

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI
KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİNDE POPÜLER
KÜLTÜR ve KİŞİLİK İLİŞKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Seray DEVECİLER

124221001010

DANIŞMAN

Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK

KONYA-2014



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Seray DEVECİLER		
	Numarası	124221001010		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒	Doktora	☐
	Tezin Adı	KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİNDE POPÜLER KÜLTÜR ve KİŞİLİK İLİŞKİSİ		

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası
(İmza)



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu

Öğrencinin	Adı Soyadı	Seray DEVECİLER		
	Numarası	124221001010		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒	Doktora	☐
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK		
	Tezin Adı	KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİNDE POPÜLER KÜLTÜR ve KİŞİLİK İLİŞKİSİ		

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan **KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİNDE POPÜLER KÜLTÜR ve KİŞİLİK İLİŞKİSİ** başlıklı bu çalışma ...11...../...12...../...2014..... tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman ve Üyeler	İmza
Doç. Dr.	Mustafa ÖZODAŞIK	
Prof. Dr.	Ahmet KALENDER	
Doç. Dr.	Sevil YILDIZ	



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Seray DEVECİLER		
	Numarası	124221001010		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒	Doktora	☐
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK		
	Tezin Adı	KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİNDE POPÜLER KÜLTÜR ve KİŞİLİK İLİŞKİSİ		

ÖZET

Bu çalışmada kişilerarası iletişim sürecinde, iletişimin bir parçası haline gelen popüler kültürün kişilikle ilişkisi incelenmiştir. Amaç bir popüler kültür aracı olan televizyonun ve en çok izlenen programı olan dizilerinin benlik gelişimi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Türkiye’de ulusal kanallarda yayınlanan ve sevilen dizilerin, kültürümüzü nasıl etkilediği, kişilikleri olumlu ya da olumsuz nasıl biçimlendirdiği, dizilerde kullanılan objelerin nasıl popüler kültür haline geldiği ve yarattığı tüketim kültürüyle kişilerarası ilişkilerimizi nasıl bir yönde şekillendirdiği incelenmiştir.

Birinci bölümde; iletişim türlerinden kişilerarası iletişim tüm ayrıntılarıyla ele alınmıştır.

İkinci bölümde; kişilik ve kişilik kuramları incelenmiş her şeyden önce, kendimizi tanımamız gerektiğinin farkına varılması hedeflenmiştir. Kişiliğin, patolojilerinden, savunma mekanizmalarına kadar ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Üçüncü bölümde; kültür ve popüler kültür kavramlarına değinilmiştir. Kendi kültürümüzden nasıl uzaklaştığımızı, televizyonun yarattığı tüketim kültürüne nasıl kendimizi kaptırdığımızı ve televizyonun hangi özellikleriyle, nasıl bir popüler kültür haline geldiği yaklaşımlar ve kuramlarla açıklanmıştır.

Popüler kültür ve kişilik kavramı da açıklandıktan sonra dördüncü bölümde; popüler kültür ve kişilik ilişkilendirilmiş, dizilerin benlik gelişimi üzerindeki etkisi ortaya konmuştur.

Televizyonda yer alan şiddet öğesinin, kullanılan dilin, yansıtılan kültürün ve ahlaki değerlerin özellikle çocuklar ve gençlerin kişilik yapılarında nasıl bir etkiye sahip olduğu ve onların geleceklerini ne yönde şekillendirdiğine dikkat çekilmesi istenmiştir. Televizyon dizilerinin belirtilen çoğu önemsiz özelliklerine rağmen nasıl bu kadar rağbet gördüğü açıklanmaya çalışılmıştır. Dört ayrı kanalda yayınlanan ve severek izlenen dört dizi seçilmiş ve bu dizilerin mayıs ayı bölümleri incelenerek, kurgusuyla mı, verdiği mesajlarla mı yoksa karakterlerinin doğallıklarıyla mı, yarattıkları atmosferle mi kendini izlettirdiği, kişisel yorumlamalarla ortaya konmuştur. İçerik analizi ve göstergebilim yöntemiyle incelenmiştir.



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin

Adı Soyadı	Seray DEVECİLER
Numarası	124221001010
Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒ Doktora ☐
Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK
Tezin İngilizce Adı	THE RELATIONSHIP BETWEEN POPULAR CULTURE AND PERSONALITY IN THE PROCESS OF PERSONEL COMMUNICATION

SUMMARY

In this study, relation of popular culture which is being a part of communication has been studied with personality in the process of interpersonal communication. The aim is revealing effects of the most watched television programs and TV itself as a tool of popular culture on self-development. How series which are popular and aired on Turkey's national channels affects our culture and how this shapes our personality positive or negative way, how the objects which are used in the series has become a popular culture and how this shapes interpersonal relations by creating consumer culture are examined.

In the first part; interpersonal communication as a kind of communication are discussed in detail.

In the second part; theories of personality and personality are examined before anything else, the need to know self awareness was targeted. of Personality have been studied in detail from pathology to defense mechanisms.

In the third chapter; culture and popular culture are discussed. How we're away from our culture, how we lost ourselves to consumer culture created by television, and how and by which features television has become a popular culture are described with theories and approaches .

After explaining the concept of personality and the popular culture in the fourth chapter; personality, popular culture are associated and effect of series on development of the self are set. How the violence elements on TV and the used language, reflected culture and ethical values have an impact and how this shapes their futures in which direction especially personality of children and young people was aimed to point out.

It is attempted to explain how tv series get in favor in despite of lots of mentioned insignificant features. Four series which are aired on four separate channels and also which are very popular are selected and how these are being watched with their fiction or given message or nature of characters or

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	i
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	ii
ÖZET	iii
SUMMARY	iv
KISALTMALAR VE SİMGELER.....	xii
TABLolar LİSTESİ	xiii
GİRİŞ.....	1
I. BÖLÜM.....	3
1. KİŞİLERARASI İLETİŞİM	3
1.1. İletişim Olgusuna Genel Bir Bakış	3
1.2. Kişilerarası İletişim Tanımları.....	4
1.3. Kişilerarası İletişimin Önemi	5
1.4. Kişilerarası İletişimin Temel Özellikleri.....	5
1.5. Kişilerarası İletişimi Etkileyen Temel Faktörler	6
1.5.1. Kişilerarası İletişimde Kişisel Özelliklerin Rolü	7
1.5.2. Kişilerarası İletişimde Algının Rolü	7
1.5.3. Kişilerarası İletişimde Duyguların Rolü.....	8
1.5.4. Kişilerarası İletişimde Kültürün Rolü	8
1.5.5. Kişilerarası İletişimde Çevrenin Rolü	8

1.6. Kişilerarası İletişimde Temel İletişim Biçimleri	8
1.6.1. Sözlü İletişim	9
1.6.2. Sözsüz İletişim	10
1.6.3. Sözel ve Sözsüz İletişimin Karşılaştırılması.....	13
1.7. Kişilerarası İletişim Engelleri.....	14
1.7.1. Bireysel Yetersizlik	14
1.7.2. Önyargı.....	15
1.7.3. Tektipleştirme/Streotipleştirme.....	15
1.7.4. Varsayılan Kişilik Teorisi.....	15
1.7.5. Öngörü.....	15
1.7.6. Sıfatlandırma.....	16
1.7.7. Suçlamak	16
1.7.8. Bencillik.	16
1.7.9. Değiştirme	16
1.7.10. Kişiselleştirme	17
1.7.11. Dilde Belirsizlik.	17
1.7.12. Algı Yoksunluğu.	17
1.7.13. Savunucu İletişim.....	17
1.8. Kişilerarası İletişimde Etkili İletişim.....	18

II. BÖLÜM	19
2. KİŞİLİK.....	19
2.1. Benlik Kavramı.....	19
2.1.1. Benlik Gelişimi	20
2.1.2. Benlik Tasarımı.....	20
2.1.3. Ben Kimim	21
2.2. Kişilik Kavramı, Yapısı, Özellikleri ve Öğeleri.....	22
2.2.1. Kişilikle İlgili Kavramlar	24
2.2.2. Kişiliğin Yapısı	25
2.2.3. Kişiliğin Temel Özellikleri ve Beş Faktör Kişilik Modeli	26
2.2.3.1. Dışa Dönüklük.	26
2.2.3.2. Uyumluluk/ Yumuşak Başlılık.....	27
2.2.3.3. Özdenetim/ Sorumluluk.....	27
2.2.3.4. Duygusal Denge.	27
2.2.3.5. Deneyime Açıklık	27
2.2.4. Kişiliği Oluşturan Öğeler	27
2.3. Kişilik Kuramları	28
2.3.1. Psikanalitik Kuram.	29
2.3.2. Sosyo-Psikolojik Kuram.....	31
2.3.3. Treyt (Özellik Kuramı).....	32
2.3.4. Bilişsel Temelli Kişilik Kuramları.....	32

2.4. Kişilik Savunma Mekanizmaları	32
2.5. Kişiliğin Patolojileri	36
III. BÖLÜM.....	41
3. POPÜLER KÜLTÜR	41
3.1. Kültür Kavramı	41
3.1.1. Halk/Folk Kültürü	43
3.1.2. Yüksek/Seçkin Kültür	44
3.1.3. Kitle Kültürü	45
3.2. Popüler Kültür	47
3.2.1. Popüler Kültür Tanımları	48
3.2.2. Popüler Kültürün Tarihçesi	50
3.2.3. Popüler Kültürün Yarattığı Tüketim Toplumu	52
3.2.4. Popüler Kültür ve Medya İlişkisi	54
3.2.5. Popüler Kültüre Yönelik Yaklaşımlar	56
3.2.5.1. Marshall McLuhan	56
3.2.5.2. John Fiske	57
3.2.5.3. Raymond Williams	58
3.2.5.4. Frankfurt Okulu	59
3.2.5.5. Stuart Hall	59
3.2.6. Popüler Kültür Aracı Olarak Televizyon	60

3.2.6.1. Kitle ve Kitle İletişimi	61
3.2.6.2. Televizyon ve Bakış açıları.....	64
3.2.6.3. Televizyona Yönelik Yaklaşımlar.....	68
3.2.6.4. Televizyon Yayınlarının İzler Kitleye Etkileri	70
3.2.6.5. Televizyon ile İlgili Yapılan Tespitler	72
3.2.6.6. Televizyon ve Popüler Kültür İlişkisi.....	73
IV. BÖLÜM.....	78
4. POPÜLER KÜLTÜR ve DİZİLERİN BENLİK GELİŞİMİ ÜZERİNE ETKİSİ	78
4.1. Televizyon Dizileri	78
4.2. Geçmiş Dönemde Diziler	82
4.3. Diziler ve Kişilik İlişkisi	85
4.3.1. Televizyonda Kullanılan Şiddetin Kişilik Üzerine Etkisi	87
4.3.2. Televizyonda Kullanılan Dilin Kişilik Üzerine Etkisi	89
4.3.3. Televizyonun Yarattığı Kültürün Kişilik Üzerine Etkisi	90
4.3.4. Televizyonda Yansıtılan Ahlaki Değerlerin Kişilik Üzerine Etkisi	93
V. BÖLÜM.....	96
5. KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİNDE POPÜLER KÜLTÜR ve KİŞİLİK İLİŞKİSİ ÖRNEK DİZİ ÇÖZÜMLEMESİ.....	96
5.1. Çalışmanın Problemi.....	96

5.2. Çalışmanın Amacı.....	96
5.3. Çalışmanın Önemi	96
5.4. Çalışmanın Varsayımları.....	97
5.5. Çalışmanın Sınırlılıkları	97
5.6. Çalışmanın Tanımları.....	97
5.7. Çalışmanın Yöntemi	99
5.8. Bulgular.....	99
5.8.1. Çocuklar Duymasın.....	99
5.8.1.1. Dizinin Künyesi	100
5.8.1.2. Dizideki Karakterler ve Bilgiler.....	101
5.8.1.3. Dizinin Tarihçesi ve Konusu	106
5.8.2. Seksenler.....	109
5.8.2.1. Dizinin Künyesi	109
5.8.2.2. Dizideki Karakterler ve Kısa Bilgiler.....	110
5.8.2.3. Dizinin Tarihçesi ve Konusu	111
5.8.3. Küçük Ağa.....	113
5.8.3.1. Dizinin Künyesi	113
5.8.3.2. Dizideki Karakterler ve Kısa Bilgiler.....	114
5.8.3.3. Dizinin Tarihçesi ve Konusu	117
5.8.4. MedCezir	119
5.8.4.1. Dizinin Künyesi	119
5.8.4.2. Dizideki Karakterler ve Kısa Bilgiler.....	120

5.8.4.3. Dizinin Konusu	122
5.9. Dizi Çözümlemeleri ve Yorumları	128
5.9.1. Dizideki Anlatımın Çözümlemesi.....	128
5.9.2. Dizi İçeriklerinin Çözümlemesi.....	154
SONUÇ	167
KAYNAKÇA	169

KISALTMALAR VE SİMGELER

Çev. : Çeviren

Akt. : Aktaran

Ed. : Editör

Der. : Derleyen

vd. : Ve diğerleri

vb. : Ve benzeri

s.y. : Sayfa Yok

cd : Compact Disc (Saklayıcı disk)

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

RTÜK : Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

Tv : Televizyon

KİA : Kitle İletişim Araçları

CNN : Cable News Network

TRT : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

BBC : British Broadcasting Corporation (İngiliz Radyo Televizyon Kurumu)

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-1: Çocuklar Duymasın Dizisinde Geçmişten Bugüne Oyuncu Kadrosu ve Karakterler	103
Tablo-2: Çocuklar Duymasın Dizisinin Yayın Tarihleri ve Kanalları	107
Tablo-3: Seksenler Dizisinin Yayın Takvimi	112
Tablo-4: Küçük Ağa Dizisindeki Tüm Karakterler ve Roller.....	116
Tablo-5: Küçük Ağa Dizisinin Yayın Takvimi.....	118
Tablo-6: Medcezir Dizisinde Ödüller	124
Tablo-7: Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir Dizilerinin 2014 Yılı Mayıs Ayının İlk Haftasında Yayınlanan Bölümlerinin İncelenmesi	128
Tablo-8: Dizilerde İşlenen Ortak Konuların Karşılaştırılması.....	136
Tablo-9: Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir Dizilerinin 2014 Yılı Mayıs Ayının 2. Haftasında Yayınlanan Bölümlerinin İncelenmesi.....	136
Tablo-10: Dizilerde İşlenen Ortak Konuların Karşılaştırılması.....	142
Tablo-11: Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir Dizilerinin 2014 Yılı Mayıs Ayının 3. Haftasında Yayınlanan Bölümlerinin İncelenmesi.....	143
Tablo-12: Dizilerde İşlenen Ortak Konuların Karşılaştırılması.....	149
Tablo-13: Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir Dizilerinin 2014 Yılı Mayıs Ayının 4. Haftasında Yayınlanan Bölümlerinin İncelenmesi.....	150
Tablo 14: Dizilerin mayıs ayında yayınlanan bölümlerinin maddi göstergelerle çözümlenmesi.....	155
Tablo 15: Dizilerin mayıs ayında yayınlanan bölümlerinin psiko-sosyal göstergelerle çözümlenmesi.....	163

GİRİŞ

Türkiye’de kitle iletişim araçlarından televizyonun izlenme oranının yüksek olması, her türlü etkisinin de kitleler üzerinde yüksek olduğu öngörüsüne neden olmaktadır. İzlenme oranları ve yayın sıklıklarına bakıldığında dizilerin televizyon programları içerisinde en çok ilgi gösterilen program türü olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla kitleler de daha çok diziler aracılığıyla verilen mesajlara maruz kalmaktadır. Bu mesajlar ise kitlelerde belirli davranış ve tutumların oluşmasında ve yeni kişilikler yaratılmasında etkili olabilmektedir.

Televizyonun, popüler kitle iletişim aracı haline gelmesinde ve programlarının özellikle dizilerinin izlenilirlik oranının yüksek olmasında birçok neden sayılabilmektedir. Televizyonun, ucuz bir kitle iletişim aracı olması, eğlence ve sosyal etkileşimi sağlaması, bireylere keyifli zaman geçirtmesi ve onların yalnızlık ihtiyacını karşılaması gibi etkenleriyle kişiyi birçok doyuma ulaştırabilmektedir. Televizyon dizileri toplum tarafından sevilerek izlenmektedir. Bu dizilerin, bireyleri fantezi dünyasına sürüklemesi, izleyenlerin, karakterleri kendi çevrelerinden birileri gibi hissetmesi, onları rol model alması, bireylerin dizide kullanılan objelere, giyilen kıyafetlere, yapılan saçlara dikkat kesilmesi ve onlara kendisinin de sahip olmasını istemesi ve çoğu bireyin yapmak isteyip de yapamadıklarını, kendini özdeşleştirdiği karakterlerin yapması dizilerin sevilme nedenlerinden sayılabilmektedir.

Televizyon yeni bir kültür yaratmaktadır. Bu kültürün etkisiyle kendi kültürüne yabancılaşan bir nesil yetişmektedir. Bu nesil tüketim kültürüyle yoğrulmuştur. Reklamlarda çıkan ve sağlık açısından çok da yararlı olmayan besinleri istemekte, dizilerde hoşuna giden bir karakteri taklit etmekte, o karakterin kullandığı objelere sahip olmak istemekte, bu objeleri satın almaya gücü yetmeyen ailesiyle ise sürekli bir çatışma ortamına girmektedir. Bahsedilen özellikle çocuklar ve gençlerdir. Çünkü onlar programları yetişkinlerden çok daha farklı bir şekilde izlemekte ve yorumlamaktadır. Verilen her şeyi de çok hızlı bir şekilde kapmaktadır. Çocuk suçlarına bakıldığında çoğunun televizyonun etkisiyle hareket ettiği görülebilmektedir. Bu sırada yetişkinlerin ne yaptığı sorusu akıllara gelmektedir. Çoğunun aynı içeriklere, aynı programlara kendini kaptırdığı söylenebilir.

Televizyon dizilerine bağıllık kişilerarası iletişimin pasifleşmesine neden olabilmektedir. Artık insanlar misafirlğe eskisi kadar gitmemekte gittikleri zamanlarda ise kendi izlediği programı açtırmakta ve muhabbeti o program üzerinden yürütmektedir. Kişinin üstünde bulunanlar kıyafetler, takılar, giderken alınan hediyeler bile dizilerle şekillenebilmektedir.

Kişileri bu kadar etkisi altına alan televizyonun ve dizilerin arasında eğitici, aile değerlerini güzel bir şekilde işleyen, kişilerin bulunduğu konumun değerinin bilinmesini sağlayan, yalnız olan kişilere yoldaşlık edenler de bulunmaktadır. Bunların tercihi ise yine bireylere kalmıştır.

Popüler kültür ve kişilik ilişkisinin ele alındığı bu çalışmada önce literatür taraması yapılarak kavramsal çerçeve oturtulmaya çalışılmıştır. Daha sonra popüler kültürün iyi bir aktarıcısı olduğu söylenebilen televizyonun ilgiyle izlenen dizilerinin kişilikler üzerindeki yansımaları içerik analizi ve göstergebilim yöntemiyle incelenmiştir.

Çalışmanın teorik kısmında öncelikle kişilerarası ilişkiler ele alınıp, kişilikler incelenmiştir. Yapılan tanım ve açıklamalardan sonra kültür ve popüler kültür kavramlarına değinilip, televizyonun ve dizilerin kişilikle ilişkisinde nasıl bir role sahip olduğu, işlenen olaylar dizisinde şiddetin, anadilin, kültürün, tüketimin nasıl sunulduğu örneklerle verilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın uygulama kısmında Türkiye’de izlenilirlik oranının yüksek olduğu dört dizi ele alınmıştır. Anlatı yapıları ve işlenen değerlerle verdikleri mesajlar içerik analizi ve göstergebilim yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Amaç, teknoloji çağında yaşanan bir toplumda, kişilerarası ilişkiler içerisinde kişilikleri anlamlandırmada televizyon ve onun aracılığıyla aktarılan dizilerin içeriklerine bakılıp popüler kültür ve kişilik ilişkisini kurmaktır. Dizilerde işlenen değerlerin, toplumsal mesajların, kitlelerin kişiliğinde değişikliğe yol açabileceği bir öngörü olarak bu çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır.

I. BÖLÜM

1. KİŞİLERARASI İLETİŞİM

İnsanlar arasındaki iletişim yaşamın kendisi kadar doğaldır. Daima insanların bir şeyi bir şekilde iletmekte olduğu görülmektedir. Her zaman bunları iyi ve etkin iletemeyebilirler. İletişim, yaşamın öylesine bir parçası olmuştur ki her düşünce, her davranış ve ilişkinin ardından isteyerek ya da istemeyerek alıp verilen iletiler olduğu görülmektedir. Çağımızda insanlar uyku dışında kalan zamanlarının çoğunu başkalarıyla ilişkiler içinde geçirmekte, yalnız kaldığı zamanlarda da televizyon, internet, gazete, cep telefonu, kitap gibi araçlardan faydalanmaktadır. Bu da iletişimin hayatımızda ne kadar önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir (Fidan, 2009: 15).

1.1. İletişim Olgusuna Genel Bir Bakış

İletişim, insanlığın var olması ile ortaya çıkan bir gereksinmedir. İletişimin geçmişi insanlık tarihi ile başlamıştır. İlkel insanın tüm gereksinmelerini karşılamakta kullanılan ilkel yöntemler, iletişim gereksinimini karşılamak, gidermek için de kullanılmıştır (Aziz, 2008: 3).

İletişim, en geniş anlamıyla canlılar arasında belirli ortaklaşa unsurlara dayanan bir süreci ifade etmektedir. Bu anlayıştan hareketle iletişimin sadece insanları değil, tüm canlıları kapsadığı söylenebilir (Gökçe, 2003: 7).

Oskay iletişimi, “Birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirimleri” olarak tanımlamıştır (Oskay, 1992: 15).

Çağlar ve Kılıç’a göre ise iletişim, “İnsanların toplumsallaşmalarının bir yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Bugün, doğa kadar eski bir geçmişe sahip olan iletişim artık bir bilim dalı olarak kabul edilmektedir. İletişim kısaca, bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci” olarak tanımlanmıştır (Çağlar ve Kılıç, 2011: 3).

İletişim, insanın kendini sosyal bir varlık olarak ifade etmesi için zorunluluktur. Onun her davranışı, konuşması, susması, duruşu ve oturma biçimi, kendini ifade etmesidir; yani çevresine mesaj iletmesidir (Gündüz, 2011: 84).

Özetle iletişim, insanların varlıklarını sürdürme biçimidir ve yaşamsal bir ihtiyaçtır. Yaşam boyu devam eden bir süreçtir ve insanoğlunun gelişimiyle beraber iletişimin de geliştigi anlaşılmaktadır (Üstünel, 2011: 12).

İletişimde ilk izlenim önemlidir. Karşı karşıya gelen iki kişi arasındaki ilk etkileşim, iletişim sürecinin önemli bir belirleyicisi olmaktadır (Baltaş ve Baltaş, 2002: 19). İletişim süreci kişiler veya gruplar arasında ortak bir semboller sisteminden yararlanılarak gerçekleşmektedir. Semboller sistemi, ses, görüntü, tat alma, dokunma, yoluyla algılanan işaretler şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu ortak semboller sistemi olmadan iletişim süreci işlemeyecektir. Başka bir insana ya da sosyal gruba ulaşmak, onu anlamak ve etkilemek için iletişim kurmaya ve iletişim kurmak için ortak semboller sistemine gereksinim vardır (Yıldız, 2011: 2).

İletişim, düşünceleri belli simgelerle anlatan bir verici ile (kaynak) bu simgeleri çözümleyip algılayan (deşifre eden) bir alıcıyı (hedefi) gerekli kılmaktadır. İletişim, bir aktarma veya ileti olayı olarak değerlendirilmektedir. Kaynaktan alıcıya, alıcıdan kaynağa olmak üzere iki aşamalı bir işleyiş söz konusudur. Birinci aşama, anlamlandırma yani kaynağın içinde bulunduğu durumu değerlendirip sonra amacına uygun mesajları zihinsel olarak oluşturması ve mesajları kodlama, mesajları gönderme süreçlerinden oluşmaktadır. İkinci aşama, algılama ve kod açma, yorumlama, kodlama ve geri besleme süreçlerinden oluşmaktadır. (Türksezer, 2012: 16-17). Dikkat edilmesi gereken bir konu ise bu işleyişte iletişim kanalına dikkat edilmesi gerektiğidir. Çünkü kanalda gürültü arttıkça, belirliliğe (iletinin bilinme derecesinin yüksek oluşu) duyulan gereksinim büyümektedir (Severin ve Tankard, 1994: 65).

1.2. Kişilerarası İletişim Tanımları

Kişilerarası İletişim, kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu ve en azından iki kişi arasında gerçekleşen iletişime denilmektedir. Kişilerarası iletişimle ilgili daha kapsamlı bir tanım yapılmak istenirse, iletişim, bireyler ya da küçük gruplar arasında

karşılıklı güvene dayanan, ilişkiler ağı oluşturan, bilgi ve duyguların paylaşılmasını amaçlayan, çift yönlü, sözlü ve sözsüz etkileşim süreci olarak açıklanabilmektedir. (Kaya, 2011: 62).

Kişilerarası iletişim, en az iki birey arasında yüz-yüze gerçekleşen, bireylerin karşılıklı olarak birbirlerine sözlü ve sözsüz mesajlar ilettiği bir süreçtir. Dolayısıyla toplumsal ve örgütsel iletişimin temelini oluşturan kişilerarası iletişim sürecinin gerçekleşmesi için en az iki bireyin varlığı gereklidir. Yüz yüze yapılması, aynı zamanda iletişime dâhil olan bireylerin karakterlerinin, sosyal rollerinin ve ilişkilerinin iletişimin biçim ve içeriğine etki ettiği iletişim süreci olduğu söylenebilmektedir (Kalfa, 2011: 15).

Kişilerarası iletişim “interpersonal communication” iki kişi arasında isteyerek/istemedi gelişen ilişkilerin, kişisel olmayandan kişisel olana doğru hareket etmesi ile bir kişinin diğerini daha iyi tanımaya başladığı, işlevsel paylaşımların değişimi anlamına gelmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2011: 50).

1.3. Kişilerarası İletişimin Önemi

Yaşamımızda iç içe geçmiş her an ve her yerde birlikte olduğumuz iletişimle, insan toplumsal bir varlık olarak kendisini gerçekleştirmekte başka bir deyişle biyolojik bir varlık olmaktan çıkarak toplumun bir üyesi olarak psiko-sosyal bir varlığa dönüşmektedir. Kişilerarası ilişkilerin doğası gereği, karşılıklı olarak geliştirilen ilgi, samimiyet ve güven duygusu kişilerarası iletişimin önemini vurgulamaktadır. İletişimsizlik duyarsızlaşmış/yalnızlık duygusu içinde olan bir kişilik ve kimlik yaratırken, samimi ilişkiler ise sosyal ve toplumla bütünleşmiş bir kişiliğe dönüşmektedir (Özodaşık, 2013: 30).

1.4. Kişilerarası İletişimin Temel Özellikleri

Kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu, bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma ve etkileşim süreci olarak tanımlanan kişilerarası iletişimin, bazı temel özelliklere sahip olduğu görülmektedir (Orta, 2009: 42-43):

1. İletişim tek yönlü değil, iki yönlü bir süreçtir.
2. İki insan bir araya geldiği ve birbirini fark ettiği anda kişilerarası iletişim başlamış olmaktadır.

3. Kişilerarası sözel iletişimde açık ve örtük iletiler vardır.

Açık ileti; İleti sırasında içeriğinin sözcükler ile sınırlanan kısmına denmektedir.

Örtük ileti; İletişimde sözcükler kadar, ses tonu, beden duruşu, mimikler ve jestler de önem taşımaktadır. İletişimin sözel olmayan öğeleri, sözcüklerin vermediği ya da vermek istemediği alt iletileri verebilir. Bunlara da örtük iletiler denilmektedir.

Bir iletişimin kişilerarası iletişim olarak kabul edilmesi için gerekli şartlar

(Hartley, 2010: 40-51):

1. **İki Yönlü:** Kişilerarası iletişim daima iki yönlüdür. Tek yönlü olarak gerçekleştirilen bilgi aktarımı kişilerarası iletişim olarak kabul edilmemektedir.
2. **Roller:** Kişinin içinde olduğu rolü, kişilerarası iletişimdeki “ilişki” boyutunu etkilemekte, birçok zaman kişilerarası iletişim sosyal bir jest ve sosyal iletişim olarak yer almaktadır.
3. **Anlam:** Kişilerarası iletişim, mesajlara bağlı olarak anlamların yaratılmasına dayanmaktadır. Anlamlar kişiden kişiye değişmektedir.
4. **Niyet:** Kişilerarası iletişim bir parça ya da tamamıyla niyete dayanmaktadır. Kişiler, olaylara katılmayan sadece bilgi veren kişiler olarak kalabilirler, ancak kişilerarası iletişimin sözsüz boyutu, kişilerin sözsüz davranışlarının anlamlandırılması ile sürece dâhil olmalarını sağlamaktadır.
5. **Süreç:** Kişilerarası iletişim bir olay ya da olayın devamı ile ilgili sürekli devam eden bir süreçtir. Belirli bir anda başlayarak ortaya çıkmakta ve olay konuşma bittikten sonra da etkisi devam etmektedir.
6. **Zaman:** Kişilerarası iletişim gittikçe artan bir biçimde zamana bağlıdır.
7. **Sonuç:** Kişilerarası iletişim iki kişi arasında gerçekleşen basit bir olay değildir. Doğrusal olduğunda, geri bildirimi olmadığında anlamını yitirmektedir.

1.5. Kişilerarası İletişimi Etkileyen Temel Faktörler

İletişim sürecini olumlu ve olumsuz olarak etkileyebilecek temel faktörler arasında kişisel özellikler, algı, duygular, kültür ve fiziksel çevreyi sayılabilmektedir.

Kişilerarası iletişim sürecine dâhil olan her birey için bu faktörlerin geçerli olduğu dikkate alındığında iletişimin aslında karışık bir süreç olduğu görülebilmektedir (Kaya, 2011: 63-68).

1.5.1. Kişilerarası İletişimde Kişisel Özelliklerin Rolü

Cinsiyet, fiziksel görünüm, kişisel özellikler, geçmiş deneyimler ve davranış biçimleri bu kapsamda ele alınabilir. Örneğin, kadınların kişilerarası iletişim sürecinde erkeklerden daha fazla kendilerini açtığı söylenebilir. Dolayısıyla kendisine ait duygu ve düşüncelerden daha fazla bahsederler. Aynı şekilde fiziki çekicilik, bireyin kişisel özellikleri, yaşamışlıkları ve davranış şekilleri önemlidir.

1.5.2. Kişilerarası İletişimde Algının Rolü

Kişinin iletişimde bulunduğu kişinin sözlü ve sözsüz mesajlarını değerlendirmesinde ve buna göre karşıdaki kişiye bir davranışta bulunmasında kişinin algıları etkili olmaktadır. Algı, çevrenin, insanların, nesnelerin, kokuların, seslerin, hareketlerin, tatların ve renklerin gözlemlenmesiyle ilgilidir. Duyumları yorumlama, onları anlamlı biçime getirme sürecidir. Duyum, bir uyarıcının duyu organları tarafından alınmasıdır (Odabaşı ve Barış, 2006: 128). İnceoğlu'na göre ise algı, bireyle dış dünya arasındaki karşılıklı eylemleşmeden ortaya çıkmaktadır. Algılar karşılıklı eylemleşmeden sonra ortaya çıktığı için, bireyin iç yapısında eylem potansiyeli olarak durmaktadır. Diğer bir deyişle, nesnelere yaklaşım gösteren birey, bu nesneleri, fiziksel yapıları açısından algılamaktadır. Nesnelere yaklaşımlar, bireyin pratik denemlerinden, dolaysız veya sembollerle kazanılmış denem bilgilerinden elde edilmektedir. Bir insanın belli bir yönde eyleme geçebilmesi için ön koşul; amaçlanan yöndeki alternatifin varlığını bilmesi ve bu alternatif bilgiyi algılamasıdır (İnceoğlu, 2010: 87).

İletişim kurmanın ilk adımı karşımızdaki kişi için bir izlenim oluşturmaktır. İlk izlenimin önemi karşımızdaki kişiyle kuracağımız ilişkinin boyutunu belirleyecektir. Olumlu bırakılan bir izlenim iletişim için önem arz etmektedir. Bu izlenimle alınan mesajlar doğrultusunda bir algı oluşacak ve ona göre davranışlar şekillenebilecektir.

Algılama süreci genel olarak ele alındığında, üç önemli boyut olduğu görülmektedir (Odabaşı ve Barış, 2006: 130-134):

- Seçici Algılama; Kişi, her an sayılamayacak kadar çok sayıda uyarıcıyla karşı karşıyadır. Ancak, bunlardan birkaçı belirgin olarak algılanmaktadır.
- Algısal Örgütlenme; Uyarıların kompozisyonu algılarımızı etkilemektedir. Birey dikkatini yoğunlaştıracak uyarana karar verdikten sonra, tutarlı bir yoruma varabilmek için o uyarıyı örgütlemelidir.
- Algısal Yorumlama; Kişinin belirli bir uyarıcıya verdiği anlamdır.

1.5.3. Kişilerarası İletişimde Duyguların Rolü

Kişinin duygusal durumu kişilerarası iletişim sürecini etkilemektedir. Örneğin kendimizi mutlu hissettiğimizde, diğer insanlarla daha olumlu ilişkiler kurabiliriz.

1.5.4. Kişilerarası İletişimde Kültürün Rolü

Kişilerarası iletişim kültüre göre önemli farklılıklar gösterebilmektedir. Bu farklılıklar vericinin oluşturduğu mesajın hedefe gerektiği şekilde ulaşmasını engelleyip, farklı yorumlara neden olabilmektedir.

1.5.5. Kişilerarası İletişimde Çevrenin Rolü

Fiziksel çevre iletişimde bulunduğunuz ortamla ilgili özellikleri tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Mobilyalar, görüşülen yer, gürültü düzeyi, ısı, günün hangi saatinde görüşüldüğü fiziksel çevre ile ilgili unsurlar arasında yer almaktadır.

1.6. Kişilerarası İletişimde Temel İletişim Biçimleri

Kişilerarası iletişim kendini sözlü ve sözsüz olarak iki şekilde göstermektedir: Sözlü iletişimde konuşma en önemli yeri tutarken sözsüz iletişimde ise, yüz anlamları, göz hareketleri, bedenin duruşu kişinin içine bulunduğu duygusal durumu açıklayabilir. Örneğin, kızgınlık, ilgisizlik, utanma, kararsızlık vb. karşıdaki insanla iletişim kurmaya nasıl başlanılacağı, iletişimin sürdürülüp sürdürülmeyeceğine karar vermeden önce diğer kişinin tutumlarının duygularının kişilik yapısının hakkında

bilgi sahibi olunması başarılı bir iletişim için gereken unsurlardandır (Özodaşık, 2013: 40-41).

1.6.1. Sözlü İletişim

İnsanlar arasındaki karşılıklı konuşmanın her türü örneğin, yüz yüze görüşmeler, telefon görüşmeleri, grup toplantıları, mülakat vb. genelde sözlü iletişim olarak kabul edilmektedir. Sözlü iletişim, en temel ve birincil iletişim kurma yöntemidir. Bizim toplumumuzda özellikle yazılı veya sözsüz iletişim çeşitleri çok benimsenmediği veya bilinçli kullanılmadığı için sözlü iletişim her şeyin önüne geçmektedir (Fidan, 2009: 63).

Sözlü iletişimin temel kaynağı sestir. Yazıdan önce, sözcük ve onun duyulmasına olanak sağlayan sesin birincil önem taşıdığı söylenmektedir. Sesle ifadesini bulan ve yaşamı şekillendiren sözcükler, sözlü kültür insanları için gücü temsil etmekte, bu etkinin göstergesi de insan ilişkilerinde açık bir biçimde ortaya çıkmaktadır (Batuş vd., 2006: 181).

Kişilerarası iletişim süreci içinde özellikle yüz yüze iletişimde, sözlü iletişim aynı yer ve zaman birliği ilkesini karşıladığı gibi, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte kişiler birçok iletişim aracı ile yere ve zamana bağlı olmadan sözlü ifadelerini iletebilmektedir. İster araçlı ister araçsız olsun sözlü iletişimde konuşurken ve dinlerken sürekli olarak bir dil kullanılmaktadır. Bu dil, genellikle kişilerin birbirleri ile anlaşmalarını sağlamaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2011: 107).

Sözlü iletişimler “dil ve dil ötesi” olmak üzere iki sınıfa ayrılmaktadır. İnsanların karşılıklı konuşmaları hatta mektuplaşmaları “dille iletişim” kabul edilmektedir. Dille iletişimde kişiler, ürettikleri bilgileri birbirlerine ileterek anlamlandırırılar. Dil-ötesi iletişim, sesin niteliği ile ilgilidir; ses tonu, sesin hızı, şiddeti, hangi kelimelerin vurgulandığı, duraklamalar ve benzeri özellikler, dil-ötesi iletişim sayılmaktadır (Özodaşık, 2013: 41).

Sözlü İletişimde dil; İnsanların karşılıklı konuşmalarıdır. Kişiler ürettikleri bilgileri birbirlerine ileterek anlamlandırırılar. Önemli olan kişilerin “Ne söyledikleridir. Sözlü iletişimin avantaj ve dezavantajlarına bakıldığında ise (Fidan, 2009: 65-66):

Avantajları: Duygu aktarımı en güzel sözlü iletişimle olmaktadır. Verilen mesajın anlaşılması, derecesi denetlenebilir. Eş zamanlı olarak geri bildirimde bulunabilir.

Dezavantajları; Söylenen bir kelimenin yazıyla ifade edilen bir kelimeye oranla yanlış anlaşılma ihtimali daha yüksek olabilmektedir. Sözlü iletişimde mesajın içeriği ile birlikte kaynağın kişiliği de ön plana çıkmaktadır. Mesajın anlaşılmasında, mesajdan kastedilen yanında ima edilen anlamında önemli olduğu görülmektedir.

Sözlü iletişimin en korunaklı biçimi iki kişi arasındaki sohbetir; bir karşılaşmadaki insan sayısı arttıkça güvenlik düzeyinin düşmekte olduğu söylenebilir. (Scott, 1995: 222).

Yazılar gizli bir şekilde hazırlanabilirken, sözlü iletişimde bu pek mümkün sayılmaz. Ayrıca anlatılan bir konu her seferinde farklı sözcükler barındıracağından yazılı iletişimdeki gibi anlatıya sadık kalınmayabilir. Ayrıca anlatılanlar kısaltılabilir, uzatılabilir, kişi kendine göre her seferinde anlatıyı biçimlendirebilir. Sözlü iletişimde denetimin sadece söyleyende olduğu söylenebilmektedir.

1.6.2. Sözsüz İletişim

Başka insanlara ilişkin yargılarda bulunurken birçok türden bilgiye dayanmak zorunda olduğu açıktır. Başkalarının davranışına ve bu davranışın içinde geçtiği genel bağlama ilişkin bilgiler de kullanılmaktadır. Dil yani kişinin söyledikleri önemli bir bilgi kaynağıdır ve heyecan, duyguları çıkarsamak için yüz ifadeleri kullanılmaktadır. Yüz ifadeleri sözsüz iletişim adı verilen alanın bir örneğidir (Freedman vd. 2003: 122). İnsanlar arasında kullanılan başka iletişim araçları da vardır. Duyu organlarımız birer iletişim aracıdır. Görme, duyma, dokunma önemli iletişim araçlarımızdır. İç dünyamızı yansıtan coşku, sevinç, hüzn, gülme, ağlama, acı duyma gibi şeyler de iletişim aracıdır. Bir annenin sevgiyle çocuğuna bakışı bir iletişim aracıdır. Bir insanın bir başkasına kin dolu bakışları da bir iletişim aracıdır. Resim, müzik, şiir, edebiyat, heykel, mimarlık gibi sanat alanları da birer iletişim aracıdır (Karaçay, 2012: 40).

Sözsüz iletişim kavramı, İngilizcede “nonverbal communication” ya da “body language” kelimeleri ile ifade edilmektedir. Türkçede ise sözsüz iletişimin yerine “beden dili ve vücut dili” ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Gerçekleştirilen çok sayıda araştırma sonucuna göre, sözsüz iletişim kavramının tam karşılığının

aslında “sözsüz davranış” olduğu görülmektedir. Bu ifade, sözsüz davranışlar aracılığı ile iletişim kurulduğunu açıklamaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2011: 127).

Sözsüz iletişim, sözel olmayan iletişim; kelime kullanmadan yapılan iletişim; bir bireyin ses kullanmadığı zamanlarda ortaya çıkan iletişim biçimi şeklinde tanımlanabilmektedir. Sözsüz iletişim, iletişimde doğal olarak yer alan ses tonlaması, yüz ifadeleri, mimikler, jestler, beden hareketleri, renkler, aksesuarlar gibi sözel olmayan göstergelerden oluşan iletişim kodlarıyla gerçekleştirilmektedir. Kelime kullanmadan bilgi aktarımı olarak tanımlanabilecek sözsüz iletişimin, genel iletişimin yaklaşık %93’ünü oluşturduğu söylenmektedir. Bu oranın içinde genel iletişime oranla %60’ının yüz ifadeleri, vücut hareketleri, takılar, mesafe algısı olduğu kabul edilirken %30’nun ise ses tonu yoluyla gerçekleştirdiği ileri sürülmektedir (Fidan, 2009: 101).

Özetle Sözsüz İletişim (Kaya, 2011: 159):

- Duyguları göstermede kullanılmaktadır.
- Dili destekler ve kelimelerin anlamlarıyla ilgili ipuçları vermektedir.
- Dil yerine kullanılabilir.
- Gizli mesajları taşımaktadır.
- Kişilerarası ilişkilerdeki tutumları tanımlamaktadır.
- Birey hakkında bilgi vermektedir.
- Seremoni ve ritüellerin yerine getirilmesini sağlamaktadır.

Sözsüz iletişimin en önemli unsuru beden dilidir.

Beden Dili: Söz ve ses kullanmadan kurulan iletişim biçimidir. Anlamak için kelimelere ihtiyaç duyulmamaktadır. Bedenin duruşu, jestler, yüz ifadeleri, görünüş ve algılama ipuçları beden dilinin bir parçasıdır. Beden dilinin bir kısmı bilinçli olarak gerçekleştirilirken bir kısmı bilinçaltı seviyesinde gerçekleşmektedir. Havaya kalkmış ve sıkılmış bir yumruk tehdit ifadesidir ve bilinçli olarak yapılmaktadır. Bir şey ilgi uyandırdığında göz bebeklerinin büyümesi, gerilim içindeyken omuzların kalkması, güvensizlik sebebiyle ağza veya buruna dokunmak, bir şey ilgi çektiğinde başın yana doğru eğilmesi bilinçsiz olarak yapılan hareketlerdir (Fidan, 2009: 116).

Beden Dilinin Unsurları:

1. **Beden duruşu:** İnsanın yaşamdaki zaman diliminde ve dünya üzerinde yer alan maddi varlığıdır. Bu bedenin içinde onun yaşamını, hareketlerini barındıran bir mekanizma yer almaktadır. Doğru bir beden duruşu baş-ense-sırt düzgünlüğü ile sağlanabilir. Çünkü bedenimizin genel hareketini sağlayan omurilik dediğimiz kemik ve kıkırdak dizisine yön veren bunların düzgünlük derecesidir. Kendini bırakmış, hareketleri uyumsuz kimseler, karşısındaki kişi ya da toplumlara yeterli güveni veremeyebilirler. Hareketleri enerjik olan bir kişi kendinden emin bir görüntü yansıtabilmektedir. (Gürzap, 2012: 37-40).
2. **Yüz ifadeleri ve göz teması:** Yüz ifadeleri duygusal tepkileri ifade eden etkili iletişim kanallarıdır. Yüz ifadeleri mutlu bir duygusal anı göstermek, ya da olumsuz bir duygusal durumu maskelemek için kullanılabilir. Gözler, dikkat, ilgi ve uyanıklığın düzeyini göstermektedir. Samimi bir ilişkinin başlatılmasını ve sürdürülmesini sağlamaktadır. (Kaya, 2011: 163-164). “Gözler kalbin aynasıdır” sözü bunun kuvvetli bir ifadesidir denilebilir.
3. **Jestler:** Kollar ve eller beden anlatımında en zor yönetilen organlar olarak kabul edilmektedir. Pek çok kişi, özellikle topluluk önünde yaptıkları konuşmalarda ellerini kollarını kullanamamaktan şikâyet etmektedir (Gürzap, 2012: 54).
Görüntüleyici jestler, kullanılan kelimelerin görüntülerini canlandırmaktadır. Vurgulayıcı jestler, verilen mesajların altını çizmektedir.
Kendine yönelik jestler, hoş olmayan bazı alışkanlıklardır; burunla oynamak, sakalı karıştırmak, saçı düzeltmek gibi jestler bu gruba girmektedir (Fidan, 2009: 121).
4. **Kılık Kıyafet ve Dış Görünüş:** Kılık kıyafet ve dış görünüşün, iletişimde yeri olduğu bir gerçektir. Hiç tanımadığımız bir insanla ilk karşılaşmamız çok önemlidir. Genellikle ilk 30 saniye içinde zihnimize karşımızdaki insanla ilgili bir izlenim oluşmaktadır. Kılık kıyafetimiz ve dış görünüşümüz kişiliğimizi, iç dünyamızı yansıttığı için, hem bizim açımızdan hem de karşıdakiler açısından son derece önemlidir. Kendimize verdiğimiz değer, bir anlamda, başkalarının bize vereceği değer için bir ölçü olarak kabul edilebilir (Yaman, 2001: 79).

5. **Ses Tonu:** Ses tonu, şiddeti ve hızı iletişim sürecini etkilemektedir. Başka bir ifadeyle sesin tonu sözel iletişime eşlik etmektedir. Genel olarak kadınlar, yumuşak ve değişken, erkekler ise yüksek ve tek düze bir ses tonunda konuşmaktadırlar (Kaya, 2011: 165-167).
6. **Sosyal Mesafe:** Bizim ile başkaları arasındaki mesafeyi kontrol etmenin pek çok faydası vardır. Güvenlik, iletişim, sevgi ve tehdit unsurlarında bu alanı korumak önemlidir. Sosyal mesafe dört alandan oluşmaktadır (Fidan, 2009: 126-128):
 - **Genel Alan:** Bu alan 3 metreden sonrasındır. İnsanlar sokaklarda yürürken aralarında en az üç metre boşluk bırakmaya çalışırlar.
 - **Sosyal Alan:** 1,5-3 metre olan bu alan sosyal alandır. Sosyal alan içinde diğer insanlarla bir bağlantı hissetmeye başlarız. Daha yakın olduklarında onlara bağırarak zorunda kalmadan konuşabilir, ancak yine de yeterince güvenli bir uzaklıkta olabiliriz.
 - **Kişisel Alan:** 0,5-1,5 metre olan bu alanda konuşma direkt hale gelir. Samimi olarak konuşan iki kişi için uygun bir uzaklıktır,
 - **Mahrem Alan:** 0,5 metre ve daha yakın mesafeyi kapsayan bu alanda insanlar uzanabileceğimiz kadar olduklarında onlara samimi olarak dokunabiliriz. Romantik şeyler bu alan içerisinde gerçekleşir.

1.6.3. Sözel ve Sözsüz İletişimin Karşılaştırılması:

Sözel ve sözsüz iletişimin karşılaştırılmasında dört durum görülebilmektedir (Fidan, 2009: 105-106).

Yapısal açıdan karşılaştırıldığında sözel iletişim, sözsüz iletişime göre daha fazla yapılandırılmıştır. Sözel iletişimin yasaları ve gramer kuralları vardır. Bu her dil için geçerlidir. Birçok sözsüz iletişim durumu ise çoğu kez bilinçsizce, başka bir deyişle; istendik olmadan, kasıtsız gerçekleştirilebilmektedir.

Linguistik açıdan karşılaştırıldığında sözsüz iletişim için her zaman özel bir yapı veya yapılandırma söz konusu olmadığından sözsüz iletişim sisteminde üzerinde ortak düşünülen az sayıda belirli sembollerden bahsedilebilir. Bazı kültürlerde baş sallamak “evet” anlamına gelirken, başka bazı kültürlerde “hayır” anlamına gelmektedir.

Süreklilik açısından karşılaştırıldığında sözel iletişim bir bakıma sürekli olmayan parçalardan oluşurken, sözsüz iletişim belli bir süreklilik göstermektedir. Örneğin, bir tartışma sözlerde bitebilir ancak yüzün rengi, nefes alışverişi sıklığı gibi sözsüz iletişim kodları çoğunlukla devam etmektedir.

Doğuştan getirilme veya öğrenilme açısından karşılaştırıldığında ise sözel iletişimin tamamı ve sözsüz iletişimin bir bölümü toplumsallaşma ve belli bir kültüre uyumlaşma süreci içerisinde öğrenilmektedir.

1.7. Kişilerarası İletişim Engelleri

Kişilerarası iletişimde engeller denildiğinde, kişilerin birbirleri ile tam ve doğru bir biçimde iletişim kurmalarını ve anlaşmalarını engelleyen her türlü faktör ifade edilmek istenmektedir.

Bu, birçok zaman doğru kanalın kullanılmaması olabileceği gibi birçok zaman da kaynak ve alıcının kişisel özelliklerinden kaynaklanabilmektedir. Örneğin, alıcının kendi hakkındaki düşüncesi mesajların anlamlandırılmasında belirleyici olabilmektedir. Kendi ile ilgili olumsuz bir algıya sahip olan kişi, iletilen her mesajda kendisi ile ilgili bir anlam bularak olumsuz anlamaya eğilimli olabilmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2011: 283).

Kişilerarası iletişimde, çoğu zaman taraflar, içinde bulundukları psikolojik durumdan dolayı da yanlış anlaşılmaktan ve kendini tam olarak ifade edememekten yakınabilirler.

İletişim engellerinin ne olduğunu kısaca yorumladıktan sonra, bu engelleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Özodaşık, 2013: 49-54; Gürüz ve Eğinli, 2011: 284-305; Bıçakçı, 2006: 72):

1.7.1. Bireysel Yetersizlik

Kişilerarası iletişimin başarısı için insan, düşünüp hissettiğini karşısındakine en uygun biçimde anlatabilme becerisine sahip olmalıdır. Konuşma, kişilerarası iletişimin en önemli ögesidir. Sözcükleri söylerken, her sözcüğün yerli yerinde kullanılması konunun anlaşılması ve doğru algılanması bakımından oldukça önemlidir.

1.7.2. Önyargı

Önyargı, basmakalıp yargı olarak ifade edilen, bir kişi ya da grup hakkında öğrenilmiş, benimsenmiş ve bir kalıp olarak yerleşmiş algılardır ve kişilerarası iletişim sürecinde kişilerin etiketlenmesine neden olmaktadır. Kişilerin geçmişteki deneyimleri, gereksinimleri, istekleri ile şekillenen bilgileri, iletişim süreci içinde otomatik tepkilerin verilmesine neden olmaktadır. Bu şekilde hemen karar vermeyi sağlayan bu algılar, fark edilmeden iletişim sürecini olumsuz etkilemektedir.

1.7.3. Tektipleştirme/Streotipleştirme

Günlük yaşamda genel olarak kişiler, diğerlerini belirli bir kategori içinde algılama eğilimi gösterirler. Tanınmayan ve hakkında bilgi sahibi olunmayan kişileri belirli bir grup içinde algılamak, bu kişilerle ilgili bir düşünce oluşturmada yardımcı olmaktadır.

Zihnin, algıladığı bilgiyi sınıflama ve adlandırma ihtiyacı, doğal olarak bu bilginin genellenmesine ve basitleştirilmesine neden olmaktadır.

İnsanların bu biçimde sınıflanarak genel kategorilere oturtulması sonucunda ortaya çıkan kalıplara “streotip” denmektedir. Kadın-erkek, zenci-beyaz gibi kalıplar bunun örnekleridir. Streotiplere bağlı olarak iletişim kurulduğunda, ilişkiler zedeleyici bir hal alabilmektedir.

1.7.4. Varsayılan Kişilik Teorisi

Varsayılan kişilik kuramı, diğer kişi hakkında hızlı bir şekilde bilgi sahibi olmak ve karar vermek amacıyla çok çeşitli kişilik özelliklerinin gruplandırılmasına dayanmaktadır. Aynı zamanda kişinin belirli bir kişilik özelliğine öncelik verilerek ya da bu özellik referans alınarak diğer kişilik özelliklerinin de buna destek verecek bir biçimde düzenlenmesidir. Kişilerarası iletişim sürecinde, kişilerin birbirleri ile ilk karşılaştıkları andan itibaren ilişkinin gelişimini etkileyen varsayılan kişilik teorisi bir iletişim engeli oluşturabilmektedir.

1.7.5. Öngörü

Öngörü, kişinin kendi sahip olduğu çeşitli özellikleri, istekleri, beklentileri, amaçları doğrultusunda bir inanış yaratması, bu inanışa gerçek/gerçekleşmiş gibi

bağlanmaları ve bu gerçek varmış gibi davranışları sergilemelerine dayanmaktır. Kişilerarası iletişim sürecinde, ilişki içinde bulunulan kişi/kişiler hakkında öngöründe bulunulması, öngöründe bulunulan kişinin davranışlarını da bu inancı doğrultusunda oluşturmaya neden olmakta, sonuç aynı inandığı gibi gerçekleşmektedir.

1.7.6. Sıfatlandırma

Sıfatlandırma, bir kişinin görünen belli özelliklerinden ve davranışlarından hareketle, değerlendirmeyi yapanın sahip olduğu bilgi dâhilindeki nitelendirmelerin çağrışım yaparak ardı ardına sıralanması ve buna bağlı olarak diğer özellik ve davranışların tahmin edilmesi ile oluşmaktadır. Sıfatlandırmayı yapan kişi, bilişsel bir süreç dâhilinde izlenimini yapılandırıyor olsa da edinilen yanlış bir izlenim diğer değerlendirmeleri de etkileyeceği için olumsuz sonuçlara neden olabilmektedir.

1.7.7. Suçlamak

Suçlamak, yaşanan olay ve durumlara ilişkin kişinin kendinde ya da diğerlerinde hata bulmasıdır. Kişinin kendi üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmediği ve bundan dolayı da çeşitli problemler yaşadığı zaman başvurdukları bir davranış biçimi halini alırsa kişilerarası iletişim sürecinde önemli bir sorun haline gelmektedir.

1.7.8. Bencillik

Bencil kişinin en büyük özelliği, kendini düşünen, kendi çıkarlarını her şeyin üstünde tutan kişi olmasıdır. Kendini düşünen ve yalnızca kendini beğenen bir kişilik diğer insanlar tarafından katlanılması en zor durumlardan biridir. Bundan dolayı kişilerarası iletişim sürecinde bu kimselerle iletişime girilmemektedir.

1.7.9. Değiştirme

Değiştirme çabası, karşıdaki kişide beğenilmeyen özelliklerin olduğunu ve bu özellikler değiştiği takdirde daha kabul edilebilir olunacağını bir ifadesidir. Değişime karşı bütün insanlar direnç göstermektedir. Değişme çabası, kişiyi kendine yetersiz, önemsiz ve değersiz hissettirmektedir. Değişmediği takdirde sevilmeyeceği ve onaylanmayacağı gibi bir düşünceye kapılmasına neden olabilmektedir.

