekonomisinin artık merkez ve çevre kavramlarıyla açıklanamayacak kadar iç içe geçmiş bir yapı sergilediğini ifade eden Appadurai (2000: 324), ABD'nin televizyon programları aracılığıyla kapitalist kültürü yayan tek merkez olmaktan çıktığını öne sürmektedir. Yazar böyle bir yaklaşımın, çevredeki izleyicilerin ideolojik içeriklerin etkileri konusunda çaresiz olduklarını kabul etmek anlamını taşıdığına dikkat çekmektedir. Aynı bakış açısının, medya içeriğinin izleyiciler tarafından nasıl tüketildiği ve etkilerinin neler olduğunu anlama konusunda da eksik kaldığı ifade edilmektedir. Ien Ang, Katz ve Liebes'in *Dallas* dizisi üzerine yaptıkları araştırmalar, medya metinlerinin bütün dünyada aynı biçimde okunmadığını göstermiştir. Ang'in çalışması “emperyalist metne maruz kalmakla hemen ideolojik etkiler görüleceği anlayışının ne kadar yanlış ve gerçekdışı olduğunu ortaya koymaktadır” (Tomlinson, 2000: 309). Yine *Dallas* üzerine ampirik bir çalışma yapan Katz ve Liebes de “farklı etnik grupların herhangi bir programı değerlendirirken kendi değerlerini devreye soktuklarını” (Tomlinson, 2000: 310) tespit etmişlerdir.

Kültür emperyalizmi tezine yöneltilen ve bu kapsamda son olarak ele alınan eleştiri, izleyicilerin ithal programlardan çok; yerli yapımlara daha fazla ilgi göstermesi noktasından temellenmektedir. Paralel bir eleştiri de ulusal televizyon kanallarında yayınlanan programların ithal programlara oranla daha fazla olması noktasın-

dan getirilmektedir. Sinclair'e göre endüstrinin doğasının küreselleşmesine, kanal sayısının artmasına ve teknolojinin sağladığı imkânlarla rağmen televizyon yayıncılığının yerellik niteliği küresellik niteliğinin önünde kalmıştır (2000: 304). ABD kökenli programlar, genellikle kültürel sınırları aşan içerik ve geçişkenliğe sahip olmalarına rağmen, izleyicilerin en hoşlandıkları programlar yine yerel olanlardır. İzleyiciler ithal edilen programın yerli alternatifi ya da benzeri varsa, onları izlemeyi tercih etmektedirler. Bu nedenlerle ulusal televizyonlar önemlerini korumaya devam etmektedirler.

Medya alanında kısaca açıklanmaya çalışılan endüstriyel gelişmeler, Türkiye de dâhil olmak üzere Avrupa'nın pek çok ülkesinde benzer sonuçlar doğurmuştur. Program ticaretinde meydana gelen canlanma, konumuz açısından vurgu yapılması gereken ortak sonuçlardan biridir. Hem kanal sayısında hem de yayın saatlerinde meydana gelen artış, yoğun bir program ihtiyacı doğurmuştur. Bu ihtiyaç, büyük ölçüde düşük maliyetli yapımlar aracılığıyla karşılanmaya çalışılmıştır. Standart formatlar çerçevesinde üretilen bu programlardan bir kısmı, ABD kökenli, nispeten ucuz, çekiciliği denemiş yarışma, eğlence ve tartışma programlarından oluşmuştur (Pekman, 1997: 84). Format kullanımının geçici bir moda olmadığı, günümüze kadar artan oranda kullanılmaya devam edilmesinden de anlaşılmaktadır. Çalışmanın bu aşamasında, televizyon program ticareti bağlamında nispeten az değinilen program formatları ele alınacaktır.

## Televizyon Program Formatları

Ulusal televizyon sistemlerinin yapısını değiştiren ve yukarıda ana hatlarıyla değinilen deregülasyon, özelleştirme, ticarileşme ve yeni yayın teknolojilerinin etkisiyle kanal sayısı artmış ve izleyicilerin seçenekleri nicel olarak artış göstermiştir. Artan yayın saatlerini doldurmak, sektöre yeni girmiş ve yayınlacak program bulmakta sıkıntı çeken kanallar için ciddi sorunlara neden olmuştur. Bu sorunun giderilmesi için başvurulacak yollardan biri, bitmiş

halde satın alınan yabancı programların yayınlanması olmuştur. Ancak bu programlar, ne reyting oranlarını arttırabilmiş ne de mevcut izleyici oranlarını korumaya yardımcı olabilmıştır. (Moran, 1998: 19)

İzleyicilerin bitmiş halde satın alınan programlara yeterince ilgi göstermeyişinin bir dizi nedeni bulunmaktadır. Moran'a göre, ithal edilen programlar izleyici açısından her şeyden önce yabancıdır. Programın ithal edildiği ülkenin dili -ki bu dil çoğunlukla İngilizcedir- pek çok toplum için yabancıdır. Bu nedenle program ya alt yazıyla ya da dublajla yayınlanmaktadır. Programın sunucu ve yarışmacıları yabancı olduğu için, sorular sorular doğal olarak ithal edildiği ülkenin bilgisine uyumludur; ödül olarak verilen mal ve hizmetler bazı toplumlar için cazipken bazıları için değersiz olabilmektedir (1998: 19).

Yayınlanacak program ihtiyacının yüksekliği ile ithal programların ticari başarısının düşüklüğünün yol açtığı çıkmaz, büyük ölçüde format kullanımıyla giderilmiştir. Keane'e göre televizyon formatları bir yerelleştirme aracı olması nedeniyle, yayınlanmaya hazır ve bitmiş haldeki herhangi bir televizyon yapımından tamamıyla farklıdır. Çünkü formatlar yabancı bir içeriğin göç etmesini ifade eden, “barışçıl” bir araçtır. Yabancı programın yerleştirilmesi, yukarıda sıralanan ticari başarı önündeki engelleri de ortadan kaldırır (2002: 7). Daha somut ifade edilecek olursa, yerel versiyonu üretilen bir programın yarışmacı ve sunucularının yerli olması; soru, sohbet konuları ve ödül çeşitlerinin yerel kültüre uygun olması gibi nedenlerle daha fazla izlenmektedir (Moran, 1998: 19). Ayrıca programın yerli yapım olarak değerlendirilmesi, yabancı program ithaline konan kota engelini aşılmasına da katkı sağlamaktadır (Esser, 2002: 25).

Ne olduğuna eleştirel çalışmalar perspektifinden yanıt arayan Sholle'e göre format:

Çeşitli olay örüntülerinin (plot), öykülerin ve haberlerin yerleştirilebilmesine olanak sağlayan sabit bir yapı olarak iş görür. Ancak formatın düzenleme mantığı, belli söylem tarzları-

nı dışlayan bir gelenekten alır köklerini (aktaran Adaklı Aksop, 2001: 237).

Formatlar, endüstriyel anlamda belli bir öz ya da gövdeye sahip değildir, yalnızca format lisans anlaşmasına dâhil edilen bir dizi maddeden oluşmaktadır. Bu nedenle format kavramı ile herhangi somut bir program ya da ürün kastedilmemektedir.

Format televizyon endüstrisinde yalnızca bir yöntem olarak değil, aynı zamanda işlevleri ve etkileri nedeniyle anlam taşıyan bir değişim teknolojisi olarak adlandırılmaktadır... Bir televizyon formatı, televizyon endüstrisi içinde yapımcılar arasında program değişimini düzenleme ve organize etmeye yardımcı olduğu için önem taşımaktadır (Moran, 1998: 18).

Moran'a göre bir dizi endüstriyel anlam barındıran formatlı programlar iki türden oluşmaktadır: Haber, *talk show*, *game show* gibi *reality show* programları ve durum komedileri gibi programlardan oluşan dramalar (1998: 13-14).

Bu çalışma kapsamında diğer türlere göre daha ağırlıklı olarak değinilecek olan *game/quiz show*lar, oyunun kurallarını anlatan yazılı bir metin, programda sıklıkla kullanılacak deyimlerin listesi, ödüllerin nasıl kazanılacağına ilişkin bilgiler, sanatsal çalışmaların kopyaları, dekor dizaynı ve bilgisayar grafik yazılımları gibi unsurlardan oluşmaktadır. Formatlanabilen dizilerde durum, diğer dizilerden büyük ölçüde farksızdır (Moran, 1998: 15)

Formatlarla ilgili olarak eklenmesi gereken iki unsur daha bulunmaktadır. Bunlardan ilki, adeta kutsal kitap olarak görülen ve çeşitli bilgileri içeren kılavuzdur. Bu kılavuzda formatın ilk uygulandığı ülkedeki yayın akış planlaması, hedef kitlesi, programın izlenme oranı ve izleyici profili ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Diğeri de formatın sahibi olan firmanın tavsiyelerini, formatın ilk uygulaması ile daha sonra başka yerlerde gerçekleştirilen uyarlamaları hakkında bilgileri içeren metindir (Moran, 1998: 13-14). Alınıp satılabilen somut bir ürün ya da mal olmadıkları için formatların taklit edilmesi ya da izinsiz kullanılması ihtimali her zaman bulunmaktadır. Bu zaafın önüne geçilebilmesi için çeşitli hukuki dayanaklara



ihtiyaç duyulmuştur. Bu çerçevede hem formatların izinsiz kullanımını engelleyen hukuki dayanaklar hem de bu hukuki zemin üzerinde gelişip güçlenme imkânı bulan format endüstrisinin ticari aktörleri ele alınacaktır.

### **Hukuki Zemin**

Format sahipleri ve yaratıcılarını yasal zeminde koruyan çeşitli unsurlar vardır. Bunlardan biri telif hakkı (*copyright*), diğeri gizliliği çiğnememe güvencesidir. İzinsiz format kullanımını önlemek açısından telif hakkı diğesine göre daha önemlidir. Hollanda, Almanya, Fransa ve ABD gibi ülkelerde telif hakkına dayanarak açılmış davalar, formatın korunması konusunda telif hakkının önemini ortaya koymuştur.

ABD'de televizyon formatlarının telif hakları çerçevesinde korunabileceğine ilişkin ilk gelişme, 1976 yılındaki *Copyright Act* ile gerçekleşmiştir. Moran'a göre yaşanan gelişmeler, telif hakkı çerçevesinde geliştirilen yasaların televizyon formatlarını korumakta yetersiz kaldığını ortaya koymuştur. Yasal boşluktan kaynaklanan zararların telafi edilebilmesi için yapımcılar ve format sahipleri güçlü bir yasal zemin varmış gibi hareket etmeye başlamış, sık sık davalar açmış, kanunlar referans gösterilerek telifsiz yayın yapan yapımcıları tehdit etmişlerdir (1998: 17).

### **Endüstriyel Yapı**

Televizyon program formatları, 1970'lere kadar herhangi bir ücret ödenmeksizin bir kanaldan bir diğesine aktarılabilmekteydi. 1970'lerin sonlarında bu durum denetim altına alınmaya ve televizyon program fikirlerinin değişimi ve lisans ücret sistemi şekillenmeye başlamıştır. Bu gelişme, uluslararası format ticaretini 1980'li ve 1990'lı yıllarda canlandırmıştır (Moran, 1998: 18).

Moran'a göre formatlar, hem yayıncılar hem de program sahipleri açısından adeta bir sigorta niteliği taşımaktadır. Formatlı olmayan herhangi bir programın başka bir ülkede ne ölçüde başarılı olacağına ilişkin sağlıklı tahminler yürütmek oldukça zordur. Programın izleyici tarafından ne ölçüde beğenileceği önceden kestirile-

mediği için yayıncı kuruluş risk almış olmaktadır. Programın tahmin edilenden fazla bir ticari başarı getirmesi durumunda da, sonradan herhangi bir hak talep edilemeyeceği için program sahibi riski kabullenmiş olmaktadır. Buna karşın formatlar, daha önce başka ülkelerde denenerek test edildiği için bir programın ne ölçüde başarılı olacağı konusunda tahmin yapma imkanı vermektedir. Bu sayede hem format sahibi hem de yayıncı kuruluş büyük risk almaktan kurtulmaktadır (Moran, 1998: 20).

### **Ticari Aktörler**

Moran, uluslararası program piyasasının nasıl yapılandığını analiz edebilmek için bu alanı ticari açıdan üç kategoriye ayırmıştır: program satışları, ortak yapımlar ve program format adaptasyonu (Moran, 1998: 25). Yazar, program format adaptasyonu kategorisinde faaliyet gösteren firmaları da yine üç başlık altında sınıflandırmaktadır.

İlk grupta yer alan aktörler, kendi yerel pazarlarında güçlü prodüksiyon ve kayıt sistemine sahip olan şirketlerdir. Programların dış satımına paralel gelişmektedir. *BBC*, *Brite* ve *Globo TV* gibi kuruluşlar, format lisansçıları arasında öne çıkan kuruluşlar arasında gösterilmektedir (Moran, 1998: 28).

İkinci grupta yer alan firmalar komisyoncu ya da program sahipleri ve yapımcılarının temsilcileri olarak faaliyet göstermektedirler. *FremantleMedia* ve *King World* isimli kuruluşlar bu kategoride yer almaktadır. Yapımcı kimlikleri daha ön planda olan üçüncü gruptaki firmalar, kendi yarattıkları, satın aldıkları ya da telif hakkını aldıkları formatların adaptasyonunu faaliyet gösterdikleri ülkelerde gerçekleştirmektedirler (Moran, 1998: 25-26). *Action Time*, *Endemol*, *ID TV* ve *Grundy* isimli kuruluşlar, bu kategoride yer alan firmalar arasında yer almaktadır.

### **Format Adaptasyonu ve Ulusal Kültür**

Kültürler ve uluslararası program değişimine imkân veren bir formül olması nedeniyle her geçen gün yaygınlaşan program

formatları, format yaratıcıları tarafından her ne kadar 'şeffaf' (Sincclair vd., 2000: 305) ve ideolojik içerikten arınmış olarak nitelenmekteyse de bunun tersini iddia eden yazarlar da bulunmaktadır. Fiske (1987) gibi yazarlar, *game show* formatlarına yönelik gerçekleştirdikleri çalışmalarında, genellikle bilgi ve tüketimin ideolojik inşası konusuna yoğunlaşmaktadırlar. Yarışma formatlarının adaptasyonu ile kültür arasındaki ilişki birkaç şekilde ele alınmıştır. Bunlardan biri, herhangi bir formatın orijinal yapımı ile farklı ülkelerdeki versiyonları arasındaki farklara dikkat çeken karşılaştırmalı çalışmalardır (Moran, 1998: 79). Yarışma formatlarının kültürler arasında uğradığı değişiklikleri ele alan ikinci eğilim, yarışma programlarını jeo-kültürel bağlamda analiz etmektedir. Moran, yarışma programlarının tarz ve tercihler açısından Avrupa, Latin ve Asya kültürel formasyonları olarak üç ana karasal ayrıma tabi tutulması gerektiğini belirten Cooper-Chen'in (1994) çalışmalarına dikkat çekmektedir (1998: 79).

Bir başka araştırma kategorisi ise, doğrudan çeşitli yarışma programlarını incelemek kaydıyla yarışma programlarının ulusallık yönünü günlük yaşam, popüler televizyon ve politik oluşumlar ile ilişkilendirmeye çalışan araştırmalardan oluşmaktadır. Her yarışmanın kabaca bir kültür kuşağı ekseninde değil, ulusal kültürler bağlamında şekillendiğini göstermeye çalışan Whannel'in (1992) çalışmaları bu kapsamda ele alınmaktadır.

Yarışma formatlarının farklı kültürlerde yeniden üretimi sürecinin basit ve mekanik bir dil değişikliği ile mi yoksa ideoloji taşıyan bir ajan olarak mı işlediğine ilişkin teorik tartışmalar farklı dayanak noktalarından hareketle sürdürülmektedir. Bunlardan ilki format adaptasyonu konusuna değinmemiş olsa da küresel televizyon program akışına yönelik argümanlar öne süren ve yukarıda ele alınmış olan kültür emperyalizmi tezleridir.

Bir başka teorik tartışma, semiyoloji çerçevesinde sürdürülmektedir. Çeviri sürecini enformasyonun bir dilden diğerine dönüşümü olarak değerlendiren Lotman, çevrilmiş metnin eskisinden daha fazla ve farklı olduğunu söylemektedir (1990: 143-150). For-

mat adaptasyonu ile kültür arasındaki etkileşimi teknoloji transferi bağlamında tartışan yazarlar, kültürel anlamda nötr olduğu düşünülen teknolojinin filizlendiği kültürden kopuk olmadığına dikkat çekmektedirler: “Bizim teknolojimiz, tıpkı bizim ekonomimiz ya da bizim siyasal sistemimiz gibi sosyal yaşamımızın bir görünümü olmaktadır” (MacKenzie ve Wajcman, 1985: 3).

Kültürün teknolojiyi belirleyebilmesi gibi, teknolojinin de kültür ve toplumu belirleyebileceğine ilişkin görüşler de bulunmaktadır:

İlk zamanlardı, eski teknolojilerde, bir toplumda maddi kültür ile maddi olmayan kültür arasında bir uyum, birbirini tamamlamış görülebiliyordu. Şimdi ise, kültürün maddi boyutu, teknolojik üretim, diğer boyutlardan giderek kopmuş, almış başını gitmektedir. Elimizdeki makinayı, yaşayışımız, yaşama biçimimiz yaratmıyor; yaşama biçimimizi makinalar (Örneğin TV, elektronik haberleşme araçları...) belirliyor. İşin ilginç yanı, bu ürünleri yaratan kültür de, Batı kültürü de, kendi ürünlerine yabancılaşma tehlikesini yaşamıştır, yaşamaktadır (İnam, 1993: 31).

Bu noktadan tekrar format adaptasyonu konusuna dönüldüğünde şöyle bir tespit yapılabilir: İçinde gelişmiş olduğu topluma bile yabancılaşabilen teknolojinin, taşındığı yeni toplumsal ortamı daha fazla belirleme potansiyeli bulunmaktadır. Dolayısıyla, gerek bizzat kendisi bir teknolojik değişim aracı olarak görülen formatların gerekse formatlı programlarda yoğun olarak kullanılan teknolojik donanımın, formatın uyarlandığı toplumu dönüştürme ihtimali gizil bir kültürel ajan olarak önemini korumaktadır.

## **Türkiye'de Format Adaptasyonu ve Endüstriyel Boyutu**

Türkiye'de format kullanımı, önce Avrupa'yı ve ardından da Türkiye'yi etkileyen medya sistem ve endüstrilerindeki gelişmelerden sonra yaygınlaşmıştır. 1980'li yıllarda Avrupa'da meydana gelen dönüşümlerin tamamına yakını 1990'larda Türkiye'de de yaşanmıştır. Mülkiyet ve kontrol yapısındaki köklü değişiklikler ken-

disiyle birlikte geleneksel sahiplik ilişkilerini ve anlatı yapılarını da değiştirmiş, yayıncılık alanına kanalize olmuş küresel sermaye, Türkiye'de kendi aktörlerini yaratmıştır (Adaklı Aksop, 2001: 233). Bu konudaki ilk adım, 1 Mart 1990 tarihinde, "Türkiye'nin ilk özel televizyonu" sloganıyla yayına başlayan *Star 1* kanalı aracılığıyla atılmıştır (Ergül, 2000: 162). Bu durum, kamu yayıncılık tekelinin fiilen sona ermesi anlamına gelmekteydi. Yasal dayanağı bulunmasına rağmen başlatılmış olan ticari yayıncılığa dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal destek vermiştir. Özal'ın vermiş olduğu destek *Star 1* kanalının ortakları arasında Ahmet Özal'ın bulunması ile açıklanmaya çalışılmıştır; ancak Geray bu açıklamanın yetersiz kaldığını öne sürmektedir. Geray'a göre Özal'ın özel yayıncılığı desteklemesinin asıl nedeni, Türkiye'deki eski egemen kültürel yapıyı değiştirerek yerine yenisini geçirmek istemesidir (1997: 38). Gerçekten de 1990'lı yılların ilk yarısında peş peşe kurulan televizyon kanalları, Türkiye'deki yayıncılık sektörünün yeni yapısını belirgin şekilde dönüştürmüştür. Avrupa'da gözlenen kamu hizmeti yayıncılık tekelinin sona ermesi, çeşitli sermaye gruplarının bir ticaret kolu olarak yayıncılığa girişmeleri, rekabet ve kâr-zarar anlayışının yerleşmesi, medya sahipliğinde yoğunlaşma, program tür ve içeriklerinde gözlenen değişiklikler Türkiye'de de yaşanmıştır.

Medya endüstrisinde çeşitli sermaye gruplarının hâkimiyet kurmaları,

kültürel içeriklerin çeşitliliği ve biçimleri açısından da belirleyici olacak bir çerçeveyi beraberinde getirmiştir. Yeni televizyon kanalları, TRT döneminin birkaç gruba ayrılabilen türler evrenini alt üst etmiş; yarışma, *talk show*, *reality show* gibi formatların cirit attığı bol hareketli, bol kahkahalı, 'eğlencelik' bir televizyon dünyası kültürel hayatımıza destursuz girivermiştir (Adaklı Aksop, 2001: 234).

Peş peşe açılan televizyon kanallarının meydana getirdiği rekabetçi ortam, televizyon kanallarını yüksek reyting alma gayretine sevk etmiştir. İzleyicilerin ilgisini çeken eğlenceli/magazinel temalar, haber bültenleri dâhil bütün program türlerine belli ölçülerde sirayet etmiştir.

Ticari yayın kuruluşlarının birbirinden etkilenererek yayınladıkları programların başında yer alan yarışmaların büyük bölümü, başka ülkelerde yayınlanmış formatların uyarlanması şeklinde gerçekleşmiştir. İzleyicilerin büyük ilgisiyle karşılaşmış yarışmalardan bazıları şunlardır: *Çarkıfelek (Wheel of Fortune)*, *Süpermarket*, *Saklam-baç (The Dating Game)*, *Riziko (Jeopardy)*, *Aileler Yarışıyor (Family Feud)*, *Parola, Joker, Biri Bizi Gözetliyor (Taxi Orange)*, *Dokun Bana, Pas-saparola (The Alphabet Game)*, *En Zayıf Halka/Kim Gitsin (The Weakest Ring)*, *Kaç Para (The Price Is Right)*, *Kim 500 Milyar İster? (Who Wants To Be A Millionaire?)*, *Ağırlığınca Altın, Fırsat Bu Fırsat, Biz Evleniyoruz (My Wedding Ceremony)*, *Popstar (Popstar)*...

Prodüksiyon maliyetinin düşüklüğü ve izleyici ilgisi, yayın kuruluşlarını yarışma programlarına yönelmiştir. Bu yöneliş beraberinde büyük bir prodüksiyon ihtiyacını doğurmuştur. Yarışma programlarının yayın kuruluşu bünyesinde iç yapım olarak gerçekleştirilmesi yerine çeşitli yapım şirketlerine ihale edilmesi televizyon kanalları açısından rasyonel bir yaklaşım olarak görülmüştür (Diri, [www.geocities.com](http://www.geocities.com)). Televizyon kanallarının yapımını ihale ettikleri bağımsız prodüksiyon şirketleri arasında *Medyapım*, *ANS*, *STR*, *Ulusal Radyo TV* gibi kuruluşları sıralamak mümkündür (Çelenk, 1998: 96).

## **Türkiye'de Formatı En Sık Kullanılan Program Türü: Yarışmalar**

Türk televizyonlarında 'yarışma programı' genel başlığıyla ifade edilen programlarla ilgili bir sınıflandırma yapmak gerekirse, ikili bir ayırmadan söz etmek mümkündür. İlki, soru-cevap şeklinde süregiden, sunucunun önceden belirlenmiş soruları yarışmacıya yöneltmesi şeklinde devam eden ve genellikle bilginin ödüllendirildiği yarışmalardır. Diğeri ise, yine temelde sunucu ile yarışmacılar arasındaki ilişki temelinde gelişmesine karşın eğlence niteliği ağır basan yarışmalardır.

Yarışma programları ilk olarak 1920'lerde radyolarda yayınlanmış ve 1940'lı yıllarda yayın akışlarının en gözde programları ol-

muştur (Whannel, 1992: 179). Radyolarda yayınlanan yarışma formatları 1950'li yıllarda televizyon yayıncılığına da aktarılmış ve büyük ilgiyle karşılanmıştır. *Prime time* kuşağının en gözde program türü olarak adeta altın çağını yaşayan yarışma programlarının popülaritesi, 1958 yılında yaşanan bir skandalla düşmüştür. NBC kanalında yayınlanmakta olan 21 isimli yarışmada, sorular yarışmacılarından birine sızdırılınca yarışma programları *prime time* kuşağının dışına itilmiştir (Electronic Media, 2001).

1960'lı yıllarda iyice gözden düşen yarışma programlarında yöneltilen soruların akademik ve ampirik niteliği öne çıkmaktaydı. Akademik yarışma soruları ansiklopedi, sözlük gibi kaynaklardan geliştirilmekte ve elitist bir kimlik taşımaktaydı. Bu tür yarışmalar daha ciddi ve gergin bir sınav ortamında, bazen de stüdyo yerine üniversitelerde çekilmekteydi. Fiske bu durumun anti-demokratik ve sosyal güç sisteminin devamına hizmet eden bir yapı arz ettiğini belirtmektedir (1987: 267).

Yine 1980'li yıllara kadar olan dönemde yapımı gerçekleştirilen programların sunucularının popülaritesi düşüktü. Yarışmanın katılımcıları öğretim üyesi, öğretmen, doktor gibi entelektüel faaliyetleri daha fazla olan insanlardan oluşmaktaydı. Yarışmaların galiplerine verilen ödüller günümüzdekilerle kıyaslandığında oldukça düşüktü ancak kazanan yarışmacılar toplumda ciddi bir prestij ve saygınlık kazanmaktaydılar. TRT'nin yayıncılık tekelinin sürmekte olduğu yıllarda yayınlanan *Ben Bilirim*, *Banko*, *Bir Kelime Bir İşlem*, *Hedef 90* gibi programlar bilgiye dayalı yarışmalara örnek gösterilebilir (Adaklı Aksop, 2001: 247).

Ticari kaygıların belirginleştiği ve sosyo-politik dönüşümlerin yaşandığı 1970 sonrası dönemde yarışma programlarının konsepti de değişmiştir. Eğlence televizyon yarışmalarının en temel karakteristiklerinden biri olmuştur. Whannel'e göre yarışma hem eğlencenin çeşitli formlarını sunar hem de kazanma ideolojisinin taşıyıcısı olarak iş görür (1990: 107).

Geleneksel bilgiye dayalı soru türü 1970'lerin sonunda yerini daha popülist soru türlerine bırakmıştır. Bu durum, daha geniş bir

pencereden bakıldığında politik ve ideolojik değişimle ilginç bir benzerlik taşımaktadır.

İngiltere'de savaş sonrası pek çok geleneksel kabul ve kesinlik Thatcherizm'in yükselişiyle birlikte bozulmuştur. Thatcherizm, sıradan insanların ortak hisleri olan tabloid gazeteler aracılığıyla yerleşik politik bilgiye meydan okumuştur. Aynı periyotta, *game show*lar geleneksel ampirik/olgusal bilgi modelinden, uzlaşma kaynağı olarak sırdan insanların görüşünün kutlanması yönüne doğru evrilmiştir (Whannel, 1990: 107).

1980'lerle birlikte bilgi, yarışma programlar için oldukça az önem taşımaya başlamıştır. Sorular tahminlere ve ortalama insanların kanaatlerine yakın cevap vermeyi gerektirmektedir (Whannel, 1992: 180). Soru bilgiyi ölçmekten çıkıp daha olgusal olmaya başlamasıyla birlikte yarışmacı profili de değişmiş, orta ve alt sınıf mensupları yarışmacı olarak programlarda boy göstermeye başlamıştır (Adaklı Aksop, 2001: 248). Yarışma soruları net cevaplar gerektirmeyen, yoruma açık ve sunucunun yarışmacıyı zaman zaman kollamasına imkân tanıyacak kadar esnek olmaya başlamıştır. Yarışmalarda zaman limiti ortadan kalmış ve yarışmacının zamanı daha rahat kullanmasına imkân tanınmıştır.

Olabildiğince geniş, izleyici katılımlı, bol aydınlatma ve parlak stüdyo ortamda gerçekleştirilen yarışmaların sunucuları çoğunlukla popüler insanlardan seçilmeye başlanmıştır. Ödüller tüketimi tetiklemekte, ev gereçleri, otomobil, tatil ve nakit gibi ödülleri de kapsayacak şekilde maddi temele dayandırılmaktadır.

Çalışmanın son bölümünde, formatlar çerçevesinde üretilen yarışma programlarının ilk etapta algılandığı üzere homojen bir yapı sergileyip sergilemediği sorusunun yanıtı, programlarının ulusal kültüre adaptasyonu süreci incelenerek araştırılacaktır. Bu çerçevede formatı yirmi yılı aşkın bir süredir çok sayıda ülke televizyonuna satılan *Çarkıfelek (Wheel of Fortune)* ile 1998 yılından bu yana yüzü aşkın televizyon kanalında yayınlanmakta olan *Kim 500 Milyar İster? (Who Wants To Be A Millionaire?)* programları olmak üzere, çeşitli yarışma programlarının formatları küresel/yerel kültür tartışmaları bağlamında incelenecektir.



### **Çarkıfelek (Wheel of Fortune)**

Merv Griffin tarafından 1975 yılında yaratılan, Eylül 1983 döneminden bu yana da Amerikan televizyonlarında haftada altı defa yayınlanan *Wheel of Fortune*, formatı en uzun süre kullanılan ve format satışı en uzun süre devam eden yarışma programlarının başında gelmektedir. Pat Sajak ve Vanna White'in birlikte sundukları ve Harry Friedman'ın yapımcılığını sürdürdüğü programın bugünkü sahibi *Sony Pictures Entertainment Company*'ye bağlı olan *Sony Pictures Television*'dir. Yayın süresi yarım saatle sınırlandırılmış olan yarışmanın Amerika dışına dağıtımını *King World* şirketi gerçekleştirmektedir ([www.wheeloffortune.com](http://www.wheeloffortune.com); [www.kingworld.com](http://www.kingworld.com)).

*Wheel of Fortune*, yarışma programlarının düşüşe geçtiği 1980 öncesi dönemlerde üretilenlerin aksine, bilgiyi ölçmekten ziyade eğlendirmek amacıyla üretilmiş yarışmalar dizisinin en parlak örneğini oluşturmaktadır. Akademik bilgi yerine olgusal bilgilerin sorulduğu yarışmalardan biri olan *Wheel of Fortune*, sözcük, popüler deyim ve atasözlerini bilmeye dayanan genel kültür bilgisi gerektir (Fiske, 1987: 267). Bu nedenlerle bu tür yarışmaları daha az elitist bulunmaktadır. Yarışmanın yapımcıları, genç kitleyi hedef seçmişler ve verdikleri ödüllerle de bu kesimin dikkatlerini çekmeyi amaçlamışlardır (Freeman, 2001).

*Wheel of Fortune* yarışma formatı, ilk kez *Show TV* tarafından *Çarkıfelek* ismiyle adapte edilmiştir. *Show TV*'den *Kanal D*'ye transfer edilen yarışma, en parlak dönemini Mehmet Ali Erbil'in sunduğu dönemde yaşamıştır. Yarışmanın yardımcı sunuculuğunu uzun süre Özlem Yıldız isimli manken sürdürmüştür. *Çarkıfelek*'in formatı, son olarak *TGRT* tarafından satın alınmıştır.

*Çarkıfelek* yarışmasının izleyici nezdindeki başarısı, 1980 askeri darbesi sonrasında uygulanmaya çalışılan neo-liberal doktrin in Türkiye'deki izleri ile paralel bir gelişme sergilemiştir. Turgut Özal'ın iktidara gelmesiyle birlikte 'tabuları yıkma' sloganıyla "kültürel ve ideolojik çerçevenin değişmesi" (Geray, 1997: 38) hedeflenmiştir. Yeni ideolojik ve kültürel değerler maddi başarıyı, 'bir günde köşeyi dönmeyi', risk alarak yatırım yapmayı teşvik etmiştir. Bil-

gi ve eğitim önemini büyük ölçüde yitirmiş, toplumsal saygınlık ve başarı ölçütleri olarak maddi değerler öne çıkmıştır. Tunç'a göre *Çarkıfelek* böyle bir ideolojik ve kültürel bağlam içerisine rahatça uyum sağlamıştır (2002:246) .

Başlangıçta bütün dünyada uygulanan formata olabildiğince sadık kalınmasına rağmen format aşama aşama aşındırılmaya başlanmış, neredeyse evrensel bir görünüm kazanmış olan yarışma ulusal kültür unsurlarıyla etkileşim halinde farklı bir yapıya kavuşmuştur. En somut ve ölçülebilir değişim, yarışmanın süresiyle ilgilidir. ABD'deki orijinal versiyonunda 30 dakika olarak sınırlandırılan yarışma, *Kanal D*'de saat 20:00-23:00 (Tunç, 2002: 246) saatleri arasına yayılmıştır. *Prime time* kuşağının tamamıyla bu programa tahsis edilmiş olması bile *Çarkıfelek*'in yakaladığı popülerite ve ticari başarıyı tespit etmek için yeterlidir.

Eğlendirme işlevi ön plana çıkan yarışmada, hem yarışmacıların hem de izleyicilerin gerilmesine neden olabilecek herhangi bir kurgusal yapı söz konusu değildir. Yarışmacılar büyük ikramiyeyi kazanamasa da yine de daha küçük bir ödülle teselli edilmektedirler. Yarışmanın katılımcıları önceleri genellikle sıradan insanlardan oluşmaktaydı. Zamanla programın eğlence dozajının artırılması amacıyla popüler şarkıcı, sunucu, oyuncu ve toplumda tartışmalı kimliğe sahip kişiler de yarışmacı olarak davet edilmişlerdir. Sosyo-ekonomik özellikleri kendilerine yakın olan kişilerin ödül kazanmasını isteyen izleyicilerin bu beklentilerini telafi etmek amacıyla bir ara formül geliştirilmiş ve popüler yarışmacılar telefonla arayan sıradan vatandaşlar adına yarıştırmışlardır.

Yarışma sunucusunun bireysel özellik ve becerileri, yarışma formatının aşınmasına ve programın yerel kimliğinin öne çıkmasına büyük katkı yapmıştır. Son derece popüler bir tiyatro ve sinema oyuncusu olan Mehmet Ali Erbil'in bireysel performansı, yarışma formatının sunduğu eğlence çerçevesini kat kat aşmıştır. Mehmet Ali Erbil ile Osmanlı tiyatrosu ve eğlence geleneğinin komik tiplerinden biri olan 'hokkabaz' arasında ilişki kuran Tunç, *Çarkıfelek*'in içeriğinin de Osmanlı eğlence anlayışıyla şekillendiğini belirt-

miştir. Yarışmaya davet edilen köçek ve dansözler ile yarışmacıların göbek dansları gibi yerel eğlence unsurları, geleneksel Osmanlı eğlence biçiminin uzantısı olarak göze çarpmıştır (Tunç, 2002: 246).

Orijinal formatta yarışma ödüllерinin dağıtımı çarkın döndürülmesiyle elde edilmektedir. Bu nedenle çarkın hangi puan ya da ceza dilimi üzerinde duracağı oldukça kritik önem taşımaktayken, *Çarkifelek*'te sunucu ödül dağıtımında neredeyse belirleyici tek unsur olarak öne çıkmaktadır. Sunucunun ödül dağıtımındaki rolü bu derece öne çıkınca çarkın işlevi, dekoratif bir malzeme olmanın ve sadece rutin aralıklarla döndürülen bir düzenek olmanın ötesine geçmemektedir.

Yarışma canlı yayınlandığı için ekran başındaki izleyicilerin programa ilgi ve katılımının yolu her zaman açık tutulmuştur. Yarışmaya telefonla katılan yarışmacılar ile program sunucusu arasındaki diyaloglar yarışma formatının yüklediği işlevin çok dışına taşmıştır. Sunucu telefon bağlantısı sırasında değişik aksan ve şivelerle konuşan yarışmacıları taklit etmekte ve bazen de normal koşullarda hoş görülemeyecek şekilde onlarla dalga geçmektedir. Buna rağmen sunucunun rahat davranış ve sözlerine alışık alan izleyiciler tepki göstermek bir yana, bu durumdan memnun bile olmaktadır.

Yarışma sunucusu ile yardımcısı konumunda olan Özlem Yıldız arasındaki ilişki, yine format kapsamında tarif edilen bir ilişki boyutunu oldukça aşmıştır. Çünkü Erbil ile Yıldız arasında bir duygusal yakınlık iyice belirginleşmiş ve her akşam iki sunucunun 'aşk' serüvenlerinin varacağı nokta hakkında tahminler yürütülmeye başlanmıştır. Dahası bu ikili arasındaki diyalog artık yarışmanın en yerleşik bölümlerinden biri haline gelmiştir. İki sunucu arasındaki ilişki bittikten sonra bile yapımcılar yardımcı sunucunun programdan ayrılmasına izin vermemiştir (Tunç, 2002: 247).

Erbil'in *Çarkifelek* süresince açığa çıkan 'duygusal' ilişkileri program süresiyle sınırlı kalmayıp yarışma dışında da çeşitli platformlarda konuşulmaya devam etmiştir:

Mehmet Ali Erbil, bu kadar medya dünyasında olunca, hayatındaki tüm kadınları da öyle ya da böyle şov dünyasına soktu. Bir sevgilisi, ona göre çok önemli olan *Çarkıfelek* programında tabela çevirme işini yaparken, bir diğer sevgilisi oynadığı dizide yan rollerden biriyle çıkıyordu karşımıza... (Mater, 2002).

Erbil, *Çarkıfelek* programını, bu tür eleştirilere karşı kendini savunduğu bir platform haline dönüştürmüş, kendisini eleştirenlere yanıt vermek amacıyla adeta bir köşe yazarının sütununu kullandığı gibi kullanmıştır (Tunç, 2002: 247).

*Çarkıfelek* yarışmasının orijinal konsepti korunmuş olsaydı, bu denli yüksek bir izlenme oranı elde edilebileceğini iddia etmek oldukça zor görünmektedir. Bu nedenle yarışma program formatlarının yaratıcıları, yukarıda da belirtildiği üzere her ülkede formatın belli ölçülerde değiştirilmesini peşinen kabul etmektedirler. Ancak Tunç'un ifadesiyle söylenecek olursa *Çarkıfelek*'in yayınlandığı ülkelerin hiçbirinde yarışma sunucuları program formatını Mehmet Ali Erbil'in yaptığı ölçüde deforme edememişlerdir (2002: 146).

*Çarkıfelek* yarışmasının da gösterdiği üzere küresel pazara çıkarılan formatlar kültürel unsurlardan kaçınılmaz şekilde etkilenmektedir. Formatın getirdiği standart çerçeve yerel kültürle bezenmekte ve bu suretle ticari başarı mümkün olabilmektedir. Kültürel pratiklerin, format içeriklerini biçimlendirme süreci yalnızca *Çarkıfelek* yarışması için geçerli değildir. Son günlerde *Çarkıfelek*'in yakaladığı başarı düzeyine yakın bir popülerite yakalayan diğer yarışma programlarında da ulusal/yerel kültür unsurları format içeriğini donatmaktadır. Örneğin *Show TV*'de yayınlanmakta olan *Biz Evleniyoruz* yarışmasında erkek yarışmacılar mutfak işlerinden olabildiğince uzak durmakta, kadın yarışmacılar da koltuklarında oturan erkeklere yemek ve çay servisleri yapmaktalar. Hem kadınlar hem de erkekler açısından oldukça doğal karşılanan bu tür davranış kalıpları, Türk toplumundaki yerleşik toplumsal cinsiyet rolleri hakkında ipuçları vermektedir. Programın erkek yarışmacılarından biri her fırsatta memleketini hatırlatmakta ve namusunu korumak konusunda ne ölçüde hassas olduğunu tehditvari cümlelerle diğer

yarışmacılara anlatma ihtiyacı duymaktadır. Yarışmanın yerelliği ve yarışmacıların içinde buldukları toplumla bağlarını pekiştirmek üzere aileleri zaman zaman programa davet edilmektedir. Çocuklarını ne kadar özlediklerini belirten aile mektupları, ağlayan başörtülü ev hanımları, çocuklarının ahlak ve faziletlerinden dem vuran aile fertleri, evrensel formatın ulusal kültürle etkileşimini kuran unsurlar olarak iş görmektedir. Bazı ülkelerde flört eden çiftlerin daha mahrem sayılabilecek yakınlaşmalarının Türkiye'deki versiyonlarında yayınlanmaması, bu programların yerel kültürle uyumlu çalışma eğilimini ortaya koymaktadır.

