

176398

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TANITIM VE HALKLA İLİŞKİLER
ANABİLİM DALI

PEMBE DİZİ REKLAM İLİŞKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

Asuman TAÇYILDIZ
9424

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Nurdoğan RİGEL

İSTANBUL-1995



"Pembe Dizi Reklam İlişkisi" adlı bu tez çalışmam sırasında benden ilgi, destek ve sabrını esirgemeyen Sayın Danışman Hocam Yrd. Doç. Dr. Nurdoğan RİGEL'e teşekkürlerimi sunuyorum.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1-3
I	
1. BÖLÜM PEMBE DİZİLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ	4-5
1.1- ROMAN DÖNEMİ	5-8
1.2- RADYO DÖNEMİ	8-10
1.3- TELEVİZYON'DA YER ALMA	10-13
2. BÖLÜM PEMBE DİZİLERİN YAPIM ÖZELLİKLERİ	14
2.1- SENARYO	14-17
2.1.1. OLAY GELİŞİMİ	17-22
2.1.2. SOSYAL DEĞİŞME	22-27
2.1.3. GECE PEMBE DİZİLERİ	27-31
2.1.4. HEDEF KİTLE BELİRLEMESİ	31-33
2.1.5. MEKANSAL ÖZELLİKLER	33-35
2.1.6. AİLE KAVRAMI	35-38
2.1.7. SEKS İLİŞKİSİ	38-43
2.2- ÇEKİM	44-46
2.2.1. KURGU	46-47
2.2.2. DİYALOG	47-50
2.2.3. RENK KULLANIMI	50-51
2.2.4. MÜZİK KULLANIMI	52-53
3. BÖLÜM PEMBE DİZİ İLETİLERİ	54
3.1- SEYİRCİ İLETİSİ	54
3.1.1. SEYİRCİLERİN BİR HİKAYEYE DEĞİŞİK BAKİŞ AÇILARI	54-57
3.1.2. KARAKTERLERİN FONKSİYONLARI	57-60
3.1.3. SEYİRCİ VE GÖNDERİCİ İLİŞKİSİ	61-62
3.1.4. SEYİRCİYİ ÖDÜLLENDİRME	62-65
3.2- TELEVİZYON DİLİ	65-68
3.2.1. GÖRSEL DİL	68-69
4. BÖLÜM PEMBE DİZİ KADIN DÜNYASI	70-71
4.1- KADIN İLİŞKİSİ	71-75
4.2- FEMİNİZM	75-77
4.3- SEYREDİLME NEDENLERİ	77-80

5.	BÖLÜM LATİN AMERİKA TELENÖVELALARI VE ORTAYA ÇIKIŞINDAKİ TOPLUMSAL KOŞULLAR	81-84
5.1-	TARİHSEL GELİŞİMİ	84-85
5.2-	KONUSU	85-88
5.3-	BİR BREZİLYA TELEVİZYON KANALI: REDE GLOBO.	88-89
5.4-	ETKİLERİ	89-90
5.5-	ÖZELLİKLERİ	90-91
5.6-	HEDEF KİTLESİ	91-92
5.7-	MEKANSAL ÖZELLİKLERİ	92
5.8-	TELENÖVELA- PEMBE DİZİ İLİŞKİSİ	92-93
6.	BÖLÜM PEMBE DİZİ REKLAM İLİŞKİSİ	94
6.1-	TÜRK TELEVİZYON KANALLARINDA GÖSTERİLEN PEMBE DİZİLER	94-96
6.2-	PEMBE DİZİ - REKLAM İLİŞKİSİ	96-98
6.2.1.	MARIA MERCEDES - REKLAM HACMI	98
6.2.2.	BENİMLE DANS ET - REKLAM HACMI	99
6.2.3.	ÜÇ KADER - REKLAM HACMI	99-101
6.2.4.	CESUR VE GÜZEL - REKLAM HACMI	101-107
6.2.5.	YALAN RÜZGARİ - REKLAM HACMI	107-115
II	PEMBE DİZİLERİN TÜRK TOPLUMUNUN SOSYO EKONOMİK VE KÜLTÜREL YAPISINA YANSIYAN ETKİLERİNİ ANALİZ EDEN BİR ALAN ARAŞTIRMASI	116
1-	ARAŞTIRMANIN AMACI	116
2-	ARAŞTIRMANIN KAPSAMI, SINIRLARI VE YÖNTEMİ ...	116-118
3-	ARAŞTIRMADA KULLANILAN SORULARIN NİTELİĞİ ...	118-119
4-	ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ ..	119
4.1-	ARAŞTIRMANIN DEMOGRAFİK VE EKONOMİK YAPISINA İLİŞKİN TABLOLARIN AÇIKLANMASI	119
4.1.1.	HANE NÜFUSU - TABLO A1	119-120
4.1.2.	GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN CİNSİYETİ-TABLO A2.	120
4.1.3.	GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN YAŞI - TABLO A3 ...	120
4.1.4.	GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN DOĞUM YERİ- TABLO A4	121
4.1.5.	GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN EĞİTİM DURUMU - TABLO A5	121
4.1.6.	GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN MEDENİ DURUMU - TABLO A6	121
4.1.7.	GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN OTURDUĞU EVİN MÜLKİYETİ - TABLO A7	122