1.7.10. Kişiselleştirme

Kişişelleştirme, kişinin çevresindeki her olaydan, davranıştan ya da kişiden kendisi ile ilgili bir anlam çıkarmasıdır. Kişileştirme, hem kişinin kendisini hem de iletişim kurduğu kişileri yormaktadır. Ayrıca kişilerarası iletişim sürecinde sürekli olarak bir kontrol mekanizması oluşturarak bir engel yaratmaktadır.

1.7.11. Dilde Belirsizlik

İletişim sürecinde bir mesajın verilmesini ya da alınmasını olumsuz yönde etkileyen diğer bir engel de dilde belirsizliktir. Kelimeler, söyleniş biçimine ve vurguya göre farklı anlamlar taşıyabilirler. Kişiler bir konuşma sırasında bilerek ya da bilmeden kelimeleri gerçek anlamları dışında kullandıkları zaman yanlış anlaşılmalara yaşanabilmektedir.

1.7.12. Algı Yoksunluğu

Kişilerarası ilişkilerde olay veya olguların algılanmasında bir yoksunluk olursa bu durumla ilgili yorum ve anlamlandırmalar eksik veya yanlış olacağından sağlıklı iletişim kurulamayabilir.

1.7.13. Savunucu İletişim

İletişim kazalarının, en büyük nedeni savunucu iletişimdir denilebilmektedir. Bir kimse savunucu bir biçimde konuşursa, dinleyicide de kendiliğinden savunucu bir tutum uyanabilir.

Yapılan araştırmalarda, savunma özelliği arttıkça, iletişimdeki verimin düştüğünü, savunma azaldıkça kaynak ve hedef birimlerin iletişimi bozacak türden yanlış algılamalardan uzaklaştıkları görülmüştür. Kişilerarası iletişim engellerinin en belirgin olanları açıklanmıştır. Kısacası iletişim sürecinde sorun yaratan her şey iletişim engeli olarak karşımıza çıkmakta ve iletişimi olumsuz yönde etkilemektedir (Özodaşık, 2013: 55).

1.8. Kişilerarası İletişimde Etkili İletişim

Etkili iletişim, birbirinin farkında olan, kendi iç dünyası ile dış dünyasının farkında olan kişilerin kurduğu iletişimdir. İyi iletişime yetenekli olan kişi ipuçlarını anında görebilmekte ve onları gerçekçi olarak değerlendirebilmektedir.

Etkili iletişim kurma yeteneği çalışma hayatında daha genel bir ifadeyle hayatın her alanında en önemli becerilerden biridir. İletişim olmadan her hangi bir işi başarmak mümkün değildir. Etkili iletişim kuramama iş yerinde sıkça görülen verimsiz çalışmaya yol açmaktadır. Ancak iletişim becerilerini geliştirilirse şirketin genel verimi ve başarı düzeyini artırılabilir. (Roebuck, 2000: 9).

Organizasyona bundan fayda göreceği son derece belirgindir, yine de açıkça belirtmek önemlidir. Bireysel açıdan kişilerarası ilişkilerde becerilerin geliştirilmesinin toplam etkisi, çalışma pratiğinin iyileşmesidir (Kamp, 2004: 26).

Özetle, bir organizasyon başarısının, etkili bir tartışmanın, bir mitingin, güçlü bir sunumun, bir reklam iletişiminin, çalan bir telefonun, birer iletişim biçimi olduğundan hareketle, toplumsal yaşamın bir ileti bombardımanı altında sürülmekte olduğu söylenebilmektedir. Toplumsal sistemin sürekliliği için gerekli olan iletişim olmasaydı kişilerarası ilişkiler kurulamaz kısaca toplum oluşamazdı (Peltekoğlu, 2012: 207).

II. BÖLÜM

2. KİŞİLİK

Öncelikle bizim kim olduğumuzu ifade eden benlik kavramı ve arkasından kişilik kavramının tanımlarına, önemine ve hayatımızdaki yerine değinilecektir. Kişilik kavramını ve kuramlarını ayrıntılarıyla ele alınmadan ne insan ilişkilerini, ne toplumu, ne kültürü ve ne de beraberinde popüler kültürü anlamlandıramayız.

2.1. Benlik Kavramı

Benlik kişinin kendini algılayış biçimidir. Kişinin kendini nasıl gördüğünü, kişiliğine ilişkin kanıların neler olduğunu açıklamaktadır. Benlik kavramı; anne, baba, arkadaşlar, öğretmenler ve diğer önemli kişiler ile ilişkiler sonucunda oluşmaktadır. Kişinin kendini algılayış biçimi olan benlik, yine kişinin algılarına bağlı olarak iki boyuta sahiptir. İlk boyut gerçek benlik iken ikinci boyut ise ideal benliktir. Gerçek benlik, “kimim?” ideal benlik ise “kim olmak istiyorum?” sorularına bireyin verdiği cevaplar ile şekillenmektedir. (Odabaşı ve Barış, 2006: 204).

Benlik kavramı birbiriyle ilişkili 4 öğeden oluşmaktadır (gokcebey.beun.edu.tr):

- **Algılanan Benlik:** Bireyin kendisini nasıl gördüğü, onun benlik kavramının çok önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Algılanan benliğin de üç bileşeni vardır: Birincisi, kişilik özellikleri, birey benzer durumlarda benzer şekilde davrandığı zaman, hem dışarıdan bakanlar hem de kişinin kendisi o davranışla kişilik özellikleri arasında bağ kurmaktadır. İkincisi, yetkinlikler, herkes sahip olduğu yetenek, beceri, bilgi düzeyi hakkında bir algıya sahiptir. Sonuncusu ise, değerler ile birey kararlarını ve eylemlerini ona göre şekillendirmektedir.
- **İdeal Benlik:** Her bireyin sahip olmak istediği özellikler, yetkinlikler ve değerler vardır. Kişi bu özelliklere gerçekten sahip olduğuna inanmak ve başkalarını da inandırmak istemektedir.
- **Sosyal Kimlikler:** İnsanlar ait oldukları ve değer verdikleri gruplar içinde kurdukları sosyal etkileşimler sonucunda sosyal kimlikler geliştirirler.

Kişi arkadaş grubunda başka, spor yaptığı kulüpte farklı, dernekte farklı, iş yerinde farklı roller üstlenir. Farklı rollerin gerektirdiği sosyal kimliğe uygun davranışları sergiler.

- **Özdeğer:** İdeal benlikle, algılanan benlik arasındaki farktır.

2.1.1. Benlik Gelişimi

Benlik gelişimi, bireyin kendisini değerli bir insan olarak hissetmesini, kapasitesine güvenmesini ve farklılıklarına değer vermesini vurgulamaktadır. Benlik gelişiminin nihai hedefi kendini gerçekleştiren insandır. Kendini gerçekleştiren insan, kendini ve başkalarını olduğu gibi kabul etmektedir. Özerktir, yaratıcıdır ve yaşamdan zevk alır. Kendisi ve çevresi ile barışıktır ve demokratik tutumlara sahiptir (Özodaşık, 2008: 406). İnsanların daima bir şeyler istedikleri ve isteklerinin hayat boyu devam ettiği herkes tarafından bilinen bir husustur. Her fert, devamlı olarak tatmin etmeye çalıştığı bazı ihtiyaçlara sahiptir. Başka bir ifade ile insanlar belirli amaçlara yönelirken, çoğunlukla ihtiyaçlarından dolayı hareket ederler ve ihtiyaçlarının bilincinde olup da bu ihtiyaçları karşılayan insan en sonunda kendini gerçekleştirme mertebesine ulaşmış olacaktır (Eroğlu, 2000: 39). Ayrıca bütün insanların, kendi kişiliklerine bağlı olarak farklı ihtiyaç ve arzuları olduğu için, bu ihtiyaçların nasıl karşılanacağını öğrenmek bir gereklilik olmuştur (Littauer ve Littauer, 2005: 21).

Kendini gerçekleştirme kavramı ilk kez Maslow tarafından kullanılmıştır. Maslow, insanın değerli, kendine özgü ve iyiye yönelik bir öze sahip olduğuna inanmaktadır. Maslow'a göre fizyolojik, güvenlik, sevmeye, sevilme, bir gruba ait olma, statü kazanma gibi temel gereksinimleri karşılanan insan sonunda kendisi olabilecektir. Yani kendini gerçekleştirebilecektir (Burger, 2006: 428).

2.1.2. Benlik Tasarımı

Benlik tasarımı kavramı kişilik ve psikoloji kuramlarının çoğunun içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bununla birlikte her kuram bu kavramı kendi konsepti bakımından ele alarak tanımlamakta sonuç olarak bu tanımlarda benzerlikler olduğu gibi farklılıklar da ortaya çıkmaktadır. Benlik tasarımı, içsel dayanakları olan cevaplar verebilmesini mümkün kılacak eylemleri zorunlu kılmaktadır.

İnsan, sosyal ve fiziksel çevre ve kendisi ile ilişkileri sırasında elde ettiği geri bildirimler yoluyla ve birbirleri ilişki halindeki çok sayıda unsurdan oluşan ve kendisini anlamasını sağlayan benlik tasarımı, geçmiş deneyimlerden, o andaki yaşantılardan ve gelecekteki beklentilerden oluşmaktadır. Bireylerin benlik tasarımı, kendilerine sordukları ve sürekli tekrarlanan “ben kimim?” sorusuna verdikleri yanıtlar tarafından oluşturulmaktadır (Özodaşık, 2013: 62-66).

2.1.3. Ben Kimim?

İnsan, varlığının farkındalığına erdiğinde, kendine şu soruyu sormak gereği ile karşı karşıya kalmaktadır. “Ben kimim?”

Üzerimize giydirilmiş ve sahipliğimizden dolayı pek isyan etmediğimiz kişiliğimiz bizleri her geçen gün bir ayrı boyutta, bir ayrı görüntüde, bir aynı formasyon içinde şekillendirmeye çalışmaktadır. Gün gelir bir ekonomi profesörüyüzdür. Başka bir gün gelir otoriter bir hukukçu hatta gün gelir etrafına ahkâm kesen bir tıp adamı, ardından da çağı zorlayan bir atom âlimi. İşte bizler bu yakıştırmalar, bu yapaylıklar, bu olmazlar, olamazlar içinde kendimize buruk fakat aldatıcı bir haz ortamı yaratır ve içinde yer almaktan, aldatmacalarla dolu bir doyunluklar üretmekten çekinmez ve keyif alırız. Çünkü bizler bunların hiçbirisi değilizdir (Benazus, 2005: 19). Aslında iyi ve kötü, haz ve acı olarak bilinen her şey sadece insanın duyguları ve yargılarıdır (Urhan, 1998: 23).

Üzerimize bu yapaylıkla adeta yapıştırılmış, değişik ve bizden başka herkes olan yüzümüzdeki maskelerimizle oluşturduğumuz bu sözde kişiliklerimizin bize ne gibi yapaylıklarla sarmalanmış bir hayatı önümüze sürdüğünü göremeyiz.

Zaman içinde bunları bir yaşam biçimi şekli olarak benimser ve yaşarız. Ta ki kendi gerçek kimliğimizin içindeki özünden yansımalarını algılayıp, duyumsayıp yine kendi kimliğimizin aynadaki yansımaları özümseyinceye kadar. Her insan doğumla beraber yüklenip geldiği ve yalnız kendine has bir kimliğe sahiptir. İşte bu kimlik insanın gerçek özünü yansıtmaktadır (Benazus, 2005: 14-20). Kimlik kavramı psikolojide benlik olarak tanımlanmakta; benlik kavramı, bireyin kim olduğunu tarif etmekte ve diğer kişilerle kurulan ilişkilerle biçimlenmektedir. (Bilgin, 2001: 156).

2.2. Kişilik Kavramı, Yapısı, Özellikleri ve Öğeleri

“Herkes daha iyi bir kişilik ister. Hepimiz kendimizi Fantezi Adası’nda, sihirli çanların bizi, seçkin konuşan, cazip giyimli soylulara dönüştürdüğü yerde hayal ederiz. Artık yanlış ve beceriksiz davranmayız, bir şeyleri döküp saçmayız, yolumuzu el yordamıyla bulmayız; konuşuruz, büyüleriz, cezp ederiz ve şevk ederiz. Gösteri sona erdiğinde ise hayal kurmayı bırakıp kaldığımız yerden yaşamamıza devam ederiz. Hayatımızdaki “boş perdeye” baktığımızda içinde bulunduğumuz, aslında komik olan durumun neden sona erdirildiğini merak ederiz; neden bizim yerimizi rollerini güvenle oynayan yeni yıldızların aldığını, neden bize topluma uymayan insan rolü verildiğini düşünürüz. Hepimiz farklı eğilimlere, becerilere ve kişiliğe sahibiz ve bunu fark ettiğimizi anladığımız an cevapları bulma yolundayızdır” (Littauer, 2012: 2).

Kişilik kavramına bakıldığında birçok tanım farklı yorumlamalarda kendini göstermektedir. En basit tanımı ile kişilik; bireyin toplumsal yaşam içinde elde ettiği alışkanlıkların ve davranışların tümüdür (Fidan, 2009: 27).

Özodaşık’a göre kişilik, doğuştan gelen biyolojik özelliklerle çevreden gelen sosyal etmenlerin birbiri üzerine yaptıkları etkilerin meydana getirdiği ahenkli bir bütündür. Demek ki kişilik hem kalıtsal özelliklerin hem de çevrenin bir ürünüdür. Kişilik, davranış biçimlerinin, düşünüş özelliklerinin, ilgi ve eğilimlerin, yetenek, kabiliyet ve yönelişlerin psiko-sosyal durumların karakteristik bir bütünleşmesidir. Kişilik bir insanı nesnel veya öznel yanlarıyla diğerlerinden farklı kılan duygu, düşünce ve davranış özelliklerinin tümüdür (Özodaşık, 2009: 134).

Odabaşı ve Barış’a göre kişilik, yaşanılan toplumun özellikleri, kültürel yapısı ve ahlak anlayışının şekil verdiği bir kavramdır (Odabaşı ve Barış, 2006: 211).

Urhan’a göre kişilik sürekli bir yaratmadır. Kişi bireysel bir form altında bulunan ve asla tekrar edilemeyen bir evrendir (Urhan, 1998: 24).

Yazıcı’ya göre kişilik, her insan yaşamakta olduğu toplum ve fiziki alan içinde yaşamını sürdürebilmek için birtakım davranışlarda bulunmaktadır. İnsanın yaşamını sürdürmesi için kaçınılmaz olan bu davranışlar kimi zaman alışkanlık haline gelmektedir. İnsanın davranışları yaşamını sürdürmesine yardımcı olduğu gibi onun yaşamını kolaylaştırma, daha rahat hale getirme görevini de üstlenmektedir.

İşte insanın bu tür davranışlar içerisinde olması onun kişiliğini oluşturmaktadır (Yazıcı, 1996: 10).

Elden ise, kişiliğin içinde bulunan çevreye tepki verilmesini sağlayan uzun süreli bireysel özelliklerle ilişkili olduğunu, bireyin kendi kişiliğini ya da arkadaşlarının kişiliğini rahatça tanımlayabileceğini belirtmiştir. Örneğin; kişi bir arkadaş için oldukça sinirli, inatçı, rekabetçi, hırslı, sempatik, akıllı, cimri diyebilmektedir. Kişinin arkadaş için tanımladığı bu ifadeler, kişilikle ilgili farklı durumları sergilemektedir. (Elden vd., 2005: 209). Kişilik her zaman konuşulan konulardan biridir. Kişi en yakın arkadaş için eğlenceyi seven ama sessiz bir tip diye tanımlarda bulunabilirken, az tanıdığı kişileri tek yönlü olarak değerlendirebilir. Özünde kişilik bir iki özellikten ziyade hepsini içermektedir (Morris, 2002: 452).

Kişilikle ilgili birbirine yakın daha birçok tanım mevcuttur. Fidan’a bakıldığında kişilik konusunu şu şekilde özetlediği görülmektedir: Kişilik bireyin toplumsal yaşam içinde elde ettiği davranışların ve alışkanlıklarının tümüdür. Kişilik, bireysel anlamda olabildiği gibi toplumsal anlamda da olabilir. Ancak birey toplumsal bir yaşam içinde bulunmak zorunda olduğundan toplumsal kişilik, bireysel kişilikten daha önemlidir. Toplumsal kişilik, sosyalleşme sürecinde öğrenilmektedir. Söz konusu edilen öğrenme, klasik öğrenmeden farklı bir anlam taşıyan toplumsal öğrenme ile gerçekleşmektedir. Toplumsal öğrenmede en çok kullanılan yöntemler taklit ve rekabettir. Toplumsal kimlik oluşumu bireyin içinde bulunduğu toplumun kurumları, kültürü ve çevresinden etkilenmektedir (Fidan, 2009: 33-34).

Tanımlara genel olarak bakıldığında, kişiliğin temelde üç boyut üzerinden betimlendiği görülmektedir. Bu boyutlardan ilki kişiliğin “ayrıt edici” niteliği üzerinde odaklanmaktadır. Kişilik bu yanıyla bireyin “özel” ve “ayırıcı” davranışlarını içermektedir. Özeldir, çünkü bireyin sıklıkla yaptığı ya da en tipik davranışlarını temsil eder. Bu anlamda ayrıt edicidir, çünkü bu davranışlar kişiyi başkalarından ayırmaktadır. Örneğin; sürekli neşeli, konuşkan, çevresiyle ilgili insanların, “dışa dönük” kişilik özelliklerini taşıdığını söyleyebiliriz. Dışa dönük kişilik özellikleri olan birinin, içine kapanması, sessizleşmesi, kişilik özelliği “içe dönük” olan biri gibi doğal karşılanmaz, tam tersine özel ayırıcı bir durum olduğuna işaret etmektedir. Bu örnekte, kişiliğin bir bireyi, diğerlerinden ayırıcı ve sürekli özelliklerine işaret ettiği vurgulanmaktadır (Göregenli, 2013: 119-120).

Tüm insanlar başkaları ile birlikte olma eğilimindedir. Çünkü insan sosyal bir varlıktır. Sosyal kavramı Latince olan “Socius”tan gelmektedir. Socius ise, birliktelik anlamı taşımaktadır (Gökçe, 2003: 39). İnsanlar diğer insanlar ile birlikte olabildiği sürece sosyal yaşamda ayakta kalmakta, yaşamlarını kolaylaştırmakta ve sosyal olabilmektedir. İnsanların tek başlarına yaşayamayacaklarının en belirgin örnekleri günlük yaşamdan verilebilmektedir. Yaşamak için gerekli olan yiyeceklerden, her gün seyredilmesi bir kural haline gelen televizyona kadar hiç kimse tek başına bunları üretmeyi başaramamaktadır. Bu nedenle insanoğlu toplumsal yaşamı benimsemiştir ve bu toplumsal yaşamı geliştirmeye çalışmıştır (Fidan, 2009: 29).

Özetle, kişilik denilen şey kişinin bütün bedensel özelliklerinin, içgüdülerinin, dürtülerinin, eğilimlerinin, kazanılmış deneyimlerinin bir bütünüdür. Deneyimden kastedilen insanın yaşantısı olmaktadır. Bu yaşantı süresince kişiliğimizde mutlaka küçük veya büyük bazı değişiklikler olmuştur. Kişilikteki değişimler hayat boyu devam etmektedir. İnsanın fizyolojik yapısının gelişmesi gibi kişilik de uzun yıllar boyu değişmektedir. Ancak bu sezilmesi çok zor olan yavaş bir oluşumdur (Burger, 2006: 46).

Kişiliğin oluşmasında birçok etken rol oynamaktadır. Bunları dört ana grup içerisinde incelemek olanaklıdır (Eren, 1998: 40-41):

- Kişinin kendini diğerlerinden ayıran fiziksel dış görünümü (boy, vücut ağırlığı, güzellik ya da kusurları),
- Belirli bir yaşa gelindiğinde bir görevi üstlenmesi sonucu ortaya çıkan rolü,
- Kişinin zeka, enerji, arzu, ahlak ve potansiyel yetenekleri,
- Kişinin içinde yaşadığı toplumsal özellikler (toplumun yaşam felsefesi, kültürel yapısı, ahlak anlayışı gibi).

2.2.1. Kişilikle İlgili Kavramlar

Kişilik birbiriyle ilişkili üç kavramla karıştırılmaktadır. Bunlar kimlik, karakter ve mizactır (Odabaşı ve Barış, 2006: 190-191):

Kimlik: Kim olduğumuzdur. Örneğin; Türk, Arap vb. olduğumuzu gösteren referans noktaları.

Karakter: Bilinçli olarak seçilen ve kişiliğimizin bir kısmını oluşturan özelliklerimizdir. Mizacın eksik kalan kısmına yaptığımız eklemelerdir.

“Örneğin, bir insan bir şeyi unutmuşsa onu öğrenmiş demektir. Bir insanın bir şeyi yapmaya gücü ve arzusu var ise, onu yapmıştır; çünkü herkes yapmak istediği şeyi yapabilecek fırsatı bulduğunda onu gerçekten yapar, hiçbir şey onu durduramaz. Sağlam bir karakter böyle emin adımlarla basmayı gerektirir” (Aristoteles, 2013: 133).

Mizac: Sonradan geliştirilmeyip, doğuşumuzla gelen kişilik özelliklerimizdir. Örneğin; olaylar karşısında vermiş olduğumuz tepkiler. (Sinirli, neşeli olmak vb.)

Kısacası kişilik kavramı, kim olduğumuzu, karakterimizi, mizacımızı, kapsayan çok daha geniş düşünülmesi gereken bir kavramdır.

Kimliğimiz, karakterimiz, mizacımız yani toplamında kişiliğimizde asıl önemli olan içimizdekidir. Littauer, “Kişiliğinizi Tanıyın” kitabında güzel bir örnekle bunu açıklamıştır: “Michelangelo David, figürünü yapmaya hazırlanırken, mermer seçiminde uzun bir zaman harcadı; çünkü kullanacağı maddenin bitmiş ürünün güzelliğini tamamlayacağını biliyordu. Taşın şeklini değiştirebileceğini biliyordu ama temel maddeyi değiştiremezdi. Yaptığı her şaheser eşsizdi. İstemiş olsaydı bile aynı cins iki mermer parçası bulamazdı. Aynı taş ocağından iki blok kesseydi bile tamamen aynı olmazdı. Evet, benzerdi ama aynı olmazdı” (Littauer, 2012: 3).

Kişiliklerimizde böyledir. Yaşama kendi iç özelliklerimizle başlarız. Özelliklerimizin bazıları altın gibi güzeldir, bazı özelliklerimiz ise gri çizgiler ile lekeli.

Koşullarımız, zekâmız uyruğumuz, ekonomik durumumuz, çevremiz ve kalıtsal özelliklerimiz kişiliğimize biçim verebilir ama içimizdeki kaya aynı kalmaktadır (Littauer, 2012: 4).

2.2.2. Kişiliğin Yapısı

Kişilikle ilgili yukarıdaki tanım ve açıklamalardan sonra üç önemli konu ön plana çıkmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2006: 191-192):

- Kişilik bireyi diğerlerinden ayırır; bireyin kişiliği kalıtsal özelliklerinden ve kişisel deneyimlerinden kaynaklanıp onu benzersiz kılmaktadır.
- Kişilik tutarlıdır ve sürekli; kişi benzer durumlarda davranışını değiştirmez
- Kişilik değişebilir; kişi olgunlaştıkça, yaşamın ona sunduklarına bağlı olarak kişiliği değişebilir.

2.2.3. Kişiliğin Temel Özellikleri ve Beş Faktör Kişilik Modeli

Her insan başka insanları sevmeye etkili olabilen birçok kişilik özelliği sıralayabilir. Yani, başka değişkenlerin eşit olması koşuluyla, dürüst insanları dürüst olmayanlardan, yardım severleri yardım sevmeyenlerden, nazik olanları kaba olanlardan hem kolayca ayırt edebilir hem de daha fazla sevebiliriz.

Yapılan araştırmalar neticesinde genel olarak en çok ve en az değer verilen özelliklerin şunlar olduğu görülmektedir (gokcebey.beun.edu.tr):

- Samimiyet
- Dürüstlük
- Sadakat
- Gerçekçilik
- Güvenilirlik
- Bağlanılabilirlik
- Yalnızcılık
- Sahtekârlık
- Dürüst olmama durumudur.

Beş faktör kişilik modeli; beş faktör çalışmalarının temelini, algılanan farklı kişilik özelliklerinin, çeşitli kültürlerin günlük yaşamlarındaki söylemlerine yansıtacağı ve önem taşıyan bireysel farklılıkların yaşayan “dil”de farklı sözcükler halinde kodlanacağı görüşü oluşturmaktadır. Bu çalışmalar; yüzyılımızın başından beri farklı dil grupları üzerinde sürdürülmekte, tam bir uzlaşma içinde olmasa da, kişilikle ilgili kavramların hiyerarşik bir yapının çatısını oluşturacak beş büyük faktör altında toplanabileceğine dair önemli veriler sunmaktadırlar. Bu beş faktör genellikle şu şekilde adlandırılmaktadırlar (Somer vd., 2002: 23-24; Sudak ve Zehir, 2013: 143-145):

2.2.3.1. Dışa Dönüklük

Dışa dönüklük boyutu, hayat dolu, heyecanlı, neşeli, girişken ve sosyal olma gibi özellikleri içermektedir. Dışa dönük kişiler atılgan, aktif, konuşkan, şen şakrak, iyimser ve enerjiktirler. Eğlence ve hareketten hoşlanırlar. Dışa dönük insanlar pozitif duygu eğilimlidir.

2.2.3.2. Uyumluluk/ Yumuşak Başlılık

Uyumluluk, daha az kişiler arası çatışmaya ve daha fazla iş ve aile çatışmasını azaltıcı desteğe neden olmaktadır. Kabul edici bireyler işlerinde daha başarılıdırlar. Yumuşak başlılık faktöründe yüksek olan kişiler, başkalarını seven, verici olan, sosyal ilgisi olan insanlardır.

2.2.3.3. Özdenetim/ Sorumluluk

Faktörün ilerletici yönü başarı ihtiyacı ve çalışma kararlılığında görülmektedir. Bu özelliğe sahip kişiler amaçlı, iradeli ve kararlıdırlar. Bilinçlilik, başarılı yönelim, düzenli çizgi, etkili organizasyonel, planlı, sorumlu, mükemmeliyetçilik ve çok çalışkanlığı kapsamaktadır.

2.2.3.4. Duygusal Denge

Duygusal dangedeki bir tutarsızlık endişeli, kaygılı, güvensiz, gergin bireyleri yansıtır. Bu karakter özellikleri de bireylerin iş ve aile yaşamında daha fazla çatışma yaşamalarına sebep olmaktadır.

2.2.3.5. Deneyime Açıklık

Bu beş faktör modelinde araştırmacıların üzerinde en fazla uzlaşmaya vardıkları faktördür. Bu beşinci boyut, analitik, meraklı, yaratıcı, bağımsız, hayal gücü kuvvetli, orijinal, cesur, doğal, değişikliği seven, açık fikirli gibi özellikleri içeren gelişime açıklık olarak isimlendirilen son faktördür.

2.2.4. Kişiliği Oluşturan Öğeler

Kişiliğin biçimlenmesinde ve belirlenmesinde iki temel unsur bulunmaktadır. Bunlar: İçsel özellikler ve dışsal özelliklerdir. Yukarıda anlatıldığı üzere, içsel özellikler (zekâ, enerji, duygu, algılama vb.) bireyin potansiyel yeteneklerini etkilerken bir de kişinin sosyal ve fiziki çevreye bağlı olarak gelişen ve kişiliğini etkileyen dışsal özellikleri vardır (İnceoğlu, 2010: 122-127):

- **Aile:** Kişi bebekliğinden itibaren aile çevresinden etkilenmektedir. Ailenin birey davranışları üzerinde etkisi çeşitli faktörlere bağlı

olarak değişmektedir. Ailede çocuk sayısı, ebeveynlerin eğitim düzeyi, kır veya kentte oturma gibi.

- **Okul:** Aileden sonra okul, bireyin kişiliğinin biçimlenmesinde önemli işleve sahiptir. Birey, aile içinde geçirdiği ilk birkaç yıldan sonra okula başlamakta ve kişilik oluşumunun önemli bir bölümünü okulda geçirmektedir.
- **Arkadaş Çevresi:** Aile ve okulun yanında bir de bireyin, çocukluğundan itibaren çeşitli nedenlerle içinde yer aldığı arkadaş grupları vardır ki onlar da kişiliğin biçimlenmesinde önemli ölçüde etkide bulunmaktadır.
- **Referans Grupları ve Sınıflar:** Kişinin tutumlarını, fikirlerini, değer yargılarını etkileyen ve kendisini üye kabul ettiği herhangi bir insan topluluğu referans grubu olarak tanımlanmaktadır ve kişiliğin biçimlenmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Aynı zamanda bireyin ait olduğu sınıf ve ekonomik alt yapı da aynı şekilde etkilidir.
- **Kitle İletişim Araçları:** Kişinin referans grupları dışında kalan (ünlü, sporcu, müzik vb. gibi) gruplar da kişiliğinin biçimlenmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu kişiler televizyon, internet vb. gibi kitle iletişim araçlarından takip edilip rol model olarak alınmaktadır.
- **Kültür:** Her bir toplumun yaşam biçiminde diğerlerinden farklılık gösteren birtakım öğeler yer almakta ve birey kendi kültürüne göre kişiliğini biçimlendirmektedir.

2.3. Kişilik Kuramları

Kişiliğin gelişmesi ve davranışların oluşmasıyla determinizm (gerekircilik) arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Doğada nedeni olmayan hiçbir sonuç bulunmaz. Aynı şekilde insanın kişiliğindeki süreçler de kendiliğinden oluşmamaktadır. Değişik nedenler, değişik duygu, tutum, davranış ve kişilik yapılarına yol açmaktadır. Kısaca insanın kişiliğinden kaynaklanan her davranışın bir nedeni vardır. Bu nedenin kökeni ilk bebeklik, çocukluk, gençlik çağlarına dayanmaktadır. İşte bu görüş Freud'un psikanalitik görüşü ile başlamıştır (Yanbastı, 1996: 16).

2.3.1. Psikanalitik Kuram

Viyana'lı bilim adamı Freud'un geliştirdiği bu kurama göre, kişilerin bilinçli olarak fark edemedikleri birtakım bilinçaltı öğeler kişiliğin oluşumun etkilemektedir. Kişiliğin üç temel birimi bulunmaktadır. Bunlar İd, Ego ve Süperegodur (Odabaşı ve Barış, 2006: 192).

- **İd (Alt Benlik):** Cinsel istek ve arzulardan, saldırgan tepkilerden yani temel yaşam dürtülerinden sorumludur. İd, haz ilkesi ile çalışmakta ve yalnızca kaygıların azaltılmasını sağlamaktadır (Bruno, 1982: 113). İçgüdüsel olarak ortaya çıkan bilinçsiz davranışların kaynağıdır. Kişiliğin doğuştan gelen yönüdür ve bitmez tükenmez istekleri bulunmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2006: 193).
- **Ego (Benlik):** Kişiliğin dış dünya ile etkileşime giren, bütünleştirici ya da aracı rolü oynayan bölümüdür. Organize bir yapıdır. Dış dünya gerçeklerine göre hareket etmektedir (Özodaşık, 2009: 147). Ego, öncelikle dış dünya ve koşullarını tahlil etmekte sonra İd'in dürtüsel gereksinimlerini anlamakta ve bunu tatmin etme yönünde çalışmaktadır (Yiğit, 2012: 260). Ego, İd'in limitsiz taleplerini değerlendirerek iki unsuru uyumlaştırma çabası içinde olan kurallar koymaktadır. İd'in karşılanamayacak taleplerinde savunma mekanizmalarını geliştirerek bu istediğin bastırılmasını sağladığı için, kendini koruma kavramıyla ilişkilidir (Elden vd., 2005: 211).
- **Süperegogo:** Kişiliğin denetleyici bölümüdür. Egonun bir bölümü zaman içinde ayrışarak ahlaki değerler, toplumsal değer yargıları, inançlar, ana-baba değer yargılarından oluşan bir bölüm oluşturmaktadır (Özodaşık, 2009: 148). Süperegogo, toplumdan öğrenilen doğru-yanlış, iyi-kötü gibi kavramlarla oluşturulmaktadır (Yiğit, 2012: 260).

Freud, kişilikle ilgili yapıyı inceleyip açıklamasıyla birlikte, kişiliğin bebeklik ve çocukluk döneminde geçirilen aşamalar sonucunda oluştuğunu vurgulamıştır. Bu aşamalar ise beş grupta toplanmaktadır (Özkalp, 1995: 118-119):

- **Oral Dönem (0-1,5 yaş):** İhtiyaç, algı ve anlatım ağız bölgesinde toplanmıştır. Ağız bölgesinde algılanan duyular açlık, susuzluk, meme

veya yerine geçen nesnelerin oluşturduğu hoşlanma yutma ve doyma duyularıdır. Edo, id'den ayrışmaya yüz tutmaktadır (yutmak-yutmamak) (Özodaşık, 2009: 149). Bu dönemi aşamayan ya da bu dönemin özelliklerini taşıyan kişide bağımlılık, pasiflik hâkim olmaktadır. Bebekken yeterli oral zevki almamış birey, yetişkinlikte sigara içme, sakız çiğneme ve aşırı yeme eğilimlerinde olabilmektedir.

- **Anal Dönem (1.5-3 yaş):** Üçüncü yaşın sonuna dek süren bu dönemde çocuk, anüsü büzen kaslara giden sinirlerin olgunlaşmaları sonucu, dışkının tutulması ya da boşaltılması işlevleri üzerine denetim kurmayı öğrenmektedir (Elden vd., 2005: 498). Tuvalet eğitimi sırasında anneye çatışmalar sonucu çocuk bir yandan bağımlılık duyguları, öte yandan ayrılma, bireyselleşme, bağımsız isteklerini içeren karşıt duyguları bir arada yaşamaktadır (Özodaşık, 2009: 150). Eğer tuvalet eğitimi çok sıkıysa ve zorlayıcı ise, bu dönemde saplanma olabilmektedir. Böyle kişiler çok kontrollü, katı ve kurallara çok bağlıdır.

Anal dönemin uyumlu ilişkilerle sürdürüldüğü durumlarda ise, kişi özerk bir birey olarak özgürce seçim yapabilme, bağımsızlığını sürdürebilme, suçluluk duymaksızın girişimde bulunabilme, olaylar karşısında kararsızlığa kapılmadan eyleme geçme gibi özellikler kazanmaktadır (Elden vd., 2005: 499).

- **Fallik Dönem (3-5 yaş):** Cinsel bölgelerin uyarılmasından heyecan duyma ve cinselliğe karşı aşırı ilgi biçiminde davranışlarla belirlenen bu dönem, üçüncü yaşın sonlarına doğru başlamakta ve beşinci yılın bitiminde son bulmaktadır (Elden vd., 2005: 499).

Haz bölgesi genitaldir ve farklı cinslerin farklı organlara sahip olduğu öğrenilmektedir. Çatışma noktası, karşı cinsten ebeveyne yakınlık duymasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu çatışmayı nasıl çözdüğü gelecekte karşı cinsle ve otoriteyle ilişkisini etkileyecektir. Oral dönemin ilkel endişesi yenerek yutularak yok olmaktır. Anal dönemin ilkel endişesi gövdenin, içindekilerin zorla alınmasıdır. Fallik dönemin ilkel endişesi ise gövdeyi parçalayan korkunç cezalardır. Karşılık ilkesine göre, kabahatli organ cezalandırılmaktadır (Özodaşık, 2009: 153).

- **Latent Dönem (5-11 yaş):** Bu dönemde kişiliğin çeşitli kısımlarının kristalleşmesi görülmektedir. Latent, bir tür bekleyiş anlamına gelip çocuk birçok dürtüyü frenlemeyi öğrenmektedir.

Cinsel dürtüler durgundur. Kız ve erkek çocuk hemcinslerine yaklaşmaktadır. Cinsel ve saldırgan enerjilerini, öğrenme, oyun, diğer insanlarla ilişki kurmada kullanırlar. Bu dönemin amacı çocuğun hemcinsi olan ebeveyne özdeşimini ve cinsiyetine ilişkin toplumsal rolünü güçlendirmektir (Özodaşık, 2009: 153).

Bu dönemin sağlıklı bir biçimde yaşanması, çocuğun yenilgiye uğrasa bile aşağılık duygusuna kapılmadan ve korkmadan girişimde bulunabilmesini sağlamaktadır (Elden vd., 2005: 500).

- **Genital Dönem (11-13 yaş):** Ergenlikle beraber gelen ve romantik ilişkilerin başladığı dönemdir. Yakın yaşıttaki karşı cinsten kişilerle ilişkiye geçme çabası yoğunudur.

Bu dönemin amacı anne-baba bağımlılığından koparak karşı cinsle olgun ilişkiler kurabilmek, özsever duyguları gerçek kişilere yöneltmeye başlamaktır (Özodaşık, 2009: 153). Bu dönemi başarıyla atlatan kişilerde doyurucu cinsel etkinlikler ve tutarlı bir kimlikle belirlenen olgun bir kişilik yerleşmektedir (Elden vd., 2005: 500).

Freud'a göre, kişinin kişiliği değişik dönemlerdeki yaşadığı çatışmaları nasıl çözdüğüne bağlı olarak belirecektir. Özellikle ilk üç aşama bu konuda belirleyici özelliğe sahiptir. Bu dönemlerde yaşanan çatışma, hayal kırıklığı ve sevginin düzeyleri kişinin yetişkin olarak kişiliğini ve davranışlarını şekillendirmektedir (Odabaşı ve Barış, 2006: 196).

2.3.2. Sosyo-Psikolojik Kuram

Freud'un öğrencileri tarafından geliştirilen, fakat Freudyen teoriden farklılıklar gösteren sosyo-psikolojik kuram, insan davranışlarını belirleyen sosyal faktörlere vurgu yapmaktadır. Kuramın teorisyenlerinden biri olan Alfred Adler'e göre insan, öncelikle fiziksel, psikolojik sosyal yetersizliklerini öznel algısından ortaya çıkan aşağılık hissinin başlattığı üstünlük sağlama çabası ile motive olan sosyal bir varlık olarak tanımlanmıştır. Yani yaşamın temel amacı, kişinin benliğini en mükemmel

duruma getirmek, kişiyi çocukluğunda elde ettiği aşağılık duygusundan kurtarmaktır (Runyon ve Stewart'tan akt. Elden vd., 2005: 216).

2.3.3. Treyt (Özellik Kuramı)

Bu kurama göre, kişiliği kişinin sahip olduğu özellikleri belirlemektedir. Kişinin temel özellikleri bilinirse, kişiliği de öğrenilebilmektedir. Bu özelliklere sevimlilik, dürüstlük, çekingenlik, saldırganlık, esneklik örnek verilebilir (Odabaşı ve Barış, 2006: 200).

2.3.4. Bilişsel Temelli Kişilik Kuramları

Bireylerin bilgiyi nasıl işleyip, bilgiye nasıl tepki verdiklerini ortaya koyan bilişsel temelli bir kuramdır (Elden vd., 2005: 219).

2.4. Kişilik Savunma Mekanizmaları

Savunma mekanizmaları, içgüdülerimizin kontrolünün sağlanması, endişelerin savuşturulması amacıyla kullanılan yöntemlerdir. Bilinçli ya da bilinçsiz olarak herkes tarafından kullanılmaktadır. Ancak bilinçli kullanıldığı ender olarak görülmektedir (Elden vd., 2005: 501). Savunma mekanizmalarını kısaca şu şekilde sıralanabilir (Yanbastı, 1996: 29-31; Özodaşık, 2013: 80-86; dergiler.ankara.edu.tr):

- **Bastırma:** Uygun görülmeyen istek ve anıları bilinçten uzaklaştırma mekanizmasıdır. Genellikle unutmalar, kaçmalar şeklide davranışlardır.
- **Neden Bulma:** Günlük yaşamda herkesin kullandığı bir mekanizmadır. Bu mekanizma, gerçekleştirilememiş isteklerin yarattığı düş kırıklığını yumuşatma amacıyla kullanılmaktadır. İkinci bir kullanımında da davranışlar haklı gösterilmeye çalışılmaktadır.
- **Yansıtma:** Bireyin kendinde bulunan kusurları başkalarında görme davranışına yansıtma denmektedir. Kişi yaşadığı, öfke, şüphe, korku, güvensizlik ve sevgi gibi duyguları diğer bireylere yüklemektedir. Suçluluk duyguları uyandıracak nitelikteki içgüdüsel dürtülerini, düşüncelerini ve isteklerini diğer insanlara mal etmektedir.
- **Ödünleme:** Bazen belirli bir amacı olan çabaya yönelik davranışlar biçiminde kullanılabilir. Örneğin, sakatlığını ya da yetersizliğinin etkilerini doğrudan

gidirmek yerine kişi bir diğer yönünü geliştirerek bu eksikliğini ödünleyebilir. Örneğin, zekâ kapasitesi sınırlı bir kişi sporda veya el becerilerinde daha başarılı olabilir ve eksikliğini giderebilir.

- **Yüceltme:** Bu mekanizmalarda ilkel nitelikteki eğilim ve tepkiler doğal amaçlardan çevrilerek toplum tarafından beğenilen etkinliklere dönüştürülmektedir. Bu nedenle savunma mekanizmaları içinde en başarılı ve olumlu olanı olduğu söylenebilir. Örneğin, şiir yazmak, resim yapmak veya sürekli olarak yardıma muhtaç insanlara kendini adanmak yüceltme çabasına örnek verilebilir.
- **Özdeşleşme:** Birey, bir kişi ya da gruba hayranlık duymakta ve onların davranışlarına benzer davranışlar sergilemektedir. Birey prestij, güç, tanınma ya da kabul edilme eksikliği gösterebilir. Benlik saygısı düşük olan bir birey, beğeni kazanmış bir kişinin ya da ünlü bir grubun üyelerinin davranışlarını taklit edebilir. Okul öncesi yıllarda anne-babayı model alarak başlayan özdeşleşme ile çocuklar onların hareket, tutum, konuşma ve diğer tepkilerini taklit edebilirler. Daha sonraki yıllarda ise toplumda değer gören kişiler, kişinin özdeşim modellerinin yerini almaktadır.
- **Yön Değiştirme:** Belirli bir uyarıcının neden olduğu tepkinin açığa vurulması tehlikeli olduğunda tepkilerin o uyarandan bir başkasına yönlendirilmesine ya da o tepkinin yerine başka daha uygun bir tepki göstermesine denmektedir. Birey sorunları için kendinden daha güçsüz bir kişiyi ya da bir nesneyi suçlamaktadır. Örneğin, müdürüne kızan memurun karısına, kocasına kızan kadının çocuğuna, öğretmenine kızan öğrencinin arkadaşına gösterdiği tepkiler bu türden tepkilerdir.
- **Yadsıma:** Tüm ilkel savunma mekanizmaları çevredeki tehlikelerin varlığını yadsıma amacını gütmektedir. Eğer kişi tehlike ile baş edemez ya da ondan kaçınamazsa, kullanılabilecek tek yol bu tehlikeyi yok saymak olmaktadır. Birey, olayları inkâr etmek yolu ile onların yaratacağı heyecansal ve anlıksal sarsıntılardan ve uyum zorluklarından kurtulmaya ve doğabilecek kaygıları önlemeye çalışmaktadır. Örneğin, babasını kaybeden küçük bir çocuk sürekli olarak arkadaşlarına akşam veya hafta sonu birlikte yaptıkları ile ilgili hikâyeler anlatabilir.

- **Duygusal Yalıtım/Soyutlanma:** Duygusal yalıtım mekanizması, kişinin diğer insanlardan bağımsızlık kazanarak içsel gereksinimlerinin onlar tarafından etkilenmesine karşı önlem alması biçiminde işlemektedir. Örneğin, bazı insanlar çevrelerinden bağımsız olabilmek için para biriktirebilir. Ancak bu para zevkler için kullanılmayıp, daha sonraki olası zor günler için saklanmaktadır.
- **Gerileme:** Bireyin davranışlarında belirgin bir olgunlaşma geriliği görülmektedir. Bu savunma mekanizmasının kullanımında, bağımlılık, kaçınma, inatçılık ve ilgi arama gibi pek çok davranış gösterilebilir. Sıkıntı ve endişe verici durumlarda yaşam gelişimin daha önceki basamaklarına geri dönüş gerçekleşmektedir. Bu genellikle kendisini çocuksu davranış olarak göstermektedir. Örneğin, yeni bir kardeşin dünyaya gelişiyle kendisine gösterilen ilginin azaldığını fark eden çocuk, daha çok ilgi gördüğü dönemlere dönerek parmağını emebilir, bebeksi konuşmaya başlayabilir. Yetişkinlerde ise sevgiden yoksun kaldıklarında aşırı yemek yiyerek oral döneme gidilebilir. Yaşlılarda ise sık sık geçmişten, anılardan söz etme biçiminde kendini göstermektedir.
- **Düşkünlük:** Genellikle sarsıcı bir deneyimin sonucunda, bir şeye karşı gösterilen, kişiye tedirginlik veren tavır ya da bağlılıktır.
- **Mantıksallaştırma/Mantığa Bürünme:** Birey, yaşadığı zorlukların sorumluluğunu kabul etmemekte, diğer insanları ya da durumları suçlamaktadır. Birey, genellikle durumunu inanılacak ve onaylanacak bir şekilde ortaya koymakta ve başka açıklamaları değerlendirmeye almaya karşı direnç göstermektedir. Örneğin, kırmızı ışıktaki geçen şoför “yol boştu” veya “herkes geçti” gibi mazeretler göstererek, kendi davranışını makul göstermeye çalışabilir.
- **Fantezi Kurma:** Tatlı hayaller kurma ya da fantezi, kişinin çatışmalarını hayalinde çözümleyerek rahatladığı bir başa çıkma yoludur. Kişinin içinde bulunduğu durum eğer kaygı uyandıran bir durumsa, hayal dünyasına kaçıp orada daha hoş bir durum içinde kendini düşünerek, içinde bulunduğu bir durumun ortaya çıkardığı kaygıdan kurtulmuş olmaktadır. Örneğin, fakir bir genç kendini sürekli zengin bir ortamda hayal ederek bu kaygılarından kurtulabilir.

- **Yapma-Bozma:** Bu mekanizma kişinin kendisi ve çevresi tarafından onaylanmayacak düşünce veya davranıştan vazgeçmesi ve eğer böyle bir söz ya da eylem dışı vurulmuşsa, ortaya çıkan durumu onarması ile belirlenmektedir. Örneğin, hatalı davranışlar için dilenilen özürler, günahlara karşı verilen sadakalar bu mekanizmanın ürünleri olduğu söylenebilir.
- **Dönüştürme:** Zorlayıcı duyguların yön değiştirmesi ve bedensel olarak yaşanmasıdır. Bedensel hastalık belirtileri düzeyinde ortaya çıkan, nevrotik düzeyde bir savunma mekanizmasıdır. Örneğin, baş ağrısı, nefes alma güçlüğü, bazı bayılmalar ve felçler de bu türden belirtilerdir.
- **Çözülme:** Kaygının çok yoğun olduğu durumlarda kişilik düzeni o denli bozulabilir ki, savunma mekanizmaları, bilinçli, belleği ve hatta bazen kişinin tümünü egemenliği altına alabilir. Kişi bir düş dünyasının içindeymişçesine aşırı duygusal tepkiler gösterebilir, şaşkındır ve dramatik davranışlarda bulunabilir, saçma ve bağlantısız bir şekilde durmadan konuşabilir. Geçici olarak ortaya çıkan çözülme tepkilerinden sonra kişi tepki sürecinde yaptıklarını veya anlattıklarını hatırlamayabilmektedir.
- **Karşıt Tepki Oluşturma:** Karşıt-tepki mekanizmasını kullanan kişiler, kendi yaşamlarını olduğu gibi, yakın çevresindeki insanların davranışlarını da baskı altında tutma eğilimindedirler. Yaşam alanlarını dar tutarak kendilerini koruduklarından, içsel isteklerini kışkırtabilecek her türlü değişikliğe ve yeniliğe karşı çıkabilirler.
- **Duygudaşlık ve Boyun Eğme:** Kişinin normal ilişkilerde kendine olan saygısını koruyabilmesi için sevgi alışverişinin eşit koşullarda olması gerekirken, duygudaşlık mekanizmasında kişi sürekli bir şeyler vererek kendini kabul ettirme ya da tam karşıtı diğer insanlarla ilişkilerinde asalak bir yaşantı sürme eğilimindedirler.
- **Yoksun Bırakmak:** Kişisel ilişkilerde bir kimseye verilecek en ağır psikolojik cezanın onun varlığından habersiz olmaktır. İlişkilerde en önemli etkenin ilgi ve sevgi olduğu düşünüldüğünde; ilgiden ve sevgiden yoksun bırakmak diğerinin varlığını tanımamakla eş değerdir ve bu durum ilişkinin bitmesi anlamına gelmektedir.

- **Parçalanma-Benlik Yitimi:** Kaygının normal ya da nevrotik düzeyde işleyen savunma mekanizmalarıyla denetim altına alınamadığı bazı durumlarda benlik, bu katlanılması güç duygudan kurtulabilmek amacıyla kendini parçalama yolunu seçebilir. Parçalanma mekanizması sonucu ortaya çıkan ruhsal duruma “psikoz” denmektedir. Ağır bir kişilik parçalanması söz konusu olan psikozlarda, nevrozlara göre daha ileri ve daha ağır ruhsal dengesizlikler görülmektedir. Psikozlu kişi toplum içindeki durumunu koruyacak ve sorumluluklarını sürdürebilecek durumda değildir.

Savunma mekanizmaları kişilikleri anlamlandırmada, normal ya da anormal bir davranışı değerlendirmede yol gösterici olarak karşımıza çıkmaktadır. Günlük hayatta çoğu insan farkında ya da farkında olmadan bu mekanizmaları kullanmaktadır. Önemli olan bunun alışkanlık haline getirilmemesidir. Kimi zaman olaylar karşısında verilen tepkiler otomatikleşmiştir. Hepsinin temelinde aslında toplum içinde kabul görmeme kaygısı yatmaktadır. Ya da bireyin kendisini önemli hissetmesi ya da hissettirmesi düşüncesi. Bu yüzden çoğu zaman rollere bürünür kendi kişiliğimizin içinden çıkar bambaşka hayatları içimizde yaşarız. İşte bu özdeşleşme mekanizması ilerleyen bölümlerde bizim konumuzun daha iyi aydınlanması açısından bize yardımcı olacaktır.

2.5. Kişiliğin Patolojileri

Kişilik bireyin düşünce, duygu ve davranışlarının benzersiz ve kalıcı bir örüntüsüdür. İnsanlar dünyayı algılama ve birtakım şeyleri yapma açısından belli özelliklere sahip olmalarına rağmen, davranışlarını farklı durumlara ayarlayabilirler. Ancak bazı kişiler, yaşamlarının erken bir noktasından başlayarak, esnek olmayan ve uyumsuz düşünme ve davranma biçimleri geliştirirler. Bu düşünme ve davranma biçimleri kişilerin kendileri için ciddi iç zorlanmalara veya başkaları için sorunlara neden olacak kadar aşırı abartılı ve katıdır. Bu tür kişilik bozuklukları olan insanlar zararsız ilginç kişiliklerden soğuk kanlı katillere kadar çeşitlilik göstermektedirler. (Morris, 2002: 548).

Kişilik bozukluğu, bireyin ait olduğu sosyal çevre ve kültürün beklentilerinden sapan, derin olarak yerleşmiş, süreklilik ve katılık arz eden, içsel yaşantı ve davranış

örüntüsüdür. Kişilik özelliklerinin sorunlu bir biçimde şekillenmesi sonucunda, çevresiyle ve iç dünyasında sıkıntılar yaşamasına neden olan düşünme, hissetme, davranma ve insanlarla iletişim ve ilişki kurma biçimin kişinin farkında olmadan ve tutarlı bir biçimde sürdürmesi durumudur. Kişilik bozukluğu olan kişiler aşırı inişli çıkışlı duygu hallerinin ve çarpık düşünme biçimlerinin farkında değildirler. Bunun sonucunda iletişimde oldukları kişilerle sorunlar yaşamakta, sorunun kendi düşünme biçimleri, duygusal tutarsızlıkları ve davranış şekilleri ile ilgili olduğunun farkında olmayarak, kendi yaklaşımlarını rasyonalize etme eğiliminde olmaktadır (megep.meb.gov.tr).

Psikodinamik kavramsallaştırmanın ve kişilik bozuklukları gösteren hastaların tedavisinin kökenindeki temel öncül, gözlenebilen davranışlarla bu hastaların öznel karmaşalarının altında yatan psikolojik yapıların patolojik özelliklerini yansıttığı şeklindedir. Psikolojik yapı, bireyin davranışını, algılarını ve öznel deneyimlerini düzenleyen sabit ve sürekli bir zihinsel fonksiyonlar örüntüsüdür. Ciddi kişilik bozuklukları gösteren hastaların psikolojik örgütlenmelerinin en temel karakteristiği psikolojik yapılarındaki bütünlük eksikliğidir (Clarkin vd. 2012: 2).

Kişilik bozukluklarında sıkça karşılaşılan ortak özellikler vardır (megeb.gov.tr):

- Benliğe yerleşmiş olan davranış yapısının uyum amacı ile esneklik göstermeden sürdürülmesi, örneğin yapılan davranışların yinelenmesi,
- Belli bir toplum içinde uyumlu sayılabilmek için geçerli ölçülerden sapması, topluma aykırı davranışlar gösterebilmesi,
- Çocukluktan ya da ilk ergenlik döneminden beri süregelmesi,
- Toplum içinde, iş yaşamında belirgin bozulmaya yol açması,
- Genellikle benimsenmiş olması ve değiştirilmek istenmemesi,
- Genel olarak çevre ile çatışma ve sürtüşmeye yol açması; kendisini çevreye değil, çevresini kendisine uydurmaya çalışması,
- Kişinin bilişsel yetilerinde, temel duygulanım ve düşünce yapısında belirgin bozukluk olmamasıdır.

Amerikan Psikiyatri Birliği (Apa) yaklaşık 40 yıldır normaldışı davranışların çeşitli türlerini tanımlayan ve sınıflayan resmi bir el kitabı yayınlamaktadır.

Zihinsel Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı (DSM) olarak adlandırılan bu yayın dördüncü basıma ulaşmıştır.

DSM-IV 1994'te yayınlanmıştır (Morris, 2002: 533). Dördüncü baskısında kişilik bozuklukları, ergenlik veya erken erişkinlik döneminde başlayan, zamanla sabitleşen, mutsuzluğa ve bozulmaya yol açan, katı ve yaygın nitelikteki öznel yaşantılar veya kültürel normlardan sapma gösteren davranışlar olarak tanımlanmıştır. DSM-IV kişilik bozukluklarını üç grupta toplamıştır (megeb.gov.tr):

- A grubu: Bu kişilik bozuklukları aykırı ve tuhaf davranışlar seyretmektedir. Paranoid, şizoid ve şizotipal kişilik bozukluklarını içermektedir.
- B grubu: Kendine yönelik yıkıcılık, katılık, kalıcı olmayan ilişkilerle karakterize, dramatik, coşkulu, kararsız ve tutarsız davranışlar seyretmektedir. Borderline, histrionik, antisosyal ve narsisistik kişilik bozukluklarını içermektedir.
- C grubu: Endişe, korku ve kaygılı görünürler. Çekingen, bağımlı ve obsesif-kompulsif kişilik bozukluklarını içermektedir.

Kişilik bozuklukları genel olarak şu ifadelerle tanımlanmıştır: (Morris, 2002: 548-554; Karaaziz ve E. Atak, 2013: 46-49; megeb.gov.tr).