Benzer örneklere *Kanal D*'de yayınlanmakta olan *Popstar* yarışmasında da rastlanmaktadır. Yarışmacılardan bazıları sık sık kendi memleketlerini hatırlatmakta ve memleketlerini ne kadar sevdiklerini dile getirmektedirler. 'Hemşehricilik' olarak tanımlanabilecek bu tür göndermeler memleket şovenizmi şeklinde algılanabileceği gibi kısa mesajlar yoluyla daha fazla oy alma isteğiyle de ilişkilendirilebilir. Yarışmacılardan birinin Rus olması nedeniyle jüri üyeleri arasında yaşanan tartışmalar, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne giriş süreciyle birlikte açığa çıkan bir dizi politik tartışma ile paralellik teşkil etmektedir. Formatı yabancı olan bir yarışma programında görev almak konusunda tereddüt yaşamamasına rağmen yabancı bir yarışmacının katılımını kabullenemeyen jüri üyelerinin tartışmaları ile; hem küresel 'yeni dünya düzeni' içinde bulunmak hem de yerel değerlerinden kopmak istemeyen Türkiye'nin durumu arasında yine paralellikler tespit edilebilir. Başka bir yarışmacının cinayet işlediği ortaya çıktıktan sonra başlayan polemikler, Türkiye'de yaşanan 'af' tartışmaları bağlamında ele alınmıştır. Bu türden örnekler kuşku yok ki arttırılabilir. Çünkü her şeyden önce yarışmacıların kendileri formatın adapte edildiği ülkenin kültürel ortamından gelmektedirler ve her söz ve hareketleri içinde yaşamakta oldukları toplumun kültürüyle şekillenmiştir. Bu nedenle yarışma içeriğinde yerel motiflere rastlamak son derece doğal karşılanmalıdır. Yarışmacıların ulusal kültüre uygun davranış sergilemelerinin yanı sıra, program yapımcıları da bilinçli ya da bilinçsiz ama kaçınılmaz olarak program içeriklerini ulusal/yerel izleyici profiline göre düzenleme ihtiyacı duymaktadırlar.

### ***Kim 500 Milyar İster? (Who Wants To Be A Millionaire?)***

Önce *Show TV* ve daha sonra da *Kanal D'*ye transfer edilen *Kim 500 Milyar İster?* yarışmasının formatı, bir İngiliz yapım şirketi olan *Celador* tarafından geliştirilmiştir. *Celador*, yirmi yılı aşkın bir süredir hem iç hem de dış pazara durum komedisi, panel programlar, *stand up showlar*, ödül törenleri, belgeseller ve müzik programları hazırlayıp satan bir televizyon ve radyo yapım firmasıdır. Geleneksel bakış açısıyla “bu mümkün değil” denebilecek formatları geliştirmeyi kendine misyon edinen *Celador*, etkileşimli yarışma programları geliştirmeye özen göstermektedir ([www.celador.com](http://www.celador.com)).

*Kim 500 Milyar İster?* yarışmasının orijinal versiyonu olan *Who Wants To Be A Millionaire?* yarışması ilk kez 1998 Eylül'ünde İngiliz yayın kuruluşu *ITV*'de yayınlanmıştır. Programın yakaladığı başarı, formatın 100'ü aşkın ülke televizyonunda yayınlanmasını sağlamıştır.

Önce *Show TV* ve daha sonra da *Kanal D'*de Kenan Işık tarafından sunulan yarışma formatı geleneksel modele uyumlu olmasına karşın, 1980'li yıllarda *TRT*'de yayınlanmakta olan yarışmalara hakim olan ciddiyet ve gerginliği ortadan kaldırılmış ve programın bir sınav değil, bir oyun olduğu izlenimi başarıyla oluşturulmuştur. Yarışmada kullanılan çeşitli atraksiyon ve görsel unsurlar geleneksel bilgi yarışmalarıyla kıyaslandığında başlangıçta yadırganabilecek unsurlar içermektedir: Sürekli elini çenesine koyarak tebessüm eden bir sunucu, büyük bir stüdyo alanında geniş kıvrımlarla dolaşan aktüel kamera, ışıklandırılmış stüdyo içi seyirciler, son derece parlak ve metalik rengi ağır basan stüdyo dekoru, yoğun bilgisayar grafik kullanımı gibi...

Yarışma ortamının yumuşatılması ve oyun kimliğinin öne çıkarılması için başta sunucusunun sohbetleri olmak üzere çeşitli unsurlar devreye sokulmaktadır. Aynı unsurlar, aslında ilk etapta Türk izleyicisinin yadırgadığı ve yabancı olduğu programın benimsenmesini sağlayan faktörler olarak iş görmektedir. Kenan Işık program boyunca yarışmacıyla adeta yakın bir arkadaşıyla sohbet edermişçesine konuşmakta, yarışma sonuna kadar adeta bir yol

gösterici ve yönlendirici gibi davranmakta ve onun daha fazla ödül kazanmasını ister bir yaklaşım sergilemektedir. Hatta yarışmacının verdiği cevabı gözden geçirmesini teşvik edencesine “emin misiniz?”, “son kararınız mı?” gibi alışık olunmayan sorular yöneltmektedir. Yine sunucu, yarışmacının sıradan insanlardan oluştuğunu, başka ifadeyle yarışmacının 'sizden-bizden biri' olduğunu hatırlatmak için onun stüdyodaki yakınlarıyla sohbet etmektedir.

*Kim 500 Milyar İster?* yarışmasının başarısı diğer kanalları harekete geçirmiş ve *En Zayıf Halka*, *Kim Gitsin*, yine bir *Celador* formatı olan *Türkiye Yarışıyor* gibi yarışmalar ekrana taşınmıştır. İngiliz formatlı *Kim Gitsin/En Zayıf Halka* isimli yarışma sunucularının antipatikliği ve patavatsızlığı İngiltere dâhil olmak üzere pek çok ülkede benimsenmişken, Türkiye'de ters tepmiş ve istenen başarı elde edilememiştir. Her ne kadar bir programın başarısı için sunucunun kimliğinden çok formatın özelliklerine vurgu yapılmaktaysa (Pursell, 2001) da bu örnek, kültürel uyum konusunda yeterli esneklik göstermeyen formatların akıbetinin ne olabileceğini göstermektedir.

*Kim 500 Milyar İster?* formatının onlarca ülkede kullanılıyor olması, her ülkede aynı programın izlendiği anlamına elbette gelmemektedir. Hestroni ve Tukachinsky'nin *Kim 500 Milyar İster?* yarışmasının ABD, Rusya ve Suudi Arabistan versiyonları üzerine yaptıkları çalışmanın sonuçları, başta soru kategorileri olmak üzere yarışma adı, süresi, periyodu, ödül miktarı gibi pek çok parametrenin ülkeden ülkeye yadsınamayacak değişiklikler içerdiğini ortaya koymuştur (2003). Örnekleme gerekirse, “*Kim bir milyoner olmak ister?*” şeklinde Türkçeye çevrilebilecek olan *Who Wants To Be A Millionaire?* ismi Arabistan'da, yatırım yapmadan ve emek sarfetmeden para elde etmek İslam dinine göre haram olduğu için “*Kim bir milyon kazanacak?*” mealiyle Arapçaya çevrilmiştir. Rusya'da ise program, “*Şanslı! Sen milyonersin*” anlamına yakın bir isimle yayına sokulmuştur (Hestroni ve Tukachinsky, 2003: 168).

Orijinal formattaki bir milyonluk nakit ödül, ülkelerin para değerleri farklılık gösterdiği için miktar ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir. Ödül miktarındaki farklılığın en çarpıcı örnek-

lerden birini Türkiye'deki versiyonunda görebilmekteyiz. Hestroni ve Tukachinsky'nin (2003) çalışmalarında asıl vurguyu yaptıkları nokta ise soru kategorileridir. Her üç ülkenin programlarından derlenmiş soruları konularına göre kategorize eden yazarlar, ülkeden ülkeye anlamlı farklılıklar tespit etmişlerdir. Türkiye'deki versiyon ile kıyaslama yapabilme imkânı elde etmek amacıyla, benzer kategorileştirme bu çalışma kapsamında da aynı yöntem kullanılmak suretiyle gerçekleştirilmiştir.

Hestroni ve Tukachinsky soru türlerini özetle şu parametreler etrafında değerlendirmişlerdir:

1. Ülkelerin dil, coğrafya, tarih ve din konularına verdikleri önem soru oranına da yansiyacaktır.
2. Klasik sanatlar grubunda yer alan soruların oranı geri kalmış ve muhafazakâr ülkelerde daha düşüktür.
3. Popüler kültüre dayanan soru türlerinin oranı, ABD gibi gelişmiş ülkelerde daha yüksektir.
4. Politika-ekonomi içerikli soru oranı ABD gibi gelişmiş ülkelerde yüksektir (Hestroni ve Tukachinsky, 2003: 171)

Yazarların inceledikleri ülkelerdeki yarışmalar *ABC* (ABD-ticari), *RRT* (Rusya-kamu) ve *MBC* (Arabistan-kraliyet) kanallarında yayınlanmaktadır. Çalışmalarında üç ülkeden 13'er programda sorulmuş soruları değerlendirmeye almışlardır. Bu çalışma çerçevesinde Türkiye'deki program örneğine de aynen uygulanan soru kategorileri şöyledir:

**Ulusal kimlik:** Tarih (son iki yıldan önce meydana gelen olaylar), coğrafya, din, dil (ifadeler, önekler, yaygın olmayan sözcükler);

**Yüksek kültür:** Klasik sanatlar (edebiyat, bale, resim, heykelticilik, tiyatro), bilim ve matematik;

**Popüler kültür:** Hafif eğlenceler (TV, sinema, pop müzik, müzikaller), spor, yiyecek, oyun ve boş zaman faaliyetleri;

**Politika ve ekonomi:** Politika ve toplum ( güncel sosyal gelişmeler, son iki yıl içinde meydana gelmiş olaylar, sosyal olgular), iş ve ekonomi (müşteri ilişkileri dâhil)



Aynı şablon kullanılarak programın Türkiye'deki versiyonu olan *Kim 500 Milyar İster?* yarışmasının soruları da kategorize edilmiş, bu amaçla *Tempo* dergisinin eki olarak verilmiş olan bir kitapçıktaki sorular kullanılmıştır. Kitapçığı hazırlayan *Tempo* dergisi muhabirinin beyanına dayalı olarak 251 sorunun 15 programı kapsadığı tespit edilmiştir.

Konu ve Kategori	TÜRKİYE % (n=251)	ABD % (n=383)	RUSYA % (n=398)	S. ARAB.% (n=323)
Ulusal Kimlik	41,0	27,7	42,5	61,5
Tarih	13,5	9,9	13,4	16,8
Coğrafya	15,9	5,0	7,1	13,7
Din	4,0	1,3	3,3	3,7
Dil	7,6	11,5	18,7	27,3
<b>Yüksek Kültür</b>	<b>26,3</b>	<b>27,2</b>	<b>26,3</b>	<b>12,4</b>
Klasik Sanatlar	12,7	13,6	15,2	4,3
Bilim ve Matematik	13,5	13,6	11,1	8,1
<b>Popüler Kültür</b>	<b>15,5</b>	<b>30,8</b>	<b>18,8</b>	<b>15,5</b>
Hafif Eğlence	3,2	22,5	9,9	9,3
Spor	5,2	3,9	4,1	4,3
Yiyecek ve Boş Zaman	7,2	4,4	4,8	1,9
<b>Politika ve Ekonomi</b>	<b>13,9</b>	<b>12,2</b>	<b>10,3</b>	<b>5,6</b>
Politika ve Toplum	12,4	7,8	7,8	3,7
İş ve Ekonomi	1,6	4,4	2,5	1,9
<b>Diğer</b>	<b>3,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>5,0</b>
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

**Tablo 1:** Ükelere Göre Konu ve Kategorilerin Dağılımı

Kaynak: (Türkiye sütunundaki veriler dışında) Hestroni ve Tukachinsky (2003: 173)

Tablodaki veriler ülkelere göre kıyaslandığında ulusal kimlik ve yüksek kültür kategorilerinde Türkiye ile Rusya arasında yok denecek kadar az fark olduğu dikkat çekmektedir. Kategorilere göre genel bir değerlendirme yapıldığında şu tespitlerden söz edilebilir:

- Ulusal kimlik kategorisinde en yüksek değer Suudi Arabistan'da, en düşük ise ABD'de tespit edilmiştir. Rusya ve Türkiye'de birbirine çok yakın oranda sorular yöneltilmiştir.
- Yüksek kültür kategorisinde Türkiye, ABD ve Rusya'da birbirine yakın sonuçlar elde edilmesine karşın, Suudi Arabistan'da diğer ülkelerdeki değerlerin yarısından daha düşük bir değer elde edilmiştir.
- Popüler kültür kategorisinde ABD'de diğer ülkelere göre oldukça yüksek bir oran tespit edilmiş ve Türkiye ile Suudi Arabistan arasında oransal fark gözlenmemiştir.
- Politika ve ekonomi alanında en fazla soru Türkiye'de, en az soru da Suudi Arabistan'da yöneltilmiştir.

Bu veriler ışığında değerlendirme yapıldığında ilk önemli yorum, ulusal kimlik konusunda Suudi Arabistan ile ABD arasındaki oransal uçurum üzerinden yapılabilir. Bu kategoride oldukça düşük oranda soru sorulmuş olması, ABD'nin ulusal/toplumsal bütünlüğünü koruma konusunda herhangi bir kaygısı olmaması, ifade özgürlüğü ve demokrasinin liderliğini yapmayı kendine misyon edinmiş olması ve kozmopolit bir toplumsal yapı sergilemesi ile ilişkilendirilmektedir. Bütün Arap ülkelerine uydudan yayın yapmakta olan *MBC* kanalı, Arap milliyetçiliği temelinde kimlik inşa etme güdüsü soru kategorisine de yansımıştır (Hestroni ve Tukachinsky: 2003: 175). Türkiye ve Rusya, Arabistan'dan daha açık birer toplum olmalarına karşın, her iki ülke de aslında ulusal kimlik inşa etme sürecini halen sürdürmektedirler. Dönemsel farklılıklara rağmen her iki ülke de birer imparatorluk bakiyesidirler. Atatürk'ün inşa etmeye çalıştığı milli kimlik, uzun yıllar geçmiş olmasına rağmen nasıl çeşitli dinsel ve etnik dirençlerle halen karşılaşmaya devam ediyorsa, sosyalist bir toplum yapısından serbest

piyasa ekonomisine geçme aşamasını yaşayan Rusya da benzer dirençlerle karşılaşmaktadır. Farklı eksenlerde gelişen dirençler söz konusu olmasına rağmen, her iki ülke de toplumlarını ortak ulusal kimlik etrafına davet etmekte. İki ülkenin bu çabalarının yarışma sorularına da yansdığı düşünülmektedir.

Yüksek kültür konusunda Türkiye, Rusya ve ABD arasında yakınlık tespit edilmiştir. Arap ülkelerindeki oran düşüklüğü, resim ve heykel gibi sanatların 'puta tapma' ve 'günah' kabul edilmesiyle açıklanabilir. Arap ülkelerinin bilimsel faaliyetlere gösterdikleri ilginin düşüklüğü de aynı bağlamda değerlendirilebilir. Rusya ve Türkiye'nin bu alandaki yakınlığı, ilkinin bilim, matematik ve klasik sanatlar konusunda güçlü bir tarihsel geçmişi (Hestroni ve Tukachinsky, 2003: 175); ikincisinin de zengin bir edebiyat mirasına sahip olmasıyla açıklanabilir.

Popüler kültürde kategorisinde, güçlü bir kültür endüstrisine sahip olan ABD, tahmin edileceği üzere en yüksek orana sahiptir. Rusya'nın henüz ABD'ye uzak olması, bu ülkenin Amerikan kültürel formasyonuna adaptasyon sürecini henüz tamamlayamamış olmasıyla açıklanmaktadır (Hestroni ve Tukachinsky, 2003: 175). Popüler kültür teması etrafında sorulan sorularda Türkiye ile Suudi Arabistan arasında tespit edilen benzerlik iki toplumun eğlence ve yeme-içme faaliyetlerinde ortak bir tarih, coğrafya ve dine sahip olmalarıyla açıklanabilir.

Ekonomi ve politika kategorisinde en fazla soru Türkiye'de sorulmuştur. Dikkat çeken nokta, iş ve ekonomi konusunda yalnızca %1,6 oranında soru sorulmuş olmasına karşın, politik ve toplumsal konularda %12,4 oranında soru sorulmuş olmasıdır. Biraz daha yakından bakıldığında görülmüştür ki politik ve toplumsal konularda yöneltilen soruların yarısından fazlası kamu yönetimi ve işleyişi konularından gelmektedir. Günlük hayatta ve basında en çok ele alınan ve siyasal düzlemde en fazla tartışılan konulardan olan Türkiye'nin ulusal bütünlüğü ve siyasal rejimi eksenli tartışmalar, soruların yoğunluğunu vatandaşlık bilgisi ve devlet mekanizmasının işleyişi konularına yöneltmiştir. Suudi Arabistan'da politik yapının stabil oluşu, yönetim biçiminin otoriter doğası ve yayın

kuruluşunun krallığa bağlı olması gibi nedenlerle politik tartışmalar ekranlara sınırlı oranda yansımaktadır.

Bütün ülkeler için oranları paralellik gösteren kategorilerden biri, Hestroni ve Tukachinsky'nin de dikkat çektikleri üzere spor konusudur. Politik ve kültürel taşıyıcılık işlevi görel olarak az olan ve evrensel kurallarla sürdürülen sportif faaliyetlere ilişkin sorular bütün ülkelerde birbirine denk oranda sorulmuştur. Yine de özellikle futbol etrafında yoğunlaşan sorular aracılığıyla Türkiye'nin bir parça daha önde olduğunu belirtmek gerekir.

## Sonuç

Bütün çalışma boyunca çeşitli bağlamlarda değinilmeye çalışıldığı üzere, küresel arenada faaliyet göstermek isteyen büyük medya kuruluşları, küresel medya endüstrisinin önündeki kültürel engelleri aşabilmek amacıyla çeşitli stratejiler geliştirme konusunda oldukça yol kat etmişlerdir. Program ticaret hacminin genişlemesine engel olan dil, din, toplumsal koşullar gibi kültürel unsurların aşılmasında adeta bir maymuncuk işlevi gören ve en kapalı toplumların bile kültürel dokusuna uyum sağlayacak şekilde dizayn edilmiş olan program formatları, yayıncılık sektörünün önemli buluşlarından biri olarak ele alınmalıdır. Formatların kültürel koşullarla uyumlu çalışması, yalnızca kendisinin değil, bütün dünyada faaliyet göstermek isteyen ve belli ölçülerde bunu başaran büyük üretim şirketlerinin ulusal pazarlara sirayet etmelerinin de yolunu açmıştır. Bu suretle, yapısal olarak ulusal/yerel bir kimlik taşıyan yayıncılığın küresel medya endüstrilerinin faaliyet alanı dışında kalması da önlenmiş olmaktadır.

Formatlı programların ulusal televizyon sistemlerinde yayınlanması aşamasında ulusal kültürel bağlam tarafından dönüştürüldüğü, *Çarkıfelek* ve *Kim 500 Milyar İster?* gibi programlar ekseninde yapılan analizlerde de tespit edilmiştir. Gerçekten de her format önemli ölçüde yerel motiflerle donanmakta, bunu başaramayan ya da yerel değerlerle barışık işlemeyen programlar kısa süre sonra yayından çekilmektedir. Program ticareti yoluyla bütün dünyada

homojen bir kültürel yapı oluşturulduğuna ilişkin tezlere, ihraç edilen programların ve formatların her kültürde farklı okunması ve yerel kültürle uyumlu şekilde üretilmesi örnek gösterilerek itiraz edilmektedir. Buna karşın endüstriyel bağlamıyla ele alındığında, program yapım ve yayın pratiklerinde küresel aktörlerin geliştirdikleri şablonun benimsenmiş olduğu gözden kaçırılmaktadır. İçerik belli ölçüde yerleşmiş olsa bile, program pratik ve formatlarının er ya da geç içeriği taşıyacağı nokta, formatın filizlendiği kültürel yapı olacaktır. Nasıl ki *Çarkifelek* yerel motiflerle süslenmiş olmasına rağmen şans, tüketim ve yüzeysel bilginin ajanları olarak iş görmekteyse, yeni endüstriyel stratejiler de en aşılmaz kültürel dirençleri ve ulaşılmaz görünen jeo-kültürel alanları küresel şirketlerinin yatırım alanı haline dönüştürmek yönünde işlev görmektedir.

#### Kaynakça

- Adaklı-Aksop Gülseren (2001). "Televizyon Türlerinde Dönüşüm." *Yıllık 99: Sinema ve Televizyon Özel Sayısı*. Ankara: Ankara Üniversitesi. 229-254.
- Appadurai, Arjun (2000). "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy." *The Globalization Reader*. Frank J. Lechner ve John Boli (der.) içinde. Oxford: Blackwell. 100-108
- Cooper - Chen , A (1994). *Games in the Global Village: A 50 Nation Stud -Bowling Green*. Ohio: Bowling Green University Popular Press
- Çelenk, Sevilay (1998). *Türkiye'de Televizyon Program Endüstrisi: Bağımsız Prodüksiyon Şirketleri Üzerine Bir İnceleme*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Davis, Howard (1997). "Cultural Implication of the Single European Market for Television Programmes." *Multiculturalism: Identity and Otherness*. Nedret Kuran Burçoğlu (der.) içinde. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.
- Diri, Salih (internet). [http://www.geocities.com/salihdiri/sinema/flesbek/1992\\_1.htm](http://www.geocities.com/salihdiri/sinema/flesbek/1992_1.htm). Erişim tarihi: 10.12.2003.
- Electronic Media (2001). [www.ebsco.com/16.12.2004](http://www.ebsco.com/16.12.2004). Erişim tarihi: 16.12.2004.
- Ergül, Hakan (2000). *Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi*. İstanbul: İletişim
- Esser, Andrea (2002). "The Transnationalization Of European Television." *Journal Of European Area Studies* 10: 13-29.
- Fiske, John (1987). *Television Culture*. London: Methuen
- Freeman, Michael (2001). "Spinning Wheel." *Media Week* 9(35): 28-36.
- Geray, Haluk (1997). "İletişim, Bilgi Toplumu ve Küreselleşme." *Emperyalizmin Yeni Masalı Küreselleşme*. Işık Kansu (der.) içinde. Güldiken Yayınları. 36-46.
- Hestroni, Amir ve Riva H. Tukachinsky (2003). "Who Wants To Be a Millionaire in America, Russia, and Saudi Arabia: A Celebration of Differences o a Unified Global Culture?" *The Communication Review* 6: 165-178.

- İnam, Ahmet (1993). *Teknoloji Benim Neyim Oluyor?*. Ankara: Bahçe
- Keane, Michael (2002). "As a Hundred Television Formats Bloom, a Thousand Television Stations Contend." *Journal of Contemporary China*. 11(30): 5-16.
- Kim 500 Milyar İster Yarışması Soru-Cevap Kitabı 2 (2003). *Tempo Dergisi'nin Hobi Eki*. sayı: 815
- Lotman, Yuri (1990). *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. London: I.B.Taurus
- MacKenzie, D. ve Judy Wacjman (1985). *The Social Shaping of Technology*. Milton Keynes: Open University
- Mater, Çiğdem (2003). "Etme Bulma Dünyası..." <http://bianet.org/kadin/siyaset/11286-etme-bulma-dunyasi>. Erişim tarihi: 17.08.2009.
- Moran, Albert (1998). *Copycat TV: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*. Luthon: University of Luthon Press.
- Morley, David ve Kevin Robins (1997). *Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar*. Çev., Emrehan Zeybekoğlu. İstanbul: Ayrıntı
- Pekman, Cem (1997). *Televizyonda Özelleşme: Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci*. İstanbul: Beta.
- Pursell, Chris (2001). "Who Wants To Be A Franchise?" *Electronic Media* 20 (28).
- Schiller, Herbert (1993). *Zihin Yönlendirenler*. Çev., Cevdet Cerit. İstanbul: Pınar Yayınevi.
- Sinclair, John, vd. (2000). "Peripheral Vision." *The Globalization Reader*. Frank J. Lechner ve John Boli (der.) içinde. Oxford: Blackwell. 297-302.
- Thompson, John B. (1996). *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity Press.
- Thussu, D. Kishan (1997). "Globalisation of the "Infotainment" Industry." *Third World Quarterly* 18(2): 391-396
- Tomlinson, John (2000). "Cultural Imperialism." *The Globalization Reader*. Frank J. Lechner ve John Boli (der.) içinde. Oxford: Blackwell. 303-311.
- Tunç, Aslı (2002). "A genre a la Turque: Redefining Game Shows and the Turkish Version of Wheel of Fortune." *Journal of American & Comparative Culture* 25(3/4): 246-248
- Whannel, Garry (1990). "Winner takes all: Competition." *Understanding Television*. Andrew Goodwin ve Garry Whannel (der.) içinde. New York ve Londra: Routledge. 103-114.
- Whannel, Garry (1992). "The price is right but the moments are sticky: Television, quiz and game shows, and popular culture." *Come on Down? Popular Media Culture in Post-War Britain*. Dominic Strinati ve Stephen Wagg (der.) içinde. New York: Routledge. 179-201.
- Yengin, Hülya (1994). *Ekranın Büyüsü: Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar*. İstanbul: Der.

#### İnternet Adresleri

<http://www.celador.com>

<http://www.kingworld.com>

<http://www.wheeloffortune.com>

# Televizyon Dizilerinin Kadına Yönelik Şiddet Temsillerinde Ataerkil Rejimin İdeolojisi

## Özet

Bu çalışma televizyon dizi söyleminin aşk, aile ve cinsiyet tasarımlarından yola çıkarak, kadına yönelik şiddet temsillerine ilişkin başlıca dört meseleyi tartışmaktadır. Bunlardan ilki, dizi söyleminde kadına yönelik şiddet edimlerinin toplumsal bir sorun olarak değil, bireysel bir mesele olarak kavramsallaştırılmasıdır. Bu nedenle şiddet kavram olarak anlatılarda hem erkekler hem de kadınlar tarafından istisnai olarak telaffuz edilmektedir. İkincisi, dizi söyleminde kadına yönelik şiddet edimlerinin zalim-masum veya cani-kurban ikili karşıtlığı aracılığıyla resmedilmesidir. Bu tarz bir ilişki ister istemez aşkın nitelikli bir özneliğin bu karşıtlığı aşmasını talep etmektedir; televizyon dizi söyleminde kurtarıcı rolünü üstlenen erkek kahraman, bu aşkın konumu üstlenmektedir. Üçüncü olarak, kadına yönelik şiddet edimlerine verilen tepkiler, şiddeti uygulayanın bireysel ve niyetsel özelliklerine göre farklılaşabilmektedir. Son olarak çalışma, kadına yönelik şiddet temsillerinin karikatürleştiği ve erotikleştiği halleri de ele almaktadır. Sonuçta ise ataerkil rejimin ideolojik nitelik kazanmasında dikkat çekilen bu dört tartışma öbeğinin etkinliğini üzerinde durularak, sorunun rejimin dil yetisi/lisanıyla olan yakın ilişkisine vurgu yapmak hedeflenmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Televizyon dizileri, kadına yönelik şiddet, temsil, ideoloji, ataerkil rejim

**Şerife Çam**

*Ankara Üniversitesi  
İletişim Fakültesi*

## *Ideology of Patriarchal Regime in the Representations of Violence against Women of the Television Serials*

### Abstract

This paper dwells on with mainly four issues about representations of violence against women in television serial discourse, following its love, family and sex pictures. As the first one, television serial discourse conceptualizes violence acts against women not as a social problem but as an individual problem. Therefore, violence as a concept is merely spelled by both male and female characters of the narratives. Secondly, television serial discourse pictures violence acts against women through a binary opposition of demon vs. innocent and/or villain vs. victim. This binary opposition demands a transcendent subjectivity that will overcome this antagonism. In television serial discourse, this transcendent position is occupied by the main male character who acts as a kind of savior hero. Thirdly, responses given to violence acts against women can be differentiating according to the individualistic nature of the attacker. Lastly this paper also discusses the caricature and erotic states of the representations of violence against women in the serials. As a result while dwelling upon with these four issues that are the constitutive of the ideological feature of patriarchal regime, this study aims to reveal their close relation with the language of the patriarchal regime.

**Keywords:** television serials, violence against women, representation, ideology, patriarchal regime

## Televizyon Dizilerinin Kadına Yönelik Şiddet Temsillerinde Ataerkil Rejimin İdeolojisi<sup>1</sup>

1

Bu çalışmada incelenen televizyon dizileriyle ilgili çözümlemenin ilk versiyonu, Avrupa Birliği (EU), Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) ve *United Nations Population Fund (UNFPA)* tarafından yürütülen “Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Projesi” çerçevesinde Doç. Dr. Mine Gencil Bek tarafından derlenen *Ataerkillik, Piyasa ve Profesyonel Değerler: Medyada Aile İçi Şiddet Temsilleri ve Üretim Dinamikleri* başlıklı çalışmada yer almaktadır.

2

Televizyon dizileriyle ilgili çözümlemenin yapıldığı Ekim 2007-Şubat 2008 döneminde genel içerikli yayın yapan televizyon kanallarının ana yayın kuşağında (*prime-time*) yayınladıkları dizi sayısı 40’ın üzerindeydi. Ancak bu konuda net bir rakam veya liste vermek oldukça güçtür. Çünkü kanallar sıkça yeni bir dizinin yayınına başlayarak yayın akışlarını güçlendirmeye çalışmaktadır. Elbette bu süreçte izleyici ölçümlerinde beklenen

Türkiye’de televizyon dizileri, özellikle 2000’li yılların başlarından itibaren gerek yayınlanan dizi sayısı açısından gerekse bu dizilerin yayın akışında kapladığı süre açısından ulusal düzeyde genel içerikli yayın yapan kanalların yayın akışlarında oldukça geniş bir yer kaplamaktadır<sup>2</sup>. Bu durum dizi üretim endüstrisi, bu endüstride çalışan profesyonellerin sorunları, reklâm verenler ile televizyon kanalları arasındaki ilişkiler, ulusal kanalların yayın politikalarıyla ilgili çözümlemeler kadar dizi söyleminin farklı konu ve sorunlar hakkındaki kurgularının, tasarımlarının ve temsillerinin çözülmesi açısından da önemlidir. Bu noktadan hareketle bu çalışma, dizi söyleminde kadına yönelik şiddet temsillerinin dilsel ve ideolojik açıdan değerlendirilmesini konu almaktadır.

Kadına yönelik şiddetin, “kadının bedensel ve/veya ruhsal bütünlüğüne zarar veren her türlü davranış veya tehdit” biçimindeki geniş kapsamlı ve türleri açısından fiziksel (dayak, tekme, tokat, alıkoyma gibi), ruhsal/psikolojik (hakaret, azarlama, küfür, kadının yakınlarıyla görüşmesine engel olma gibi), cinsel (tecavüz, tecavüz girişimi, cinsel taciz gibi) ve ekonomik (ev dışında çalışmaya engel olma, ev dışında çalışan kadınların kazancını elinden alma, okula göndermeme gibi) şiddet olarak çeşitlenmiş tanımları (Gencil-Bek, yayına hazırlanıyor) düşünüldüğünde, kadına yönelik şiddet temsillerinin televizyon dizilerindeki görünürlüğü ve yoğunluğu daha net anlaşılmaktadır. Bu bakımdan günümüz dizilerinde kadına yönelik şiddet artık yok sayılarak görünmez kılınmamaktadır. Yanı sıra dizi söyleminde kadına yönelik şiddetin sadece öykü-



deki yan kadın karakterlerin değil, esas kadın karakterin de başına gelen bir sorun olarak betimlenmesiyle, sorunun öykü içinde marjinal değil, merkezi bir konumda yer aldığı da gözlenmektedir. Bu olumlu gelişmelere rağmen kadına yönelik şiddet temsilleriyle ilgili çeşitli unsurlar tartışmaya açılabilir.

Yukarıdaki değini doğrultusunda bu çalışma televizyon dizilerindeki aşk, aile ve cinsiyet tasarımlarından yola çıkarak, kadına yönelik şiddet temsilleriyle ilgili olarak temelde dört temel meseleyi tartışmaktadır. Bunlardan ilki kadına yönelik şiddetin, dizi söyleminde görsel kodlar açısından ima düzeyinden ifade düzeyine önemli ölçüde geçmesine rağmen, sözlü kodlar açısından sadece ima edilmesi; birkaç istisnai örnek dışında ifade düzeyine ulaşmamasıdır. Bir başka deyişle kadına yönelik şiddet, dizi söyleminde sözlü olarak doğrudan “şiddet” biçiminde adlandırılmamaktadır. Bu durum, dizi söyleminde kadına yönelik şiddet temsillerinin, katı bir yapısalcı ikili karşıtlık mantığıyla toplumsal bir sorun olarak değil, bireysel bir mesele olarak kavrandığını düşündürmektedir.

İkinci mesele, bu temsillerin temelde zalim-masum veya canikurban karşıtlığı üzerinde yükselmesidir. Buna göre televizyon dizilerinde kadınlar çoğunlukla zalim veya cani diyebileceğimiz bir kimsenin eline düşmüş kurbanlar veya masumlardır. Bu türden keskin bir karşıtlık ilişkisi, ister istemez aşkın bir özneliğin bu karşıtlığı sonlandırmasını talep etmektedir. Dizi söyleminde bu konumu kahraman rolünü üstlenen bir veya birkaç erkek üstlenmektedir.

başarıyı sağlayamayan diziler de kolaylıkla yayından kaldırılmaktadır. Daha önceden yayınlanmış ana-yayın kuşağı dizilerin, gündüz kuşağında ve gece kuşağında tekrar yayınlanmakta olduğu da hesaba katılırsa, yerli dizilerin, genel içerikli yayın yapan ulusal kanalların yayın akışının ne denli büyük bir kısmını kapladığı daha kolay anlaşılacaktır.

Üçüncü mesele ise, şiddet edimlerine verilen tepkilerle ilintilidir. Kadına yönelik şiddet temsillerinde, eğer saldırı veya tehdit genel anlamda iyi ve anlayışlı bir kimseden geliyorsa, bu, saldırı olarak değerlendirilmemekte veya kısa süreliğine saldırı olarak değerlendirilip ardından şiddet edimi hoş görülmekte, unutulmakta veya buna anlayış gösterilmektedir. Saldırı görüntülü ve sözlü olarak ancak genel anlamda kötü, zalim ve acımasız birisi tarafından işlendiğinde şiddet mağduru kadınlarca ve yakın çevresince belirgin bir şekilde tepki görmektedir. Böylesi bir durumda yakın çevre, saldırıya uğrayan kadına çoğunlukla merhamet ve acıma duygusuyla yaklaşmaktadır.

Televizyon dizi söyleminde ataerkil rejimin aynı anda hem güçlendiği hem de belirsizleştiği anlarda ortaya çıkan ideolojik nitelik, son olarak kadına yönelik şiddet edimlerinin karikatürleştirilmesi ve erotikleştirilmesinde de ortaya çıkmaktadır. Bir başka ifadeyle ataerkil rejim, kendisini ideoloji yapan gücü, karikatürü ve erotizmi yapılan kadına yönelik şiddet temsillerinden de elde etmektedir.

Bu dört tartışma öbeği bu çalışmada ataerkil rejime ideolojik nitelik kazandıran unsurlar olarak ele alınmaktadır. Bu sorunlara ilişkin belli bir farkındalık geliştirilmesi sonuç olarak, feminist mücadelenin ve dayanışmanın televizyon dizileri özelinde popüler kültür metinlerinin dönüşümü açısından ataerkil rejimin değişen stratejileri karşısında farklı stratejilerle devam ettirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Çalışmada yapılan inceleme en çok izlenme oranına sahip dört ulusal kanaldan seçilen ikişer dizi örneği üzerinden ilerlemiştir. Toplamda sekiz tane olan bu diziler *Kanal D*'den *Menekşe ile Halil* ve *Bıçak Sırtı*, *ATV*'den *Sıla* ve *Avrupa Yakası*, *Show TV*'den *Eşref Saati* ve *Ezo Gelin* ve *Star TV*'den *İki Aile* ve *Vazgeç Gönüm*'dür. Seçilen sekiz dizi, birinci bölümlerinden 2008 yılı Şubat ayının son haftasında yayınlanan bölümlerinin sonuna kadar izlenmiştir. Bu doğrultuda çalışma, *Menekşe ile Halil*'in ilk 23 bölümünü, *Bıçak Sır-*

*tı*'nın ilk 22 bölümünü, *Sıla*'nın ilk 61 bölümünü, *Avrupa Yakası*'nın ilk 150 bölümünü, *Eşref Saati*'nin ilk 15 bölümünü, *Ezo Gelin*'in ilk 50 bölümünü, *İki Aile*'nin ilk 77 bölümünü ve son olarak *Vazgeç Gönülüm*'ün ilk 24 bölümünü kapsamaktadır. Bu diziler farklı anlatısal türlere ait özellikleri içlerinde barındırmasına karşın *Sıla* ve *Vazgeç Gönülüm*'de melodram ve pembe dizi, *Menekşe ile Halil*, *Bıçak Sırtı* ve *Ezo Gelin*'de drama, *Eşref Saati*, *Avrupa Yakası* ve *İki Aile*'de ise komedi türünün özellikleri daha belirgindir.

Bu sekiz dizi, yayınlandıkları günler itibarıyla izleyici ölçümlerinde ilk on program arasında yer almaları açısından tercih edilmişlerdir. Bu bakımdan çalışma, öyküsünde doğrudan kadına yönelik şiddet sorununu merkeze alan diziler üzerinde odaklanmaktadır. Dolayısıyla buradaki amaç, incelenen dizilerin hangilerinde kadına yönelik şiddet karşısında eleştirel bir tavır geliştirme çabası bulunduğunu veya hangilerinde bulunmadığını saptamak değildir. Bu türden bir çaba televizyon dizilerinin yapım sektörü ve anlatısal yapısı dikkate alındığında çok da anlamlı değildir. Yapım sektörü açısından ele alındığında dizilerin senaristleri, yönetmenleri, oyuncularını, mekân ve dekorları dizi yayında kaldığı süre uzadıkça oldukça farklılaşabilmektedir. Tüm bu değişikliklerden elbette öykü de ciddi biçimde etkilenmekte ve izleyiciler dizinin sonlarına gelindiğinde başlangıcından oldukça farklı öyküleri izleyebilmektedirler. Yanı sıra, dizi metinleri tek bir fikrin ve anlayışın resmedildiği bütünlüklü değil, birbirini değilleyen farklı temsillerin ortaya konduğu çelişkili metinlerdir. Bu iki nokta dikkate alındığında incelenen dizileri kadına yönelik şiddeti eleştiriyor veya bunu meşrulaştırıyor şeklinde sınıflandırmak hem oldukça güçtür hem de verimli bir çözümleme yapmayı engelleyecektir. Bunun yerine bu çalışma dizilerdeki kadına yönelik şiddet temsillerinden kesitler sunarak, bu temsillerin ataerkil rejime ideolojik sıfatını kazandıran unsurlarla nasıl ilişkiye geçtiğini dört başlık altında değerlendirmeye gitmektedir.

## Ana-Yayın Kuşağı Dizilerinde Kadına Yönelik Şiddetin Bireyselliği

Televizyon dizilerinin öykülerinde aile ve ailevi ilişkiler merkezi bir konumu işgal etmektedir. Bu bağlamda karakterlerin anneler, babaları, sevgilileri, çocukları, akrabaları, komşuları ve arkadaşlarıyla kurdukları ilişkiler oldukça ön plandadır. İş ve çalışma yaşamını merkeze alan dizilerde bile karakterlerin ev yaşantıları, aileleri ve yakın çevreleri konuya dâhil edilmektedir. Dizilerin tamamında birden fazla aşk ilişkisi ele alınırken, çiftlerin bir araya gelememeleri veya mutlu bir birliktelik sürememeleri önündeki engeller, daha çok ailelerden ve yakın çevrelerinden kaynaklanan sorunlar bağlamında ele alınmaktadır. Bu kapsamda öykü içinde karakterler arası çatışmayı yaratan unsurlar arasında gelenekler, töre ve aile baskısı önemli bir yer tutmaktadır. Yanı sıra, nefret, kıskançlık, haset ve yanlış anlamalar da çatışma yaratan unsurlar olarak azımsanmayacak oranda yer almaktadır. Yukarıda sıralanan unsurlar dikkate alındığında genel anlamda şiddetin kavramsal olarak televizyon dizi söyleminin kurucu unsuru olduğu ifade edilebilir (Çelenk ve Timisi, 2000: 58; Çelik, 2000: 3).

Hem görsel hem de sözlü olarak şiddet temsillerinin televizyon dizi söylemindeki bu yoğunluğuna rağmen, “şiddet” kavramı olarak, daha çok erkeğe yönelik şiddet temsillerinde telaffuz edilmektedir. Bu doğrultuda en çok hem failin hem de mağdurun erkek olduğu, ciddi yaralanmalarla sonuçlanan kavgalar veya silahlı saldırılar şiddet olarak adlandırılmaktadır. Buna karşın faili ister kadın isterse erkek olsun ama mağdurun kadın olduğu şiddet temsillerinde şiddetin kavramı olarak yer almadığı söylenebilir. Bu durum kadına yönelik şiddet temsilleri ile erkeğe yönelik şiddet temsilleri arasında sözlü kodlar açısından belirgin bir farklılığın bulunduğuna işaret etmektedir. Çünkü takip edilen sekiz dizide, birkaç istisnai durum dışında, mağdurun kadın olduğu saldırıların şiddet olarak telaffuz edilmediği veya adlandırılmadığı görülmektedir.

Söylem içinde kadına yönelik şiddetin telaffuz edilememesi, bu sorunun dil yetisi / lisan (ing. *language*, fr. *langage*) içinde bir kav-

ramla karşılanmadığını düşündürmektedir. Yapısalcı dilbilimin öncüsü olan Ferdinand de Saussure dil yetisinin toplumsal boyutu olan dille (fr. *langue*) bireyin bu dili üstlenmesi olarak ifade ettiği söz (*parole*) arasında bir ayrıma gider (10-17; 83-84). Bu ayrım ışığında, kadına yönelik şiddetin dizi söyleminde toplumsallaşmadığı, bireysel/kişisel bir sorun olarak ele alınıp sözün alanına hapsedildiği ifade edilebilir. Bir başka deyişle dizilerde, sözlü kodlar açısından kadına yönelik şiddet, açıkça ifade edilemediği için dile getirilememekte, farklı sözlerle ancak ima edilebilmektedir.

Eşlerin, sevgililerin, ebeveynlerin, kardeşlerin ve akrabaların, kadınların bedensel ve ruhsal açıdan zarar görmesine yol açan, onları baskı altına alan ve onların kendi kurallarına boyun eğmelerini sağlayan türlü davranış ve tehditleri televizyon dizi söyleminde daha çok “zulüm, eziyet, koca dayacağı, gaddarlık, zalimlik, bak şu eşek herifin yaptığına, hayvanlık, sapıklık, delilik, töre, namus, kader, çekilmesi gereken çile”<sup>3</sup> gibi olabildiğince çeşitlenmiş sözlerle ima edilmektedir. Kadına yönelik şiddeti ima eden bu söz çeşitliliği içinde neredeyse sadece “şiddet” kavramı söylenememektedir.

Söylem içinde kavramın söylenememesi, açıkça dile getirilememesi veya adlandırılmaması ilk etapta şiddet üzerine konuşan karakterlerin bir tür “söz yitimi”<sup>4</sup> yaşadığını düşündürülebilir. Çocukların ve hastaların söz yitimi konusundaki çalışmasında Roman Jacobson söz yitiminin sondan başa doğru bir rota izlediğini belirterek, söz yitimi yaşayanların en son öğrendikleri sözleri ilk önce, ilk önce öğrendikleri sözleri ise en son unuttuklarını belirtir (Jacobson'dan aktaran Benveniste, 1995: 17)<sup>5</sup>. Ancak dizi söylemi düşünüldüğünde kadına yönelik şiddet, yitirilen söz değildir; hem erkeklerin hem de özellikle kadınların henüz öğrenmediği sözdür. Bir başka deyişle kadına yönelik şiddet henüz kavram haline gelmemiş, ataerkil rejimin dil yetisi/lisanı içinde henüz bir karşılığı olmayan, şiddeti uygulayanın zalimliği, cahilliği gibi veya şiddete maruz kalan kadının çaresizliği, talihsizliği gibi bireysel/kişisel niteliklerle ilişkilendirilerek ima edilen sözdür. Bu sorunlu duruma rağmen, televizyon dizilerinin söylemi kadına yönelik şiddet kav-

### 3

Yukarıda tırnak içinde aktarılan sözler, izlenen dizilerdeki karakterlerin şiddet edimine tepki verirken veya bu edim hakkında konuşurken kullandıkları ifadelerden derlenmiştir.

### 4

Söz yitimi: 1. Ses çıkarma yeteneği kaybolmadığı hâlde istenilen sözü bulup söyleyememe hastalığı, afazi 2. Konuşma güçlüğü (TDK, 2008).

### 5

Ferdinand de Saussure de, tıpta Broca afazisi olarak bilinen söz yitimiyle ilgili olarak iki sonuca ulaşır. Bunlardan ilki, konuşmadaki bozuklukların yazma yetisindeki bozukluklarla iç içe geçmiş olmasıdır. İkincisi ise tüm söz ve yazı yitimindeki esas sorunun, sesleri çıkarabilme veya göstergeleri çizme yetisindeki bozulmadan ziyade, “belli bir araçla düzenli bir anlatım türünün göstergelerini canlandırabilme yetisindeki” bozulma olmasıdır (13).

ramını bütünüyle dışlamamakta veya yok saymamaktadır. Aşağıda kadına yönelik şiddetin doğrudan telaffuz edildiği örneklere değinilmektedir.

Bu konudaki ilk örneğe *Avrupa Yakası* dizisinde rastlanmıştır. Aynı adı taşıyan kadın dergisinde çalışan Aslı Sütçüoğlu ve ailesi ile bu derginin diğer çalışanlarının yaşamlarını konu alan dizinin belli bölümlerindeki kadına yönelik şiddet temsillerinde “şiddet” ve “kadına karşı şiddet” gibi ifadeler dile getirilmiştir. Bu bölümler aslında dizide “Kadına Karşı Şiddete Son!” kampanyasının afişlerinin kullanıldığı bölümlerdir. Dizinin 111. bölümünden başlayarak 129. bölümüne kadar olan bölümlerinde kampanyaya ait iki farklı afiş asılı kalmıştır. Aşağıda dergi ofisinde geçen sahnelerden alınan fotoğraflarda bu afişler görülmektedir.

İzlenen dizilerde kadına yönelik saldırı ve saldırı tehditlerini şiddet olarak adlandırılması konusundaki ikinci bir istisnai örneğe *İki Aile* dizisinde rastlanmıştır. Aynı köşkte yaşamak zorunda kalan Oğuz ve iki kızından oluşan Aydeniz ailesi ile Eda ve iki oğlundan oluşan Karaman ailesinin yaşantısını konu alan dizinin sadece bir



bölümünde, Oğuz'un kızları kendi aralarında Eda'dan bahsederken onun eski eşi Yaman'dan şiddet gördüğünü ifade ederler. Kuşkusuz bu ikinci örnek, izleyici açısından dikkat çekmeyecek ölçüde küçük bir ayrıntıdır.

Bu konudaki son istisnaya ise *Vazgeç Gönüm*'de rastlanmıştır. Dizinin ilk bölümünde, hukuk fakültesini bitiren Bahar, arkadaşı Ali'ye şiddete maruz kalan kadınlarla ilgili çalışmak istediğini ifade eder. Bir başka bölümde ise Fikret eşi Belgin'e gelen çiçeğin, Belgin'in eski sevgilisi Harputlu tarafından gönderildiğinden şüphelenmektedir. Ancak izleyiciler olarak, çiçeğin üzerindeki karttan aile içi şiddet kampanyasına verdiği destekten ötürü Belgin'e teşekkür edildiğini okuruz. Diğer iki örnekten farklı olarak bu dizide, kadına yönelik şiddet ifadesi, dizi öyküsü içinde yer alan kadın karakterlerin maruz kaldıkları saldırılar için dahi kullanılmamaktadır. Çünkü dizinin izlenen 24 bölümü içerisinde hem Bahar'ın hem de annesi Belgin'in şiddete uğrayan kadınlar için herhangi bir faaliyette buldukları ne görüntülenmiş ne de bundan sözlü olarak bahsedilmiştir. Dolayısıyla *Vazgeç Gönüm*'de kadına yönelik şiddet ifadesi kullanılsa bile, yukarıda belirtilen ilk iki diziden farklı olarak, bu sorun, öykünün bütünüyle dışında kalan öteki kadınların sorunu olarak kavranmaktadır.

Bu üç istisnai örnek dışında kadınlara yönelik baskı ve zora dayalı davranış ve tehditlere dizi söyleminde açıkça şiddet adı/ismi verilmemektedir. Ludwig Wittgenstein, adlandırmanın önemini şu şekilde ifade eder: "... [A]dlandırmak bir şeye etiket yapıştırmaya benzer... Şeyleri adlandırır ve böylece de haklarında konuşabiliriz. Konuşmada onlarla ilişki kurabiliriz... Ayrıca bir şeye ad bulmak diye bir dil oyunu daha vardır. Yani 'bunun adı...' deyip artık yeni adı kullanmak" (33-34). Dizilerde hem kadınlar hem de erkekler, kadına yönelik saldırıları ve tehditleri şiddet olarak adlandırmadıkları için şiddet üzerine/hakkında açıkça konuşamamakta, bu sorunla doğrudan ilişkiye geçememekte, "bunun adı şiddet" diyerek, cinsiyetler arası daha farklı bir örgütlenme tarzı üzerine düşümemektedir. Ancak bu durum kadına yönelik şiddet konusunda

bütünüyle suskun kalındığı, sorunun yok sayıldığı veya şiddet mağduru kadınların bir tür söz yitimine uğradığı anlamına gelmektedir. Önceden de belirtildiği gibi, dizilerde şiddet hakkında adıyla ve açıkça konuşulmasa bile ima yoluyla konuşulmaktadır. Bu doğrultuda söylem içinde kadına yönelik şiddet uygulamanın, bireysel düzeyde yobaz, kaba-saba, cahil, psikopat, takıntılı, kıskanç, öfkeli veya töre/gelenekler karşısında eli kolu bağlı pasif insanların sorunu olduğu söylenip bu insanlar olgun, anlayışlı, sabırlı, bilinçli ve özellikle de eğitilmiş insanlara dönüştüğü zaman, kadına yönelik şiddetin ortadan kalkacağı varsayılmaktadır.

Televizyon dizi söyleminde, kadına yönelik şiddet temsilleri özelinde birey ve toplum arasında benimsenen oldukça katı yapısal karşıtlık ilişkisi bir yanı sıra bireyin de tarihsel ve toplumsal bir tasarım olduğunu unutturmaktadır. Valentin Nikolayeviç Voloşinov, yapısalılık içindeki birey ve toplum karşıtlığı içinde bireyin neredeyse doğal ve biyolojik bir numune olarak kavrandığına dikkat çekerken, “kendi bilincinin içeriklerinin sahibi olarak birey”, “kendi düşüncelerinin yaratıcısı olarak birey” ve “kendi düşüncelerinden ve duygularından sorumlu kişilik olarak birey” şeklindeki yapısalıcı birey tasarımlarının sosyo-ideolojik bir fenomen olduğunu ifade eder (81). Bu noktadan hareketle televizyon dizi söyleminde kadına yönelik şiddetin bireysel bir mesele olarak tasarımının, ataerkil rejime ideolojik niteliğini kazandıran unsurlardan birisi olduğu söylenebilir. Sonuç olarak sözlü kod açısından kadına yönelik şiddetin bu denli bireysel düzlemde ele alınması, bu sorunun cinsiyetler arası eşitsiz iktidar ilişkilerine içkin bir sorun olarak kavranmasını engellemektedir.

Televizyon dizi söyleminin görsel kodlarına odaklanıldığında ise kadına yönelik şiddet temsillerinde sözlü kodlara kıyasla şiddetin daha açık bir şekilde ifade edildiği görülmektedir. Bu doğrultuda şiddet edimi öncelikli olarak genel çekimle doğrudan görüntülenmektedir. Genel çekimden kesmeyle aç-karşı açi tekniği kullanılarak bel veya omuz çekimine, nadiren de yakın çekime geçilmektedir. Bu çekimlerde hem saldırganın öfkesi, hiddeti ve kabalığını



hem de saldırıya veya tehdide maruz kalan kadının korku, öfke ve panikle karşı koyma çabasını izlemek mümkündür. Saldırı sonrasındaki sadece kadının görüntülediği omuz, bel veya yakın çekimlerde ise şiddete maruz kalan kadının yaşadığı hayal kırıklığı, hüznün ve yalnızlık belirginleşmektedir<sup>6</sup>.

Kadına yönelik şiddet temsillerinin ana-yayın kuşağında belirgin bir şekilde yer bulması, bu konuda farkındalık geliştirme çabaları açısından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Ancak özellikle kadının karşı koyamadığı saldırı sahnelerindeki, çaresizliği ve zavallılığı ön plana çıkaran omuz ve bel çekimleri ile yakın çekimler, izleyicide kadına karşı acıma duygusu geliştirmeye katkı sağlama türünde bir tehlikeyi de barındırmaktadır. Bu bakımdan özellikle kadının karşı koyamadığı şiddet sahnelerinde, şiddete maruz kalan kadının görüntülenmesi yerine sadece şiddet uygulayanın yüzünün ve bedeninin görüntülenmesi, şiddeti uygulayana vurgu yapmak açısından daha uygun olabilir. Ne var ki izlenen diziler içinde bu türden bir çekime rastlanılmamıştır.

Kadına yönelik şiddeti hem sözel hem de görsel açıdan açıkça ve doğrudan toplumsal bir sorun olarak tanımlamaya ilişkin olarak yukarıda belirtilen sorunlu noktalara rağmen, kadına yönelik şiddetin toplumsal bir mesele olduğuna dair oldukça güçlü imaları barındıran sahne veya sekanslar da bulunmaktadır. Almanya'da yaşayan muhafazakâr bir ailenin kızı olarak sevmediği bir adamla evlenmeye zorlanan Menekşe ile aynı pastanede birlikte çalıştığı Halil'in aşkını konu alan *Menekşe ile Halil* adlı dizinin üçüncü bölümünde yer alan bir sahne buna örnek olarak gösterilebilir. Bu sahnede Menekşe, İstanbul'da kaldığı otelin önünde ağabeyi Kadir ve eşi Mustafa'ya yakalanır. Mustafa ve Kadir, Menekşe'yi İstiklal Caddesi boyunca sürükleyerek, tartaklayarak, döverek zorla kendi kaldıkları otele getirirler. Bu sahne, kadına yönelik şiddetin gerçekleştiği mekân açısından da farklılaşmaktadır. Çünkü kadına yönelik şiddeti resmeden sahnelerde daha sık kullanılan ev gibi özel/mahrem mekânların yerine kamusal bir mekânın kullanımı tercih edilmiştir. Menekşe'nin uğradığı fiziksel saldırı İstanbul'un

6

Nilgün Abisel, Yeşilçam filmlerindeki kadına yönelik şiddeti tartıştığı çalışmasında (2000), kadına yönelik şiddet temsillerinde başvurulan çekim ölçekleriyle ilgili olarak yukarıda aktarılan bulgulara yakın sayılabilecek bulguları ortaya koymuştur. Bu noktadan hareketle pek çok açıdan Yeşilçam filmlerinin devamı olarak görülen televizyon dizilerinin, kadına yönelik şiddet temsillerinde kullanılan çekim ölçekleri ve (bu çalışmanın ikinci bölümünde örnekleneyeceği gibi) çekim açıları özelinde de bu devamlılığı sürdürdüğü ifade edilebilir.

en işlek caddelerinden birisinde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla izleyiciler sadece Menekşe'nin sürüklene sürüklene götürülüşünü değil, etraftaki insanların bu saldırıya tanıklık ederken verdiği tepkileri de izleme şansına sahip olmaktadır. Kolaylıkla tahmin edilebileceği gibi bu şiddet olayına tanıklık edenlerin büyük bir çoğunluğu olayı seyretmekle yetinmiştir. Gidecekleri otelin kapısına vardıklarında iki kişi şiddeti engellemeye çalışır ama onların girişimi de cılız bir çabadır ve zaten Mustafa da ikinci adamı "Ben kocasıyım birader, sana ne oluyor?" diyerek başlarından savar. Menekşe, otelin hemen önünde son çare olarak yoldan geçen bir kadından yardım ister, bir gözü morarmış bu kadın çaresizce başını sallar. Morarmış göz, o kadının da şiddet mağduru olduğunu ima etmektedir.

Sonuç olarak bu sahne, kadına yönelik şiddetin toplumsal niteliğinin özellikle görsel açıdan çarpıcı bir ifadesi olarak değerlendirilse bile, izlenen diğer tüm diziler düşünüldüğünde istisnai bir sahnedir. Ancak bu sahne aynı zamanda, kadına yönelik şiddet temsillerinde kadının "zalimlerin eline düşmüş masum" biçimindeki konumlandırılışı hakkında da ipuçları vermektedir.

### **Kadına Yönelik Şiddet Temsillerinde Zalim-Masum Karşıtlığı ve Kurtarıcı Erkek Kahraman**

Televizyon dizi söyleminde kadına yönelik şiddet uygulamak, ailenin veya aşiretin birliği adına konuştuğunu, toplumsal düzen ve otoritenin devamlılığı için hareket ettiğini söyleyen ancak kötü niyetli, iktidarını güçlendirmek için her yolu mübah sayan, zalim, cani, acımasız ve özellikle de erkeklerin fiili olduğu zaman şiddet olarak değerlendirilmektedir. Bir başka ifadeyle dizi söylemi kadına yönelik şiddeti, şiddet olarak kavramlaştırabilmek için, kendi çıkarı için birliği, düzeni, normu, töreyi, namusu veya ilkeyi hiçe sayan kötülüğün temsilcisi kadınlara ve daha çok da erkeklere ihtiyaç duymaktadır. Yapısalcı bir kurguyla bu kötülük ve zalimlik, değerini iyilik, namusluluk ve masumlukla olan farktan elde etmekte-

dir. Kısaca televizyon dizi söyleminde kadına yönelik şiddet temsilleri esas olarak zalim-masum veya cani-kurban ikili karşıtlığı üzerinde yükselmektedir.

Bu karşıtlık incelenen diziler içinde en çok *Menekşe ile Halil*'de belirgindir. Dizide babası Hasan, küçük ağabeyi Kadir ve zorla evlendirildiği ama daha sonra boşandığı Mustafa ve son olarak Halil'le evlenmesine engel olmaya çalışan Zeynep'in kötülükleri, zorbalıkları ve baskıları karşısında Menekşe masumiyetin, saflığın ve kirlenmemişliğin temsilcisidir. Bir diğer deyişle söylem içinde Menekşe, varlıklarının esas nedeni uyguladıkları zor ve baskı olan zalimlere karşı koymaya çalışan bir masumdur. Bu yüzden Menekşe şiddet içeren saldırı ve tehditlere ataerkil rejimin kodlarını yaygınlaştıracak ve güçlendirecek şekilde bedensel, ruhsal ve karakteristik temizliği ile karşı koymaya çalışmaktadır. Bu karşı koyuşta Menekşe'ye coşkusuyla annesi Süheyla, şefkatiyle ninesi Zarif Ana, dürüstlüğü ve içtenliğiyle büyük ağabeyi Yusuf destek vermektedir. Ancak Menekşe asıl desteği diğer yakınlarına ait olarak sıralanan nitelikleri aşkında birleştiren ve dizinin ilerleyen bölümlerinde belli bir servete de sahip olan sevgilisi ve eşi Halil'den almaktadır. Aşağıda diziye daha yakından bakılarak bu saptamalar biraz daha detaylandırılmaktadır.

Menekşe ve Halil arasındaki aşkı değerli kılan ve yücelten unsurların temelde platonik aşka ait özellikler olduğu ifade edilebilir. Dizinin tanıtım yazılarında da sıklıkla vurgulandığı gibi “dokunmadan sevmek” veya “gözüyle sevmek” evliliklerine kadar olan süreçte Menekşe ile Halil aşkının temelini oluşturmaktadır.

Cinsel birlikteliğin kirlenme ve zedelenme olarak nitelendirilmesiyle, dizi söyleminde Menekşe'nin bakire oluşu sürekli olarak tekrarlanmaktadır. Bu bağlamda dizinin hemen ilk bölümünde Menekşe, ninesine Halil'i sevdiğini ve Mustafa'yla evlenemeyeceğini söyler. Ninesi ise bu söz üzerine çok tedirgin olur ve ona “hih! Yoksa zedelendin mi?” diye sorar. Menekşe de, Halil'in elinin eline değmediğini, onların nasıl bir aile olduklarını bildiği için kendisine zarar verecek bir şey yapmayacağını ifade eder. Menekşe'nin evlen-

diği gece ise yenge diye hitap ettiği iki kadın evde Menekşe'nin bakire olduğunu kanıtlayacak kanlı çarşafın da içinde olduğu gerdek bohçasını bekler. Mustafa cinsel ilişkiye giremeyince Menekşe'nin avucunu keser ve kanı çarşafa akıtarak, akrabaların birlikte olduklarını inanmalarını sağlar. Öykünün ilerleyen kısmında, Menekşe ve Halil İstanbul'a kaçtıktan sonra, Menekşe'nin babası Hasan, eşi Mustafa ve ağabeyi Kadir çiftin birlikte olduklarından emindirler. Ninesi durumu bildiği için oğlu Hasan'a Menekşe'nin kimseyle birlikte olmadığını "Menekşe anasının memesinde ne kadar masumduysa şimdi de o kadar masum" sözleriyle anlatır ama Hasan kızına değil Mustafa'ya inanır. Daha sonra, Menekşe ağabeyi Kadir için böbreklerinden birini bağışlamaya karar verince hastanede pek çok test ve tahlil yapılır. Jinekolojik muayenesi sırasında bakire olduğu da ortaya çıkar. Ninesi bu raporu oğlu Hasan'a göstererek, torununun "masum" olduğunu açığa çıkarır. Bu olay sırasında ayrıca Menekşe'nin destekçisi olan büyük ağabeyi Yusuf da babası ve Mustafa'yla tartışarak bu raporu Menekşe'nin masumluğunun ve Mustafa'nın sahtekârlığının bir ispatı olarak gösterir:

(12. bölümden. Menekşe'nin ninesi ile annesi Süheyla hemşireden aldıkları raporla Kadir'in odasına girerler. Nine elindeki dosyayı oğlu Hasan'a fırlatarak tartışmaya başlar.)

Nine: Al! Al bak şunlara! Oku da utan, utanman varsa!

Hasan: Ne bu?

Nine: Menekşe'nin temiz kâğıdı. Tahlillerinin suretleri. Dakka başı o herifin [Halil] koynuna girdi deyip duruyorsun. Oku bakayım kimin koynuna girmiş? Yazıyor işte burada, Menekşe hâlâ kız-oğlan-kız.

Kadir, Yusuf ve Hasan şaşkınlıkla bakarlar.

Süheyla: Söyledik de inanmıyydın. İşte sana kapı gibi doktor raporu.

Nine: Gerdek gecesi Menekşe'nin elini kesip, işareti gerdek bohçasına koymuş bu soysuz [Mustafa]. Yalan söyledi, hepimizi kandırdı. Al işte, al işte bu da belgesi.

Bu sırada odaya Mustafa gelir.

Mustafa: Ne oldu? Ne oluyor ya? Onlar ne?

Herkes öfkeyle Mustafa'ya bakar. Hasan odadan çıkar.

Süheyla: Ya işte böyle!

Babasının peşinden Yusuf da elinde dosyayla koridora çıkar ve babasıyla tartışmaya başlar.

Yusuf: Gördün mü soysuz dediğin kızı? Namussuz dediğin, kahpe dediğin kızı gördün mü?

Bu sırada Mustafa da onların yanına gelir.

Yusuf: İt dediğin adamın [Halil] nasıl bir adam olduğunu anladın mı şimdi? Elini sürmedi o kardeşime. Gözüyle seviyor Menekşe'yi, gözüyle.

Mustafa: Ne diyon sen lan!

Yusuf: Bu kızın canını almaya kalktın sen! Namusunu temizleyeceksin diye ne hale getirdin çocukları. Al işte sana namusumuzun ispatı. Menekşe'nin de, Halil'in de...

Mustafa: Hoop alo!

Yusuf: ...benim de namusumuzun ispatı. Menekşe'nin...

Yusuf elindeki dosyayla Mustafa'ya vurarak bağırır

Yusuf: ...BE-KARETİNİN İSPATI!

Yukarıdaki diyaloglara bakıldığı zaman, Menekşe'nin cinsel ilişkiye girmemiş olduğunu gösteren belgenin temelde “temiz kâğıdı”, “Menekşe'nin masumluğu kanıtlayan kapı gibi doktor raporu”, “Mustafa'nın yalancılığı ve sahtekârlığının belgesi” ve “Menekşe ile ailesinin namusunun ispatı” gibi ifadelerle tanımlandığı görülmektedir. Aile üyeleri bu belgeyi kızlarının ve kendilerinin namusunun bir tür delili ve garantisi olarak görmektedir. Dolayısıyla Menekşe'nin bakire olduğunu gösteren belge sadece Menekşe'nin değil, Menekşe'den sorumlu olan ağabeyi Yusuf'un ve sevgilisi Halil'in de namusunun ispatı olarak görülmektedir. Kısaca burada bir kadının namusunun sadece kendisini ilgilendiren bir mesele olmakla kalmayıp kendisinden sorumlu olan erkekleri de ilgilendiren bir meseledir.

Yoğun bir dramatik etkisi bulunan bu sahnede temelde Menekşe'nin namuslu bir kadın olduğu dile getirilmektedir. Ancak bunun ifade edilmesi, bekâreti, namuslu, temiz, saf ve masum olmakla eşitleyen ataerkil rejimin kabullerinin aralandığını düşündürme-

melidir. Hatta bu sahnenin bir genç kadının bekâretini namusunun garantisi olarak gören bakış açısını sorgulamak bir yana, daha da yüksek sesle dile getirerek güçlendirdiği de söylenebilir. Sonuçta baba ve ağabeyler kızlarının namuslu ve masum olduklarını kabul ederler ancak bu kabul edişin esas nedeni Menekşe'nin bakire olduğunun gösteren doktor raporunun bulunmasıdır.

Bu sahne ayrıca namus kavramının kadınlar ve erkekler için kullanımında görülen farklılıkları da açığa çıkarmaktadır. Türkiye'deki ataerkil rejim içinde kadın için namuslu olmanın, evlilik dışı cinsel ilişkiye girmemek, yaşam boyunca çok sayıda sevgilinin olmaması veya aile üyeleri dışındaki erkeklerle gezmek, konuşmak, arkadaşlık etmek türünde sosyal ilişkiler kurmamak gibi daha çok kadın cinselliğinin kontrol altında tutulduğunu gösteren anlamları bulunmaktadır. Buna karşılık erkekler için namuslu olmanın anlamı zorunlu olarak cinsellikle bağlantılı olmayıp genel anlamda sağlam karakterli olmayı ifade etmektedir. Bu doğrultuda bir erkek için namuslu olmak, dürüst olmak, yalan söylememek, sahtekârlık yapmamak, insanları kandırmamak, başkalarını yarı yolda bırakmamak veya başkalarını (özellikle de kadınları) istismar etmemek anlamlarını içermektedir. Nükhet Sirman'ın da belirttiği gibi:

[k]adınların namusu ile erkeklerin namusu arasında toplumsal cinsiyete dayalı bir ayırım söz konusudur. Türkiye'de namussuz erkek demek, güvenilmez ve gerek kendi cinselliği gerekse sorumluluğu altındaki kadınların cinselliği üzerinde denetim kurma yönündeki sosyal sorumluluklarını yerine getirmeyen erkek demektir. Bunun aksine bir kadının namusu ise yalnızca kendi cinselliği ile bağlantılıdır" (49).

Türkiye'de her ne kadar bir kadının namusunun kapsamı sadece cinsellikle sınırlı olsa da, kadının namusunu korumak, yukarıda da belirtildiği gibi, hem kadının kendisinin hem de yakın çevresindeki erkeklerin sorumluluğu ve görevi olarak değerlendirilmektedir.

Bu açıklamalar doğrultusunda Menekşe, Halil, Mustafa ve Yusuf açısından namuslu veya namussuz nitelendirmelerinin hangi de-

ğerler dikkate alınarak kullanıldığına bakmak yararlı olabilir. Dizide Menekşe, bakire olduğu ve evlilik dışı ilişkiye girmediği için namuslu sayılmaktadır. Erkekler için ise durum biraz daha farklılaşmaktadır. Mustafa, aileyi Menekşe'yle birlikte olduğuna inandırmak için onları aldattığı ve onlara yalan söylediği için namussuzdur. Halil ise Menekşe'nin ailesinin muhafazakâr yapısına saygı gösterdiği, Menekşe'yi ailesinin önünde utandıracak bir şey yapmadığı ve Menekşe'nin aşkını istismar etmediği için namuslu sayılmaktadır. Menekşe'nin büyük ağabeyi Yusuf ise kız kardeşinin Halil'le flörtüne hoşgörü gösterse de Menekşe'nin namusunu ve ahlakını bozacak tutum ve davranışlar sergilemesini engellediği için namusludur. Görüldüğü gibi namuslu olmak veya olmamak erkekler için daha çok genel karakteristik özellikleri ve sorumlu oldukları kadınların namusunu koruyup korumadıklarıyla ilişkilendirilirken, kadınlar için sadece kendi cinselliklerini kontrol altına alıp almamalarıyla ilişkilendirilmektedir.

Evlilik öncesi yaklaşmanın, öpüşmenin veya cinsel birlikteliğin bir tabu olarak kurgulanması sadece Menekşe ve Halil aşkının masumiyetini göstermeye yaramamaktadır. Bundan daha da önemlisi evlenmeden cinsel ilişki kuran kadınların kirlenmiş ve namussuz olduklarına işaret etmektedir. Bu durum *Menekşe ile Halil* dizisinde daha çok Menekşe ile büyük ağabeyi Yusuf'un sevgilisi Lale ve küçük ağabeyi Kadir'in sevgilisi Aysel arasında kurulan karşıtlıkta ortaya çıkmaktadır. Yakın arkadaş olan Aysel ve Lale, Kadir ve Yusuf kardeşlerle birlikte olmaya başlamadan önce eskortluk yapan iki genç kadındır. Yusuf ve Kadir'in anneleri Süheyla oğullarının ilişkilerine başından itibaren karşı çıkar. Süheyla, Aysel ve Lale'den "hayır [fayda] gelmeyeceğini" söyleyerek onların oğullarının başına büyük belalar açacaklarını düşünür. Dizinin sonraki bölümlerinde Yusuf ve Lale arasındaki ilişki daha da ilerler ve çift kendi arasında nişanlanır. Süheyla, Lale'yi "senden bu aileye gelin olmaz, nereden geldiysen oraya git" diyerek evden kovar. Yusuf'un babası Hasan da bu birlikteliği onaylamamaktadır. Bunun üzerine Yusuf da ailesine rest çekerek evi terk eder. Çift, Lale'nin geçmiş hayatının Türkiye'de peşlerini bırakmayacağını düşündükleri için bir süre sonra Almanya'ya taşınır.

Süheyla kızı Menekşe'nin Halil'e duyduğu aşka başından itibaren saygı göstermesine ve bu birlikteliği onaylamasına rağmen, oğlu Yusuf'un Lale'yle olan birlikteliğine çok sert tepki gösterir. Kuşkusuz bunun en önemli sebebi, söylem içinde Menekşe ile Lale arasında kurulan namuslu kadın-namussuz kadın karşıtlığıdır. Bu karşıtlık, el değmemiş masum bakire kurgusunun karşısına, para karşılığı pek çok erkekle birlikte olmuş namussuz fahişe tasarımı yerleştirerek keskinleştirdiği için aşılması çok güç bir çelişkiyi ifade etmektedir. Her ne kadar Yusuf'un ailesine karşı Lale'yi savunması ve ailesini terk etme pahasına Lale'yle olan ilişkisini sürdürmesi ilk bakışta söylem içinde kadınlar arasında kurulan karşıtlığın aralanmasına yardımcı olur gibi görünse de, çiftin Almanya'ya taşınarak anne ve babayla ilişkilerini tamamıyla koparmaları, bir tarafıyla bu karşıtlığın daha da keskinleştiğine işaret etmektedir.

Aslında dizide namuslu kadın-namussuz kadın karşıtlığı sadece Menekşe ile Lale arasında kurulmamaktadır. Bundan daha keskin bir şekilde Menekşe ile Halil'in eski nişanlısı Zeynep arasında da kurulmaktadır. Hatta Menekşe ve Zeynep ilişkisinin, kadın karakterlerin kurgulanmasında klasik anlatılarda çok sık karşılaşılan "bakire kadın/vamp kadın" ikili karşıtlığını (Projansky, 2001: 90) vurgulu biçimde tekrar ettiği de söylenebilir. Buna göre, Menekşe'nin masumiyeti ve Halil'e duyduğu saf aşkın karşısında Zeynep, Halil ve Menekşe'yi ayırmak için her türlü kötülüğü yapan kışkırtıcı, içten pazarlıklı ve fesat bir kadındır. Halil'le tekrar bir araya gelmek üzere, Halil'i sarhoş edip onun yatağına girmek gibi türlü numaralara başvurmaktadır.

Zeynep, ilk etapta sürekli dışlanmak istenen bir kadın olsa da, izleyicilerin belki de en fazla ilgi gösterdiği kadındır. Bu çalışma kapsamında sistematik bir izleyici araştırması yapılmamıştır. Ancak dizinin tüm bölümlerinin bulunabileceği *youtube* internet sitesinde Zeynep'in izleyicilerin hakkında en fazla yorum yaptıkları karakter olduğu gözlemlenmiştir. Aşağıda Zeynep'in öyküye dâhil olduğu 3. bölümden itibaren hakkında yazılan yorumlardan bazıları aktarılmaktadır:



- İ1: Ya bu Zeynep ne kadar kıskanç. Bakışları çok rahatsız edici valla
- İ2: Ya şu Zeynep var ya, çok gıcık olmaya başlıyor. Bu bir işler çevirir, benden size söylemesi
- İ3: Zeynep tam bir kaltak çıktı
- İ4: Zeynep kıskançlıktan çatlayacak yakında. Her türlü o...luğu beklıyorum ben ondan.
- İ5: Adi Zeynep!
- İ6: Oha, o...ya bak ya!
- İ7: Şu Zeynep'in var ya, böyle işler çevireceğini ta başında anladım ben
- İ8: Oha lan şu sürtüğün yaptığına bak ya! Ah o Zeynep'i bir elime geçirsem...
- İ9: Şerefsiz Zeynep
- İ10: O... Zeynep! Halil'i elde etmek için Menekşe'yi sattı.
- İ11: Şu Zeynep'in var ya, geni bozuk
- İ12: O Zeynep'i evire çevire bir dövme lazım
- İ13: Zeynep nasıl öyle bir şey yapar ya, anlamıyorum. Hiç beklemiyordum. Bir de Halil vurulduğu için Menekşe'ye senin yüzünden oldu diyor, adi!
- İ14: Sürtük Zeynep yüzünden oldu. Kalkmış bir de Menekşe'yi suçluyor pislik
- İ15: Rezil karı
- İ16: Ben bu Zeynep'in ta .....
- İ17: Zeynep, çatla da patla gurursuz şey, amacına ulaşamayacaksın işte
- İ18: Şu Zeynep çok cadı kız, kıskanç cadaloz!
- İ19: Ya Menekşe neden Halil'e bir şey söylemiyor Zeynep'le ilgili? Anlatsa ya yaptığı gıcıklıkları
- İ20: Şu salak Zeynep de bıraksın artık peşlerini. Anlasın gerizekalı, işte onlar birbirini seviyor.
- İ21: Zeynep nasıl korktu ama telefon gelince... Tabi gizli aramıştı ya, onu geri arayacakları hiç aklına gelmemişti. Ohh olsun. Başkalarının huzurunu kaçıırken iyiydi ama. Biraz da o huzursuz olsun
- İ22: Zeynep in işi gücü yok mu? Avukat güya ama hiç çalışmıyor, hep ot gibi Menekşe ile Halil in dibinde bitiyor.

7

Yukarıdaki aktarılan yorumların hepsi [www.youtube.com](http://www.youtube.com)'dan alınmış olup, ifadelerdeki yazım hataları mümkün olduğunca düzeltilmiştir. Yorumları yazanların kullandıkları lakap ve takma isimler aktarılmamıştır. Bunun yerine anonimliğin korunması ve belli bir homojenliğin sağlanması açısından İ1, İ2... (izleyici 1, izleyici 2...) şeklindeki kısaltmaların kullanımı tercih edilmiştir.

İ23: Zeynep s... kızım sen! Yusuf ağabeyimiz öğrendi yediğin haltı.

İ24: Ha Ha! Oh iyi oldu o Zeynep' e! Halil nasıl konuştu öyle: "Bak bana bak numara yapma! Masken düştü artık!"

İ25: Hayvan Zeynep inşallah araba çarpar da geberirsin bir tarafta

İ26: Pis o... Zeynep. Gebertmek lazım böylelerini

İ27: Ben bu Zeynep'i öldürürüm. Kendi kendine gelin güvey oluyor gerizekâlı şey!

İ28: Sinir oldum şu Zeynep'e, akşam akşam gıcık etti adi kaltak!

İ29: Eşek Zeynep, Halil'i sarhoş edip koynuna girmeye çalışıyor rezil

İ30: Off ya, her şeyi berbat etti bu Zeynep yine

İ31: Pislik, utanmaz! Allah cezanı vermiye Zeynep

İ32: Ben bunu ilk gördüğüm yerde geberteceğim, film de olsa geber-teceğim. Yoluma çıkmasın. Aaaaa acayip sinir oldum

İ33: Ulan ben bu Zeynep'i gebertmezsem. O..., kaltak, pislik domuz. Sinir etti ya, köpek karı

İ34: Adi kalles. İllaki bir gıcıklık edecek o... Alçak, manyak, deli dana, pislik Zeynep

İ35: Manyak Zeynep kıskançlıktan ne yapacağını bilmiyor. Halil'in onu sevmediğini bir türlü kabullenemedi. Haftaya ne olacak çok merak ediyorum.