- **Paranoid Kişilik Bozukluğu:** Kişiler, aşırı kuşkucu, güvensiz ve olası herhangi bir tehdit ya da hileye karşı aşırı duyarlıdırlar. Dikkatli konuşan, ketum dolambaçlı, entrikacı ve tartışmacı olan bu kişiler yine de kendilerini akılcı ve nesnel görmektedirler.
- **Şizoid Kişilik Bozukluğu:** Bu grup kişilik bozuklukları garip ve oldukça ilginç davranışlarla belirgindir. Bu kişilik bozukluğu gösteren kişilerin sosyal ilişkiler kurma yeteneği ya da isteği eksiktir ve başkaları için sıcaklık ve sevecenlik hissedemezler. Bu tür yalnız kişiler hislerini ifade edemezler ve başkaları tarafından soğuk, mesafeli ve duygusuz olarak algılanırlar. Şizoid kişilik bozukluğu olan kişiler öylesine içe kapanmışlardır ki, nadiren evlidirler ve başkalarıyla ilişki içinde olmayı gerektiren işlerde çalıştıklarında sorunları olabilmektedir.

- **Şizotipal Kişilik Bozukluğu:** Erken erişkinlik döneminde başlayan ve değişik koşullarda ortaya çıkan, sürekli toplumsal ilişkilerden kopma, kişilerarası ilişkilerde kayıtsızlık, duygusal yaşantı ve anlatımda kısıtlılık gözlenen bir bozukluktur. Şizoid kişiler içe dönük, toplumdan soyutlanmış, sosyal ilişkilere karşı ilgisiz, yalnız, duygusal olarak soğuk ve mesafeli kişilerdir. Çoğunlukla kendi duygu ve düşünceleri içine gömülürler ve başkaları ile yakınlaşmaktan çekinirler. Belirgin duygusal dalgalanma göstermezler; sevinçleri, üzüntüleri, öfkeleri dışarıdan belli olmaz. Kesin yaygınlığı bilinmemektedir.
- **Borderline Kişilik Bozukluğu:** Genç erişkin döneminde başlayan ve değişik koşullar altında ortaya çıkan, kişilerarası ilişkilerde, benlik algısında ve duygulanımda tutarsızlık ve ani belirgin dürtüsel davranışlarla karakterize bir durumdur.
- **Histrionik Kişilik Bozukluğu:** Genç erişkinlik döneminde başlayan ve değişik koşullar altında ortaya çıkan, aşırı duygusallık ve sürekli kendisiyle ilgilenilmesi çabası ile devam eden bir bozukluktur. Hemen her alanda aşırı duygusallık ve ilgilenilme arayışı vardır. Kadınlarda daha sık görüldüğü söylenebilir.
- **Antisosyal Kişilik Bozukluğu:** Bu kişilik bozukluğunu gösteren kişiler yalan söyleyebilir, çalabilir, dolandırabilir ve çok az sorumluluk duygusuna sahiptir denilebilmektedir ya da hiç sorumluluk duyguları yoktur ama çoğunlukla ilk karşılaşmada zeki ve büyüleyici görünebilirler. Antisosyal kişilikler, davranışlarından dolayı kaygı ya da suçluluğun en küçük izini bile nadiren gösterirler. Hatta kendi yaptıkları antisosyal hareketler için toplumu ya da kurbanlarını suçlamaktadırlar.
- **Narsisistik Kişilik Bozukluğu:** Bu kişilik bozukluğu olan kişilerin zihinleri sürekli olarak, kendilerinin öneminin büyük olduğu hissi ve sınırsız başarı hayalleriyle meşgul olduğu söylenebilmektedir. Bu tür kişiler kendilerinin olağanüstü olduklarına inanırlar, sürekli dikkatin üzerlerinde toplanmasına ve hayran olunmaya gereksinim duyarlar, daima haklı oldukları duyguları vardır.

Patalojik narsisizme sahip olan bireyler ise kendinden tamamen emin ve başkalarının düşüncelerini önemsemez bir tavırla davranmalarına rağmen içsel süreçte tamamen başkalarının düşünceleriyle beslenmeye açık bireylerdir. Bu durumda bireylerin dış görünüşlerindeki abartılı güvenleri ve kendinden emin tavırlarının aksine iç süreçlerine kendilerine güvenmeyen bireyler olduklarının göstergesidir.

- **Çekingen Kişilik Bozukluğu:** Genç erişkin döneminde başlayan ve değişik koşullar altında ortaya çıkan, yetersizlik duyguları, sosyal açıdan kendini geri çekme ve başkalarınca olumsuz değerlendirilmeye aşırı duyarlı olma, fazla incinme ile seyreden bir kişilik bozukluğudur. Bu kişilik bozukluğu olan kişilerde sıkılganlık, kaygı ve reddedilme korkusu bulunmaktadır. Bundan dolayı başkalarıyla yakın ilişkiler kurmak isteseler de toplumsal kaygı nedeniyle kendilerini yalıtırlar.
- **Bağımlı Kişilik Bozukluğu:** Genç erişkinlik döneminde başlayan ve değişik koşullar altında ortaya çıkan, uysal ve yapışkan davranışa ve ayrılma korkusuna yol açan, kendisine bakılma gereksinimin aşırı olmasıyla seyreden bir bozukluktur. Çoğunlukla kötümser bir bakış açısına sahiptirler.
- **Obsesif-Kompulsif Kişilik Bozukluğu:** Genç erişkinlik döneminde başlayan ve değişik koşullar altında ortaya çıkan esneklik ve verimlilik pahasına düzenlilik, mükemmeliyetçilik, zihinsel ve kişilerarası kontrol koyma üzerine aşırı kafa yormayla seyreden bir bozukluktur. Aşırı düzen, titizlik, kusursuz olma, kuralcılık, inatçılık, aşırı kararsızlık (olayların olumlu olumsuz yönlerini sürekli tartma ve bu yüzden karar verememe), erteleme eğilimi ve bütün bunlarda aşırı katı tutum görülmektedir.

Bu kişilik bozuklukları da farkında olmadan kullanılan savunma mekanizmaları gibi, çoğu insanda görülebilmektedir. En çok görüldüğü kesimler ise, aile yaşantıların iyi olmadığı, sosyo-ekonomik durumların kötü olduğu kişilerdir. Sahip olunan kişilikler bireyin sadece kendi hayatını değil içinde yaşadığı tüm toplumu ilgilendirmektedir. Beraberinde de kültürü etkilediği söylenebilir

III. BÖLÜM

3. POPÜLER KÜLTÜR

Şekspir'in bir oyunu veya bir Avrupa klasik müziğini düşünelim. Bu oyun ve müzik Anadolu insanının kendi yaşamını temsil eden bir oyunundan ve çalgısından daha mı üstün ve değerlidir? İki ayrı dünyanın kendini iki ayrı tarzda ifadesi değil midir bunlar? Whisky ile rakı, bigmac ile döner, blue jean ile türban arasındaki fark birinin daha üstün ve değerli olması ve diğerinin değersiz ve avam veya geleneksel olması mıdır? Bu değerlendirmelerde nesnel bir ölçüt var mıdır? Hayır, yok ve olamaz. Sadece kendini üstün görenin kendisini ayırt eden tanımlamasıdır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 43).

3.1. Kültür Kavramı

Günümüzdeki çalışmaları etkilediği ölçüde “kültür”ün iki temel tanımının kökleri, 18. yüzyıl sonundan itibaren başlayan ve Raymond Williams'ın “Kültür ve Toplum” tartışması adını verdiği eleştirel geleneğe dayanmaktadır. Klasik ve muhafazakâr olan birinci tanıma göre, kültür bir estetik mükemmellik ölçüsüdür. M. Arnold'un deyişiyle “dünyada düşünülen ve söylenilen en iyisini” temsil etmektedir. İkinci kültür tanımının kökü ise Herder'e kadar gidip antropolojiye kaynaklık etmektedir. Betimleyici ve etnografik olan bu tanıma göre kültür, “bir yaşam tarzı”dır. R. Williams'ın terimleriyle kültür, yalnız sanat ve öğrenimde değil aynı zamanda kurumlarda ve sıradan günlük davranışta belli anlam ve değerler ifade eden belirli bir yaşam tarzına işaret etmektedir (Özbek, 1994: 75-76).

Sosyologlar kültürden söz ettiklerinde, insan toplumlarının devralınan özelliklerinden değil, öğrenilen özellikleriyle ilgilenmektedirler. Kültürün bu öğeleri toplumun üyeleri tarafından paylaşılmakta ve iş birliği ile iletişimin gerçekleşmesine olanak vermektedir. Bunlar bir toplumdaki bireylerin içinde yaşadıkları ortak bağlamları oluşturmaktadırlar. Bir toplumun kültürü hem maddi olmayan -kültürün içeriğini oluşturan inanç, düşünce ve değerler- hem de maddi yönlerden -bu içeriği temsil eden nesneler, simgeler ya da teknoloji- oluşmaktadır (Giddens, 2007: 22).

Sosyal antropologlar ise kültürü akraba toplulukları, ekonomik örgütler, güç yapıları ve bunun gibi sosyal kurumlarda kendini ortaya çıkardığı biçimler

aracılığıyla incelemektedir. Mitoloji, sanat, edebiyat, dil ve diğer simge sistemleri kültürün başka bir biçimde yansımasıdır (Lebra, 2013: 21).

Kültür kavramının bugüne kadar çok sayıda tanımı yapılmıştır ve pek çok araştırmacı da belli bir kültür tanımında birleşmek konusunda zorlanmıştır. Belli bir tanım üzerinde anlaşamamanın başlıca nedeni “kültür” sözcüğünün çok anlamlı olmasından kaynaklanmaktadır (Okay, 2000: 223). Güvenç, kültür sözcüğünün aşağıdaki temel kavramlar karşılığında kullanıldığını ifade etmektedir (Güvenç, 1991: 95):

- Kültür, bir toplumun ya da bütün toplumların birikimli uygarlığıdır.
- Kültür, belli bir toplumun kendisidir.
- Kültür, bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesidir.
- Kültür, bir insan ve toplum kuramıdır.

Kültürün karakteristik özellikleri

Birçok kültür tanımı içinde farklı olan yaklaşımları ele aldıktan sonra genel olarak kültürün sahip olduğu özellikleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Elden vd., 2005: 256-258).

- Kültür fonksiyoneldir; Her toplumun kültürü işlevsel bir amaca sahiptir.
- Kültür toplumsaldır; İnsan ilişkilerinden ortaya çıkar ve insan yaratımıdır.
- Kültür, sıkı, güçlü kurallar koyar ve emredicidir; Kültür, kabul edilebilir davranışları tanımlar ve emreder.
- Kültür öğrenilir; Genetik olarak miras alınmaz fakat öğrenmenin bir sonucudur.
- Kültür keyfidir; Bir kültürde kabul edilen bir davranış diğer bir kültürde kabul edilmeyebilir.
- Kültür değer yüklüdür; Birçok kültürel içerik değerlendirilebilir bir içeriğe sahiptir.
- Kültür, zaman içinde birikerek oluşur; Çağdaş kültürler, binlerce yılın birikmiş tecrübe ve bilgilerinden meydana gelmektedir.
- Kültür uyarlanır, değiştirilebilir; Kültür sürekli olarak yeni durumlara ve bilginin yeni kaynaklarına adapte edilmek için değiştirilir.

Özetle kültür, halkın paylaştığı bütün değerler, kaideler, adetler ve alışkanlıklardır. Kültür, bireylerin etkileşimlerinde neyin doğru ve önemli olarak düşündükleridir. Kültür aynı zamanda değerli olan objelerdir. Bu anlamlandırmaya paralel olarak “kültürlü insan” kavramında olduğu gibi gelişmiş beyin durumunu ifade etme anlamından, “kültürel farklılıklar, kültürel ilgiler ve kültürel etkinlikler” gibi kullanımlarda olduğu gibi bu gelişmenin süreci ve süreçlerin araçlarına kadar çeşitli anlamlar yüklenmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 22). Kültürlü kişi denildiğinde nazik ve kibar, yaşamın iyi yanlarından zevk alan, estetik bilen kişiler kast edilmektedir. Bu anlamda kültür terimi boş zamana ve servete sahip olan, incelik örüntülerini “eken” ve “yetiştiren” kişiler için kullanılmaktadır (Fichter, 2002: 136). Kültür yalnızca toplumsal davranışları değil, düşünüş tarzlarını da kapsamaktadır. Kültürel eğitimden, anlam verebilmek ve nasıl tepki verileceğini öğrenmek üzere dünya olaylarına, özellikle de başkalarının davranışlarına hangi anlamların yakıştırılacağı da öğrenilmektedir. Böylece kültür, gerçekliğe de anlam vermektedir (Bates, 2013: 48).

Son olarak kültür, yüksek kültür, kitle kültürü, rock’un roll kültürü, karşı kültür, Amerikan kültürü, Türk kültürü, gençlik kültürü, modern kültür, geleneksel kültür, popüler kültür, kitle kültürü, üstün kültür, bayağı kültür, ince kültür (şiir ve ince işleme) ve kaba kültür, televole kültürü, maganda kültürü, İslam kültürü, şirket kültürü vb. gibi daha birçok ayrımla sınıflanabilir. Bunların içinden konuyla ilgili olan kültür türleri alınıp açıklanacaktır.

3.1.1. Halk/Folk Kültürü

Teknik ve tematik olarak sofistike olmayan, genel, geniş kökenli, yerel gelenekler tarafından üretilen, üreticisiyle tüketicisinin paylaştığı gelenekler çerçevesinde üretilen ve bazı yenilikçi unsurları içerebilen kültür olarak tanımlanmaktadır (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 131). Halk kültürü, üretiminden tüketimine kadar bütün aşamalarında halk içinden çıkan, halkın yaşamının bütünleşik parçası olan, halka ait olandır. Tarihsel olarak kitle kültüründen öncedir. Kitle kültürü de halk kültürünün devamı olarak nitelendirilmemektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 48).

Folk kültürü, tarıma dayalı toplumlarda, üreticilerinin ve tüketicilerinin günlük deneyimlerinin ve kendi önceliklerinin sonucunda kendiliğinden oluşan etnik

özellikleri baskın doğal bir kültür olarak tanımlanmaktadır (Arık, 2009: 4). Folklorik ürünler ise, halkın gündelik yaşamının dolaysız yansımalarını içermeleri ve dış etkilerle dönüşüme uğramadıkları için hem gerçekçilik düzeyleri hem de otantiklikleri açısından önemlidirler. Folklor ürünlerinde eğlence ve kaçış öğelerinin yanı sıra kendiliğinden protestocu öğelere de rastlanmaktadır. Kaçış sanıldığı gibi sadece burjuva sınıfına içkin bir kavram değildir. Halk kesimi, gündelik yaşamının acılarını, kısıtlamalarını ancak eğlence öğesini de içeren türkü, şarkı, seyirlik oyun ve dans gibi sanatsal/kültürel etkinliklerde giderebilir (Oktay, 1993: 15).

Özellikleri (Batmaz, 2006: 97):

- Biçimi basittir.
- Her türlü duygu ya da gelenek aracılığı ile doğrudan aktarılabilen ya da iletilebilen bir yapıdadır.
- Genellikle, herkes için parasızdır.
- Kişiden çok kullanımı açısından grup mülkiyetindedir.
- Anonimdir.
- Bireysel olarak (dans dışında) sunulur.
- İçinden çıktığı grubun değer yargılarını içerir ve iletir.
- Bu kültürel ürünleri üreten ve tüketen açısından toplumsal statü farkı yoktur.
- Üreticiler ve sunucular amatördür.
- Ürün tüketiciye dönüktür.

3.1.2. Yüksek/Seçkin Kültür

Seçkin sanatına ait ürünlerin biricik olduğu bilinmektedir. Teknik ve tematik olarak karmaşık, yaratıcı biçimlerdir; bilinçli estetik bir bağlamda, kabul edilen kurallara uygun olarak bilinen bir sanatçı tarafından üretilmektedir. Bu sanat belirli, ekonomik ve kültürel statüdeki seçkin insanlar için üretilmektedir. Bu yaklaşım kitle kültürünü basit, yoz ve bayağı bulmaktadır. Kitle kültürü ürünleri ve popüler kültür ürünlerinin artmasını ise seçkin sanat ve yüksek kültür için bir tehlike olarak görmektedir (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 131). Yüksek kültür, yüksek sanat ürünleri, klasik müzik, şiir, dans, opera, bale gibi görece az sayıda olan ve kültürel

ürünlere önem veren insanların değerini anlayabildiği kültürel ürünleri kapsamaktadır.

Özellikleri (Batmaz, 2006: 98-99):

- Karmaşık bir biçimi ve beğenilmesinin estetik ölçütleri vardır.
- Tüketicileri yüksek eğitilmiş kişilerdir, bu yüzden iletilebilme araçları yapının kendisidir.
- Ürün, yapıt çok pahalı ve değerlidir.
- Mülkiyeti sahipten sahibe geçebilir.
- Bilinen ve ünlü bir yaratıcısı vardır.
- Yaratıcı, yetenekli ve becerilidir. Özgün olarak yaratılmaktadır.
- İlk değerlendirmesi, yine yüksek beğeni sahibi arkadaş grupları ya da eleştirmen topluluğunca yapılmaktadır.
- Ürün (yapıt) bir düşünceyi vurgular. Kültürel ve geleneksel önyargılardan bağımsızdır. Yenilikçidir.
- Yaratıcıları profesyoneldir. Çoğu, sanatlarıyla geçinen sanatçılardır.
- Ürün (yapıt) yaratıcının yaratım süreciyle oluşturduğu bir düşünsel çaba ve yaratıcılıkla ortaya çıkmıştır ve ancak bu tür bir çabayı gösterenlere dönüktür.

3.1.3. Kitle Kültürü

Kapitalist üretimin gelişmesi ve işbölümünün artması, nüfusun kentlerde toplanması, karar alma süreçlerinin merkezileşmesi, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu kitle toplumu ortaya çıkmıştır. Kitle toplum yapısıyla birlikte ortaya çıkan “kitle kültürü” kitle iletişim aracılığıyla sosyalle edilmektedir (Bilgili ve Akbulut, 2010: 14).

Kitle toplumu ve buna bağlı olarak kitle kültürü kavramlarının geliştirilmesinin ardında Batı Avrupa’da kapitalizmin yükselişi olgusu yatmaktadır.

Kitle toplumunun doğması ve gelişmesi beraberinde bu kitlelerin kültürü olan kitle kültürünü doğurmuştur. Kitle kültürünün gelişmesi ile birlikte pek çok seçkin ve seçkinci yaklaşıma sahip olan insanlar kitle kültürünü yüksek ve ciddi kültüre karşı bir tehdit olarak görmeye başlamıştır. Kitle kültürü, yüksek kültürün karşıtı olarak

konumlandırılıp öyle değerlendirilmiştir. Kitle kültürü, seçkin kültürün karşısında konumlandırılmasına rağmen halk kültürü olarak da görülmemiştir.

Halk kültürü kitle kültüründen daha güçlü ve daha gerçek görülmüştür. Halk kültürü halkın ihtiyaçlarından kaynaklanmaktaydı. Oysa kitle kültürü ticari üretim ve ticari tüketimin bir sonucuydu. Kitle iletişim araçları tarafından topluma yayılan içeriklerin kitle kültürü olduğu ve bu içeriklerin kitle kültürünü oluşturduğu düşünülmüştür (Yaylagül, 2006: 77-78).

Özellikleri (Batmaz, 2006: 97-98):

- Biçim olarak orta karmaşıklığıdır.
- Parayla elde edilebilir, oldukça ucuzdur.
- Copyrigh, patent ya da sahiplik yoluyla tüketime açıktır.
- Bilinen bir kaynağı ya da yaratıcısı (üreticisi) vardır.
- Standartlaştırılmış, yeniden biçimlendirilmiş ya da çoklaştırılmış olarak gösterime sunulmaktadır.
- Kültürel değerleri ve gelenekleri, yeni formüller biçiminde yansıtır.
- Üreten ile tüketen arasında toplumsal statü farkı vardır.
- Üreticileri ve sunucuları profesyoneldir.
- Ürün tüketiciye dönüktür.

Bu üç kültürün de, ayırt edici özellikleri, hep ürün bir meta olduktan sonraki sürecin özellikleri olmasıyla dikkat çekmektedir. Benzer olan yönü ise, üç kültürün de “popüler kültür” terimiyle karıştırılmasıdır. Kimi halka ait olan halkın kültürünü popüler kültür diye nitelendirirken kimine göre de herkesin ulaşamayacağı özelliklerinden dolayı elit kültür olarak konumlandırılmıştır. Popüler kültür kavramıyla en çok karıştırılan ise, kitle iletişim araçlarının yaydığı popülerlikten dolayı kitle kültürü olmuştur.

Popüler kültür, iktidarın ürettiği, halkın bağrından çıkan ya da sanatsal bir yetkinlik iddiası olan bir kültür değil, daha çok mevcut kültürel pratiklerden halkın yaptığı “seçim” ve bu seçimin ardından benimsediği bir kültür formudur. Popüler kültürün bu tüm kültür formlarının ortak paydası olduğu, hem onlardan etkilendiği hem de etkilediği ileri sürülebilmektedir (Arık, 2009: 3).

3.2. Popüler Kültür

Bilim çevrelerinin dikkatini her geçen gün daha fazla üzerinde toplayan popüler kültür, toplumsal hayatın dikkat çeken alanlarından biri durumundadır.

İlgi fazlalığıyla birlikte popüler kültürle yaşanılıyor olması, onun tartışma ortamındaki konumunu giderek karmaşık hale getirmektedir. Bundan dolayı popüler kültürün ne tek, ne de herkesin kabul edebileceği evrensel bir tanımı vardır. Yapılan farklı tanımlamaları tek bir gövde içinde birleştirme, önemli farklılıkların gözden kaçmasına neden olmaktadır. Bu nedenle kavram tanımlamalarında, farklı yaklaşımlara yer vermek daha geniş ve sağlıklı bilgi elde etmek adına işlevsel olmaktadır (Şentürk, 2007: 26).

Popüler kültürün tanımlanmasında, onu oluşturan iki terime, yani “popüler” ve “kültür”e ayrı ayrı nasıl anlam verildiği önem taşımaktadır; ama, “popüler”in tanımı daha belirleyici olmaktadır. Çünkü onun tanım tarzı, kültür tanımını da birlikte getirmektedir (Özbek, 1994: 81). Popüler sözünün bizdeki kullanımı Batıdan gelmektedir ve oldukça yeni bir kavram olarak görülmektedir. Popülerin İngilizcede dilsel orijini orta çağlarda halkın (folk bağlamında halkın, people anlamında halkın değil) anlamında kullanımıyla başlamış ve günümüzde “çoğunluk tarafından sevilen ve seçilen” anlamında kullanılmıştır. Bu bağlamda popüler kültür “halkın kültürü” anlamından günümüzde çoğunluk tarafından “sevilen ve seçilen kültür” anlamına doğru bir dönüşüme uğramıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 33).

Böylece popüler kültürde “popüler”in anlamı, gündelik yaşam ortamında ortaya çıkan, sonra da sıradan insanlar tarafından sevilen, yorumlanan ve kullanılan kültürel imaj ve etkiler -her zaman değil ama zaman zaman oldukça dirençli biçimlerde olabilmektedir- kitle iletişim araçları ve kültür endüstrileri tarafından metalaştırıldıktan ve dağıtıldıktan sonra ortaya çıkmaktadır (Lull, 2001: 105).

Kitle iletişiminde popüler olan, egemen medya ürünlerinin (programların ve pratiklerin, müzik ve film endüstrilerinin siyasal ve kültürel pazara sunduklarının) halk tarafından sevildiği ve tutulduğu anlamında kullanılmaktadır. Popüler ve Popüler Birey kavramlarına bakıldığında ise şu tanımlar karşımıza çıkmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 33-216):

- **Popüler Birey:** Kendi çıkarları peşinde koşan, sendikası, harcayan ve tüketen, kredi kartı kullanan, dayanışmayı, spor kulübü, şirkette görev takımı, meslek grubu vb. biçimde anlayan, özgürlüğü “ben”den ve “ben”in tüketim ve kullanımından geçerek tanımlayan birey olarak ifade edilmektedir.
- **Popüler Olmayan Birey:** Kullanıp atmayan, ahmakça harcama ve tüketime karşı olan, çevreye ve insana duyarlı olan, özgürlüğü toplumdan geçerek tanımlayan ve mücadele için örgütlenmeyi savunan birey olarak ifade edilmektedir. Popüler bireyin paranoyası, nörotikliği ve çeşitli hastalıkları popüler koşullara uyamamadan veya uyamama korkusundan kaynaklanmaktadır. Popüler olmayan bireyin nörotikliği ve hastalığının kaynağı ise popüler insanlık dışılık ve hunharlıklar karşısındaki güçsüzlüğü ve çaresizliği olmaktadır.

3.2.1. Popüler Kültür Tanımları

Popüler’i açıkladıktan sonra, popüler kültür kavramına getirilen farklı yaklaşımlara bakmak konu açısından aydınlatıcı olacaktır.

Yaylagül ve Korkmaz’a göre popüler kültür, üstte seçkin kültürle altta halk kültürünün arasında yer alan gündelik yaşamın sözlü ve görsel olarak yeniden üretilmesini sağlayan bir kitle kültürü türüdür. Kültür endüstrileri tarafından üretilen kitle kültürü ürünleri medyadan geçerek popülerleşmektedir (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 130).

R. Williams için popüler kültür, halk tarafından yaratılan kültürdür. Kitle kültürü ise, belli bir toplumsal grup tarafından halk için geliştirilen kültürdür (Batuş vd., 2006: 131).

Lull’a göre; Popüler kültür kaynağını halktan aldı, ona verilen değil. Bu yaklaşım kültürel ürünlerin üreticileri ve tüketicileri arasındaki farklılıkları, kültür endüstrisi ve onun alımlama ortamları arasındaki farklılıkları gündeme getirmektedir. Biz hepimiz popüler kültürü üretiriz. Popüler kültürün inşası, kültürel iktidar içerisindeki bir uygulamadır (Lull, 2001: 104).

Popüler kültür terimiyle dile getirilmeye çalışılan olgu, çok eskilere uzanmaktadır. Özellikle kent yaşamının genişlemesiyle ve çeşitlenmesiyle meta

olarak tüketilmeye başlayan popüler kültür ürünleriyle halkın, yani sömürülen ve bağımlı konumdaki yönetilen sınıfların kendiliğinden ürettikleri folklor ürünleri birbirine karıştırmamak gerekmektedir (Oktay, 1993: 15). Popüler kültürün içinde var olduğu araçlar ve etkinliklere göre yapısı belirlenmektedir. Nasıl folk kültürü ve seçkin kültür ayrı ayrı ve farklı katmanların beğenileriyle oluşmuş yaşam tarzlarıysa ve değişik araçlarla yaratılıyorsa, popüler kültür de kent içindeki yaygın ve birbirlerini tanımayan katmanların gündelik kültürüdür. Bu nedenle, seçkin kültür öğelerini de folk kültür öğelerini de kullanmaktadır (Batmaz, 2006: 20).

Popüler kültür akademik alanda sanattan, edebiyata ve iletişime kadar birçok disiplin içinde ele alınmaktadır. Ele alış bağlamları oldukça çeşitlilik göstermektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 40):

- Popüler sanat, popüler mimarlık, popüler tasarım
- Kitle iletişimi (elektronik iletişim ve internet; film, müzik, radyo, tv, basın, kitap, dergi, reklamcılık, halkla ilişkiler)
- Eğitim, eğitim felsefesi, genel eğitim ve eğitim kurumları
- Yiyecek ve halkın yaşam yolları
- Edebiyat (şiir, roman, güldürü, korku, macera, dedektif, tarihsel kurgu, aşk, bilim-kurgu ve fantezi hikayeleri, romanları)
- Giyecek, vücut ve görünümü
- Koleksiyon olanları toplama
- Teknoloji
- Metodoloji
- Performans ve tiyatro (dans, müzik, sahne)
- Yer ve zaman; etnik kültürler
- Fiziksel popüler kültür (eros, spor ve çocuk edebiyatı)
- Yaşlılık ve ölüm
- Savaş ve cinayet

(Bu disiplinlerden kitle iletişimle ilgili kısım ele alınmıştır. Kişilikle ilişkisi bakımından, kitle iletişim araçlarından popüler olan televizyon ve dizilerinin benlik gelişimindeki etkisi farklı araştırmacılardan aktararak konunun aydınlatılmasını sağlanmıştır.)

Örgütlü popülerleştirme ajanlarının pratiklerinin etkisinin yaygınlaşması kişilerarası ilişkilerden geçerek olmaktadır. Bu da doğal olarak örgütlü ajanların kişilerde popüler bilincin ekilmesi zorunluluğunu getirmektedir. Bu ekme ve yayma içinde kişilerarası ilişkilerde moda, giyim, yemek, içmek, değerli değerler ve değersiz değerler, beklentiler ve umutsuzluklar, iyiler ve kötüler, taklit edilecekler ve edilmeyecekler, gelenekseller ve modernler, geriler ve ileriler, dostlar ve düşmanlar, özgür olanlar ve olmayanlar, özgürlüğün ve bireysel değerlerin nasıl kazanılacağı ve kaybedileceği vb. hakkındaki egemen (ve elbette mücadelecı) düşünceler, davranış ve ilişki tarzları sürekli yeniden üretilmektedir. Popülerlik, tek bir kanaldan veya araçtan geçerek belirlenmemekte ve gerçekleştirilmemektedir. Özellikle kişilerarası ilişkilerden geçerek oluşan ve sürdürülen karmaşık bir örgütlü ve örgütsüz ilişkiler ağını içermektedir. Bir ana ait değildir; ansızın oluşmaz; tarihsel ve bağlamsal olduğu söylenebilmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 225-226).

Buraya kadar yapılan açıklamalardan popüler kültürün kimine göre halk kültürü kimine göre kitle iletişimle eş değer olduğu söylenebilir. Kimine göre ise başlı başına diğer kültürleri ve araçlarını da kapsayan yerine göre de kendi araçlarıyla bağımsız bir kültürdür.

Popüler kültürü haz duygusu güdülemektedir ve özünde eğlenceye, vakit geçirmeye yönelik bir kültürdür. Popüler kültür insan metabolizmasının bir gerekliliğidir. Tarih boyunca bireyler bir şekilde yapmak zorunda oldukları “işlerin”, “görevlerin”, “ödevlerin” ve “yükümlülüklerin” dışında kalan zamanlarda rahatlama ve özgürleşme ihtiyacı hissetmektedir. Bu rahatlama gereksinimi onları çeşitli kültürel pratiklere yöneltmektedir. Bu pratikler toplumdan topluma ve dönemsel olarak farklılıklar gösterse de değişmeyen tek şey, bu rahatlama aktivitelerinin “düşsel” boyutu olmaktadır. Bireyler bu düşsel zaman diliminde, gerçek hayatta ve çalışma koşullarında ulaşamadıkları bazı gereksinimlerin ve hazların tatminini hedeflemektedir (Arık, 2009: 27).

3.2.2. Popüler Kültürün Tarihçesi

Popüler kültür’ün tarihsel gelişimi incelendiğinde, Mısır, Sümer gibi ilk kent devletlerine kadar uzandığı görülmektedir. Bu kent devletlerinde, merkezden uzak yerlerde sulama kanallarının, kentleri çevreleyen surların ve hisarların yapılması gibi

kamusal işleri gerçekleştirebilmek amacıyla işgücünün buralarda toplanması gerektiği düşünülmüştür. İşgücünü denetleyebilmek amacıyla, bu insanların egemen zümrenin çizeceği sınırların dışına çıkmasını önleyecek bir ara örgütün kurulması fikri geliştirilmiştir. Toplanan işgücünün, etnik köken ve kültür açısından farklılıklar gösteren alt topluluklardan oluşması nedeniyle bu örgüt, yapılacak projeleri denetlemek üzere yöredeki üst düzey kişileri seçmiştir. Bu üst düzey kişiler, başat kültürü haklı gösteren toplumsallaşma süreçlerinden geçmiş, bu nedenle bu kültürü iyi tanıyan kişiler olmuştur. Egemen ideoloji içinde yetişen zihinsel emek gerçek yaşama karşı eleştiri geliştiremeden, sahip olabildiği ve söz geçirebildiği tek dünya olan fantazyaya dünyasına sığınan bedensel emekten ayrı tutulmuş, böylelikle bunların bütünleşmesi engellenmiştir. Ortaçağ'da popüler kültürün, özellikle Rönesans öncesi toplumsal yaşamda ortaya çıktığı görülmektedir (Aydoğan 2004: 33).

Popüler kültür tarihi için en belirleyici olgu ise 1830'lu yıllardan başlayarak kapitalizme geçiş olmuştur. Bugün kapitalizm, bireylerin içine doğduğu ve değiştirilmesinin olanaksız olduğu bir düzen görünümündedir. Temelini para mübadelesinin ya da meta ilişkisinin oluşturduğu bu düzende piyasa koşulları yaşamın niteliğini belirlemekte ve bireyi “önceki toplum biçimlerinde tasavvur edebileceğinden çok daha kapsamlı bir karşılıklı toplumsal bağlılık şebekesi içine yerleştirmektedir (Arık, 2009: 7).

Kapitalist sanayi toplumuna ya da kitle toplumuna geçişle birlikte üretim tekniklerinde geliştirilen yeniliklerin siyasal ve kültürel düzeylerde de geliştirilmesi gerekli olmuştur. Gelişen teknolojinin sağladığı verimliliğin artık yalnızca egemen sınıfın refahı için kullanılmaması, çalışan kesimlerinde bu refahtan yararlandırılması gerektiği, bunun sistemin verimliliğini arttırmanın en kolay yolu olduğu keşfedilmiştir (Aydoğan, 2004: 34). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte halk kısıtlı da olsa belli bir rahatlığa erişmiştir. Bu durumu fırsat bilen hâkim sınıf halka verdiği özgür zamanı tecimselleştirerek bazı yeni düzenlemelere gitmiştir. Böylelikle hem toplumsal yabancılaşmanın üzeri örtülecek hem de “çalışma zamanı dışında da” halk iktidarın güdümünde kendi rızalarıyla yaşamaya devam edecektir. Kontrol altında tutulan çalışan sınıflar serbest zamanlarını burjuvazinin, hakim sınıfında kontrolünde tüketmeye başlamışlardır. Hayatın her alanını metalaştıran kapitalizm burada da hünelerini göstermiş ve popüler kültür etkinliklerini adeta birer tüketim eylemine

dönüştürmüştür. Kapitalizm yörüngesinde işleyen eğlence olgusu ve yerleri kentlerde yaygınlaşması bireylerin serbest zamanlarında hangi biçimlerde eğleneceklerinin başkaları tarafından belirlenmesine yol açmış ve eğlence kar amacı olma ya doğru yol almıştır (Arık, 2009: 10). Artık bu serbest zaman, kitlelerin zamanı olmaktan çıkarılmıştır. Üstelik filmler, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları, bireylerin serbest zamanlarını geçirirken yararlandıkları kültür sanayisi ürünleri, çalışmanın getirdiği baskı ve yabancılaşmayı unutturarak, insanların kendilerini bütünüyle özgürmüş gibi hissetmelerine yol açmıştır (Aydoğan, 2004: 36).

Kültür sanayisi ürünleri bireylere var olan durumun kendileri ve toplum için en iyi durum olduğunu, eleştirilecek ve değiştirilecek hiçbir temel gereksinmenin bulunmadığı yolunda iletiler göndererek izleyicilerin ya da dinleyicilerin kendilerini güven içinde hissetmelerini sağlamaktadır. İnsan dış gerçekliğini anlamlandırırken varolan yaşamından yola çıkıp; bu gerçekliğe anlam ve haklılık kazandıran araç olarak da kendini özdeşleştirdiği popüler kültür ikonlarını (sinema yıldızları, pop şarkıcıları vb.) kullanmaktadır. Oysa dış gerçekliği değiştiremeyen insanın, bunu ikonlar aracılığıyla yapmaya çalışması, ikonları hiç farkında olmadan anlamlandırmasına yol açmaktadır. Bu durum sanayi toplumuna geçişle birlikte, yaşamı sarsıntılar biçiminde algılayan çağdaş insanın anlamlandıramadığı, değiştiremediği dış gerçekliğe, sözde anlamsal bütünlük kazandırabilme gereksiniminden kaynaklanmıştır. Bu açıdan, kitle kültürüyle karşılaştırıldığında popüler kültürün, var olan gerçekliğe karşı cılız da olsa karşı çıkış içeren bir bütün olduğu söylenebilmektedir. (Aydoğan, 2004: 37).

3.2.3. Popüler Kültürün Yarattığı Tüketim Toplumu

Günümüzde “tüketim kültürü” olarak adlandırdığımız oluşum, 19. yüzyılda alt ve orta sınıfların arzularının yönlendirilmesi yoluyla temellenmiştir. “Yeni toplumsal ortamın “yeni” kültürünü belirleyen esas aktör burjuvazi olmuştur. Genellikle burjuvazinin yörüngesinde işleyen popüler kültürün bir taraftan burjuvazinin meşruiyetini pekiştirirken, diğer taraftan onların çarkına su taşıyan bir görünüme sahip olması kaçınılmazdır (Arık, 2009: 15). Tüketim olgusunun bir yaşam tarzına dönüşmesinde ve yeni yaşam tarzlarının geç kapitalizmin kültürel mantığı çerçevesinde bireylere sunulmasında kitle iletişim araçları merkezi bir rol

oyunmaktadır (Korkmaz, 2009: 65). Kitle iletişim araçları, hem popüler kültürü üretmeleri hem de tüketimlerinin bizatihi popüler kültür olma niteliğiyle, özellikle çalışma dışı zamanlarında bireyleri kendi ekonomi-politiği doğrultusunda etki altına almaya çalışmaktadır (Arık, 2009: 16).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, medya aracılığıyla geniş kitleler mümkün olduğunca tüketici olmaya ikna edilmekte ve tüketim alışkanlıkları kazandırılmaktadır. Medyanın buradaki temel amacı, insanlara temel gereksinimlerini karşılayacak ürünleri sağlamaktan öte; onlara tüketim ürünleri ile birlikte verilen değerlerle özdeşleşecekleri kimlikler sunmak ve bu yapay kimliklerin satın alınmasını sağlamaktır (Korkmaz, 2009: 65). Yapay ve üzerimize yapıştırılmış ve yakıştırılmış bu sahte kimlikler bizi olsa olsa başarılı bir taklitçi ve rol yapıcı olmaktan öteye taşımamaktadır. Taklit taklidini yaptığımız kişi için bir övünç olayı olabilir ancak taklit eden için bir kimliksizlik olduğu söylenebilmektedir (Benazus, 2005: 15).

Popüler kültürde tüketim; bireylerin yaşamını kontrol etmesine yarayan, kendilerini özgür hissedip, yaratıcı olarak ifade etmelerine yardım eden bir araç olarak ifade edilmektedir. Kitle iletişimi aracılığıyla sunulan sadece belli bir yargı ya da düşünce değil aynı zamanda tüketime dayanan bir yaşam biçimidir. Bu araçlar yoluyla kitleler dinlenme zamanlarında bir alışveriş çılgınlığına yönlendirilmektedir. Bu yönlendirme dünyanın diğer yerlerindeki insanlar ile hemen hemen aynı davranış modellerini içermekte; insanlar aynı elbiseyi, aynı teknolojik ürünü almakta, aynı şeyleri tüketmektedirler (Geçer, 2013: 76).

Günümüzde toplumsal gelişmelerle beraber, eskiden dış görünüşten ciddiyetle algılanan karakter kendini ele verirken kitlesel üretimle birlikte kıyafetler herkese, kalabalığa karışma fırsatı vermiştir. Bedenler artık makinelerin ifadesi olmuş, yabancılaşma görülmüş ve artık bireysellikler dış görünüşler yoluyla anlaşılamaz hale gelmiştir (Sennett, 2010: 217). Alain Touraine, kültürel unsurların ve malların kitlesel olarak üretimi ve dağıtımın belli bir merkezden gerçekleştirilmesine bağlı olarak, günümüz toplumunu “programlanmış toplum” olarak nitelendirilmektedir. Ona göre, kanaat, tutum, davranış, kişilik ve kültürün bilinçli olarak yönlendirilmesi ve yönlendirme işleminde değerlerin kullanılması, topluma programlanmış bir özellik kazandırmaktadır (Touraine, 2002: 272).

Bu açıklamalar doğrultusunda, tüketim kültürünün ilk aşaması olarak değerlendirilen çağdaş kapitalizmin kökenlerinin olduğu dönemde, sistem için gerekli olan sermaye birikiminin tamamlanması için, üretim artışına uygun olarak ihtiyaçlar çerçevesinde bir tüketim, tasarruf ve çileci bir yaşam hâkim olduğu görülmektedir. Modern dönemin başında ise tüketim kültürü ve yaşam tarzlarının, insanların temel gereksinimlerinin ötesinde; yaşamları içerisinde önemli bir rol oynadığı, toplumsal kimlik ve sosyal grubu ayırt etme açısından bir gösterge olarak ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. 20. yüzyılın sonlarıyla birlikte insanların amacı, gereksinimlerini gidermenin ötesinde tüketim yapmak olmuştur. Tüketim kültürünün kapitalizmin kültürü olduğu, bütün tartışmaların ön kabulü olmuştur. Kapitalist sistem, sermaye birikim süreçlerine, üretim modeline uygun olarak her dönemde farklı özellikleri barındıran bir tüketim kültürü yaratmıştır (Korkmaz, 2009: 68-69).

3.2.4. Popüler Kültür ve Medya İlişkisi

Modern toplumda, düzenleme mekanizmalarının kültüğü, hareketsizliği, insanların özerk seçimler yapma imkânını ve özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Yaşam tarzlarının tekbiçimleştirilmesi, kişiliğin özgür gelişiminin ve verimli bir değişimin koşulu olan insani durumların çeşitliliğini azaltmaktadır. Planlı, düzenli, denetli, geç modern hayatta, insan hayatının bir proje olarak yaşanması ve düzenlenmesi bir baskı olarak kendini hissettirmektedir (Arar, 2006: 71).

Modern yaşam eski zamanlardan farklıdır. Teknolojinin gelişimi ile bilgi gelişmekte, tercihler ve alternatifler artmakta, ilim patlamaktadır. Bu değişim ve tercih çağında uyum sağlamak bir zorunluluk olmaktadır. Temel bir uyum kararları verme şeklinde meydana gelmiştir (Cialdini, 2010: 343). Aynı zamanda kültürel üretim yapılarının ve ilişkilerinin artan akışkanlığının ve sermaye ve imajların hızlandırılmış hareketliliğinin aralıksız bir tarzda yeni popüler oluşumlar ve farklı bileşimler önerdiği gösterilmektedir. Çağdaş popüler kültür, birbiriyle çekişen ve dinamik olan bu süreçlerden hareketle oluşturulmaktadır (Rowe, 1996: 35).

Ticari medya, izleyicisini bir tüketici/müşteri gibi görme eğiliminde olduğundan, başka alanlarda tüketim değerlerini benimseme fırsatı bulamamış olan izleyici, medya karşısında bu şansı yakalamıştır. Türkiye'deki insanlar, bir yandan kültürel açıdan dünya ile uyum sağlarken; diğer yandan yaşadığı mekânlar, kazandığı para,

çalıştığı iş ve tüketebildiği mallar açısından bu kadar esnek ve zengin bir dünyanın imkanlarına kavuşamamaktadır. Pek çok Amerikan televizyonundan alınarak yerleştirilen soap opera, reality show, situation comedy (durum komedileri) vb. formatlar ise kültürel çeşitlenmenin değil, egemen tüketim kültürünün ve yaşam tarzlarının yeniden üretilmesinin araçları olmuşlardır (Korkmaz, 2009: 65-67).

Kitle iletişim araçları toplumsal gerçekliği yansıtır ve onu yaratır mı? Sorusuna ise verilen tüm yanıtların başında medyanın ideolojik ve kültürel kesitlerine dikkat çekme ve onları yayma becerisi gelmektedir. Teknik olarak elbette söz konusu kitle iletişim araçları sosyo-kültürel gerçekliği açık ve süreklilik içinde ne kurmakta ne de yansıtmaktadır. Bunun da ötesinde medya programcıları gerçekliği yansıtmak ve yaratmak kaygısı içinde değildirler. Bunun yerine onlar bazı yönlerden bizi kuşatan çevreye benzeyen, bazı yönlerden de ondan farklı olan öyküleri sembolik kesitler de kullanarak üretme kaygısı içinde oldukları söylenmektedir (Lull, 2001: 104-105).

Neal Gabler, hayatlarımızı, kendi akranlarımızdan oluşan seyirciler için oynadığımız bir eğlence haline getirerek, medya kültürünün senaryolarının peşinden giderek, rol modellerini, onların moda tarzını ve görünümünü taklit ederek kendi “hayatlarımızın” oyuncularını haline geldiğimizi ileri sürmektedir. Gabler’a göre, hayatlarımıza sinematografik terimler çerçevesinde baktığımızda, eğlence günümüzün muhtemelen en yaygın, güçlü ve kaçınılmaz gücüne dönüşmektedir. O kadar kuvvetli bir güç ki, hayatı metastaz etmiş (hayatın her alanına yayılarak kaplamış) ve ikisini birbirinden ayırt etmek imkânsız hale gelmiştir (Gabler’dan akt. Kellner, 2010: 26). Popüler kültürün “halk tarafından sevilen” tanımı ile yakın ilişki içerisinde olan medya bu “sevilen” etki yapmakta; insanların hayat tarzlarını değiştirmekte, algıları, sevgileri, nefretleri, gündelik yaşamlarını, siyasi-sosyal düşüncelerini kendi gücüne göre biçimlendirmektedir. Dolayısıyla medyanın popüler kültürle bir arada anılması ve popüler kültüre yöneltilen eleştirilerden nasibini alması doğal olarak görülmektedir (Geçer, 2013: 67).

Özetle, 1980’li yıllarla birlikte Türkiye’de –küreselleşme sürecinin de etkisiyle- yaşanan dönüşüm ve yeni sağ politikaların kitle iletişimi alanındaki yansımaları, medya sahipliğinin ekonomi politiği ve medya içeriğinin şekillenmesi üzerinde önemli etkileri olmuştur. Türkiye’de artık “kamusal yarar” fikri ihmal edilmekte ve medya büyük bir hızla tüketim ekonomisinin kalıplarına göre küresel düzeyde

örgütlenmektedir. Bu yeni düzende izleyiciler birer yurttaştan çok tüketici konumuna indirgenmektedir. Bir başka deyişle medya, pazar kurallarının gücüne teslim edilirken; kültürel ve birleştirici endişeler yerini, artık iktisadi kaygılara bırakmaktadır (Korkmaz, 2009: 68).

3.2.5. Popüler Kültüre Yönelik Yaklaşımlar

Popüler kültür yaklaşımlarında iki farklı gelenek vardır. Bu yaklaşımlardan ilki; popüler kültüre olumlu yaklaşım onu mevcut düzene meydan okuyan orta sınıfların kültürü olarak görmektedir. Buna karşılık popüler kültüre olumsuz yaklaşım ise bu kültürü kitleleri uyuşturan ve en kaba tabiriyle onları alıklaştıran/aptallaştıran bir kültür olarak görmektedir. Her iki yaklaşım da kendilerine farklı tarihsel dönemlerden kanıtlar sunmaktadır (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 130).

Olumlu yaklaşımların önde gelen temsilcileri, Marshall McLuhan, John Fiske ve Raymond Williams'tır. Olumsuz yaklaşanların önde gelen temsilcileri ise Frankfurt Okulu düşünürleri ile İngiliz Kültürel Okulu temsilcisi Stuart Hall'dur.

Olumlu yaklaşım, özellikle 19. yüzyılın ortalarında gelişen radikal basını ve savaş sonrası dönemde popüler basını örnek olarak sunmaktadır. Bu yaklaşımın taraftarları, kültürü, toplum içerisinde öğrenilen norm, inanç ve değerler olarak görmektedir. Çoğulcu yaklaşımı savunanlar, popüler kültürün insanlar için daha çok seçenek sunduğu görüşündedirler. Aynı zamanda, kitle iletişim araçlarının ve popüler kültürün insanları haber ve belgeseller yoluyla bilgilendirdiğine vurgu yapmaktadırlar. Bu konudaki olumsuz yaklaşımlar ise Hollywood'un 1930'larda, büyük ekonomik krizin ardından kitleleri oyalamak için geliştirdiği filmleri (örneğin müzikal) ve diğer Amerikan kitle kültür ürünlerini göstermektedir (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 130-135).

Popüler kültüre olumlu yaklaşanlar:

3.2.5.1. Marshall McLuhan

Kanadalı bir iletişim kuramcısı olan McLuhan kitle iletişim araçlarına ve onun yarattığı kültürel etkilere karşı olumlu bir bakış açısına sahiptir. McLuhan'ın düşüncelerine göre, kitle iletişim araçlarının gelişimi ile dünya küresel büyüklükte bir köye dönüşmüştür. Böylece dünya küçülmüş ve birbirine bağlanmıştır. Dünyanın

her tarafı görüntülerle ve mesajlarla kaplanmıştır. Köylerde nasıl herkes her şeyden haberdar oluyor ve herkesi tanıyorsa, televizyon sayesinde de dünyanın her yerindeki olaylardan anında haberdar olmak mümkün hale gelmiştir (Yaylagül, 2006: 61). Televizyonun, izleyicisini iletişim sürecine kattığını belirten McLuhan, televizyon izleyicisinin, beyaz camda uçuşan “mercimeksi” ışık lekeciklerinden görüntülenen oluşturduğu duygusal algılama ve anlamlandırma evrelerine katıldığını belirtmektedir. McLuhan, bu niteliği yüzünden de çağdaş iletişim araçlarının başında gelen televizyonun, yeniden ta ideografik yazı günlerindeki gibi, insanlığı bugüne dek süren parçalanmış ve farklılaşmış durumundan kurtarıp “Evrensel Köy Topluluğu yaşamına” kavuşturacağı görüşünü savunmakta; beri yandan, iletişimin de tek yöne akışlı (egemen konumundaki kesimden bağımlı konumdaki kişi ve kesimlere doğru) bir süreç olmaktan çıkarak demokratikleşeceğini söylemektedir. McLuhan buna dayanarak, televizyonun katılmacı çağdan toplumlardaki yönetim felsefesine en uygun iletişim aracı olduğunu da ileri sürmektedir (Oskay, 2001: 13).

3.2.5.2. John Fiske

İngiliz kültürel incelemeler geleneği içerisinde yer alan post-modern duruşa yakın olan yaklaşımlar, John Fiske gibi; popüler kültürün yüksek ve seçkin kültür meydan okuduğunu, reklamların izleyicileri daha sofistike yaptığını, onları bilgilendirerek tercihlerini kolaylaştırdığını ve izleyicilerin popüler kültür tüketiminde medya içeriklerini farklı şekillerde okuduklarını vurgulayarak, eleştirel yaklaşımların popüler kültürün, pasif izleyici kitle yarattığı yönündeki görüşlerine karşı çıkmaktadırlar (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 136). Fiske’ye göre Popüler kültürü üreten halktır, kültür endüstrileri değil. İnsanlar kendilerine empoze edilen kültürü benimsememektedir. Bunun yerine kendi istekleri doğrultusunda bir popüler kültür oluşturmaktadır. Popüler kültür insanları yöneten bir unsur değildir. Popüler kültür asla egemen olanın kültürü değildir, çünkü o egemen güçlere karşı tepki içinde biçimlendirilir ve asla onun bir parçası olamaz. Popüler kültür, toplumsal bir mücadelenin bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır ve popüler kültür halkın kültürü anlamına gelmektedir (Fiske’den akt. Lull, 2001: 104). Tercih edilen popüler kültür, her zaman kendisini denetlemeye çalışanlar için güç koşullarla çevrili bulunan dağınık bir bölgedir. Popüler kültür, tabiler ile güçsüzlerin kültürüdür, içinde iktidarın elinde

bulundurduğu güce karşı direnmenin ve bu güçten sıyrılmanın izlerini taşımaktadır (Arık, 2009: 25).

3.2.5.3. Raymond Williams

Williams'ın popülere yönelik olumlu vurgusunun en önemli gerekçesi popüler kültürün sadece kitle iletişim araçları kanallarıyla kitlelerin bilincine kazınmış bir kültür olduğunu kabul etmemesi; popülerin aynı zamanda halkın gündelik alışkanlıklarını ve önceliklerini yansıttığına inanmasıdır. Marksist bir düşünür olarak Williams altyapı-üstyapı meselesine belli bir mesafeye bakmakla birlikte; medyanın ekonomi politığını daima göz önünde bulundurmaktadır. Medya analizlerinde ekonomi politik, anlam üretim sürecinde, medyanın ekonomik ve ideolojik bağlantılarının eserin söylemi üzerindeki etkisini vurgu yapan Marksist kökenli bir yaklaşımdır. Burada medyanın rolü, medyaya sahip olan ve onu kontrol eden sınıfın çıkarlarını yanlış bilinç üretimi aracılığıyla meşrulaştırmaktır. Bu bağlamda meydana gelen her medya ürünü, kapitalist sistemin kültürel bir metasıdır dolayısıyla “Pazar” mantığı tarafından sınırlandırılmıştır (Batuş vd., 2006: 132-133).

Williams'a göre teknolojinin kültürel yaşamdaki belirleyici olduğu iddiası tamamen doğru değildir. O'na göre teknoloji, hiçbir şeyi belirlemez; ancak eski sistemlerin sağlayamadığı kültürel ilişki olanaklarını sağlayabilir. Ama bu olanak genişlemesini mutlak belirleyici bir veri olarak kabul etmek yerine teknolojik gelişmenin de toplumsal gelişimin bir parçası olarak kabul etmek daha doğru olacaktır. Yaşanan değişimin elbette teknolojiyle ve iletişim araçlarıyla doğrudan bağlantısı bulunmaktadır ama bunun yanında toplumun temel dinamikleri ve sosyal hayatın içindeki “önemsenmeyen” ayrıntılar da en az teknoloji kadar yaşanan değişimde belirleyiciliği bulunmaktadır (Arık, 2004: 92).

Popüler kültür/kitle kültürü konusundaki tartışmalara olumsuz yaklaşan görüşlere bakıldığında ise bunlardan ilki muhafazakâr yaklaşımlardır. Radikal sağ kanatta yer alan düşünürler, kitlelerin ve kitleleri oluşturan işçi sınıfının sosyo-ekonomik eşitsizlik sonucu değil, doğal bir farkla aşağıda olduklarını, toplumun kitleler ve seçkinler şeklinde ayrıldığını belirtirler. Genel olarak siyasal açıdan sağ kanatta yer alan yaklaşımlar, kitle kültürü ve popüler kültürü, yüksek kültürün karşısına koymaktadırlar. Bu geleneğin üyelerinin kitle kültürü/popüler kültürle ilgili

yaklaşımında dayanak noktası ahlakidir. Böylece, popüler kültür yıkıcı ve yoz bir kültür olarak görülmekte ve sunulmaktadır (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 133-134). Özellikle gençleri etkisine alan bu kültür hem gençlerin anti-sosyalleşmelerine hem de ahlaki açıdan olumsuz davranışlar göstermelerine sebebiyet vermektedir.

3.2.5.4. Frankfurt Okulu

Resmi adı Frankfurt Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Enstitüsü olan Frankfurt Okulu temel olarak kapitalist sisteme eleştirel yaklaşan bir okuldur. Okul 1923 yılında Felix Weil tarafından Weimer Cumhuriyeti'nin bir parçası olarak ekonomi politik konusunda disiplinler arası araştırma yapmak için kurulmuştur. Bu okulun üyeleri özellikle kapitalist modernizmi eleştirmişlerdir. Onlara göre rasyonalite biçimseldir. Amaç özgürlüğü geliştirmek olmalıyken rasyonalite kapitalist artı değeri artırmanın ve insanı köleleştirmenin bir aracı haline gelmiştir. Özellikle kültürün endüstrileşmesi ile birlikte popüler/kitle kültürü insan bilincinin parçalanmasını, tek tipleşmesini ve tüketim kültürünün egemen olmasını sağlamıştır (Yaylagül, 2006: 84).