İ36: Nasıl nefret ediyorum şu Zeynep'ten. Defol diziden!

İ37: Zeynep tecavüzcü Coşkun'un dişi versiyonu

İ38: Ya bu Zeynep midir ne o...ysa, öldürürüm ben bu manyağı ya, atın bunu diziden

İ39: Hayır olamaz! Bu Zeynep'i öyle bir geberteceğim ki. Saçlarını başını yolacağım, köpek, hayvan, o... Nasıl yapar bunu Menekşe ve Halil'e? Menekşe asla affetmez Halil'i. Of yaa!

İ40: Zeynep seni Allah bildiği gibi yapsın. Sevenleri ne ayırıyorsun lan. Beni psikopata çevirdin, kızım sen hasta mısın nesin? Menekşe sen de akıllı ol, inan şu Halil'e

İ41: Burada kurban benim diyor, Benim elime geçse gerçekten kurban olacak o... kaltak!<sup>7</sup>

Yukarıda da değinildiği gibi bu yorumlar, Zeynep'in bir anlamda öykü dışına itilmesi gerektiğini ifade etmesine rağmen, "ma-sum melek" karşındaki "fettan fahişe" kurgusunun izleyicinin ilgi-

sini ve dikkatini çektiği de çok açıktır. Dolayısıyla burada Menekşe ile Zeynep arasında kurulan masum bakire-vamp fahişe ikililiğine bakarak basitçe, televizyon dizi söyleminin kadınları kategorize ettiğini ve kadınlar arasında düşmanlık ilişkisini pekiştirdiğini söylemek yeterli değildir. Çünkü kadınlar arasındaki bu antagonistik ilişki tasarımının etkili bir biçimde kurgulanması, izleyicinin anlayışına daha yoğun bir biçimde bağlanmasını da sağlamaktadır. Bu örnekte de görüldüğü gibi kadınları bakire, fahişe, vamp şeklinde yaftalamaya varan kategorileştirme çabaları en kolay kadınlar arasında kurulan ikili karşıtlıklar aracılığıyla sağlanmakta ve dizinin başarısı da büyük ölçüde bu karşıtlıkların izleyicilerce benimsenmesine bağlı olmaktadır.

Sonuç olarak *Menekşe ile Halil*'in izlenen bölümlerinde ataerkil rejimin dilsel işleyişini mümkün kılan yapısalıcı ikili karşıtlıkların oldukça etkin olduğu görülmektedir. Saussure, dilsel değerın dil içinde bir ögenin diğer öğeden farklılığından kaynaklandığını belirterek bu farkın pozitif terimlerden yoksun olduğunu vurgular (130). Dilsel kodlama açısından bakıldığında Menekşe'nin masumluluğunun değeri; babasının paragözlüğü, ağabeyi Kadir'in iktidar hırsı, Lale'nin eskiden yaptığı fahişelik veya Zeynep'in fettanlığı arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. Ancak ikili karşıtlıklarla inşa edilen bu yapısalıcı kurgu, bu ikili karşıtlıkları sona erdirecek aşkın bir özneliliği varsaymaktadır. Kojin Karatani'nin de belirttiği gibi "‘yapılar', daima ve örtük olarak, onları sentezleyen 'aşkın özellikler'e dayalıdır" (109). *Menekşe ile Halil*'de bu türden bir aşkınlık, yakışıklılığı, sevecenliği, iyi niyetliliği, yardımseverliği ve dizinin ilerleyen bölümlerinde elde ettiği zenginliğiyle Halil'de toplanmıştır.

İzlenen diğer dizilerde de, dizinin esas erkek karakterinde vücut bulan bir aşkınlık söz konusudur ve bu niteliğiyle erkek kahraman şiddete maruz kalan kadınların kurtarıcısı konumundadır. Örneğin *Sıla* dizisinde Boran, kurtarıcı erkek kahramanın izlenen diziler içerisindeki en abartılı ve yüceltilmiş halini temsil etmektedir. Büyük, köklü, geniş, geleneksel ve varlıklı bir aile olan Genco aşire-

tinin ağası olan Boran, aşirete bağlı veya aşiretle ilişkisi olan ailelerin tüm üyelerinin yaşamlarını bütünüyle denetim altında tutabilecek gcdedir. Toplumsal yaşamın işleyişini geleneksel tarzda düzenleyen treden gelen büyük bir gücü/iktidarı bulunan aşiretin ve onun temsilcisi olarak Boran'ın bu gücünü sağlamlaştırarak devam ettirebilmesi, törenin her durum ve koşulda uygulanıyor olmasına bağlıdır. Bir diğer deyişle Boran'ın otoritesinin sorgulanmaması, bu otoriteye karşı gelinmemesi ve aşiretin dağılmaması için başta kendi ailesi olmak üzere aşirete bağlı tüm aileler için aldığı kararların töreye uygun olması gerekmektedir. Öyle ki Boran'la zorla evlendirilen ancak daha sonra ona aşık olan Sıla, Mardin'de hem kendisi hem de çevresindeki kadınlar üzerinde baskı kuran töreye yönelik itirazları dile getirdiğinde, Boran ona birkaç kez "ağalar tre yazmaz, sadece uygular" diye cevap verir. Dolayısıyla erkek kahraman gücünü ve bu gücün meşruluğunu, kendisinin de tre olarak adlandırılan kurallar bütününe ve düzenine tabi olmasından elde etmektedir. Ancak erkeğin bu tabiiyeti, mutlak bir bağımlılık olarak değerlendirilmemelidir. Çünkü izleyiciler dizinin beşinci bölümünde Boran'ın ağa olarak evden kaçmış Helin'in öldürülmesi için emir verdiğini; ancak daha sonra gizlice Helin'in Almanya'ya kaçması için yardım ettiğini öğrenir. Ne var ki Helin'in ağabeyleri kaçış ncesi Helin'i bulur ve öldürür. Bu çarpıcı rnek, Boran'ın kişisel olarak kadınların tre gereği öldürülmelerine karşı olduğunu ama toplumsal olarak üstlendiği ağalık rolü gereğince törenin ölüm hükmü karşısında elinin kolunun bağlı olduğunu ifade etmektedir. Boran da bu çelişkili durumla baş etmek için Helin gibi hakkında ağa olarak öldürülmelerine onay verdiği kızlara gizlice yardım ederek, onların izlerini kaybettirmelerini sağlamaktadır.

Boran aslında, sadece kadınların değil, derdi olan, başı sıkışan ve yardıma muhtaç olan herkesin kurtarıcısıdır. Ancak bu durum, tre mağduru kadınlarla kurduğu ilişkide daha çarpıcı bir görünüm sergilemektedir. Aile baskısından ve treden kaçan kadınlar, kendilerini kurtarması için Boran'a sığınır. Boran onları kurtarmak için adamlarını seferber eder, tüm olanaklarını kullanır, gerekiyorsa kendisini tehlikeye atar. Kurtarılmanın gerçekleşmesinin ardın-

dan kadınlar Boran'a hayır duaları ederek veya elini öpmeye çalışarak minnetlerini gösterirler. Bir bakıma, şiddet mağduru kadınlar, bir erkeğin himayesinden/ tabiiyetinden çıkıp başka bir erkeğin himayesine/ tabiiyetine girmektedirler. Bu durum zaten Boran'ın konuşmalarında da doğrudan dile getirilmektedir:

(57. bölümden. Oruçlar aşiretinin lideri Berzan, Zeliha'yla birlikte olmak ister ancak Zeliha Samim'i sevmektedir. Bir süre sonra Zeliha ve Samim ailelerinin izni olmadan evlenirler. Bu duruma çok sinirlenen Berzan, çiftin öldürülmesine karar verir. Aşiret Samim'i öldürür ama Zeliha'yı henüz bulamamıştır. Boran'ın adamları, Oruçlar aşiretinin ağası Berzan'ın adamlarından önce davranarak Zeliha'yı saklandığı evden alırlar ve onu Boran'ın emriyle daha güvenli bir yer olan Zeynep'in evine getirirler.)

Boran: Samim için hepimiz çok üzüldük Zeliha. Allah sana, doğacak çocuğuna ömür versin. Ona verilmiş bir sözümüz var. *Seni aşiretine teslim etmeyeceğim. Bundan sonra benim himayem altındasın.* İçin rahat olsun.

Zeliha: Sağ olasın ağam, Allah razı olsun.

Boran: Burada güvende olacaksın. Bir ihtiyacın, isteğin olursa bana bildirmekten çekinme. Zeynep sana bu konuda yardımcı olur. Sen yine de kapıdan, pencereden uzak dur. Kimse burada olduğunu bilmeyecek ama hep birlikte tedbirli olmakta fayda var. Birbirinize emanet-siniz.

Zeynep: Merak etme.

Boran: Bir diyeceğiniz yoksa gidiyorum...

Boran gitmek üzere hareketlenmişken Zeliha elini öpmek için hamle eder.

Zeliha: Sağ olasın ağam.

Boran, Zeliha'nın elini öpmesine izin vermeyerek, el sıkışmakla yetinir. Zeliha'nın kolunu tutar.

Boran: Tamam, haydi hoşçakalın.

Yukarıda italikle vurgulanan söze bakıldığında, Boran'ın Zeliha'nın kendisine olan tabiiyetini vurgulayacak şekilde "teslim etmek" fiilini kullandığı görülmektedir. Türk Dil Kurumu'nun çevrimiçi sözlüğünde "teslim etmek" fiilinin ilk iki anlamı "1. bir şeyi sahibine vermek, 2. bir şeyin kullanımını, korunmasını veya mülkiyetini vermek, bırakmak, devretmek, terk etmek" biçiminde akta-

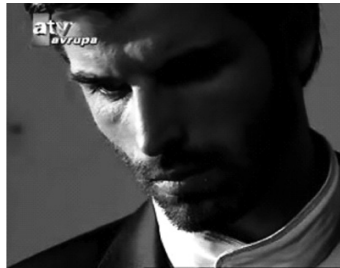
rılmaktadır (TDK, 2008). Bu iki anlamda da teslim edilen, Şey, yani nesne/cansız varlıktır. Dolayısıyla Boran, Zeliha'yı aşiretine teslim etmeyeceğini söylerken aslında bir nesneyi/cansız varlığı sahibine vermeyeceğini, bir nesnenin/cansız varlığın mülkiyetini veya korunmasını bırakmayacağını ifade etmektedir. Kısaca Boran burada bir Şeyi teslim etme iktidarına ve inisiyatifine sahip olduğu için oldukça güçlü bir konumdadır. Hemen ardından gelen cümlesinde ise Boran, doğrudan "himaye" sözcüğünü telaffuz ederek kendi baskın konumunu zaten açıkça ilan etmektedir.

Yukarıda ayrıca Boran'ın cümlelerindeki fiillerin de zaman emir kipiyle çekilmiş olduğu (olsun, çekinme, uzak dur gibi) görülmektedir. Emir kipiyle çekilen fiiller, hitabı tam anlamıyla karşıla-maktadır. Öznenin kime seslendiği veya sözün kime ynelendiği, emir kipinin kullanımında net bir Şekilde belirgindir. Bu bakımdan Boran'ın emir kipli ifadeleri doğrudan Zeliha'ya yönelmiştir, yani emri alan Zeliha'dır. Ayrıca, emir kipiyle çekilmiş fiiller öncelikli olarak konuşan öznenin baskınlığını ve otoritesini imlemektedir. Bundan belki de daha önemlisi ise, bu baskınlığın ve otoritenin zaman ötesi veya zaman dışı olmasıdır. Bilindiği gibi Türkçede emir kipiyle çekilen fiiller, kişi eki almasına rağmen zaman eki almaz. Bir diğer deyişle emir kipiyle çekilen fiilin cevaplayamadığı soru "ne zaman?" sorusudur. Sonuçta, emir kipiyle çekilmiş fiiller bu soruyu yanıtız bırakarak, fiili kullanan özneyi de zamanın ötesine taşımaktadır. Bu bakımdan Boran'ın abartılı ve yüceltilmiş aşkın konumunun dayanaklarından biri de sıklıkla kullandığı emir kipli ifadelerdir.

Boran'ın kendi baskın konumunu duyurduğu bildirim anlamlı olabilmesi için sözün söylendiği muhatapların bu söze ve bu sözü söyleyen kişiye rıza göstermesi gereklidir. Zeliha'nın, Boran'nın himayesi altına girdiği düşünülürse onun Boran'a gerçek anlamda rıza göstermesi zordur. Burada Boran'ın üstünlüğüne rıza gösteren kişi esas olarak Zeynep'tir. Çünkü Zeynep Batılı, kentli, meslek sahibi (psikiyatrist), orta-üst sınıftan bir kadın olarak söylem içinde söz söyleyebilecek güçtedir. Bu bakımdan erkeğin hki-

miyeti ve üstünlüğü önemli ölçüde kendi konumuna yakın bir kadından elde ettiği rızaya dayanmaktadır.

Boran'ın gücünün, otoritesinin ve üstünlüğünün sergilendiği sahnelerdeki çekimler ve kamera açıları da dikkat çekicidir. Aşağıda dizinin ikinci bölümünden alınan bazı fotoğraflar aktarılmaktadır. Ancak görüntülere geçmeden önce, öykünün başlangıcı kısaca özetlenebilir. Dizinin başlangıcında Mardin'de yoksul bir ailenin oğlu olan Azad ile Genco aşiretinin lideri Boran'ın kız kardeşi Narin birlikte olmak için ailelerine haber vermeden kaçarlar. Töre gereği ya Azad'ın kız kardeşinin Genco ailesine berdel olarak verilmesi ya da Azad ve Narin'in öldürülmesi gerekmektedir. Boran, kız kardeşinin ölümünü engellemek için ağa olarak berdelde karar kıldığını açıklar. Babası ve ağabeyi, Sıla'nın kız kardeşi Dilan'ın yaşlı küçük olduğu için onu berdel vermek istemezler. Bu sırada akıllarına küçük yaşta İstanbul'da yaşayan zengin bir aileye evlat olarak verdikleri diğer kızları Sıla gelir ve Sıla'yı kandırıp Mardin'e getirterek zorla Boran'la evlendirirler. Boran-Sıla ve Azad-Narin çiftinin düğünleri birlikte yapılır. Düğünden sonra Narin, ağabeyinin yanına gitmiştir:





Bu sahnede Narin, yapılan düğün sonrası, damadın evine gitmeden önce ağabeyi Boran'a veda etmektedir. Narin ağabeyine kendisini ve Azad'ı öldürmeyip berdelde karar kıldığı için minnetini dile getirir, ağabeyiyle karısının kendilerinden daha mutlu bir evlilik sürmesini diler ve ağabeyine bir can borcu olduğunu söyler. Boran da elini öptürür, ona mutluluklar diler ve diz çöken kardeşini elinden tutarak kaldırır. Sahne hem görsel hem sözel açıdan Boran'ın kız kardeşinin yaşaması uğruna tanımadığı birisiyle evlenmeyi kabul edecek kadar fedakâr, merhametli ve yüce gönüllü birisi olduğuna işaret etmektedir.

Yukarıdaki ilk fotoğrafta minnettarlık ve saygıyı ifade eden el öpme ritüelinin yakın çekimle görsel olarak vurgulandığı görülmektedir. Ardından Boran'ın üstünlüğü ve onun karşısında Narin'in tabiiyeti ise ikisinin aynı kare içerisinde yer aldığı genel çekimle imlenmektedir. Toplu çekimin doğallık ve nesnellik yaratma etkisi dikkate alındığında aynı kare içerisinde Boran'ı ayakta, Narin'i ise diz çökerken izlemek, Boran ve Narin arasındaki konum farklılığını görsel olarak da belirginleştirmektedir. Ancak bundan belki de daha önemlisi sonraki fotoğraflarda Narin'in üst açıyla, Bo-



ran'ın ise alt açıyla görüntülenmesidir. Alt açıyla yapılan çekimlerde kamera, görüntülenen kişi, hareket veya nesnenin dikey ekseninde, genellikle diz hizası olarak adlandırılan daha alt bir konumuna yerleştirildiği için, alt açı sembolik olarak gücü ve hâkimiyeti belirginleştirmektedir. Bunun karşısında üst açıyla yapılan çekimlerde kamera, görüntülenen kişi, hareket veya nesnenin, genellikle baş üstü olarak adlandırılan daha üst konumuna yerleştirildiği için üst açı sembolik olarak küçüklüğü, kısıtlanmışlığı/bastırılmışlığı, değersizliği veya önemsizliği ön plana çıkarmaktadır (Abisel, 2000; A. ve C. Black Publishers, 2006; Hayward, 2001; Watson, 1990).

*Sıla* dizisinde şiddet mağduru kadınların Boran'ın himayesine sığınmasına ilişkin olarak benimsenin bu görsel kodlar, farklı tarzlarda tekrarlanmaktadır. Aşağıda dizinin 45. bölümünün son sahnesinden alınmış fotoğraflar yer almaktadır.





Bu sahnede töre gereği ölen kocasının erkek kardeşiyle evlendirilmek istenen Ümmü'nün Boran Ağa'ya sığınaşı görüntülenmektedir. Evin hizmetçisi Ayşe, Boran'a bir ziyaretçisi olduğunu söyler. Boran ve ardından Sıla kimin geldiğine bakmak üzere dışarı çıkarlar. Ayşe de onları takip eder. Bu sahne öncesinde izleyici de gelen kişinin Ümmü olduğuna dair bir bilgiye sahip değildir. Çünkü daha önceki sahnede Ümmü kendi evinde elinde tabancasıyla intihar etmek üzereyken görüntülenmiştir. Dolayısıyla Boran ve Sıla'yla birlikte izleyici de Ümmü'nün Boran'a sığınmasını ilk kez bu sahneyle öğrenir.

İlk iki fotoğrafta da görüldüğü gibi alt açıyla yapılan çekim, Ümmü'nün, Boran'a daha alt bir konumdan baktığını göstermekte

ve Boran'ı, gücün ve otoritenin sahibi olarak daha üst bir konuma yerleştirmektedir. Üçüncü ve dördüncü fotoğraflardaki görüntüler ise Ümmü'nün alttaki konumunu pekiştirerek, onun ezikliğini, çaresizliğini, zavallılığını ve yardıma muhtaçlığını daha da belirgin hale getirmektedir. Kuşkusuz bu sahnedeki mekân seçimi de bu türden bir çekim yapmayı zorunlu kılmaktadır. Boran, üst kattan avludaki Ümmü'ye, Ümmü de avludan yukarıdaki Boran'a bakmaktadır. Dolayısıyla buradaki konum farklılığı, mekânsal olarak aşağıdaki ve yukarıdaki ayrımına dayanmaktadır. Ancak bu konum farklılığı sadece mekânsal eşitsizliği değil, simgesel olarak toplumsal eşitsizliği de çarpıcı bir şekilde vurgulamaktadır.

Aslında Ümmü'nün bakışı ilk olarak Sıla'ya dönüktür. Zaten kamera da Ümmü'yü, Sıla'nın omzunun hemen arkasından görüntülemektedir (Ümmü'yü gösteren karedeki saçlar Sıla'nın saçlarıdır). Üçüncü ve dördüncü fotoğraflarda ise izleyici, Ümmü'yü Sıla'nın bakışından izlemektedir. Ancak hemen ardından Ümmü gözlerini Boran'a çevirir. Çünkü Sıla bakışını yedinci fotoğrafta da gördüğü gibi Boran'a çevirmiştir. Bu yüzden Sıla da Boran'ın yanında olmasına ve Ümmü'ye yukarıdan bakmasında rağmen bakışı aynı zamanda Boran'a da dönüktür. Kapanışta ise Boran ve Sıla alt açıyla yapılan çekimle Ümmü'ye bakarken görülmektedir. Bu birliktelik bir yandan Boran'ın bakışının gücünü arttırırken, diğer yandan bu bakışın görünürlüğünü silikleştirmektedir.

Bu son karede Sıla'nın bakışı, kendisinden daha alt konumdaki bir kadın karşısında, Boran'ın bakışıyla bütünleşerek aynı noktaya yönelmiştir. Bakışlardaki bu bütünleşme sayesinde erkeğin gücü, kendisine en yakın konumdaki kadın tarafından verilen rızayla daha da artarken, diğer taraftan yine aynı nedenle, yani kendisine en yakın konumdaki kadının rızasıyla, muğlâklaşmakta ve görünmez hale gelmektedir. Dolayısıyla ataerkil rejime ideolojik niteliğini kazandıran unsurların bir diğeri de belli bir güce sahip kadından alınan onayla rejimin aynı anda hem gücüne güç katması hem de muğlâk ve belirsiz hale gelmesidir. Bu nokta kadına yönelik şiddet edimlerine gösterilen tepkilerle de yakından ilişkili olduğu için bu sonraki bölümde bu mesele tartışılmaktadır.

## Dizi Söyleminde Kadına Yönelik Şiddet Edimlerine Gösterilen Tepkiler

Televizyon dizilerinde kadına yönelik özellikle fiziksel şiddet edimleri karşısında karakterler gerek şiddet uygulayanı engellemeye çalışarak veya şiddete maruz kalan kadını saldırgandan korumaya çalışarak gerekse de saldırı hakkında diğer karakterlerle konuşarak tepkilerini açık biçimde dile getirmektedir. Ancak önceki bölümlerde ele alındığı gibi hem saldırının bireysel düzlemde ele alınıyor olmasından dolayı hem de kadınların canilerin eline düşmüş kurbanlar biçiminde konumlandırılmasından dolayı, bu tepkiler esas olarak şiddete uğrayan kadının haline üzülmeye ve ona acıma biçiminde olmaktadır. Bu bakımdan kadına yönelik şiddetin 21. yüzyılda yaşanıyor olmasını şaşkınlıkla karşılayan, şiddeti olsa olsa alt sınıftan, eğitimsiz/cahil, yobaz veya gecekondulu erkeklerin bir edimi olarak tarif eden ifadeler de zaman zaman dillendirilmektedir:

(*Bıçak Sırtı*, 9. bölümden. Güneş, ağabeyi Ali'yle Selin'in babasının sokakta onu Ali'yi öperken görmesi sonucunda dövmesiyle ilgili olarak konuşmaktadır.)

Güneş: Sokakta tekme tokat girişti ha!

Ali: Hı

Güneş: İnanmıyorum ya, kaldı mı bu devirde böyle şeyler?

Ali: Ee bazıları için devir değişmiyor demek ki. Yazık acıdım kızın haline.

Güneş: Perişan olmuştur, *zavallılık ya!* Ne kadar utanç verici bir durum.

Ali: Hayır ben de ne yapacağımı şaşırdım. Yaşlı başlı adam, el kaldıramam ki...

Güneş: Yok canım...

Yukarıdaki konuşmanın dikkat çekici yanı sadece kadına yönelmiş fiziksel şiddetin çağdışı bir uygulama olarak görülmesi değildir. Ali ve Güneş kardeşler, kendileriyle kadına yönelik şiddet edimi arasında belli bir mesafe koyarken, şiddete maruz kalan Selin'i de kendilerinden uzaklaştırmaktadırlar. Dolayısıyla burada

kadına yönelik şiddete karşı tepki geliştirilmeye ve şiddet dışlanmaya çalışılırken, şiddet mağduru kadın da dışlanmakta, uzaklaştırılmakta veya marjinalleştirilmektedir. Bu sayede ona karşı beslenen tek duygu da acıma ve merhamet etme duygusu olmaktadır. Sonuçta ise şiddete uğrayan kadınların acınacak haldeki zavallı kadınlar olarak değerlendirilmesi, özellikle toplumsal konumları açısından çeşitli farklılıkları bulunan kadınlar arasında kurulabilecek yatay dayanışma yollarının da önünü kapatmaktadır.

Yukarıdaki örnek aynı zamanda, saldırı ve tehdit karşısında verilen tepkilerin, şiddet uygulayanların karakteristik özelliklerine göre değişebildiği hakkında da ipuçları sunmaktadır. Buna göre dizi söyleminde şiddet edimi esas olarak kötü niyetli kimselerin edimi olduğunda belirgin bir şekilde tepki görmektedir. Şiddet edimi, şiddete uğrayan kadını sevdiğini, onu korumaya çalıştığını ve onun iyiliğini istediğini söyleyen kişilerin edimi olduğu zaman, şiddet mağduru kadının kendisince bile anlayışla karşılanmaktadır.

Mağdurların hoşgörü gösterdikleri şiddet edimlerinin pek çoğu kıskançlıkla ilintilidir. Televizyon dizilerinde kıskançlık, erkeğin sevgisinin ve aşkının başlıca işareti olarak tasarlandığı için, kıskançlık kaynaklı öfke, kadına yönelik şiddetin temel dayanaklarından birisidir. Bu konuda yine *Sıla* dizisinden örnek verilecek olursunsa, Boran'ın, eşi Sıla'yı, Sıla'nın evlenmeden önceki erkek arkadaşı Emre'den kıskanması son derece saldırgan ve yıkıcı niteliklidir. Dizide bu kıskançlık, Boran'ın Sıla'ya uyguladığı fiziksel, cinsel ve psikolojik şiddetin temel gerekçesidir. Bu doğrultuda Boran'ın, Emre'yle görüştüğü için Sıla'yı itip kakması, ona bağırması ve tecavüz etmesinin temel nedeni kıskançlık ve bu kıskançlıkla birlikte ortaya çıkan öfke ve saldırganlıktır. Boran'ın kıskançlığı ciddi sonuçlar doğursa da her seferinde aşk ve bağlılık göstergesi veya sevdiği kişiyi sahiplenme biçiminde kurgulanmaktadır. Öyle ki Sıla ve Boran arasında Boran'ın kıskançlığı nedeniyle yapılan kavgalar bile bir tür ilan-ı aşk gösterisine dönüşmektedir:

(47. bölümden. Emre vurulduktan sonra tedavi olmak için gittiği ABD'den dönmüştür. Mardin'e giderek Sıla'yı ve bebeğini ziyaret eder. Bu ziyaret sırasında Boran gelir, Emre'nin evde bulunmasına si-

nirlenmiştir. Emre'nin evden ayrılmasının ardından çift kavga etmektedir.)

Sıla: Boran, çok kızdığını biliyorum. Benim de haberim yoktu. Bunun altında kötü bir şey arama lütfen... Mahkeme haberini vermeye gelmiş. Onun için...

Boran: Benim sevdiğim kadını hiç kimse sevemez. Onu görmek istemez. Onu özleyemez. Hayalinde bile, rüyasında bile asla!

Sıla: Nerden çıkartıyorsun?

Boran, Sıla'nın kolunu çekiştirir

Boran: O adam senin için geldi buraya Sıla. Bunu hissediyorum, bunu biliyorum, bundan nefret ediyorum!

Sıla: Ben... benden nasıl?

Boran: Niye seni Sıla? Kim dedi sana sen diye? Anlamıyor musun Sıla? Canımdan çok sevdiğim, ruhumu teslim ettiğim, onsuz yaşamak tansa seve seve ölmeyi tercih ettiğim bir kadın var bu evde. Bu eve biri gelecek, bu kadının gözlerine bakacak, yüzüne bakacak, onunla konuşacak, ben de anlayacağım öyle mi? Anlamıyorum, anlamayacağım. Hayatım boyunca da anlamayı reddediyorum, anlıyor musun Sıla? Bir gün bütün bunları anlarsam, senin istediğin gibi sakın olursam, o zaman seni terk ederim Sıla. Ben terk etmiyorsam sen terk beni, anlıyor musun, sen terk et.

Yukarıda aktarılan konuşmada Boran'ın sözleriyle sahne kapanmıştır. İzleyici, Emre ve Sıla görüşmesinin ne anlama geldiğini ifade eden yargı ve yorumu Boran'ın ağzından dinlemektedir. Bir başka ifadeyle bu görüşme üzerinde/hakkında konuşan Sıla değil; Boran'dır. Zaten aktarılan konuşma boyunca Sıla'nın cümlelerinin kesik kesik olduğu ve Boran'a net biçimde itiraz edemediği de görülmektedir. Bu noktalar, şiddete maruz kalmasına rağmen, Boran'ın kıskançlığını ve öfkesini kabul eden, duruma anlayış ve hoşgörü gösteren tarafın Sıla olduğunu açığa çıkarmaktadır. Konuşma sonunda Boran'ın sarf ettiği sözlerle Sıla, Boran'ın aslında onu sevdiği için bu şekilde davrandığının farkına varmıştır.

Bu anlatım tarzı, aile içinde kadına yönelik baskı ve zor kullanımının sorgulanmasını ciddi biçimde engellemektedir. Dizi söyleminde kadınlar, kendilerini denetim ve baskı altına alan veya kendilerine zarar veren tehdit ve saldırılarla karşılaştıklarında, bu davranış ve tutumların kötü niyetle gerçekleşmediğini ve kendilerinin

sevildikleri, korundukları ve iyiliklerinin düşünüldüğü için bu eylemlerle karşılaştıklarını bilmektedirler. Şiddete verilen bu tepki sadece mağdurun affedici olmasını değil, bir anlamda şiddetin makul karşılanarak kabul edilmesini de öğütlemektedir:

(Sıla, 5. bölümden. Babası okul çıkışı Dilan'ı komşularının oğluyula görünce sinirlenir ve onu okuldan alır. Dilan evden kaçıp ablası Sıla'ya sığınır. Boran, Celil'le konuşur ve kızını okula göndermesi için onu ikna eder. Dilan eve gitmeden önce ablası Sıla'yla konuşmaktadır.)

Dilan: Sağ olasan abla. Sen olmasan, Boran Ağa olmasa hayatta izin vermezdi babam.

Sıla: Dilan'cığım, gitmek zorunda değilsin. İstersen burada kal.

Dilan: Yok gideyim, darılmasınlar.

Sıla: O sana neler yapıyor, sen hala onu düşünüyorsun.

Dilan: Öyle göründüğüne bakma. Bağırır çağırır ama çok yufka yüreklidir babam.

Sıla: Tabii, tabii

Dilan: Biliyor musun, seni gelin ettikleri gece sabaha kadar ağlaştılar anamla.

Dilan'ın bu son sözleriyle birlikte Sıla, Boran'la evliliğini aslında anne babasının da istemediklerini ama buna mecbur kaldıklarını öğrenmiştir. Bu olaydan sonra anne babasıyla ilişkilerinde belli bir yumuşama olacaktır.

(57. bölümden. Emir ablası Dilan'ın okulda erkeklerle konuştuğunu söyler. Celil bir kez daha kızını okuldan alır. Emir babasının bu kararını duyunca suçluluk duyar ve ablası okula gidince kadar kendisinin de okula gitmeyeceğini söyleyerek babasına karşı çıkar. İki kardeş olaydan sonra konuşmaktadır.)

Dilan: Sen neden gitmeyecekmişsin okula? Ceza bana.

Emir: Öyle değil bir kere. Babam benim yüzümden sana ceza verdi. Ben seni ispiyonladım. Hem de olduğundan daha fazla söyledim babama.

Dilan: Olmuş bir kere.

Emir: Olmaz, cezamı çekeceğim.

Dilan: Saçmalama!

Emir: Bir işte çalışırım.

Dilan: Ya, marangoz چراغی mı olacaksın?

Emir: Olurum.

Dilan: Hayır, bak ben affettim seni.

Emir: Senin affetmen neye yarar ki? *Önemli olan babamın seni affetmesi.*

Dilan: Sen git okula. Ben, ... benim için bunu yapmana çok sevindim, gerçekten. Ama okula gitmeden olmaz. Ben biliyorum, *babam beni affeder.*

Emir: Nerden biliyorsun?

Dilan: *Çünkü o bizi çok seviyor. Birden kızdı, belki de haklı. Ben abarttım galiba biraz.*

Emir: Ya affetmezse?

Dilan: Eder.

Emir: Bak marangoz çırağı olurum, ona göre ha!

Dilan, kardeşine sarılır ve onu öper.

Dilan: Tamam olursun.

Emir: Vallahi de olurum, billahi de olurum ha!

Gülüşürler.

Aktarılan her iki örnekte de Celil, Dilan'ın erkeklerle görüşmesinin Dilan'ı ve aileyi olumsuz yönde etkileyeceğini düşündüğü anlarda sinirlenerek, Dilan'a baskı uygulasa da Dilan babasının kolay sakinleşeceğini, her şeyden önemlisi bazı hatalar yapsa da onun özünde iyi bir insan olduğunu ve zaten kendisinin de "sınırı aşmış olabileceğini" bilmektedir.

Anlatıda zorun ve baskının bu şekilde meşru kılınması, bir yandan aile büyüklerine saygı gösterilmesi gerektiğinin vurgulanmasıyla aile birliğinin korunması yönünde iş görürken, diğer yandan kadına yönelik şiddeti sadece özü itibarıyla kötü ve acımasız olanlarla özdeşleştirmektedir. Bu ikinci nokta, dizi söyleminde bir psikopatı andıracak tarzda kötülük etmekten, acı ve zarar vermeden başka bir şey düşünmeyen, kötü niyetlilerin, bağnaz yobazların ve açıkça düşmanlık edenlerin uyguladığı şiddetin, karşı konulması ve ortadan kaldırmak için mücadele edilmesi gereken eylemler olarak işaretlendiğini açığa çıkarmaktadır. Bunun karşısında iyi niyetli olmasına rağmen arada bir şiddete başvuran ve özellikle de ai-



leden olanların eylemleri ise bir tür insani bir hata veya zaaf olarak değerlendirilerek makul karşılanmakta ve affedilmektedir.

Televizyon dizilerinde “iyi niyetli” erkeklerin, şiddete maruz kalan kadınlarca eninde sonunda affedilmesi âdete anlatının uzlaşım sal kodu haline gelmiştir. Örneğin bir komedi dizisi olan *İki Aile*'de Oğuz'un en tipik özelliği, kolay sinirlenmesi, sinirlenince ağzına geleni söylemesi ve öfkesine hâkim olamamasıdır. Bu durum dizide Oğuz'un hem Eda'yla hem de özellikle kızları için uygun olmadıklarını düşündüğü erkek arkadaşları nedeniyle kızlarıyla yaptığı tartışmaların zaman zaman büyümesine ve sertleşmesine yol açmaktadır. Hem kızları hem de Eda, Oğuz'un kendilerini çok sevdiğini bilir, onlar da sakin olduğu durumlar da Oğuz'u çok sevmektedir. Ancak bu sevgi Oğuz ne yaparsa yapsın onu koşulsuz bir şekilde hemen affettiklerini göstermez. Kadın yakınları Oğuz'la yaptıkları tartışmalardan sonra belli bir süre onunla konuşmazlar, ona tavır alırlar. Oğuz da yaptıkları tartışmada “çok ileri gittiğini ve maksadını aşan sözler ettiğini” fark edip yaptığı jestlerle onların gönlünü almaya çalışır. Dizinin izlenen bölümlerinde Oğuz'un öfkeye kapılması ve çevresine verdiği zarar giderek hoş görülmesi ve affedilmesi güç bir hal almaya başlamıştır. Özellikle Eda, yaşanan tartışmalarda Oğuz'un ettiği sözlerin “yenilir yutulur şeyler olmadığını” söyleyerek, onun yakınlarını incitip incitip özür dilemesinden artık bıktığını dile getirmektedir. Sonunda aile üyeleri, komşular ve arkadaşlar bir aradayken Oğuz'a “belki de bir psikiyatra gitmesi gerektiği” söylerler. Oğuz yakınlarını kırmamak için bir psikiyatra başvurur. Ancak terapiye yanaşmadığı için evdekilere, yapılan testlerde hipoglisemi rahatsızlığı bulunduğu yalanını söyleyerek, kimi zaman baş gösteren sinirlilik halinin hipoglisemiden kaynaklandığına inandırmaya çalışır.

Her ne kadar dizide kadınlar kendilerine zaman zaman yoğun bir psikolojik şiddet uygulayan Oğuz'un davranışlarını onaylamasalar ve bu davranışlara karşı tavır alsalar da izleyici anlatının uzlaşım sal yapısı gereği, eninde sonunda Oğuz'un zarif bir jestle şiddete maruz bıraktığı kadınların gönlünü alacağını ve kendisini af-

fettireceğini bilir. Ancak yine anlatının uzlaşım sal yapısı, barışın sağ lam asından bir süre sonra yeni bir tartış ma çık acağ ının ve Oğ uz'un yeniden ö fke krizine girerek ç evresine zarar vereceğ inin de habercisidir. Ç ünkü komedi, dramalardaki yaş adığ ı olaylarla birlikte kendisi de değ iş en karakter kurgusu yerine, temel özelli kleri ne yaş arsa yaş asın değ iş meyen, yaş adığ ı her benzer durumda aynı tepkileri veren tip kurgusuna daha çok baş vurur. Bu bakımdan Oğ uz karakterden ziyade bir tiptir. Oğ uz'u Oğ uz yapan özelli klerin baş ında çok ç abuk sınırlenmesi, sınırlenince ağ zına geleni söylemesi, birden parlayarak etrafını yakıp yıkması gelmektedir. Bu özelli kler, Oğ uz ne türden bir tartış ma yaş arsa yaş asın, verdiğ i zararlardan dolayı ne kadar üzg ün ve piş man olursa olsun değ iş meyecek niteliklerdir. Zaten bu nitelikler değ iş tiğ i ve Oğ uz sakin, sabırlı ve anlayış lı biri haline geldiğ i takdirde Oğ uz, Oğ uz olmaksızın çık ıp baş ka bir tip haline gelecektir.

Dizideki psikolojik ş iddetin kaynağ ı ve gerekçesi olarak Oğ uz'un kontrol edemediğ i ö fkesinin sunulması ve bu ö fkenin Oğ uz tipine iç kin bir özellik olması, bir yanıyla anlatının temel çatış ma unsurlarından birisidir. Bu hal, diğ er yanıyla anlatının aynı zamanda ciddi bir kör noktasını da oluşturmaktadır. Oğ uz'un Oğ uz olarak kalabilmesi için bu ö fke patlamalarının yaşanması gereklidir. Ancak anlatı içerisinde her patlamanın ardından kadınların giderek daha derinden yaş adıkları kırgınlık ve ö rselenmiş liğ e de vurgu yapılması, aynı dö ngünün devamlı olarak yinelenmesinin inandırıcılık açısından eskisi kadar kolay olmayacağını da açığ a çık armaktadır. Bu ç eliş ki durum nedeniyle Oğ uz'un uyguladığ ı ş iddetin, daha çok *sit-com* anlatılarında rastlanıldığ ı türden bütünüyle karikatürize edilmiş ş iddet değ ildir. Bir sonraki bölümde kadına yönelik ş iddet edimlerine ilişkin temsillerde ş iddetin tamamıyla karikatürleştirildiğ i örnekler, ş iddetin erotikleştirildiğ i hallerle birlikte ele alınarak, ş iddetin en görünür olduğ u anlarda muğ laklaşt ığı temsillerin değ erlendirilmesine devam edilmektedir.

## Kadına Yönelik Şiddetin Karikatürleştirilmiş ve Erotikleştirilmiş Temsilleri

Televizyon dizi söyleminde ataerkil rejimi ideoloji haline getiren unsurlar tartışılırken kadına yönelik şiddet edimlerinin komik veya erotik anlatının kurucu ögesi olarak tasarlanması üzerinde de durulabilir. Bu kapsamda ilk olarak karikatürleştirme ele alındığında, kadına yönelik şiddet edimlerini karikatürize eden temsillerin, cinsiyet düzenlemelerini geleneksel tarzda resmeden komedi dizilerinde daha belirgin olduğu görülmektedir. Komedinin bu alt türü ise temelde tiplerle değil stereotiplerle (kalıp yargılarla) işlerlik kazanmaktadır.