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte kültürün kendisinin de bir endüstri haline geldiğini öne süren Frankfurt Okulu'na göre özgürleşme ve ütopyik nitelik yalnızca yüksek sanatta mevcuttur. Kitle kültürü ise, tüketicileri varolan düzenle uzlaştırmak için kapitalizmin çıkarlarına hizmet etmektedir (Özbek, 1994: 66). Okul'a göre kitleler Kapitalizm ve kapitalistlerin kontrol ettiği kültür endüstrileri tarafından kolayca aptallaştırılabilirler. Onlara göre; kapitalist toplumlarda gerçekler burjuvazi tarafından üretilip kültür endüstrilerinde işlenmektedir. İdeoloji gerçekliği çarpıtmaktadır. Bunu yaparken amaç eşit olmayan güç ve iktidar mücadelelerini kamufle etmek ve mevcut sistemi meşrulaştırmaktır. (Yaylagül, 2006: 84).

3.2.5.5. Stuart Hall

İngiliz Kültürel Okulu'nun en önemli temsilcilerinden biridir. İngiliz kültürel çalışmaları, kültür, endüstri, demokrasi ve sınıf arasındaki ilişkileri, medya ve popüler kültür ürünlerini, içeriklerini inceleyerek ortaya koymuştur. İngiliz Kültürel İncelemeler geleneği, 1960'lı yıllardan itibaren önce edebiyat alanında başlayan, daha sonra disiplinler arası bir yaklaşımla sınıf mücadelelerinin, tahakkümün ve

toplumsal eşitsizliklerin, ideolojinin ve direnişin yeniden üretildiği bir alan olarak başta İngiltere olmak üzere çağdaş kapitalist toplumlarda kültürün incelenmesi ile uğraşmıştır. Bu çalışmaların ilk dönemlerinde daha çok seçkin kültür ya da üst kültür etrafında odaklanırken daha sonra popüler kültür, kitle kültürü ve gündelik yaşamın kültürü de araştırma konusu olmuştur (Yaylagül, 2006: 111-112).

Stuart Hall, popüler kültür tanımında gerekli olanın, popüler kültürü hakim kültüre karşı sürekli bir gerilim (ilişki, etki ve çelişki) içinde tanımlayan ilişkiler olduğunda ısrar etmiştir. Bu ilişkilere ise bir süreç olarak bakmaktadır. Bazı şeylerin, diğerlerinin tahtından insin diye aktif bir biçimde tercih edildiği bir süreç olduğunu belirtmektedir. (Özbek, 1994: 86-87).

Özetle İngiliz Kültürel İncelemeler içerisinde Stuart Hall'ün ideolojiye bakış açısı Ortodoks Marksist yaklaşımının ideoloji tanımının reddidir. Kültürel İncelemeler Geleneği, gündelik yaşam pratikleri içerisinde çeşitli medya içeriklerine maruz kalan ve bunları tüketen izleyicilerin bu içerik aracılığıyla sunulan egemen ideoloji ve değerlerin ne kadar direnip bunları alternatif şekillerde anlamlandırdığını araştırmıştır. Son olarak popüler kültürü iktidar bloğu ile halk bloğu arasındaki bir mücadele zemini olarak tanımlayan Hall popüler kültüre karşı olumsuz bir tavır sergilemiş ve popüler kültürü; daima iktidar ilişkilerinin bir parçası; içinde iktidarın elinde bulundurduğu güce karşı direnmenin ve bu güçten sıyrılmanın izlerini taşıdığını belirtmiştir (Hall'dan akt. Batuş vd., 2006: 131).

3.2.6. Popüler Kültür Aracı Olarak Televizyon

“Televizyon bir iletişim aracıdır; kendi başına teknolojik bir olgudur. Televizyonun içeriği popüler de olabilir, seçkin de, folk da. Ama televizyon izlemenin popüler kültür olduğu söylenebilir. Televizyonu popülasyonun çok büyük bir çoğunluğu izlemektedir. Seçkini de izlemektedir, folku da. Televizyonla, opera da izlenmektedir; Orhan Abi de. İzleyen herkese etkisi aynı olmaktadır tıpkı popüler kültür gibi. Bu etki toplumu orta yola sokmaktır. Aslında bir dünya olarak popüler kültürün artık televizyon olduğu söylenebilir” (Batmaz, 2006: 20).

Her yaştan kesime hitap eden programlarıyla her izleyen kendinden bir şeyler bulabilmektedir. Sunduğu birçok çeşitlilikle kişilerin boş zamanlarının büyük bir

kısmını televizyon karşısında geçirmekte olduğu söylenebilmektedir. Birçok ihtiyaca cevap veren televizyon kişilere artık farklı bir dünya sunmaktadır.

Televizyonu açıklamadan önce kitle ve kitle iletişimi kavramlarını açıklamak konumuz açısından yararlı olacaktır.

3.2.6.1. Kitle ve Kitle İletişimi

Eski Atina’da bir konuşmacının, bir platformda durarak aynı yerdeki tüm insanlara seslenmesi, Kızılderililerin duman yolu ile iletişimde bulunma yöntemleri, geniş insan kitleleri arasında anında iletişim kurma çabaları olarak çok önemli yer tutmaktadır. Ancak çağımıza gelinceye dek anında, tüm kitleye seslenen iletişim araçları bulunamamıştır. 20. Yüzyılda, gelişen teknolojinin de katkısı ile dünyada bulunan herkese bir köy, bir kasaba, bir kent gibi ulaşmak olanağı bulunmuştur. Kitlesele iletişim, önceki etkinliğini ve önemini 20. Yüzyılda ve çağımızdaki teknolojik gelişmelerin yardımı ile yine kazanmıştır (Aziz, 2006: 10).

Günümüzde toplumla ilgili her haber, kitle iletişim araçlarından alınmaktadır. Bu araçlara maruz kalan kitleler, artık dünyayı, yaşamı bile bu araçların hazırladığı içerikler yoluyla anlamlandırmaktadır.

Kitle, ne olduğu belli olmayan niceliksel anlamda çokluğu ve niteliksel anlamda belirsizliği anlatmaktadır. Kitle kavramı ise endüstri devriminin ortaya çıkardığı, elitist “yüksek kültürcülerin” hor ve tehlikeli gördüğü, devrimcilerin çoğunlukla romantikleştirdiği insan topluluğunu anlatmaktadır. Kitle iletişiminde ise kitle kavramı izleyicilerin sosyal, siyasal ve ekonomik bakımlardan belirsiz, ayırt edilemeyen kişiler kümesi olduğunu iddia edilmektedir (Bilgili ve Akbulut, 2010: 13).

Kitle iletişimi, bir takım bilgilerin/sembollerin, bir takım hedefler tarafından üretilmesi geniş insan topluluklarına iletilmesi ve bu insanlar tarafından yorumlanması sürecidir. Kitle iletişiminde kaynak ile hedef arasındaki kanallara ise “kitle iletişim araçları” denmektedir (Özodaşık, 2012: 10-11).

İrfan Erdoğan’a göre kitle iletişim, kelimenin tam anlamıyla kitleler arası bir iletişim değildir. Kitlelerle olan kontrol amaçlı iletişimdir. Bu kontrol anlayışı da siyasal ve ekonomik güçlerin egemenlik anlayışını ve mücadelesini yansıtmaktadır. Kitleler ise kontrolün amacıyla kullanılan araçtır. Kitleler aynı zamanda hem araç

hem de amaç görevi görebilirler. Fakat kitlelere ulaşma amacı gerçekte herhangi bir birincil amaçtan sonra gelen ve bu amacın gerçekleşmesini sağlayan ikincil amaçlar arasına girmektedir. Dolayısıyla, kitlelere ulaşma amacı gerçekte bu amacın nedenini gizlemektedir. Amaç ulaşarak yapılan satış ve kontroldür (Erdoğan, 1997: 243).

Kitle iletişim sürecinde, mesajı alan kesimler bağımlı durumundadır; eşit ya da özgür değildirler. Çünkü gönderilen mesajlar, mesajı hazırlayan kişilerin değerlerine normlarına göre önceden hazırlanmaktadır. Buradaki iletişim sürecinde mesajı gönderene ve mesaja karşı eleştiri söz konusu olamaz. Kısacası kitle iletişimi var olan toplumdaki egemenlik ilişkilerinin taşıyıcısı olması nedeniyle toplumsal sistemin etkinliğinden yana bir kültürdür (Oskay, 2001: 15-16).

Kitle iletişimin tarihsel gelişimine bakıldığında, alandaki ilk araştırmaların Amerika Birleşik Devletleri'nde başladığı, araştırmaların büyük bir bölümünün de bu konuda uzmanlaşmış kurumlarla işbirliği içerisindeki üniversitelerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Kitle iletişim araçları, bu iletişim sürecinin belirli yön ve bölümleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Böylece iletişimciler ve izleyiciler arasındaki ilişkiler, kitle iletişimin etkileri, kitle iletişim araçlarının siyasal sistem içerisindeki yeri ve kurumsal gelişimi gibi konular dönemin kitle iletişim araçlarında sıkça incelenmiştir (Alemdar ve Kaya, 1983: 11).

Dünya üstündeki bütün insanların tek bir iletişim düzenine katıldıkları etkileşimli bir çağda yaşamaktayız. Bu durum büyük ölçüde çağcıl iletişimin uluslararası faaliyet alanının bir sonucudur. Son 30-40 yıldır; bilginin üretimi, dağıtımı ve tüketiminde bir yöndeşme sürecine tanık olmaktadır. Basın, televizyon ve film gibi iletişim biçimleri bu döneme kadar kendi içlerine kapalı alanlar olmuşlarsa da, bugün bunlar artık hatırı sayılır derecede iç içe geçmiş durumdadır. İletişim formları arasındaki ayrım eskiden olduğu gibi çarpıcı değil, televizyon, radyo, gazete ve telefon, teknolojiye gelişmeler ve internetin hızla yayılmasına bağlı olarak çok büyük dönüşümler gerçekleştirmektedir (Giddens, 2007: 450).

Son olarak kitle iletişim ile ilgili kuramlara/yaklaşımlara bakılmasında da fayda vardır. Bu alanla ilgili mevcut birçok kuram/yaklaşım olmasına rağmen konunun daha iyi aydınlatılması açısından üç kuram ele alınacaktır. Bunlar:

- **Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı:** İletişim araçlarına işlevsel bir yaklaşım (olan) “kullanımlar ve doyumlar” yaklaşımı, “iletişim araçlarının

insanlara ne yaptığı” sorusunu değil, “insanların iletişim araçlarıyla ne yaptıkları” sorusunu soran bir araştırma programı olarak tanımlanmıştır (Mutlu, 2005: 38). Bu yaklaşıma göre, izleyiciler birtakım ihtiyaçlarını gidermek için medya içeriklerini kullanırlar. Bu kullanmanın sonucunda izleyicinin ihtiyacı giderilmiş yani ihtiyaç doyurulmuş dolayısıyla da izleyiciler ihtiyaçları yönünde medya içeriklerini kullanarak doyuma ulaşmış olurlar. Bu yaklaşımda medya içeriği ile izleyici arasında işlevsel bir ilişki olduğu kabul edilmektedir (Yaylagül, 2006: 62).

- **Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı:** 1960’lı yılların başında Prof. George Gerbner, Annaberg İletişim Okulu’nda daha sonra “Kültürel Göstergeler Projesi” olarak uzun dönemde etkisini gösterecek olan araştırma sürecinin başlangıç çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Bu proje, birbirini tamamlayan “ileti sistemi” ve “ekme” çözümlemelerini içeren iki araştırmadan oluşmaktadır. İleti sistemi çözümlemesi için televizyon programlarının örnekleri kaydedilip içerik çözümlemesine tabi tutulmaktadır. Bu içerik çözümlemeleriyle televizyon dünyasının özellikleri belirlenmektedir. Bu özellikler televizyon dünyasının izleyicilere verdiği potansiyel dersler (ekme) olarak kabul edilip alan araştırmasında sorulacak “televizyon yanıtı” ile ilgili soruların kaynağı olarak kullanılmaktadır. “Televizyon yanıtı” olmayan soruların kaynağı olarak da resmi istatistiklerden faydalanılmaktadır. Televizyon izleme az, orta ve çok olarak sınıflandırılmaktadır (www.irfanerdogan.com). Bu araştırmalarda vurgu, televizyon izlemenin etkisinin izleyicilerin davranışlarından çok tutumları üzerinde olduğundadır. Gerbner, medyanın bir kültürde var olan değer ve tutumları yani egemen değer ve tutumları ektiğini öne sürmektedir. Yani medya, bu insanları birbirine bağlayan değerleri yayıp bu değerleri sürdürmektedir (Yaylagül, 2006: 64).
- **Gündem Belirleme:** Gündem kurma teorisi, 1972 yılında McCombs ve Shaw tarafından ortaya atılmıştır (Işık, 2012: 82). Bu yaklaşıma göre, kitle iletişim araçları toplumda meydana gelen bazı olaylara daha çok ilgi gösterir ya da onları görmezden gelebilir. Toplumda kitle iletişim araçlarının daha çok önem verdiği konular, daha çok gündemde olacak, medyanın görmezden

geldiği konular ise önemini kaybedecektir. Gündem kurma araştırmaları, medya içerikleriyle kamuoyunun düşündüğü konular arasındaki ilişkiyi gösterme açısından verimli çalışmalardır.

Medya bazı olaylara yer vererek ya da bazı olayları görmezden gelerek kamuoyunun gündemini oluşturmaktadır (Yaylagül, 2006: 69-70).

McCombs ve Shaw'ın araştırmalarının ardından, gündem oluşturma ile ilgili olarak G. Ray Funkhouser tarafından bir çalışma yapılmıştır. Çalışmasının sonucunda, kitle iletişim araçlarının kapsamlı olarak yer verdiği konularla, bireyler tarafından bu konulara verilen önem sıralaması arasındaki ilişkiyi ortaya koymuştur. Buna göre kitle iletişim aralarının önem ve yer verdiği konuların bireyler tarafından da önemli görülen konular olduğu saptanmıştır (Işık, 2012: 83-84). Kısaca gündem kurma yaklaşımına göre, medyanın önem ve yer verdiği konular, izleyicinin gündemini oluşturacak ve onların gündemini meşgul edecekken, medyanın yer vermediği konular halkın ve izleyicilerin gündemine gelemeyecektir (Yaylagül, 2006: 70-71).

3.2.6.2. Televizyon ve Bakış açıları

“İnsanlık tarihinde bir çocuğun ilk defa günde ortalama 7 saat televizyonun açık olduğu bir evde dünyaya geldiğini gözünüzün önüne getirin ve yine insanlık tarihinde ilk kez hikayeler bir ebeveyn tarafından, okul, kilise, topluluk hatta pek çok yerde devlet tarafından değil de, dertleri bir şeyler satmak isteyen, görece küçük bir grup şirketler topluluğu tarafından anlatılmaktadır” (Batuş vd., 2006: 11).

Televizyona çok küçük yaşta maruz kalan çocukların ebeveynleri, öğretmenleri, eğlenceleri, hatta birçok ihtiyaca aradıkları cevapların artık bu dünyanın içerisinde olduğu söylenebilmektedir.

Televizyonun kökeni 1920'lerde John Baird'in görüntü ve sesi bir yerden başka bir yere elektronik olarak aktarmaya çalışmasına kadar gitmektedir. Televizyon bazı cisimlerin bir elektron ısınmasını elektrik enerjisinden ışık enerjisine dönüştürme kapasitesi yani fotoelektrik alanında yapılan yeniliklerle ortaya çıkmıştır. Televizyonun ortaya çıkma ve yaygınlaşma sürecine bakıldığında kapitalizmin ve sanayi devriminin ortaya çıktığı ülkeler görülmektedir. (Yılmaz, 2001: 37-38).

Kitle iletişim dendiğinde akla ilk gelen araç televizyondur. Zira kitle iletişimin tüm özelliklerini barındıran bir yapıya sahip olan televizyon, çok geniş kitlelere ulaşma olanağına sahiptir. Gerek inandırıcılığı, gerek maddi anlamdaki ucuzluğu gerekse kolay tüketilebilirliği nedeniyle toplumlar tarafından son derece çabuk benimsenmiş ve kısa sürede ev içinde en değerli köşeye kurularak hane halkını çevresine toplamıştır. Dolayısıyla evin rahat ve huzurlu ortamında tüm dünyayı izleyicisinin ayaklarına getiren televizyonun popülaritesine şaşmamak gerekmektedir (Önk, 2009: 209). En ufak çocuklar dahi televizyon izlemekten men edilmezler. En berbat yoksulluk bile televizyondan vazgeçmeyi gerektirmez. En yüce eğitim sistemi bile televizyonun belirleyiciliğinden kurtulamaz. Ve en önemlisi, kamuoyunu ilgilendiren hiçbir konu (politika, haber, din, eğitim, bilim, spor) televizyonun ilgi alanının dışında kalmaz (Postman, 2004: 91). Kimse bugün televizyonsuz bir hayatın mümkün olabileceğini düşünemez. Zaten televizyon hepimizin hayatının öylesine ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ki kimse böyle bir soruyu sormaz kendine, hem de televizyona yüklenen onca olumsuz değerlendirmeye karşın. Bu ilgisizliğin nedeni, belki günümüzde temsillerin, imgelerin, simgelerin insanın yaşamını sürdürmesinde en az “ekmek, su, hava” kadar önemli hale gelmesidir. Televizyonun yoğun bir şekilde kullanılması çeşitli kişisel veya toplumsal yoksunluk biçimleriyle bağlantılıdır. Bu tür (yalnızlıktan yoksulluğa, eğitimsizlikten her türlü psikolojik ve maddi engellemelere karşı geniş bir yelpaze içinde yer alan) yoksunluklar içinde olanların televizyonu yoğun bir şekilde kullanma eğilimi diğerlerine göre daha fazladır (Mutlu, 2005: 86-102).

Evdeki televizyon bir araçtır. Bu araç örgütlü teknolojik bir yapının yoğun örgütlü faaliyetler ağıyla üretilmiş bir üründür. Bu ürünün kendisi popüler bir araçtır. Aynı zamanda yerel anlatım üzerinde egemenlik kuran televizyon “imparatorluğun” merkezi öyküleme sistemidir. Televizyon kültürle ilgili günlük yaşamda popüler olanı, popüler yapıları ve popüler yapılmak isteneni taşıyan, gösteren, sunan, değerlendiren, yücelten, özlüce popülerlik kimliği veren en popüler bir yönetsel iletişim aracıdır. Dolayısıyla popüler kültür bağlamında televizyon denildiğinde birbirine bağlı ve birbirini destekleyen en az dört üretim ve yeniden-üretimden bahsedilmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 103-104):

- Televizyon birbirine bağlı örgütlü ilişkiler ağlarının varlığını anlatması,

- Televizyon, kendisinin kitle bilinci üreten araçlar arasında nicel kullanım ve ideolojik yüküyle en popüler üretim aracı olması,
- Hafta içi iş dışı (veya işsiz boş ve kadının evde günlük rutin sırasındaki) zamanı geçirmede ve hafta sonundaki faaliyetlerde kullanılan en popüler alternatif olması,
- Popüler olanı ve olacağı (dolayısıyla popüler olmayanı, popülerlikten düşeni, modası geçen ve modası geleni) tanımlaması.

Bunların yanında, televizyonun dünyanın dört bucağından çeşitli bilgileri sunmasıyla haber kaynağı olması, eğitici programlarıyla toplulukları kolayca bilgilendirmesi ve ucuz bir eğlence aracı olması yararlı özellikleri arasında sayılabilirken, bireylerin kitap okuma, spor vb. gibi faaliyetlere ayıracağı zamanı azaltması, bireyler arası sosyal ilişkileri zayıflatması, bireyleri tembelliğe itmesi, özellikle çocukları olumsuz etkilere maruz bırakması, şiddeti bile eğlenceymiş gibi sunması da önemli olumsuz özelliklerinden sayılabilmektedir (Gürzap, 2012: 192).

Televizyon, seyirciyi kendine bağlamak için sürekli yeni konular ve gösterim biçimleri peşinde koşarken, yalnızca toplumsal algının yerleşik biçimlerini ve normlarını değil aynı zamanda kültürel ve etik kabulleri de değiştirmekte, yılmakta ve dönüştürmektedir (Şentürk, 2009: 186).

Yaptıkları çalışmalarda, kitle iletişim araçlarına özellikle televizyona yükledikleri anlamlar ve farklı bakış açılarıyla, üç düşünce adamına (Marshall McLuhan, George Gerbner ve Neil Postman) bakılmasında fayda vardır:

- **McLuhan:** Televizyonu kendine özgü bir medya olarak bütünüyle ele alan teorisini oluşturma konusunda ilk önemli çıkışı “Understanding media” adlı eseriyle yapmıştır. McLuhan, televizyonun kitlesel anlamda yaygınlaştığı ve Amerika’da günlük hayatın akışını belirlemeye başladığı 1960’lı yıllarda kaleme aldığı bu eserinde program içeriklerinden çok televizyonun teknik işlevselliği ve yapısı üzerinde durmuş, mesajı aracın kendisiyle özdeşleştirerek, “araç, mesajdır” televizyon ve diğer elektronik araçların insanın merkezi sistemini genişlettiğini ileri sürmüştür. (Şentürk, 2009: 187).

Global Köy adlı çalışmasında ise, kitle iletişim araçlarının özellikle televizyonun toplum üzerindeki etkisinden bahsetmiş, bu araçlar ile dünyadaki kültürlerin

yayıldığını ve artık dünyanın global bir köy haline geldiğini vurgulamıştır. İnsanlar öyle bir köyde yaşamaktadır ki artık bu dönemde zaman ve mekân kavramı ortadan kalkmıştır. Bilgiler çok kısa sürede dünyanın her yerine ulaşabilmekte, yorumlanabilmekte ve benimsenebilmektedir.

- **Gerbner:** Televizyon, kabile kökenli hikâye anlatımının yeni yüzüdür ve pek çok sebepten diğer kitle iletişim araçlarından farklıdır. Televizyon, diğerlerinin hiç olmadığı kadar ailenin, kültürel dokunun ve toplumsal yapının bir parçası olmuştur. Televizyon’un yabancılaştırıcı kültürü, bir zamanlar bizi aile ve diğer topluluk biçimleri altında bağlayan farklı iletişim formlarının ve kendi kültürel serüvenimizin içinde yaratıcı olarak katılabilmek fırsatının yerini almıştır. Gerbner’e göre televizyon, hikâyeler toplamıdır ve bu hikâyelerle ilk olarak “şeylerin nasıl işlediği” karşımıza çıkmaktadır. Kurgusal hikâyeler-dramalar, peri masalları, tv programları, diziler bizi sahne arkasında yolculuğa çıkarırlar. Bizim gerçek olarak nitelediğimiz fanteziyi üretirler. Algılanan gerçeklikliği doğrulayan ve pekiştiren hikâyelerle karşı karşıyayızdır. Geçmişle ilgili efsaneler, haberler veya bilimsel enformasyon bizim gerçeklik olarak nitelediğimiz fanteziyi güçlendirirler ve her bir hikaye günlük yaşam alanlarımızı, hatta benliklerimizi biçimlendirmektedir (Gerbner’den akt. Batuş vd., 2006: 23-25).
- **Neil Postman;** Televizyonun en iyi yaptığı şey “eğlendirme”dir. Postman’a göre, sorun televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır ve bu da bambaşka bir sorun oluşturmaktadır (Postman, 2004: 101). Televizyonun bu özelliği nedeniyle günümüzde din, siyaset ve insan hayatı için “hayati” önem taşıyan her türlü kurum ve faaliyet eğlenceye dönüşmektedir (Mutlu, 2005: 78). En basitinden televizyonda dil, başka her şey gibi oldukça basit bir biçimde ve hiçbir utanıp sıkılma belirtisi gösterilmeden, bir eğlence olarak sunulmaktadır (Postman, 2004: 132). Televizyonun eğlenceye dönüştürücülüğü sonucu, kimliğimizin merkezini oluşturan inançlar, düşünceler ve imgeler, nihayet içinde yaşadığımız toplumun etkin birer mensubu olma özelliğimiz sulanmakta, hepimiz “daha fazla, daha fazla eğlence, oyun isterim” diyen çocuklara dönüşmekte olduğumuz görülmektedir (Mutlu, 2005: 78).

3.2.6.3. Televizyona Yönelik Yaklaşımlar

Televizyonun ne olduğu, nasıl olduğu, yayınlarının nasıl gerçekleştiği hususu belki de 21. Yüzyılın zihinleri en çok meşgul eden mevzularından olmuştur. Televizyona olan bu denli ilgi ve alakanın kaynağının bu meraktan olabileceği ihtimali gözden uzakta tutulmamalıdır. Televizyon hakkında birçok araştırma yapılmış; sayısız yazı yazılmıştır. Bunların hemen hepsinin ortak noktası bu aracın yerinde ve dozunda kullanılmadığında zararlı olabileceğidir (Geçer, 2013: 56). Televizyonun etkileri bireyler üzerinde olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Fakat tartışmaların odağına televizyonun olumsuz etkileri üzerine yapılan görüşler oturmuştur.

Olumlu yaklaşımlara bakıldığında, televizyonun bu yönünde görüş belirtenler, onu toplumun aynası olarak görmektedirler. Bununla birlikte, bir toplumun sıkıntıları, özlemleri, beklentileri, alışkanlıkları, öncelikleri, genel beğeni düzeyi ve yaşama bakış tarzı o toplumun izlediği televizyon program yapısından anlaşılabilir. Barrat'a göre, kitle iletişim araçları içinde en son teknik buluşlardan biri olan televizyon, günümüzde gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülkelerde eğlence, haber, eğitim, kültür gibi çeşitli gereksinimlerin karşılanmasında yoğun olarak kullanılan bir araçtır. McLuhan bu olanak sayesinde insanın küçük çevrenin bir üyesi olmaktan çıkıp, iyice küçülen bir dünyanın etkin bir üyesi olduğunu savunurken; Daniel Lerner ve Wilbur Schramm televizyonu, özellikle üçüncü dünya ülkelerinin “Batıya ulaşma” aracı olarak görmüşler; “modernleşme” çabalarının en etkili unsuru olarak değerlendirmişlerdir (Kocadaş, www.insanbilimleri.com).

Televizyonun, insanın birden çok duyusuna hitap etmesiyle insanları yönlendirmede etkili olduğu da söylenebilmektedir (Geçer, 2013: 64). Kimi zaman bireyler farkında olarak ya da olmayarak televizyonun etkisiyle hareket edebilirler.

Ayrıca televizyonun yeni öğrenme olanakları sunup, sosyo-ekonomik açıdan iyi durumda olmayan kişilerin de faydalanmasının sağlanmasında; sakinleştirici etki yapıp, bireylerde ruhsal dinginliği sağlamasında, kültürel bir etkileşim olanağının yaratılmasında ayrıca demokratik bir düzenin oluşmasında da olumlu etkisi yadsınmamaktadır (www.medyaokuryazarligi.org.tr).

Televizyon hakkında olumsuz yaklaşımlara bakıldığında ise, Jerry Mander’ın televizyona savaş açtığı “Televizyonu yok etmek için dört neden” başlıklı kitabında en sık dillendirilenleri şöyle sıraladığı görülmektedir (Mander’den akt. Mutlu, 2005: 88-89):

1. Televizyon izlediğimde hipnotize olmuş gibi oluyorum
2. Televizyon enerjimi yok ediyor
3. Televizyon beynimi yıkıyor
4. Televizyona takıldığında kendimi zerzevat gibi hissediyorum.
5. Televizyon beni dünyadan uzaklaştırıyor
6. Televizyon bir uyuşturucu ben de bağımlıyım
7. Çocuklarım televizyon izlerken zombiye benziyorlar
8. Televizyon zihnimi mahvediyor
9. Çocuklarım televizyon yüzünden rüyada gibi geziyorlar
10. Televizyon insanları salaklaştırıyor
11. Televizyon beynimi mantarlaştırıyor
12. Televizyon açıkken gözlerimi ondan ayıramıyorum
13. Televizyon beni sersemleştiriyor
14. Televizyon beynimi sömürgeleştiriyor
15. Çocuklarımı televizyondan nasıl uzaklaştırıp yeniden hayatın içine sokabilirim?

Sanders’e göre televizyonun olumsuz özelliklerinden biri de televizyon izlemenin dünyanın kısır döngüsüne yol açtığıdır. Kişinin kendi imgelerini yaratma yeteneğini azaltarak, tıpkı bağışıklık sistemini zayıflatması gibi, onu hazır imgelere daha duyarlı hale getirmektedir (Sanders, 2010: 49).

Televizyon üzerine yapılan eleştirilerde genellikle programlar ve içerikler ön plana çıkmaktadır. Televizyon, sadece haber kalitesindeki genel düşüşün sorumlusu olarak suçlanmakla kalmayıp politikaya dair genel cehaletten suç ve şiddete, akşam sofrasındaki muhabbet yokluğuna varıncaya dek tüm toplumsal hastalıklardan sorumlu tutulmaktadır (Kocadaş, www.insanbilimleri.com).

Televizyon aynı zamanda dünyanın, şöhret, magazin, hızlı zenginlik ve tüketim gibi olgular etrafında oluştuğunu öğretmektedir. Daha çocukken öğretilen bu yanlışlar, büyüdüklerinde çocuklar için ciddi bir sorun oluşturmaktadır.

Televizyon programları nasıl bir nesil istediğini açık bir şekilde dile getirmektedir. Düşünmekten kaçan, zora göğüs geremeyen, “ün, görünüm” ve “parayı” her şey zanneden kendini düşündüğünü sanırken kendinden habersiz bir nesil istenmektedir (Geçer, 2013: 63).

Televizyon sadece içerdiği mesajlarla da değil, zaman çalan, insan ilişkilerini eksiltten ve edilgenleştiren bir araç olmasından dolayı da eleştirilmektedir. Örneğin televizyonun edilgenleştirici yönü iki şekilde belirlenmektedir: Birincisi, televizyon izlemek izleyiciden çok az, fiziksel, duygusal, zihinsel veya mali çaba getirmekte, ikincisi ise televizyon izlemek çoğu zaman “dolgu” olarak yaptığımız bir şeydir; yapacak daha iyi ve daha önemli bir işimiz olmadığında zamanımızı değerlendirmek olarak belirlenmektedir. Bunlar dışında (www.medyakuryazarligi.org.tr):

- Şiddet; özellikle çocukların üzerindeki olumsuz etkisi
- Cinsellik; ahlaki yönden kötü gelişim, ahlak kurallarının hiçe sayılması
- Madde bağımlılığı; kötü alışkanlıklara özellikle gençlerin teşvik edilmesi
- Kültürel Yozlaşma; farklı kültürden programlar izlenerek, içeriklerine özenerek ve o kültürün etkisi altında hareket ederek bireylerin kendi içinde yaşadığı kültürden uzaklaşması
- Bilinçsiz Tüketim; ihtiyaç dışı olan ürünlerin albenili olarak sunulmasıyla, ihtiyaç varmış gibi bir izlenim yaratılarak satın almaya yönlendirilmesi olarak sıralanabilmektedir.

Televizyonun yukarıdaki örneklerde verildiği gibi daha birçok olumsuz yanı sayılabilir. Ama şu unutulmamalıdır ki en olumsuz tarafının, çocuklar üzerinde yarattığı etki olduğu söylenebilmektedir.

3.2.6.4. Televizyon Yayınlarının İzler Kitleye Etkileri

Bir zemini oluşturan “ülkü” kalkınmaysa, televizyonun işlevleri de bu esasa dayanarak eğitim, öğretim, kültür, aydınlatma olarak belirlenmiştir. Bu işlevlerde bağlantılı olarak geliştirilen televizyon tanımı ise en yaygın ve görsellik nedeniyle etkili iletişim aracı olduğudur (Mutlu, 2005: 76).

Televizyon yayınları ise kişiler tarafından hızlıca tüketilebilen, çeşitliliği çok fazla olan, izleyen herkese aynı anda aynı içerikleri sunabilen ve tekrar olanaklarıyla defalarca izlemeye olanak veren bir unsur olduğu söylenebilmektedir.

Medyanın tüketicileri olan izleyicilerin, izledikleri karşısındaki tutum ve davranışlarında değişiklik olup olmadığı ya da başka bir deyişle bu mesajlardan etkilenip etkilenmedikleri konusunda bilgiye ulaşmamız gerekmektedir. Bu etkiler üç grupta incelenebilir (Aziz, 2006: 136-147):

Toplumsal Etkiler: Toplumsal etkiler de kendi içinde dört gruba ayrılabilir.

- Aile yaşantısına etkisi; Televizyon aile bireylerini bir araya getirerek ilişkilerin güçlenmesi bakımından olumlu etkiye sahipken, her bir bireyin farklı kültüre sahip olup, farklı programlar izlemek istemesi ve çocukların da her programı izleyememesi düşünüldüğünde aile içi küçük çatışmalara sebebiyet verdiği söylenebilmektedir.
- Eğitim ve öğrenime etkisi; Bireylerde okuma-yazma bilme koşulunu gerektirmemesi, eğitilmiş eğitimsiz her bireye aynı anda aynı iletileri vermesi ve izleyen herkesi bilgilendirmesiyle olumlu etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir.
- Tutum ve davranışlara etkisi; Özellikle çocuklar ve gençler üzerinde bıraktığı etki, yetişkinlere oranla daha fazla olmaktadır. Şiddet içerikli yayınlar, kötü alışkanlıklar, ahlaki bozulmalar, çarpık aşk ilişkileri ve özendirmelemlerle kişilerin davranışlarında etkisinin büyük olduğu söylenebilmektedir.
- Ekonomiye etkisi; İş dışı zamanlarda ya da (çalışmayanlar için boş görülen her zamanda) sinemaya, tiyatroya vb. etkinliklere ayrılan para elde kalarak başka ihtiyaçlara harcanmasına vesile olmaktadır. Ayrıca televizyon herkesin kendi evinde rahatça izleyebildiği, para harcamadan eğlence ihtiyacının karşılanabildiği bir ortam yarattığından dolayı da her kesimden bireyi mutlu etmektedir. Bu olumlu özelliğinin yanında sosyal ilişkileri yok edecek kadar azalttığından ötürü olumsuz etkiye de sahip olduğu söylenebilmektedir.

Psikolojik Etkiler: Televizyon yayınlarında görüntü özelliğinin olması kişinin – radyodakinin aksine- hayal gücünün fazla çalışmamasına karşın, dikkatin odaklaşması gibi psikolojik durumla karşılaşmaktadır. Ayrıca yayınlanan programlardan, dizilerde sunulan kahramanlarla özdeşim kurulması, onların rol model alınması, kişinin zamanının çoğunu bu programlara ayırması, zihninin tembelleşmesine, sınırların uyuşmasına, kişinin pasifleşmesine, aşırı duygusal

tepkiler vermesine yol açıp, bireyin psikolojisini yerine göre olumlu, yerine göre olumsuz etkileyebilmektedir.

Biyolojik Etkiler: Yapılan araştırmalar ve gözlemlerde televizyonun karşısında fazla zaman geçiren bireylerin kişi sağlığına zarar verdiği; örneğin göz bozulması, dikkatin odaklaşmasından dolayı baş dönmesi, mide bulantısı gibi hastalıklara da sebep olduğu söylenebilmektedir.

3.2.6.5. Televizyon ile İlgili Yapılan Tespitler

Televizyonla ilgili en önemli saptama, insanların onu izlemeleridir; adına “televizyon” denmesinin nedeni de budur (Postman, 2004: 106).

Televizyonun toplumsal yaşam içerisindeki önemi üzerine yapılan araştırmalar, televizyonun en yaygın kullanılan iletişim aracı olduğunu göstermektedir. Veysel Batmaz ve Asu Aksoy tarafından 1993 yılında Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu adına yapılan “Elektronik Hane”: “Türkiye’de Televizyon ve Aile” isimli araştırmanın sonuçlarına göre (Batmaz ve Aksoy, 1993: 66):

- Türkiye’de konutların %98’inde televizyon bulunmakta ve günde ortalama 4 saat televizyon seyredilmektedir. Ailelerin %64’ünde televizyon genellikle her gün izlenmekte, çoğunlukla hafta sonu izleyenlerin oranı %23’te kalmaktadır. Akşam ve gece televizyon izleyenlerin oranı %63’tür. Televizyon izleme miktarı hane nüfusundan bağımsızdır ve dolayısıyla gerek az nüfuslu ailelerde, gerekse de çok nüfuslu ailelerde, günde ortalama orta-çok sınırında televizyon izlenmektedir. Yetişkin aile fertleri günde ortalama 3 saat 40 dakika televizyon izlemekte ve bu haftada 25 saat 36 dakika gibi bir rakama ulaşmaktadır. Bu oran 1985 yılında, ABD’de 31 saat, İngiltere’de 27 saat, Almanya ve Fransa’da 16 saat ve Hollanda’da 12 saat olarak gerçekleşmiştir.

Çocuklara bakıldığında ise (Sanders, 2010: 46):

- Bir çocuk haftada en az 28 saat televizyon izlemektedir. İlkokul öğrencileri için ortalama izleme süresi haftada 25 saat, lise öğrencileri içinse haftada 28 saattir. Bir çocuk beş yaşına geldiğinde artık 6000 saat televizyon seyretmiş olacaktır. Televizyonun etkileri düşünülecek olursa, aynı istatistik farklı bir şekilde dile getirilebilir. Beş yaşına gelen ortalama bir çocuk, 6000 saat programlanmıştır.

Yakın zamanlarda yapılan araştırmalarda ise bu rakam daha da yükselmiştir. RTÜK’ün 2006 ve 2008 yılında yaptırdığı “Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmalarında” ve 2007 yılında yaptırdığı “Kadınların Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmalarında (RTÜK, 2009):

- Televizyon izleme süresi demografik yapıya göre 4.5 ile 5.5 saat arasında değişim gösterdiği saptanmıştır.

Televizyon ve Popüler Kültür İlişkisi

Teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması insanları birbirine daha çok yakınlaştırmış ve kültür alışverişi daha kolay hale gelmiştir.

Kültür, daha kolay aktarılabilir bir hale gelmiş, niteliği de buna bağlı olarak değişime uğramış ve dönüşmüştür. Teknolojik gelişmeler toplum hayatına getirdiği bazı kolaylıkların yanı sıra aynı zamanda sosyokültürel yapıda bir takım çelişkilerin ve çatışma alanlarının ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Türkiye bir kitle toplumu görünümü kazanmaya başlamış ve dolayısıyla gündelik yaşama da kitle iletişim araçlarının yaydığı kültür olan popüler tüketim kültürü egemen olmaya başlamıştır (Ercins, 2009: 492).

Kitle iletişim araçlarının popüler kültür oluşturmalarının en büyük sonucu, kazanç odaklı olan popüler kültür ürünleridir. Günlük hayatın vazgeçilmez öğeleri haline gelen popüler kültür ürünlerinin oluşumunda kitle iletişim araçlarının rolü göz ardı edilememektedir. Kitle iletişim araçları ile oluşan kültürel ürünler, içinde yaşanılan toplum ve kültürü yansıtmaktadır. Popüler kültürün gündelik yaşam kültürü olması sebebiyle toplumun, dolayısıyla bireyin yaşanan anın mutluluğunu, geleceğin potansiyel mutluluğuna tercih etmesi kaçınılmaz olmaktadır (İçinsel, 2010: 32).

Yapılan araştırmalarla kitle iletişim araçları içerisinde televizyonun popüler kültürü yaymada en etkin araç olduğu söylenebilir. Önceleri siyah-beyaz olarak, 1950’lerden sonra da renkli olarak yayına geçerek yayın yaşamına giren televizyon evlerdeki yerini de sağlamlaştırarak her yerden bilgiye kolayca ulaşma imkanı sağlamıştır.

Elli yıllık geçmişine bakıldığında televizyonun insan hayatına giderek artan bir ivme ile girdiğini görebilmek mümkündür. Televizyonun insan yaşamındaki

konumuyla ilgili olarak birçok şey söylenmiştir. Kimileri için televizyon son derece zararlı bir araç, kimileri içinse hayatın vazgeçilmez bir unsur olduğudur.

Televizyona karşı tavırları ne olursa olsun, istisnasız herkes televizyonun insan yaşamındaki konumunun son derece önemli olduğunu kabul etmektedir. İnsan yaşamını ister olumlu ister olumsuz yönde etkilesin, televizyon izleme faaliyetinin zamanın çok büyük kısmını kapsadığı söylenebilir. İnsanların sosyal ilişkileri bile bu durumdan nasibini almıştır. Televizyonun ağırlıklı ve belirleyici konumu nedeniyle insanlar giderek daha az sosyal ilişkilere girmişlerdir (Çaplı, 2002: 111-112). Böylece televizyon “Kültür” olgusunu da doğrudan etkilemiş ve “kitle kültürü/popüler kültür diye adlandırılan kültür egemenliğini hızla ilan etmeye başlamıştır (Bilgili ve Akbulut, 2010: 15). Televizyon günümüzün hakim zevk kültürünü, hayat tarzını biçimleyen ve toplumsal iletişimi etkileyen en önemli araçlardan biri olmuştur (Şentürk, 2009: 186).

Popüler kültürün yaygınlaşmasını sağlayan televizyonun etki gücü geniştir. Televizyon, popüler kültürün temel taşıyıcı ve yayıcı aracıdır. Televizyonun ortaya çıkması ve bütün dünyada kabul görmesiyle birlikte popüler kültür de gerçek anlamını bulmuş ve hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Artık popüler kültür ve televizyon birbirlerinin olmazsa olmazlarıdır. Televizyon, popüler kültürün bütünleyicisidir ve devamlılık koşuludur (İçinsel, 2010: 40).

Televizyon evlerimizin tam ortasına kurularak etkinliğini gitgide arttırmış ve “televizyon seyretmeyi” modern toplumların en popüler kültür etkinliği haline getirmiştir. Televizyon yayınlarının parasız ve ulaşılabilir olması ve sahte bir katılım duygusu yaratması onu popüler kültürün merkezi ögesi –hem üreticisi hem dağıtıcısı– haline getirmiştir (Arık, 2009: 17).

Televizyon artık bir yaşam biçimine dönüşmüş ve okumayla pek arası olmayan toplumumuzun nerdeyse “tek bilgi kaynağı” olmuştur. Yapılan onca eleştiriye rağmen televizyondan vazgeçemeyişin nedeni bu olsa gerekir. Özellikle çocukların zihinlerinde “çizgi film ile başlayan televizyon ilgisi, ileriki yaşlarda kendini farklı şekillerde ortaya koymakta; psikolojik ilgiye, yetişme tarzına, bakış açısına göre, değişken programlarda bu alaka tatmin edilmektedir. Bu alanda yapılan araştırmalara göre çağın popüler kültür ürünü olan televizyon, boş vakit aktivitelerinden en revaçta olanıdır (Geçer, 2013: 56).

Bireylerin hafta sonlarını geçirme biçimleri televizyonlar vasıtası ile çeşitli kesimlere sunulmaktadır. Televizyonun boş zamanları geçirmek için kullanılması, televizyonda bu zamanlara ilişkin programların yapılması ile olmaktadır. Boş zamanları geçirmeye yönelik programların tanıtılması da yine kitleyi yönlendirmek çabasıyla yapılan tanıtım ve reklamlarla gerçekleşmektedir (Şahin, 2011: 10).

Televizyon kitlelere boş zamanlarını nasıl değerlendireceklerini anlatarak tüketim isteklerini desteklemesiyle insanlarda özellikle daha üst statüde bulunanların yaşam biçimlerine karşı bir özlem ve özentî uyandırmıştır. Aynı zamanda tüketim kalıplarının çeşitlenmesi bireylerde daha iyi yaşam isteğini uyandırmış, içinde bulunan durumu kabullenmemeyi doğurmuştur (Oktay, 1993: 122). Popüler kültür tanımlarında da ortaklaşa paylaşılan görüş, gündelik yaşamın “tüketim kültürü” olma noktasındadır. Popüler kültür, kitle iletişim araçlarının özellikle televizyonun gelişkinliği ve içerdikleri mesajlarla bağlantılı olarak değerlendirilmekte ancak öz olarak, insanı tüketim nesnesi yapması, kendine ve topluma yabancılaştırması özellikleriyle tartışılmakta ve eleştirilmektedir (Ercins, 2009: 498).

Gerek ulusal nüfus içinde televizyona sahip olma ve gerekse televizyon karşısında vakit geçirme verileri göz önüne alındığında televizyonun iletişim merkezinde rol oynadığı yadsınamaz bir gerçektir. Bu nedenle modern endüstriyel toplumlarda çağdaş ve etkili bir kitle iletişim aracı olarak, gündelik yaşam deneyiminin en önemli parçalarından biri durumuna gelen televizyonun aralıksız iletiler aracılığıyla yarattığı dünyanın doğru algılanması gerekmektedir (Arık, 2009: 19).

Televizyonun bu kadar etkili olmasında sunulan imajların hayatın bir parçasıymış gibi algılanması yatmaktadır. Kişi televizyonda gördüklerini gerçek olarak kabul etmekte, inanmakta ve gerçeklikle özdeşleştirmektedir. Böylece sunulanların kabulü daha kolay olmaktadır. Artık televizyon aracılığıyla sunulan mesajların gerçekliği kendisinden daha gerçek hale gelmiş olduğu söylenebilmektedir (Ellul, 1998: 151).

Televizyon aracılığıyla iletilen mesajların değerleri oluşturmada, ürün tercihlerinde, kişilik oluşumunda, kurulan iletişimlerde en az aile kadar etkili olduğu yapılan araştırmalarla söylenebilmektedir.

Televizyon izleme sebeplerinden biri de (belki de en önemlilerinden) “yalnızlık” tır. İnsanlar geniş bir sosyal ilişkiler ağı içinde yaşarlar. Hayat boyu yaşanan değişimler (tartışma, boşanma, evden ayrılma, ölüm vb. sebeplerle yakınları

kaybetme) bu sosyal ilişkilerin bazen nitelik bazen niceliğinde önemli değişimlere neden olabilmektedir.

Önemli sosyal değişimler ve kişilik özellikleri (demografi, utangaçlık, özsaygı eksikliği vb.) bu farkın giderek açılmasına ve sonuçta yalnızlık adı verilen acı verici, sıkıntılı bir ruh hali yaşanmasına neden olmaktadır. Yalnızlığın anestezisi olan televizyon ise kolay çözümler sunmaktadır. Bununla beraber televizyon, yeni arkadaşlar edinmekte zorluk çeken bazı yalnız kişilerin gereksinim duyduğu rahatlamayı onlara sağlayarak yardımcı olabilmektedir (Peplau ve Perlman'dan akt. Çakır, 2011: 137).

Guy Debord da “Gösteri Toplumu” kitabında televizyonun gücünü şöyle vurgulamaktadır: “Otomobilden televizyona kadar, gösteri sisteminin seçtiği bütün mallar aynı zamanda “yalnız kalabalıklar”ın tecrit koşullarını sürekli olarak güçlendirmek üzere sistemin kullandığı silahlardır” (Debord, 1996: 21). Bireyler her hangi bir şeye düşünüp kafa yormak yerine görmeyi tercih etmektedirler ve böylece günümüz toplumuna bakınca bir gösteri toplumu olduğu söylenebilmektedir. Bütün bu özellikleri görselliğiyle de televizyon, çağımızın en büyük “kültürel üretim” aracı olmuştur. Artık hiçbir şey televizyondan önceki gibi olmayacaktır (Kocadaş, www.insanbilimleri.com).

Görüldüğü üzere televizyon popüler kültürün oluşturulmasında ve değiştirilmesinde kullanılan en etkili araçtır. Popüler kültürün en önemli özelliklerinden biri olan “değişim” televizyon kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Televizyon aracılığı ile televizyon firmaları hem kendisinin hem de kendisinin içinde var olduğu endüstriyel yapının ekonomik sürekliliğini sağlamaktadırlar. (İçinsel, 2010: 42). Başka hiçbir iletişim aracı bu yaygınlığa sahip değildir.

Artık gündelik hayatta, diziler, filmler, eğlence programları, haberler vb. programlar vardır ve bundan dolayı da yemek yenilecek, misafirlğe gidilecek zamanlar bile bu araca göre ayarlanmaktadır. Gündelik hayatın yaşanma biçimini de önemli oranda bunlar belirleyecektir. Televizyonun zengin içeriği, etki alanları, her yaşa uygun programları, tüm metaları eğlence olarak sunması, kültürler arası farklılıkları yansıtması, kültürel etkileşimi sağlaması ve daha sayılabilecek birçok sebebiyle popüler kültürün yaygınlaşmasında etkisinin büyüklüğü tartışılmazdır. Artık ikisi de birbirine göre şekillenmekte olup, biri olmadan diğeri düşünülemezdir.

Popüler kültür, insanların önemli isteklerini değil, yalnızca anlık, doyumsal isteklerini ticari bir biçimde karşılamak için yapay zevkler yaratmaktadır. Gündelik hayat bu kültürün pratikleri tarafından oluşturulmaktadır. Televizyon kanallarında yer alan kadın programları, reality showlar, artık belirli ölçüde magazinleşen, popülerleşen belli haber bültenleri, büyük miktarda para ödülü vaat eden yarışma programları kültür endüstrisinin ürettiği popüler kültür ürünlerinin arz talep koşullarını belirleyen mekanizmalardır (İçinsel, 2010: 42).

Günümüzde özellikle dizilerle bu kültür yayılmaktadır. Dizilere duygusal gerçekliği veren, dizilerdeki ailelerin hayatı ile bireylerin kendi hayatını birleştirmesidir. Bozulan ilişkiler, mutluluk, sevinç, acı, hastalık gibi temel duygular ortaktır. Dizilerden bu kadar etkilenmenin sebebi de dizinin başarısı değil, duyguların ortak oluşu olsa gerekir (Geçer, 2013: 100).

Bir yandan da çoğunlukla toplumun üst tabakasını teşkil eden zengin kesimin hayatları tema olarak işlenmektedir. Bunları seyreden izleyici kitlesi de bu üst düzey yaşam biçimini görerek onlara özenmektedir (Şahin, 2011: 252).

İşte tüm bu sebeplerden televizyon aracılığıyla farklı bir kültürün ürünlerine maruz kalan bir millet çok geçmeden kendi kültürüne de yabancılaşacağı söylenebilmektedir (Türkkan, 2004: 37).

Kurmaca karakterlerin rol model alınması, bu kurmaca dünya gerçekçi algılanıp, öyle bir hayata sahip olabilmek için daha çok para kazanma mücadeleleri, toplumun kendi kültürünün içinde eriyip diğer kültürleri benimsemesi, popüler olanı sahiplenmesi ve popüler olma yönündeki çabalarıyla bireyler artık bambaşka bir dünyanın içindedir

IV. BÖLÜM

4. POPÜLER KÜLTÜR ve DİZİLERİN BENLİK GELİŞİMİ ÜZERİNE ETKİSİ

Popüler kültürde etkili olduğu görülen televizyon programlarının izlenilirlik oranlarına bakıldığında, dizilerin ilgiyle izlendiği söylenebilmektedir. Bunun bir sebebi toplumdaki merak duygusu olmaktadır. Buna bağlı olarak dizilerde rol alan oyuncuların özel hayatlarına kadar incelemeler yapılmaktadır. Merak edilen şeyler öğrenildiğinde, bir özenti duygusu da belirebilecektir. Kendisi ile özdeşleştirdiği ya da sevdiği karakterin hayat tarzını öğrenen kişiler, onların kullandıkları ürünleri kullanabilecek, onlar gibi giyinebilecek ve davranabileceklerdir (İçinsel, 2010: 45).

4.1. Televizyon Dizileri

Türkiye’de toplumun televizyon seyretme alışkanlığının yüksek seviyelere çıkmasının başlangıcı 90’lardır. TRT’nin yayın hayatına başladığı andan itibaren özel kanalların yayına başlamasına kadar geçen süre aynı zamanda televizyonların evlere yerleşme süresi olarak nitelendirilebilir (Geçer, 2013: 97). Bu süreçte televizyon aracılığıyla verilen anlam tüketilmek için sunulan “görüntülerin” hizmetindedir. Toplumsal belleği televizyon aracılığıyla oluşan izleyiciler, gerçeğin anlamla ilişkisini tüketim sürecine hizmet eden yanılla görmektedirler (Tunç, 2012: 147).

Televizyon bütün bunları program pratikleriyle yapmaktadır. Her geçen gün yeni bir program, yeni bir yarışma ve yeni bir dizi hayatımıza girmektedir. Artık günlük planlar, ailevi ve dostane birliktelikler televizyonda yayınlanacak programa göre yapılmaktadır (Geçer, 2013: 12). Dizilerin programlar içerisindeki yerini anlayabilmek amacıyla önce program türlerinin tanımının yapılması gerekmektedir. Nejat Özön, televizyon program türlerini “programların belli bir konuyu işlerken kullandığı gerekçe, çeşitli öğelerin kullanım biçimine, belli bir konuyu el alış açısına göre ortak yönleri bulunarak yapılan kümelendirmeler sonunda ortaya çıkan bölümler” şeklinde tanımlamaktadır. Örnek olarak, haber, belgesel, gezi, açık oturum, yuvarlak masa, spor, televizyon oyunu, eğlence yarışma, hava durumu, tanıtım (reklam) programlarını göstermektedir (Nejat’tan akt. Mutlu, 1991: 36).

Erdoğan ve Alemdar ise televizyon programlarının hepsinde şu türler olduğundan bahsetmektedir; Haber, spor, kültür, din ve ahlak, eğitim, bilgilendiren-eğlendiren, gerçek insan hayatından yola çıkarak oluşturulan, dramatik, müzik, eğlence, reklamlar ve diğer program türleridir (2005: 95).

Medya el kitabında ise programlar şu şekilde açıklanmıştır (www.medyaokuryazarligi.org.tr):

- Düz programlar; konunun bir ya da iki kişinin anlatımı yolu ile sunulduğu programlardır. Karşılıklı konuşma ya da soru-cevap şeklindedir. Günümüzden örnek; Teke Tek Özel, Tarafsız Bölge
- Müzik programları; açıklayıcı ya da tanıtıcı konuşmaların kullanıldığı, bazen de gerek duyulmadan direk müzik unsuruna yer verildiği programlardır. Günümüzden örnek; Power Türk müzik kanalları,
- Dramatize programlar; çeşitli tiyatro oyunlarının direk verilmesi ile oluşturulabileceği gibi, televizyon için özel düzenlenen oyunlar, filmler ve diziler bu programlar içerisinde yer almaktadır. Günümüzden örnek; Arkadaşım Hoşgeldin, Medcezir, Küçük Ağa, Seksenler, Çocuklar Duymasın
- Eğlence programları; müzik, dans ve benzeri eğlence unsurlarının birlikte kullanımı ile oluşturulan çeşitli skeç ve komikliklere de yer verilen programlardır. Günümüzden örnek; Beyaz Show, Ben Bilmem Eşim Bilir, Mehmet Ali Erbil ile Eyvah Düşüyorum, Güldür Güldür Show, Vay Arkadaş, Çok Güzel Hareketler Bunlar
- Çok kişili programlar; ikiden fazla kişinin yer aldığı, tartışma, açık oturum ya da yarışma gibi programlardır. Günümüzden örnek; Kim 500 Bin İster, Kelime Oyunu, Söyle Söyleyebilirsen
- Spor programları; spor müsabakaları ile ilgili haber veren, sonuçlarını değerlendiren, çeşitli branşların tanım işlevini yürüten ve o branşlarla ilgili birçok konuda bilgi veren programlardır. Günümüzden örnek; All Sports, Maç Saati, Spor Turu
- Eğitim programları; tek başına eğitim amacı güdülerek yapılabildiği gibi çeşitli amaçların yanında özellikle çocuk ya da belli konularda ilgili yetişkinlerin eğitilmesi ve bilgilendirilmesi çerçevesinde oluşturulan

programlardır. Günümüzden örnek; Doktorum, Ender Saraç İle Sağlıklı Günler

Televizyondaki program türleri her ne kadar birbiri içine geçmiş olsa da “televizyon dizisi” olarak adlandırılan drama serilerinin prime time’da (08.00-00.00) önemli bir yer tutmasının, toplumsal temsil ihtiyacına karşılık verdiği söylenebilir. Popüler televizyon dizilerinin ortamında, yitirilen ya da yitirilmekte olan zamanın, yaşanan zamanla karşılaştığı yer olan gündelik yaşam, geleceğe dair belirsizliklerle, sürekli erteleyerek canlı tuttuğu umutlarla periyodik bir akışa tabi tutulmaktadır (Türkoğlu, 2012: 94). Böylece reytinglere de bakıldığında televizyon programları içerisinde ise en çok ilgi görenin diziler olduğu söylenebilir. Toplumda konu olan dizilerin halk arasında konuşulup, içeriklerinin tartışıldığı bilinmektedir. Diziler, televizyonla bağdaştırılan en önemli program türüdür. Dizi ve seriyaller birbirinden farklı birbirinden farklı türler olarak ortaya çıkmışlardır. Diziler, ortak karakterlerin ve genellikle ortak mekânların kullanıldığı, anlatılan hikâyenin genellikle aynı bölüm içinde çözüme kavuştuğu, televizyon oyunlarına benzeyen bir yapıya sahiptir. Oysa seriyaller merak unsuruna dayalı, devamı izleyiciyi merak ettirilerek sağlanan bir program türüdür. Seriyalleri oluşturan bölümlerin her birinde, daha büyük bir hikâyenin parçaları verilmektedir. Dolayısıyla, ana bir olay dizisi sonucunda tamamlanan hikâyenin içinde aynı zamanda, yan olaylarda yer almakta, bu nedenle seriyaller çok uzun sürmektedir. Günümüzde her iki tür de anlatı yapısı olarak birbirlerinin özelliklerini göstermektedir. İzleyicinin sonraki bölümü izlemek için merakta bırakılması her iki tür için ortak özellik olarak göze çarpmaktadır (Mutlu, 1991: 197-198).

Televizyonda yayınlanan dizilerde, olay örgüsünün kurulmasında, aşk, iş ve cemaat ilişkilerinde yaşanan gerilim ve çatışmalardan yararlanılmakta dizinin devamını sağlamak için sıklıkla şiddet ve cinsellik içeren bölümlere yer verilmektedir. Güncel hayata dair hemen her konuyu işleyerek senaryolarını geliştiren dizilerin son zamanlardaki değişime rağmen, yaşama dair pek az öge barındırması da dikkate değerdir (Geçer, 2013: 100).

Televizyon dizilerindeki popülerlik ölçütlerine bakıldığında kısaca şu özellikler görülmektedir:

Film seti hangi tarihsel dilimde kurgulanmış olursa olsun, gündelik yaşamda geçmesi, bölümlerin kendi başına bağımsız birimler değil, birbirini izleyen açık uçlu anlatımlara sahip parçalar olmaları; çatışmaların olay rastlantılarına değil, güçlü kadın duygularına dayanması, olaylar değil olayların açtığı durumlar önemli olmaktadır. Evlilikler, ayrılıklar, kaybolmalar ve ölümlerle açığa çıkan rahatsızlıklar, huzursuzluklar; çözümlerin sürekli ertelenmesi, birden fazla karakter olması, izleyiciyi anlatının içine çekmektedir (Türkoğlu, 2012: 94). Diziler ve diğer programlar aracılığıyla insanlara birtakım modeller sunulmakta ya da dayatılmaktadır. Çocuklar Duymasın'da Meltem karakteri, Medcezir'de Yaman karakteri örnek olarak verilebilmektedir (Geçer, 2013: 102).

Televizyon dizilerinin en çok aile içinde izlendiği söylenebilir. Ailenin küçüğü de büyüğü de şayet bir odadaysa televizyon, aynı programı izlenmeye maruz bırakılmaktadır. Zaten Türk toplumunda başka odada televizyon olsa dahi aileyi bir arada tutmak isteyen baba buna müsaade etmemektedir. Bunun sonucunda ise baskın olan tarafın istediği program izlenmektedir. Dikkati çeken nokta ise, içeriği bakımından her yaşa ve kişiliğe uygun olması mümkün olmayan programlar izleyenlerde -özellikle çocuklarda- nasıl bir etki bırakmaktadır? sorusu olmaktadır.

Yetişkinler çocuklarının televizyon izleme biçimlerine karışmadıkları gibi, bu konuda yönlendirici bir iletişim içine de girmemektedirler. Çocukların televizyon örüntüsü yetişkinlerinki ile çakışmaktadır; böylece akşam ve gece televizyon izleme oranları yüksek çıkmaktadır. Bu durum çocukların, televizyon dünyasının verilerine ne kadar maruz kaldıklarını ve incinme açısından ne kadar kritik bir durumda olduklarını göstermektedir (Batmaz ve Aksoy, 1993: 101).

Özellikle gelişim döneminde olan çocukların kişilikleri artık televizyon tarafından şekillenmektedir. Çoğu ebeveyn televizyon karşısına çocuğunu oturtup kendi işlerine devam etmektedir. Televizyon bir nevi elektronik anne, baba görevini üstlenmektedir.

Günümüzdeki dizilere bakıldığında, bu kişiliklerin oluşmasında olumlu mu olumsuz mu etki yaratıldığı gözlemlenmek mümkündür. Çoğu popüler dizinin popüler olmasını sağlayan, reytinglerini arttıran; en başta ahlak dışı içerikler, evlilik dışı gerçekleşen ilişkiler, şiddet olayları, kolay yoldan para kazanma, gençlerin kötü – uyuşturucu, eroin vb.- madde kullanımı, ve bu maddenin satışının getirdiği kazançlar

vb. daha birçok sebep sayılabilmektedir. Aralarında tabi ki aile ilişkilerini çok güzel işleyen, her ayrı bölümde eğitici konuları ele alan, gündemi yansıtarak izleyiciyi aydınlatan, çocukları ve gençleri okumaya yönlendiren aksi takdirde kendi hayatlarına sahip çıkamadıkları zaman nasıl bir hayat sürececeklerini gösteren tablolar ve bireylerin çocuklarıyla rahat bir şekilde izleyebilecekleri güldürü içerikli programlar da diziler de mevcuttur. Önemli olan onların diğer programlar arasından ayırt edilebilmesidir. Televizyon topluma bir dünya sunmaktadır. Hangi kısmının izleneceğini de bireylerin tercihi bırakmaktadır.

Peki, geçmişteki dizilerde de durum böyle miydi? Onlarda da bir ticari kaygı, reyting amacı var mıydı? Şimdi geçmişte yayınlanan ve hala akıllarda kalan dizilere bakılıp daha sonra günümüzdeki dizilerle kişilik bakımından nasıl bir örtüşme olduğu açıklanmaya çalışılacaktır.

4.2. Geçmiş Dönemde Diziler

Trt için 1971 yılı sadece özerkliğini yitirdiği bir yıl olmamış, bu tarihten sonra televizyon yayınları da program yapısı itibariyle önemli değişikliklere uğramıştır. 1972 yılında “Bizim sokağımız”. “Çocukların Televizyonu”, “Tarım Sohbeti”, “Kadın ve Ev” gibi katı bir biçimde amacına hizmet eden programlar yapılırken “Bizim Sokağımız” “Sesame Street” adlı bir Amerikan çocuk dizisinden uyarlanan dizi ekranda yerini almış ve böylece dış kaynaklı yapımlar ekranları doldurmaya başlamıştır (Bilgili ve Akbulut, 2010: 17).

Programların önemli kısmı yerli yapımdır fakat en popüler programlara bakıldığında bu programların ya yabancı olduğu ya da yabancı taklidi olduğu ortaya çıkmaktadır. Yabancı yapımın birebir kopyası olanların arasında: Kim 500 Milyar İster, Çarkıfelek, Akademi Türkiye, Popstar, Patron Kim, Tatlı Hayat ve Dadı. Popüler yabancı yapımlar, Aşkın Peşinde (pembe dizi), Gerçek Aşk (pembe dizi), Güzel Virginia (pembe dizi) ve yabancı sinemalar bulunmaktadır. Yabancı popülerlerin Türkçeleştirilmiş olanlarında ise, Çocuklar Duymasın, Avrupa yakası, Türk Star, Sevda Masalı, Türkiye’nin Yıldızları vardır. Yerli yapım olarak popüler olanlar Hollywood’u ve dizileri usta bir şekilde taklit edenlerdir; Kurtlar Vadisi, Berivan, Melekler Adası, Bir Kelime Bir İşlem (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 97).

Gündüz kuşağında yer alan 1974’de başlayan “Telespor” ile birlikte uzun süreli maç yayınlarının Televizyondan naklen verilmesi bir gelenek haline gelmiştir. Yerli güldürü dizisi “Kaynanalar” kültür ve sanat açısından izleyiciye bir katkı getirmeyen dizilerden olmuştur. Yine bu dönemde “Komiser Kolombo”, “Kaçak”, “Söz Savunmanın”, “Dolu Dizgin” gibi izleyiciyi ekran başına bağlayan ama içerik açısından bir katkı getirmeyen dizilerin yayını sürmüştür. “Uzay 1999”, “Charlie’nin Melekleri”, “Mc Millan ve Karısı”, “6 Milyon Dolarlık Adam”, “Küçük Ev”, “Kadın Polis”, “Zengin ve Yoksul” bu dönemin en çok ilgiyle izlenen dizileri olmuştur. 1980 yılında bütün dünyada olduğu gibi yurdumuzda da izleyiciler “Dallas” adıyla yayınlanan Amerikan televizyon dizisinin esiri olmuştur (Bilgili ve Akbulut, 2010: 18-19). Ien Ang’ın bir dönemleri çok popüler olan Amerikan dizisi, Hollanda’lı izleyicileri üzerine yaptığı araştırma, kadınların televizyon dizileriyle olan ilişkilerini çözümleyen klasikleşmiş çalışmalardan birisidir (1985). Teksaslı, petrol zengini bir ailedeki iktidar, aşk ve benzeri ilişkileri konu alan ve gösterildiği 90’dan fazla ülkede ilgi toplayan Dallas dizisi, Ien Ang’ın araştırmayı yaptığı 1982 baharında da, Hollanda’da nüfusun yarısından fazlasının izlediği popüler bir programdır. Ang’ın araştırmasındaki temel varsayımı, popüler kültür ürünlerinin sağladığı hazzın dolaysız ve duygusal eğlence biçimlerine tanımlandığıydı (Mutlu, 2005: 152).

Görüldüğü gibi dış kaynaklı televizyon dizileri her dönemde büyük bir seyirci potansiyeline sahip olmuş, yerli yapımlar karşısında başatlığını sürdürmüştür. İnsanların günlük yaşam alanlarına kadar girmiş, kadınların saç biçimlerinden tutun da dükkân adlarının -dizi adlarından esinlenerek- değiştirilmesine kadar birçok alanda etkili olmuştur (Bilgili ve Akbulut, 2010: 19).

Televizyon, yabancı kaynaklı diziler ve reklamlar aracılığıyla kültürler arası etkileşimi arttırırken, diğer taraftan da varlıklı ülkelerin zengin bireylerinin yaşam ve estetik anlayışını ön plana çıkarmıştır. Zaman içinde bu değerlerin benimsenmesi yönünde öğretici olduğu görülmüştür (Kocadaş, www.insanbilimleri.com).

1 Temmuz 1984’te Türk Televizyonu da renkli yayına geçmiştir. 1985’te “Köle İsaura” ile Brezilya yapımı Pembe dizilerle tanışan Türk toplumu sonraki günlerde yayına konan “Virginia”, “Küçük Hanım” ve “1990 yılı başlarında ekrana gelen Amerikan yapımı “Yalan Rüzgârı” ile bu türün tutkulu izleyicileri olmuşlardır. “Perihan Abla” dizisi ise yerli dizi olarak en çok tutulan olmuştur (Bilgili ve

Akbulut, 2010: 20). 1989 yılında uzun soluklu başka bir dizi olan “Bizimkiler” dizisi TRT’de yayına girmiştir. Bir apartmanda oturan 7 ayrı ailenin yaşamını konu alan dizi, özellikle büyük şehirde yaşayan insanların sosyo-kültürel açıdan birbirlerinden farklı olduklarını ortaya koyması açısından önem taşımıştır (İçinsel, 2010: 49-50).

1991 yılı ise Türk izleyicisinin, özel televizyonlarla tanıştığı bir yıl olmuştur. Özel televizyonlar tüketici kitlesinin ortak beğenisine sunulan benzer programlarla yayıncılığı sürdürülen “Kim 500 Milyar İster” adlı bir yarışma programı yayına başlayıp reyting aldıysa, diğer kanalarda da aynı formatta benzer –ki günümüzde de aynı formatta yayınlar devam etmekte- “Ağırlığınca Altın”, “Bil Bakalım bu Nedir?”, “Fırsat Bu Fırsat” gibi büyük ödüller dağıtan benzer programlar yayınlanmaya başlanmıştır. 2000’li yıllar da en çok izlenen programlardan birisi “Talk Show”lar olmuştur. Özel televizyonlarla birlikte yabancı program formatlarının yerli motiflerle işlenerek kitleye sunulması günümüz televizyonun en belirgin özelliğidir. “Dadı” dizisinin büyük ilgi görmesinin ardından “Biri Bizi Gözetliyor”, “Gelinim Olur Musun?”, “Çarkıfelek” gibi programlar ekranlarımızı doldurmuştur. Kitle kültürünün tüketim, rekabet, kazanç, kumar, köşeyi dönmek gibi olguların toplum tarafından içselleştirilmesinde ticari zihniyet televizyonun etkinliğini bir kez daha gözler önüne sermiştir (Bilgili ve Akbulut, 2010: 20-22).

Geçmişten aklımızda kalan, unutamayacağımız programlardan iki tanesi de; Kemal Sunal’ın oynadığı diziler ve Barış Manço’nun “Adam Olacak Çocuk” sloganıyla “7’den 77’ye” adlı programı olmuştur. Bu programlar bize televizyonun olumlu yönlerinin de bulunduğunu hatırlatır niteliktedir. Kemal Sunal dizileriyle topluma saflığı hatırlatıp, eğlenceyi yaşatarak –günümüzdeki gibi bel altı olmayan esprilerle- ailecek izlenilebilirliği sağlamışken Barış Manço ise aile, çocuk ve eğitim üzerine yaptığı programda pazar günlerini izleyen herkese eğlenceli geçirtmiştir. Çocukların şarkıları, günümüzdeki programlar gibi reyting kaygısıyla verilmemiştir. Çocuklara, kendileri değerli hissettirilmiş ve aileler tarafından sevilerek izlenmiştir.

Günümüzdeki dizilere bakıldığında ise çoğunda geçmişin izlerinden ziyade geleceğin kaygısını görülmektedir. Ticari kaygı, reyting kaygısı ile kaliteli programlar yapılmadığı söylenebilmektedir. Buna rağmen ise o programlar evlerde baş köşede keyifle izlenmektedir.

4.3. Diziler ve Kişilik İlişkisi

“Televizyonun en güçlü tarafı, kafalarımıza soyutlamalar değil, kalplerimize kişilikler sokmasıdır” (Postman, 2004: 138).

Televizyon yayınları bireyleri yaşanan ortamdan, sıkıntılardan uzaklaştırmakta ayrıca en büyük özelliği olan görselliğiyle de izleyicilere bambaşka bir dünyanın kapılarını açmaktadır. Ayrıca bireyin sosyalleşmesinde, sosyal kimliğin şekillenmesinde de önemli bir rol oynamaktadır.

Kimlik, önceden tanımlanmış, toplumsal rol ve geleneklerdir. Modern sonrası dönemi ifade eden postmodernitede kimlik kavramı ise toplumsal yaşamın hızla farklılaşması ve karmaşıklaşması sonucu, daha kırılgan, değişken ve çok katmanlı bir yapı haline gelmiştir. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte artık kimliği yeniden kurma arayışı içine girilmiştir. (Karaduman, 2007: 50).

Modern kimliğin konumu, insanın mesleği, kamusal (ya da ailevi) alandaki işlevi etrafında oluşurken, postmodern kimlik ise görüşler, imajlar ve tüketime dayanan boş zaman faaliyetleri çevresinde oluşmaktadır. Postmodern kimlik, rol yapmak ve imaj oluşturmak suretiyle, sahnede oyun karakterlerini oynar gibi teatral biçimde kurulurken, modern kimlik kişinin kim olduğunu (meslek, aile, politik özdeşmeler vb.) gösteren temel tercihleri içine alan ciddi bir mesele olduğu söylenebilmektedir. (Kellner’den akt. Karaduman, 2007: 50).

Popüler kültür ürünleri arasında yer alan televizyon metinlerinde (dizi, yarışma programları, -kültürel bir metin olarak- haber...) postmodern kimlik insanların görmek mümkündür.

Televizyon dizilerinde, Türkiye’de eğitim ve toplumsal yer değiştirmelere bağlı olarak tek bir insanın bile yaşamı boyunca pek çok kimlik değiştirdiği; toplumsal rollerde, toplumsal cinsiyet rollerinde yaşanan değişimlerin belirsizliklere neden olabildiği; kimlik tanımlamaları için eskiden olduğu gibi sadece köylü, kentli veya meslek sahibi, ev kadını ayrımlarının yeterli olmadığı görülmektedir. Bu sıfatlardan her birinin birçok farklı yaşam biçiminin olduğu; kısaca asıl gerçeklikte bulunan kimlik karmaşalarının da temsil edildiği görülebilmektedir (Türkoğlu, 2012: 96-97).

Kişilik özellikleri televizyon kullanımını belirleyen değişkenlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Finn’in araştırması (1997) dışa açık, dışa dönük ve uyumlu

insanların televizyona daha az zaman ayırdıklarını, bunların söyleşme gibi dolayımınmayan, doğrudan iletişim etkinliklerine yönelim gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Thompson'un yaptığı bir araştırmada da (1994) televizyon izleyicilerinin televizyon mesajlarını, cinsiyete ve içerikle olan dolaysız deneyim miktarına göre farklı biçimlerde yorumlayıp anlamlandırdıklarını bulgularken, araştırmanın bir anlamlı sonucunun da, eğlence içerikli (özellikle dram tarzı) yapımlarının çekiciliklerinin önemli bir unsurunun karakterlerle özdeşleşme olduğunu, yani bir izleyicinin kendisini karakterlerin eylemlerine yansıttığı imgelemsel bir dilek başarımı, yani bir dileğin o karakter tarafından ekranda gerçekleştirilmesi olduğunu belirtmektedir (Mutlu, 2005: 119).

Televizyonun en popüler programı olan dizilerin yarattığı tipler genel olarak değerlendirildiğinde “iyi” ve “kötü” karakterler olarak sınıflandırılabilir. Dizilerde “iyi” karakterleri oynayan oyuncuların çoğunlukla fiziki görünüm olarak beğenildiği ortaya çıkmaktadır. Gençler, fiziki olarak beğendiklerini kişilik olarak da beğenmektedirler. Bunun tersi de geçerli olabilir. Ancak, dizilerdeki tipler ve özellikleri göz önüne alındığında, bazı dizilerde yer alan fiziki görünüm olarak beğenilebileceği düşünülen tiplerin, kişilik olarak beğenilmemesi gençlerde kişiliğe göre algılamının ön planda olduğu şeklinde değerlendirilebilir (www.meb.gov.tr). Gençlerin, dizilerden etkilenmesinin bir göstereni de ünlüleri model alma eğilimleridir. Günümüzde televizyonun bu kadar ilgi çekici hale gelmesinde, popüler kişilerden oluşan programlara oldukça fazla yer verilmesi büyük rol oynamaktadır (Mutlu, 1999: 154). Bu özelliği ile televizyon dizileri, her yaştan kesimi kapsayan içerikleriyle toplumun günlük hayatın vazgeçilmez unsurları arasında yer almaya başlamıştır. Reytinglerin önemli bir bölümünün dizilerden sağlandığı günümüzde, halkın dizilere gösterdiği ilgi ise her geçen gün biraz daha artmaktadır (Erginbaş, 2012: 61).

Yapılan açıklamalar doğrultusunda günlük hayatın vazgeçilmez bir unsuru olan ve kişilikler üzerinde bu kadar etkisi olan televizyon dizilerinin, hangi önemli öğeleriyle bunu başardığına, izleyicileri –özellikle çocukları ve gençleri- nasıl etkilediğine ve sonuçta nasıl yapay kişilikler yaratmış olduğuna bakılması konu açısından aydınlatıcı olacaktır.

4.3.1. Televizyonda Kullanılan Şiddetin Kişilik Üzerine Etkisi

Televizyonun bir eğlence aracı olarak var olması ve sunduğu içeriklerin de eğlence olarak algılanması, şiddetin de mutlu bir şiddet olarak yansımaya sebep olmaktadır. Günümüzde gelişimin en önemli ürünü olan kitle iletişim araçlarından, televizyonun ürettiği bir şiddet ile karşı karşıyayız. George Gerbner, televizyon ile şiddetin biraradalığını anlama yolunda en ileri gitmiş akademisyenlerden ve düşünürlerden biridir.

Gerbner, ekranda gördüğümüz şiddetin büyük çoğunluğunu ifade etmek için bir terim üretmiştir: Mutlu Şiddet: “Biz eğlence için kitle üretimi içerisinde formüle edilmiş şiddetle uğraşıyoruz, buna ben mutlu şiddet diyorum.” Gerbner, açıkça şiddet üzerine kurulmuş çizgi filmleri ya da komedi dizilerini birbirinden ayırmamaktadır. Araştırmacılar, Tom ve Jerry ile Zor Ölüm’ü eşit kabul ettiklerinde, artık inandırıcılık kredilerini tüketmişlerdir. Bir çizgi film elbette daha az zararlıdır fakat Gerbner’e göre, çizgi filmlerdeki eksik fiziksel hasar olgusu, şiddetin incelikli ve sinsice gizlenen varlığını örtmektedir (Gerbner’den akt. Batuş vd., 47-48). Çocukların dünyasına yönelik hazırlanmış ve eğlendiriciliğinin yanı sıra öğretici tarafları içermesine önem verilen programlar olması gereken çocuk programları önemli bir yere sahip olan bu çizgi filmler giderek daha çok şiddet ve dehşet içermeye başlamıştır (Uluç, 2002: 7).

Televizyon yayınlarında cinsellik ve şiddet öğesinin kullanımı ve bu tür yayınların özellikle çocuk ve gençler üzerindeki olumsuz etkilerinin araştırıldığı çalışmalar bunları gösterebilmektedir (Çaplı, 2002: 112). Acı üzüntü, pişmanlık, nefret, şiddet, öfke, panik, korku, intikam gibi kavramları içeren yayınların çocukları olumsuz etkileyeceği sıklıkla belirtilmesine rağmen, çocuklara yönelik yayınlarda bol miktarda kullanılmaktadır (Uluç, 2002: 7).

Çocuklar, yetişkinlerden farklı olarak televizyon etkisine açık, muhakeme yeteneği henüz gelişmemiş, savunmasız ve korunması gereken bir konumdadır. Televizyon yayınları ile ilgili verilere bakıldığında televizyonun en fazla çocuklar tarafından seyredildiği söylenebilir. Çocukları iki yaşından itibaren cezbeden televizyon onların kişilik gelişiminde zaman zaman ailenin bile önüne geçerek birincil derecede etkide bulunabilmektedir (Şeker, 2009: 185).

Televizyondaki şiddet, çocuklar üzerinde gerçek bir tehlikedir. Erdoğan bunu bir örnekle açıklamıştır: Saddam Hüseyin’in idam görüntülerinin basına sızmasının ardından çocuklar “Saddamcılık” oynayarak birbirini asmıştır. Televizyon dizilerindeki karakterlerin hayali ölümlerinin ardından gıyabi cenaze namazları kılınmıştır. Televizyonda şiddetli ilgili inşa edilmiş olan çerçeveler, televizyonun gündem saptırmasının ve saptırdığı gündemlerin de içeriğini işlevsel bir biçimde doldurmasının televizyon dışı akademik ve akademik olmayan pratiklerde yeniden üretilmesinden başka bir şey değildir. Televizyonda şiddetten yakınlar televizyondaki üründen farklı bir karakterde ürün üretmemektedirler (Erdoğan, 2007: s.y) (www.irfanerdogan.com). Şiddet özellikle duyguları harekete geçirme eğilimi yüzünden, tehlike yaratan kelimelerin başında gelmektedir (Riches, 1989: 10).

Şiddet davranışının televizyon izlemeyle bağlantılı olduğunu söyleyen en inandırıcı kuramsal açıklama sosyal öğrenme kuramına temellenmiştir. Sosyal öğrenme kuramına göre, şiddet davranışı için ödüllendirilmiş olan hayali bir kahramanı televizyonda gören çocuklar, o davranışları yalnızca öğrenmeyecekler; fırsat verildiğinde açık davranış olarak göstereceklerdir. Çocuklar, o davranışı öğrenmek için davranışa doğrudan katılmak veya kişisel olarak ödüllendirilmek zorunda değildirler. Davranışı, yapan birini gözleyerek kolaylıkla öğrenebilirler ve eğer model ödüllendirilmişse daha büyük bir olasılıkla ileride benzer durumlarda aynı davranışı sergileyebilirler (Morris, 2002: 368).

Çocukların böylelikle şiddet dozajı yüksek her türlü sunumdan fazlasıyla etkilendikleri söylenebilir. Gerçekle, kurgu arasındaki ayrımı tam olarak yapamamak çocukların şiddete yönelmelerini daha da kolaylaştırmaktadır. Özellikle, aile içinde ebeveynlerin tercih ettiği dizilerde, şiddet unsuru bulunuyorsa, bu unsurların dizi oyuncularını aracılığıyla kutsallaştırılması çocukları taklit etmeye yöneltmektedir. Bir başka ifadeyle televizyonun tanıttığı dünyada “iyiler” de “kötüler” de sorunlarını çözmek, amaçlarına ulaşmak için bir yol tutup, şiddet kullanmaktadırlar. Televizyonda gösterilen şiddetli, saldırgan davranışlar, kişilik ile davranışlar üzerine ters etki yapmaktadır. Nitekim suçlu çocukların, televizyondaki dizi programlarının kahramanlarını çekici bulduklarını araştırma sonuçları ortaya koymuştur (www.medyakuryazarligi.org.tr). Televizyon çocuklara taklit edebilecekleri iyi ve kötü modeller sunmakta ve çok fazla bilgi sağlamaktadır. Pek çok uzman,

televizyonun bir öğretim aracı olarak henüz potansiyelini gerçekleştirmemiş olduğunu düşünmektedir (Morris, 2002: 369).

Elbette ki televizyondaki şiddet, sadece çocuklar için söz konusu değildir. Fakat kişilikler çocukken biçimlenmektedir ve bir kişiliğin gelişmesinde en önemli etkenlerden biri de keşfetmektir. Televizyon izledikçe can sıkıntısı denen bir şey kalmamaktadır. Oysa can sıkıntısı bir düşünme fırsatı, keşfedilebilecek sessiz bir mekân olabilmektedir. Çocuklarda ise keşfedilebilecek ilk şey kendi benliğidir. Ama ne yazık ki televizyon çocuğun, bireyin ne düşüneceğine, ne öğreneceğine dair hazır paketler sunarak karar vermektedir (Sanders, 2010: 49).

Gençler ise televizyon haberlerini izlerken, diğer kesimlerden daha fazla, zulüm ve ölüm haberlerinin büyük ölçüde abartılı olduğunu ve ne olursa olsun ciddiye alınmasına ya da sağduyulu bir tepkiyle karşılanmasına gerek olmadığını varsayan bir epistemolojinin etkisine girmektedirler (Postman, 2004: 118).

Özetle, BBC'nin benimsediği şekilde ve sırayla, temel amacı “bilgi, eğitim ve eğlence” olması gereken kitle iletişim araçlarının eğlence faktörünü diğerlerinden daha fazla önemsemeleri sonucu yayınların pek çoğunda hedeflenen, azami heyecan ve duygudur. Bu ise izleyicide heyecan uyandırmak amacıyla şiddetin dozunun artırılması ve azalan verim kanunu gereğince gitgide daha fazla şiddetin gerekmesini sonuçlamaktadır (Uluç, 2002: 4). Kısacası yetişkinler televizyonu daha çok eğlence amaçlı izlerlerken çocuklar var olan hayatı anlamlandırma çabasına girmektedirler. Bu sebepten dolayı televizyonun kişilikle ilişkisinde çocuklar daha ön plana çıkmaktadır ve çocuklar başta olmak üzere her yaştan bireyi kapsayan ve dizilerde reyting uğruna yoğunlukla kullanılan şiddet ögesi, popüler kültürün ürünü olan televizyonun kişilikleri biçimlendirmesinde, kişilikle ilişkisinde sadece bir tanesidir.

4.3.2. Televizyonda Kullanılan Dilin Kişilik Üzerine Etkisi

Televizyonun dil üzerindeki etkisi ana dilin yozlaşmasında kendini göstermesidir. Türkçenin yanlış kullanılması, eksik ifadelerle anlatımı, dilin özentisiz bir şekilde seyirciye verilmesi sadece yabancı programlarda değil, yerli programlarda da sıkça rastlanılmaktadır. Özellikle dizilerde, kahramanların, küfürlü konuşmaları, şiveleri bile farklı ifade etmeleri, komiklik olsun diye seslerin uzatılması ve bunların toplumda taklit edilmesiyle, dilimizin kötü kullanıldığı söylenebilir. Küfür içerikli

yayınlar, kaba kişilikler yaratılmaktadır. Bu kaba kişilikler bir ayna gibi diğerine yansımakta ve sonuçta anlayışsız, her işini kullandığı kötü tabirler ve kötü yollarla halledebileceğine inanan kişilikler toplumda yer almaktadır. Evlilik ilişkilerinde ise sürekli kavgaya sebebiyet vermekte, çocuklar o kavga ortamında büyümekte ve çocukların kişilikleri ona göre şekillenmektedir. Elbette ki dilin kötü kullanımında tek sebep televizyon değildir. Ama kitap okumak, tiyatroya gitmek vb. gibi faaliyetleri, kültürel ortamlara katılımı, sosyal ilişkileri azaltması, zamanın çoğunu karşısında geçirtmesi ve böylece dilin en çok oradan duyulduğu bir araç olmasıyla televizyon, içinde yaşadığı kültürde ve biçimlendirdiği kişiliklerde oldukça fazla bir role sahip olduğu söylenebilir.

4.3.3. Televizyonun Yarattığı Kültürün Kişilik Üzerine Etkisi

Yirmi yıl önce “Televizyon kültürü şekillendirir mi yoksa yalnızca yansıtır mı” sorusu pek çok araştırmacı ve toplumsal eleştirmen tarafından ilginç bulunmuştu. Ancak televizyon zamanla kültür haline gelmeye başladıkça; bu soru da geçerliliğini büyük oranda yitirmiştir. Görünen o ki artık konuşmaların konusunu, televizyonun kendisinden çok, televizyonda görülenler, yani onun içeriği oluşturmaktadır. Televizyonun yarattığı yeni kültüre en olumsuz bakan araştırmacılardan Postman’a göre televizyon kültürümüzü yapısal bir değişime uğratarak muazzam bir gösteri sahnesi yaratmıştır (Postman, 2004: 92-93). Olaylar ve günlük yaşam, medya kültürü ve tüketim toplumunun gösterileri (medya kültürünün gösterileri ve tüketim toplumunun) tarafından şekillenmekte ve uzlaştırılmaktadır (Kellner, 2010: 22). Öte yandan insanlar, yeni kültürün unsurlarını otomatik olarak kabul etmemektedir. Örneğin geçmişte matbaanın girişine karşı çıkmıştır. Ancak günümüzde Türk toplumu yeniliklere son derece açık hale gelmiştir. (Bozkurt, 2011: 108).

Kültür sadece değerleri, yargıları, tutumları taşıyan düşünsel bir süreç değil daha çok yaşanmış ve yaşanandır. Kültür insanların kendi yaşam deneyimleriyle biçimlenmiş ve onların yaşam biçimlerinin bütünüdür. Bu yaşam deneyimi bir zamanlar belli bir coğrafik bölgeye ait olup, yerel olduğu ve doğrudan bire bir ilişkilerle oluştuğu söylenmektedir. Şimdi ise buna yoğun bir şekilde dolayimli, dışarıdan ve uzaktan gelen başkalarının yaşam deneyimleri ve dünyaya egemen bir pazarın yaşam koşullarının belirlediği planlı yaşam deneyimleri

eklemlenmiştir. Dolayısıyla günümüzde kültür, halkın kültürü popüler kültüre ve kitle kültürüne olan ilişkisinde anlamını bulmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 22-28).

Modern toplumun en belirgin özelliklerinden birisi insanları bir tüketim çılgınlığına yönlendirmesidir. İnsanlar birbirlerini tüketim alışkanlıkları ile örnek almakta; bir diğeri için “tüketim modeli” olabilmektedir. Nitekim modern çevre tümüyle “tüketmeye yönelik” bir tasarıma sahiptir. Hiyerarşi, statü, değerler yine bu tüketim kültürünce belirlenmekte diğeri bir ifade ile “devir, ye kürküm ye devri” olmaya doğru ilerlemektedir. Ayrıca satın alınması için sunulan ürünlerin bolluğu ve çeşitliliği, tüketimi adeta yaşamın temel pratiği haline getirmiştir (Geçer, 2013: 74).

Kültür belli bir yaşam biçimini anlattığında bu yaşam biçimini yaşayanlar, kendilerinden farklı biçimde yaşayanlara farklı biçimde yaklaşmışlardır. Bu yaklaşımlardan önde gelenlerden ikisi gıpta etme ve özenme, diğeri ise küçümsemedir. Kentlinin köylüyü küçümsemesi, özenilen Amerika kültürü –kendini diğeriinden başka daha iyi ve üstün gören psikolojik doyum sağlamasıyla- çoğu yerli dizilerin yabancı dizilerden çevrilmesi vb. gibi daha birçok örnek sayılabilmektedir. Popüler kültür, kullanım ve tüketim kültürüdür. Popülerle paketlenmiş popüleri, tüketiciler alıp, popüleri boğazlarına, yüzlerine saçlarına, midelerine, üstlerine uygulayarak bu süreci tamamlamaktadır. Dizilerin ise bu popüler unsurlara fazlaca yer verdiği söylenebilir. Popülerlik böylece öncelikle medya aracılığıyla sürdürülen ve teşvik edilen ün ve şöhret alanına sıkıştırılmıştır (www.irfanerdogan.com).

Popüler kültür yaşantımızın tüm alanlarına nüfuz etmektedir. Yediğimizde, içtiğimizde, giydiğimizde olan, kaçınamayacağımız geniş bir günlük yaşam alanını içine almaktadır. Bu kültürün ürünleri, kitle iletişim araçları aracılığıyla en çok genç kesimi etkilemekte ve bu kesim tarafından tüketilmektedir. Popüler kültür, edilgen, kendine ve topluma yabancılaşmış, kimlik sorunu yaşayan, birbirine benzeyen, toplumsal ve siyasal konulara duyarsız bir gençlik meydana getirmektedir (Ercins, 2009: 501).

Bilindiği gibi televizyon yayıncılığında farklı kültürlerden programlar yoğun bir biçimde yer almaktadır. Farklı kültürlerden programları izlemek, o kültürel dünyaların etkisine açık hale gelmektir. Bu olağan etkileşimi, sorgulamaksızın, bir

süzgeçten geçirmeksizin, bilinçsiz bir taklide dönüştürmek ve sonuçta değişen kişilik yapılarıyla televizyonun etkisi tartışılmazdır (www.medyaokuryazarligi.com). Özellikle izlenen her yabancı film, en küçük ayrıntısına kadar yabancı kültürü de izleyicilere taşımaktadır. Bundan dolayı onun sürekli izleyen kişilerin duygu, düşünce, davranış, kılık, kıyafet, bütün dünya görüşüne ve kişiliğine etki etmesine şaşdırmamak lazımdır.

Peki, günümüzde kişileri bu kadar değiştiren kültür, geçmişte de böyle miydi?

Popüler kültüre halkın kültürü, halkın istediğini veren kültür denmektedir. Peki, eski Anadolu insanın istediği kültür bu şekilde miydi? Bir kere Anadolu dilinde popüler kavramının kullanıldığı görülmemiştir. Anadolu'daki yaşam tarzında popüler olan kendi halkı, kendi ürettikleri olarak düşünülmüştür. Herkes herkesi tanıdığından dolayı, bir medyaya ihtiyaç olmamıştır. Kendi çapında meşhur olan meşhurmuş. Anadolu'nun köy kasabalarında herkes herkesi bildiği gibi kişiler ne ise oymuş. Kişilikleri biçimlendirecek büyük bir olgu karşılarında bulunmamış.

Şimdilerde ise eskinin Anadolu kültürü ve insanı günümüzün popüler kültüründe sürekli olarak aşağılanmaktadır. Buna klasik “köylü” ve “hanzo” nitelemeleri yanına örnek olarak “taş fırın erkeği” eklenmiştir. Taş fırın erkeği tiplmesiyle hiçbir şey satın almak istemeyen, her şeyi tutan, yenilemeyen, harcama yapmayan eve kapanan Anadolu'nun “hanzosu” yerilirken, tüketim endüstrilerinin maymunu olduğunun farkında olmayan ve bu maymunluğu bütün gücüyle destekleyen “özgür kadın” yüceltilmektedir. Böylece “tüketiyorum o halde varım” bilinci popülerleştirilmekte; satın alma ve tüketim peşinde koşarak kimliğini ve değerini bulan “endüstri maymunu” çağdaş ve iyi model olarak sunulmaktadır” Özellikle aile komedilerinde kadının bağımsız ve özgür birey olduğunun vurgulanması gülünç ve aptalca söylem seviyesine kadar taşınmaktadır. Örnek olarak; kendini kaçırmak isteyen adama, kadının “bırak, benim özgürlüğümü kısıtlayamazsın” gibi saçma laflar etmesi verilebilmektedir. Aynı şey modern erkek tiplmesinde de görülebilir; tırnağı ojeli, kulakları küpeli olan erkekler bunu çağdaşlık olarak kişilerin bilinçlerine işlemektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 140-240).

Böylelikle kişiliklerin biçimlenmesinde, televizyonun yarattığı bu yeni kültürde; tüketim kültürüyle yetişen bireylerin, yabancı özentiliğinin, kadınların erkeklere

gereksiz baş kaldırırlarının, bozulan evlilik ilişkilerinin ve gençlerin özendiği imajların olduğu bir toplum görölmektedir.

Bir költürün yanlış enformasyona ve sahte düşüncelere, değışen kimliklere rağmen ayakta kaldığı defalarca kanıtlanmıştır. Ama bir költürün, dünyanın yirmi iki dakikayla ölçöldüğu ya da programların değeri arttırdığı kahkahaların sayısıyla belirlendiği zaman ayakta kalıp kalamayacağı henüz kanıtlanmış değildir (Postman, 2004: 128).

4.3.4. Televizyonda Yansıtılan Ahlaki Değerlerin Kişilik Üzerine Etkisi

Günümüzde kitle iletişim araçlarının en belirgin özelliklerinden biri olan “müsthcenlik” ile yetişen bir genç kitlesi oluşmaktadır.

Televizyonda özellikle dizilerde çarpık ilişkiler, ahlaki olmayan içerikler, kişiye özel alanın cinsellikle ekrana yansması çocukların gelişimini, gençlerin hayata bakış açılarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bilinçler, eğitici yayınlarla değil erotik yayınlarla doldurulmaktadır. Böyle büyüyen bir çocuğun da ruh ve beden sağlığı olarak normal olması beklenemezdir. Dizilerde yansıtılan karakterlerle kendini özdeşleştiren gençler, izledikleri sahnelerde cinselliği normal olarak algılamaktadır. Bunun sonucunda ise daha lisede evlilik dışı ilişkiler ve düşük yapılan çocuklar, televizyonda sunulan haberlerle karşımıza çıkmaktadır. Hem neden hem sonuç olarak televizyon, yayınladığı ahlak dışı içeriklerle de yetişen nesillerin kişiliklerini olumsuz bir şekilde etkilemektedir.

Buraya kadarki yapılan açıklamalar doğrultusunda popüler költürün ürünü olan televizyonun yayınladığı programlarda, özellikle dizilerde; kullanılan şiddet öğesi, anadilin kötü kullanımı, yabancı bir költür yaratılması, tüketim toplumu oluşturulması ve ahlaki değerlerin göz ardı edilmesiyle, çok küçük yaşta biçimlenen kişilikler yeni bir boyut kazanmaktadır. Bireylerin kimliği, toplumun kimliğidir.

Unutmamak gerekir ki, dünya üzerinde hiçbir kimse başkalarını taklit ede ede, ne bir yere gelmiş, ne yükselmiş, ne de gerçek “Kim”liğini ortaya çıkarma noktasına gelebilmiştir. Tam aksine taklit ettiği kişinin bir kötü kopyası, bir sahte ve yapay benzeri olmaktan, o bireyin kişiliği içinde kaybolmaktan öte bir duruma ulaşamamıştır (Benazus, 2005: 15).

Dikkat çekilecek nokta ise bireyler büründükleri yeni kimliklerle, biçimlendiği kişiliklerle mutlulardır; televizyon izleyerek eğlenmekte, dizileri takip ederek vakit geçirmekte, çocuklarını televizyona emanet edip kendi işlerine odaklanmakta, işler küfür ve zorbalıkla halledilmekte, farklı bir kültürün yaşanmasından zevk alınmakta, yabancı isimli mekânlarda değerli hissedilmekte ve ahlaksızlığı çok da önemli görmemekle hayatlarını geçirmektedirler.

Peki, nedir bu kadar dizileri izleten? Oyalanacak o kadar şey varken tercihler neden televizyondan ve dizilerden yana olmaktadır. Yıllarca süren, yayında kalan diziler bunu nasıl başarmaktadır?

Bu soruların cevabının aranacağı dizilere geçmeden önce, televizyonun kullanımı ile ilgili etki araştırmalarına bakmakta fayda vardır.

“Kullanımlar ve doyumlar” yaklaşımına göre; izleyiciler kitle iletişim araçlarının pasif alıcıları ya da kurbanları değildirler. Bu yeni yaklaşımı ortaya koyanların iddialarına göre insanlar medyayı belli bazı gereksinimlerini karşılamak üzere aktif olarak kullanmaktadırlar. Bu yaklaşımın üzerine eklenecek kullanım nedenleri ise, sıralandırmalarıdır. (Lull, 2001: 127).

Bu kullanım nedenlerinin sıralandırmaları ise şu şekildedir (Mutlu, 2005: 94-98):

- **Oyalanma, Kaçış:** İzleyiciler gündelik yaşamın alışlagelen ve sıkıcı rutininin dayattığı kısıtlamalardan uzaklaşma, sorunların yüklendiği sıkıntılardan kaçma, duygusal boşalma için televizyon programlarını –dizileri- seyredebilirler. Kendi içinde cazip bir fantezi dünyası sunan bir televizyon programını seyretmek suretiyle izleyici bu dünyayı geçici olarak işgal edebilir. Ayrıca oyuncular da rol model alınabilmektedir. Örnek olarak; “MedCezir ve Küçük Ağa” verilebilir.
- **Kişisel İlişkiler:** İzleyiciler can yoldaşlığı, ahabplık, toplumsal kullanım olarak da izleyebilirler. Başka insanlarla –ister gerçek kişiler, isterse medya kişilikleri televizyon izleme edimi sayesinde veya televizyonla dolayımlanan ilişkiler kurabilirler. Dizideki karakterlerle dostluk ilişkisi içindeymiş gibi hissedebilirler. Örnek olarak; “Çocuklar Duymasın ve Seksenler” verilebilir.

Kişisel kimlik, referans, değer pekiştirme gibi daha birçok neden sıralanabilir. Ama örnek verilen dizileri açıklama noktasında bu iki neden önemlidir.

İzleyiciler sevdikleri dizileri gündeme ışık tutmasıyla da izleyebilirler. Kamuoyunun dikkatini çeken bir konu, dizilerin de kaynağı olabilmektedir. İzleyiciler hem hangi konularla ilgileneceklerini hem de bu konu ve sorunlarla ne derece ilgileneceklerini öğrenebilirler. İşte bu yaklaşımın da adı gündem belirlemedir. Gündem belirleme yaklaşımı, medyanın insanları nasıl düşüneceklerini belirlemediği ancak ne hakkında düşüneceklerini belirlediği görüşüne dayanmaktadır. Medyanın gücü, bazı sorunları ve konuları görmezlikten gelip marjinalize edebilmesi ve bazı sorun ve konuları da istediği sıklıkta ve yoğunlukta kamuoyunun gündeminde tutabilmesinde yatmaktadır (Yaylagül, 2006: 70).

Bu iki kuram doğrultusunda içerik analizi ve gösterge bilim yöntemiyle dört ayrı kanalın dizilerinden (Fox, Trt1, Kanal D ve Star) Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa ve Medcezir dizilerinin önce özellikleri ele alınıp sonra da Mayıs ayı içerisindeki bölümleri incelenmiştir.

V. BÖLÜM

5. KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİNDE POPÜLER KÜLTÜR ve KİŞİLİK İLİŞKİSİ ÖRNEK DİZİ ÇÖZÜMLEMESİ

Popüler kitle iletişim aracı olan televizyonun, dört ayrı kanalında yayınlanan popüler dört dizisi Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa ve Medcezir'in 2014 yılının mayıs ayı bölümleri incelenmiştir. Dizi anlatıları, niteliksel tablolarla birlikte içerik analizi yöntemiyle, dizi içerikleri ise maddi ve psiko-sosyal gösterge tabloları ile birlikte göstergebilim yöntemiyle çözümlenmeye çalışılmıştır. Çözümlemelerle birlikte kişilikler anlamlandırılmış, dizilerin benlik gelişimindeki etkisi ortaya konmaya çalışılmıştır.

5.1. Çalışmanın Problemi

Kişilerarası iletişim sürecinde, kişiliğin oluşmasında popüler kültürün rolü nedir?

Popüler kültürün tutumlar üzerinde rolü nedir?

Popüler kültürün tüketim toplumu üzerinde rolü nedir?

Popüler kültürün çocuklar ve gençler üzerinde rolü nedir?

5.2. Çalışmanın Amacı

Alanla ilgili araştırmalardan bu teze bir prototip belirlenmesi ve teknoloji çağında yaşanan bir toplumda, kişilerarası ilişkiler içerisinde kişilikleri anlamlandırmada televizyon ve onun aracılığıyla aktarılan dizilerin içeriklerine bakılıp popüler kültür ve kişilik ilişkisinin oluşturulması amaçlanmıştır. Dizilerin bir aylık bölümlerinin incelenmesi sonucunda, dizi içeriklerinde işlenen değerlerin, verilen toplumsal mesajların, kitlelerin kişiliğinde değişikliğe yol açabileceği bir öngörü olarak bu çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır.

5.3. Çalışmanın Önemi

Popüler kültür, insanların yaşam biçimleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Popüler kültür parametrelerinin zaman dilimi içerisinde değişmesi kişilikler üzerinde etkili olmaktadır. Bu nedenle popüler kültür ve kişilik ilişkisinin irdelenmesi kişilerarası iletişim açısından önem arz etmektedir.

5.4. Çalışmanın Varsayımları

- Popüler kültür kişilikleri etkileyebilmektedir ve kişilik üzerinde önemli bir role sahip olabilmektedir.
- Yaşam şekillerinin oluşumu popüler kültürle ilişkili olabilmektedir.
- Televizyon dizileri içerikleriyle alt mesajlar verebilir, farkındalık yaratabilir.
- Televizyon dizilerini izleyen kişilerde davranış ve tutum değişikliği olabilir.
- Kişilikler televizyonda yeniden üretilebilir.

5.5. Çalışmanın Sınırlılıkları

Kişilerarası İletişim, popüler kültür ve kişilik ilişkisini açıklayan üç değişkenle sınırlıdır.

Araştırmanın evreni, Türkiye çapında ulusal yayın yapan televizyon kanallarından Fox Tv, Trt1, Kanal D ve Star Tv'nin izlenilirlik oranı yüksek olan dizileri oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini olarak Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa ve Med Cezir dizileri seçilmiş olup Mayıs ayı boyunca en çok izlenen zaman diliminde, prime time'da yayınlanan (08.00-00.00) bölümleri ile sınırlandırılmıştır.

Dizilerin seçiminde, hepsinin ayrı özelliklere sahip olması, izlenme oranları doğrultusunda ilgiyle izlendiğinin görülmesi, içerikleriyle her yaştan kesime hitap etmesi ve dizide kullanılan objelerin popüler kültürü yansıtan unsurlar olması sebebiyle kişilik ve popüler kültür ilişkisinin kurulmasında çalışma için yararlı olacağı düşünülmüştür.

İncelenen dizilerin farklı tarihlerde sezon finali yaptığından dolayı, bu diziler sezon finaline girmeden, dört diziyi de aynı dönemde çözümleyebilmek amacıyla ve işlenen olayların güncel olması açısından mayıs ayı seçilmiştir.

5.6. Çalışmanın Tanımları

İletişim: Genellikle sözcük olarak iki kişi arasındaki konuşmayı akla getiren iletişim aslında düşünüldüğünden çok daha karmaşık bir süreci tanımlamaktadır. İnsanların konuşurken kullandığı dil, jest ve mimikler, bulunduğu mekân, dinlediği müzik, kullandığı markalar ve giyimi, kişiyle ilgili mesaj iletirken, onun sosyal statüsü ve kültürel ortamını da yansıtmaktadır (Oskay, 1992: 8).

Kişilerarası İletişim: Genel bir tanımlamayla kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu iletişimidir (Özodaşık, 2009: 25). Kişilerarası iletişimle ilgili başka bir tanım ise, bireyler ya da küçük gruplar arasında karşılıklı güvene dayanan, ilişkiler ağı oluşturan, bilgi ve duyguların paylaşılmasını amaçlayan, çift yönlü, sözlü ve sözsüz etkileşim sürecidir (Kaya, 2011: 62).

Kişilik: Kişilik kavramına bakıldığında birçok tanım farklı yorumlamalarda kendini göstermektedir. En basit tanımı ile kişilik; bireyin toplumsal yaşam içinde elde ettiği alışkanlıkların ve davranışların tümüdür (Fidan, 2009: 27).

Kültür: Bir toplumda üretilen sanat, edebiyat, buluşlar ve tüketim eşyaları gibi somut nesneleri olduğu kadar ortak inançlar, değerler, tutumlar, gelenekler ve davranışlar gibi kuşaktan kuşağa iletilen sosyal süreçlerdir (Morris, 2002: 686).

Popüler Kültür: Popüler kültür üstte seçkin kültürle altta halk kültürünün arasında yer alan gündelik yaşamın sözlü ve görsel olarak yeniden üretilmesini sağlayan bir kitle kültürü türüdür (Yaylagül ve Korkmaz, 2008: 130).

Kitle ve Kitle İletişimi: Kitle, ne olduğu belli olmayan niceliksel anlamda çokluğu ve niteliksel anlamda belirsizliği anlatmaktadır. Kitle kavramı ise endüstri devriminin ortaya çıkardığı, elitist “yüksek kültürcülerin” hor ve tehlikeli gördüğü, devrimcilerin çoğunlukla romantikleştirdiği insan topluluğunu anlatmaktadır. Kitle iletişiminde ise kitle kavramı izleyicilerin sosyal, siyasal ve ekonomik bakımlardan belirsiz, ayırt edilemeyen kişiler kümesi olduğunu iddia etmektedir (Bilgili ve Akbulut, 2010: 13).

Televizyon: Televizyon kültürle ilgili günlük yaşamda popüler olanı, popüler yapılanı ve popüler yapılmak isteneni taşıyan, gösteren, sunan, değerlendiren, yücelten, özlüce popülerlik kimliği veren en popüler bir yönetsel iletişim aracıdır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 103-104).

İçerik Çözümlemesi: Mesajda bireyin görünmeden etkilenmesini sağlayan öğelerin belirlenmesi için yapılan ikinci bir okumadır. İçerik analizlerinin temel noktası, hepsinin çıkarım esasına dayanmasıdır. Tüm içerik analizi çalışmalarının

amacı mesajlarda betimlenen öğelerden hareket ederek bir yorum geliştirmektir (Bilgin, 2006: 1-2).

Göstergebilim: En genel ve bilinen tanımıyla göstergeleri ve gösterge dizgelerini inceleyen bilimdir. Gösterge ise, genel olarak bir başka şeyin yerini alabilecek nitelikte olduğundan kendi dışında bir şey gösteren her türlü nesne, varlık ya da olgudur (Vardar ve Güz, 1988: 111).

5.7. Çalışmanın Yöntemi

Toplum tarafından popüler olan reytingi yüksek dört dizi kasıtlı olarak seçilmiştir. Seçim sebepleri izlenilebilirlik amaçlarının yüksek olmasıdır. İzlenme oranlarının yüksek oluşu etki gücünün de yüksek oluşu anlamını taşımaktadır. Bu ilişki içerik analizi ve göstergebilim yöntemiyle çözümlenmeye çalışılmıştır. Göstergebilimsel kavramlardan düz anlam, yan anlam, metonomi/düzdeğişmece, metafor/eğretileme kullanılmıştır.

5.8. Bulgular

Her diziyi izlettiren farklı nedenler vardır. Kimi dizinin kurgusu güzelken, kimi dizinin konusu dikkat çeker, kimi komik sahneleriyle güldürürken, kimi dramayı çok ince işler. Bunların yanında diziler, giyilen kıyafetlerden ayakkabılara, takılan takılardan saç şekillerine, kullanılan telefonlardan zil seslerine kadar herkesin kendi hayatına almak istediği objelerle de farkındalık yaratmayı başarmaktadır. Popüler kültürü iyi şekilde yansıttığı düşünülen dizilerin aynı zamanda sevilerek izlenen diziler olduğu da söylenebilmektedir.

5.8.1. Çocuklar Duymasın

Çocuklar Duymasın, Türk aile komedi dizisidir. Dizide birbirine katlanamayan, ayrılığın eşiğinde yaşayan karı-koca ve onların evli kalmalarını zorunlu hale getiren iki çocuğundan oluşan bir ailenin birbirleri ve dostlarıyla olan ilişkileri anlatılmaktadır. Şimdilerde ise, Haluk emekli olmuş yeni bir ev almıştır. Emeklilikten sıkılan Haluk, Gönül ile birlikte bir pideci açmışlardır. Yeni komşuları ile arası da iyi değildir. Dizinin 160. bölümde tekrar sona ereceği açıklanmıştır (Özsoy, 2005: 180).