Birlikte büyümüş ve birbirlerinin kız kardeşlerini seven Kara Eşref ve Sarı Eşref'in, kendilerinden önce mahallenin kabadayısı olan Alemdar Ağa'nın emanetini kime bıraktığı konusundaki çekişmelerini anlatan *Eşref Saati* dizisi, incelenen diziler arasında bu tarz komedi örneği olarak gösterilebilir. Dizide Reyhan ve Ceylan neredeyse bütünüyle öncelikle ağabeylerinin, ardından sevgililerinin gözetimi ve denetimi altında yaşamaktadır. Sokağa çıkmaları, çalışmaları veya ev işlerini ihmal etmeleri hoş karşılanmamaktadır. Aslında ağabeylerinden izin almadan kendi başlarına hareket etmeleri hemen hemen imkânsız gibidir. Yaşamlarının tümüyle kontrol altında tutulmasına rağmen şikâyetçi oldukları ve ağabeyleri ile tartıştıkları tek önemli nokta, ağabeylerinin aralarındaki rekabet yüzünden onları diğer Eşref'e vermemesidir:

(1. bölümden. Sarı Eşref kardeşi Ceylan'la, Kara Eşref ise kardeşi Reyhan'la tartışmaktadır. İki ayrı evde aynı konuşmalar geçtiği için sık sık kesme yoluna gidilmekte, bir evde başlayan cümlenin devamı diğer evdeki tartışmada tamamlanmaktadır.)

Sarı Eşref: Benim hiç Eşref çekecek, el-enseye gelecek halim yok Ceylan! Ben o lahmiye\* kız muz vermem!

Ceylan: Ama ağabey...

Reyhan: ...bacısını almaya gelince alıyorsun.

Kara Eşref: O kız onun bacısı değil! Zerre benzemez mi kardeş kardeş?

Ceylan: Sanki biz birbirimize benziyoruz da ağabey?

8

Sarı Eşref Karadeniz Bölgesi'nden, Kara Eşref ise Doğu Anadolu veya Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndendir. Sarı Eşref'in, Kara Eşref'i aşağılamak için kullandığı lahmi sözcüğü Karadeniz Bölgesi'nde hayvanlara pişirilen yiyecek, hayvan yiyeceğinin konulduğu kap ve mısırla karışık bir lahana yemeği anlamlarına sahip yöresel bir terimdir.

Sarı Eşref: Çok konuşma kız. Ben lafımı dedim. O Kara gelip, elimi öpüp benden af dileyene kadar değil bacımı, günahımı vermem

Reyhan: O da sana bacısını vermez o zaman.

Kara Eşref: Vermezse vermesin. Bize erkek adam derler, vermezse almasını biliriz. Nargilemi hazırla! Bozdun sinirlerimi akşam akşam...

Sarı Eşref: Akşam akşam sigortamı attırdın. İki laf etmeye gelmiyor senle. Ben yatıyorum, sen de yat! Bu evde bir daha kara diye bir şey duymayacağım! Karbonatı nereye koydun, midem ekşidi.

Ceylan: Kara-bonat yok bu evde ağabey, kara-bonat yok!

Sarı Eşref: Ceylan! Gelme üstüme üstüme da! Yat dedim mi yatacaksın!

Sarı ve Kara Eşref'in bu sert çıkışları, kardeşlerine bağırması, onlarla devamlı olarak emir kipiyle konuşmaları dramalarda gerçekleşse belki her iki Eşref'in kötü ve zalim ağabey oluşuna işaret edecektir. Ancak komedi formatında bu anlatım ve ifade tarzı, çoğunlukla espri ve mizahın temel dayanak noktasını oluşturduğu için bu tarz, her iki Eşref'i de neredeyse sevimlileştirmektedir. Bir başka deyişle dizi söyleminde kadınların sürekli olarak şiddete maruz kalması ve erkeklerin ise sürekli olarak şiddet uygulaması, anlatıdaki mizahın beslendiği temel kaynağı oluşturmaktadır. Burada söz konusu olan aslında çizgi filmlerdeki kaçma-kovalama sahnelerinde sıklıkla başvurulan karakterlerin incindiği, zarar gördüğü, sıkıştırıldığı durumların gülünç olduğu keyifli şiddet (*happy violence*) (Carter ve Weaver, 2003: 3) formudur. Bu formda Sarı Eşref Ceylan'a, Kara Eşref ise Reyhan'a sürekli bağırır, her ikisi de kız kardeşlerini azarlar, eve kapatıp dışarı çıkmalarına ve sevdikleri Eşref'le görüşmelerine engel olmaya çalışır. Tüm bu edimlerdeki gülünç nokta ise bu kadınların içinde buldukları zor durumdur. İzleyiciden, onların kapatıldıkları evden kaçmaya çalışmalarına, gizli gizli sevdikleriyle buluşmak için türlü numaralar çevirmelerine ve eninde sonunda foyaları ortaya çıktığı zaman ağabeylerine yalan söylemelerine ve şiddetlerinden kurtulmaya çalışmalarına gülmeleri beklenmektedir.

Reyhan ve Ceylan, sevdikleriyle gizli gizli buluşmak için ya da ağabeylerinin inadını kırmak için çeşitli numaralar çevirseler de

ağabeylerinin nefeslerini hep enselerinde hissederler ve bu gizli oyunları sırasında yakalanma korkularını “eyvah! Bu sefer kesin bizi öldürecekler”, “ben Eşref’ime kavuşayım da ağabeyim istiyorsa öldürsün beni... Off!”, “bana bak Reyhan o ağzından tek kelime kaçarsan benim evden çıktığıma dair, *sen de ölürsün ben de ölüyorum!*” gibi ifadelerle dile getiriler. Yukarıda alıntılanan cümlelerdeki “öldürecekler, öldürsün, ölürsün, ölüyorum” şeklindeki fiiller arka arkaya tekrar okunduğu zaman, fiziksel şiddetin en ileri noktası olan öldürmenin ve bunun sonucunda şiddete maruz kalan kadının ölmesinin, Reyhan ve Ceylan’ın kolaylıkla ve sıklıkla telaffuz ettikleri fiiller oldukları görülmektedir. Bu fiillerin tıpkı bir korku filminde geçiyormuşçasına şiddet mağduru kadınlar tarafından bu denli rahat söylenmesi, bir anlamda bu fiillerin tekrar edile edile etkisini yitirmesine yol açmaktadır. Kısaca burada da yine kadına yönelik şiddeti ediminin sözlü kodlar olarak en görünür (*manifest*) olduğu anın en muğlâk ve belirsiz olduğu an olarak tasarımıyla karşı karşıyayız.

Dizideki esprilerin önemli bir bölümünü oluşturan bu tehdit ve korkutmaların, anlatıda kadına yönelik şiddet edimi olarak kavranmaması da ilginç bir unsurdur. Çünkü kabadayılıkları gereği Kara ve Sarı Eşref, şiddetle iç içe olmalarına rağmen kadına el kaldırmamakla övünmektedirler. Bu nedenle Reyhan ve Ceylan öldürülmelerinden, son nefeslerini vermelerinin yakın olmasından veya kemiklerinin un ufak edilmesinden korktuklarını dile getirirler de, bu büyük korkutma ve tehditler, dövme, dayak atma veya darp etme düzeyine ulaşmadığı için şiddet olarak değerlendirilmemektedir.

(4. bölümden. Reyhan ve Ceylan terzi Yedigâr’ın çırağı Gürbüz’le sevindikleri Eşref’lere mektup gönderirler. Gürbüz mektupları karıştırınca Reyhan ağabeyi Kara Eşref’le, Ceylan da ağabeyi Sarı Eşref’le buluşmuş olur. İkisi de yalan söyleyerek durumu kıvrıma çalır ama inandırıcı olamazlar.)

Kara Eşref: Reyhaaaan!

Kara Eşref, kız kardeşi Reyhan’ın kulağını çekmeye başlar.

Reyhan: Efendim ağabey?

Kara Eşref: Ben seni hiç dövdüm mü?



Reyhan: Dövmedin ağabey.

Kara Eşref: Dövem mi bu yaştan sonra?

Reyhan: Dövme ağabey.

Kara Eşref: Niye dövmezem, hele onu söyle? Valizini alırsın, evden kaçırsın ki, o sarı çiyana varasın. Ben sana demişim ki o sarı çiyandan uzak dur. Sen ne yapmışsın? Ağabeyinin sözünü ayağının altına alıp çiğneye çiğneye bir hal etmişsin.

Reyhan: Estağfurullah ağabey. Ben senin sözünü nerde çiğnemişim?

Kara Eşref: Kız inkâr etme!

Reyhan: Ağabey ben seni özlemişim...

Reyhan ağabeyinin kulağını çekmesinden kurtularak onu yumuşatmak için elini öpmeye çalışır. Bunun üzerine Kara Eşref, Reyhan'ın iki kulağına birden çekmeye başlar.

Reyhan: ...hata ettiğimi anlamışım. Dur nasıl edem de ağabeyimin gönlünü alam demişim. Sağolsun Ceylan da mektup yazmış sürpriz olur diye...

Kara Eşref: Sürpriz öyle mi?

Reyhan: Öyle... Sürpriz olmadı mı ağabey? Şa... şaşırmadın mı?

Kara Eşref: Reyhan!

Kara, Reyhan'ın kulaklarını daha sert bir şekilde çekmeye başlar

Kara Eşref: Seni ot niyetine yolarım, bana yalan söyleme!

Reyhan: Hâşâ! Yalan en büyük günah...

Yukarıda, konuşmanın geçtiği sahneye ait fotoğraflar da görülmektedir. Sahnede tokat, tekme veya dayağın olmaması ilk etapta Reyhan'ın fiziksel şiddete uğramadığını düşündürmektedir. Zaten Kara Eşref de kardeşine, onu hayatı boyunca hiç dövmediğini hatırlatarak kardeşi üzerinde fiziksel zor ve baskı kullanmadığını ima etmektedir. Ancak fotoğraflarda da görüldüğü gibi Reyhan burada sadece bağıırma, azarlanma ve korkutmaya maruz kalarak, psikolojik şiddete uğramamakta, fiziksel anlamda da zarar görmektedir.

Aslında fotoğraflarda dikkati çeken başlıca unsur, ağabeyinin yaşattığı korkunun Reyhan'ın yüz mimiklerine yansıyan gülünçlüğüdür. Özellikle dördüncü ve beşinci fotoğraflarda bu gülünçlük

belirgin bir hal almaktadır. Bu bakımdan bu sahne izleyiciden, Reyhan'ın zor durumda kalmasına, şiddete uğramasına ve baskı altında tutulmasına gülmesini talep etmektedir. Bu tarz sahnelerde bir yandan ağabeylerin öfkeleri, taşkınlıkları ve saldırgan eylemleri; diğeryandan ise şiddet mağduru kadınların uğradıkları şiddete karşı koyamamaları, saldırıdan kaçamamaları ve şiddet karşısındaki çaresizlikleri gülünçleştirilmektedir. Bu doğrultuda erkeklerin kızgınlıkları, öfkeleri, sinirlenmeleri ile kadınların korkuları, şaşkınlıkları ve çaresizlikleri hep abartılı mimiklerle resmedilmektedir. İzleyiciler ise bu abartılı mimik ve jestlere gülerken, şiddetin uygulandığı saldırıya ve bu saldırının mağdurlarına da güler hale gelmektedir. Sonuçta yukarıda fotoğraflanan sahne televizyon dizi söyleminde, şiddetin karikatürize edilmesi ve mizahi bir öge olarak kullanılmasının çarpıcı bir örneğı olarak durmaktadır.

*Eşref Saati'*nde temsil edilen geleneksel cinsiyet düzenlemeleleriyle ilgili olarak sorunlu bulunan bir diğerynoka ise anlatımın kadınlara yönelik yerleşik erkek egemen bakış açısını yoğun biçimde benimsemesidir. Kadın düşmanlığına varan bu bakış açısından kadınlar, çok konuşan, dedikoducu, erkeklerin kontrolünü ele geçirmeye çalışan, güvenilmez gibi niteliklerle tanımlanmaktadır. Aşğıda dizinin farklı bölümlerinden alınan konuşmalarla bu durumun örnekleri sunulmaktadır:

Kara Eşref (Reyhan'a): Bu kadın milleti iki dakkada hemen ailesini satar, kocacı olur. Daha düneye kadar bacı-kardeştik ne oldu fasso? Hemen elin kızına laf yetişiriyisin?

Kara Eşref (kendi kendine söylenmektedir): Kara unutma, bacın da olsa kadındır, hemen satar seni

Kara Eşref (Sarı Eşref'e, Reyhan ve Ceylan'la ilgili olarak): Eşref, daha şimdiden hesap soruyor bunlar, ipin ucunu kaptırırsak, çorap söküğü gibi gelir, aman akıllı ol ha!

Yadigâr (şadiye'ye): Yav kadın, çenen çalışacağına elin çalışsın. Boş boş konuşmaktan vır vır vır konuşuyorsun. Anca konuş. Bir de süslen, belki boya reklâmında oynarsın.



Kadına yönelik şiddetin karikatürleştirilmesiyle ilgili olarak ayrıca *Avrupa Yakası* dizisine de değinilebilir. İlk bakışta *Avrupa Yakası*'nın "Kadına Karşı Şiddete Son!" kampanyasına aktif destek vermesi olumlu bir örnek olarak görülse de dizide sadece kadına yönelik değil, genel olarak tüm şiddet eylemlerinin temsilinde sorunlu yönler bulunmaktadır. Dizide gerek kadınların gerekse erkeklerin dayak yediği sahnelerde hemen her zaman güçlü bir müzik devreye girmekte, şiddet eylemine maruz kalan mağdurun kaçma veya şiddete karşı koyma çabası neredeyse eğlenceli bir videoklip şeklinde kurgulanmaktadır. Bizzat fiziksel şiddetin görüntülendiği sahnelerde konuşmaya pek de yer verilmezken, izleyici, şiddet eylemini, müzik eşliğinde sanki dans edermiş gibi hareket eden tipler aracılığıyla izlemektedir. Aşağıda fotoğrafları da görülen sahnede İzzet sevgilisi Makbule'yi, Makbule'nin kendisini eski sevgilisi Burhan'la aldattığını düşünmesi nedeniyle döverken fonda Erkin Koray'ın Deli Kadın parçası çalmaktadır.





İzzet'in saldırırken boks eldiveni ve beyzbol sopası kullanması ve aynı şekilde Makbule'nin de yine boks eldivenlerini takarak kendini korumaya çalışması temsilin absürt mizaha daha yakın olduğunu düşündürmektedir. Ancak arkadaki duvarlardaki afişlerin göndermesi de dikkate alındığında bu sahnenin kadına yönelik şiddetin bir parodisi olduğu söylenebilir. Linda Hutcheon, parodinin, parodisi yapılanı hem meşrulaştırma hem de ters yüz etme şeklinde politik olarak ikili tarzda kodlandığını belirterek bu durumu "parodinin paradoksu" olarak adlandırmaktadır (1991: 69-83). Burada da parodisi yapılan kadına yönelik şiddet edimi, bir yandan eleştirilmekte ama diğer yandan da bu temsil eğlenceli bir klip halinde ta-

sarlandığı için bu saldırı meşrulaştırılmaktadır. Dolayısıyla şiddet, ırkçılık ve ayrımcılık gibi konular dikkate alındığında her toplumsal sorunun parodisini yapmanın kolay olmadığı görülmektedir.

Yukarıdaki fotoğraflarda ayrıca Makbule'nin saldırı sonrasında şiddete uğradığını ailesine duyurmamak için alt kat komşusu ve eski sevgilisi Burhan'a sığınması da dikkat çekicidir. Burhan şiddet eylemini gerçekleştireni cezalandırabilecek güçte bir erkek olmadığı için çalışmanın ikinci bölümünde ele alınan kurtarıcı erkek kahramanın bir diğer örneği olarak görülemez. Ancak dizi söyleminde şiddet mağduru kadınların başı sıkıştığı zamanlarda başka kadınlardan değil de hep erkeklerden yardım alması, destek ve teselli görmesi de televizyon dizilerinin neredeyse uyuşmsal bir kodu haline gelmiştir.

Kadına yönelik şiddetin karikatürleştirilmiş temsillerinin değerlendirilmesinin ardından dizi söyleminde şiddetin erotikleştirilmesi ele alındığında, bu tarzın temelde cinsel şiddet tasımlarında ortaya çıktığı görülmektedir. Kadına yönelik cinsel şiddet tasarımları kuşkusuz televizyon anlatılarında ele alınması en güç şiddet tipini oluşturmaktadır. Ancak cinsel şiddet temsillerinin anlatı içindeki sabit bir durumu bütünüyle sarsma gücü bulunduğundan izlenen dizilerin ikisinde bu temsil yer almıştır. Cinsel saldırı türlerinin başında tecavüz yer almaktadır. Tecavüzle gerçekleşen saldırıyı simgesel açıdan kadının tabi kılınmasının ve boyun eğdirilmesinin olabilecek en sert alegorisi şeklinde de düşünmek mümkündür (Cuklanz ve Moorti, 2006: 303). Ancak bu tabi kılınma ve boyun eğdirme tecavüz kurgularında zaman zaman romantik ve erotik bir anlatının parçası şeklinde ele alınabilmektedir. Kuşkusuz bu tecavüzü konu alan tasarımların en ciddi sorununu oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında *Sıla* dizisindeki tecavüz kurgusunun bu ciddi sorunu barındırdığı görülmektedir. Dizinin 7. bölümünde Boran'ın *Sıla*'ya tecavüz ettiği bir sahne bulunmaktadır. Ancak bu sahnede izleyici duvara yaslanmış bir kadınla öpüşen, onun eteğini sıyırıp ve bacağına okşayan bir adamı izlemektedir. Sadece görüntüsel imgeye odaklanıldığında izleyicinin izlediği sahne bir saldırı-



dan çok bir sevişme sahnesini andırmaktadır. Saldırının ertesindeki sabahı yansıtan görüntüde ise güneşli bir günde pencere kenarına oturmuş bir kadının ardında diz çökmüş bir adam görülmektedir. Boran burada yaptığından çok pişman olmuş, Sıla'dan özür dilemektedir. Hem saldırı başlangıcında hem de sonundaki karelerde romantik bir atmosferin çok belirgin olduğu söylenebilir. Yukarıdaki fotoğraflarda da görüleceği üzere mizansendeki mumlar, loş ışık, çekimin aynaya yansıyan görüntüden yapılması, pencereden sızan ışığın odadaki perdeye ve kadının saçlarına süzülmesi, doğu egzotizmini yansıtan aksesuarlarla döşenmiş bir oda gibi unsurlar, romantik, yumuşak, huzurlu bir atmosfer yaratarak saldırı, sertlik, zor kullanımını çağrıştırmak çok uzaktır:

İzleyicilerin de bu tür sahnelere gösterdiği ilgi de çok büyük olmaktadır. Örneğin *dizisitesi.net* sitesinde bu 7. bölümün 4944 defa izlendiğinin istatistiği verilmektedir. Siteden önceki 6. bölüm 2809 kez, hemen ardındaki 8. bölüm ise 1858 kez izlenmiştir. *Sıla* dizisinden bölümlerin bulunduğu *video.google.com*'da ise 7. bölümü beğenilme puanı 161'dir. Bu puan 6. bölüm için 94, 8. bölüm için ise 82

olup arada neredeyse yarı yarıya bir fark bulunmaktadır. Zaman zaman bu ilgi “izleyiciler tecavüz izlemeyi çok seviyor, tecavüz sahnelerinde reytingler çok yüksek çıkıyor” biçiminde yorumlanabilmektedir. Örneğin “Aile İçi Şiddeti Önlemede Medyanın Rolü” konferansında yaptıkları konuşmalarda yapımcı ve senaristler tecavüz sahnelerinin izleyicisinin yoğun ilgisini çektiğinden bahsetmektedirler (aktaran Tamer, 2007). Ancak böylesi bir yargı, ekrandaki tecavüz kurgusuna bakılmadan yapıldığı sürece yanıltıcı olacaktır. Yukarıda da örneklenmeye çalışıldığı gibi, cinsel saldırı eğer romantik ve erotik bir anlatının bir parçası olarak kurgulanırsa, bu kurguyu izleyicinin tecavüz ve saldırı olarak değil, sevişme olarak görmesi daha muhtemeldir. Bu sahnenin beğenilmesinin ve defalarca izleniyor olmasının nedeni, izleyicinin kadınların saldırıya uğramasından ve acı çekmesinden zevk alan sadistler olmaları değildir. İzleyici bu sahnede yoğun romantik ve erotik unsurlar bulduğu için beğenmektedir. Sahne zaten bu şekilde düzenlenmeyip daha farklı kurgulanmış olsa izleyici bunu erotik bulmayacaktır.

Bu çalışma kapsamında cinsel şiddet saldırısıyla ilgili daha farklı bir kurguyu *Menekşe ile Halil* dizisinde rastlanmıştır. Dizinin ilk bölümünde Menekşe'nin Mustafa'nın saldırısına uğradığı sahneye bakıldığı zaman, buradaki saldırı kurgusunun *Sıla*'daki kurgudan bütünüyle farklı olduğu görülmektedir. Sahnede, saldırıya uğrayan Menekşe'nin yüz ifadelerini oldukça belirgin kılan yakın plan çekimleri ön plandadır. Bu karelere bakarken izleyici saç başı dağılmış, makyajı akmış, ağlayan bir kadın görmektedir. Bu kadının tüm ekranı kaplayan yüzünde korku, acı ve üzüntüyü görmemek mümkün değildir. Aşağıdaki fotoğraflara bakılınca bunun ne tür bir sahneden alındığının belirtilmesine gerek olmadan, bunların bir saldırı sahnesinden alındığı rahatlıkla anlaşılmaktadır. Yukarıdaki örnekteki fotoğraflar *Sıla* dizisini bilmeyen birisine gösterildiği zaman, o fotoğrafların bir saldırı sahnesinden alındığını tahmin etmesi belki çok kolay olmayacaktır. Ancak buradaki tek bir fotoğrafa bakılarak bile bunun şiddete uğrayan bir kadın fotoğrafı olduğu kolaylıkla söylenebilmektedir.



*Menekşe ile Halil* dizisinden alınan bu fotoğraflar elbette şiddete maruz kalan kadına acıma duygusu uyandırma riskini taşımaktadır ancak yine de; tecavüz saldırısının mümkün olan tek tasarımı-  
nın erotik bir anlatının parçası olarak tasarlanması olmadığı açığa çıkarması açısından da oldukça önemlidir.

## Sonuç

Bu çalışma boyunca tartışılan televizyon dizi söyleminde kadına yönelik şiddet temsilleri dolayısıyla ataerkil rejime ideolojik niteliğini kazandıran unsurlar bir bütün olarak ele alındığında, televizyon dizi söylemi içinde ve onun aracılığıyla üretilen cinsellik tasarımlarının, cinsiyet eşitsizliği temelinde yükseldiği söylenebilir. Bu kapsamda dizi söyleminin cinsiyetçi öznellik politikaları, erkek ve kadın arasında katı bir ikili karşıtlık esasına dayalı olarak üretilen son derece sert yapısalcı tasarımlar ortaya koymaktadır.

Luce Irigaray, Lacancı psikanalize yönelik eleştirisinde Lacan'ın cinsiyetçi öznellik anlayışından türeyen ve belli açılardan dilsel ve toplumsal sistemi karşılayan “sembolik/simgesel” kavramını ele alırken, Lacan'ın Saussure'e kıyasla daha keskin bir yapısalcı olduğu imasında bulunur. Çünkü Irigaray'a göre Lacan'da, Saussurecü dilbilimden farklı olarak, sadece dil yetisinin/lisanın (*language*) toplumsal yönünü oluşturan dil (*langue*) değil, aynı zamanda dil yetisinin/lisanının kendisi de değişmeyen ve dönüşmeyen bir sistemdir (1990: 88). Ataerkil rejimin değişmeyen dil yetisi ve bu dil yetisinin uyuşumsuz sözel ve imgesel kodları televizyon dizileri gibi popüler kültür metinlerinde de kolaylıkla açığa çıkmaktadır. Bu doğrultuda televizyon dizi söyleminin cinsiyetçi dil yetisi/lisanı ele alındığında ilk olarak şiddet kavramının hiç telaffuz edilmemesi ve adlandırılmaması başta olmak üzere, meselenin toplumsal bir sorun olarak kavranmasından uzak durulduğu görülmektedir. Bir meselenin adı bile konulmadığı zaman, o meselenin sistematiklik ve sembolik açıdan toplumsal bir sorun olarak kavranması da güçleşmektedir. Bu nedenle kadına yönelik aile içi şiddet edimleri dizi söyleminde toplumsal bir sorun olarak değil, Ayşe'nin yediği

dayak, Fatma'nın işittiği azar, Zeynep'in çektiği ile Şeklinde bireysel bir problem olarak tasarlanmaktadır. Kuşkusuz izleyiciler ekran karşısında farklı kadınların yaşadıkları farklı Şiddet öykülerini izlemektedir. Bu açıdan ekrandaki öyküler tekil niteliklidir ve öyle de olmak zorundadır. Burada da zaten sorunun tekil değil, bireysel nitelikli olarak ele alınması sorunlu bulunmaktadır. Çünkü Şiddeti bireysel düzlemde açıklamak ve kadına yönelik aile içi Şiddet olaylarını Şiddet olarak dahi adlandırmamak, Şiddet uygulayanların esas olarak bireysel niteliklerinden ötürü, örneğin öfkeli, kıskanç, cani, cahil, kaba, yobaz vs oldukları için, Şiddete başvurduklarını üstü örtük olarak kabul edildiğini düşündürmektedir.

Bu lisan içinde kadına yönelik Şiddet edimlerini konu alan temsillerin ayrıca, kadınlar arası eğlenmeye, dertleşmeye ve yardımlaşmaya dayalı ahabplık ilişkilerini, erkekler arasındaki ahabplık ilişkilerine kıyasla daha silik tarzda resmettikleri de belirtilebilir. Bir bakıma dizi söylemi, kadın dayanışmasının sergilendiği tasarımlara açık değildir. Bu doğrultuda izlenen dizilerde kadına yönelik Şiddetle mücadeleyi temel alan toplumsal dayanışma dernekleri ve örgütlerin dizilerde hemen hiç görünür olmadığı saptanmıştır. Ancak buradaki sorun basitçe dizilerde feminist bir örgütün kampanyasına destek verme veya feminist grupların temsillerine yer verme meselesinin ötesindedir. Sorun daha çok, kadınların kendi aralarındaki ilişkinin temelde kıskançlığa ve rekabete dayalı bir ilişki olarak kurgulanması nedeniyle dizilerde kadınlar arasında yatay bir dayanışma ilişkisinin hemen hiç görünür olmamasıdır. Dizilerde erkek kahramanların pek çoğunun yanında dertleştikleri ve ahabplık ettikleri bir veya birkaç erkek arkadaş varken, kadınların yanında sadece Şiddetle ilgili değil, diğer meselelerini paylaşabilecekleri bir kadın arkadaş bulunmamaktadır.

Kadınların yalnız ve yalıtılmış konumları, kadına yönelik Şiddet sorununun ancak ve sadece kurtarıcı kahraman rolünü üstlenen, sorumluluk sahibi erkeklerin cesur, merhametli, yardımsever, yol gösterici fedakâr, kadınlarda minnet ve hayranlık duygusu uyandıran çabalarıyla sonlandırıldığına işaret etmektedir. Erkeklerin bu bağlamda Şiddete maruz kalan kadınları çıkış için yönlendir-



me, onlara kılavuzluk etme ve himaye altına alma türünde güçleri bulunmaktadır.

Bu durum elbette şiddet mağduru kadınların çoğunlukla zalim insanların eline düşmüş kurbanlar olarak konumlandırılmasıyla yakından ilintilidir. Kadına yönelik şiddet edimlerinin cani-kurban karşıtlığıyla ele alınması, sorunun çözümü için ister istemez bu kurbanı caninin/ zalimin elinden kurtaracak bir kahramanın olmasını gerekli kılmaktadır. Bu kahraman da dizi öykülerinde çoğunlukla kadının yanında iyiyi, dürüstlüğü, mertliği, fedakârlığı, anlayışı, açık fikirliliği ve eğitimliliği temsil eden bir erkek olmaktadır. Televizyon dizilerinde kadına yönelik şiddetin zalim-kurban-kurtarıcı şablonuyla resmedilmesi, şiddetin ataerkil rejime içkin bir sorun olarak kavramayı güçleştirmektedir. Kuşkusuz kadına yönelik şiddet, cinsiyetçi iktidar ilişkilerinin eşitsiz yapısının bir sonucu şeklinde, genel bir toplumsal sorun olarak tasarlanırsa sadece özü itibarıyla zalimlerin, eğitimsizlerin, kötülerin, kıskançların ve düşmanların şiddete başvurmadığı daha net ortaya çıkacak ve iyi niyetlilerin, dost canlılarının, kadından yana olanların şiddetine de en az zalimlerin şiddeti kadar karşı konulması gerektiğine işaret edilebilecektir.

Aslında sadece şiddet konusunda değil, kadınların yaşadıkları pek çok toplumsal sorun, dizilerde güç/iktidar sahibi bir veya birkaç erkeğin yardımı ve yol göstericiliğiyle aralanmakta ve kadınlar, yakınındaki bir erkeğin desteği ve teşvikiyle yaşamlarını farklı bir tarzda düzenlemeye başlamaktadır. Bu doğrultuda *Menekşe ile Halil* dizisinde Menekşe'ye yardım eden Halil ve Yusuf'tur. *İki Aile* dizisinde Eda'yı Yaman'a karşı koruyan Oğuz'dur. *Bıçak Sırtı*'nda Selin'i ve annesini destekleyip onlara sahip çıkan Ali'dir, *Ezo Gelin*'de Ezo'nun dışarıdan liseyi bitirmesini ve kendi işyerini açmasını teşvik eden Emre'dir. Kısaca ataerkil rejimin lisanı içinde kadın ne kadar güçlü, azimli, mücadeleci, kararlı ve çalışkan olursa olsun, bir kadının başta maruz kaldığı şiddet olmak üzere her türlü mücadelesinde onu koruyup kollayan, farklı alternatifler üzerinde düşünmesi konusunda yardımcı olan bir erkek mutlaka bulunmaktadır. Özellikle eşinden boşanmış ve yalnız yaşayan annelerin

çocuklarının bile erkek olduğu düşünülünce (*Vazgeç Gönüm*'de Bahar ve Eren, *Bıçak Sırtı*'nda Nisan ve Murat, *Ezo Gelin*'de Fatma ve Ahmet, *İki Aile*'de Eda ve Efe ile Timur), dizilerde erkeğin koruyuculuğu olmadan tek başına anne-kız ilişkisi ve dayanışmasının konu alan temsillerden bile kaçınıldığı görülmektedir. Nilgün Abisel, Yeşilçam filmlerinde kadına yönelik şiddeti konu aldığı makalesinde ebeveynlerden birisinin olmadığı / ayrı olduğu ilişkilerde kız çocuklarının babalarıyla çoğunlukla zengin bir yaşam sürdürdüklerini, buna karşılık erkek çocukların anneleriyle birlikte olup küçük yaşlardan itibaren onu koruyup kolladıklarını belirtmektedir. Abisel'e göre "bu anlatısal uyuşum, kadınları erkek himayesi dışında bırakmama ve kendi cinslerinden ayrı tutma yolundaki cinsiyetçi tavrı açığa vurmaktadır" (2000: 208, 1 no'lu dipnot). Abisel'i izleyerek söz konusu cinsiyetçi tavrın Yeşilçam filmleriyle pek çok anlatısal ortaklığa sahip televizyon dizilerinde de devam etmekte olduğu söylenebilir.

Buradaki ilginç nokta, günümüz dizi söyleminde erkeğe bütünüyle bağımlı, aciz ve muhtaç kadın temsillerinin yerini almaya başlayan mücadelecı ve bağımsız kadın tasarımlarının da şu veya bu şekilde kurtarıcı erkek tasarımıyla birlikte inşa edilmesidir. Örneğin *Ezo Gelin* dizisinde Ezo, eğitimsiz olmasına rağmen çok akıllı, çalışkan, mücadelecı, azimli, girişken ve tuttuğunu koparan bir kadındır. Çok sevdiği eşinin başka bir kadınla imam nikâhlı olarak evlendiğini öğrenince yaşadığı köyden ayrılır ve Gaziantep'e yakınlarının yanına gelir. Burada sahip olduğu parayla geleneksel Antep yemeklerini yapıp pazarladığı küçük bir dükkân açar. Yanında da kadın sığınma evinde kalan iki genç kadın çalışmaya başlar. Ancak bu gelişmelerde etkin rolü oynayan doktor Emre'dir. Emre, Ezo'ya duyduğu ilgiyle onun para kazanabileceği küçük bir yer açmasını teşvik eder, hatta söz konusu dükkânı bulur, kira pazarlığında ve dükkânın yerleşmesinde ona yardım eder. Sığınma evindeki kadınları da Ezo'yla tanıştıran ve onlara iş bulan da Emre'dir. Ne var ki bu gelişme aslında uzun süreli olmaz. Çıkan bir yangında Ezo dükkânını kaybeder. Bunun üzerine yine Emre'nin yardımıyla hastabakıcı olarak çalışmaya başlar. Ardından eski dükkânında

komşusu olan başka bir adamın yardımıyla bir lokanta işletmeye başlar. Lokantadan da kısa bir süre sonra ayrılmak zorunda kalır. Aralarındaki sorunlar çözüldüğü eşi Ömer'le barışıp İstanbul'a giderler. Orada Ömer'in onu terk etmesiyle, İstanbul'da yaşamaya devam eder ve bir otelin mutfağında çalışmaya başlar. Görüldüğü gibi Ezo sürekli bağımsızlığı ve özellikle de ekonomik özgürlüğü için mücadele halindedir. Ancak tüm bu girişimlerinde Ömer, Emre, Ballı Ağa ve Kadim gibi ona yol gösteren, başı sıkıştığında onu içinde bulunduğu zor durumdan kurtaran, yeri geldiğinde onun için kavga eden veya silahına davranan güçlü bir erkek mutlaka vardır. Bunun da ötesinde kendi işini kurma çabaları hep kısa sürede sona ermekte ve bir şekilde başarısızlığa uğramaktadır.

Ezo temsiline de işaret ettiği gibi günümüz dizi söyleminde başta öykünün ana kadın karakteri olmak üzere güçlü ve mücadeleci kadın temsilleri tek başına, başta değinilen ikili karşıtlığa dayalı yapısalcı tasarımlarının değişimini garantilememektedir. Kısaca dizilerde kadınların konumunda geçmişe kıyasla belli bir farklılaşmanın yaşanması, kendiliğinden anlatı içerisinde kadın öznelliğinin güçlendiği anlamına gelmemektedir (Cuklanz ve Moorti, 2006). Bu nedenle de televizyon anlatılarında ataerkil kabul, uzlaşma ve değerlerin sarsılması çok kolay olmamakta; sadece mücadeleci ve girişken bir kadın tiplmesi, anlatıdaki kadın öznelliğini güçlü kılmaktadır. Bu bakımdan televizyon dizilerinde etkin bir kadın özne kurgusu için, kadın karakter ve tipleme düzeyinde sergilenen değişimin, kadınlar arası yatay toplumsal dayanışma ve örgütlenme düzeyinde de sergilenmesi önemlidir. Bu türden bir değişim için ise belki de ataerkil rejimi var eden dil yetisinin ve bu dil yetisinin sözel ve imgesel kodlarının değişmesi gereklidir.

#### Kaynakça

- A. ve C. Black Publisher's (2006). *Dictionary of Media Studies*. London: A. ve C. Black Publisher's.
- Abisel, Nilgün (2000). "Yeşilçam Filmlerinde Kadının Temsiline Kadına Yönelik Şiddet." *Televizyon, Kadın ve Şiddet*. Nur Betül Çelik (der.) içinde. Ankara: KİV Yayınları. 173-212.
- Benveniste, Emile (1995). *Genel Dilbilim Sorunları*. Çev., Erdim Öztokat. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Carter, Cynthia ve C. Kay Weaver (2003). *Violence and the Media*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Cuklanz, Lisa M. ve Sujata Moorti (2006). "Television's 'New' Feminism: Prime Time Representations of Women and Victimization." *Critical Studies in Mass Communication* 23(4): 302-321.
- Çelik, Nur Betül (2000). "Giriş: Televizyon, Kadın ve Şiddet." *Televizyon, Kadın ve Şiddet*. Nur Betül Çelik (der.) içinde. Ankara: KİV Yayınları. 1-21.
- Çelenk, Sevilay ve Nilüfer Timisi (2000). "Yerli Dramalarda Kadın Temsili ve Şiddet." *Televizyon, Kadın ve Şiddet*. Nur Betül Çelik (der.) içinde. Ankara: KİV Yayınları. 24-64.
- Gencil-Bek, Mine (der.) (yayına hazırlanıyor). *Ataerkillik, Piyasa ve Profesyonel Değerler: Medyada Aile İçi Şiddet Temsilleri ve Üretim Dinamikleri*. Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele Projesi için yayına hazırlanan çalışma.
- Hayward, Susan (2001). *Cinema Studies: Key Concepts*. 2. baskı. London and New York: London.
- Hutcheon, Linda (1991). *A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms*. London and New York: Routledge.
- Irigaray, Luce (1990). "Women's Exile: Interview with Luce Irigaray." *The Feminist Critique of Language: A Reader*. Deborah Cameron (der.) içinde. Çev., Couze Venn. London and New York: Routledge. 80-96.
- Karatani, Kojin (2008). *Transkritik: Kant ve Marx Üzerine*. Çev., Erkan Ünal. İstanbul: Metis.
- Projansky, Sarah (2001). *Watching Rape: Film and Television in Postfeminist Culture*. New York: New York University Press.
- de Saussure, Ferdinand (1985). *Genel Dilbilim Dersleri*. Çev., Berke Vardar. İstanbul: Birey ve Toplum Yayınları.
- Sirman, Nüket (2006). "Akrabalık, Siyaset ve Sevgi: Sömürge-Sonrası Koşullarda Namus-Türkiye Örneği." *Namus Adına Şiddet: Kuramsal ve Siyasal Yaklaşımlar*. Shahrzad Mojab ve Nahla Abdo (der.) içinde. Çev., Güneş Kömürçüler. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 43-61.
- Tamer, Meral (2007). "TV dizilerinde tecavüzle gelen reyting rekoru!" *Milliyet*. 11 Aralık 2007. <http://www.milliyet.com.tr/2007/12/11/yazar/tamer.html>. Erişim tarihi: 3 Ocak 2008.
- Türk Dil Kurumu (TDK) Çevrimiçi Sözlük (2008). "söz yitimi" ve "teslim etmek" maddeleri. <http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=s%3%b6z%20yitimi> ve <http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=teslim+etmek>. Erişim tarihi: 25 Nisan 2009.
- Voloşinov, Valentin Nikolayevič (2001). *Marksizm ve Dil Felsefesi*. Çev., Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Watson, Robert (1990). *Film and Television in Education: An Aesthetic Approach to the Moving Image*. London: Routledge.
- Wittgenstein, Ludwig (2007). *Felsefi Soruşturmalar*. Çev., Haluk Barışcan. İstanbul: Metis Yayınları.

# Gazete Haber Başlıklarında Öteki'nin İnşası

## Özet

Ötekileştirmenin, medyada ve özellikle de gazetelerde nasıl inşa edildiğinin ortaya konması, iletişim sorunlarıyla ilgilenen araştırmacıların yanı sıra, kamusal yaşamın çeşitli aktörleri (yönetim organları, denetleme kurum ve kurulları, sosyal ve politik aktörler, sivil toplum kuruluşları gibi) ve gazeteler için de büyük önem taşımaktadır. Bu araştırma, Türk basınında farklı yönelimlerden dört ulusal gazetenin ilk sayfalarında yer alan haber başlıklarında, çeşitli grupların, kurumların veya bunların özdeşleştirildiği anlayış ve değerlerin ötekileştirilme tarzları üzerine odaklanmaktadır. Araştırma örneklemini, *Hürriyet* ve *Cumhuriyet*'in 1979-2005, *Tercüman*'ın 1979-1990, *Zaman*'ın 1987-2005 arası dönemlerinden her hafta bir gazete alınarak oluşturulmuştur. Haber başlıklarının içerik analizi ile değerlendirilmesi sonucunda *Cumhuriyet*'te 842, *Hürriyet*'te 825, *Tercüman*'da 474 ve *Zaman*'da 863 haberde ötekileştirme örneği saptanmış ve incelenmiştir. Başlıkların analizinde Bar-Tal ile Volpato ve Cantone'den alınan ve ayrıca bu araştırma için tarafımızdan geliştirilen ötekileştirme tarzları kullanılmış ve nihai olarak gazetelerde ağırlıklı 12 ötekileştirme tarzının hâkim olduğu saptanmıştır.