Çocuklar Duymasının dizisinin yapımcısı ve senaristi Birol Güven’le yapılan röportaj dizinin anlatımını özetler niteliktedir:

“Bir çift yaratayım ama bunların evli olmaları saçma olsun. Her konuda çatışsınlar. Yanlış bir evlilik olsun. Bunun için erkeği sola yazdım kadını sağa. Erkek siyah diyorsa kadın beyaz diyor gibi. İki hayali karakter yaptık sonra onu canlandırdık. Burada asıl önemli olan her konuda zıtlaşan iki insan olması. Ben yazarken Tom ve Jerry’ler bulmaya çalışıyorum. Tom ve Jerry olmadan diziyi yazamazsınız. Filmler gridir. Diziler siyah beyaz olmak zorunda Çünkü devamlılığı var. İyi bir şey yapabilirsiniz ama iyi bir şeyi devamlı yapmak gibi bir probleminiz oluyor. Ben kendi yazdıklarımda kadını modernizmin temsilcisi olarak direneni de erkek olarak yazdım. Böylelikle gerçeküstü, gerçekdışı bir süper kadınla gerçek erkeğin hikâyesi ortaya çıktı. Bu Türk ailesinde olan bir çatışma. Ben Türk ailesindeki bu geleneksel yapıyla modern yapı çatışmasının hiçbir zaman yok olmayacağına inanıyorum Türk ailesi Türkiye’de ki diğer kurumlar gibi değişimi ve değişime direnmeyi yaşıyor bence. Modernizme direniyor ama tam da direnme değil bu aslında. Türk insanın modernizmin nimetlerini de biliyor” (25 Ağustos 2003 tarihli röportaj) (Özsoy, 2005: 179).

5.8.1.1. Dizin Künyesi

Yapım: Mint Film Yapımcılık A.Ş.

Yapımcı: Birol Güven

Yönetmen: Bora Tekay

Senarist: Birol Güven

Yazarlar: Resul Ertaş, Caner Güler, Yaşar Arak

Müzik: Burcu Güven, Aydın Sarman

Genel Koordinatör: Cesur Taş

Ülke: Türkiye

Dil: Türkçe

Mekân: İstanbul

Sezon: 6

Gün: Çarşamba

Kanal: TGRT (2002)

ATV (2002-2003, 2010-2012)

STAR TV (2003-2005)

FOX TV (2013-2014).

Yayın Tarihi: 16 Ocak 2002 - 23 Temmuz 2014 (tr.wikipedia.org).

5.8.1.2. Dizideki Karakterler ve Bilgiler

Yayınlandığı sezonlarla efsane olduğu düşünülen dizi yeni yüzler ve hikâyelerle yeniden ekranlardadır. Yeni bir eve taşınan Haluk, Havuç ve Meltem'in hikâyelerine komşularının yanı sıra karakterlerin de katılmasıyla Çocuklar duymasın oyuncularını (www.fox.com.tr):

Haluk (Tamer Karadağlı): Geleneklerine bağlı, sert görünümünün altında yumuşak bir kalbi vardır. Herkese yardım edip, herkesin derdine koşmaktadır. Karısı Meltem ile her konuda çatışsa da sonunda hep sağ duyusuyla hareket etmektedir. Ailesinden sonra en büyük sevgisi Beşiktaş'tır. Yeniliklere pek sıcak bakmasa da mantıklı gelen şeyleri de reddetmemektedir. Eve geldiğinde çocuklarını evde görmek ve kumandaya sahip olmak onun en büyük zevkidir. Romantiklikten uzaktır. İçimizden biri tabirinin en çok uyacağı karakter olduğu söylenebilir.

Meltem (Pınar Altuğ Atacan): Duyarlı, mantıklı, ailesine bağlı, onları hep bir arada tutmaya çalışan Meltem, işinde olduğu kadar annelik yaşantısında da başarılıdır. Aile değerlerine, saygı ve sevgiye çok önem vermektedir. Haluk ile en büyük anlaşmazlıkları evlilik konusunda olmaktadır. Meltem, haluk'a göre daha romantik ve duygusaldır. Haluk'tan aynı hisleri bekleyen Meltem karşılık bulamadığında sinirlense de ne olursa olsun Haluk onun her şeyidir.

Havuç (Furkan Kızılay): Bir insan karakter olarak 7'sinde ne ise 70'inde de odur. 10-11 yaşlarında cep telefonu diye tutturarak Havuç, artık araba istemektedir. Herkes onu üniversiteye gidiyor bilirken o müzikle uğraşıyordur. Okuldan da atılmıştır. Haluk henüz Havuç'un okuldan atıldığını bilmemektedir.

Gönül (Zeyno Gönenç): Tam bir dominanttır, Halukla çatışması da bundan kaynaklanmaktadır. Evliliğindeki heyecan bitince kocası light Selami'den ayrılmıştır. Şimdi kendisini mutlu edecek heyecanlı bir ilişkinin peşindedir ama bunu yaparken de kimseyi üzmemektedir. Aynı zamanda oğlu Beton Orçun ile uğraşmaktadır ve oğlu onu çok yormaktadır.

Zero Tuna (Volkan Severcan): Light'tan daha light bir zero erkektir. Reklam ve marka yönetimi işinde çalışmaktadır. Ayrıca çok çeşitli projeleri vardır. Bu projelerin çoğu, erkeklerin kadınları mutlu etmesine yöneliktir. Çünkü Tuna, kadın ruhundan ve dilinden çok iyi anlamaktadır. İdeal bir eş gibi görünse de, Gönül'ü kendine âşık etmeyi başaramamıştır. Tuna'nın ev işlerinde başarılı olması, kadınlara her zaman nazik ve kibar davranması Haluk'u çileden çıkarmaktadır. Bu yüzden Tuna ve Haluk sürekli çatışma halindedir.

İdil (Emel Müftüoğlu): Haluk ve Meltem'in yeni aldığı evdeki yan komşuları, İdil Hanım, terapist ve evlilik danışmanıdır. Akıllı, sağduyulu ve modern bir kadındır. Neşeli, bütün problemlerin mantık çerçevesinde çözülebileceğine inanan iyimser bir kişiliktir. Terzi kendi söküğünü dikemez misali kızlarının üstündeki hâkimiyeti zayıftır. İdil, kocasıyla ilişkide baskın ve belirleyici taraftır.

Tansel (Cem Emüler): Tansel, gözde lokantaları dolaşıp, yemeklerini değerlendiren bir gurmedir. Bir gazetede "Lezzetlerin efendisi" takma ismiyle yemek kritikleri yazmaktadır. Takma isimle yazdığı bu yazılar, oldukça etkili olmakta, Lokantalar için olumlu ya da olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Modern, kentli bir insan olan Tansel, kendini üst sınıfta gördüğü için insanlara biraz tepeden bakmaktadır. Kendini beğenmiş, inatçı karakteri diğer insanlarla çatışmasına neden olmaktadır. Bu özellikleri daha halktan biri olan Halukla sürekli kavga etmelerine neden olacaktır.

Emine (Melek Şahin): Haluk beylere gündeliğe gelmektedir. Kocası Hüseyin'den de çok çekmektedir. Hüseyin ve Şükrü'nün ondan istediği iş kurma sermayelerini vermemesi, işleri batıracaklarını bilmesinden kaynaklanmaktadır. Saf görünür ama bazı konular üzerinde söyledikleri çok düşündürücüdür.

Çaycı Hüseyin (Alpaslan Özmol): Nam-ı Diğer çaycı Hüseyindir. Can yoldaşı Şükrü ile birlikte sürekli yeni bir iş sektörüne atılmaktadırlar. Asıl amaçları iddia'dan voli'yi vurmaktır. Takımları çok iyi tanıyıp tüm gün futbol analizi yapmaktadır. Serttir, delikanlıdır. "Çaylarrrrr" bağırışıyla yedi cihanda nam salmıştır. Kendine has konuşma tarzı vardır.

Şükrü (Şükrü Koruyucu): Saftır ve altın gibi bir kalbi vardır. Can yoldaşı Hüseyin ile birlikte köşeyi dönmenin peşindedirler. Yaptığı yorumlarla Hüseyin'i hasta etmektedir.

Seyyar Tayyar: Yıllardır seyyar satıcılık yapmaktadır. Kendi deyimiyle bu işe ruhunu vermiştir. Tüm seyyar ürünleri kendisi bulmuştur. Haşlanmış mısırdan tavuk pilava, midye dolmadan yoğurda kadar her şeyi bulduğunu iddia etmektedir. Hüseyin ile kanlı bıçaklı kavgalı ve Hüseyin'i hiç sevmemektedir.

Tablo-1: Çocuklar Duymasın Dizisinde Geçmişten Bugüne Oyuncu Kadrosu ve Karakterler

Oyuncular	Canlandırdıkları Roller	Canlandırdıkları Yıllar
Tamer Karadağlı	Haluk	2002-
Pınar Altuğ	Meltem	2002-
Ayşecan Tatari	Duygu	2002-2005
Hayal Kahraman Özalp	Duygu (ikinci)	2010-2012
Bengisu Özenel	Duygu (üçüncü)	2013-
Furkan Kızılay	Havuç Emre	2002-
Zeyno Günenç	Gönül	2002-
Özgür Ozan	Selami	2002-2005
Volkan Severcan	Tuna (Zero)	2010-

Ferdi Akarnur	Kemal	2002-
Ayşen Tekin	Müzeyyen	2002-2005
Anta Toros	Yeliz	2011-2012
Nejat Birecik	Psikolog Sinan	2002-2012
Süleyman Yağcıoğlu	Fısfıs İsmail	2002-
Vatan Şaşmaz	Engin	2002-2012
Meriç Acemi	Yasemin	2002-2012
Serkan Balbal	Tolga	2010-2012
Alpaslan Özmol	Hüseyin	2002-
Melek Şahin	Emine	2002-
Demet Tuncer	Mary	2002-2005
Altan Günbay	Mustafa	2002-2011
Halit Bal	Hakan	2003-2004

<u>Şükrü Koruyucu</u>	Şükrü	2002-
<u>Nilgün Karababa</u>	Gül	2002
<u>Fatma Karanfil</u>	Necle	2002-2012
<u>Alp Eren Khamis</u>	Orçun	2013-
<u>Zeynep Tokuş</u>	Meltem (ikincisi)	2004
<u>Gülnihal Demir</u>	Megastar Gülfidan	2010-2012
<u>Öykü Güven</u>	Merve	2010-2012
<u>Ceyhun Fersoy</u>	Berke	2010-
<u>Ali Barışık</u>	Basri	2010-2012
<u>Burcu Esmersoy</u>	Aylin	2012
<u>Osman Gidişoğlu</u>	Menderes	2011-2012
<u>Bengü Şen</u>	Nurten	2011-2012
<u>Müfit Can Saçntı</u>	Mustafa Ali	2011-2012

Emin Gümüşkaya	Seyyar Tayyar	2010-
Sinem Güven	Hatice	2012-
Cem Emüler	Tansel	2013-
Emel Müftüoğlu	İdil	2013-
Ahsen Mutlu	Melis	2013-
Aydan Koptur	Ece	2013-

Kaynak: (tr.wikipedia.org).

5.8.1.3. Dizinin Tarihçesi ve Konusu

İlk bölümü Ocak 2002’de TGRT’de yayınlanan dizi 13 bölümün ardından 16 Nisan 2002’de ATV’ye geçmiştir. 2. sezon ATV’de yayınlandıktan sonra 3. sezonu Eylül 2003’te Star Tv’de yayınlanmıştır. Başrol oyuncularından Pınar Altuğ, ve Tamer Karadağlı’nın özel hayatlarından dolayı diziden ayrılmaları sonucunda dizinin 4. sezonu “Çocuklar Ne Olacak” adıyla yayınlanıp dizi Mayıs 2005’te sona ermiştir. 2009’da Fox’ta yeniden başlaması planlanlanmış fakat ekonomik kriz nedeniyle dizi bir süreliğine ertelenmiştir. Ardından 5 Ağustos 2010’da 5. sezonuyla yeniden Atv’de yayınlanmaya başlamış yeni bölümleri çekilmeye başlanmıştır. 2013 Eylül ayında Fox Tv ekranlarında 3. Defa yeniden başlamıştır (tr.wikipedia.org).

Tablo-2: Çocuklar Duymasın Dizisinin Yayın Tarihleri ve Kanalları

Sezon	Sezon Başlangıcı	Sezon Finali	Çekilen Bölüm Sayısı	Bölüm Aralığı	TV Sezonu	TV Kanalı
1. Sezon	16 Ocak 2002	1 Haziran 2003	50	1-50	2002-2003	TGRT - atv
2. Sezon	10 Eylül 2003	2 Haziran 2004	49	51-99	2003-2004	Star TV
3. Sezon *	15 Eylül 2004	3 Haziran 2005	27	100-126	2004-2005 (1.Final)	Star TV
4. Sezon	5 Ağustos 2010	27 Temmuz 2011	66	127-192	2010-2011	atv
5. Sezon	14 Eylül 2011	18 Temmuz 2012	41	193-233	2011-2012 (2.Final)	atv
6. Sezon	2 Eylül 2013	23 Temmuz 2014	160	234-424	2013-2014 (3. Final)	FOX

Kaynak: (tr.wikipedia.org).

Çocuklar Duymasın dizisinin ana öyküsü, başlıca tipler olan Meltem ve Haluk arasındaki ilişkiye dayandırılmıştır. Haluk'un Meltem üzerinde gelenekten kalan bir ataerkillikle hakimiyet kurmaya çalışması, Meltem'in modern kadın

görüntüsündeki durumu sürekli bir tartışmaya ve yeni olayların doğmasına yol açmaktadır. Bu tartışmalar her iki tarafın da “susmasıyla” bazen çözümlense de çoğu zaman çözülmeyen bir gülünç-gerilim ögesi olarak metnin bütünlüğünün kurulmasına katkıda bulunmaktadır. Dizide farklı tipler de yer almakta, bu tipler hikayenin örgüsü içinde ana mesaja katkı sunmaktadır (Geçer, 2013: 119).

Çocuklar Duymasın adlı durum komedisinden anlatı, tiplendirmelere dayanan karakterlerin, komik olan durumlarının neden olduğu çatışmalar üzerinden ilerlemektedir. Karakterler gerçek hayattan öykünerek var olmuşlardır. Dizide yinelenen komik durumlar, bir süre sonra doğallaşarak dizinin ve karakterin bir gereği haline gelmiştir, bu da karakterlere bağlı aynı komik durumların yeniden ortaya çıkmasına neden olmuştur (Özsoy, 2005: 180).

Tiplerle oluşturulan ilişkilerde “erkeğin kadın üzerinde kurmak istediği iktidarı zaman zaman tersine çevirmekte, güldürü bu kez erkek üzerinde “şiddet” kullanan kadın davranışları dolayısıyla kurulmaktadır. Çocuklar Duymasın dizisinde en belirgin olarak göze çarpan husus; klasik kadın rolleri de içermesine rağmen, kadının geleneksel “ataerkil” yapıya ve geleneğe ait anlayışa modern bir isyan geliştirmesi ve gelenekten beslenen “maço” erkek tiplendirmesinin hicvedilmesidir (Geçer, 2013: 121). Genellikle baba otoritesinin yürütülmeye çalışmasının yol açtığı komik durumlar ile kadın-erkek ilişkilerinde kadının bu ilişkiyi değiştirme çabalarına dikkat çekilmektedir. İş hayatında yer alan Meltem ile eşi Haluk’un ilişkilerinde kadın genellikle bu ilişkiyi değiştirmeye çalışmakta ve bu durum sonucunda tipler karikatürize edilmektedir. Daha kibar, duygusal, hassas bir karakter olarak sunulan Meltem karakterinin tersine Haluk, kaba, sert, anlayışsız bir tip olarak sunulmaktadır (Gürsoy, 2012: 278).

Kadın bu dizide özgür bir görünüm sergilemekte, gerektiğinde kocasına karşı çıkabilmekte ve bağımsız davranabilmektedir. Meltem dizide bir bakıma hoşgörünün, sorunlara başarılı çözümler üretmenin, dürüstlüğün ve modern kadının başarısının temsili olmuştur. Modern olmanın gerektirdiği tüm sıfatları kendisinde barındırmaktadır ve aslında modern bir kadının hem iş yerinde çok başarılı olabileceği hem de iyi bir anne olabileceği mesajı vermektedir. “Anne de olurum, kariyer de yaparım” düşüncesinin somutlaşmasıdır ve kadın izleyicilere bu ileti aktarılacak istenmektedir (Geçer, 2013: 121-122).

5.8.2. Seksenler

Seksenler dizisi TRT 1 kanalında 24 Ocak 2012'den itibaren yayınlanan televizyon dizisidir. Romantik ve dönem komedisi olan Seksenler, her yaşa hitap eden, sevilen ve izlenen bir dizi olarak Salı günleri yayınlanmaktadır.

Seksenler dizisinin yapımcısı Birol Güvenle 20.07.2012 tarihinde yapılan bir röportajda, seksenler dizisini yapma fikrinin nasıl oluştuğu anlatılmıştır. Birol Güven'in ağzından Seksenler: "Benim yaşındakilerin o yıllara duyduğu özlemin moda olmasıyla oluştu. Biz de Çocuklar Duymasın'da bir seksenler partisi yaptık. Baktık mekânlarda seksenlerle ilgili müzikler, yılbaşında yapılan seksenler partileri, insanların eskiye dair ürünler çıkarmaları başladı son yıllarda, sonra burada arkadaşlar arasında bir baktık ki hep eski şarkılar dinliyoruz kendimiz için bir şeyler yapalım dedik. Bu kadar izleneceğini de hiç tahmin etmedik. Seksenler dizisi, bizim yaptığımız işlerin aynısının belli bir dönemi. Nasıl ki bugün Çocuklar Duymasın gibi bir diziyle 2012'deki gündelik aile hayatını anlatıyorsak, Seksenlerde'de 1980'deki gündelik hayatı anlatıyoruz. Bizim yaptığımız bir tür belgeseldir aslında, küçük detaylar belgeseli hatta önemsiz şeyler belgeselidir" (www.sabah.com.tr).

5.8.2.1. Dizinin Künyesi

Yapım Şirketi: Mint Prodüksiyon

Yapımcı: Birol Güven

Yönetmen: Müfit Can Saçıntı

Senaryo: Murat Aras

Genel Koordinatör: Cesur Taş

Müzik: Aydın Sarman, Burcu Güven

Açılış Müziği: Burcu Güven-Geçmişin Kanatları

Ülke: Türkiye

Mekân: İstanbul

Dil: Türkçe

Sezon: 3

Gün: Salı

Kanal: TRT 1

Yayın Tarihi: 24 Ocak 2012 – Günümüz (seksenler.tv; tr.wikipedia.org)

5.8.2.2. Dizideki Karakterler ve Kısa Bilgiler

Çekirdek Aile (seksenler.tv):

Fehmi (Rasim Öztekin): Yetmiş yaş civarı bir büyükbabadır. Rukiye'nin eşi, Ahmet, Nazlı ve Çağatay'ın babalarıdır. Kırkların ikinci yarısında doğmuş olması sebebiyle, tam da geleneksel-modern kıskacında takılıp kalmıştır. Bir yandan karısı Rukiye ve çocuklarıyla ilişkisini kendi anne-babasından gördüğü gibi sürdürmeye çalışırken bir yandan da 2000'li yıllar silindir gibi geçmiştir üzerinden. En sevdiği şey uzun yıllardır biriktirdiği (sonraları cd'ye çektirdiği) müzik arşivini etrafına topladığı eş, çocuk ve torunlarına dinletmektir. Diğer yandan asla “yaş yetmiş iş bitmiş” tipli bir adam da değildir.

Rukiye (Özlem Türkad): Altmışlı yaşların sonunda bir büyükannedir. Her geleneksel Türk annesi gibi çocukları ve kocası arasında doğal bir paravan görevi görmektedir. Oğlan rakı içerken de, kız mini etek giyerken de Fehmi bunları bilmiş, ama Rukiye sayesinde “ne görmüş, ne duymuştur.” Dünyada önce torunlarını, sonra çocuklarını, ama hepsinden çok ve gizli de yârini sevmektedir. Çağatay'ın bir yumurtlaması olan “baba ocağının satışı” konusu ortaya çıktığı andan itibaren her zamanki gibi orta yolcudur; “çocukların da eli rahatlasın, ama baba evimiz de dağılmasın.” Düşüncesindedir.

Ahmet (Şoray Uzun): Evin 50 yaşındaki büyük oğludur. Bir yandan hayatın harala gürelesi içinde kendi ayakta durmaya çalışıp çocukları Aslı ve Mert'e de gelecek sağlamak, ama bir yandan da her şeyden aziz bildiği baba ocağını gözetip kollamak zorundadır. Nasıl ki Rukiye bir ömür boyu kocası ve çocukları arasında bir köprü görevi yaptıysa Ahmet de artık annesiyle işbirliği yapmak ve alavere dalavere meraklısı kardeşi Çağatay ve eşi Seçil'e karşı anne ve babasını korumak durumundadır.

Nazlı (Yasemin Çonka): Evin ortanca kızıdır. Ne Ahmet kadar sağlam ayakta durabilen ama ne de Çağatay kadar kumpas peşinde koşan, kendi halinde bir kadındır. Zamanında rüzgârına kapılıp gittiği oyuncu adayı Dümbüllü Niyazi'den ayrıldıktan sonra oğlu Alican'la birlikte ayakta durma savaşı vermektedir. Bir yandan her kadın gibi anne ve babasını kimseye değişmez ama bir yandan da hayata karşı

direnebilmek için kardeşi Çağatay'ın alavere dalaveresine de tamamen kapalı kalamamaktadır.

Çağatay (İlker Ayrık): Dizinin “iyi-kötü adamı.” İyidir çünkü kimseye karşı art niyetli ve düşmanca duygular beslemez, ama bir yandan kötüdür; çünkü yetişmiş olduğu 80’li yıllar Türkiye’de ekonomik, toplumsal tüm kuralların değiştiği ve tepetaklak olduğu bir dönem olmuştur. Bu dönemden Çağatay’a kalan tek kural ise “başarıya ulaşmak için her yol mubahtır.”

Şahin (Ceyhun Fersoy): Rukiye’nin abisinin çocuğudur. Almanya’dan gelmiştir. Dövizli askerlik için geldiği Türkiye’de yaşamaktadır. Türkçesi gariptir ve sürekli “pöf” der. Türkiye’nin 80’li yıllarına şahit olmuştur. Elvan’a âşıktır. 2013 gösteriminde Elvan ile evli olduğu görülmektedir. Bu yüzden de Elvan’ın babası Sami, ondan nefret etmektedir.

Geniş Aile (tr.wikipedia.org):

Güliden (Ayşe Tolga): 2012 gösteriminde Ahmet’le evli ve iki çocuğu vardır.

Seçil (Pelin Akil): 2012 gösteriminde Çağatay ile evlidir. Seçil solcu bir insandır.

Niyazi (Vural Çelik): 2012 gösteriminde Nazlı ile yeni boşanmıştır.

Necla (Gülseren Gürtunca): Güliden’in annesidir, sosyetiktir. Ahmet’i ve annesini sevmemektedir.

Muzaffer (Yalçın Özden): Güliden’in babasıdır. Gemilerde kaptanlık yapmaktadır.

5.8.2.3. Dizinin Tarihçesi ve Konusu

Seksenler dizisi 24 Ocak Salı akşamı saat 19.50’de TRT1’de başlamıştır. Seksenler dizisi Türkiye’nin 1980’lerin başından günümüze değin geçen 32 yıllık geçmişinin ve değişimin hikâyesidir. O yılların, klasik bir Türk ailesi üzerindeki etkilerini göstermeyi hedefleyen eğlenceli bir dönem Sitcom’u olan dizide sosyal hayattaki değişimin, hayatımıza giren yeniliklerin bizleri de nasıl etkilediğini gözler önüne sermektedir. Seksenler dizisi bize kaybettiğimiz insani değerleri yeni nesillere tekrar kazandırmak amacıyla geçmişe yapılmış eğlenceli niteliğindedir. Seksenler

dizisi o yılları yaşamış olanlar kadar yaşamamış olan gençlerin ve çocukların da ilgisini çekmektedir. Bir çocuk sobayı, merdaneli makineyi, pul yapıştırıp yollanan mektupları, anket defterlerini, siyah önlükleri, sokaklarda koşturarak sürülen telli arabaları, misket dolu torbaları ilk defa bu dizide görmektedir (seksenler.tv).

Dizi için yapılan dekorun, kullanılacak kostüm ve aksesuarların tam olarak seksenleri yansıtmaları için uzun ve titiz çalışmalar yapılmıştır. Okunulan gazetelerden, odun yakarak su ısıtılan banyo kazanına, giyilen şetland kazaklardan çaya giderken bigudilerle şekillendirilen saçlara, duvarlara yazılan siyasi yazılardan, kızaklı teybi sökülerek kapının önüne park edilen Murat 131' e kadar dönemin ruhunu yansıtan her ayrıntı tek tek düşünülmüştür. Dönem dizilerinde restore edilerek kullanılan eski sokaklar daha önce görülmüştür ama bu dizi için Türkiye'de ilk defa gerçeğinden ayırt edilemeyecek özel bir sokak dekoru yapılmıştır. Seksenler dizisi aslında o yıllarda genç bir aile olan Özdemir ailesinin hüznü ve eğlenceli bir hikayesidir (seksenler.tv).

Sezon Tarihleri:

- 1. Sezon (2012) TRT 1
- 2. Sezon (2012-2013) TRT 1
- 3. Sezon (2013-2014) TRT 1
- 4. Sezon (2014-2015) TRT 1

Tablo-3: Seksenler Dizisinin Yayın Takvimi

Sezon	Gösterim günü ve saati	Sezon başlangıcı	Sezon finali	Çekilen bölüm sayısı	Bölüm aralığı	TV sezonu	TV kanalı
1. Sezon	Salı 19.50	24 Ocak 2012	5 Haziran 2012	20	1-20	2012	TRT 1

2. Sezon	Salı 19.50	24 Temmuz 2012	25 Haziran 2013	49	21-69	2012-2013	TRT 1
3. Sezon	Salı 19.50	3 Eylül 2013	10 Haziran 2014	42	70-111	2013-2014	TRT 1
4. Sezon	Hafta İçi Her Gün 21.20 (<i>Ramazan'a özel olarak</i>)	14 Temmuz 2014	-	-	112-	2014-2015	TRT 1

Kaynak: (tr.wikipedia.org).

5.8.3. Küçük Ağa

Küçük ağa, yapımcılığını Türker İnanoğlu'nun yaptığı, 28 Ocak 2014'de Kanal D'de yayın hayatına başlayan aile ve komedi dizisidir. Konusuyla, oyuncularıyla, kurgusunun sıcaklığıyla her yaştan kesimin izlediği ve reyting oranlarına bakıldığında her hafta bayrağı elinde tutmayı başaran bir dizidir.

5.8.3.1. Dizinin Künyesi

Yapım Şirketi: Erler Film

Yapımcı: Türker İnanoğlu

Senarist: Ahmet Yurdakul, Sinan Yurdakul, OzanYurdakul

Yönetmen: Aysun Akyüz, Erol Özlevi

Besteci: Aria

Ülke: Türkiye

Dili: Türkçe

Mekân: İstanbul

Kanal: Kanal D

Gün: Salı

Sezon Sayısı: 1

Yayın Tarihi: 28 Ocak 2014 – Günümüz (tr.wikipedia.org).

5.8.3.2. Dizideki Karakterler ve Kısa Bilgiler

Küçük Ağa, Kanal D'nin başrollerini Birce Akalay, Sarp Levendoğlu, Zeki Alasya, Emir Berke Zincidi ve Ruhsar Öcal'ın paylaştığı bir aile-komedi dizisidir. Başrollerle birlikte diğer oyuncuların da diziyi severek izlettiği söylenebilmektedir. Oyunculara bakıldığında (www.beyazgazete.com; www.kanald.com.tr):

Sinem (Birce Akalay): 28-30 yaşlarında olan Sinem Ali'nin eşi, Mehmet'in annesidir. Tıp okumuş olan akıllı ve güzel bir kadındır. Son bir yıldır Ali ile Sinem'in evliliğinde sorunlar yaşanmaktadır. Karı-koca, ayrılma noktasına gelmişlerdir. Sinem, oğlu Mehmet Can ile birlikte evinde kalmaktadır. Yoğun bir iş hayatı vardır ve oğlunun yaramazlıkları da onu canından bezdirmektedir.

Ali (Sarp Levendoğlu): 30 yaşlarında olan Ali, Mehmet Ağa ve Esra Hanım'ın tek evladıdır. Babası ona at binmeyi, silah kullanmayı, ava çıkmayı, dövüş sanatlarını öğretmeye çalıştıkça, Ali bunlardan hep uzak durmuş, hiçbirini çekmemiştir. Feodal sistemi, kapitalizmi reddetmektedir.

Dolayısıyla, asla o topraklarda doğmamış olması ve bir aşiretin tek varisi konumunda bulunmaması gerekmektedir. Ali üniversiteyi okumak için İstanbul'a gitmiştir Bu arada Sinem ile tanışıp, ona âşık olup evlenmeye karar vermişlerdir. Ancak Mehmet Ağa oğlunu reddetmiştir.

Mehmet Ağa (Zeki Alasya): Aşiret reisidir. 70 yaşında kaya gibi sert, çınar ağacı gibi dik bir adamdır. Geleneklerine topraklarına bağlı, inandıkları uğruna taviz vermeyen mücadeleci bir adamdır. Tek oğlu Ali'yi üzerine titreyerek büyütmüş, onun da tıpkı kendisi gibi bu topraklara, bu toprakların insanlarına en mükemmel

şekilde Ağalık etmesini dilemiştir ama Ali yetişkin olduğunda, ne yazık ki Mehmet Ağa'nın bu hayallerinin hiçbirini yerine getirememiş ve kendisine bambaşka bir hayat seçmiştir.

Mehmetcan (Emir Berke Zincidi): Hikayenin baş kahramanlarındandır. Ali ve Sinem'in oğlu olan Mehmetcan çok zeki bir çocuktur. Babasının tam aksine dışa dönük, hareketli, haylaz, hem futboldan hem dövüş sporlarından hoşlanan acayip enerjik bir çocuktur. Aynı dedesi gibidir aslında ve sonunda dedesine kavuşmuştur. Dedesi ona silah kullanmasını, ata binmesini, ava çıkmasını öğretecek ve çocuk bu alanlarda ustalık gösterecektir.

Nur (Ruhsar Öcal): Sinem'in annesidir. 60 yaşında olan Nur kibarlık budalası bir kadındır. Kendi sınıfından olmayan insanları küçümseyip, Ali ve ailesini hor görmektedir.

Maho (Hakan Bilgin): 40 yaşındadır ve Mehmet Ağa'nın kâhyasıdır.

Yeşim (Banu Zorlu): Ali'nin çalıştığı reklam ajansının sahibidir. Ali'ye kafayı takmış durumdadır. Takıntılı bir kadın bir nevi öldüren cazibedir.

Esmâ (Nazan Diper): 60 yaşında olan Esmâ, Mehmet Ağanın karısı, Ali'nin de annesidir. Tam bir hanım ağadır. Herkese sözü geçmektedir. Kocasının ve Ali'nin üzerine titremektedir.

Adnan (Şükrü Türen): 60 yaşında olan Adnan, Sinem'in babasıdır. Eski İstanbul beyefendisidir. Kibardır, görgülüdür, titiz ve aksidir. Damadını kızına yakıştırmamaktadır.

Burhan Dede (Kayhan Yıldızoğlu): 85 yaşında olan Burhan, Sinem'in dedesidir. O da soylu köklü bir İstanbul beyefendisidir. Yaşının getirdiği bir bunama sorunu vardır. İyi kalpli ve düşünceli bir adamdır.

Tablo-4: Küçük Ağa Dizisindeki Tüm Karakterler ve Roller

Oyuncu	Rol	Oynadığı Bölümler
<u>Birce Akalay</u>	Sinem Sipahi Acar	1-
<u>Sarp Levendoğlu</u>	Ali Acar	1-
<u>Emir Berke Zincidi</u>	Mehmet Can Acar	1-
<u>Zeki Alasya</u>	Mehmet Ağa	1
<u>Ruhsar Öcal</u>	Nur Hanım	1-
<u>Hakan Bilgin</u>	Maho	1-
<u>Nazan Dıper</u>	Esmâ	1-
<u>Şükrü Türen</u>	Adnan	1-
<u>Kayhan Yıldızoğlu</u>	Burhan Dede	1-
<u>Banu Zorlu</u>	Yeşim	1-

Cansın Özyosun	Arzu	1-
Faik Ergin	Yusuf	1-
Ozan Çobanoğlu	Bülent	1-
Sinem Ergin	Deli Huriye	1-
Remzi Evren	Ruşen	1-
Halil Doğan	Nusret Komiser	1-
Yunus Çakıroğlu	Kapıcı Ramazan Efendi	1-
Hilmi Özçelik	Yönetici Mahmut	1-
Nesrin Cavadzade	Başak	8-23

Kaynak: (tr.wikipedia.org)

5.8.3.3. Dizinin Tarihçesi ve Konusu

Küçük Ağa'nın genel hikâyesinde, İstanbul'un görmüş, geçirmiş varlıklı ailesinin kızı Sinem ve Urfalı zengin bir ağanın oğlu Ali, 10 senelik evliliklerini bir anda bitirme kararı almışlardır. Sinem, özel bir hastanede nörolog uzman doktor olarak çalışmaktadır. Güzel, zeki ve etrafında kendisinin fark etmediği bir ilgiye sahiptir. Ali yakışıklı, prezantabl, zeki ve bir reklam ajansının mihenk taşıdır. Çok önemli projelere imza atmıştır (www.beyazgazete.com).

Anne ve babasının boşanma kararından çok etkilenen ve her türlü yaramazlığı yapma potansiyelinin yüksek olduğu 6 yaşındaki Mehmet Can anne ve babasının ayrılmaması için elinden geleni yapmaktadır. Evde, okulda ve mahallede onca yaramazlık anne ve babasını tekrar bir araya getirmek için çare olmamıştır. Bu evlilikten pek de hoşlanmayan, ayrı kültürlerle ait aile büyüklerini işin içine karıştırmaktadır (www.netd.com).

Küçük Ağa temelde, etrafındaki olumsuzlukları çocuk aklı ile çözmeye çalışan, günümüzde yaşanan aile ve çevre yaşantımızdaki değerlerin, ne denli önemli olduğuna değinmeye çalışarak, izleyiciye de kıssadan hisse sağlayan bir öykünün kahramanıdır (www.beyazgazete.com).

Tablo-5: Küçük Ağa Dizisinin Yayın Takvimi

Sezon	Gün/Saat	Sezon Başı	Sezon Sonu	Bölüm Aralığı	Çekilen Bölüm Sayısı	Yıl	Kanal
1. Sezon	Salı 20.00	28 Ocak 2014	1 Temmuz 2014	1-23	23	2014	Kanal D
2. Sezon	-	Eylül 2014	Haziran 2015	24-	-	2014-2015	Kanal D

Kaynak: (tr.wikipedia.org).

Küçük Ağa dizisinin gerçekçi oynandığının bir kanıtı da başrol oyuncularının – Birce Atalay, Sarp Levendoğlu- sezon finalinde evlendikleri gibi, gerçek hayatta da 2014 ağustos ayında evlenmiş olmalarıdır. Ayrıca anne, baba ve çocuk olarak algıda reklamlarında da oynanması tam bir aile ortamının izleyiciye yansımasıdır. Bu yüzden reklam şirketlerinin de, Küçük Ağa dizisi ve oyuncuları dikkatlerini çekmektedir.

5.8.4. MedCezir

Medcezir sosyal medyada, en çok konuşulan dizidir. Küçüğünden büyüğüne dizinin çok geniş bir hedef kitlesi vardır. Reyting oranlarına bakıldığında izlenirlik oranının yüksek olduğu görülmektedir. Hem dizinin konusu, hem oyuncularının başarısı hem de kullanılan objelerinin dikkat çekiciliği dizinin izlenme sebeplerinden sadece birkaçıdır. Dizide, çalan jenerik müziği bile hemen hemen herkesin telefonundadır. Dizi, renkli bir popüleriteye sahiptir. Özellikle başrol oyuncularının - Çağatay Ulusoy ve Serenay Sarıkaya- sevilen kişiler olması, diziye ayrı bir izlenirlik katmaktadır. Ece Yörenç'in yarattığı Medcezir dünyasında herkes kendinden bir şeyler bulmaktadır. Aşk, gerilim, gençlik arzuları, fantezi dünyasına çıkarılan yolculuk vb. gibi birçok sebep sayılabilir. Oyuncuların da içtenlikle oynadığı sahnelerle dizinin başarısı günden güne artmaktadır. Aynı zamanda seçilen oyuncuların oynadığı karakterler tiplere çok uygun seçilmiştir. Bu da rollerin hiçbir yapmacıklık olmadan, en doğal hallerle oynanmasına sebep olmaktadır. Ve böylece her bir karakter tanıdığımız birileri gibidir ve günümüzde bir popüler kültür ürünü olan televizyon dizilerinin belki de en popüler dizisidir.

5.8.4.1. Dizinin Künyesi

Medcezir gençlik/drama türünde bir televizyon dizisidir. İlk bölüm 13 Eylül 2013 tarihinde yayınlanmıştır. Medcezir, Amerikan yapımı The O.C. dizisinden uyarlanmıştır (tr.wikipedia.org):

Yapım Şirketi: Ay yapım

Yapımcı: Kerem Çatay

Senarist: Ece Yörenç

Yönetmen: Ali Bilgin

Besteci: Toygar Işık

Ülke: Türkiye

Mekân: İstanbul, Bursa

Dil: Türkçe

Kanal: Star Tv

Sezon: 1

Gün: Cuma

Yayın Tarihi: 13 Eylül 2013 – Günümüz

5.8.4.2. Dizideki Karakterler ve Kısa Bilgiler

Dizideki ana karakterleri, Yaman karakteriyle Çağatay Ulusoy, Mira karakteriyle Serenay Sarıkaya canlandırmaktadır (medcezir.startv.com.tr):

Yaman Koper (Çağatay Ulusoy): Çocukluğu dramlarla, travmalarla dolu geçmiştir. Küçük yaşta terk eden babasını bir daha hiç görmemiştir. Hayattaki tek rol modeli ağabeyi Kenandır. Ama Kenan, Yaman’a farklı görünmeye çalışsa da başı boş gezen biridir. Çok küçük yaşlardan itibaren hem çalışıp, hem okuyan Yaman, ağabeyi Kenan’ın bir gün kontrolü kaybetmesi yüzünden hapse girme tehlikesiyle karşı karşıya kalmış ve Avukat Selim Serez ile tanışmıştır. Yaman’ın hayatı Serez ailesiyle tanıştığı gün değişmiştir. Ama geçmişindeki sırlar, eski mahallesi ve ağabeyi Yaman hayatındaki kâbusları olmaya devam etmektedir.

Mira Beylice (Serenay Sarıkaya): Mira, Faruk ve Sude çiftinin büyük kızıdır. Zengin, güzel ve cemiyet hayatının en renkli kızıdır. Önemli bir iş adamı olan, Mithat Civanoğlu’nun oğlu Orkun ile flört etmektedir. Herkes günün birinde evleneceklerini düşünmektedir. Ama Mira büyük, derin bir aşk yaşamayı hayal etmektedir. Sude’ye kalsa parmağına yüzüğü takıp biran önce kendini garantiye almalıdır. Yaman’ı ilk gördüğü an, bu adamın farklı olduğunu hissetmiştir. Zaman içinde Yaman, Mira’nın hayatındaki en önemli kişi olacaktır. Yaman, Mira’nın tam anlamıyla ezberini bozacaktır.

Av. Selim Serez (Barış Falay): Selim Serez, yoksul bir aileden gelip çalışkanlığı ve azmiyle hayatı değişmiş, başarılı bir avukattır. Karısı Ender ile üniversitede başlayan aşkları, oğulları Mert’in doğumuyla perçinleşmiştir. Karısına deli gibi âşık bir

adamdır. Ender yüzünden katlanmak zorunda olduğu zengin değerlerinden hoşlanmayan Av. Selim Serez mert, dürüst bir adamdır. Kendi gençliğini gördüğü Yaman’da çok hassastır. Yaman’ın, Serezler’in oğlu Mert ile kurduğu diyalogla da, ailedeki yeri sağlamlaşmıştır.

Ender Serez (Mine Tugay): Ünlü iş adamı Asım Şekip Kaya’nın (yaygın söylenimiyle bay Aşk’ın) kızı, başarılı bir mimardır. Üniversitedeyken, Selim’e âşık olur, bugüne kadar tek gücü para zanneden Ender, Selim’in “fakir karizmasından” bir hayli etkilenmiştir. Tanışmalarından kısa bir süre sonra babasına rağmen evlenmiştir. Oğlu Mert’in (yani veliahtın) hemen doğumundan sonra da Baba Asım Şekip Kaya, bozguna uğramış ve kızıyla barışmak için damadı Selim’e katlanmak zorunda kalmıştır. Selim ile aralarında süren soğuk savaş, Yaman’ın hayatlarına girmesiyle bir hayli ısınacaktır.

Eylül Buluter (Hazar Ergüçlü): Eylül, Mira ile aynı “akvaryum” a gözlerini açmış, yaşadığı çevreden başka hiçbir şeyle çok da fazla ilgilenmeyen, ailesinin imkânlarından keyfince faydalanan hayat dolu bir kızdır. Mira’nın yakın arkadaşıdır. Küçük yaşta annesini kaybetmenin acısını hep yaşamaktadır. Mert’in ise çocukluktan beri platonik aşkı olduğunu bilmemektedir. İlerleyen bölümlerde ise Mert ile güzel bir ilişkide bulunacaktır.

Mert Serez (Taner Ölmez): Serez ailesinin tek oğlu olan Mert, varlık içinde büyümüştür. Süper zeki bir çocuktur ama içine kapanıktır. Yaşıtları tarafından biraz tuhaf bulunsa da bunu takmayıp çizgi romanlarında çizdiği kahramanlarla arkadaş olmaktadır. Yaman’ın eve gelişiyle, kendisi gibi herkesten farklı olan gerçek kahramanını bulmuştur. Mert yaman sayesinde büyüyecek hatta çocukluk aşkı Eylül’le yakınlaşacaktır.

Sude Beylice (Şebnem Dönmez): Çok güzel, bakımlı, şık bir kadındır. Zengin bir adamla evlenip sınıf atlama hayallerini Faruk’la tesadüfen tanıştıkları gün, gerçekleştireceğini anlamıştır. Entrikalarla doludur. Paraya ve güce ise tapmaktadır. Küçük kızı Beren kendisinin tam bir modelidir ama Mirada bunu başaramamıştır. Yaman’ın yan evde yaşamasıyla en büyük düşmanı Yaman olacaktır.

Faruk Beylice (Murat Aygen): Yatırım danışmanı olan Faruk, Sude'nin eşidir. Başkalarının paralarını borsada değerlendirmektedir. Hayatında ilk kez okul yıllarında Ender'e âşık olmuş, bir süre flört etmişlerdir. Ender'in Selim Serez'le yaptığı sürpriz evlilik ise onu bir hayli sarsmıştır. Dağınık günlerinde karşısına çıkmış, hem güzel olduğundan dolayı hem de Ender'i cezalandırmak amacıyla onunla evlenmiştir. Zaman içinde Enderlerle yan yana sürdürdükleri hayatlarında, gözü ve aklı hep yan evde olmuştur. İleride Sude ile boşanıp Ender'in kardeşiyle birlikte olacağından habersizdir.

Asım Şekip Kaya - Bay AŞK (Can Gürzap): 60'lı yaşlarında tanınmış bir iş adamıdır. Çok güçlü ve zarif bir adamdır. Yenilgiyi sevmeyip kadınlara da zaafı vardır. Özellikle genç ve güzel olanlara. Cemiyet hayatının saygın ve hayatı çok merak edilen isimlerindendir. Sahip olduğu düzene hırsla bağlıdır. Yaman'ı ailesine karşı büyük tehlike olarak görmektedir. İleride hayatını ona borçlu olacağından ise habersizdir.

5.8.4.3. Dizinin Konusu

Amerikan yapımı The O.C'den uyarlanan dizi, modern bir hayatı izleyicilere göstermeyi amaçlamıştır. Romantik, heyecanlı, mizah yüklü ve özenilen bir hayatı yansıması dolayısıyla oldukça dikkat çekmektedir. Yaman karakterini canlandıran Çağatay Ulusoy ve Mira karakteriyle Serenay Sarıkaya dizide yaşadıkları aşkları, zengin fakir çıkmazlarıyla adeta hayatın içinden birileri gibidir. Güç savaşları, akıl oyunları, şiddetli aşklar ve kavgalar, dostluklar ve sahte yüzler hepsi bu dizide mevcuttur. Zengiz kız, fakir oğlan aşkı ve bu aşktaki gelgitler dizinin ana temasını oluşturmaktadır. Dizinin ana karakteri Yaman Kopel, fakir bir hayat sürmüş, küçük yaşta babası tarafından terkedilmiş, annesi, örnek aldığı abisi –Kenan- ve üvey babasıyla bir hayat sürmektedir. Ta ki abisinin bir gün çaldığı arabayla yaptığı kazada, o sırada yanında olan Yaman'ın o kazadan sonra Av. Selim Serez'le karşılaşacağı ana kadar. Ondan sonra abisi hapse girmiş kendisi ise Selim Serez'in koruması altına girmiştir. Selim Serez bu çocukta dürüstlüğü, masumluluğu, gücü bir nevi kendini görmüştür. Karısı Ender Serez zorla da olsa Yaman'ı evine almayı kabul etmiştir. Selim ve Ender Serez'in oğulları olan Mert ile yakın olan ilişkisinden

dolayı Yaman ailenin bir ferdi olmuştur. Yan evde oturan Beylice'ler ile tanışınca ise hayatı tamamen başka bir boyuta geçmiştir. O beylice, Mira'dır. Yani Serenay Sarıkaya. Dizinin diğer esas oyuncusu. O sırada çocukluk arkadaşı, Orkun'la ciddi bir ilişki sürmekte olan Mira, Yaman'ı gördüğü an onun çok farklı bir adam olduğunu anlamıştır. Orkun'un Mira'ya ihaneti üzerine Yaman'la Mira arasında büyük bir aşk başlamıştır. Bu ikisinin aşkları, Mert ve onun çocukluk aşkı olan Eylül'e de yaramıştır. Bunlar neredeyse beraber olması imkânsız bir çifttir. Çünkü aynı zamanda Mira'nın çocukluk arkadaşı olan Eylül hep yakışıklı erkeklerle takılmaktadır. Ta ki Mert'in ona sevgisi ile değişene kadar. Eylül annesini küçük yaşta kaybettiğinden dolayı sevgiye açtır. Bu sevgiyi ise artık Mert'te bulmuştur.

Yaman'ın geldiği mahalle, hapisten çıkan abisi, üvey babası kısacası çevresinde kim varsa Yaman'ın peşini bırakmamaktadır. Fakir olduğundan dolayı zaten Yaman'ı istemeyen, Mira'nın annesi Sude, -Şebnem Dönmez- sürekli aralarında çıkan sorunları da öne sürerek Mira'yı Yaman'dan uzak tutmak istemektedir. Hatta bunu Mira'yı yurtdışına göndererek yapmayı planlamaktadır. Ama Mira, Yaman'a delicesine aşıktır. Yaman da Miraya. Yaşadıkları yer olan Altinkoy'daki bütün aileler ise kendi içlerindeki sorunlardan dolayı dağılmaktadır. Kimi iflas etmekte, kimi eşinden boşanmakta kimi ise kendi düzenini yıkıp bambaşka bir hayat kurma peşindedir. Güç savaşlarıyla herkes birbirine bir şey kanıtlar durumdadır. Bundan dolayı ne gerçek aşk ne de gerçek dostluk yaşanmaktadır.

Karakterlerin doğallıklarıyla, izleyen herkesin kendinden bir şeyler bulduğu bir dizidir. Hayatın tam içindedir. Fazlaca yaşatılan zenginliğin dışında. Ama bu zengin hayatın objeleri, yarattığı fantezi dünyası izleyenleri daha da büyülemektedir. Orijinal versiyonuyla yerli versiyonu arasında çok fazla benzerlik olmasa da Türk kültürüne göre iyi uyarlanmıştır. Rütük kaygısı olmasa bazı oyuncuların rollerinin daha da abartılacağı çıkan haberler arasındadır. Özellikle Sedef -Defne Kayalar- rolü. Dizideki oyuncular dikkatle izlendiği zaman tiplere ne kadar uygun roller verildiği anlaşılacaktır. Özellikle Sedef karakteri; Uçarı, aykırı, hippy-hoppa bir karakteri çok iyi taşıyan bir kadındır. İşte bu özelliklerinden dolayı dizi kendini sevilerek izletmektedir. Böylece kitleleri peşinden sürükleyen, popüler kültüre hizmet eden, taklit edilen, oyuncularının rol model alındığı bir dizi olduğu söylenebilir. Aynı

zamanda özenilen bir hayatı yaşatan ve izleyenlerin, kişiliklerini, yerine göre olumlu yerine göre olumsuz yönde değiştirebilecek bir dizidir. Ama her şeye rağmen izlenilirlik oranlarıyla yeterli hedef kitleye ulaşmış ve reyting kaygısı yaşamamış bir dizidir. Başarısına ise söylenecek pek bir şey yoktur. Ödüllerine bakıldığında ise aşağıdaki tablo karşımıza çıkmaktadır.

Tablo-6: Medcezir Dizisinde Ödüller

Yıl	Ödül	Kategori	Ödülü alan/Aday	Sonuç
2013	Siyaset Dergisi Ödülleri	Yılın Dizi Filmi	Medcezir	Belirlenmedi
		Yılın TV Kadın Oyuncusu	Serenay Sarıkaya	Belirlenmedi
		Yılın TV Erkek Oyuncusu	Çağatay Ulusoy	Belirlenmedi
2014	TV Yıldızları Ödülleri	En İyi Drama Dizisi	Medcezir	Kazandı
		En İyi Gençlik Dizisi		Adaylık
		En İyi Drama Dizisi Erkek Oyuncu	Çağatay Ulusoy	Kazandı

		En İyi Drama Dizisi Kadın Oyuncu	Serenay Sarıkaya	Kazandı
		En İyi Drama Dizisi Yardımcı Erkek Oyuncu	Barış Falay	Kazandı
			Taner Ölmez	Adaylık
			Hazar Ergüçlü	Adaylık
		En İyi Drama Dizisi Yardımcı Kadın Oyuncu	Mine Tugay	Kazandı
			Şebnem Dönmez	Adaylık
		En İyi Dizi Yönetmeni	Ali Bilgin	Adaylık
		En İyi Dizi Senaryosu	Ece Yörenç	Adaylık
		En İyi Dizi Müziği	Toygar Işıklı	Kazandı
	Bilkent Televizyon Ödülleri	En İyi Drama Dizisi	Medcezir	Kazandı

	Oyuncular Sitesi Ödülleri	En İyi Erkek Oyuncu	Çağatay Ulusoy	Kazandı
	2014	En İyi Kadın Oyuncu	Serenay Sarıkaya	Kazandı
	2014	En İyi Dizi Çifti	Serenay Sarıkaya- Çağatay Ulusoy	Kazandı
	İstanbul Teknik Üniversitesi Başarı Ödülleri	Yılın En Başarılı Dizisi	Medcezir	Kazandı
	Kral Türkiye Müzik Ödülleri	En İyi Dizi Müziği	Toygar Işıklı	Kazandı
	Karadeniz Teknik Üniversitesi Ödülleri	En İyi Drama Dizisi	Medcezir	Kazandı
		En İyi Erkek Oyuncu	Çağatay Ulusoy	Kazandı
		En İyi Kadın Oyuncu	Serenay Sarıkaya	Kazandı

	Galatasaray Üniversitesi En Ödülleri	En İyi Dizi	Medcezir	Kazandı
		Yılın En İyi Dizisi	Medcezir	Kazandı
	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Ödülleri	En İyi Erkek Oyuncu	Çağatay Ulusoy	Kazandı
		En İyi Kadın Oyuncu	Serenay Sarıkaya	Kazandı
	Magazinci.com	En İyi Gençlik Dizisi	Medcezir	Kazandı
Magazinci.com Yılın En İyileri	Yılın En İyileri	En İyi Kadın Oyuncu	Serenay Sarıkaya	Kazandı
2014	Seul Uluslararası Drama Ödülleri	En İyi Drama Dizisi	Medcezir	Belirlenmedi
2014	Magnum Altın Kelebek Ödülleri	En iyi Dizi Müziği	Toygar Işıklı	Kazandı
2014	Magnum Altın	En İyi Kadın	Serenay	Kazandı

	Kelebek Ödülleri	Oyuncu	Sarıkaya	
--	------------------	--------	----------	--

Kaynak: (tr.wikipedia.org).

Oyuncularla yapılan bir söyleşi sonucunda, popüler kültüre hizmet eden bir sektörde gerçekten popüler kültürü çok iyi bir şekilde yansıtan bir yapım olduğunu tüm ekip kabul etmektedir. Senaryoya sinmiş toplumsal duyarlılıklarla popüler kültürün ulaşım gücünü kullanmalarının da bir taraftan içlerini rahatlattığını belirtmişlerdir. Popüler kültür güçlüdür, içinde bulunduğu dönemde, öncesinin birikimi vardır ve sonrasını da etkilemektedir. Kitleleri peşinden sürükleyen böyle bir alanın, kendini sorumlu hissetmesi ve bunu kulak çekmeden yapması çok güzel ve olması gereken bir şeydir (www.ekranella.com).

5.9. Dizi Çözümlemeleri ve Yorumları

Sevilerek izlenen bu dizilerden bazısı gündemdeki bir konuyu işlerken aynı dönemde bir diğeri gündeme hiç yer vermemiş olabilir. Ya da izleyen haftalarda bu durumun tersi de olabilir. Konuları, hedef kitleleri ayrı ya da benzer de olabilir. İzleyiciler kendilerine yakın gördükleri karakterleri izlemekten keyif alabilmektedir. Kimi zaman ise kendilerini onlarla özdeşleştirebilmektedir. Araştırmada incelenen 4 ayrı dizi ile ilgili veriler tarihleriyle birlikte tablolar halinde sunulmuştur. Daha sonra 4 dizi birbiriyle karşılaştırılmış yayınlanan tarihlerine göre farkları ya da ortak yanları ifade edilmeye çalışılmış niteliksel analizler yapılmıştır. Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir dizilerinin anlatımı içerik analiziyle, içerikleri, öne çıkan değerleri ise göstergebilim yöntemiyle çözümlenmeye çalışılmıştır.