**Anahtar sözcükler:** Öteki, ötekileştirme, meşruiyet dışına çıkarma, insanlık dışına çıkarma.

## *Construction of 'Other' In The Newspaper Headlines*

### Abstract

The examination of the construction process of othering in media, especially in newspapers, is important for both the researchers interested in communication, for various agents of public life (management agencies, inspection institutions and committees, social and political actors, NGOs etc) and for the newspapers themselves. This research held in this context, focuses on the othering process of various groups, institutions, apprehension and values affiliated with these groups, by examining the titles of news of the first page of four national daily newspaper of Turkish Press. The research sample is made up by the selection of one newspaper per week from *Hürriyet* and *Cumhuriyet* (1979-2005), *Tercüman* (1979-1990) and *Zaman* (1987-2005). Along with the evaluation of the news headlines by using content analysis, 842 sample of othering from *Cumhuriyet*, 825 from *Hürriyet*, 474 from *Tercüman* and 863 from *Zaman* are determined and examined. For the analysis of the titles, othering samples from Bar-tal, Volpato and Cantone and the ones that we had developed for this research are used. Consequently, 12 kind of othering are dominant in the newspapers are determined.

**Key words:** Other, othering (alterisation), delegitimization, dehumanisation.

**Yurdağül Bezirgan Arar**

*Ege Üniversitesi  
İletişim Fakültesi*

**Nuri Bilgin**

*Ege Üniversitesi  
Edebiyat Fakültesi*

## Gazete Haber Başlıklarında teki'nin İnşası

Bir Şeyin amacı, onun varoluşu nedeni olarak alındığında, gazetelerin varoluşu nedeninin belirli bir alanda ve belirli bir kültürel bağlamda bulunan çok sayıda bireyin haberdar edilmesi olduğu söylenebilir. Söz konusu bireyler bütünü, aralarında doğrudan bağ olmaması ve *a priori* olarak birbirinden ayırt edilmemeleri nedeniyle, sosyolojik açıdan tartışmaya açık da olsa bir 'kitle' olarak görülebilir; bu anlamda gazeteler, kitleye yönelik 'haberler' üreten kitle iletişim aygıtları arasında yer alırlar.

Gazeteci, bir toplumda kültür atomlarının dolaşımını ifade eden "sosyo-kültürel devre"nin (Moles, 1983) nemli bir halkasıdır; bu ereve de çeşitli haber kaynaklarıyla sürekli temas içinde, düzenli veya olay fırsatlarına bağlı olarak kendine ulaşan enformasyonları ayıklar; çevresel verilerdeki varyasyonları, yani 'olağan dışı' olayları yakalar; insani ilgi ve orijinallik kriterlerine göre szer (Bilgin, 1977) ve alıcı kitle tarafından anlaşılabilir bir dile çevirir. Bu bağlamda gazetecilik, belirli bir formasyona dayalı, teknik bir uzmanlık alanı niteliği taşır.

Gazetecilerin pratiği, çoğu durumda bu teknik çerçevenin dışına taşar. Demokratik toplumlarda enformasyon dolaşımında artan önemleri dolayısıyla gazeteciler, zaman zaman propaganda yapmakla, okurlarını manipüle etmekle, kamuoyunun yönlendiricileri (*spin doctor*) olarak çalışmakla suçlanır. Basın mensuplarını "edebiyatın haydutları" olarak niteleyen Voltaire'den bu yana gazetelerin eleşitisi, toplumun gündeminde sık sık ne çıkmaktadır. Öyle ki basın kuruluşlarına yönelik eleşitiler modern demokratik

toplumların en gözde temalarından biri olmuştur. Tüm dünyada, "hafiflikle, yetkin olmamakla, açgözlülükle ve güçlülerle paralel düşünmekle, sorumsuzlukla, dokunulmaz olmakla, doğru haber vermemekle, bildiklerini saklamakla" suçlanan gazetecilerin, "piyasa yasalarına ve finans dünyasının güçlerine bağlı oldukları, kitleleri yabancılaştırdıkları, önemli olanı sakladıkları, hissedarların hizmetine girdikleri", (Des Desert vd., 2003: 10-11), "meşruiyetlerini yitirdikleri, korporatizmden sıyrılmadıkları, sonuçlarını düşünmeden dengeleri ve güç ilişkilerini bozdukları" (Lemieux, 2003: 12) öne sürülmektedir.

Tüm bu eleştiriler, esas itibariyle gazetecilik meslek etiği ile ilgilidir ve gazeteciliğin yanlı ve indirgenmiş bir imajını sunmaktadır. Çünkü çoğu havada olan bu eleştiriler, sadece gazetelerin olağan çalışma düzeninden sapmalara odaklanmakta, gazetelerde rutin olarak toplumsal sorunların sergilenişini, güçlülerin eleştirilişini, yolsuzluk ve yasadışı olayların ortaya çıkarılışını, mali güçlere ve reklâmcılara karşı yürütülen iç mücadeleyi, yanlış veya yalan haberlerin bir kısmının haber kaynaklarının tahrifatından ileri geldiğini dikkate almamaktadır.

Buna karşılık toplumsal yaşamımız açısından az ya da çok önemli olan pek çok konuda gazeteler, dünya görüşlerinden, okurlarıyla geliştirdiği ilişki biçimlerinden, kamuoyunda oluşturduğu imajlarından ve kurumsal kimliklerinden kaynaklanan çeşitli etki-lerde bulunmakta ve bu anlamda sorumluluk taşımaktadır.

Gazeteci, enformasyon üretmekle yükümlüdür. Gazetecilerin enformasyonları işleyişi ve haber üretimi, esas itibarıyla enformasyonun sunumu ve temsiliyle ilgili çeşitli işlemleri kapsar. Temsil konusu genel olarak kamusal bir kişi, çeşitli türden grup ve örgütler, politika ve ideolojiler olabilir; ancak temsil etme, temsil edilenden ziyade temsil edenin etkinliğidir. Bu anlamda daima niyetlilik taşır (Metzger, 2006: 59). Her haber, temsil ettiği şeyin yönlendirilmiş, sınırlı, üzerinde oynanmış veya bozulmuş bir imajın sunar.

Bu durumda haber üretimi, mekanik bir işlemler setine indirgenemez. Gazetecilik, olayları isimlendirmeye, göstermeye ve dolaşısıyla onlara bir varlık kazandırmaya dayanır. Mathien'in belirttiği gibi, sosyal gerçekliğin tezahürleri, habere dönüştürülmedikçe kendiliğinden bir anlam taşımazlar; haberler, 'reel' dünyaya değil, 'temsiller' evrenine aittir (1992: 13). Bu anlamda gazeteci, sosyal temsiller teorisinin (Moscovici ve Hewstone, 2003) öngördüğü gibi, gündelik yaşamımızın dokusunu oluşturan sosyal düşüncenin başlıca mimarlarından biridir. Toplumda ilgi konusu olan sorun veya olaylar, kişi veya kurumlar, keşif veya icatlar hakkında çok sayıda kişi tarafından paylaşılmış bilgiler, imajlar, tutumlar, inançlar ve değerler üreterek bunları bir sosyal temsil formuna sokar. Böylece kamusal öneme sahip kişiler (politik, ekonomik ve sosyal yaşamın önlendeki aktörleri) ve kurumlar (partiler, sendikalar, örgütler ve kuruluşlar) konusunda kamuoyunun oluşumunda ve yöneliminde etkili bir rol oynarlar.

## **Gruplar Arası İlişkiler ve Kimlik Politikaları**

Günümüzde nispeten olumsuz bir anlam yüklenen 'propaganda' veya ticareti model alan 'siyasal pazarlama' kavramları yerine 'siyasal iletişim' kavramı öne çıkarılıyor. Propaganda terimi, sadece, medyanın monolitik bir nitelik gösterdiği, yöneticilerin iletişimleri doğrudan kontrol ettiği ve şef kültürünün hâkim olduğu bağlamlarda kullanılıyor. Ayrıca daima karşı tarafın propaganda yaptığı öne sürülüyor. Bu çerçevede, iletişim=demokrasi; propaganda=diktatör-



lük denklemleri işleniyor. Bununla siyasal iletişimin, adi bir propaganda olmadığı fikri işleniyor (Le Bohec, 2006: 83). Ancak, bazı manipülasyon teknikleri çok daha ustalıkla bir şekilde kullanılıyor. Çünkü Mercier'nin öne sürdüğü gibi, siyaset, kendini gerçekleştirmek için iletişime ihtiyaç duyar ve bu nedenle iletişim ile siyaset birbirini gölge gibi izler (2004: 74). Siyaset ile gazeteler arasında karmaşık bir ilişki olmakla birlikte, çoğu kez, siyasal aktörler, gazeteleri araçsallaştırır; kitlelere ulaşmada başvuracakları teknik bir kanal gibi görmeye meyleder. Belirli bir toplumda mevcut çeşitli kesim veya gruplar arasındaki güç ilişkileri bağlamında gazeteci, iradi bir seçimde bulunmasa da, çoğu kez ve kolaylıkla, sosyal aktörlerin söylemlerindeki zımni retorik oyunlarına dahil olur.

Gruplar arası ilişkiler, daima çatışmalı, en azından gerilimli ilişkilerdir. Mevcut kaynakların paylaşımı, tarihsel düşmanlıklar, sosyo-kültürel talepler gibi çeşitli nedenlerden kaynaklanan bu gerilimler, çoğu kez kolektif kimlik inşasına yönelik bir müzakere biçiminde kendini gösterir. Sosyal kimlik teorilerinin (Tajfel, Turner gibi) ortaya koyduğu üzere bu inşa, bir aidiyet grubu (iç-grup) ve bir diğer grup (dış-grup) ayrımıyla başlar. Ardından her grup kendi içinde homojenleştirilirken gruplar arası mesafe ve farklılıklar abartılır. Nihayet grup üyelerinin öz-değerlilik duygularını korumak ve benlik saygısını yükseltmek için aidiyet grubu olumlu, dış grup ise olumsuz özelliklerle yüklenir. Geçmiş ve olaylar, etnosantrik bir tarzda yeniden yorumlanır. Gruplar, 'biz' ve 'onlar' şeklinde kontrast içine sokulur. Bu gerilim, gruplar arasında, önyargılar ve kalıp yargılarla aşığılama, dışlama, reddetme, mesafeli tutma, düşmanlık ve hatta yok etme gibi farklı tepki ve biçimlerde ortaya çıkar.

Ancak bir grup bu tepkilerden hangisini gösterirse gösterebilir, kendi kimliğini inşa için bir diğer gruba ihtiyaç duyar; kendini ona referansla tanımlar. Bu, kimliğin tanımlanmasında ve korunmasında bir dış sabit nokta arayışıdır. İnsan zihninin çift kutupluluğa (dikotomi) eğilimi, estetik yargılar (güzel-çirkin) kadar ahlaki yargılar (iyi-kötü) planında da sıkça gözlenen bir durumdur. Her kimlik,

kendi değerinin negatif garantisi gibi duran bir başka kimliğe karşı inşa edilir. Grubun 'biz' olarak yüceltilmesi, bir başka grubun 'onlar' olarak alınması ve olumsuzlanmasını gerektirir. Bu olumsuz kategorilendirme, yaygın terimiyle 'öteki'nin icadı ya da 'ötekileştirme' etkinliğidir. Hedef grupların, toplumun gözünde, 'haksız', 'meşruiyet dışı', 'eksik' bir hale gelmesiyle sonuçlanan ötekileştirme, insanlık dışına atma/gayri insanileştirme (*dehumanisation*), toplumdaki dışlama (*outcasting*) veya onlara olumsuz özellikler yükleme (*trait characterization*) gibi çeşitli şekillerde somutlaşmaktadır. Ötekileştirme anlamında meşruiyet dışına atma, bir grubun veya grupların kabul edilebilir norm ve/veya değerlerin sınırları dahilinde davranıldığı düşünülen insan gruplarından dışlanan aşırı olumsuz toplumsal kategoriler içinde tasnif edilmesidir (Bar-Tal, 1990: 65). Araştırmamızda sosyal kriterler veya kategoriler (ırk, ulus gibi) temelinde bir kişi veya gruba karşı önyargılar oluşturma sürecini ifade eden ötekileştirme (*othering* veya *alterisation*) kavramı, hedef kişi veya grupları ötekiliğe (*alterite*), öteki rolüne sokma, stereotipleşmiş olumsuz imajlarla nitelendirme, meşruiyet dışı kılma, gözden düşürme gibi boyutları da kapsayacak şekilde geniş anlamda kullanılmıştır.

## Gazeteler ve Ötekileştirme Pratikleri

Ötekileştirme, mesafeli durduğumuz veya aidiyet grubumuzun dışında konumladığımız hedef grup hakkında bir takım tutum, kanaat, inanç, imaj ve anlamlar, ön yargı ve stereotipler gibi çeşitli bilişsel öğelerin bir bütünüdür ifade eden bir sosyal temsil geliştirmeyi içerir. Bu sosyal temsilin oluşumunda ve yayılmasında kitle iletişim araçları önemli bir rol oynarlar. Ötekileştirmenin, medyada ve özellikle de gazetelerde nasıl işlediğinin ve gerçekleştirildiğinin anlaşılması (Brookes, 1995), iletişim sorunlarıyla ilgilenen araştırmacılar kadar kamusal yaşamın çeşitli aktörleri (yönetim organları, denetleme kurum ve kurulları, sosyal ve politik aktörler, sivil toplum kuruluşları gibi) ve hatta gazeteler için de büyük önem taşımaktadır.

Nitekim toplumun ekonomik, kültürel ve siyasal yaşamında etkili kamusal aktörlerin medya tarafından temsili ve sunumu, genelde sosyal bilimlerde ve özelde iletişim bilimlerinde dinamik bir araştırma alanı olarak gelişmiştir. Özellikle muhalif hareketlerin, yabancıların ve azınlıkların medyada temsili, araştırmacıların başlıca ilgi konularından biri olmuştur. Çeşitli araştırmacılar bu temsil etkinliğinde, toplumda mevcut normları ve yerleşik düzeni pekiştirmeye yönelik bir çaba görmektedir. Demokratik toplumlarda düşüncenin denetimini irdeleyen Chomsky (1993), medyanın açık seçik ve zorlayıcı bir etkide bulunmaktan ziyade, seçtiği bilgileri ve sosyal kodları alıcı kitlede yayma yoluyla standartlaştırıcı bir etkide bulunduğunu ve etkinin gizliliği nedeniyle alıcıların bunlara karşı herhangi bir sansür uygulamamasıyla gönüllü olarak katılmalarının sağlandığını öne sürmüştür. Medya tarafından ustalıkla uygulanan bilişsel kontroldeki gizil şiddet olgusu, medyanın insanlar üzerindeki moral ve ideolojik egemenliğini ifade eden “rızanın üretilmesi” sürecidir. Bunun en ustalıkli örneklerinden biri, McCartizm döneminde üretilen komplo teorileri ile Amerikan toplumunun sıkıntılarının 'büyük şeytan' SSCB'ye bağlanmasıdır.

Kitlelerin gönüllü katılımının sağlanmasıyla ilgili olarak Halimi ve Rimbart (2004), medyanın burjuvaziye üç şekilde hizmet ettiğini öne sürmüştür: İlk olarak medya, insanî ve evrensel adına zenginlerin çıkarlarını gizlemektedir; bunun için pazar düşüncesine ve küresel düzene rıza üretmektedir. İkinci olarak tarihsel süreci gizleyerek, insanları depolitize ederek ve hareketsizliğe sevk ederek kapitalist düzenin, çekim yasası kadar doğal ve ebedi olduğu anlayışını savunmaktadır. Ve nihayet medya, kendisinin verimlilik yasalarına ve pazar ekonomisi kurallarına bağlı bir endüstri olduğu fikrini işlemektedir.

Vietnam Savaşı sırasında ABD'de medyanın çeşitli protesto hareketlerine yaklaşımını irdeleyen Gitlin (1980), medyanın bu hareketlerin doğasını bozma sürecini analiz etmiştir. Ona göre sosyal protesto hareketleri medyaya çıkararak etkili olmak ve medyayı kendi amaçları için kullanmak isterlerken, sonuçta medya tarafından

kullanılmaktadırlar. Medya bir hareketin sorumlularını meşhur etmek için seçerken, bir muhalif hareketten beklemedikleri klişeye en uygun muhalefet yöneticisine tekabül eden hareket sorumlularını seçmektedir. Sonuçta, bu hareketlerin sadece taktik tercihlerini değil yapısını da etkilemektedir.

Farklılıkların medyada temsili, Türkiye'de de çeşitli araştırmacıların ilgi alanı olmuştur. Alankuş Kural (1995), medyanın etnik ve dinsel 'ötekilik' tiplmelerini çeşitli medya formatları üzerinde gerçekleştirdiği bir çalışmayla ortaya koymuştur. Çalışmaya göre medya, aleniyet kazandırdığı bir grup öteki'nin direnişlerini simgeleyen söylem/sembollerini elinden alıp hâkim ve muteber olana çeşitli biçimlerde eklemlemeye çalışarak; onları işledikleri/işleyecekleri suçun şiddetine göre 'aramıza katılıp normalleştirilebilecekler', bu mümkün olmadığında 'teşhir edilip cezalandırılması gerekenler' ya da daha da marjinalleştirip 'safra olarak atılması gerekenler' olarak kodlamakta; onlara, 'tehlike oluşturmadıkları ve kendi cemaatleri içinde kaldıkları sürece hoşgörü' talep etmekte; onları kimi zaman 'iyileştirilebilir, çok geç olmadığı takdirde ıslahı mümkün geçici bir sapma' olarak resmetmekte veya 'kriminal dünyanın insanları, bize de zararları dokunabilecek harici ötekiler' ya da 'aslında bizden olup bunun farkında olmayanlar' gibi çok farklı şekillerde tasnif etmektedir.

Yazılı basında Kardak Krizi'nin işlenişini ele alan Baştürk Akça (2007), krizle ilgili haber metinlerinden hareketle Türk ulusal söyleminin ve birliğinin tesisinde, düşman 'öteki'nin rolünü incelemiş ve basının Türk milliyetçiliğinin 'öteki' söylemini benimseyerek yeniden ürettiğini öne sürmüştür. Konuyla ilgili haberleri söylem analizi yöntemiyle analiz eden bu çalışmaya göre, basında ulusal meselelerde halk arasında 'birlik, beraberlik' duygusunu oluşturacak şekilde milliyetçi söylemi yeniden üreten bir yayıncılık anlayışı hâkimdir. Kardak Krizi örneğinde bu tutum, haberlerde Türk ulusunun yüceltilmesi, ezeli ve tarihsel 'düşman' olarak Yunanistan'ın ise olumsuz niteliklerle tanımlanmasında ortaya çıkmaktadır. Benzer tutum, Yunan medyası için de geçerlidir ve her iki ülkede de

medyanın birbirini 'düşman' olarak kodlayan tutumu krizi körükleyen ve tırmandıran ana nedenlerden biridir.

Avusturya basınında yabancı düşmanlığı ve yabancının tasarımı konusunda yaptığı araştırmada Alver (2003), basının negatifliğe ve etnik ayrımcılığa yönelerek, ön yargıların hem üretilmesine hem de pekiştirilmesine katkıda bulunduğunu; okur/izleyiciye kendi ötekileştirici çerçevesini dayattığını; yabancı düşmanlığının temsiline yer verirken, yabancıyı pozitif şekilde tanımlayan mecralar açmadığını ortaya koymuştur. Politika, eğitim kurumları ve bilim gibi medya da pek çok söylemin yanı sıra ayrımcı söylemin üretim ve yayılma merkezlerinden biridir. Alver'in (2005) temas ettiği şekliyle problemin bir boyutu “milyonlarca ekonomik, siyasi ve savaş göçmenlerinin yaşadığı Avrupa ülkelerinde medyanın, yabancıların kültürel hatta fiziksel farklılıklarını ön plana çıkararak onları ve yerleşik halkı farklı kategorilere yerleştirerek, 'biz/siz' söyleminin dolaylı ve dolaysız üreticisi durumuna gelmesi ve yabancılarla yerleşikler arasındaki açık ve gizli çatışmaları şiddetlendirmesidir”. Böylece medya, yabancılığı tanımlarken bir dışlama ilişkisini gündeme getirmektedir.

Dursun (2004) ise Türkiye'deki toplumsal ve politik gerilim alanlarından biri olarak İslamcı-Kemalist karşıtlığını İslamcı basın üzerinden incelediği çalışmasında, İslamcı basının Kemalizm'e ilişkin karşıtlıklarının üç analitik düzlemde belirlediği bulgusuna ulaşmaktadır: “Sistem sorunu” bağlamında “devlet/millet karşıtlığı”; “türban sorunu, demokrasi ve insan hakları sorunu” bağlamında ve “İslamcı terör sorunu” bağlamında. Buna göre, İslamcı basında Kemalizm, her bir tikel olay vesilesiyle, militarizm, totalitarizm, faşizm ve anti demokratlıkla eşdeğer kılınmakta ve bu eş değerlik zincirinde sürekli bir negativite kurgusu içinden sunulmaktadır. Ayrıca Kemalizm, Cumhuriyet'in kuruluşundan bu yana değişen, dönüşen bir Kemalizm değil; ilk belirlediği dönemdeki özellikleriyle statik bir Kemalizm anlamında sabitlenmektedir. Çalışmaya göre, İslamcı basın kendi kurduğu evrensellik çerçevesiyle İslamcılığın kısmiliğini değil; Kemalizm'in kısmiliğini öne sürdüğü bir zeminde söylem mücadelesini sürdürmektedir.

1  
Araştırmada, Bezirgan Arar'ın (2009) doktora tez çalışması için oluşturduğu gazete arşiv ve örnekleme kullanılmıştır.

Medya ve 'öteki'ne ilişkin bu teorik çerçeveden beslenen araştırmamız ise, Türk basınında farklı yönelimleri temsil eden dört ulusal gazetenin, ilk sayfalarında yer alan haber başlıkları üzerine odaklanmaktadır. Araştırma oldukça kapsamlı bir gazete arşivi üstünden yürütülmüştür. *Hürriyet*, *Cumhuriyet*, *Tercüman* ve *Zaman* gazetelerinden alınan araştırma örnekleminde; *Hürriyet* ve *Cumhuriyet* için 1979-2005, *Tercüman* için 1979-1990, *Zaman* için 1987-2005 yılları arasındaki dönem esas alınmıştır. Dönemlerin farkı *Tercüman*'ın 1990 yılında yayına ara vermesi ve örnekleminimize onun yerine, kısmen farklı bir dünya görüşünü ve yayın çizgisini temsil etse de muhafazakâr eğilimli bir başka gazete olan *Zaman*'ın dâhil edilmesi nedeniyledir. Örneklemin oluşturulmasında bu dört gazeteden söz konusu dönemler boyunca "her hafta bir günlük gazete" (çarşamba günleri) alınmış ve böylece toplamda yaklaşık 4.300 gazete örnekleme dâhil edilmiştir. Somut olarak belirtirsek bu dört gazetenin ilk sayfalarındaki tüm haber başlıkları alıkonmuş ve örnekleminimize dâhil edilmiştir. Örnekleme her bir gazeteden her hafta bazı günler bir tek, bazı günler birden fazla haber analize tabi tutulmuş ve incelenen toplam haber sayısı: *Hürriyet*'ten 1.592, *Cumhuriyet*'ten 1.625, *Tercüman*'dan 740 ve *Zaman*'dan 1.292 olmak üzere 5.249'a ulaşmıştır.

Gazete haberleri planında ötekileştirme, belirli bir grubun, kurumun veya bunların özdeşleştiği değerlerin ya da bunların sembolü durumundaki bir kişinin, olağan eleştiriyi aşan bir şekilde negatif özelliklerle yüklenmesi olarak tanımlanabilir. Daha önce Bezirgan Arar (2009) tarafından yapılan bir çalışmada, gazetelerin hedefleri arasında terör ve aktörleri (PKK gibi), anarşi ve aktörleri, ideolojik örgütler / gruplar (Dev-Sol, DHKP-C, TİKKO, komünistler, ülkücüler gibi), etnik gruplar/kimlikler, dini cemaatler/kuruluşlar/akımlar, dış ülkeler, dış örgütler (ASALA, EOKA gibi), uluslararası kuruluşlar (IMF, Dünya Bankası gibi) siyasal partiler, güvenlik/asayiş güçleri, dernek/örgüt/STK'lar, yasadışı aktörler (mafya, uyuşturucu veya silah kaçakçıları, vurguncular, hayali ihracatçılar gibi), laik kesimler/Kemalistler, laiklik ve rejim karşıtları/şeriatçılar, aydınlar, basın kuruluşları, eğitim kurum ve aktörleri (YÖK gi-

bi) bulunmaktadır. Bu çerçevede kodlayıcı iki kişi tarafından yapılan değerlendirme sonucunda *Cumhuriyet*'te 842, *Hürriyet*'te 825, *Tercüman*'da 474 ve *Zaman*'da 863 haberde ötekileştirme olgusu saptanmıştır. (Bu sayıya, aynı haberde birden fazla ötekileştirme tarzının bulunması halinde, ikinci veya üçüncü tarzlar dâhil değildir. Bu durumlarda en belirgin olan tarz dikkate alınmıştır). Gazete başına yıllık (her hafta bir gazete olmak üzere 52 haftalık) ortalamalar, sırasıyla yaklaşık 31, 30, 39 ve 45 şeklinde hesaplanmıştır. Bu sayılar *Cumhuriyet* ve *Hürriyet* için 27 yıllık, *Tercüman* için 12 yıllık ve *Zaman* için 19 yıllık bir dönemin ortalamalarıdır. Bunlardan bazısında doğrudan ve açık seçik bir ifadeyle bazısında ise dolaylı veya örtük tarzda hedef alma ve olumsuzlama söz konusudur. Değerlendirmede, gazetelerin bazı sayılarında bu tür bir negatif yargılamaya hiç rastlanmamış bazılarında ise aynı günde, hatta aynı haberde (haber in alt ve üst başlıklarında, habere eklenen resimde ve bir uydu haberde ayrı ayrı olmak üzere) birden fazla ötekileştirme bulunmuştur.

Bu araştırmanın özgül amacı gazetelerin ön sayfalarındaki haber başlıklarında ötekileştirmenin nasıl yapıldığını irdelemek ve ortaya koymaktır. Bunun için esas olarak tematik bir analize başvurulmuştur. Zira bu konuda dikkati çeken ilk husus, hedef grupların olumsuzlanmasının, farklı boyutlarda yapılmasıdır; öteki'ler, varsayılan özsel/yapısal özellikleri, benimsedikleri kültürel modeller ve formlar, toplumsal normlara ve değerlere aykırı düşünce ve davranışları, ülkedeki yasal/hukuki düzen, evrensel değerler, ulusal değerler ve çıkarlar, gazeteyi çıkaran yayın grubunun dünya görüşü ve değerleri üzerinden yapılan atıflar ve nitelemelerle ötekileştirilmektedir.

Ötekileştirici ifadelerin tematik analizine, Bar-Tal'in (Bar-Tal, 1989 ve 1990; Oren ve Bar-Tal, 2005) kullandığı beş tarz (I. Grup) ile Volpato ve Cantone'in (2005) bunlara ek olarak ayırt ettikleri altı tarzdan dördü (II. Grup) birleştirilerek dokuz tarzla başlanmıştır; ancak bunların haber başlıklarının tümünü kapsamaması nedeniyle yedi tarz (III. Grup) daha eklenmiştir. Böylece 16 tarz elde edilmiştir:

## I. Grup: Bar-Tal'in Ayırt Ettiği Tarzlara Göre Ötekileştirmeler

### 1. İnsanlık Dışına Atma-İnsanlıkta Alçaltma

Öteki'ni gayri insanileştirmeyi / insan saymamayı (*dehumanisation*) veya insanlıkta aşağı düzeye indirmeyi (*infrahumanisation*) belirten bu tarz, en uç halinde, "şiddeti ve gaddarlığı mümkün kılan bir ön yargı formu" olarak "insan davranışına uygun/yakışır şekilde davranmayı reddedenlerin insanlıktan dışlanması" (Halsam vd., 2007) olarak tanımlanabilir. Bu tarz, öteki'ni ahlaki rol, sorumluluk ve kuralların dışında tutmakta ve ona karşı şiddet ve saldırgan davranışları meşrulaştırmayı sağlamaktadır. Örneğin:

"Köpekler yine saldırdı... ASALA, iki turizm bürosunu bombaladı" (*Hürriyet*, 25 Mayıs 1983).

"Yahudi İsrail iyice insanlığını yitirmiş..." (*Zaman*, 6 Ocak 1988).

"Jivkov... kanla besleniyor" (*Zaman*, 31 Mayıs 1989).

"Ağlatan resim... Kundaklanan evin enkazından çıkan... bir bölümü yanmış fotoğrafta, yaşamlarının baharında 'Nazi piçleri'nin kurbanı olan iki genç insan... " (*Hürriyet*, 2 Haziran 1993).

İnsanlıkta alçaltma, bazı araştırmacılara göre (Leyens vd., 2000, 2001; Vaes vd., 2003), insanların kendi gruplarına gelişmiş karmaşık duygular (vicdan azabı, yurt sevgisi, coşku gibi); aşağı gruplara ise hayvanlarda da gözlenen basit, temel/birincil duygular (korku, acı gibi) atfetme şeklinde ortaya çıkmaktadır.

### 2. Olumsuz Özellikler Atfetme

Bu tarz bazen bir ülkeyi, grubu, partiyi veya ideolojiyi olumsuz bir şekilde etiketleme bazen de bunları temsil eden şahsiyetlerin, aidiyet grupları hedef alınarak olumsuz özelliklerle ("aptal", "yalancı", "saldırgan", "sahtekâr" gibi.) yargılanması şeklinde kendini göstermektedir. Örneğin:

"Avrupa Konseyi'nde Fransız başbakanın terbiyesizliği" (*Hürriyet*, 1 Ekim 1980).



“Sahte grevci Ermeni militanı... Sydney'de bir sahtekarın maskesini indirdik” (*Tercüman*, 2 Aralık 1981).

“Bulgar Büyükelçisi Konstantinov... Hem yalancı hem küstah” (*Tercüman*, 16 Temmuz 1986).

### 3. Sosyal Dışlama

Hedef kişi veya grubun toplumla bağını koparma, onu toplumdaki ihraç etme tavrını belirtmektedir. Haber metinlerinde bu tarz, hedefin, toplumla bütünleşmediğini, ayrı/kopuk olduğunu vurgulama veya onu marjinalleştirme şeklinde görülmektedir. Araştırmada, gündelik yaşam pratikleri içinde “travestiler”, “tiner-ciler”, “satanistler” için kullanılabilen bu tarz, özellikle toplumun yerleşik düşünce kalıplarına ve düzenine uygun görülmeyen grupları ötekileştirmek için kullanılmaktadır. Örneğin:

“Atina'nın ünlü Üniversite Meydanı'nda Türkiye aleyhinde gösteri amacıyla toplanan aşırı solcu bir grup Türk terörist... Bunlar Türk olamaz” (*Hürriyet*, 15 Eylül 1982).

(Gazi olayları ile ilgili haberde) “Bunları aranızda barındırmayın” (*Hürriyet*, 15 Mart 1995).

### 4. Siyasal Etiketleme

Siyasal etiketleme, sosyal damgalamanın (*social stigmatization*) bir boyutunu oluşturmaktadır. Damgalama, başat grup tarafından “olumsuz kişilik özelliklerine ve stereotiplere bağlanan ve kişilerin statüsünü alçaltan, onları özel bir grup haline sokan bir özelliktir. Bunun sonucu, kötü şöhretli 'onlar' ve normal olan 'biz' ayrımı doğmaktadır” (Bilgin, 2008: 190). Toplumdaki başat grubun veya gazetenin reddettiği siyasal etiketleri kullanarak yapılan ötekileştirmeler bu tarzın ifadesi olarak kabul edilmiştir. Örneğin:

“İrkçi saldırı...Turizme dazlak darbesi” (*Cumhuriyet*, 16 Haziran 1993).

“Şeriatçı basın yine çarpıtı ” (*Cumhuriyet*, 2 Eylül 1998).

### 5. Gruplar Arası Kıyaslama

Başat grubun veya onun üyesi olarak gazetecinin kendini, kültürel repertuarında bulunan 'ezeli düşmanlar'ı, 'şeytanlar'ı ya da meşhur 'kötü' gruplarıyla kontrast haline sokmasını belirtmektedir. Örneğin:

“Hilal'e karşı Haç'a övgü” (*Zaman*, 10 Mart 1998).

“Çağdaş Türk kadınlarının laikliğe bağlılık yürüyüşü... Kara Cuma'ya karşı 'Beyaz Salı” (*Hürriyet*, 12 Nisan 1989).

“Taliban'dan beter. Afganistan'da işkenceyle adam öldürüp asan Talibanlardan daha acımasız olduğunu kanıtlayan PKK, biri kadın 4 masum ve savunmasız öğretmeni kurşuna dizerek katletti” (*Hürriyet*, 2 Ekim 1996).

“Türkiye'nin yanında Yunanistan bir hiç” (*Hürriyet*, 24 Temmuz 1991).

## II. Grup: Volpato ve Cantone'nin Ayırt Ettiği Tarzlara Göre Ötekileştirmeler

### 6. Başat Grubun Temel Özelliklerinin ve Törelerinin Yokluğu

Bu tarz, araştırmamızda toplumun temel değerlerinden yoksunluğu vurgulama şeklinde tanımlanmış ve gazetenin benimsediği ülke değerlerinin hedef gruptaki yokluğu olarak yorumlanmıştır. Bu değerler, gazetenin dünya görüşüne göre farklılaşmaktadır; bazı gazetelerde Atatürk ilkeleri, Cumhuriyet, lâiklik, birlik, bütünlük, iç huzur ve düzen gibi millet/ulus eksensiz değerler iken bazılarında dinle ilgili değerlerdir. Örneğin:

(Yasadışı sol partilerin Selanik'teki toplantısı hakkında) “İhanet Birliği” (*Hürriyet*, 2 Mayıs 1984).

(RP ve İran temsilciliğinin tavrı hakkında) “10 Kasım saygısızları” (*Hürriyet*, 11 Kasım 1987).

“ABD'li komutandan küstahlık: Müslümanlar ölmek üzere iken domuz eti yüzünden yardımlarımıza sırt çeviremez” (*Zaman*, 3 Mart 1993).

### 7. Dış Grubun Sayısal Önemini Abartma

Bu tarz, toplumsal normlara ve başat grubun kriterlerine uymayan ve küçük olmaları dolayısıyla risk oluşturmayan grupların sayıca abartılmasını ve böylece bu grupların zararlı, düşman ve tehdit kaynağı olduğu yönündeki duyguların yoğunlaştırılmasını ifade etmektedir. Örneğin:

“Yurtdışındaki ihanet üç koldan yürütülüyor... Hepsi TKP'nin emri altında” (*Tercüman*, 4 Nisan 1984).

“Kıbrıslı Rum, kaçak Türk, Kürt ve Ermeniler, Atina'da kin kustu... Bayrağımızı yaktılar” (*Hürriyet*, 15 Haziran 1988).

### **8. Grubun Kendisinde Mahkûm Edilmesi**

Hedef grubun olumsuz anlamlarla yüklenen kökensel aidiyetleri (ırk, din gibi) üzerinden ötekileştirilmesini belirtir. Bu tarz, hedef grubun özünde 'kötü' veya 'bozuk' olmasını öne çıkardığından özelleştirici bir tarz sayılabilir. Örneğin:

“Çingeneler 1000 liraya oy satıyor” (*Hürriyet*, 14 Ekim 1981).

“TRT Genel Müdürü Cem Duna'nın kimliği tartışılırken Münevver Ayaşlı'dan bir iddia: Macar Yahudisi de diyorlar” (*Zaman*, 21 Eylül 1988).

### **9. Dış Grubu Soyutlama, Yalnız veya Zayıf Gösterme**

Grubun çeşitli gerekçelerle kimse tarafından istenmediğinin vurgulandığı, yalnız ve zayıf gösterilerek ötekileştirildiği durumlar bu tarzın bir örneği olarak kabul edilmiştir. Örneğin:

“Papandreu'nun 'Haçlı Seferi'ne Avrupa katılmadı” (*Tercüman*, 3 Mart 1982).

“PKK'nın öldürülen iki liderine aileleri bile sahip çıkmadı” (*Tercüman*, 15 Temmuz 1987).

## **III. Grup: Bu Araştırma İçin Belirlenen Tarzlara Göre Ötekileştirmeler**

### **10. Etik Dışı ve Yasadışı Davranışla Suçlama**

Mevcut yasal sistemi ihlâl eden ve bu haliyle de toplumsal yapı içinde etik sayılmayan, yasa dışı davranışlarla ilgili suçlamayı içeren gruplara yönelik ötekileştirme bu tarza dâhil edilmiştir. Bu tarz daha çok, grubun yasa, etik dışı eyleminin bir sonucu olarak kullanılmaktadır. Grup bu eylemiyle yasayı ihlal ederek hem toplumsal düzen hem de hukuk sisteminin işleyişi için tehdit olarak algılanmaktadır. Bu kategoriye daha çok kaçakçılık, karaborsacılık, vurgunculuk, dolandırıcılık, banka hortumlama, hayali ihracat ve

mafya gibi illegal örgütlenmelerin illegal eylemleri ile oluşan adi suçlar dâhil edilmiştir. Örneğin:

(Özal hükümeti için) “Bu gidiş nereye doğru? Hayali ihracat... Rüşvet salgını... Gümrük yağması...” (Cumhuriyet, 13 Şubat 1985).

“Yeşil reçetede Mafia parmağı... Çalıyorlar... Uyuşturucu ilaç alıyorlar... Ve 'hapçı'lara satıyorlar” (Hürriyet, 12 Mart 1986).

“İktidar savaş vurguncusu” (Hürriyet, 3 Ekim 1990).

### 11. Evrensel Değerlerden Yoksunluğu Vurgulama

Bu tarz, demokrasi, özgürlükler, insan hakları, uluslararası hukuk, basın özgürlüğü, insanlık, meslek etiği gibi başat grubun benimsediği ve evrensel sayılabilecek değerlerin yokluğu ya da ihlalinin öne çıkarılmasını belirtmektedir. Bu değerler, büyük ölçüde ortak olmakla birlikte, gazetenin ideolojisine bağlı olarak farklılık göstermektedir; söz gelimi “türban” konusunun din ve vicdan hürriyeti ve ya aksine kadın hakları bağlamında yorumlanması gibi. Örneğin:

“Yalan yazmaya utanmıyor musunuz?... Yalan haber günlüğü” (Zaman, 28 Şubat 1990).

(Sırplar için) “500 yıllık kin... Türklere karşı... insanlık dışı inanılmaz bir intikam duygusu ” (Hürriyet, 30 Kasım 1994).

“ABD'nin terörde çifte standardı” (Cumhuriyet, 27 Mart 1996).

(Türban yasağı için) “Demokrasinin helvasını dağıttılar ” (Zaman, 24 Ocak 2001).