5.9.1. Dizideki Anlatımın Çözümlemesi

Örnekleme alınan dizilerin bir aylık bölümlerinin takibiyle şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Tablo-7: Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir Dizilerinin 2014 Yılı Mayıs Ayının İlk Haftasında Yayınlanan Bölümlerinin İncelenmesi

<i>02.05.2014 / 06.05.2014</i>					
<i>Dizi Adı</i>	<i>Dizinin Türü</i>	<i>Çekilen Şehir</i>	<i>Yayınlanan Kanal</i>	<i>Yayın Süresi</i>	<i>İşlenen Konu</i>
Çocuklar Duymasın (05.05.2014)	Aile Komedi	İstanbul	Fox Tv	90 dk.	*Eğitimin Önemi *Komşuluk ilişkileri *Sosyal Medya
Seksenler (06.05.2014)	Aile Komedi Nostalji	İstanbul	Trt1	113 dk.	*Siyasi olaylar *Ailenin önemi *Aşk *Komşuluk ilişkileri *Büyük şehir sorunları *Kişiliğin önemi
Küçük Ağa (06.05.2014)	Aile Komedi	İstanbul Şanlıurfa	Kanal D	100 dk.	*Kişiliğin önemi *Yardımseverlik *Çocuğun kişilik gelişiminde aile birliğinin önemi
Medcezir (02.05.2014)	Gençlik Drama	İstanbul	Star Tv	105 dk.	*Saplantılı aşk *Çarpık ilişkiler *Geçim derdi

Fox Tv'nin 05.05.2014 tarihli Çocuklar Duymasın dizisinin 134. bölümünde “eğitim”, “komşuluk ilişkileri” ve “sosyal medyanın kullanımı” ile ilgili konular işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden *eğitim* şu şekilde ele alınmıştır:

Dizinin ana karakterlerinden havuç lakaplı Emre'nin canı sıkındır. Çocuğunu karşısına alıp konuşan Haluk, oğlundan şu sözleri duymaktadır: “Tüm zamanımı müziğe vermem gerekmiyor mu? Başarılı olmam için bu şart değil mi? İnşaat mühendisliği bölümünde okuyan Emre, bölümünü sevmesine rağmen bırakıp müzisyen olmak istemektedir. Mühendis olmasını çok isteyen baba Haluk da bu fikre şiddetle karşı çıkmaktadır. Bir yandan evin annesi Meltem “İnsan sevdiği şeyi yapmalı” diyerek oğlunun arkasında durmaktadır. Tam da “LYS” sınavının yaklaştığı bugünlerde günümüzde ebeveyn-çocuk tartışmasının da bu yönde olduğu düşünülmektedir. Çocuklar ya da gençler sınavdan güzel bir puan çekecek olsa da puana göre değil, istedikleri bölüme göre tercih yapmak isterken çoğu ebeveyn buna karşı çıkmaktadır. Emre'nin “hayatımızı kime göre şekillendiriyoruz? Ailemize, çevremize yoksa kendimize göre mi” repliği bu konuya dikkat çekmektedir. “Brad Pitt gazeteci, Ferhat Göçer doktor olmasına rağmen ikisi de istedikleri alanda ilerlemiş, Biri sahnede, diğeri sinemada” oğlundan bu cümleleri duyan Haluk, Emre'ye şu cevabı vermiştir: “Gençsiniz, böyle düşünmeniz şu an için çok normal fakat ileride binalar dikip ya da hastalar iyileştirip yahut davalar kazanınca iyi ki ailemi dinlemişim diyeceksiniz. Hayatı yağlı boya gibi düşünün tablo sizin elinizde ve nasıl şekillendireceğiniz ise size kalmış.” Repliğiyle eğitici bir sahne canlandırılmıştır.

İşlenen olaylar dizisinden ***komşuluk ilişkileri*** ise şu şekilde ele alınmıştır:

Haluk ve Meltem'in komşusu Tansel bey'in yöneticilik yapabilmesi için bir oya daha ihtiyacı vardır. Haluk ise daha oy kullanmamıştır. Haluk ile hiç anlaşılamayan Tansel bir gün evlerine gider ve tatlı dille, özenle seçilmiş sözcüklerle konuşmaya başlar. Haluk, Tansel'in ona işi düştüğünü anlamıştır. İnsanların kişisel ilişkilerinde artık bir işi düştüğünde iletişimi güzel kullandığını düşünmektedir.

Sosyal medyanın kullanımına ve önemine ise şu şekilde dikkat çekilmiştir:

Haluk ve Meltem'in yakın arkadaşları Tuna ve Gönül, Haluk ile birlikte açtıkları “pideci” dükkânında dikkat çekmek ve müşteri kazanmak için oraya kostümler getirip, çocukların o kostümlerle resimlerini çekip sitelerine koymak istemektedirler.

Amaç daha çok müşteri daha çok kazançtır. Sosyal medyanın bir önemi de kişilerarası ilişkilerdedir. Örneğin başka bir sahnede Gönül’ün facebook ilişki durumunu “evli”den “ilişkisi yok” durumuna çevirdiğini öğrenen eşi Tuna büyük bir yıkıma uğramıştır. Ama ilişki durumunu yaramaz oğulları Orçun değiştirmiştir. Sosyal medyanın ikili ilişkilerdeki önemine de değinilmiştir.

Trt1’in 06.05.2014 tarihli Seksenler dizisinin 106. Bölümünde “siyasi olaylar”, “ailenin önemi”, “aşk”, “komşuluk ilişkileri”, “büyükşehir sorunları” ve “kişiliğin önemi” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden *siyasi olaylar* şu şekilde ele alınmıştır:

O dönemlerde halk, et fiyatlarının yüksek olmasından dolayı ayaklanmıştı. Herkesin geçim sıkıntısı çektiği dönemde et herkesin evine girememektedir. Ama temel besin kaynağı olduğu için de tüketilmesi ve herkesin ailesine, çocuklarına yedirmesi şarttır. Bundan şikâyetçi olan halk da eylem yapmaktadır. Bunların arasında Seksenler dizisinin annesi Rukiye de bulunmaktadır. Fiyatlar düşene kadar boykotu sürdürmekte kararlıdırlar. Sloganları ise “Pahalı eti sen pişir kasap Bahtiyar”dır. Bunu sıkıntı yapan Kasap Bahtiyar Seksenler evinin kapısını çalmıştır. Evin babası Fehmi’yle konuşmaya başlamıştır: “Sen muhtarsın, bu boykotu bitir.” diyerek dert yanmıştır. Fehmi de bunun muhtarlıkla bir alakası olmadığını, kendisinin fiyatları düşürmesini söylemiştir. Bahtiyar da aynı geçim sıkıntısı içerisinde olduğundan dolayı bu çözümü kabul etmemiş ama sonunda ortak bir paydada anlaşmışlardır. Kasaplar Federasyonuna gitmeye karar vermişlerdir. Bu sırada boykottan haberi olan belediye başkanı mahalleyi ziyarete gelmiş ve halka şöyle bir konuşma yapmıştır: “İnsan mevki, makam sahibi olunca bazı şeylere duyarsız kalabiliyor. Sizleri çok ihmal ettim. Gerekli yüksek yerlerle konuşmaya söz veriyorum. Siz bu eylemi bırakın. Ben size yarın mangal partisi yapacağım. Etler, kasap Bahtiyardan para ise benden.” diyerek mahallenin gönlünü almıştır. Yapılan eylem soruna dikkat çekmiş ve Belediye Başkanı da bu sorunu önemsemiştir.

Ailenin önemi ise şu şekilde işlenmiştir:

Taksici olan evin büyük oğlu Ahmet İstanbul’un yollarını öğrenebilmek için bütün gece çalışmaktadır. Bunu gören annesi Rukiye oğluyla gurur duyup bunu ona

hissettirmektedir. Ahmet ise ailesinin sayesinde hırslı, saygılı biri olduğunu hoşgörüsünü ailesinden aldığını belirterek annesini bir kez daha gururlandırmıştır.

Aşk (ikili ilişkiler) şu şekilde işlenmiştir:

Mahalle sakinlerinden Niyazi bir hayal kırıklığı yaşamıştır ve bunun için üzülmemektedir. Bu kırıklığın sebebi de yine mahalle esnaflarından Ergun'dur. Ergun âşık olduğu Nazlı'dan uzak durabilmek için Almanya'ya gitmiş ve dayanamayıp geri dönmüştür. Nazlı'ya âşık olan Niyazi, Ergun'un da aynı duygulara sahip olduğunu bilmektedir. Asıl sorun Nazlının da Ergun'a âşık olmasıdır. Niyazi, Nazlı ile bir gelecek kurabilmek için kooperatife girmiş, yıllarca para biriktirmiştir. Aşk denen kavramın o dönemler önemine değinilmiştir.

Komşuluk İlişkileri şu şekilde işlenmiştir:

Mahalle sakinlerinden Susmuş'un –hiç konuşmadığı için mahalle bu ismi takmış- kızını almak için kayını gelmiştir. Ailevi sebeplerden dolayı bu kişi, yeğenini almak istemiş bunu da kavga gürültüyle yapmıştır. Mahalle toplanmış ve bu kişinin karşısına dikilmiştir. Ahmet, bu mahallenin sahipsiz olmadığını, huzursuz çıkaranın hemen kovulacağını dile getirmiştir. Bütün mahalle komşusuna sahip çıkmıştır.

Büyükşehir sorunlarına ise kısaca şu şekilde değinilmiştir:

O dönemlerde İstanbul'un karışıklığı da dizide belirtilmiştir. İnsanların iş bulmak için İstanbul'a geldiği bundan dolayı şehrin kalabalıklaştığı, işsizliğin, trafiğin hep bir sorun olduğu vurgulanmıştır. Şehir kalabalıklaştıkça sorunların daha da arttığı ve bu sorunların bir çözüme ulaşmadığı aktarılmıştır.

Kişiliğin önemine ise şu şekilde değinilmiştir:

Ergun Almanya'dan geldikten sonra hakkında çıkan asılsız iddialara –alkolik, serseri- bir son vermek için Nazlı'lara yemeğe gitmeye karar vermiştir. Amaç evin babası Fehmi'ye bu iddiaların doğru olmadığını açıklamaktır. Çünkü yakında Nazlı'yı istemeyi planlamaktadır. Ama işler planladığı gibi gitmemiştir. Fehmi'nin Ergun'a karşı davranışları olumsuzdur. Bu iddialara inanmıştır. Ergun'un algılanan kişiliği, Nazlı'yı isteyebilmesini zorlaştırmıştır.

Kanal D'nin 06.05.2014 tarihli Küçük Ağa dizisinin 15. Bölümünde “kişiliğin önemi”, “yardımseverlik” ve “çocuğun kişilik gelişiminde aile birliğinin önemi” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden **kişiliğin önemi** şu şekilde ele alınmıştır:

Dizinin başrol oyuncularından Mehmet Ağa'nın torunu olan Mehmetcan, okul öğrenci temsilciliği seçimine adaylığını koymuştur. Paranın ve sıfatının gücünü kullanarak, babasının şirketine afişler hazırlatmış, afişleri okulun duvarlarına astırmış, okuldaki her sıraya çikolata dağıtmış, mitinginde şarkılar çaldırmıştır. Diğer taraftan da başka bir sınıftan üyeliğini koyan Yağız adında yoksul bir çocuk vardır. Mehmetcan konuşmasını bitirdikten sonra küs olduğu arkadaşı Derya'nın yanına gittiğinde Derya Mehmetcan'a: “Hiç benden oy bekleme, küs olduğumuz için değil, oyları parayla satın aldığın için.” Sözlerini sarf ederek kendi kişiliğiyle bir yerlere gelmesinin gerektiğini belirtmiştir. Mehmetcan, seçimi kazandıktan sonra geri çekilerek yerini Yağız'a bırakmıştır.

Yardımseverlik şu şekilde işlenmiştir:

Mehmetcan'ın annesi Sinem doktordur. Arabasıyla işe giderken yerde yatan bir kadın dikkatini çekip arabayı durmuştur. Kadının kalp krizi geçirdiğini anlamış ve ilk müdahaleyi yapmıştır. Orada durup sadece kadını izleyenlere de dikkat çekilmiştir. Sinem hemen bir ambulans çağırmış kadınla birlikte hastaneye gitmiştir. Doktorlar kadına, hayatını Sinem'e borçlu olduğunu ve Sinem'in doktor olmasaydı bile aynı şekilde yardım edeceğini ve bu yüzden çok şanslı olduğunu söylemişlerdir.

Çocuğun kişilik gelişiminde aile birlikteliğinin önemine ise şu şekilde değinilmiştir:

Sinem, oğlu Mehmetcan'a yemek düzeni ve televizyon izleme saatlerinin yer aldığı bir program yapmıştır. Fakat anne babanın ayrı olmasından dolayı hafta sonları babasının yanına giden Mehmetcan yediği hazır yemeklerle, sürekli televizyona maruz kalıp davranışların değişiklik göstermesiyle Ali, Sinem'in bütün emeklerini boşa çıkarmaktadır. Mehmetcan bir annesinde bir babasında kaldığından dolayı farklı

davranışlar edinmektedir. Çocukların yetişmesinde ve kişiliğinin düzgün gelişmesinde anne baba birlikteliğinin önemine vurgu yapılmıştır.

Star Tv'nin 02.05.2014 tarihli Medcezir dizisinin 33. Bölümünde “saplantılı aşk”, “çarpık ilişkiler” ve “geçim sıkıntısı” konuları ele alınmıştır. Ele alınan konular dizisinden *saplantılı aşk* durumu şu şekilde aktarılmıştır:

Dizinin başrol oyuncularından Mira'ya hastalık derecesinde âşık olan Tan, akıl ve ruh sağlığı hastanesinden kaçmış, Mira'nın peşinde düşmüştür. Hastanede yatarken hizmetlinin oğlu Kadir'i kandırıp bu çocuğa kendini sevdirmiştir. Bundan sonra dışarıdaki bağlantısı Kadir'dir. Tan bir piyanisttir. Zaten Mira'yla tanışıklığı da Mira'nın geçmişte bir dönem Tan'dan piyano dersi almasıyla başlamıştır. Tan, aracısı Kadir'le Mira'nın evine işaretlerle dolu sanat dergileri göndermesiyle mesajlar başlamıştır. En son gönderdiği mesaj ise aşk dolu bir nottur. Bu notu Kadir, Mira'nın babasının restoranına iş başvurusu bahanesiyle gittiği zaman orada bulunan Mira'nın cebine gizlice yerleştirmiştir. Notu bulan Mira, Yaman yazmış zannetmiştir. Fakat Yaman'ın yazmadığını anlayınca Tan'dan şüphelenmeye başlamıştır. Bunu çevredekilere açıklamasıyla, Tan'ın geçmişte Mira'ya eziyet ettiğinden dolayı herkes tedirgin olmaya başlamış ve Mira için seferber olmuşlardır. Bu arada Mira'ların komşusu, Av. Selim Serez bu olayı araştırmış ve aracıya – Kadir'e- ulaşmıştır. Tan'ın yaptığı artık kesinleşmiştir. Her tarafa asılan “Kavuşma” adlı konser afişi de artık anlamını kazanmıştır. Herkes bu konsere Tan'ın geleceğini ve orada Mira'yı kaçıracağını düşünmüştür. Ama Tan'ın asıl hedefi Mira değil, Mira'nın sevgilisi Yamandır. Çünkü Yamanla Mira'nın birbirlerine olan aşkı, takıntılı olan Tan'ı daha da hasta etmektedir.

Çarpık İlişkiler yani ahlaki değerlere uygun olmayan ilişkilere ise şu şekilde değinilmiştir:

Mira'nın annesi Sude, Yaman'ın abisi Kenan'la bir ilişkiye başlamıştır. Önce gönül eğlendirme amaçlı başlayan bu ilişki gittikçe ciddi bir hal almaya başlamıştır. Sude ile Kenan tekne gezintisine çıkmışlardır. Sude'nin kızının yaşadıkları umurunda değildir. Onun tek düşüncesinde olan erkekler ve paradır. Güzelliğine olan güveni, paraya olan düşkünlüğü ve hırsıyla kızının tam zıttı bir karaktere sahiptir.

Geçim sıkıntısı ise şu şekilde işlenmiştir:

Yaman'ın eski sevgilisinin babası kalp krizi sonucu vefat etmiştir. Bu kalp krizinin nedeni ise yaşadıkları yer olan Tozludere'nin kentsel dönüşüm projesiyle yıkılmak istenmesidir. Bu kişi evi uğruna canından olmuştur. Ondan geriye ise sadece buna sebep olanların vicdan azabı ve ailesinin acısı kalmıştır. Bu vicdan azabını hafifletmek için geride kalan acılı aileye para yardımları yapılmıştır. Bu para yardımları acının önemsendiğinden değil sadece karşı tarafı susturmak amacıyla yapılmıştır.

Son olarak, konser günü gelip çatmıştır. Kimse Mira'nın gitmesini istememektedir. Mira, ise konseri vermek için evden kaçmıştır. Çünkü Tan'ın orada olacağını tahmin etmektedir. Artık bu işkencenin bitmesi gerektiğini, Tan'ın ortaya çıkmasını ve yakalanmasını istemektedir. Mira'ya göre verdiği en zor konserdir. Konser bitiminde yaptığı konuşmayla da bunu desteklemiştir: “Kavuşma, bizim geri almak istediğimiz özgürlüğümüz olabilir, korkarak beklediğimiz bir yüzleşme, her baktığınızda sevdiğinizle göz göze gelebilmek. Herkesin gönlünden geçen kavuşmayı, sevdikleriyle yaşayabilmesi dileğiyle” demiş ve ağlayarak bitirmiştir. İşler planlandığı gibi gitmemiştir. Konsere gelmesi beklenen Tan Yaman'ın Tozludere'deki evine gitmiştir. Yaman'a ulaşmak için, Yaman'ın annesini kaçırmış ve onun telefonundan Yaman'a mesaj atmıştır. Annenin sesini de kaydedip Yaman aradığında eve gelmesi gerektiğini ona dinletmiştir. Bunun üzerine Yaman konserden çıkmış ve Tozludere'ye gitmiştir. Eve geldiğinde, Tan Yaman'a arkasından elektro şok uygulamış ve onu bayıltmıştır. Tan hasta bir gülümsemeyle, bu “kavuşma”nın “ölümüne kavuşma”nın onun için planladığını söylemiştir.

Tablo-8: Dizilerde İşlenen Ortak Konuların Karşılaştırılması

<i>02.05.2014 / 06.05.2014</i>				
<i>Diziler</i>	<i>Komşuluk İlişkileri</i>	<i>Ailenin Önemi</i>	<i>Aşk/İkili İlişkiler</i>	<i>Kişiliğin Önemi</i>
Çocuklar Duymasın (05.05.2014)	*			
Seksenler (06.05.2014)	*	*	*	*
Küçük Ağa (06.05.2014)		*		*
Medcezir (02.05.2014)			*	

06.05.2014'te yayınlanan Seksenler dizisi o hafta diğer 4 dizinin içerisinde en fazla konuyu işlemiş olup, diğer dizilerle ortak konuları şu şekilde olmuştur: Çocuklar Duymasın dizisiyle “komşuluk ilişkileri”, Küçük Ağa’yla “ailenin önemi ve kişilik” konuları, Medcezir dizisiyle de “aşk/ikili ilişkiler” konuları farklı şekillerde ama aynı hafta içerisinde seyirciye aktarılmıştır.

Tablo-9: Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir Dizilerinin 2014 Yılı Mayıs Ayının 2. Haftasında Yayınlanan Bölümlerinin İncelenmesi

<i>09.05.2014 / 12.05.2014</i>					
<i>Dizi Adı</i>	<i>Dizinin Türü</i>	<i>Çekilen Şehir</i>	<i>Yayınlanan Kanal</i>	<i>Yayın Süresi</i>	<i>İşlenen Konu</i>
Çocuklar Duymasın (12.05.2014)	Aile Komedi	İstanbul	Fox Tv	87 dk.	*Tv'nin çocuklar üzerindeki etkisi *Toplumsal Düzen
Seksenler	Aile				*Anneler

(13.05.2014)	Komedi Nostalji	İstanbul	Trt1	100 dk.	gününün önemi *Kültür çatışması
Küçük Ağa (13.05.2014)	Aile Komedi	İstanbul Şanlıurfa	Kanal D	92 dk.	*Aile birliğinin önemi *Kültür çatışması *Sorumlulukların önemi *Ebeveyn-çocuk ilişkisi *Günlük Hayatta Kullanılan objelerin kişilikte önemi
Medcezir (09.05.2014)	Gençlik Drama	İstanbul	Star Tv	106 dk.	*Saplantılı aşk *Gündem (Miss Turkey) *Kişiliğin önemi

Fox Tv'nin 12.05.2014 tarihli Çocuklar Duymasın dizisinin 135. Bölümünde “tv'nin çocuklar üzerindeki etkisi” ve “toplumsal düzen” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden *tv'nin çocuklar üzerindeki etkisi* şu şekilde ele alınmıştır:

Meltem kızı Duygu'yla baş başa alışveriş yapmak istediğinden dolayı torun Buse, Haluk'a kalmıştır. Meltem ile Duygu'nun Haluk'a uyarısı ise çocuğun yemek düzenine dikkat edilmesi, kullanılan her kelimenin özenle seçilmesi ve televizyon programlarının çizgi film dahi olsa Buse'ye izletilmemesi gerektiği yönünde olmuştur. Televizyonun çocuklar üzerindeki etkisinin büyük olmasından dolayı Buse'ye izletilmemesi gerektiğini savunmuşlardır. Çünkü Buse daha çok küçüktür ve duyduğu her şeyi kapmaktadır. Bu uyarıyı dinlemeyen Haluk Televizyon'u açmış ve Buse “Az sonra” kelimesini kapmıştır bile. Telefonda kavga eden Haluk'un ağzından

çıkan “Angut” kelimesi ise Buse’nin ağzına dolanan diğer bir kelime olmuştur. Haluk bunları Buse’ye unutturmaya çalışmış ama başarılı olamamıştır. Meltem ile Duygu alışverişten geldiklerinde Buse’nin kullandığı sözcüklerden olayı durum anlaşılmış ve Haluk’a tepkilerini göstermişlerdir. Haluk ise uyarılarda haklı olduklarını anlamıştır.

Toplumsal düzen konusuna ise şu şekilde değinilmiştir:

Haluk ve Meltem’in komşuları Tansel bey sitedekilerin rahatsız olmaması için mangalın belirli bir saat içerisinde yakılmasını gerektiğini belirtmiştir. Fakat Haluk istediği an mangal yakmak istemiş ve bu uyarıyı dikkate almamıştır. Bundan dolayı da tartışmışlardır. Siteden bir kişi bu düzeni bozduğunda diğerleri de bu düzene uymayacaktır. Tansel bey’in amacı ise bulunulan toplumsal ortamda kimseyi rahatsız etmeden bir düzen içerisinde yaşamak ve bu düzene de herkesin uymasıdır.

Trt1’in 13.05.2014 tarihli Seksenler dizisinin 107. Bölümünde “Anneler Gününün önemi” ve “kültür çatışması” konuları ele alınmıştır. Ele alınan konular dizisinden **Anneler Gününün önemi** şu şekilde işlenmiştir:

Mayısın ikinci haftasının Anneler Günü olması sebebiyle kahvede toplanan esnaf birbirlerine, annelere ne hediye alalım diye danışmışlardır. İçlerinden birinin canının sıkı olduğunu fark eden arkadaşı maddi sıkıntısı olduğunu anlamış ve ona çıkarıp bir miktar para vermiştir. Bu parayı kabul etmeyen arkadaşına “Senin annen benim de annem ikimizin adına al bir hediye” demiş ve bugünün önemini belirtmiştir. Mahalledeki pastanede annelere özel sofralar düzenlenmiş ve tüm annelere sürpriz yapılmıştır. Yapılan övgü dolu konuşmalarla annelerin kendini daha özel ve önemli hissetmeleri sağlanmıştır.

Kültür çatışması ise şu şekilde işlenmiştir:

Nazlı’nın isteme konusu gündemdedir. O sırada Ahmet de komşu kızı Gülden’le evlilik aşamasındadır. Fakat Ahmet’in ve Gülden’in ailesinin maddi durumları, çevreleri, kültürleri birbirinden farklıdır bundan dolayı da aileler bir türlü anlaşamamaktadır. Gülden’in annesi kızının lüks bir hayat yaşamasını istemektedir. Fakat Ahmet’lerin maddi durumu iyi değildir. Ev bile alamayacak durumdadırlar. Bu

sorunu Gülден'e açan Ahmet, para biriktirip güzel bir eve çıkabilinceye kadar kendi ailesiyle kalmalarının onlar için daha iyi olacağını belirtmiştir. Gülден bu konuya takılsa da Ahmet'e olan sevgisinden dolayı anlayışla karşılamış ve kabul etmiştir. Çünkü bu evliliğin para üzerine değil sevgi üzerine kurulmasını istemektedir. Ailelerin çoğu konuda farklı istekleri olacak ve bundan dolayı da sürekli bir çatışma ortamına maruz kalacaklarını biliyorlardır. Fakat her ne kadar kültürler farklı olsa da orta bir yol bulacaklarına ve aileleri de buna ikna edeceklerine ikisi de inanmaktadır.

Kanal D'nin 13.05.2014 tarihli Küçük Ağa dizisinin 16. Bölümünde "aile birliğinin önemi", "kültür çatışması", "sorumlulukların önemi", "ebeveyn-çocuk ilişkisi" ve "günlük hayatta kullanılan öğelerin kişilikte önemi" üzerine konular işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden *aile birliğinin önemi* şu şekilde ele alınmıştır:

Bir önceki bölümde kalp krizi geçiren hastanın oğlu Volkan, Sinem'e olan ilgiyle Sinem'in aklını karıştırmaktadır. Ama Sinem'in aklı hala eski eşi Ali'dedir. Ali de yeni sevgilisi Av. Başak'la olmasına rağmen onun da aklı hala Sinem'dedir. Aralarında hala sevgi olmasına rağmen anlaşmazlıklar üzerine ayrılmışlardır. Bunun farkında olan oğulları Mehmetcan, anne-babasını sürekli barıştırmannın peşindedir. Çünkü bu boşanmadan en fazla etkilenen o olmuştur. Anne babasını tekrar birlikte görmek onun en büyük arzusu olmuştur.

Kültür çatışmasına şu şekilde değinilmiştir:

Bir meyhaneye giden Sinem ile Ali birbirlerini ne kadar özlediklerinin farkına varmışlardır. Ama ikisi de artık bambaşka hayatların içinde olduklarının farkındadırlar. Bu sırada babaannesi ve dedesiyle kalan Mehmetcan babasını aramıştır. Babasının annesiyle birlikte olduğunu öğrenince ise çok mutlu olmuştur. Barışacaklarına dair içinde bir umut oluşmuştur. Barışmalarını isteyen diğer kişiler ise Ali'nin anne ve babasıdır. Onlar da hemen oğluyla gelininin barışması için dualar etmişlerdir. Mehmetcan bu güzel haberi vermek için ananesini aradığında ise kadın sinir krizleri geçirmeye başlamıştır Çünkü Sinem ile Ali'nin barışmalarını hiç istememektedir. Sinem'in ailesi İstanbul kültüründe, Ali'nin ailesi ise Urfa kültüründe yetişmiştir. Bu kültür farklarından dolayı Ali ve ailesi diğer aile tarafından hiç istenmemektedir. Bir araya geldikleri her vakit aileler birbirleriyle

atışmakta ve bu evliliğe zarar vermektedirler. Özellikle Sinem’in ailesi hep bir çatışma ortamı yaratarak kızının huzurunu bozmaktadır. Sinem’in Ali ile barışmasını değil kendi kültürlerinden biriyle tekrar bir yuva kurmasını istemektedirler.

Sorumlulukların önemine şu şekilde değinilmiştir:

Meyhane’de karıştıkları bir kavga sonucu Ali ile Sinem televizyona çıkmışlardır. Onları ekranda gören Sinem’in hocası, Sinem’le bir konuşma yapmıştır: “Toplumda saygın bir yere, saygın bir kişiliğe sahipsek sorumluluklarımızın bilincinde olup ona göre hareket etmeliyiz.” Sinem’in çok iyi bir doktor olduğunu bundan dolayı da hem kendi kişiliği hem de işi için attığı her adıma dikkat etmesi gerektiğini belirtmiştir. Sinem de hocasının haklı olduğunu anlamış ve bundan sonra daha dikkatli olacağını söylemiştir.

Ebeveyn-çocuk ilişkisine baktığımızda:

Sokakta bırakılan bir bebek vardır. Bunun farkına varan Mehmetcan ve arkadaşları, bebeği komşularına bırakmışlardır. Sevdikleri bu komşularının çok istedikleri halde bebekleri olmamaktadır. Sokağa atılan bu bebeği hemen sahiplenmiş ve evlat edinmek istemişlerdir. Her ne yaşanırsa yaşansın bir bebeğin kaderine terk edilmemesi gerektiğini, herkesin anne-baba olamadığını, bebeğe üzülen kendi aralarında konuşmuşlardır. Diğer tarafta Mehmetcan’ın yaramazlıklarından usanan Ali’ye iş arkadaşı Yeşim’in tavsiyesi şu şekilde olmuştur: “Çocukların eğer enerjileri farklı alanlara yönltilmezse, o çocuklar yaramazlık peşinde koşar. Hobi edinmeleri, bir sporla uğraşmaları kendi gelecekleri açısından önemlidir. Bu yüzden bir baba olarak Mehmetcan ile özel ilgilenip onu mutlaka bir spora yazdırmalısın.” Ali, Yeşim’e hak vermiş ve bu konuyla ilgileneceğini söylemiştir.

Günlük hayatta kullanılan objelerin kişilikte önemi ise şekilde belirtilmiştir:

Sinem’in katıldığı bir yemek hakkında annesinin Sinem’e sorduğu birtakım sorular olmuştur. Bunlardan dikkat çeken ise “Masada nasıl bardaklar, tabaklar olduğudur.” Buna şaşırarak Sinem’e ise annesinin verdiği cevap şu şekilde olmuştur: “Bir bardağın tipi, konulduğu şekli bile o insanların kişilikleri hakkında bilgi verir.” Günlük hayatta kullanılan her objenin aslında kişinin kendisini temsil ettiğini, bu

yüzden de özenle seçilmesi gerektiğini Sinem’e anlatmış bu konuda tavsiyelerde bulunmuştur.

Star Tv’nin 09.05.2014 tarihli Medcezir dizisinin 34. Bölümünde “saplantılı aşk”, “gündemdeki Miss Turkey Güzellik Yarışması” ve “kişiliğin önemi” konuları ele alınmıştır. Ele alınan konular dizisinden *saplantılı aşk* durumu şu şekilde aktarılmıştır:

Bir önceki bölümde kaçırılan Yaman’dan hala haber alınamamaktadır. Yaman’ın kardeşi Kenan ve manevi abisi Av. Selim, Yaman’ın Tozludere’deki evine gitmişlerdir. Orada eli kolu bağlı halde yatan Yaman’ın annesini bulmuşlardır. Durum anlaşılmış, Yaman, Tan tarafından kaçırılmıştır. Telefonda durumu öğrenen Mira ve tüm arkadaşları bu durumu bir türlü kabullenememiştir. Mira ise sinir krizleri geçirmeye başlamıştır. Tan’ın esas amacı Mira’nın ona gelmesidir ve onun sadece Yaman’ı kurtarma amacıyla kendisine geleceğini bilmektedir. Mira geldiğinde, Tan, Yaman’ı öldürecek ve düşüncesine göre Mira sonsuza dek onun olacaktır. Mira’nın kardeşi Beren, Mira’ya; Tan’ın bunu dikkat çekmek için yaptığını ve ona mutlaka bir işaret göndereceğini söylemiştir. Bunun üzerine Tan’ın gönderdiği eski dergileri karıştıran Mira bir işaret bulamamıştır. Daha sonra arkadaşlarının da yardımıyla aklına Tan’ın anlattığı bir film gelmiştir. Filmde, bir kadına delicesine âşık olan bir adam vardır. Bu adamın aşkı platoniktir. Yıllar geçmiş, adam hala kadını beklemiştir. Kadının evinin karşısından ev almış ve orada yıllarca kadını beklemiştir. Aralarındaki bu film muhabbetini hatırlayan Mira hemen sahil tarafına gitmiş ve tekneyi görmüştür. Orada olduklarına artık emindir. Ağlama krizi geçirerek yanlarına gitmek istemektedir. Ailesi ve arkadaşları engellemeye çalışsa da Mira kimseyi dinlemeden önündeki deniz motoruna binmiş ve gitmiştir. Arkasından da Yaman’ın abisi Kenan ve Sahil güvenlik gitmiştir. Mira onlardan daha önce varmıştır. Tan onu hasta gülüşüyle karşılayarak onu öpmesini istemiştir. Bu durum karşısında zorlanan Mira, Tan’ın isteğini yapmak zorunda kalmıştır. Tan’ı öpmüş ve o sırada görevliler tarafından Tan vurulmuştur. Mira’yla Yaman ağlayarak sarılmışlardır. Yaşadıkları travma onları birbirine daha çok bağlamış ve aralarına giren bu saplantılı aşktan kurtulmuşlardır

Gündemdeki Miss Turkey Güzellik Yarışması ve Kişiliğin önemi ise şu şekilde işlenmiştir:

Herkes Yaman'ı ararken Mira'ya bir telefon gelmiş ve telefonu Eylül açmıştır. Arayan kişi Mira'nın ödevini teslim etmediğini acele etmediği takdirde dersten kalacağını söylemiştir Arkadaşını bu durumdan kurtarmak için Eylül, sevgilisi Mert ile bu ödev işini halletmeyi planlamaktadır. Ödev sosyoloji dersiyle ilgilidir. Konu ise Toplumun Güzellik Algısıdır. Güzellik konusunda çok da olumlu düşüncelere sahip olmayan Eylül makyajla, estetikle herkesin güzelleşeceğini, herkesin aynı tip olacağını, estetiğin o yüzden gereksiz olduğunu ve asıl önemli olanın insanın kişiliğinin, karakterinin güzel olmasını belirtmektedir. Çünkü güzellik değişebilir, yok olabilir ama kişilik, karakter insanı var eden en önemli olgudur. Eylül, bunları babasına anlatırken önünde olan bir davetiye gözüne çarpmıştır. Bu davetiye Miss Turkey Yarışması'dır. Aklına hemen bir fikir gelmiştir. Her güzelin bir hikâyesi olduğunu ve oraya gidip bunu kaleme alırlarsa muhteşem bir ödev yaratacaklarını düşünmüş ve bunu Mert'le paylaşmıştır. İkisi birlikte Miss Turkey kampına gitmişlerdir. Miss Turkey güzelleri dizinin bu bölümünde yerlerini almıştır. Kampa gittiklerinde o kadar güzeli bir arada görünce Mert hayallere dalmış, Eylül ise röportajları yapmış ve ödevi tamamlamıştır.

Tablo-10: Dizilerde İşlenen Ortak Konuların Karşılaştırılması

<i>09.05.2014 / 12.05.2014</i>			
<i>Diziler</i>	<i>Gündem</i>	<i>Kültür Çatışması</i>	<i>Kişilik</i>
Çocuklar Duymasın			
Seksenler	*	*	
Küçük Ağa		*	*
Medcezir	*		*

Mayısın ikinci haftasında Çocuklar Duymasın dizisi diğer dizilerle ortak bir konu işlememiştir. Seksenler dizisi ise “Anneler Günüyle gündeme” yer verirken Medcezir

“Miss Turkey Güzellik yarışmasıyla gündemi” dizide işlemiştir. “Kültür Çatışması” konusu ise hem Seksenler’in hem de Küçük Ağa’nın bu bölümünde yerini almıştır. “Kişilik” konusuna baktığımızda Küçük Ağa ve Medcezir’in aynı konuyu diğer konularının içinde farklı şekilde işlediklerini görmekteyiz.

Tablo-11: Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir Dizilerinin 2014 Yılı Mayıs Ayının 3. Haftasında Yayınlanan Bölümlerinin İncelenmesi

<i>19.05.2014 / 23.05.2014</i>					
<i>Dizi Adı</i>	<i>Dizinin Türü</i>	<i>Çekilen Şehir</i>	<i>Yayınlanan Kanal</i>	<i>Yayın Süresi</i>	<i>İşlenen Konu</i>
Çocuklar Duymasın (19.05.2014)	Aile Komedi	İstanbul	Fox Tv	93 dk.	*Empati *Ebeveyn-çocuk ilişkisi
Seksenler (20.05.2014)	Aile Komedi Nostalji	İstanbul	Trt1	110 dk.	*Okumanın önemi * Dış görünüşün önemi *Ebeveyn-çocuk ilişkisi
Küçük Ağa (20.05.2014)	Aile Komedi	İstanbul Şanlıurfa	Kanal D	100 dk.	*Aile birlikteliğinin önemi *Beden dilinin önemi *Kişiliğin önemi *İş ahlakı
Medcezir (23.05.2014)	Gençlik Drama	İstanbul	Star Tv	127 dk.	*Anneler gününün önemi *Dış görünüşün önemi

					*Dostluk *Sosyal medya *Çarpık ilişkiler
--	--	--	--	--	--

Fox Tv'nin 19.05.2014 tarihli Çocuklar Duymasın dizisinin 136. Bölümünde “empati” ve “ebeveyn-çocuk ilişkisi” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden *empati* şu şekilde ele alınmıştır:

Haluk'un kaba davranışlarından dolayı onunla hiç anlaşılamayan Tansel onun gibi olmaya karar vermiştir. Onun gibi davranıp Haluk'a ders vermeyi amaçlamaktadır. Bir nevi ayna görevini üstlenecektir. Ama bu durumu abartarak başarılı olamamıştır. Çünkü ani bir değişim gösteren Tansel'in ne yapmaya çalıştığını Haluk anlamıştır. Tansel'in amacı Haluk'a, Haluk'u göstermek ve kendisinin neler hissettiğini biraz olsun anlamasını istemektir. Empatiyi yanlış işleyen Tansel'e Haluk'un cevabı, “Biz seninle aynıyız, bundan sonra beraber maça gidelim, beraber kavgalara girişelim, beraber etler yiyelim” olmuş ve bu cümlelerle Tansel'i korkutmayı amaçlamıştır. Empatinin doğru zamanda ve doğru şekilde kullanılması gerekiyorken Tansel ani bir kişilik yapısı değiştirerek sadece dikkat çekmiştir. Haluk kendine dönüp baktığında bazı davranışlarını kendisi de beğenmemiştir. Ama ona göre böyle oyunlara gerek yoktur.

Ebeveyn-çocuk ilişkisi ise şu şekilde işlenmiştir:

Gönül, oğlu Orçun'un okulundan gelen şikâyetlerle iyice bunalmış yaramazlıklarından dolayı onu psikoloğa götürmeye karar vermiştir. Bunu duyan Orçun ise, mektup yazıp evden kaçmıştır. Oğlunun üstüne çok yüklendiğini düşünen Gönül perişan hale düşmüştür. Orçun sonunda bir parkta ananesi tarafından bulunmuştur. Bu duruma bir çare olmak isteyen Meltem'le Haluk'un komşusu İdil, psikolog olduğundan dolayı, Orçun'dan ziyade Gönül-Tuna çiftiyle yani çocuğun ebeveynleriyle konuşmanın daha doğru olacağını söylemiştir. Bunun üzerine İdil'in evine giden Gönül ve Tuna'ya şu konuşma yapılmıştır: “Çocuklar sevgiye açlardır. Anne-babaları tarafından sürekli bunu duymak, hissetmek isterler. Siz çocuğunuza

“senden bıktım” dersiniz, çocuk bunu kendinden bıkılmış gibi algılar. Onun yerine “davranışlarından hiç hoşlanmıyorum” demeniz daha doğrudur.” Sözleriyle çocuklarla doğru iletişim kurmanın önemini anlatmıştır.

Trt1’in 20.05.2014 tarihli Seksenler dizisinin 108. Bölümünde “okumanın önemi”, “dış görünüşün önemi”, “ebeveyn-çocuk ilişkisi” ve “kuşak çatışması” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden **okumanın önemi** şu şekilde ele alınmıştır:

Mahallenin küçüklerinden Murat, saygılı, başarılı bir genç olduğundan dolayı herkes tarafından çok sevilmektedir. Murat, alışverişe çıktığında sınavların yaklaştığı şu günlerde tüm esnaf ona aynı soruyu sormaktadır: “Ne olmak istiyorsun?” Murat, vatanını, milletini çok sevdiğinden dolayı asker olmak istediğini söylemektedir. Tüm esnaf onun başaracağına emindir ve hepsi onun arkasındadır. Verdikleri öğüt ise hep aynıdır: “Oku, bizim gibi olma.” Esnaflığın kötü bir meslek olduğundan değil, para kazanmak, ev geçindirmek için yeterli olmayacağından ayrıca okumanın kişisel gelişim açısından önemli olduğundan bahsetmişlerdir. Murat’ın okuyup meslek sahibi olmasını, “Mahallemizden asker çıktı” diyerek onunla övünmeyi hepsi istemektedir.

Dış görünüşün önemi ve Ebeveyn-çocuk ilişkisi şu şekilde işlenmiştir:

Dizinin babası Fehmi oğlu Çağatay’ın tartışmaktadır. Çağatay’ın saçları uzundur ve bu uzunluk babasının hoşuna gitmemektedir. Fehmi oğluna, uzun saçın, kişiyi hovarda gösterdiğini, saygısızlığın bir göstergesi olduğunu, bu dış görünüşle iş bile bulamayacağını ve anca başıboş bir halde dolaşacağını ağır bir dille ifade etmiştir. Oğlunun dış görünüşünden dolayı kişiliği hakkında yanlış düşüncelere sebebiyet vermesini istememektedir. O yüzden biran önce saçını kestirmesi gerektiğini söylemiştir. Fakat Çağatay, babasına karşı çıkmıştır. Kestirmek istemediğini çünkü uzun saç çok sevdiğini söylemiştir. Babasına yaptığı konuşma ise şu şekildedir: “Ben sizin kıyafetinize, düğünüze, işlerinize, size ait ne varsa her şeye karışmıyorsam siz de bana karışmayın nasıl ki o sizin hayatınızsa bu da benim hayatım.” Her insan kendi hayatına sahip çıkması gerektiğini belirtmiştir.

Kanal D'nin 20.05.2014 tarihli Küçük Ağa dizisinin 17. Bölümünde “aile birlikteliğinin önemi”, “beden dilinin önemi”, “kişiliğın önemi” ve “iş ahlakı” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden ***aile birlikteliğinin önemi*** şu şekilde ele alınmıştır:

Mehmetcan fotoğraf çekmeye merak salmıştır. Aslında fotoğraf çekmesi onun bir ödevidir. Ama bu ödev onun sevdiği bir şeyin ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Öğretmeni, bir albüm yapmalarını istemiştir. Mehmetcan da albümün adını “kendi belgeselim” koymaya karar vermiştir. Bunun nedenini soran babasına ise Mehmetcan'ın cevabı şu şekilde olmuştur: “Bir tane çocuk var. Hayatı hep özlemekle geçiyor. Ya annesi yanında ya babası. Birine kavuşsa diğerine hasret kalıyor. Bu yüzden adını öyle koydum.” Oğlunun bu sözleri karşısında Ali dağılan ailesinin Mehmetcan üzerindeki etkisiyle yüzleşmiş ve onun ne kadar haklı olduğunu anlamıştır.

Beden dilinin önemine ise şu şekilde değinilmiştir:

Mehmetcan'la birlikte Sinem'in evine giden Ali, oğlunun fotoğraf ödevi için pozlar vermeye başlamıştır. Bu pozlardan biri de Mehmetcan'ın isteğı üzerine Sinem'le çekilen bir karedir. Mehmetcan öyle bir kare yakalamıştır ki o bakışlar birbirine hala âşık iki çifti göstermektedir. Bu fotoğrafları sınıf arkadaşı Derya'ya atmasıyla Başak görmüştür. Başak hem Derya'nın annesi, hem de Ali'nin sevgilisidir. Bu fotoğrafları gören Başak, Ali ile Sinem'in ruhen boşanmadıklarını anlamış ve Ali ile konuşmaya karar vermiştir. Buluştukları zaman Ali'ye: “Kimse kimsenin zoruyla birine böyle bakamaz. O bakışlar hakiki. Yanlış olan ise benim o bakışların arasına girmem” diyerek Ali'den ayrılma kararı almış ve bunu ona açıklamıştır.

Kişiliğın önemine ise şu şekilde değinilmiştir:

Sinem'in komşusuna gelen, çocuk esirgemedenden görevliler, sahipsiz bir çocuğı evlat edinmek isteyen, evlat hasretiyle yanıp tutuşan bu çiftin karşısında, kurulun kararının olumsuz olduğunu, çocuğı almak zorunda olduklarını açıklamışlardır. Nedeni de Mahmut'un kötü bir kişiliğे sahip olup çocuklara iyi davranmadığının araştırmalar sonucunda ortaya çıkmış olmasıdır. Çocuğа bu kadar alışmışken

Mahmut'un kişiliği, davranışları onu kaybetmesine sebep olmuştur. Bunu duyan Mehmetcan çok üzölmüş ve hemen karakola koşmuştur. Oradaki amirle yakın ilişkisinden dolayı, durumu rahat bir şekilde anlatmış ve yardım istemiştir. İkiisi birlikte çocuk esirgemeye gitmişlerdir. Mehmetcan, Mahmut amcasının ne kadar iyi bir insan olduğunu, onun çocukları çok sevdiğini ama geçmişte onu kendisinin bu hale getirdiğini anlatmıştır. Daha sonra ise kendi ailesinin ayrı olduğunu bundan dolayı da çok mutsuz olduğunu, böyle bir hayat sürmenin çok zor olduğunu belirtmiştir. Konuşmaları işe yaramış ve çocuk yeni ailesine teslim edilmiştir.

Arabada çekilen başka bir sahnede Sinem, Volkan ve Mehmetcan beraber yemeğe gitmektedirler. O sırada babasını arayan Mehmetcan, durumu anlatınca Ali telefona Sinem'i istemiştir. Ali, Sinem ile Volkan'dan dolayı kavga etmiştir. Buna üzülen Mehmetcan eve geçtiklerinde annesine, bir daha babasıyla yabancıların yanında kavga etmemesi gerektiğini, yabancıların babasını kötü tanıyacağından korktuğunu üzülererek dile getirmiştir.

İş ahlaki ise şu şekilde işlenmiştir:

Ali'nin şirketi bir reklam çekimi için helikopter kiralamıştır. Fakat görüntü yönetmeninin son anda uçma korkusu olduğu anlaşılmıştır. Helikopter uçamayacak ve çekim gerçekleştiremeyecektir. Hal böyle olunca müşterinin isteği karşılanamayacaktır. İşine sımsıkı bağlı olan Ali kamerayı alıp helikoptere kendi binmiştir. Çünkü üç gün sonra reklam çekiminin yayına girmesi gerekmektedir. Müşteriyi yarı yolda bırakmamak için Ali bu yolu seçmiştir. Fakat işler yolunda gitmemiştir. Kimse Ali'ye ulaşamamaktadır. En son helikopterin teknik bir sıkıntıdan dolayı düştüğü ve içinde bulunan iki kişiden haber alınamadığı televizyon haberlerinde yayınlanmıştır.

Star Tv'nin 23.05.2014 tarihli Medcezir dizisinin 35. Bölümünde “Anneler Gününün önemi”, “dış görünüşün önemi”, “dostluk”, “sosyal medya” ve “çarpık ilişkiler” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden ***anneler gününün önemi ve dış görünüşün önemi*** şu şekilde ele alınmıştır:

Herkesin annesine çiçekler alıp, sürprizler yaptığı anneler gününde Eylül, Mira'yla birlikte mezarlığa gitmiştir. Eylül, Mezarın başında ağlayarak annesini ne

kadar özlediğini söylemiştir. Bu sırada Altınkoy'da –hepsinin yaşadığı yerin adı– anneler günü için özel piknik düzenlenmiştir. Bu her sene yapılan bir organizasyondur. Bütün Altınkoy oradadır. Mangallar yakılmış, oyunlar oynanmıştır. Annelere kendileri özel hissettirilmiştir. Herkes pikniğe özenle seçilen kıyafetlerle şık bir biçimde gelmiştir. Dolayısıyla dikkatler de bu özenle seçilen kıyafetlere, takılara, saçlara çevrilmiştir. Dış görünüşten herkesin zengin olduğu kanısına varılmaktadır. Giyimine özen göstermeyen kişilerin ise zaten içlerinden olmadığı anlaşılmaktadır.

Dostluk ise şu şekilde işlenmiştir:

Altınkoy'a giderken araba süren Mira aniden fenalaşmış, direksiyonu Eylül'e bırakmıştır. Mira'nın beyninde oluşan rahatsızlık, yaşananların da etkisiyle daha da ilerlemiştir. Eylül, arkadaşına elinden geldiğince destek olmaktadır. Mira'nın yaşadığı her sorunda yanındadır. Bir an bile yalnız bırakmamaya çalışıp Mira'yı ailesinden önde tutmaktadır. İkisi de birbirine iyi gelmektedir. Dostlukları ikisi için de çok önemlidir. Mira'nın bu hastalığı sebebiyle babası Faruk, Yaman'la konuşmuştur. Mira'yı buradan bir süreliğine uzaklaştırmak, Amerika'ya göndermek istediğini söylemiştir. Bu konuda da Mira'yı ikna edebilecek tek kişi ona göre Yaman'dır. Çünkü Mira Yaman'a olan aşkıdan dolayı gitmek istememektedir. Yaman da istemez ama onun için de Mira'nın sağlığı her şeyden önemlidir. Eylül için de Mira'nın dostluğu çok önemlidir ama o da onun sağlığını düşünmektedir. Mira ise bu fikre şiddetle karşı çıkmaktadır. Çünkü insanın sevdikleriyle, dostlarıyla her şeyi aşabileceğine inanmaktadır.

Sosyal medya konuların içinde şu şekilde işlenmiştir:

Anneleer Günü için verilen piknikte herkes eğlenirken, babasıyla ve üvey annesiyle sorun yaşayan Eylül o ortamın atmosferiyle aradaki buzları eritmiştir. Onlarla eğlendiği bir sırada makinesini çıkarmış ve kendilerinin fotoğrafını çekmiştir. Aynı zamanda da yeni çıkan fotoğraf makinesinin bir nevi reklamı yapılmıştır. Çektiği resmi bloguna koyacağını söyleyen Eylül yaşadığı her olayı anında sosyal medyada paylaşmaktadır.

Çarpık İlişkiler yani ahlaki değerlere uygun olmayan ilişkilere ise şu şekilde değinilmiştir:

Kenan’la Sude’nin ilişkisi olduğunu kulaktan kulağa yayılan laflarla öğrenen Mira hayal kırıklığına uğramıştır. Biri annesi diğeri ise sevgilisinin abisidir ve annesi Kenan’dan yaşça büyüktür. Bir akşam onları sahildeki barakada yakalamıştır. Sinirle camlara taş atıp oradan hızlıca uzaklaşmıştır. Kenan bu arada Mira’yı görmüştür. Mira’nın artık haberi olduğunu öğrenen Sude bu işe artık bir son vermesi gerektiğinin farkına varmıştır. Bunun üzerine Sude, Kenandan ayrılmıştır. Büyük iş adamı Asım Şekip Kaya ile yeni bir ilişkiye başlayıp dikkatleri bu şekilde çekmeyi planlamıştır. Kenanla birlikte tüm Altınkoyun kokteylde olduğu bir akşam, Asım Şekip Kaya ile el ele gelip evlenme kararlarını açıklamıştır. Bu sefer Sude için amaç para değil yanlış bir ilişki yaşadığı Kenan’ı unutmaktır.

Tablo-12: Dizilerde İşlenen Ortak Konuların Karşılaştırılması

<i>19.05.2014 / 23.05.2014</i>		
<i>Diziler</i>	<i>Ebeveyn-Çocuk İlişkisi</i>	<i>Dış Görünüşün Önemi</i>
Çocuklar Duymasın	*	
Seksenler	*	*
Küçük Ağa		
Medcezir		*

Mayısın üçüncü haftasında “ebeveyn ve çocuk ilişkisini” Seksenler ve Çocuklar Duymasın dizisi diğer konularla birlikte ele almışken, “dış görünüşün önemine” ise yine Seksenler dizisiyle Medcezir değinmiştir. Küçük Ağa ise aynı hafta diğer dizilerle ortak bir konu işlememiştir.

Tablo-13: Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa, Medcezir Dizilerinin 2014 Yılı Mayıs Ayının 4. Haftasında Yayınlanan Bölümlerinin İncelenmesi

<i>26.05.2014 / 30.05.2014</i>					
<i>Dizi Adı</i>	<i>Dizinin Türü</i>	<i>Çekilen Şehir</i>	<i>Yayınlanan Kanal</i>	<i>Yayın Süresi</i>	<i>İşlenen Konu</i>
Çocuklar Duymasın	Aile Komedi	İstanbul	Fox Tv	94 dk.	*Okumanın önemi *Emeğin değeri *Yardımseverlik *İletişimin önemi
Seksenler	Aile Komedi Nostalji	İstanbul	Trt1	108 dk.	*Kuşak Çatışması *Komşuluğun önemi *Geçim sıkıntısı
Küçük Ağa	Aile Komedi	İstanbul Şanlıurfa	Kanal D	91 dk.	*Umut *İş ahlakı
Medcezir	Gençlik Drama	İstanbul	Star Tv	114 dk.	*Çarpık İlişkiler *Aşk *Sosyal medyada (sosyal) alışveriş

Fox Tv'nin 26.05.2014 tarihli Çocuklar Duymasın dizisinin 137. Bölümünde “okumanın önemi”, “emeğin değeri”, “yardımseverlik” ve “iletişimin önemi” konuları işlenmiştir. İşlenen konular arasında **okumanın önemi** şu şekilde aktarılmıştır:

Komşuları Tansel ile İdil'in kızı Ece'ye âşık olan Emre, onunla bir an önce evlenmek istemektedir. Haluk ve Meltem'in cevabı ise şu şekilde olmuştur:

“Okumayana ne iş var, ne de eş. Önce okul bitecek.” Emre’yi karşılarına alıp okumanın ne kadar önemli olduğunu, bütün hayatının ona göre şekilleneceğini bu yüzden kendisinin de buna önem vermesini öğütlemişlerdir. Bu konuşmadan sonra Emre derslerine sınıksız tutunmayı, okulu vaktinde bitirmeyi ve böylece de istediği kişiyle bir hayat kurmayı planlamaktadır.

Emeğin değeri ise şu şekilde aktarılmıştır:

Hazine peşine düşüp ucuz yoldan para kazanmak isteyen çaycı Hüseyin’e karısı Emine’nin cevabı: “En büyük hazine insanın emeğiyle kazandığıdır” olmuştur. Kolay yoldan değil alın teriyle para kazanması gerektiğini vurgulamıştır.

Yardımseverlik ve iletişimin önemi şu şekilde işlenmiştir:

Haluk ile Meltem’in kızı Duygu düğün cd’sini kaybetmiştir ve evin her köşesinde onu aramaktadır. Fakat o kadar aramasına rağmen bulamamıştır. Eve gelen eskiciye hiçbir para karşılığı olmadan evdeki eski eşyaları veren Haluk ile Meltem bir de iyi kötü çalışan bir bilgisayar vermişlerdir. Buna çok sevinen eskici, gittiği zaman içinde bir cd olduğunu fark etmiş ve geri getirmiştir. O cd de Duygu’nun arayıp da bulamadığı düğün cd’sidir. Haluk ve Meltem’in eskiciyle güzel iletişimde bulunup, ona iyi bir şekilde davranmaları, eskiciyi tekrar oraya getirmiştir.

Trt1’in 27.05.2014 tarihli Seksenler dizisinin 109. Bölümünde “kuşak çatışması”, “komşuluğun önemi” ve “geçim sıkıntısı” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden ***kuşak çatışması*** şu şekilde ele alınmıştır:

Ahmet ile Gülden düğün istememekte onun yerine sade bir nikâh ve Almanya’da balayını tercih etmektedirler. Bu duruma sinirlenen ve üzülen de aileleri olmuştur. Çocuklarının düğününü hakkıyla yapmak isteyen aileler Ahmet ile Gülden’i ikna etme çabalarına girişmişlerdir. Eş dost çağırılacak bu mutlu gün tüm çevreyle paylaşılacaktır. Aksi takdirde tüm herkese mahcup olunacağı düşünülmektedir. Aileler için gelenekler önemliyken Ahmet ile Gülden için beraber çıkacakları tatil daha önemlidir. Bu konuda iki taraf da birbirini anlamamaktadır.

Komşuluğun önemi ve geçim sıkıntısı şu şekilde işlenmiştir:

Mahalle sakinlerinden Susmuş kaçırılmıştır. Herkesin tahmin ettiği üzere Susmuş'u, yeğenini ondan geri almak isteyen kayını kaçırmıştır. Kaçıran kişi, kardeşinin ölümünden de Susmuş'u sorumlu tutmaktadır. Susmuş'un oraları terk etmesini ve kızı ona geri vermesini istemektedir. Ne kadar işkence yapılsa da Susmuş konuşmamaktadır. Susmuş için tüm mahalle seferber olmuştur. Susmuş'un yeri artık tespit edilmiştir. Hayati tehlike arz eden görevlerde üç maaş ikramiye olduğunu öğrenen bekçi ise geçim sıkıntısında olduğundan dolayı Susmuş'u kurtarmaya ekiplerle birlikte gitmeye karar vermiştir. Tek derdi ailesini daha iyi geçindirmektir ve bunun için gittiği baskın yerinde neredeyse canından oluyordur. Bekçi Bekir vurulmuştur. Tüm komşular ailesi için canını tehlikeye atan Bekçi Bekir'e hem kızmakta hem de sıkıntısının büyük olduğunu anlayarak onun için üzülmedirler.

Kanal D'nin 27.05.2014 tarihli Küçük Ağa dizisinin 18. Bölümünde "umut" ve "iş ahlakı" konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden **umut** şu şekilde ele alınmıştır:

Ali'nin helikopter kazası sonucu kaybolması bütün aileyi perişan etmiştir. Haberi televizyondan duyan herkes olay yerine koşmuştur. Jandarma, deniz altı ekibi, görevliler, arama kuvvetleri hepsi Ali'yi aramaktadır. Ali'nin öldüğünü düşünenlere Ali'nin arkadaşı Bülent'in cevabı: "Ali kayboldu, hala kayıp, onun dışında bir şey olursa ben buna inanmam, siz de inanmayın." olmuştur. Hiçbir zaman umudun kesilmemesi gerektiğini tüm herkese anlatmıştır.

İş ahlakı şu şekilde işlenmiştir:

Uzun bir bekleyişten sonra önce pilot sonra Ali bulunmuştur. Pilot yaşıyordu fakat Ali'yi hemen ambulansa almışlardır. Ambulansın arkasından giden ailesi ise Ali'nin ne durumda olduğundan habersizdir. Hastaneye vardıklarında Ali'yi morga aldıklarını görünce bütün aile darmadağın olmuştur. Doktor olan Sinem, gözyaşları içinde Ali'yi öperken kalbinin attığını hissetmiştir. "Yaşıyor!" diye haykırırken hemen kendi çalıştığı hastaneyi arayarak durumu anlatmış ve Ali'ye steril bir oda hazırlanmasını istemiştir. Ali'yi bir an için kaybettiğini sanan Sinem hastanedekilere bağırarak doktorun, hemşirelerin nasıl bir canı kaderine terk ettiklerine inanmamıştır.

Star Tv'nin 30.05.2014 tarihli Medcezir dizisinin 36. Bölümünde “çarpık ilişkiler”, “aşk”, “sosyal medya” konuları işlenmiştir. İşlenen konular dizisinden **çarpık ilişkiler** şu şekilde ele alınmıştır:

Sude'nin ani evlilik kararından en çok etkilenen doğal olarak Kenan olmuştur. Kendini kullanılıp bir kenara atılmış gibi hissetmektedir. Bu yüzden umursamaz gibi davranırsa da aslında bu kararı duyduktan sonra yıkılmıştır. Herkeste şok etkisi yaratan bu evlilik kararı iki tarafın ailesinde gergin anlar yaşatırken Mira'nın arkadaş çevresinde ise dedikodu malzemesi olmuştur. Sude'yle Asımın yaptıkları evlilik sözleşmesinde Sude'nin hiçbir talepte bulunmaması Asım'ın kızlarını şaşırtmıştır. Çünkü Sude için para her şeyden önemlidir ve bunu da herkes biliyordur.

Aşk şu şekilde işlenmiştir:

Herkesin gündemi Yaman'ın doğumgünü olmuştur. Tüm arkadaşları onun için koşturmakta, Serezler'in evinde bir parti yapmayı planlamaktadır. Sude ile Kenan olayından dolayı Yamanla araları bozuk olan Mira, Amerika'ya gitmesine sayılı günler kaldığı için bu kırgınlığı uzatmamaya karar vermiştir. Yamanla bir akşam yemeğine çıkmışlardır. Gittikleri yer çok lüks bir mekandır. Duygu dolu anlar geçirmişlerdir. Ama aynı zamanda ikisi için de çok zor bir gece olmuştur. İlişkiyi uzaktan nasıl yürüteceklerini konuşmuşlardır. İkisi de birbirinin hayatına başka birinin girmesinden korkmaktadır. Bu sırada Yaman'ın doğum günü hediyesini bu gece vermeyi planlayan Mira cebinden kutuyu çıkarmıştır. Yaman, kutuyu açtığı anda içinde bir uçak bileti olduğunu görmüştür. Çok sevindiğini ama kabul edemeyeceğini belirtmiştir. Mira ise çekineceği kişinin en son kendisi olduğunu söyleyip, kızmış ve bileti yırtmıştır. Aslında Yaman da gitmeyi çok istemektedir ama geri kalan masraflara harcama yapacak maddi gücü yoktur. Yaman'a çok aşık olup onsuz gitmek istemeyen Mira ise hayal kırıklığına uğramıştır.

Çarpık ilişkilerin diğer konular içerisinde şu şekilde işlenmesine devam edilmiştir:

Sonunda Sude ve Kenan buluşmuştur. Kenan dik durmaya çalışmış ve ikisi de birbirine soğuk davranmıştır. Sude, Kenan'a tazminat adı altında para uzatmıştır. Buna çok sinirlenen Kenan belli etmemiş ve Sude de kendini değersiz hissetsin diye

parayı kabul etmiştir. Tam ayrılırlarken Asım Şekip Kaya onları görmüş ama Sude ile Kenan farketmemiştir. Asım Şekip Kaya tarafında her şey anlaşılmıştır.

Sosyal medyada (sosyal) alışveriş ise şu şekilde gösterilmiştir:

Arkadaşlar arasında Yaman’a ne hediye alacağı konuşulurken Eylül kendisinin hediyeği internetteki bir siteden aldığını, o sitedeyken telefonu salladıkça puanlar kazandığını ve biriktirdiğini, o puanlarla da alışveriş yaptığını söylemiştir. Ama önce o uygulamanın mobil telefona indirilmesi gerektiğini orada bulunan herkese anlatmıştır.

Son olarak, Yaman’ın doğum günü gecesi gelmiştir. Serezler’in evinde büyük bir parti verilmiştir. Herkesin neşesi yerindedir. Hayatında ilk defa böyle bir ana şahit olan Yaman ise şaşkınlık içerisinde. Hayatının en kötü anında Selim Serez’in karşısına çıktığını bundan dolayı çok şanslı olduğunu belirtmiştir. Önce baba gibi sevdiği Selim Serez’e, sonra ona oğlum diyen Ender Serez’e ve kardeş yerine koyduğu Mert Serez’e teşekkürlerini sunmuştur. Yaman için hiçbir zaman unutamayacağı bir gece olmuştur. Hiçbir sorun yaşanmaması için her şey en ince ayrıntısına kadar düşünülmüşken büyük bir problem çıkmıştır. Asım Şekip Kaya alkollü bir halde partiye gelmiş önce Yaman’ı alaycı bir tavırla tebrik etmiş sonra Kenan’la kavgaya girişmiştir. Amacı ise kimsenin bilmediği Sude olayında Kenan’dan intikam almaktır. Hep ince zekâsını kullanan Asım Şekip Kaya bu sefer kaba kuvvete başvurmuştur. Yaman’ın gecesi ve ona göre tüm hayatı bundan böyle mahvolmuştur.

- Mayısın son haftasında Çocuklar Duymasın, Seksenler, Küçük Ağa ve Med Cezir dizileri birbirleriyle ortak bir konu işlememiştir.

5.9.2. Dizi İçeriklerinin Çözümlemesi

Çocuklar Duymasın dizisinin temel anlatı biçiminin aile olduğundan ve gülme efektleriyle komedi unsurlarını da barındırdığından dolayı “aile ve sitcom”, Seksenler geçmiş dönem ile bugünü karşılaştırdığından ve bir döneme ışık tuttuğundan “dönem” Küçük Ağa’da aile-çocuk ilişkisinin işlenmesiyle “aile”

Medcezir ise daha çok gençlerin hayatlarını ele aldığından dolayı “gençlik” dizileri olarak kategorilendirilmiştir.

Popüler kültür ve kişilik ilişkisini anlamlandırmada örnekleme alınan dizilerde kullanılan simgeler, sözcükler ve bunların kişiler üzerindeki etkilerini ilişkilendirebilmek amacıyla pragmatik açıdan göstergebilim yöntemiyle incelenmiştir. Maddi (yaşamsal gerçeklikler, teknolojik ürünler, kullanılan mekanlar, ekonomi vb.) ve psiko-sosyal (inançlar, gelenek-görenekler, temsiller vb.) öğeleri işleyen içerikleriyle diziler aile, gençlik ve dönem türleri olarak kategorileştirilerek çıkarılan tablo doğrultusunda çözümlenmiştir. Dizilerdeki diyalogların aslında ne tür alt mesajlarla yüklü olduğu bu mesajlarla nasıl tutum ve davranış değişikliği yaratıldığı, kişiliklerin nasıl biçimlendirildiğini ortaya koymak amacıyla düz anlam (bir sözcüğün doğrudan, akla gelen ilk anlamı), yan anlam (sözcüğün temel anlamıyla benzer, yakın anlam), metonomi/düz değişmece (bir bütüne parçasıyla gönderim yapmak), metafor/eğretileme (bir şeyi başka bir şeye benzeterek anlatma) kullanılarak diyaloglar ve kullanılan simgeler anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Tablo 14: Dizilerin mayıs ayında yayınlanan bölümlerinin maddi göstergelerle çözümlenmesi

GÖSTERİLEN	GÖSTEREN			
<i>Maddi</i> <i>Göstergeler</i>	<i>Çocuklar Duymasın</i> <i>(Aile, Sitcom)</i>	<i>Seksenler</i> <i>(Dönem)</i>	<i>Küçük Ağa</i> <i>(Aile)</i>	<i>Medcezir</i> <i>(Gençlik)</i>
Yaşamsal Gerçekliğe Vurgu Yapan Çağrışımlar, Diyaloglar (Eğitim, sağlık vb.)	- “İnsan Sevdiği Şeyi Yapmalı.” (Eğitim) - “Brad Pitt gazeteci, Ferhat Göçer doktor olmasına rağmen ikisi de sevdiği alanda ilerlemiş.” (Eğitim) - “Gençsiniz, böyle	- “Oku, bizim gibi olma.” (Eğitim)		-“Mira’nın sağlığı için yurtdışına gitmesini istiyorum” (Sağlık)

	düşünmeniz çok normal ileride binalar dikip, davalar kazanınca iyi ki ailemi dinlemişim diyeceksiniz.” (Eğitim) - “Hayatı yağlı boya gibi düşünün tablo sizin elinizde. Nasıl şekillendireceğiniz ise siz kalmış.” (Eğitim) - “Orçun’u psikoloğa götürmemiz gerek.” (Sağlık) - “Çocuklar sevgiye açlardır, ailelerinden bunu hep duymak isterler. Çocuğa senden bıktım değil, davranışlarından hoşlanmıyorum demeniz daha doğrudur.” (Eğitim) - “Okumayana ne iş var ne de eş.” (Eğitim)			
Ekonomiye, Paraya, Mevkiye Vurgu Yapan Çağrışımlar, Diyaloglar	- “En büyük hazine insanın kendi emeğiyle kazandığıdır.” (Para)	- “Pahalı eti sen pişir kasap bahtiyar” (Para) - “İnsan mevki, makam sahibi olunca bazı	- “Hiç benden oy bekleme. Küs olduğumuz için değil oyları parayla satın aldığın için” (Para)	

		şeylere duyarsız kalabiliyor” (Mevki) - “Ailemi daha iyi geçindirebilme k için tehlikeli görevlerde yer alıp, ikramiye almalıyım.” (Para)		
Teknolojik Ürünlere Vurgu Yapan Çağrışımlar	*Emre’nin ilk yıllarda cep telefonu şimdilerde ise araba istemesi			*Yeni çıkan fotoğraf makinesi gösterimi, telefondan alışveriş yapma kolaylığı vb.
Kullanılan Objelerle Maddi Durumun anlaşıldığı göstergeler	*Kullanılan ev eşyaları, giyilen kıyafetler (dış görünümlere verilen önem), telefon markaları vb.	*Odun Sobası *Banyo kazanı *Tüplü televizyon *Merdaneli Makine vb. *Kızaklı teyp	*Kullanılan dekorlar, giyilen kıyafetler (dış görünümlere verilen önem), araba, telefon gibi ürün markaları vb.	*Altınkoy’da yaşayan herkesin oturduğu villalar, evlerin dekorları, kıyafetler (dış görünümlere verilen önem), telefon ve araba markaları vb.

Mekan Olarak Daha Çok Evin Kullanımıyla Aile Bağlılığına Vurgu Yapan Çağrışımlar	*Yemek masasında ailecek yenen yemekler *Herkesin salonda bir araya gelmesi.	*Yemek masasında ailecek yenen yemekler *Herkesin salonda bir araya gelmesi		
Beden Dilinin Öneminin ve Dış Görünüşün Yansıttığı Çağrışımlar, Diyaloglar		-“ Uzun saç kişiyi hovarda gösterir. Çevreye karşı saygısızlıktır”(Dış görünüş)	-“Kimse kimsenin zoruyla birine böyle bakamaz. Bu bakışlar hakiki” (Beden Dili/Bakışlar)	-“Her güzelin bir hikayesi vardır” (Dış Görünüş)

ANLAMLANDIRMA

Çocuklar Duymasın dizisinde, yaşamsal gerçeklere dair göndermelere sıkça yer verildiği görülmektedir. Diyaloglar incelendiğinde bu göndermelerin daha çok eğitim üzerinden olduğu görülmektedir. Mayıs ayının ilk haftasında yayınlanan bölümünde Meltem karakterinin, oğlu Emre’ye “İnsan sevdiği şeyi yapmalı” repliğiyle Emre’nin müziğe olan ilgisini savunan modern annelik rolü vurgulanmaktadır. Haluk’un ise “Gençsiniz, böyle düşünmeniz çok normal ileride binalar dikip davalar kazanınca iyi ki ailemi dinlemişim diyeceksiniz” repliğiyle Emre’nin sanattan çok eğitimiyle ilgilenmesini isteyerek geleneksel baba rolü vurgulanmıştır. Emre’nin cevabı ise, “Brad Pitt gazeteci, Ferhat Göçer doktor olmasına rağmen ikisi de sevdiği alanda ilerlemiş” olmuştur. Buradaki alt mesaj, kişi farklı bir alanda eğitim almış olsa da kendi sevdiği alanda ilerleyerek başarıyı yakalayabileceği ve toplum tarafından o kimliğiyle öne çıkabileceği olmuştur. Emre’nin enstrümanı gitar düz anlamsal olarak müzik aletine, yan anlamsal olarak da yüksek kültüre bir gönderme olmuştur. Emre konuşma sonrasında babasına hak vermiştir. Okulunu bitirmeye karar vermesiyle, Meltem’in modern annelik vurgusu kırılmıştır.

Haluk’un “Hayatı yağlı boya gibi düşünün, tablo sizin elinizde, nasıl şekillendireceğiniz ise size kalmış” repliğiyle hayat bir yağlı boyaya benzetilerek aralarında metaforik bir ilişki kurulmuştur. Verilen alt mesaj ise, kişinin hayatının ne şekilde ilerleyeceğine yine kişinin kendi karar vermesi olmuştur. Kişi hayatına kendi

eliyle şekil verecektir. Emre'nin kendi yolunu çizmesini isterken, kendi bölümü olan inşaat mühendisliğini mutlaka bitirmesini de isteyerek geleneksel baba rollerini devam ettirmektedir.

Mayıs ayının üçüncü haftasında Gönül'ün "Orçun'u psikoloğa götürmemiz gerek" repliğiyle sağlık konusunda yaşamsal gerçekliğe vurgu yapılmıştır. İdil'in "Çocuklar sevgiye açlardır. Ailelerinden bunu hep duymak isterler. Çocuğa senden bıktım değil, davranışlarından hoşlanmıyorum demeniz daha doğrudur" repliğiyle anne-çocuk eğitime vurgu yapılmıştır. Buradaki açlık ifadesinden, düz anlamsal olarak bir şey yememe durumunda oluşan his, yan anlamsal olarak duygu eksikliği anlaşılmaktadır. Mayısın son haftasında yayınlanan bölümde Haluk'un, Emre'ye "Okumayana ne iş var ne de eş" repliğiyle yine yaşamsal gerçeklikten eğitime vurgu yapılmıştır. Haluk'un geleneksel baba rolü kırılmadan, tekrarlanmaktadır. Aynı zamanda "okumayana" ifadesinde parça-bütün ilişkisi kurularak metonomik açıdan öğrenim görmeyen bütün gençlere gönderme yapılmıştır.

Paraya vurgu yapan çağrışımlardan Emine'nin "En büyük hazine insanın kendi emeğiyle kazandığıdır" repliği olmuştur. Buradaki alt mesaj, kişinin alın teriyle kazandığı paranın her şeyden değerli olduğudur.

Teknolojiye yapılan vurgu olarak Emre'nin önceki yıllarda telefon büyüdükten sonra ise araba istemesi izleyiciye sürekli "Telefon al, Araba al" alt mesajını göndermekte olduğu söylenebilmektedir.

Kullanılan objelerle maddi durumun anlaşıldığı göstergeler ise sosyo-ekonomik durum hakkında bilgi vermektedir. Dış görünüşe verilen önemden, kullanılan telefon markalarına, evin iç dizaynına kadar her şey zenginliğin göstergesi olmuştur. Ayrıca kullanılan objeler dizi karakterlerinin zevklerini de izleyiciye göstermektedir.

Mekan olarak daha çok evin kullanılması, yemek masasında ailecek yenen yemekler, herkesin salonda bir araya gelmesi yine gelenekselliğe yapılan vurgulardır. Dizide Amerikanvari bir ortam yaratılmış olarak görülse de aslında Türk gelenek ve görenekleri mizahi bir dille izleyiciye aktarılmaktadır. Şu yönden bakıldığında ise

örneğin eve ayakkabıyla girilmesi görüntüsü Türk toplumuna özgü değildir. Yer yer gelenekselliğin kırıldığı görülmektedir.

Maddi öğelerin daha çok dizideki kadın karakterler tarafından kullanıldığı görülmüştür.

Seksenler dizisinde mayıs ayında yayınlanan bölümler sınırında yaşamsal gerçekliğe vurgu yapan göndermelerin Çocuklar Duymasın dizisine göre daha az yapıldığı görülmektedir. Mahalle esnafının “Oku, bizim gibi olma” repliği eğitimin önemine vurgu yapmaktadır. “Bizim gibi” ifadesinde parça-bütün ilişkisi kurularak metonomik açıdan bakıldığında, ev geçindirebilmek için var gücüyle çalışıp yine de mesleğinden ötürü yeterli parayı kazanamayan herkese gönderme yapılmıştır. Alt mesaj ise, iyi bir hayata sahip olabilmenin, okumaktan geçtiği olmuştur.

Paraya ve mevkiye vurgu yapan diyaloglardan, evin annesi Rukiye’nin “Pahalı eti sen pişir kasap bahtiyar” repliği et fiyatlarının yüksek oluşuna gönderme yapmaktadır. Belediye başkanının “İnsan mevki, makam sahibi olunca bazı şeylere duyarsız kalabiliyor” repliğinde ise alt mesaj, yüksek mevkilere gelinse de yaşanan çevrenin ihmal edilmemesi gerektiği yönünde olmuştur. Mahalle bekçisi Bekir’in “Ailemi geçindirebilmek için tehlikeli görevlerde yer alıp, ikramiye almalıyım” repliği ise bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı fazla olan kişilerin bulunduğu konumda, maddi durumların kötü olduğuna dair gönderme yapılmıştır.

Seksenler, teknolojinin daha yeni gelişmeye başladığı dönemler olduğundan dolayı, teknolojiye yapılan vurgulara mayıs ayı içerisinde rastlanılmamıştır.

Kullanılan ev eşyalarından, odun sobası, banyo kazanı, tüplü televizyon, merdaneli makine, kızaklı teyp gibi ürünlerle hem seksenler dönemi yaşatılmakta hem de o dönemlerde sosyo-ekonomik düzeyin pek de iyi olmadığı vurgusu yapılmaktadır.

Çocuklar Duymasın dizisinde olduğu gibi mekan olarak daha çok ev ortamı kullanılmıştır. Hep beraber sofrada yemek yenmesi gerektiği, salonda tüm ailenin birlikte oturmasıyla geleneksel aile yapısına vurgu yapılmıştır.

Dış görünüşün yansıttığı diyaloga bakıldığında, evin babası Fehmi'nin oğluna, "Uzun saç kişiyi hovarda gösterir. Çevreye karşı saygısızlıktır" repliğiyle "uzun saç" simgesi hem "hovarda" ile hem de "saygısızlıkla" ilişkilendirilmiş, bir göstergeler dizgesi oluşturulmuştur.

Maddi öğelerin daha çok dizideki erkek karakterler tarafından kullanıldığı görülmüştür.

Küçük Ağa dizisinde, mayıs ayında yayınlanan bölümler sınırında yaşamsal gerçekliğe dair öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır. Çocuk karakterlerden Derya'nın "Hiç benden oy bekleme. Küs olduğumuz için değil oyları parayla satın aldığın için" repliğiyle paranın gücüne vurgu yapılmıştır.

Teknolojik ürünler kullanılsa da teknolojiye dair öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.

Genelde dört ev ortamının (Ali'nin, Sinem'in ve ailelerinin) gösterildiği dizide evlerin dekorları, karakterlerin kullandığı telefon ve araba markaları, dış görünüşlere verilen önemle hem sosyo-ekonomik düzeylerin iyi olduğu anlaşılmakta hem de yansıttıkları kültürlerinin birer göstergesi olmaktadır.

Beden dilinin öneminin yansıtıldığı diyaloga bakıldığında Başak'ın, Ali'ye "Kimse kimsenin zoruyla birine böyle bakamaz. Bu bakışlar hakiki" repliğinde bakışlar, aşk ile ilişkilendirilmiştir. Bakışlar, beden dilini yansıttığından vurgu bu yönde yapılmıştır.

Küçük Ağa dizisinde, Çocuklar Duymasın ve Seksenler dizisine oranla daha az maddi göstergeler kullanılmıştır.

Medcezir dizisinde mayıs ayında yayınlanan bölümler sınırında yaşamsal gerçekliğe ve ekonomiye, paraya dair pek vurgu yapılmamıştır. Başrol oyuncularından Faruk'un "Mira'nın sağlığı için yurt dışına gitmesini istiyorum" repliğiyle sağlığın önemine vurgu yapılmıştır. Ayrıca gelenekselliğin pek yansıtılmadığı dizide bu replik geleneksel baba rolüne gönderme yapmıştır.

Mira'nın mayıs ayında yayınlanan ilk bölümünde yaptığı bir konuşmada da bir simgenin anlamı başka simgelere yüklenerek farkındalık yaratılmıştır: “Kavuşma, bizim geri almak istediğimiz özgürlüğümüz olabilir, korkarak beklediğimiz bir yüzleşme, her baktığımızda sevdiğimizle göz göze gelebilmek” Burada kavuşma simgesi, özgürlük, yüzleşme ve sevgiyle ilişkilendirilmiş bir göstergeler dizgesi oluşturulmuştur.

Teknolojik ürünlerin yoğun olarak kullanıldığı dizide yeni çıkan bir ürün gösterimi, cep telefonundan yapılabilen alışveriş rahatlığı öne çıkan vurgular olmuştur. Verilen alt mesaj olarak, özellikleri anlatılan fotoğraf makinesi ve telefona izleyicinin de sahip olması gerektiği söylenebilmektedir. İzleyiciye “Bu ürünü al” mesajı verilebilmektedir.

Dizide sosyo-ekonomik düzeyi çok yüksek olan kesimlerden oluşan karakterler ve onların yaşamları üzerinden oluşan olaylar işlendiğinden dolayı kullanılan çoğu ürünler de zenginliğin göstergesi olmaktadır.

Dış görünüşün yansıttığı diyaloglardan Eylül'ün “Her güzelin bir hikayesi vardır” repliğiyle güzellik simgesi, hikayeye ilişkilendirilmiştir. Aynı zamanda parça-bütün ilişkisiyle metonomik açıdan “her güzelin” ifadesiyle bütün güzel kadınlar kastedilebilmektedir.

Medcezir dizisinde aynı Küçük Ağa dizisindeki gibi mayıs ayında yayınlanan bölümleri sınırında maddi göstergelere pek vurgu yapılmadığı görülmektedir. Maddi göstergelere en çok vurgu yapan dizinin Çocuklar Duymasın olduğu ve karakterlerden kadınların sekiz, erkeklerin ise dokuz replikle birbirlerine yakın olarak göstergeleri vurguladıkları söylenebilmektedir.

Tablo 15: Dizilerin mayıs ayında yayınlanan bölümlerinin psiko-sosyal göstergelerle çözümlenmesi

GÖSTERİLEN	GÖSTEREN			
<i>Psiko-Sosyal Göstergeler</i>	<i>Çocuklar Duymasın (Aile, Sitcom)</i>	<i>Seksenler (Dönem)</i>	<i>Küçük Ağa (Aile)</i>	<i>Medcezir (Gençlik)</i>
Kadının Yeri Mutfaktır, evidir Streotipinin (Kalıp Yargı) Yıkılması	*Meltem'in hem iş kadını hem de fedakar anne olmasıyla "Süper Kadın" imajı Ev dışında iş hayatında da başarılı olan kadın, bu streotipi yıkmıştır.	*80'ler döneminde kadın çalışma hayatında yer almadığı için kadınlık kodları, yemek pişirme, çocuklara bakma, evin düzenini sağlamak olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla bu streotipin yıkılması mümkün olmamıştır.	*Sinem'in hem doktor hem fedakar anne olmasıyla "Süper Kadın" imajı Ev dışında iş hayatında da başarılı olan kadın, bu streotipi yıkmıştır.	*Dizideki bütün kadın karakterlerin (okuyan genç kesim dışında) hepsinin iş hayatında yer almasıyla bu streotip yıkılmıştır.
Ataerkil Toplum Yapısındaki Dönüşüm	*Kadının (Meltem Karakterinin) çalışma hayatında yer alması, ev içindeki baskın rolleri ile son sözün Meltem'de olması Ataerkil toplum yapısının eskisi gibi olmadığını göstergesi olmuştur.	*Ataerkillik hakimdir. O dönemlerde bir dönüşüm gerçekleşmemiştir.	*Kadının çalışma hayatında yer almasıyla kadının sadece yemek pişirme, çocuk bakma gibi geleneksel kodları, evin geçimini sağlayan erkek kodlarıyla bütünleşmiş ve böylece ataerkillik yıkılmasa da yer yer kırılmıştır.	*Sosyo-ekonomik düzeylerin yüksek olduğu kesimlerin ele alındığı dizide kadın karakterler daha baskın olup, ataerkil toplum yapısı olan geleneksellikten ziyade modernite hakimdir.
Aile Birliğinde Dağılıma	*Haluk ve Meltem karakteri üzerinden	*Dizinin ilerleyen bölümlerinde	*Dizinin anlatımı, Sinem	*Dizide aile birliğinin önemi

	ilerleyen dizide çift, batı ve geleneksel çatışmaları ile sürekli boşanma kararı alsa da her defasında çocuklar için bu karardan vazgeçilmiştir. Dizide Gönül ve Selami çifti ayrılmış. Gönül yeni bir evlilik yapmıştır. Dağılma bir ailede görülmektedir.	boşanmalar olacak olsa da incelenen bölümlerde aile birliğinde dağılma görülmemiştir.	ve Ali karakterlerinin ayrılıkları ve oğulları Mehmetcan'ın bu ayrılıkta yaşadıkları üzerinden gittiği için dağılma söz konusudur.	pek işlenmemiş olup dağılan ailelerin çok fazla olduğu görülmektedir.
Geleneksel Ortamın Yaşatıldığına Dair Göstergeler		*Esnafın, Kahvehanede Toplanması *Çiftlerin, Pastanede Buluşması *Özel günlerin Kutlanması *Yemek, yemek için evin babasının beklenmesi		
Geleneksel/Modern İkilemi	*Meltem'in dış görüşe verdiği önem, moda takibi, tüketim tutkusu, sanata olan düşkünlüğü gibi özellikleriyle modern bir kadın temsilini canlandırırken, Haluk'un futbola düşkünlüğü, taşra ağzıyla konuşması, kıskançlığı, yüksek kültüre karşı duruşu vb. özellikleriyle	*80'li yılların yaşattığı geleneksellik ve 2000'li yılların geleneksellik kalıplarının yıkılıp modernizme geçişiyle dönemler arası karşılaştırma yaşılmaktadır.	*Dizinin başrol oyuncularından Sinem'in ve ailesinin batı kökenli olup modern bir hayat sürmesi, Ali ve ailesinin ise doğu kökenli olup daha geleneksel bir hayat sürmesi aile içi çatışmalara sebebiyet	*Geleneksellikten ziyade modernite hakimdir.

	geleneksel bir erkek temsilini canlandırmaktadır.		vermektedir.	
Belirli Kimliklerin Temsili	*Kentli (İstanbul) *Taşralı		*Batı Kültürü (İstanbul) ve *Doğu Kültürü (Şanlıurfa)	*Kentli (Altınkoy) *Kırsal (Tozludere)
İnanca Yönelik Vurgular		*Yapılan duaların gösterilmesi	*Namaz kılınma sahnesi, yapılan duaların gösterilmesi	*Cenaze sonrasında evde okutulan mevlüt gösterimi *Kabir ziyareti
Gelenek Göreneklere Yapılan Vurgular		*Ailelerin geleneklere göre düğün yapma isteği		

ANLAMLANDIRMA

Örnekleme alınan dizilerin anlatılarının ve içeriklerinin incelenmesi sonucunda temel anlatı kalıbı aile olan dizilerde, batıya dair bir yönelme olsa da geleneksel kalıplara daha çok rastlanıldığı görülmektedir. Aynı zamanda baba otoritesinin, ataerkilliğin gençlik dizilerine göre daha hakim olduğu da söylenebilmektedir. Baba, ailenin toplumsal kontrol aracıdır. Gençlik dizilerinde ise yer yer geleneksel baba temsiline yer verilse de gençlerin aileleri pek dinlediği görülmemektedir. Böylelikle parçalanmış ailelere gençlik dizilerinde daha çok rastlanabilmektedir. Boşanmış en az bir aile bulunmaktadır. Evlenmeden birlikte yaşama normal görülürken aile temelli dizilerde bu duruma pek rastlanmamaktadır. Gençlik dizilerinde genelde zengin aile çocukları yer almaktadır. Çekimlerin birçok mekanda yapıldığı görülmektedir. Aile temelli dizilerde ise çekimler, aile birlikteliğini vurgulamak amacıyla genelde ev ortamında gerçekleşmektedir. Sofrada birlikte yenen yemekler, salonda birlikte yapılan muhabbetler mevcutken, gençlik dizilerinde bu birlik pek gösterilmemektedir. Sosyo-ekonomik düzeyin yüksek olduğu kesimlerin ele alındığı dizilerde tüketime teşvik daha fazladır. Genelde kadın da erkek de iş hayatında

bulunmaktadır. Süper kadın temsiline de en çok ekonomik düzeyin yüksek olduğu dizilerde rastlanmaktadır. Süper kadın temsiliyle anlatılmak istenen, kadının hem çocuklara bakma hem de yemek pişirme, temizlik, evin düzenini sağlama gibi kadınlık kodlarının yanında çalışma hayatındaki başarıları, güç, hırs, para kazanma gibi erkeğe ait kodları da taşımasıdır. Böylece kadının çalışma hayatında olduğunu gösteren dizilerde gelenekselliğin çoğunlukla kırıldığı, ataerkilliğin de dönüşüme uğradığı gözlemlenebilmektedir.

Dönem dizilerinin hepsi aileyi temel almayabilir. Ama seksenler dizisinde aile birlikteliği her bir bölümde vurgulanmaktadır. Böylece gelenekselliğin, ataerkilliğin en çok görüldüğü dizi olduğu söylenebilmektedir. Dönem dizilerinin bir farkı, işlenen dönemin görsel unsurlarla yansıtılmasıyla her yaştan kesimin ilgisini çekebilmesidir. İzleyenlerin bilgilendirilmesi ise ön plandadır. Geleneksellik hüküm sürdüğünden dolayı süper kadın temsiline rastlanmamaktadır.

Toplumda sevilerek izlenen dizilerin, yaratmış olduğu karakterlerin de rol model alınması kaçınılmaz olmaktadır. Model alınan karakterlerin davranışları, kişilerin davranışlarında gözlemlenebilmektedir.

Günlük hayatta bu davranışları sergileyen kişilere bakıldığında kimin hangi diziyi izlediği anlaşılabilmektedir. Kişilikler tercih edilen diziyeye göre şekillenebilmektedir. Süper kadın temsilinin yoğun olarak işlendiği dizileri izleyen bayanlar daha çok iş hayatına atılabilir, gençlik dizilerinin yarattığı atmosferle daha özgür bireyler yetişebilir, özenilen ürünlerle tüketim daha yoğun olarak yapılabilir, belirli kalıp yargılarla hayatını sürdüren kişiler ise bu kalıpları kırıp yepyeni kişiliklerle popüler kültürün yarattığı bu yeni toplumda etken olabilmektedir.

SONUÇ

Bu çalışma neticesinde popüler kültür ürünü olan televizyonun ve yayınlanan programlar içerisinde izlenilirlik oranının yüksek olduğu görülen dizilerin, kişilikler üzerindeki rolünün büyük olduğu sonucuna varılmıştır. Günlük hayatta sıradan olarak görülen olayların medyada işlenişiyile, kullanılan objelerin tüketime teşvikiyle, değişen kadın-erkek temsilleri, aile değerleriyle ve yaratılan televizyon çocuklarıyla sürekli yenilenen bir popüler kültür ve bu kültürün kişilikle ilişkisi olduğu söylenebilmektedir.

Teknoloji çağında yaşanan toplumda, toplumsal ve kültürel değişimler medyaya yansımakta ve televizyon aracılığıyla tekrar topluma aktarılmaktadır. Aktarılan değerlerle biçimlenen kişilikler ortaya çıkmaktadır. Biçimlenen bu kişilikleri anlamlandırmak üzere, dizilerde işlenen olaylar dizisinden öne çıkan, değişim gösteren değerler çözülmeye çalışılmıştır.

Çözümler sonucunda dizilerde yapılan diyalogların alt mesajlar içerebildiği, bu mesajları farkında olarak ya da olmayarak alan kişilerin davranış ve tutum değişikliği gösterebildiği, dizilerin içeriğinde bulunan maddi ve psiko-sosyal göstergelerle farkındalık yaratılabildiği varsayılmıştır. Ayrıca toplumda gelenekselliğin yerini, modernliğin aldığı; kadının yeri mutfaktır, evidir gibi streotiplerin yıkıldığı; erkeğe ait güç, hırs, başarı gibi kodların artık kadınlarda da yer aldığı ve izleyici iyi bir müşteridir anlayışından hareketle tüketici kişilikler yaratıldığı öne çıkan unsurlar olabilmektedir.

Nitel araştırmanın tablolarla karşılaştırma yapmaya olanak tanınması çalışma için yararlı olacağını düşündürmüştür. Yapılan tablolardaki karşılaştırmalar sonucunda, temel anlatı kalıbı aile olan dizilerde baba otoritesinin de bulunduğu fakat kadının çalışma hayatına girmesiyle kadının da artık baskın karakter olduğu; gençlik dizilerinde geleneksel değerlerin, anne-baba otoritesinin az olduğu ve parçalanmış ailelerin daha çok temsil edildiği, popüler kültüre ait unsurların fazlaca kullanıldığı; dönem dizilerinde ise geleneksel değerlerin daha çok işlendiği, bir gösterge olarak zenginlik objelerinin pek kullanılmadığı ve tüketime teşvikin pek yapılmadığı örnekleme alınan dizilerin bir aylık takibiyle gözlemlenmiştir.

Gözlenen bu dizilerin seçilme sebepleri ise her yaşa hitap etmesi ve izlenilirlik oranının yüksek olmasıyla popüler kültür ve kişilik ilişkisinin kurulmasında iyi bir örneklem olacağı düşüncesi olmuştur.

Sonuç olarak, kitle iletişim araçları birer kültürel üründür ve kitle iletişim araçlarındaki değişim, toplumdaki kültürel değişimi de beraberinde getirmektedir. Toplumun medyaya, medyanın da topluma yansımalarıyla çift taraflı bir akış söz konusu olmuştur. Kişiliklerin televizyonda yeniden üretildiği varsayımından hareketle nasıl popüler kültür ve televizyon birbirinden ayrı düşünülemezse televizyonun izler kitlesi olan kişilerin ve yaratılan kişiliklerin de popüler kültürden bağımsız olarak düşünülmemesi gereklidir.

Kimlikler değişmez ama kişilikler değişebilmektedir. Bu çalışmada da ulaşılan nokta olarak, popüler kültürün bu değişimde rolü olduğu söylenebilmektedir.

KAYNAKÇA

Alemdar, Korkmaz ve İrfan Erdoğan (2005). *Popüler Kültür ve İletişim*, Erk Yayınları, Ankara.

Alemdar, Korkmaz ve Raşit Kaya (1983). *Kitle İletişimde Temel Yaklaşımlar*, Savaş Yayınları, Ankara.

Arar, Yurdağül Bezirgan (2006). Sıradan Üretmek Sıradan Tüketmek: Kenarda Kalanın Sıra dışı Potansiyeli Üzerine, *Gündelik Hayat ve Medya Tüketim Kültürü Perspektifinden Okumalar*, (Ed. Selda İçin Akçalı), Babil Yayınları, Ankara.

Arık, M. Bilal (2004). “Medya ve Kültür” Çalışmaları Kapsamında Kültürel Çalışmalar Ekolüne Bir Bakış, *Medyada Yeni Yaklaşımlar*, (Ed. Metin Işık), Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya.

Arık, M. Bilal (2009). İnsan ve Toplumu Bir Arada Düşünmedikçe Popüler Kültürü Tartışamayız, *Medya ve Popüler Kültür*, (Ed. Enderhan Karakoç), Literatürk Yayınları, Konya.

Aristoteles (2013). *Retorik*, (Çev. Mehmet H. Doğan), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Aydoğan, Filiz (2004). *Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar*, MediCat Kitapları, İstanbul.

Aziz, Aysel (2006). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş)*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.

Aziz, Aysel (2008). *İletişime Giriş*, Aksu Kitabevi, İstanbul.

Baltaş, Zuhale ve Acar Baltas (2002). *Bedenin Dili*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Bates, Daniel G. (2013). *21. Yüzyılda Kültürel Antropoloji İnsanın Doğadaki Yeri*, (Çev. Suavi Aydın), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Batmaz, Veysel (2006). *Medya Popüler Kültürü Gizler*, Karakutu Yayınları, İstanbul.

Batmaz, Veysel ve Asu Aksoy (1993). *Elektronik Hane: Türkiye’de Televizyon ve Aile*, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, İstanbul.

Batuş, Gül, Füsün Alver, Bilal Arık, Barış Çoban, Ünsal Çığ (2006). *Kadife Karanlık II. Ayna Şövalyeleri*, Su Yayınevi, İstanbul.

Benazus, Hanri (2005). *İnsanı Tanıma Sanatı*, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul.

Bıçakçı, İlker (2006). *İletişim ve Halkla İlişkiler*, Mediat Yayınları, İstanbul.

Bilgili, Can ve Nesrin Tan Akbulut (2010). *Medya Eleştirileri Kırılan Kalıplar-1 Kitle İletişimi ve Kültürel Dönüşüm*, Beta Yayınları, İstanbul.

Bilgin, Nuri (2001). *İnsan İlişkileri ve Kimlik*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Bilgin, Nuri (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Bozkurt, Veysel (2011). *Değişen Dünyada Sosyoloji*, Ekin Yayınları, Bursa.

Bruno, Frank J. (1982). *Psikoloji Tarihine Giriş*, (Çev. Nesrin Hisli), Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir.

Burger, Jerry M. (2006). *Kişilik Psikoloji Biliminin İnsan Doğasına Dair Söyledikleri*, (Çev. İ.Deniz Erguvan Sarıoğlu), Kaknüs Yayınları, İstanbul.

Cialdini, Robert B. (2010). *İknanın Psikolojisi*, (Çev. Yasemin Fletcher), MediaCat Kitapları, İstanbul.

Clarkin, John F., Otto F. Kernberg, Frank E. Yeomans (2012). *Borderline Kişiliğin Psikoterapisi Nesne İlişkilerine Odaklanma*, (Çev. Meltem Kamer Helvacıoğlu), Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları, İzmit.

Çağlar, İrfan ve Sabiha Kılıç (2011). *Genel İletişim*, Nobel Yayınları, İstanbul.

Çakır, Vesile ve Vedat (2011). Yalnızlık ve Televizyon Kullanımı, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 1, Konya.

- Çaplı, Bülent (2002). *Medya ve Etik*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Debord, Guy (1996). *Gösteri Toplumu*, (Çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Elden, Müge, Özkan Ulukök, Sinem Yeygel (2005). *Şimdi Reklamlar*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Ellul, Jacques (1998). *Sözün Düşüşü*, (Hüsamettin Arslan), Paradigma Yayınları, İstanbul.
- Ercins, Gülay (2009). Türkiye’de Popüler Kültür Görünümleri ve Gençliğe Yansımaları, **6. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı**, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Erdoğan, İrfan (1997). *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Erdoğan, İrfan (2007). Televizyon, Denetim ve Medya Etiği Üzerine, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Rotem Dergisi*, www.irfanerdogan.com.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (1999). Televizyon Dünyaya Açılan Pencere, *Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Yıllığı*, Eskişehir www.irfanerdogan.com.
- Eren, Erol (1998). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Erginbaş, Oğuzhan (2012). *Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Kavak Yelleri Dizisinin Lise Gençliği Üzerinde İmaj Oluşturma Etkisi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Eroğlu, Feyzullah (2000). *Davranış Bilimleri*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Fichter, Joseph H. (2002). *Sosyoloji Nedir?*, (Çev. Nilgün Çelebi), Anı Yayıncılık, Ankara.
- Fidan, Mehmet (2009). *İletişim Kurmak İstiyorum*, Tablet Yayınları, Konya.

Freedman, J.L., D.O. Sears, J.M. Carlsmith (2003). *Sosyal Psikoloji*, (Çev. Ali Dönmez), İmge Kitabevi, Ankara.

Geçer, Ekmel (2013). *Medya ve Popüler Kültür Diziler, Televizyon ve Toplum*, Okur Kitaplığı Metamorfoz Yayıncılık, İstanbul.

Giddens, Anthony (2007). *Sosyoloji*, (Çev. Hüseyin Özel ve Şebnem Pala), Ayraç Kitabevi, Konya.

Gökçe, Orhan (2003). *İletişim Bilimine Giriş*, Turhan Kitabevi, Ankara.

Göregenli, Melek (2013). *Davranış Bilimleri-II*, (Ed. Leman Bilgin ve Aytül Ayşe Özdemir), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Gündüz, Uğur (2011). Kafka Metinlerinde İletişim, İletişimsizlik ve Yabancılaşma Olgusu Üzerine, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt: 7, Sayı:1, Konya.

Gürsoy, Özge (2012). Televizyon Dizilerinde Değişen Aile Değerleri, *Medya ve Toplumsal Dönüşüm Seyirlik Cümbüşler*, (Der. Nurçay Türkoğlu), Parşömen Yayıncılık, İstanbul

Gürüz, Demet ve Ayşen Temel Eğinli (2011). *Kişilerarası İletişim Bilgiler-Etkiler-Engeller*, Nobel Yayınları, Ankara.

Gürzap, Can (2012). *Söz Söyleme ve Diksiyon*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Güvenç, Bozkurt (1991). *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Hartley, Peter (2010). *Kişilerarası İletişim*, (Ülkü Doğanay vd.) İmge Yayınları, Ankara.

Işık, Metin (2012). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, Eğitim Kitabevi, Konya.

İçinsel, Helin (2010). *Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Hanımın Çiftliği Televizyon Dizisi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi Ankara.

İnceoğlu, Metin (2010). *Tutum Algı İletişim*, Beykent Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Kalfa, Çisel (2011). *Müzakere Yönetim Sürecinde Kişilerarası İletişimin Rolü ve Önemine İlişkin Bir Değerlendirme*, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Kamp, Di (2004). *İnsan Yetenekleri*, (Çev. Mehmet Zaman), Hayat Yayınları, İstanbul.

Karaaziz, Meryem ve İ. Erdem Atak (2013). Narsisizm ve Narsisizmle İlgili Araştırmalar Üzerine Bir Gözden Geçirme, *Nesne Psikoloji Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2

Karaçay, Timur (2012). Matematik ve Dil, (Güleda Yücedoğan, Şükran Gölbaşı, Hasan Aydın, Erkut Sezgin, Berna Atak), *Mantık, Matematik ve Felsefe Sempozyumu 10. Yıl Derleme Kitabı*, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.

Karaduman, Sibel (2007). Medyatik Gerçeklikte Kimlik Temsilleri: Televizyon Haberlerinin Aktörleri Üzerine Düşünceler, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt: 4, Sayı:4, Konya.

Kaya, Alim (2011). *Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim*, Pegem Akademi, Ankara.

Kellner, Douglas (2010). *Medya Gösterisi*, (Çev. Zeynep Paşalı), Açılım Kitap, İstanbul.

Korkmaz, Nilüfer (2009). Türkiye’de Tüketim Kültürü ve Mekânsal Ayrışma, *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları-Türkiye Medyasından Örüntüler*, (Der. Banu Dağtaş ve Erdal Dağtaş), Ütopya Yayıncılık, Ankara.

Lebra, Takie Sugiyama (2013), *Japonlar ve Davranış Biçimleri*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.

Littauer, Florence (2012). *Kişiliğinizi Tanıyın*, (Çev. Demet Dizman), Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Littauer, Florence ve Marita Florence (2005). *Kişilik Bulmacası*, (Çev. Betül Çelik), Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Lull, James (2001). *Medya, İletişim, Kültür*, (Çev. Nazife Güngör), Vadi Yayınları, Ankara.

Morris, Charles G. (2002). *Psikolojiyi Anlamak (Psikolojiye Giriş)*, (Çev. İhsan Dağ), Türk Psikologlar Derneği Yayınları, 1. Basım, Ankara.

Mutlu, Erol (1991). *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan Yayınları, Ankara.

Mutlu, Erol (1999). *Televizyon ve Toplum*, Trt Yayınları, Ankara.

Mutlu, Erol (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ütopya Yayıncılık, Ankara.

Odabaşı, Yavuz ve Barış Gülfidan (2006). *Tüketici Davranışı*, Mediat Kitapları, Konya.

Okay, Ayla (2000). *Kurum Kimliği*, MediCat Kitapları, Ankara.

Oktay, Ahmet (1993). *Türkiye’de Popüler Kültür*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Orta, Ahmet Zeki (2009). *Etkili İletişim Sürecinde Kişilerarası İletişim Becerileri ve Yaratıcı Drama Uygulama Örneği*, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Oskay, Ünsal (1992). *İletişimin ABC’Sİ*, Simavi Yayınları, İstanbul.

Oskay, Ünsal (2001). *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Önk, Ürün Yıldırım (2009). Baudrillard Perspektifinden Bir Kitle İletişim ve Sanat Aracı Olarak Simülasyon Evreninde Televizyon, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 4, Konya.

Özbek, Meral (1994). *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Özkalp, Enver (1995). *Psikolojiye Giriş Dersleri*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Özodaşık Mustafa (2013). *Kişilerarası İletişim*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Özodaşık, Mustafa (2008). Halkla İlişkilerde Öğrenme Kuramları ve Motivasyon, *Halkla İlişkiler*, (Ed. Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan), Tablet Yayınları, Konya.

Özodaşık, Mustafa (2009). *Algı-İkna ve Empatik İlişkiler*, Tablet Yayınları, Konya.

Özodaşık, Mustafa (2012). *Halkla İlişkiler ve İletişim*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Özsoy, Aydan (2005). *Popüler Kültür Ürünü Olarak Durum Komedileri: “Çocuklar Duymasın” Örneğinde Aile Söylemi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.

Peltekoğlu, Filiz Balta (2012). *Halkla İlişkiler Nedir?*, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Postman, Neil (2004). *Televizyon Öldüren Eğlence*, (Çev. Osman Akınhay), Ayrıntı Yayıncılık, İstanbul.

Riches, David (1989). *Şiddet*, (Çev. Dilek Hattatoğlu), Ayrıntı Yayıncılık, İstanbul.

Roebuck, Cheris (2000). *Etkili İletişim*, (Çev. Ali Cevat Akkoyunlu), Doğan Kitap, İstanbul.

Rowe, David (1996). *Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası*, (Çev. Mehmet Küçük), Ayrıntı Yayıncılık, İstanbul.

Rtük (2009). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2*, Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, Ankara.

Sanders, Barry (2010). *Öküzün A'sı*, (Çev. Şehnaz Tahir), Ayrıntı Yayıncılık, İstanbul.

Scott, J.C. (1995). *Tahakküm ve Direniş Sanatları Gizli Senaryolar*, (Çev. Alev Türker), Ayrıntı Yayıncılık, İstanbul.

Sennett, Richard (2010). *Kamusal İnsanın Çöküşü*, (Çev. Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz), Ayrıntı Yayıncılık, İstanbul.

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

Somer, Oya, Mediha Korkmaz ve Arkun Tatar (2002). Beş Faktör Kişilik Envanteri'nin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması, *Türk Psikoloji Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 49.

Sudak, Melik Kıvanç ve Cemal Zehir (2013). Kişilik Tipleri, Duygusal Zekâ, İş Tatmini İlişkisi Üzerine Yapılan Bir Araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 22, Çanakkale.

Şahin, Kamil (2011). Kültürel Yozlaşmaya Neden Olan Bir Unsur Olarak Televizyon, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1, Kırıkkale.

Şeker, Tülay (2009). Türkiye'nin İlk Çocuk Televizyonu Yumurcak TV, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 1, Konya.

Şentürk, Rıdvan (2009). Raymond Williams'ın Televizyon Teorisi, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 4, Konya.

Şentürk, Ünal (2007). Popüler Bir Kültür Örneği Olarak Futbol, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 31, Sayı:1, Sivas.

Touraine, Alain (2002). *Modernliğin Eleştirisi*, (Çev. Hülya Tufan), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Tunç, Selda (2012). Ekran-Stüdyo Gerilimi, *Medya ve Toplumsal Dönüşüm Seyirlik Cümbüşler*, (Der. Nurçay Türkoğlu), Parşömen Yayıncılık, İstanbul.

Türkkan, Reha Oğuz (2004). *İkna ve Uzlaşma Sanatı*, Altın Kitaplar, İstanbul.

Türkoğlu, Nurçay (2012). Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı, *Medya ve Toplumsal Dönüşüm Seyirlik Cümbüşler*, (Der. Nurçay Türkoğlu), Parşömen Yayıncılık, İstanbul

Türksezer, Büşra (2012). *Sözlü ve Sözsüz İletişimde Liderlerin Mesajları Kullanımının İtibar ve İmaj Yönetimine Etkisi*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Uluç, Güliz (2002). Toplumsal Bir Gruba Yönelik Şiddet Türü: Medya, Şiddet ve Çocuklar, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 2, Konya

Urhan, Veli (1998). *Kişiliğin Doğası*, Vadi Yayınları, Ankara.

Üstünsel, Gülcan (2011). *Etkili İletişim Becerileri ve Beden Dili*, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ.

Vardar, Berke ve Nüket Güz (1988). *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*, ABC Kitabevi, İstanbul.

Yaman, Ertuğrul (2001). *Doğru, Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı*, Gazi Kitabevi, Ankara.

Yanbastı, Gülgün (1996). *Kişilik Kuramları*, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir.

Yaylagül, Levent (2006). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, Dipnot Yayıncılık, Ankara.

Yaylagül, Levent ve Nilüfer Korkmaz (2008). *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji*, Dipnot Yayıncılık, Ankara.

Yazıcı, Reşat (1996). *Halkla İlişkiler*, Semih Ofset Yayıncılık, Ankara.

Yıldız, Sevil (2011). *Medya ve Hukuk*, Nobel Yayıncılık, Ankara.

Yılmaz, Yalçın (2001). Kültürel Etkileşim ve Toplumsal Değişimde Televizyonun Etkileri, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1, İstanbul.

Yiğit, Zehra (2012). Reklamlarda Anlam Üretilmesinde Bir Üst Dil Olarak Psikanalitik Yaklaşım, (Güleda Yücedoğan, Şükran Gölbaşı, Hasan Aydın, Erkut Sezgin, Berna Atak), **Mantık, Matematik ve Felsefe Sempozyumu 10. Yıl Derleme Kitabı**, T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.

İnternet:

dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/501/5994/pdf/Erişim Tarihi: 05.07.2014

gokcebey.beun.edu.tr/wp-content/uploads/2012/.../kisilik_ve_benlik.ppt/Erişim Tarihi: 07.06.2014

medcezir.startv.com.tr/karakterler/Erişim Tarihi: 04.08.2014

Kocadaş, Bekir. [http://www.insanbilimleri.com/makaleler/sosyoloji/Kültür ve Medya.htm/](http://www.insanbilimleri.com/makaleler/sosyoloji/Kültür_ve_Medya.htm/) Erişim Tarihi: 20.07.2014

seksenler.tv/karakterler/Erişim Tarihi: 02.08.2014

tr.wikipedia.org/wiki/Çocuklar_Duymasın/ Erişim Tarihi: 01.08.2014

tr.wikipedia.org/wiki/Küçük_Ağa_(dizi,_2014)/ Erişim Tarihi: 03.08.2014

tr.wikipedia.org/wiki/Medcezir_(dizi)/Erişim Tarihi: 04.08.2014

tr.wikipedia.org/wiki/Seksenler/ Erişim Tarihi: 02.08.2014

<http://www.beyazgazete.com/video/dizi/kanal-d-31/kucuk-aga-dizisi-kanal-d-420999/> Erişim Tarihi: 03.08.2014

<http://www.ekranella.com/> Erisim Tarihi: 25.07.2014

<http://www.fox.com.tr/Cocuklar-Duymasın/> Erişim Tarihi: 01.08.2014

<http://www.irfanerdogan.com/makaleler1/gerbner.html/> Erişim Tarihi: 23.07.2014

<http://www.irfanerdogan.com/makalelerson/kulturegemenlik.pdf/> Erişim Tarihi: 24.07.2014

<http://www.kanald.com.tr/kucukaga/> Erişim Tarihi: 03.08.2014

http://www.meb.gov.tr/earged/earged/TV_izleme.pdf/ Erişim Tarihi: 22.07.2014

<http://medyaokuryazarligi.org.tr/kaynaklarMEDYAlkitabı.doc/> Erişim Tarihi: 25.07.2014

http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Ki%C5%9Fili%C4%9Fin%20D%C3%B6nemleri%20Ve%20Ki%C5%9Filik%20Bozukluklar%C4%B1.pdf/ Erişim Tarihi: 08.10.2014

<http://www.netd.com/diziler/yerli/kucuk-aga/> Erişim tarihi: 03.08.2014

<http://www.sabah.com.tr/sinema/sinema/2012/03/20/birol-guvenden-sok-aciklama/> Erişim Tarihi: 27.07.2014



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Özgeçmiş

Adı Soyadı:				
Doğum Yeri:				
Doğum Tarihi:				
Medeni Durumu:				
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim				
Ortaöğretim				
Lise				
Lisans				
Yüksek Lisans				
Becerileri:				
İlgi Alanları:				
İş Deneyimi:				
Aldığı Ödüller:				
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:				
Tel:				
E-Posta:				
Adres				