### 12. Tehdit Kaynağı Olarak Gösterme

Ötekileştirmenin temel nedenlerinden biri bazı grupların, çeşitli nedenlerle (iç düzen ve huzur, toplumsal barış ve konsensüs, ulusal varlığın bekası gibi) bir 'tehdit' olarak algılanmasıdır. Tehdit kaynağı olarak gösterme, araçsal bir ötekileştirme biçimidir. Burada öteki, kendi özelliklerinden ziyade aidiyet grubuyla ilişkilerinden dolayı hedef seçilmektedir. Bu bağlamda, ulusal birliğe dışarıdan tehdit oluşturan ya da 'dışarıdaki biz'e (diğer ülkelerde yaşayan Müslümanlar, Türkler, diğer Müslüman ülkeler ya da Kıbrıs) 'düşmanlık' gösteren, düşmanı kışkırtan, Türkiye'nin dış politikasında engelleyici politikalar izleyen ulus veya devletler hedef olmaktadır. Örneğin:

“Kaddafi Çizmeyi Aşma! Libya lideri, bölücüleri destekledi, Türkiye'ye örtülü tehdit savurdu” (*Hürriyet*, 20 Ağustos 1986).

“ASALA Son tehdidinde gayesini açıkladı: Hedef Türk kuruluşları” (*Tercüman*, 8 Ekim 1986).

“Her zamanki Haçlı zihniyeti: Ermeni saldırganları koruyan Batı, Türk-İslâm ülkelerine bağımsızlığı çok görüyor” (*Zaman*, 4 Eylül 1991).

### 13. Bir Olayın Faili Olarak Suçlama

Bu tarz, hedef gruba, kamu vicdanı bakımından bir değer ifade eden bazı 'kötü' eylemlerin (büyük çaplı soygunlar, anarşi ve terör eylemleri, siyasi cinayetler gibi) sorumluluğunu yüklemeyi belirtmektedir. Örneğin:

“35 aydını yakan yobazlar...” (*Cumhuriyet*, 2 Temmuz 1997).

“Polis köşe bucak ararken, anarşistler nikah kıydılar” (*Hürriyet*, 30 Mayıs 1979).

“Manisa'da ülkücülerin terörü sürüyor, dün de çıkan olaylarda bir kişi öldürüldü” (*Cumhuriyet*, 27 Haziran 1979).

### 14. Düşman Görülen Bir Grupla İlişkilendirme

Bu tarz, bir grubu düşman olarak bilinen bir diğer grupla ilişkilendirmeyi belirtmektedir. Bu sayede, haksızlığı sabitlenmiş bir grubun olumsuzluğu öteki'ne transfer edilmektedir. Örneğin:

“Türk ve Alman komünistleri Duesseldorf'ta toplanıp Türkiye'ye karşı birlikte hareket etme kararı aldı... TKP ihanet işbirliği için anlaşma yaptı” (*Tercüman*, 11 Mayıs 1983),

“Polis-ülkücü terörist işbirliği eski” (*Cumhuriyet*, 6 Kasım 1996),

(PKK ile işbirliğine gönderme yaparak) “Hainler; Suriye, İran ve Irak'ta 10 merkezde yuvalanıyor...” (*Hürriyet*, 24 Haziran 1997).

### 15. Grubu Kendi Üyesine Kötüleme

Bu tarz, hedef grubu, bu grubun yanlısı bir kişi veya gruba (grupla etnik, kültürel, ideolojik işbirliği veya bağı olan) ya da bir grup üyesine kötüleme olarak tanımlanabilir. Bunun en somut tezahürü, eylemlerinden dolayı pişmanlık duyanlar ve itirafçılardır. Örneğin:

“DİSK’li işçiler feryat ediyor: ‘Komünist sendikalar bizi aldat-  
tı’” (*Tercüman*, 2 Temmuz 1980).

“İlginç ifşaat: Bir Yunan generalinin kaleminden... Yunan or-  
dusunun adiliklerini anlatıyor” (*Hürriyet*, 24 Ekim 1979).

(Esenboğa Havalimanı’ndaki eylemin faili ASALA militanı Le-  
von Ekmekçiyan’ın sözleri) “Ermeni milleti bilsin, asıl düşman  
Türkler değil, ASALA’dır” (*Tercüman*, 6 Ekim 1982).

## 16. İç Grubun Mağduriyeti Üzerinden Ötekileştirme

Aidiyet grubunu birtakım uygulamaların mağduru, kurbanı  
gibi gösterme ve mazlumlaştırma, bu uygulamaların faillerini öte-  
kileştirmektedir. Bu tarz, haber metinlerinin, en azından başlıkla-  
rında dış gruba genellikle doğrudan bir atıf içermemesi dolayısıyla  
örtük bir ötekileştirme tarzıdır. Ancak bu örtüklüğe rağmen haber,  
okuyucunun zihninde mevcut öteki şemalarına bir gönderme içere-  
mektedir. Örneğin:

“Ermeni terörünün kurbanı büyükelçi Bakar, devlet töreniyle  
toprağa verildi... Yine kalbimize gömdük” (*Tercüman*, 16 Mart  
1983).

“Başörtülüye Sırp zulmü: Yoklamada ‘Yok’ sayılıyorlar” (*Za-  
man*, 1 Aralık 1993).

“Başörtülü üniversiteliye zulüm!: Bölücü terör ülkeyi kan gö-  
lüne çevirirken, polis başörtülü öğrencilerle uğraşiyor” (*Za-  
man*, 27 Ekim 1993).

Çizelge-1’de görüldüğü üzere, 16 tarzdan yalnız 12’si dikkate  
değer bir sıklıkta tekrarlanmıştır. Bunlardan ilk üçü Bar-Tal’in, dör-  
düncü ve beşincisi Volpato ve Cantone’nin ayırt ettiği tarzlardandır;  
kalan yedisi bu araştırma için tarafımızdan ayırt edilmiş tarzlardır.  
Analiz sonucunda toplamda % 1’in altında kalan tarzlar ‘diğer’ ka-  
tegorisi altında gruplandırılmıştır. ‘Diğer’ kategorisi “sosyal dışla-  
ma”, “gruplar arası kıyaslama”, “dış grubun sayısal önemini abart-  
ma” ve “grubun kendisinde mahkûm edilmesi” tarzlarını içermek-  
tedir. Buna karşılık 12 tarz içinde sadece dördü % 10’un üzerinde yer  
almaktadır; “başat grubun temel özelliklerinin ve törelerinin yoklu-  
ğu”, “tehdit kaynağı olarak gösterme”, “bir olayın faili olarak suçla-  
ma” ve “düşman görülen bir gruba ilişkilendirme” tarzları.

Ötekileştirme Tazrları	Frekans	%
1. İnsanlık Dışına Atma - İnsanlıkta Alçaltma	279	7
2. Olumsuz Özellikler Atfetme	191	5
3. Siyasal Etiketleme	176	5
4. Başat Grubun Özellik, Değer ve Törelereinin Yokluğu	893	23
5. Dış Grubu Soyutlama, Yalnız veya Zayıf Gösterme	71	2
6. Etik Dışı / Yasadışı Davranışla Suçlama	258	7
7. Evrensel Değerlerden Yoksunluğu Vurgulama	340	9
8. Tehdit Kaynağı Olarak Gösterme	535	14
9. Bir Olayın Faili Olarak Suçlama	520	13
10. Düşman Gruplarla İlişkilendirme	425	11
11. Grubu Kendi Üyesine Kötüleme	62	2
12. İç Grubun Mağduriyeti Üzerinden Ötekileştirme	93	3
13. Diğer	48	2
Toplam	3.891	-

## 2

Çizelgedeki toplam ötekileştirme sayısı (3.891) ile yukarıda 3.004 olarak belirtilen ötekileştirme sayısı arasındaki fark, bazı haber metinlerinde birden fazla ötekileştirme yapılmasından ve bunların tabloya birinci tarzlarla toplanarak yansıtılmasından kaynaklanmaktadır.

**Çizelge-1:** Ötekileştirme tarzlarının dağılımı<sup>2</sup>

Çeşitli ötekileştirme tarzları, gazeteler tarafından eşit oranda kullanılmamaktadır. Çizelgedeki 12 boyut içerisinde, *Cumhuriyet* gazetesi sırasıyla en çok dördüncü, yedinci ve 10'uncu tarzları; *Hürriyet* dördüncü, sekizinci, altıncı ve 10'uncu tarzları; *Tercüman* sekizinci, 10'uncu ve dördüncü tarzları; *Zaman* ise dördüncü, sekizinci, 10'uncu ve yedinci tarzları işlemektedir. Tarzlar açısından baktığımızda "evrensel değerlerin yokluğunu vurgulama" tarzını sırasıyla en çok *Zaman* ve *Cumhuriyet*; "ulusal/toplumsal değerlerin yokluğunu vurgulama" tarzını *Cumhuriyet*, *Zaman*, *Tercüman* ve *Hürriyet*; "tehdit kaynağı olarak gösterme"yi en çok *Zaman*, *Tercüman* ve *Hürriyet*; "iç grubun mağduriyetini vurgulama"yı en çok *Zaman*; "bir

olayın faili olarak suçlama"yı en çok *Tercüman*; "düşman görülen bir grupta ilişkilendirme"yi en çok *Zaman* ve *Tercüman* (ve yakın oranda da *Cumhuriyet* ile *Hürriyet*); "etik/yasa dışı davranışlarla suçlama"yı ise en çok *Hürriyet* gazetesinin kullandığı görülmektedir. İncelenen gazetelerde, "grubun kendisinde mahkûm edilmesi", yani grup aidiyetinin kendisinde aşağılama ifadesi ve dolayısıyla ayrımcılık nedeni olması gibi bir durum görülmemektedir. Bu bulgu, toplumumuzda belirli bir gruba karşı yaygın ırkçı tutumların olmadığını, bir başka deyişle toplumun ebedi ve ezeli bir "iç düşman"ının bulunmadığını ve sonuç olarak çeşitli ötekileştirme tepkilerinde konjonktüre bağlı işlevsel tepki niteliğinin ağır bastığını düşündürmektedir.

## Tartışma

Ötekileştirme, insanın çeşitli kişileri, grupları, olayları ve durumları kategorilendirerek çevresini daha basit ve anlaşılır kılma eğilimiyle ilgili görünmektedir. Zira kategorilendirme, zorunlu olarak dile başvurmayı ve dilde mevcut niteleneleme sıfatlarını kullanmayı içermektedir. Bu bir adlandırma ve dolayısıyla etiketleme etkinliğidir.

Bu etkinlik gruplar planına taşındığında, kültürün içerisinde mevcut önyargı ve stereotiplerin kullanılması şeklini almaktadır. Toplumda mevcut gruplara bağlanan ön yargı ve stereotipler, esas olarak gruplar arasındaki çatışmalı ilişkilerin tarihinden ve dinamiklerinden kaynaklandığı ölçüde, ait olmadığımız gruplar hakkındaki söylemler, yanlı bir zemine kaymakta ve koşullara göre az ya da çok olumsuz bir haleye bürünmektedir. Kullanılan etiketler, gruplar arasındaki ilişkilerin dinamiğine göre 'basit adlandırma' ile 'düşmanlık derecesinde ötekileştirme' kutupları arasında gidip gelmektedir. Ayrımcılık söz konusu olduğunda etiketler, bir kişi veya grubun özelleştirilmesini sağlayan bir sembol olmaktan çıkarak 'damga'ya (*stigma*) ve bir sosyal yaraya dönüştürmektedir. Damgalama sürecinin acı, azap ve aşağılanma üreterek kişinin insan olma



niteliğini kısmen ya da tümünden yadsıdığını vurgulayan Moscovici'ye göre “damgalılar onları soyutlayan, diğerleriyle temaslarını engelleyen, onları ayrı bir türe sokan farklı bir ontolojik düzleme sokulur” (2002: 27).

Bir olay veya kişiyi, adlandırma ile etiketleme, etiketleme ile damgalama ya da ötekileştirme arasındaki sınırlar oldukça esnek ve geçirgendir. Bar-Tal'in de ortaya koyduğu gibi, aşırı olumsuz kategorilendirme, spesifik olarak çatışma durumlarında ve etnosantrizm sonucunda gözlenmektedir (1990: 66). Buna göre, toplumda gerilimli bir ortamın bulunması ve basın kuruluşlarının çatışan reel gruplarla bağlantılı olmaları halinde, gazeteler ötekileştirmeye doğru kaymaktadır. Çünkü bu tür ortamlarda, insanlarda kendi kategorisine kapanma ve diğer gruplarla farklılığı abartma eğilimi güçlenmekte ve bu da dünyaya, etnosantrizmi ifade eden ben-merkezli veya biz-merkezli bir perspektiften bakılmasına yol açmaktadır. Analizimizde “başat grubun temel özellik, değer ve törelerinin yokluğu” ve “tehdit kaynağı olarak gösterme” tarzlarının en sık başvurulan tarzlar olması, ülkenin yaşadığı iç çatışmalar ve dış sorunlar bağlamında, toplumun gazeteler üzerinden kendini 'savunma' tepkileri olarak yorumlanabilir. Hedef grupların “bir olayın faili olarak suçlanması” ve “düşman görülen diğer gruplarla ilişkilendirilmesi” de yine aynı yönde tepkilerdir. Bu tür ortamlarda kolektif öz-saygı ve kimlik duygusunun zayıflaması, uç tepkilere yol açmaktadır.

Bu konjonktürde ötekileştirme, kendi kimliğini negatif bir kutba, kötü bir referans noktasına karşıt olarak inşa etme çabalarının bir ürünü olarak görünmektedir. Gazeteler açısından bu negatif kutup, bazen tarihsel, kültürel veya ekonomik olarak çatışma halinde olunan bir grup bazen rakip bir basın kuruluşu bazen belirli bir güncel olay konusunda farklı pozisyonlar alan sivil toplum kuruluşları veya akımlar olmaktadır.

Esasen gazeteciliğin dili, mesleki etik ilkelerin çizdiği sınırlar içinde nadiren kalabilmektedir. Çünkü gazeteci gerçekliği pasif olarak izlemek ve kaydetmek yerine, söylemleri yoluyla inşa etmektedir. Söylem analizi perspektifinde (Parker, Wetherell, Potter gibi) bir

olayı veya durumu inşa eden önermeler sistemi olarak nitelendirilen 'söylem', dolayısıyla gazetecinin söylemi, bir olayın belirli bir versiyonunu, bir şekilde birlikte üreten önermeler, öyküler, imajlar, temsiller, metaforlar, anlamlar setini ifade etmektedir. Bu demektir ki, gazeteci söylemleriyle, söyleminin konu aldığı gerçekliği inşa etmektedir. Gazeteci, dünyayı 'ayniyle' temsil eden, sahneleyen veya yeniden sunan, mevcut kılan, kopyalayan bir konumda değildir. Nitekim aynı bir olay veya gerçeklik, bir gazeteciden diğerine farklı şekillerde anlatıldığı gibi aynı gazetenin iki ayrı konudaki anlatı tarzı da değişebilmektedir. ABD basınında Bosna ve Rwanda olayları hakkında dört yıl boyunca altı gazetede çıkan yazıları inceleyen Myers ve arkadaşlarının (1996) ortaya koyduğu gibi bu olaylar niteliği itibariyle birbirine benzer özellikler gösterse de farklı şekillerde yansıtılmıştır. Bezirgan Arar da (2002), medyada dört farklı gazete ve dört televizyon kanalında 1 Mayıs kutlamalarının işlenişini analizinde, buna paralel bulgulara ulaşmaktadır. Gazetelerin belirli bir konuda benzer bir anlatı ortaya koydukları bazı durumlarda ise konuyu, konunun kendisinden ziyade toplumdaki ortak stereotiplere göre anlattıkları gözlenmektedir. Nihayet belirli bir gazetenin öteki'leri kadar, bunlara yaklaşımı da zaman içinde değişiklik göstermektedir. Örneğin tekileştirme eğilimi bakımından 1990'ların *Cumhuriyet* veya *Zaman* gazeteleri, 2000'li yılların *Cumhuriyet* veya *Zaman* gazetelerinden farklı görünmektedir.

İletişimde kullanılan dil ve söylemler, bir topluluğun bakış açısını yansıtmakta ve bu bakış açısı, gazetecinin grup aidiyeti üzerinden devreye girerek onun haberi işleyişinde kendini göstermektedir. Fakat bu olgu, çoğu durumda okurların da sezgisel olarak kavradığı ve beklediği bir durumdur. Bu nedenle gazeteci, bazen bilinçli bir strateji izlemeksizin de aidiyetinin işaretlerini yansıtarak okurları nezdinde onay bulmaya, onlarla 'biz' oluşturmaya meyletmektedir. Bu durumda gazetecinin söylemleri grup aidiyetine uygun bir ideoloji üretiyorsa bu, dilbilimsel özelliklerden ziyade psiko-sosyal nedenlerden kaynaklanmaktadır. Gazetenin ideolojisi, her şeyden önce ötekileştirme hedeflerinin seçiminde kendini göstermektedir. Örneğin *Cumhuriyet* gazetesinin öteki'leri

arasında ilk yıllarda (1979 ve 1980) aşırı sağ örgütler, silah kaçakçıları, ABD ve uluslararası sermaye temsilcileri gibi yer alırken, son yıllarda (2000 sonrası) İslamcı örgütler, laiklik karşıtı gruplar, Refah Partisi ve AKP gibi partiler, küresel güçler gibi ön plana çıkmaktadır. *Hürriyet* gazetesi genel olarak belirli bir çizgide kalarak terör hareket ve örgütlerini (PKK, ASALA gibi), yasal düzeni bozan mafya ve çeteleri, siyasal partileri, İran ve Yunanistan'ı; *Tercüman* gazetesi ise esas olarak sol örgütleri ve Türkiye'nin düşmanı olan ülke ve milletleri (SSCB, Suriye, Yunanlılar, Rumlar, Bulgarlar, Ermeniler gibi) hedef almaktadır. *Zaman* gazetesinin ilk yıllarında Batı ve Hristiyanlar önemli bir ötekileştirme hedefi iken, bu eğilim 2000'li yıllarda kaybolmaktadır; ayrıca *Zaman*'ın öteki'leri arasında konjonktüre bağlı olarak mevcut sistemin çeşitli temsilci ve kurumları (YÖK, üniversiteler, basın), Ermeniler, Sırp, İsrail/Yahudiler, terör grupları (PKK) ön plana çıkmaktadır.

İncelediğimiz gazetelerde ötekileştirme etkinliği oldukça belirgindir. Bununla birlikte ötekileştirmenin kaçınılmaz olmadığı, bazı gazetelerin diğerlerine nazaran veya aynı gazete(cinin) bir konuya kıyasla bir başka konuda daha 'nesnel' (konunun niteliklerine daha sadık) davrandığı da açıkça görülmektedir. Burada önemli olan gazetecinin olaylar karşısındaki yaklaşımıdır. 'Betimsel ve bilgilendirici' bir anlayıştan 'değerlendirici ve yargılayıcı' bir anlayışa kaydıkça ötekileştirmeye doğru eğilim artmaktadır. Daha da önemlisi gazeteci, insanların günlük yaşamlarında olduğu gibi zaman darlığı, enerji tasarrufu veya türlü zorluklar nedeniyle, elindeki hazır bilgiyle yetinip basit zihinsel şemalar kullanarak kestirme yollardan yargıda bulunduğunda (heuristik tarz) yanlılıkları artacaktır. Fakat daha geniş bir kapasiteye sahip olup daha çok çaba ve zaman harcayan ve böylece olayların çeşitli boyutlarını bütünsel olarak kavrayan gazeteci (sistemik tarz), meslek etiğinde öngörülen değerlere daha yakın olacaktır. Gazeteciliği 'soylu' yanında mümkün kılan da budur.

### Kaynakça

- Alankuş Kural, Sevda (1995). "Medyada 'Öteki': Türbanlılar ve Kürtler." *Toplum ve Bilim* 67: 76-213.
- Alver, Füsün (2003). *Basında Yabancı Tasarım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Alver, Füsün (2005). "Kategorileştirme Söyleminde Medyanın Rolü." <http://www.istanbul.edu.tr/4.boyut/ilksayil/falver-kategorilestirme.htm>. Erişim tarihi: 28.08.2005.
- Bar-Tal, Daniel (1990). "Causes and Consequences of Delegitimization: Models of Conflict and Ethnocentrism." *Journal Of Social Issues* 46(1): 65-81.
- Bar-Tal, Daniel (1989). "Delegitimization: The Extreme Case of Stereotyping." *Stereotyping and Prejudice*. Daniel Bar-Tal, vd. (der.) içinde. New York: Springer-Verlag. 169-188.
- Baştürk Akça, Emel (2007). "Ege'de Sular Isındı': Yazılı Basın Söyleminde Yunanistan'ın Ötekileştirilmesi ve Kardak Krizi." *Kimlik, Medya ve Temsil*. Emel Baştürk Akça (der.) içinde. Ankara: Nobel Yayınevi. 3-48.
- Bezirgan Arar, Yurdağül (2009). *Sosyo-Politik Bağlama Göre Türk Basınının "Öteki"leri*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Bezirgan, Yurdağül (2002). *Haber Medyasında Dilin Kullanımı: Gazete ve Televizyon Haberlerinin Dili Kullanımı Açısından Karşılaştırmalı İçerik Analizi*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bilgin, Nuri (2008). *Sosyal Psikoloji*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Bilgin, Nuri (1977). "Haberlerin İşlenmesi." *Psikoloji Dergisi* 1(2): 9-17.
- Brookes, Heather J. (1995). "'Suit, Tie and A Touch Of Juju' The Ideological Construction Of Africa: A Critical Discourse Analysis of News on Africa in the British Press." *Discourse and Society* 6(4): 461-494.
- Chomsky, Noam (1993). *Medya Gerçeği*. Çev., Abdullah Yılmaz. İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Des Desert, Sophie, vd. (2003). "La Face Cachée du Journalisme!." *Nouvel Observateur* 2034: 9-12.
- Dursun, Çiler (2004). "İslamcı Basında Kemalizm Karşıtlığının Kurulması." *Haber, Hakikat ve Gerçeklik İlişkisi*. Çiler Dursun (der.) içinde. Ankara: Elips Kitap. 183-226.
- Gitlin, Todd (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Halimi, Serge ve Rimbart, Pierre (2004). "Contestation des Medias ou Contestation pour les Medias?." *Medias et Censure. Figures de l'Orthodoxie*. Pascal Durand (der.) içinde. Liege: Editions de l'Université de Liege. 137-152.
- Halsam, Nick, vd. (2007). "Dehumanization: A New Perspective." *Social Personality and Psychology Compass* 1(1): 409-422.
- Le Bohec, Jacques (2006). "La Communication Politique Désenchantée." *Sciences De l'Information et de la Communication*. Stéphane Olivési (der.) içinde. Grenoble: PUG. 79-96.
- Lemieux, Cyril (2003). "Ils Perdent Leur Légitimité." *Nouvel Observateur* 2034: 12.

- Leyens, Jacques-Philippe, vd. (2001). "Emotional Prejudice, Essentialism and Nationalism." *European Journal Of Social Psychology* 33: 704-717
- Leyens, Jacques-Philippe, vd. (2000). "The Emotional Side of Prejudice: The Attribution of Secondary Emotions to In Groups and Out Groups." *Personality and Social Psychology Review* 4(2):186-197. .
- Mathien, Michel (1992). *Les Journalistes et le Systeme Mediatique*. Paris: Hachette Superieur.
- Mercier, Arnaud (2004). "Pour La Communication Politique." *Revue Hermes* 38: 70-76.
- Metzger, Jean Paul (2006). "L'information-Documentation." *Sciences de l'Information et de la Communication*. Stéphane Olivesi (der) içinde. Grenoble: PUG. 43-62.
- Moles, Andre Abraham (1983). *Kültürün Toplumsal Dinamiği*. Çev., Nuri Bilgin. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Moscovici, Serge ve Hewstone, Miles (2003). "De La Science au Sens Commun." *Psychologie Sociale*. Serge Moscovici (der) içinde. Paris: Presses Universitaires de France. 545-572.
- Moscovici, Serge (2002). "Pensée Stigmatisée et Pensée Symbolique. Deux Formes Elementaires de la Pensée Sociale." *Les Formes De La Pensée Sociale*. C. Garnier (der) içinde. Paris: PUF. 21-53.
- Myers, Garth, vd. (1996). "The Inscription of Difference: New Coverage of The Conflicts in Rwanda and Bosnia." *Political Geography* 15: 21-46.
- Oren, Neta ve Bar-Tal, Daniel (2005). "La Delégitimation: Un Obstacle au Processus de Paix." *L'Autre: Regards Psycho-Sociaux*. Sanchez-Mazas, Margarita ve Licata, Laurent (der) içinde. Grenoble: PUG. 175-210.
- Vaes, Jeroen, vd. (2003). "On The Behavioral Consequences of Infrahumanization: The Implicit Role of Uniquely Human Emotions In Intergroup Relations." *Journal Of Personality And Social Psychology* 85(6): 1016-1034.
- Volpato, Chiara ve Cantone Ambra (2005). "Un Tout-Autre: Le Colonisé. Une Étude de Delégitimation dans la Presse Fasciste." *L'Autre: Regards Psycho-Sociaux*. Margarita Sanchez-Mazas ve Laurens Licata (der) içinde. Grenoble: PUG. 211- 240.



# Küresel Medya Ürünlerinin Yerelleştirilmesiyle Ulaşırı Gençlik Kültürlerinin İnşası: Rolling Stone/Türkiye Örneği

## Özet

Bu yazıda bir küresel kitle kültürü ürünü olarak *Rolling Stone (RS)* müzik dergisini inceliyorum. İncelemede, ABD ve Türkiye'de yayınlanan *RS* dergisinin aynı dönem sayılarını karşılaştırdım. Bunun için medya ve kültürel çalışmalar yöntemlerinden yararlandım. Batı ürünü imgeler, semboller, değerler nasıl yerelleştirilmekte ve anlamlar nasıl oluşturulmakta sorularını cevaplamak için metin analizi yöntemini uyguladım. Ayrıca Türkiye editörü Mehmet Tez ile derginin ekonomi politiği, editöryal üretim süreci ve yayın politikası üzerine bir görüşme yaptım. *Rolling Stone/Türkiye*, Haziran 2006'da üç farklı kapak/aynı içerikle *Ciner Medya Grubu* çatısı altında yayın hayatına başladı. Dergi günümüzde ABD dışında 16 farklı ülkede yayınlanmaktadır. Ulus aşırı sermayenin bir ürünü olarak bu kadar geniş alana yayılan bir küresel markayı incelemek, hitap ettiği hedef kitlenin "gençlerin" hayatını, diğer bir deyişle bazı yaşam biçimlerini nasıl dönüştürdüğünü ve homojenliğinin boyutlarını sorgulayabilmeyi tartışmaya açıyor.

**Anahtar sözcükler:** Küresel medya, gençlik kültürü, yerelleşme.

## *Construction of Transnational Youth Cultures by Localization of Global Media Products: The Case of Rolling Stone/Turkey*

### Abstract

In this paper, I'm analyzing *Rolling Stone (RS)* music magazine as a product of mass global culture. For this analysis, I compared and contrasted the *RS* volumes that were published in the USA and Turkey at the same periods. In order to manage this, I benefitted from the methods of media and cultural studies. I applied textual analysis method so as to reflect how West-oriented images, symbols and values are localized and how the meanings are constructed. Furthermore, I made an interview with *RS/Turkey* editor Mehmet Tez, about economy politics, editorial production stage and publishing policy of the magazine. *Rolling Stone/Turkey (RS/Turkey)* started to be published in June 2006 with three different cover/same content by *Ciner Media Group*. Examining a global brand that has spread over such a vast area paves the way for the arguments on questioning the dimensions of its homogeneity and how it transforms lives -in other words- life styles of the target audience "youth."

**Key words:** Global media, youth culture, localization.

**Murat İri**

*Istanbul Üniversitesi  
İletişim Fakültesi*

## Küresel Medya Ürünlerinin Yerelleştirilmesiyle Ulus aşırı Gençlik Kültürlerinin İnşası: Rolling Stone/Türkiye Örneği\*

\* Çalışmanın bu son şeklini almasındaki katkılarından dolayı Nilüfer Timisi'ye teşekkür ederim. *RS/Türkiye* Ocak-Şubat 2009 sayısı ile yayın hayatına son verdi. Gerekçe, küresel mali kriz ve derginin yeteri kadar reklam gelirinin olmaması, yani tamamen ekonomik. Dergi çalışanları işsiz kaldı, editör Mehmet Tez'e *Sabah* gazetesinde popüler müzik üzerine yazması için bir köşe önerildi; ancak Tez kabul etmedi. Şimdi *Milliyet*'te yazıyor.

1 Merkezdeki araştırmalar "medya-gençlik kültürü" kategorisinin karşı-hegemonik ve kuşaksal niteliklerinin altını çizmektedir. Buna göre 1950'lerin gençliği *beatnikler*, *toddy boy*'lar ve Amerikan *R&B* müzik tarzı ile nam salarken, 1960'larda bir kısım gençlik şikâh krizine bir kısım da seks, uyuşturucu, *rock'n roll* gibi hippie ve karşıkültürel krize girmiştir. 1970'lerde karşıkültürün ticarileşmesi ve benimsenmesi ile gençlik *punk*'a yönelmiş, 1980'lerden günümüze de *hip hop* kültürün küresel

Bu yazıda bir küresel kitle kültürü ürünü olarak *Rolling Stone* (*RS*) müzik dergisini inceliyorum. İncelemede, ABD ve Türkiye'de yayınlanan *RS* dergisinin aynı dönem sayılarını karşılaştırdım. Böylece ulus aşırı kültür endüstrisinin genişleme stratejilerini, dergide gençlere ne tür yaşam biçimleri ve ideal gençlik kimliklerinin sunulduğunu, bu kimliklerin yerel değerlerle ne ölçüde örtüştüğünü anlamaya çalıştım.

Bunun için özellikle "medya-gençlik kültürü" kategorisi üzerine 1950'lerden bu yana önemli tartışmaların yapılageldiği Çağdaş (İngiliz) Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin<sup>1</sup> yöntemlerinden yararlandım: Batı ürünü imgeler, semboller, değerler nasıl yerleştirilmekte ve anlamlar nasıl oluşturulmakta sorularını cevaplamak için metin analizi yöntemini uyguladım. Metin analizi için araştırma evrenini her iki ülkede 2008 yaz aylarında yayınlanan toplam 10 sayı oluşturuyor<sup>2</sup>. Bu sayılarda küresel ve yerel gençlik konularının neler, aynı tarihli ABD ve Türkiye sayılarında nasıl benzerlik ya da farklılıklar olduğunu açığa çıkardım. Ayrıca Türkiye editörü Mehmet Tez ile derginin ekonomi politiği, editöryal üretim süreci ve yayın politikası üzerine bir görüşme yaptım. Böylece *RS*, ulus aşırı kültürel ürününün ne tür politikalar ve stratejiler çerçevesinde Türkiye'de üretildiği, yerel ve küresel değerlerin hangi mücadele alanları içinde inşa edildiğini de inceledim. Son bölümde, gençlik dergilerinin ulus aşırılışması ile bu yayınların gençlik kültürlerinin oluşmasında homojenleştirici bir kültürel temsil biçiminin mi yoksa çoklu söylemlerin mi oluşmasına katkıda bulunabileceğini tartıştım.



## Küresel Medyanın Kültürel Üretimi

20. yüzyılın son dönemi ve 21. yüzyılın şu an yaşamakta olduğumuz ilk döneminde sermaye ve emeğin ulus aşırılması, beraberinde sadece ekonomik ve politik değil aynı zamanda kültürel alanın da küreselleşmesini getirdi. Buna bağlı olarak kültürel ürünler artık çok hızlı üretiliyor, dağıtılıyor ve tüketiliyor. Bu hızlı küreselleşme ile popüler kültür ürünlerinin dolaşımı hız kazandı ve popüler kültüre, modern kitle iletişim araçlarıyla metalaştırılan, ulusal sınır tanımayan “kültür” ya da “küresel kitle kültürü” de denmeye başlandı (Hall, 1998: 47).

“Kültür” kavramı söz konusu olduğunda Raymond Williams'ı mutlaka anımsamak gerekir. Williams kavram için üç anlam önerir: “genel bir entelektüel, tinsel ve estetik gelişim süreci - medeniyet olarak kültür; entelektüel ve sanatsal faaliyet yapıtları ve pratikleri -, yüksek kültür ve üçüncü olarak da kişilerin, bir dönemin veya bir grubun yaşam biçimi” (1983: 90). Anthony Giddens'in işaret ettiği gibi sosyologlar, sonuncu tanımı kullanma eğilimindedir. (1989: 31) Bu yaşam biçimi ise “bir grubun üyelerinin inandıkları değerlerden, izledikleri normlardan ve yarattıkları maddi şeylerden” oluşmaktadır (Giddens, 1989: 31). Dolayısıyla kültür bu çalışmada, gündelik yaşamı biçimlendiren, toplumsal anlamları ve ilişkileri devam ettirip üreten özelliklerin toplamı olarak tanımlanmakta ve bir gündelik yaşam pratiği olarak kültürün inşasında sanat, edebiyat, medya ve her türlü temsil biçimi birlikte düşünölmektedir. Bu araştırma-

popüleritesi artmıştır (Hebdige, 1988). Gençlik artan bir biçimde sert *rap* altkültürünün kentli ama imkanları kıt “çete” stillerine yönelmektedir.

### 2

Haziran, Temmuz ve Ağustos 2008 sayılarına ek olarak Türkiye edisyonu için ayrıca Eylül 2008 sayısı da araştırma kapsamındadır. Dolayısıyla Türkiye'den dört, ABD'de ayda iki sayı yayınlandığı için oradan da altı sayı olmak üzere toplam 10 sayı incelenmiştir.

nın konusuyla ilgili olarak küresel gençlik kültürünün yaygınlaşmasında medyanın çok önemli rolü bulunmaktadır. Medyanın sahipliği ile küresel aktörlerin birlikteliğini elinde tutan egemen kültürler, diğer kültürlerin gençlik tasavvurları üzerinde söz sahibi olabilmektedir.

“Küresel gençlik kültürü” disiplinlerarası bir kategori. Melez kültürlerin ve kimliklerin karmaşık yapısının ortaya çıkışını anlamlandırabilmek için kullanılıyor. Bu tarz kültür ve kimlikler de dünyaya çapında gençlerin gündelik yaşamlarında bilgi ve iletişim teknolojileri, sinema, televizyon, müzik, dergi gibi medya tercihleri doğrultusunda artarak vuku bulmakta. Özellikle iletişim teknolojilerinin kurduğu günümüzün bu karmaşık matrisinde küresel ve yerel, homojenleştirme ve farklılaştırma gibi günümüz gençliğinin yaşam tarzlarının, performanslarının ve sosyopolitik pratiklerinin birbiriyile etkileşime girmesinde oldukça etkili. Küresel medya kültürünün genişlemesinde 15-24 yaş arası insanların rolü en büyük. Çünkü bu grup küresel olarak en önemli tüketici sınıfı oluşturuyor (Muggleton, 2003).

“Küresel gençlik kültürü”nün, Frankfurt Okulu'nun “kültür endüstrisi” kavramsallaştırması ile ilgisi kurulabilir. Diğer bir deyişle, endüstrileşmiş ve kitlesel olarak üretilen kültür ve ticari zorunluluklar küresel kapitalizmi yönlendirmektedir ve amaçlarını meşrulaştırmak için gençlerin yeni medya teknolojilerine bağımlılıklarını kullanarak onları kapitalist sisteme entegre eder. Bu yaklaşıma göre filmlere, *MTV*'de yayınlanan müzik videolarına, televizyon programlarına, gençlik dergilerine ve hatta internete küresel gençlik aktif olarak yanıt vermekte ve böylece modern ve kozmopolit Batı kültürüyle özdeşleşmektedir. Buna bağlı olarak da küresel gençlik kültürü tehlikeli bir biçimde emperyalist ve budunmerkezci olarak kabul edilir (Fornas and Bolin, 1995).

Diğer taraftan küresel popüler kültürün postmodern farklılığı, melezleşmiş kozmopolitliği, seslerin, kültürel formların ve tarzların çoğalmasını da teşvik ettiği öne sürülmektedir. Böylece gençler yeni kültürel olanaklarla güçlendirilmekte ve kendi toplumlarını sor-

gülayıcı tavırlar takınabilmektedirler. Küresel gençlik kültürü hatalı bir biçimde basitçe homojen ve emperyalist olarak karakterize edilirken, ekonomi politik eleştirisi mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır. Burada toplumun McDonalddlaşması ve Cocakolonizasyonu gibi kavramlar gündeme gelmektedir (Kellner, 1995).

Günümüzde dev medya firmalarının çoğu bir taraftan Kuzey Amerika merkezli ve bir taraftan da çok uluslu bir yapıya sahip. Ancak en önemlisi de küresel medya piyasası üzerinde tartışmasız egemen bir konumda. Stratejileri ve politikaları da özellikle 20. yüzyılın sonlarından ve 11 Eylül saldırılarından itibaren yeni eğilimler gösteriyor: ABD-AB merkezli üretim ve uluslararası dağıtım modelinden uzaklaşıp, ulus aşırı 'üretim ve dağıtım' modeline yönelmek (Schröder, 2007). Bu durum küçük, bağımlı, yerel ekonomiler yaratılmasına yol açtı ve böylece içerik "yerelleştirildi". Farklılıklar özümşenerek daha büyük, daha kapsayıcı ve aslında Amerikan bir çerçevenin içine yerleştirildi (Hall, 1998: 49). Böylece egemen kültür ve sermaye farklı coğrafyalardaki sermaye biçimlerine sızabildi. Onları silip yok etmeye kalkışmadan kullanarak onların aracılığıyla işliyor. Küresel kitle kültürü, yerel sermayelerle diğer ekonomik ve politik güçlerin işbirlik alanı içinde hüküm sürüyor. Miller ve arkadaşları (2005: 46) bunu basitçe aşağıdaki gibi şemalaştırır:



3

Holding bu satıştan doğan 30 milyon TL tutarındaki vergiyi 2007 Nisan'ında ödediğini belirtmiştir. Ancak satışın 2006'da yapıldığı ve verginin de aynı yıl ödenmesi gerektiğine hükmedildiğini belirterek, 2009'da aldığı vergi cezasını ve gerekçesini yalanlamıştır.

1989'da *Time* ve *Warner Bros/AOL* birleşip *AOL/Time Warner* kuruldu. Kuruluş, *CNN* dahil 15 televizyon kanalının, *People-Life-Time* dahil 64 derginin, *Warner Bros*, *New Line* dahil üç sinema stüdyosunun, *America Online* ve *Netscape* dahil dört internet şirketinin sahibi. *Doğan Medya Grubu*, *Time Warner* ile 2000'de *CNNTürk*'ü yayına geçirdi. *CNN* kanalının küresel alanda izlediği yayın politikasına paralel bir yayın anlayışı bulunuyor. Yine *Doğan Grubu*, eğlence kanalı *TNT* ve çocuk kanalı *Cartoon Network*'ün Türkiye'de yayını için *Turner Broadcasting System* ile işbirliğine girdi. Garanti Bankası'nın sahibi *Doğuş Grubu*'nun *Kanal E*'si ile *CNBC*, 2000 yılından bu yana *CNBC-e* adı altında yayın yapıyor. *CNBC*'nin sahibi ise Amerikan haber kanalı *NBC*. Kanadalı *CanWest Grubu*, *Süper FM*, *Metro FM*, *Joy FM* ve *Joy Türk*'ü aldı. Yine ABD'den *News Corporation*'ın sahibi Rupert Murdoch 2006'da *TGRT*'yi satın aldı, *FOX TV* olarak yayına başladı. *News Corporation*, *National Geographic Channel*'in da sahibi. 2007 yılında *Doğan TV* holding hisselerinin % 25'ini Alman *Axel Springer*'e sattı<sup>3</sup>. Türkiye'deki film dağıtım sektöründe Amerikan şirketlerinin önemli rolü *Cosmopolitan*, *Elle* ve *OK* gibi yabancı dergilerin artık Türkiye'de Türkçe çıkması gibi *RS* gençlik ve müzik dergisi de bu örnekler arasına katılabilecek bir medya ürünüdür. Bu çalışmada *RS* dergisi özelinde küresel-yerel medya arasındaki ilişki yerel kültürel gençlik kimliklerinin üretimi açısından incelenmektedir.

## Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, İçeriğin Yerelleştirilmesi: *Rolling Stone*/Türkiye Örneği

*Rolling Stone*, müzik, politika ve popüler kültür konularını işleyen ABD merkezli bir dergidir. Dergi, 1967 yılında Jann Wenner ve Ralph J. Gleason tarafından San Francisco'da kuruldu, 1980'lerde New York'a taşındı. İlk çıktığında dönemin hippy karşı kültürü ile kimliklenen ve onu konu edinen bir dergi olmasına rağmen dönemin yer altı (*underground*) nitelikli yayınlarından kendini ayırmaktaydı. 1970'lerde politik konulara da yer vermeye başladı. Sahibi Jann Wenner 1967'de San Fransisco'da ilk çıkardığında dergi, fanzin

özellikleri taşıyan bir yayındı<sup>4</sup>. 1990'larda (iyi bir gazeteci olan Robert Love'in yerine) bir erkek dergisi olan *FHM*'in (*For Him Magazine* - Türkiye'de yine *Ciner Medya Grubu* çatısı altında yayınlanmaktadır) direktörünü (Ed Needham) bünyesine aldı ve daha genç okurlara, daha seks içerikli bir dergi ile ulaşılmaya başlandı. Bununla birlikte dergiye müzik ve karşıkültür yayını olmaktan uzaklaşıp tabloidleşmeye başladığı yönünde eleştiriler yöneltildi. Yine buna bağlı olarak politik içeriği artırıldı, bu da derginin tirajını artırdı, artık dergi ABD'de Demokrat kesimi açıkça desteklemekteydi. *Rock* "örümcek kafalılığı" nı ve erkek egemenliğini de temsil ettiği iddiaları ve müzikten daha çok sinema ve politika yıldızlarına da yönelmesi diğer eleştiriler arasındadır. Dergi, ABD'de *MTV* ile en baskın müzik promosyon gücü olarak görülüyor. Günümüzde 1970'lerin stil gazeteciliği (araştırmacı, farklı seslere yer veren, karmaşık söyleşilerin olduğu) ile eğlence dergiciliğinin bir alaşımı. Pop kültürün üretilmesinde ve yeniden üretilmesinde önemli bir güç olarak nitelendiriliyor. ABD'de gençlerin en çok söz ettiği dergiler arasında *Cosmopolitan*, *Sports Illustrated*, *Maxim*, *People* ve *Glamour*'dan sonra altıncı sırada bulunuyor (Austin vd, 2002: 30).

*Rolling Stone*/Türkiye, Haziran 2006'da üç farklı kapak/aynı içerikle (Madonna, Red Hot Chili Peppers, Mor ve Ötesi) *Ciner Medya Grubu* çatısı altında yayın hayatına başladı. Dergi, orijinal *RS* dergisinden ve *RS*'nin 40 yıllık arşivinden haberler ve röportajları her sayısında kullanmakla beraber yerel içerik ve röportajlara da yer veriyor. *RS*, 1990'lara kadar sadece Kuzey Amerika'da yayınlandı. Günümüzde ise 16 farklı ülke (Avustralya, Arjantin, Brezilya, Çin, Almanya, Endonezya, İtalya, İspanya, Meksika, Japonya, Hindistan, Fransa, Kolombiya, Şili, Rusya, Türkiye) edisyonu yayınlanmaktadır. Ulus aşırı sermayenin bir ürünü olarak bu kadar geniş alana yayılan bir küresel markayı hem metin analizi ile hem de ekonomi politikası açısından incelemek, hitap ettiği hedef kitlenin (gençlerin) hayatını nasıl yeniden inşa edip temsili olarak nasıl dönüştürdüğünü ve homojenliğinin boyutlarını sorgulayabilmeyi tartışmaya açıyor.

4 Fanzin, belli bir pop grubunun ya da futbol takımının fanlarının çıkarttıkları dergidir. Profesyonel gazeteciler değil, fanatikler yazı yazar.

## **RS/Türkiye'nin Editoryal Üretim Süreci ve Yayın Politikası**

### **İçeriğin Oluşturulması**

Sahibi (Amerikan) *Wenner Media*'nın, RS dışında *US Weekly* ve *Men's Journal* olmak üzere iki dergisi daha var. *Ciner Medya Grubu*, Türkiye edisyonu için *Wenner*'a belli bir miktar para ödüyor. Editör Mehmet Tez dergiyi istedikleri gibi çıkardıklarını belirtiyor, içerik açısından bazı kurallar var ama sıkı kurallar değil. Editöre güvendikleri ölçüde çıkan bir dergi. Yerel içeriklerde doğrudan bir kontrol yok, tamamen serbest. Tamamen Tez'in kararına bağlı, istediği konuyu koyuyor istemediğini koymuyor, okurun profilini bildiği için onun hoşuna gidecek konuları da biliyor ve ona göre oluşturuyor, okura göre değiştirerek ele alıyor. Kısaltıyor, uzatıyor, dosya haline getiriyor. ABD'den yazı sipariş edebiliyor RS/Türkiye'ye özel. Onların küçük gördüğü ama burada daha ünlü olan kişilerle ilgili yazı isteyebiliyor. Yerel konulara dergiyi daha fazla yerli okura ulaştırabilmek kaygısından dolayı istediği gibi yer veriyor, ABD'den bu konuda bir kısıtlama yok.

ABD'deki sayı orada çıkmadan Mehmet Tez ve ekibine ulaşıyor. Zaten yayın çizelgesi (*publishing schedule*) kapsamında neyin çıkacağı aşağı yukarı belli. Yayın çizelgesi derginin yıl boyu hangi kapakları, hangi ekleri, hangi dosya konularını ele alacağını ay ay planlayan bir iş takvimi. Bu takvim gelişmelere göre değişebilen esnek bir plan. Buradan, popüler kültürde neyin nasıl sunulacağını gelecek bir yılı kapsayan önemli bir tasarım stratejisi olduğu da çıkarsanabiliyor. Popüler kültür çok çeşitli şirketler tarafından oluşturulmaktadır ve bu şirketlerin denetimi elitlerin elindeyse de popüler kültür dünyanın her yanında geniş kitleleri etkilemektedir. İtici güç, medya profesyonellerinin kazandıkları paranın miktarını artırmak istemeleridir.

ABD sayısındaki fotoğraf ve makaleleri istedikleri gibi kullanıyorlar; ama tabii belli şartlar var. ABD'dekinin belli bir telif hakkı süresi var. Bu süre geçince fotoğraflar fotoğrafçıdan belli bir para (telif karşılığı) satın alınıyor. Yazar ve yazısı için de aynı kural ge-

çerli. Bu, Amerika'dan gelen malzeme için geçerli. RS/Türkiye'ye özgü fotoğraf ve yazılar için aynı tarz bir telif hakkı anlaşması söz konusu değil. ABD'ye her halükarda yıllık olarak ödenen isim hakkının yanında fotoğraf-yazılar için de para mutlaka ödeniyor diğer bir deyişle. ABD'ye bol miktarda para akışı söz konusu.

“RS/ABD'de sansür diye bir şey yok, varsa bizde, Türkiye'de var sansür” diyor Tez. ABD sayısında çıkan politik yazıların benzerlerinin %1'i Türkiye edisyonunda çıksa mesela başbakan hakkında, burada bombayla havaya uçurulacaklarını iddia ediyor. Tez'e göre RS/ABD sansürden söz edilebilecek en son dergi ve buna bağlı olarak yerli edisyonda da olmadığını belirtiyor:

Türkiye'de her yerde sansür var. Ama mesela politik bir yazı yazıp da onu sansürlediğimiz olmadı hiç. Belli bir yayın politikası var, biz de o doğrultuda devam ediyoruz. Zaman zaman röportajlar yapıyoruz, mesela 2007 seçimi öncesi Baskın Oran'la yaptığımız var en yakın örnek olarak. Orada pek çok şey vardı hiçbirine dokunmadık. Ama her sayıda politik bir konu ele alalım diye bir kaygımız da yok. Çünkü RS burada daha ziyade bir müzik dergisi olarak konumlanıyor. Ve bunu aslında okuyucu konumlandırıyor biz ne yaparsak yapalım. Onun dışında müziğin dışındaki konularda da genç insanlara bilgi sunuyoruz, gündemde ilginç bir konu varsa onu da ele alıyoruz tabii mutlaka. Bizim sanatçılarla yaptığımız röportajlarda da siyaset vardır bir biçimde aslında. Geçen yıl sonunda Hayko Cepkin'le yaptığımız röportajda onun şarkıları nasıl yaptığını konuşmadık mesela. Tüm yılın olaylarını konuştuk, Hayko da Ermeni kökenli bir Türk sanatçı olarak yorumladı.

Bu bağlamda sansür, aslında her Türkiye vatandaşının toplumsallaşma sürecinde edinip içselleştirdiği oto sansür olarak belirliyor.

ABD'de RS demokratları destekliyor. Obama ile ilgili haberin aynısı çevrilip bire bir Türkiye sayısında yayınlanıyor. ABD'deki demokratları desteklediklerinden değil ama şu an insanların en çok konuştuğu konulardan biri Obama diyor Tez. McCain değil mesela, Obama. Çünkü herkes Obama gelince bir şeylerin değişeceğine inanıyor, Tez'e göre. Savaş biter mi, ekonomi düzeler mi, bunların bu

kritik bölgede yaşayanlar olarak bizi de yakından ilgilendirdiğini söylüyor. “Ayrıca Türkiye’de bir yayın organının Obama ile röportaj yapması kolay değil, bu artık bir durum, biz de koyduk” diye faydacı bir yaklaşımla ekliyor.

ABD’li bir yazarın yazısı alınmaya karar verildiğinde bire bir çevrilip koyuluyor. Ama geliştirmek de mümkün, o zaman ekstra müdahaleler olabiliyor, kutular açılıyor, bağlantılı başka konular alınabiliyor, metinler/fotolar koyulabiliyor. Yazarın yazısını değiştirmek değil ama konu genel olarak ele alındığında buradan bakışla ele alınıyor tabii ki, öyle olmak zorunda, diyor Tez. Böylece “yelleştirme” denen sürecin nasıl bir yol izlediğini gözlemleyebiliyoruz. Medya profesyonelleri dış kaynaklı haberin Türkiyeli okura seslenen taraflarını öne çıkarmalı, yoksa dergi satmaz, alan olmaz. John Cougar Mellencamp’li kapak, Metallica kapaklı edisyondan çok daha az satar. Çünkü Türkiye’de Metallica’yı daha çok seven ve bilen okur var.

Yurtdışından festival haberlerinin hepsi alınmıyor, farklıysa, değişik fotoğraflar varsa alınıyor. Katılan grupları anlatan festival yazılarından çok oradaki festival ruhu nasıl, katılan gençler neler yapıyor, festivali nasıl yaşıyorlar üzerinde duruluyor. Orada festivale gitmek nasıl bir şey, insanlar nasıl davranıyor üzerinde duruluyor. Tez ve arkadaşlarının gittikleri yurtdışı festivaller önemseniyor ve dolayısıyla içerikte yer alıyor. Böylece orada neler olup bittiğini okur, Tez ve arkadaşlarının gözünden okuyabiliyor. ABD’li birinin yazmasıyla Tez ve arkadaşlarının yazması çok farklı. Mehmet Tez açısından yazmak daha önemli. Çünkü Tez’e göre böylece Türk okurunun bakış açısı yansıtılabilir. “Mesela başkanlık seçimiyle ilgili çeviri bir makale okumakla, olayı orada takip eden bir Türk muhabirin yazısını okumak arasındaki fark. Türk yazar bizi daha fazla ilgilendiren konulara girer... doğal olarak” diyor Tez. Tam da Stuart Hall’un belirttiği gibi aslında küçük Amerikanlık üretilmiyor (1998: 49), farklılıkları çoktan özümseyerek Türkiye okuruna nasıl bir dille hitap edileceğini çözmüş medya profesyoneli aslında bu dille daha büyük, daha kapsayıcı ve aslında Amerikan bir çerçevenin içine yerleştirerek kurguluyor.



### **Biçimsel Özelliklerin Dönüştürülmesi**

Dergi, Türkiye'de Nisan 2007'ye kadar orijinal boyutlarıyla çıktı. Ama bu boyutu okurlardan şikayet aldı. Ciltli olmasını istedi, ciltlinin daha sağlam olduğu düşünülüyor. Orijinal boyut 60'lardan gelen geleneğin devamı, hatta gazete gibi çıkmış önce, sonra dergiye dönüşüyor. Burada aylık, ABD'de 15 günde bir çıkıyor, bunun da etkisi var boyutlarda. Aylık dergiler ciltli ve daha küçük çıkar, 15'lik ya da haftalıklar daha farklı boyuttadır, diyor Tez. Burada okur da tasvip etmiyor pek ABD gibi olmasını, saklamak için uygun olmadığını arşivciler özellikle söylüyor. Okurun da en sevdiği boyut bu.

Kapak ABD sayısından olabiliyor, bazen de Türkiye çalışanları istediklerini koyuyor. Kapağın Amerikanlılığı da kapaktaki sanatçıya, ne zaman kapak olduğuna bağlı<sup>5</sup>. "Etrafa bir bakın Amerikan olmayan bir şey görüyor musunuz?" diye soruyor Mehmet Tez söyleşi sırasında. Dolayısıyla artık Amerikan olarak bakmadığını, çünkü Amerika'nın "uluslararası" olanı temsil ettiğini ve böylece de "uluslararası" olarak baktığını söylüyor. RS sadece Amerikan pazarına yönelik kapaklar da yapıyor, o zaman o kapağı kullanmıyorlar. Örneğin Metallica kapaksa onu elbette koyuyor. İstanbul konserinde grubu 40 bin kişinin izlediğini belirtiyor. Ama John Cougar Mellencamp kapak olsa koymayacağını altını da çiziyor. Kapakta Türk sanatçı ya da gruplar da olabilir, dediği gibi ABD'den bir kısıtlama yok. Ama şimdiye kadar yerli olarak sadece Mor ve Ötesi, o da ilk sayıda olmak üzere, kapak olmuş. Diğer ülke edisyonları ile paslaşmalar da olabiliyor. Mesela Metallica konserinin güzel fotoğraflarını isteyebilirler ve kullanabilirler. Yurtdışına malzeme sağladıkları da oluyor. Bu bağlamda Türkiye edisyonuna ödenecek ücret anlaşması yukarıda da belirttiğim gibi, yok.

### **Derginin Cinsiyet Politikası**

RS/ ABD'nin 2005'te yayınlanan bir sayısında tüm zamanların en iyi 100 şarkıcısı arasında sadece Aretha Franlin (9. sırada) ve Madonna (36. sırada) var kadın olarak. Yine aynı yıl çıkan bir başka sayıda tüm zamanların en iyi 500 şarkısı içinde 445 şarkı erkeklerin söylediği şarkılar. Buradan da anlaşılacağı üzere dergi erkek(si) bir

5

"Kapağın Amerikanlılığı" biçimsel bir tanımlama. Parlak ışık, net görüntü, mutlaka gülen, parıldayan ve/ya da davet eden, seksi gözler. Örneğin Cindy Crawford'un kapak olduğu ABD sayısı "Kapağın Amerikanlılığı"nu en iyi temsil eden bir kompozisyona sahip. Kolları çıplak göğüslerini kapatmış. Kalçalarını yarı kısmına kadar gösteren bir fotoğraf ve kasık bölgesi bir parça kumaşla örtülmüş.

6

Derginin araştırma ve anketlerinde 9:1 oranında erkek:kadın dağılımı varken, albüm satışlarını gösteren nesnel veriler tüm zamanların en çok satan 10 albümü içinde dört kadın şarkıcının albümünün olduğunu gösteriyor. Diğer bir deyişle derginin anket ve araştırmaları piyasayla tam örtüşmediği gibi erkek egemen ideolojinin dergide nasıl baskın olduğunu gözler önüne seriyor (Millar, 2008: 40).

dergi<sup>6</sup> (Millar 2008: 40). Türk RS de ABD'deki gibi erkek(s) bir dergi. Araba ve motorsiklet, seks pozisyonları videoları, erkek parfümleri, traş bıçağı, penis büyütme şurubu, puro gibi erkeklerle yönelik ürünlerin reklamlarına ABD edisyonunda sıkça rastlanıyor.

Diğer müzik dergilerine göre biz daha erkeksiyiz. ABD'deki tamamen erkeksi değil. Oran 65'e 35 erkekler lehinedir ABD'de. Bizde de aşağı yukarı böyle. Belki kadın okurumuz biraz daha fazla. Türkiye'de müzik dinleyen ve tüketen genç kitlenin çok geniş bölümü genç kızlar. Bu müzik dergilerinin okur profili ne de yansıyor. Diğer dergilerde oran yarı yarıya veya kadınlar lehine daha fazladır. Yani biz Türkiye'ye göre daha erkek, ABD'ye göre daha kadınız okur bakımından diyor Tez.

Aboneler arasında erkekler daha çok. Diğer dergilere nazaran da erkek okur sayısı daha fazla. İki ana grup var, 15-17 yaş ile 21-25 yaş. Bunlar en büyük iki grup. Bunun dışında 17-20 yaş ve 24-35 yaş arası gruplar var. 15-35 yaş arası dört eşit parça da denebilir ama ağırlık 15-17 ve 21-25. %90'ı neredeyse A (yani üst-orta sınıf, profesyonel, başarılı) ve B (orta sınıf) gelir seviyesinde. Aboneler dahil derginin ortalama tirajı 14 bin civarında. Sonbahar ve ilkbaharda satışlar artıyor. Diğer aylarda düşüyor.

### Reklam Politikası

Reklamlar ile *Ciner Medya Grubu*'nun reklam bölümü ilgileniyor. Her dergi aslında reklam etmeye yönelik çalışıyor ama mesela *MTV* tamamen reklam/tanıtım odaklı bir televizyon diye ekliyor Tez ve devam ediyor:

Biz biraz daha eleştireliz, yani şarkıyı, şarkıyı, klipi/albümü promot etmeye yönelik değil. Mainstream'e çok bulaşmıyoruz, bulaşsak da anlamak için bulaşıyoruz. Promot ettiğimiz şeyler var ama daha alternatif şeyler. Hande Yener röportajı okurdan çok tepki aldı mesela. Okur tercihleri konusunda bu bağlamda muhafazakar aslında. Dergiyi çok fazla, bizden fazla sahipleniyor. Sevdiği gruplar ve dünyanın takdir ettiği sanatçılar olacak, onun dışında bir şey olunca deliriyorlar. Ama hayat böyle değil ki. Hande Yener'den nefret ediyorlar, popçu diyorlar, bu bizim dergimiz, onların girmediği alan, şimdi bu kadın niye burada, yani ideolojik düşünüyor. Bu kadının hikayesinde ilginç bir şey olabilir mi, gerçekten nasıl biri? Popçuları şu ana

kadar hep magazin basınından gördünüz, çünkü müzik endüstrisi olmadığı için müzik gazeteciliği de yok. Farklı açıdan, yani aşağılamıyorum farklı bir kategori magazin, yok neresi açık, sevgilisi kim, ne kullanıyor? bağlamında ilgileniyor, dolaşısıyla *Hürriyet/Kelebek*'te promot etmek durumunda. Magazin olarak değil de gerçekten müzikal olarak ele alınca acaba ne olur? Biz buna bakmaya çalışıyoruz. Bu magazinelliği kırmak istiyoruz yani biz. Fakat okur muhafazakar bu bağlamda ve aslında haklı da. Çünkü dergiyi Hande Yener değil Metallica okumak için alıyor. Elbette okur dergiyi şekillendirir. Hande Yener dinle demiyorum ben ama oku ve bilgin olsun müzikal seyriyle ilgili çünkü bu Türkiye'deki müziğin de bir tarihidir. Yani ansiklopedicilik yapmak değil amacımız, o zaman gir nete, istediğin kadar bilgi var. Burada önemli olan farklı açıdan bakıp yazmak ve okuru bunu anlamaya, düşünmeye yöneltmek.

Türkiye edisyonunun her sayısında Stil Özel bölümünde yabancı sanatçı/grupların giyim kuşam markası olarak hangi küresel ürünleri tercih ettiklerini anlatan foto-yazılar bulunuyor. ABD edisyonunda kapak öyküsü üzerinde en çok durulan konu. Bunu çevre duyarlı ve yaklaşan seçimlerle de ilgili haberler takip ediyor. Yeni albümler ve filmler de en çok üzerinde durulan konular arasında. ABD edisyonunun toplam sayfa sayısının yarıya yakını reklamken, Türkiye edisyonunun toplam sayfa sayısının yaklaşık dörtte biri reklama ayrılmış. Ayrıca Türkiye edisyonundaki reklamların yarıya yakını tamamen yabancı markaların reklamı, diğer yarının üçte ikisi tamamen Türk markalarının, üçte biri de yabancı-yerli sponsorlu pop-rock konserleri reklamı. Bu reklamlar *Ciner Medya Grubu*'nun reklam departmanı koordinatörlüğünde dergide yer buluyor. Spor ayakkabısı, bankacılık sektörü (kredi kartı-visa), cep telefonu, alkolü içki (bira), kot pantolon, *MTV* ve film üzerine ABD ve Türkiye edisyonlarında benzer reklamlar yer alabiliyor. 2008 yaz aylarında çıkan 10 sayıda yaptığım bu araştırma, ABD ve Türkiye sayılarının önemli bir kısmının reklamlardan oluştuğunu gösteriyor. *RS*, *MS*, *Gentlemen's Quarterly* gibi modern dergiler, *Good Housekeeping*, *Sport Illustrated*, *Time* gibi klasik dergilere oranla daha fazla stereotiplere yer vermekteler. Bu özellikle dergilerdeki reklamlarda görülebilini-

yor (Bell ve Milic, 2002: 4). Derginin hitap ettiği gençlerin çoğunlukla 15-24 yaş arasındaki en önemli tüketici kesimden oluşması, dergide küresel boyutta satılan stereotipik ürünlere daha fazla yer verilmesini olanaklandırıyor. Adidas, Nike, Swatch ilk akla gelen stereotipik ürünler.

## Karşılaştırmalı Metin Analizi

### Apolitik Yerelleşme

Türkiye edisyonunda en çok üzerinde durulan konu yabancı sanatçı/gruplar. Yerli sanatçı/gruplar ile ilgili olarak da özel röportajlar öne çıkıyor. Festival haberlerini yerli-yabancı RS yazarlarından okuyoruz. Türkiye'de yapılan müzik festivallerinin önemli bir yeri var dergide. Örneğin Eylül 2008 Türkiye edisyonunda Hacı Bektaş Veli Anma Törenleri ve Kültür Sanat Etkinlikleri'ne yazar (Yeşim Tabak), Baba Zula grubu beraberinde katılmış ve izlenimlerini aktarmış. Ancak yazarın bakış açısındaki apolitik tavır ve Bektaşî kültürü bilgisi eksikliği, şenliğin ve katılımcıların önemini hafifletmekle beraber tam da derginin Türkiye edisyonu için en uygun *magaziner* dil ile inşa ediliyor:

Çıt çıt çıt!..çıkır çukur...Baba Zula'yla çıktığım Hacıbektaş seyahatinin *soundtrack*'i temel olarak buydu. Kabak çekirdeğiyle meşhur Nevşehir'e yaklaşırken yol üstünde ekibin kiloyla çekirdek alıp habire birbirine ikram etmesiyle başlayan çıtlama çılgnlığı yörenin her yerinde; ama özellikle de Hacı Bektaş Veli Anma Törenleri ve Kültür Sanat Etkinlikleri'nin yapıldığı Hacıbektaş'ta aralıksız sürmekteydi" ya da "...Aşık Kanber'in söylediği 'Ah Alamanya, benim gibi manyak bulamanya' gibi komik türkülerden (ve küçük bir tartışma üzerine gelen 'Yaktın beni gazeteci kız' repliğinden) sonra, Ankaralı Namık'ın albümüyle cıvımanın yolu tamamen açılıyor. Yolculuğun ikinci yarısı daha sakin, teypte önce Neşet Ertaş, sonra Okay Temiz, İstanbul'a yaklaşırken Morphine var.

Burada ABD'deki edisyondan farklı bir biçimde derginin "apolitikleşerek yerelleştiği" söylenebilir.

### “Marjinal” Algısında Dönüşüm

ABD içinde *RS*'nin durduğu yer oldukça marjinal bir yer aslında. Eskiden daha sivri dilli olmakla beraber tabii. Mesela çıkışının ikinci yılında abonelerine esrar içmek için ağızlık dağıtan bir dergi. 2008 NewYork'unda daha başka olmak durumunda. Tez:

Ya küçük bir yayın olarak kalacaksın, 1960'larda çok ileri ve yenilikçi olan şimdi 60 yaşında ve geleneği ve geri kafalılığı temsil ediyora bağlı kalacaksın ya da işte 2000'lerin başındaki gibi değişim geçirip *hip hop*'u da anlamaya çalışan yazılar yazacaksın. 60 yaşındaki adam *hip hop*'u anlamıyor mesela, bilmiyor. 2000'lerin ABD gençliğini yakalamak istiyorsan orda *hip hop* da olmalı, magazin de olmalı, gansta yıldızlar da olmalı. Ama hep 60 yaşa hitap ederseniz bir gün 70 olursunuz ve bakarsınız ölmüşünüz.

Aslında derginin içeriğinin zamana bağlı olarak nasıl dönüşüm geçirmek zorunda kaldığını ifade ediyor. Bu dönüşümün temelinde “küçük bir yayın olarak kalmamak için” yatan ekonomik kaygı var. Tez:

Shakira da Britney Spears da kapak oluyor ama farklı açıdan, bir bakış açısıyla yazıldığı oluyor tabii. Bu bağlamda uyuşturucunun da konu edildiği yazıları da asla sansürlemeden bire bir çevirip koyuyoruz. Mesela bir kere Snoop Dogg röportajı koyduk. Her iki lafında bir uyuşturucu ya da fahişe kelimeleri geçiyordu. Aynen koyduk yani. Tepki yasal mercilerden gelmiyor ama anne-babalardan geliyor. O zaman çocuğuna seyrettirme, dergiyi aldırma yani. Sonuçta uyuşturucu iç diyen bir baskı unsuru değiliz. Bu var ve biz de olanı veriyoruz. Snoop Dogg'un uyuşturucu müptelası olduğunu bilir böylece ve belki de bir daha alıp dinlemez.

Küresel kültür marjinallikleri uygunsuzluk olarak tanımlayan muhafazakar yapılar karşı bilinçli veya bilinçsiz direnç biçimleri oluşturabiliyor. Bottomley'nin de dediği gibi “kültür, dünyada var olmanın belli biçimlerini tasvir eden fikirler, inançlar ve pratikler anlamında, homojenleşmeye, değersizleştirmeye, farklılıktan korkanlar tarafından marjinalleştirilmeye karşı bilinçli veya bilinçsiz direnç biçimleri de doğurur” (1993: 12).

### Şaşırtıcı ve Provoke Edici Dil

ABD edisyonundan alınan ve bire bir çevrilerek yayınlanan makaleler, sansür uygulanmadığı için özgün yazının şaşırtıcı ve provoke edici tonunu taşıyabiliyor. Örneğin ABD'nin temmuz sayısında İngiliz şarkıcı Amy Winehouse üzerine olan makale, Türkiye edisyonununda kapak öyküsü yapılmış. Aynı yazının içinde bulunduğu ABD edisyonunun kapağı ise Barack Obama'dır. Obama haberine de Türkiye edisyonunun Ağustos sayısında yer verilmiş. Her ikisinde de bire bir çeviri ve şaşırtıcı, provoke edici üslup rahatlıkla fark edilebiliyor:

Hiç rehabilitasyona girmedim, yani, doğru dürüst bir şekilde. Bazen keçileri kaçırabiliyorum. Ama hiçbir zaman Amy, kendini toparla moduna girmedim.

Amy Winehouse, bu yılki Glastonbury performansı sırasında bir seyirciyi yumrukladı, şarkı aralarında tuhafliklar yaptı. Otel odasında bir fahişeye uyuşturucu kullanırken kocasına yakalanan Amy, üzüntüden kendini kesmeye kalkmış, onu engellemeye çalışan Fielder-Civil'i de biraz hırpalamıştı.

Temmuz 2008 Türkiye edisyonunun kapağında Coldplay'ün solisti Chris Martin var. Aynı kapak ABD edisyonunun Haziran 2008 sayısında bulunuyor. Dil yine şaşırtıcı ve provoke edici: "Coldplay'i sevdiğin için gay sanılmak. Eh. Yani ne diyeyim? Sadece heteroseksüel, aşırı sağcı erkeklere hitap etsek asıl o zaman endişelenirdim."

Haziran 2008 Türkiye edisyonu'nda Mor ve Ötesi solisti Harun Tekin İstanbul valisini istifaya çağırıyor; ama nedeni belli değil: "Harun Tekin İstanbul valisini istifaya çağırdı." Burada oto sansür gözlemlenebiliyor, hangi politik nedenlerden dolayı istifaya çağırıldığı üzerinde hiç durulmuyor. Durması, derginin Türkiye'de hitap ettiği okurların dergiden beklentilerine derginin de aynı zamanda oluşturduğu imajla da paralel olarak ters. Eylül 2008 Türkiye edisyonunda Kaan Sezyum, Macaristan'ın başkenti Budapeşte'deki Sziget Festivali'ni anlatıyor benzer şaşırtıcı tonda: "...Gümrük memuru bunun üzerine yumuşadı. Ben de bu yumuşamayı fark edip 'İ\*nelik yapmasan olmaz' diyerek yurt dışında kendi dilimde ilk kü-

fürümü ettim". Apolitik tavrı (oto) sansüre gerek bırakmıyor ya da oto sansür apolitik tavrın nedeni. Ve her ikisi de yerli *Rolling Stone*'un magazin dilini kurarken yaslandığı sac ayakları.

### **Kıssadan Hisse ve Kendinden Emin Hayatlar**

Türkiye edisyonunda Türk sanatçı/gruplarla yapılan röportajlarda koyu renkle ve büyük puntolarla yazılarak öne çıkarılan cümleler rol modeli sunarak liberal bireyci bir dünya bakış açısını yeniden üretme özelliği taşıyor. Kıssadan hisse hayatlara dergi mutlaka yer veriyor. Örneğin Eylül 2008 sayısında Burak Kut "Kaybetmekten korkmam. Hayatımdaki insanları kaybetmekten korkarım ama onun dışında mücadele etmek motive eder beni..." ya da "Örnek Öğrenci. Okulun son senesinde hocalarım benim dünya çapında bir tenor olacağımı söylüyorlardı. Ve bununla ilgili bir burs vermeyi düşünüyorlardı. O yüzden ben barlarda şarkı söylemeye başlayınca çok karşı çıkmışlardı".

Temmuz 2008 sayısında konuk Şahan Gökbakar kendine güvenin en önemli timsali olarak çıkıyor okur karşısına: "Rekor kıran film yapacaksın, sonra 'çok kötü, çok kötü' diye eleştiri alacaksın. Yok ya?" ya da "Dev ama iyi kalpli dev, çirkin ama iyi kalpli çirkin elektriğini yakalamış Recep İvedik."

Ağustos 2008 sayısında ise son dönem yenilikçi ve "kentli kadın" şarkıcılara örnek olarak Yasemin Mori'nin politik (ama belirsiz) tavrının da altı çiziliyor: "Ben çözüm üreten biri olmak istiyorum, daha fazla şu yanlış bu yanlış diye bağırın kişi olmak istemiyorum" ya da "Yasemin politikayı biliyor ama asıl sanata inanıyor: 'Politikaya o kadar yakından bakmak istemiyorum'". Çok belirsiz. Politikaya o kadar yakından bakmak istemiyor ve çözüm üreten biri olmak istiyor; ama politikanın çözüm üretmek için yapıldığını göz ardı ediyor. Sanat da politiktir, şarkı söylemek de.

Aynı sayıda ABD edisyonundan birebir çevrilmiş bir Barack Obama röportajı da var. "iPOD'umda 30 tane Dylan şarkısı vardır. Hatta bu seçim döneminde en sevdiğim şarkılardan biri " (Maggie'nin Çiftliği)" şeklinde Obama'nın politik duruşuna nasıl paralel bir tarzda müzik dinlediği açık ediliyor, böylece dergi politik mis-

7

Bob Dylan'ın 1965'te piyasaya sürdüğü *Bringing It All Back Home* (Tümünü Eve Geri Getiriyorum) albümünden bir şarkı. Şarkının en önemli özelliği Dylan'ın protest halk müziği akımından ayrılışını temsil etmesidir. "Karşıkültürün savaş çığılığı" olarak da tanımlanır. Şarkı Dylan'ı otantik, geleneksel aktivist politikacı kategorisinden yenilikçi öncü bir kültürel hareket şarkıcısı kategorisine taşır.

yonunu yerine getiriyor adeta<sup>7</sup>. "*Change, We Can Believe In*" (Değişime İnanabiliriz) yazılı pankartın önünde konuşma yapan Obama fotoğrafı tabii ki var ve bu da "Şu an politikaya hakim olan kısasa kısas, 'yakaladım seni' oyunu, sorunları çözmüyor. Ben bunu aşmak istiyorum" cümlesiyle destekleniyor. Pozitivist, püriten, liberal, bireye ve çalışmaya, hayata asılmaya inanan Amerikan yaşam tarzı, Obama'nın bir başka fotoğrafının altındaki şu cümleleriyle yeniden inşa ediliyor: "Yaşlandıkça gururumu beslemek daha az önem taşıyor. İşler yolunda giderken havaya girmiyorum, işler kötü gittiğinde dibe vurmuyorum."

Örnek alınası hayatlardan derlenen söylemsel fragmanlar, gençlere, idolleştirebilecekleri medyatik imgelerin kendilerine hem çok uzak hem de fazla yakın olduğunu sezdiriyor. Giddens'in da belirttiği gibi küreselleşme sadece dünya finans düzeni gibi büyük sistemlerle ilgili bir şey değildir. Küreselleşme "sadece 'orada', bireyden uzak yerlerde olan şeylerle ilgili değildir. Küreselleşme aynı zamanda 'burada' fenomeni olup yaşamlarımızın mahrem ve kişisel yönlerini de etkiler" (2000: 24).

## Sonuç

Bu çalışmada metin analizi yöntemiyle ve ekonomi politik açıdan *RS* dergisi ele alındı. Bu örneğin de gösterdiği gibi kültürel ürünlerin küreselleşmesi kültürün homojenleşmesi anlamına gelmiyor. Aksine farklılıklarla müzakere ediliyor ve kısmen de olsa içeriğe dahil edilerek yansıtılıyor. Bu bağlamda derginin boyutlarının okurdan gelen istekler üzerine *RS/ABD*'den farklı bir formatta çıkması örnek olarak verilebilir. Diğer taraftan reklam dili ve giyim tarzları gibi homojenleştirici unsurlar kullanılmıyor değil. Burada akılda tutulması gereken nokta, kültürel kimlikleri dönüştüren küresel kültürel akışın eşit olmayan koşullarda yayıldığı ve dolayısıyla bu sürece eleştirel yaklaşılması gerektiğidir.

Yerel kültür, yabancı kültürel değerleri belli ölçüde kabul ediyor. Eurovision Şarkı Yarışması'nın Türkiye'deki prestijli konumu



bağlamında Batı kaynaklı popüler müziğin kabulü bunun en has örneği. Her ne kadar tek yönlü bir akış söz konusu olsa da, bire bir çeviri metinlerde *RS/ABD*'nin özgürlükçü politik tavrının, (Türk) geleneksel baskıcı değerleri karşıt söylemlerle karşılaştırarak, bireysel gücüne ve güvenine inanan gençlik kimliklerinin ortaya çıkmasına katkıda bulunduğu söylenebilir. Ancak diğer taraftan bu tarz gençlik kimliği de tüketici-vatandaş olarak piyasaya hizmet ediyor ve böylece ekonomik değerlerin ve güç ilişkilerinin yeniden üretilmesi sağlanıyor. Editör Tez, *RS/Türkiye* ile ilgili politik haberler konusunda *RS/ABD*'den farklı olarak Türkiye edisyonlarının bir oto sansür süzgecinden geçerek oluşturulduğunu belirtiyor. ABD edisyonu Obama'ya açık destek vererek Demokrat kimliğini ifşa ederken, Türkiye edisyonunda bu tarz bir tavır asla açık değil. Buna bağlı olarak da ABD'dekinden farklı bir biçimde derginin "apolitikleşerek yerleştiği" söylenebilir.

Gençliğin sınıfsal, ırksal ve toplumsal cinsiyet ile ifade edilen bir kültürel kategori olduğu belirtildiğinde, farklı mekan ve alanlarda farklı biçimlerde üretilebildiği de söylenebilir. Nike, Levis, Playstation, Coca Cola ve *MTV* (pop yıldızları) gibi markalar ile gençlik kültürünün metalaşması ve dolayısıyla homojenleşmesinin temsil edilmesi söz konusuysen, gençliği de kapsayan küresel kültürel gelişmeler karakter olarak daha kaotik ve birbirinden farklıdır ve melez kültürleri temsil ederler. *RS/Türkiye* özelinde de melez bir kültürün inşasından söz edilebilir. Bu kültürün de -en azından kuramsal olarak- "kendine güvenen ve ayakları üzerinde durabilen bir Türkiye gençliğinin" inşa edilmesine olanak sağladığı iddia edilebilir. Yani bireysel özgürlüğünü toplumsal özgürlüğü ile koşut tutan ve bu bağlamda da hem birey olarak hem de yeri geldiğinde örgütlü olarak tutum/davranış sergileyebilen bir gençlik. Ne tamamen modern bireyci ne de tamamen geleneksel cemaatçi ama hem bireyci hem cemaatçi.

Sadece okura yönelik alan araştırmaları ile küresel kültür akışı sürecindeki kültürel dönüşümlerin karmaşık yapısı daha kolay anlaşılacaktır.

### Kaynakça

- Austin, Erica Weintraub, vd. (2002). "The Effects of Increased Cognitive Involvement on College Students' Interpretations of Magazine Advertisement for Alcohol." *Communication Research* 29: 155-179.
- Bell, Philip and Makro Milic (2002). "Goffman's Gender Advertisements Revisited: Combining Content Analyses." *Visual Communication* 1(203): 203-222.
- Bottomley, Gill (1993). "Post-multiculturalism? The Theory and Practice of Heterogeneity." *Post-colonial Formations: Nations, Culture, Policy konferans tebliği*. Queensland: Griffith University.
- Fornas, Johan and Goran Bolin (1995). *Youth Culture in Late Modernity*. London and Thousand Oaks: Cal.
- Giddens, Anthony (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya*. Çev., Osman Akinhay. İstanbul: Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti.
- Giddens, Anthony (1989). *Sociology*. Cambridge: Polity.
- Hall, Stuart (1998). "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik." *Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi*. Anthony King (der.) içinde. Çev., Gülcan Seçkin ve Ümit H. Yolsal. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları. 39-61.
- Hebdige, Dick (1988). *Gençlik ve Altkültürleri*. Çev., Esen Tarım. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kellner, Douglas (1995). *Media Culture, Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London and New York: Routledge.
- Millar, Brett (2008). "Selective Hearing: Gender Bias In the Music Preferences of Young Adults." *Psychology of Music* 36(4): 429-445.
- Miller, Toby, vd. (2005). *Global Hollywood 2*. London: BFI.
- Muggleton, David (2003). *The Post-subcultures Reader*. London: Berg
- Schröder, Kırcı, Süheyla (2007). *Popüler Feminizm: Türkiye'de ve Britanya'da Kadın Dergileri*. İstanbul: Bağlam.
- Williams, Raymond (1983). *Keywords*. London: Fontana.