4.1.8. GÖRÜŞÜLEN HANENİN AYLIK GELİR TOPLAMI - TABLO A8	122
4.2- PEMBE DİZİLERE İLİŞKİN BİLGİLERİN VE İZLENİMLERİN AÇIKLANMASI	123
4.2.1. PEMBE DİZİLERDEN İLK AKLA GELENLER - TABLO B1	123
4.2.2. PEMBE DİZİLERİN SEYREDİLME AMAÇLARI - TABLO B2	123-124
4.2.3. PEMBE DİZİLERİN İZLENME ŞEKLİ - TABLO B3	124
4.2.4. PEMBE DİZİLERİN HANGİ ÜLKE YAPIMI, OLAYI, YILI, MEKANI BİLME ORANI - TABLO B4	124-125
4.2.5. PEMBE DİZİLERİN AİLE YAŞAMINI VE BİREYLERİ ETKİLEMESİ - TABLO B5	125
4.2.6. PEMBE DİZİLERDE ROL ALAN KİŞİLERİN İLİŞKİLERİNDEKİ DEĞERLER - TABLO B6	125-126
4.2.7. PEMBE DİZİLERİN GÜNLÜK HAYATTAKİ KARARLARDA ROLÜ - TABLO B7	126
4.2.8. PEMBE DİZİLERİN MESAJLARININ TÜRK AİLE YAPISINI ETKİLEME DEĞERİ - TABLO B8	126-127
4.2.9. PEMBE DİZİLERİN ÜLKEMİZDE TUTULMA SEBEBİ, ÜLKENİN SOSYO - EKONOMİK KÜLTÜR DÜZEYİ - TABLO B9	127
4.2.10. PEMBE DİZİLERİN ÜLKEMİZDE TUTULMA SEBEBİ, KİŞİLERİN SOSYO - EKONOMİK KÜLTÜR DÜZEYİ - TABLO B10	127-128
4.2.11. PEMBE DİZİLERİN ANA KONUSU-TABLO B11	128-129
4.2.12. PEMBE DİZİLERDE SEVİLEN KADIN KARAKTERLER - TABLO B12	129
4.2.13. PEMBE DİZİLERDE SEVİLEN ERKEK KARAKTERLER - TABLO B13	129
4.2.14. PEMBE DİZİLERDE SEVİLMİYEN KADIN KARAKTERLER - TABLO B14	129
4.2.15. PEMBE DİZİLERDE SEVİLMİYEN ERKEK KARAKTERLER - TABLO B15	130
4.2.16. PEMBE DİZİ İZLEYİCİ PROFİLİ	130-131
SONUÇ	132-138
KAYNAKÇA	139-142
EKLER	
TABLolar	
GRAFİKLER	

GİRİŞ

Günümüzde, bütün dünya ülke televizyonları, büyük rağbet gören A.B.D.'de yapımı soap operalara oldukça geniş yer ayırmaktadır. Bunun nedeni kuşkusuz bu dizilerin büyük bir beğeni toplaması, izleyicilerin hiç bitmeyen, hatta giderek artan bir şekilde ilgi göstermesidir. Kökeni 18.y.y sonları ve 19.y.y. boyunca özellikle gazete ve dergilerde yer alan romanlara dayanan, ancak "soap opera" olarak adlandırılmaları, A.B.D.'de radyo yayınlarında ve giderek televizyon kanallarında yer almasıyla gerçekleşen bu formatın Türk TV izleyicileri ile tanışması ilk olarak 2 Ocak 1989 tarihinde Brezilya yapımı "Küçük Hanım" ile olmuştur. Ancak gerçek anlamda soap opera dünyasına 1 Ocak 1990'da TRT 2 kanalında yayınlanmaya başlayan A.B.D. yapımı ve bu formatın en tanınmışlarından olan "Yalan Rüzgarı" adlı dizi ile oldu.

Gösterilmeye başlandığı andan itibaren diğer dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de büyük bir beğeni toplayan soap operalar, her ne kadar olumlu olduğu kadar olumsuz tepkiler aldıysa, şiddetle karşı çıkanlar olduysa da şu bir gerçek ki, televizyondaki soap opera uygulaması çok beğenildi. Hem de öyle bir beğenildi ki neredeyse ekrana geldikleri saatlerde hayat durdu, herkes televizyonlarının başına toplandı. Böylece, A.B.D.'de uzun bir geçmişi olan soap operalar, Türkiye'de de devamlı olarak gösterilmeye başlandı. Farklı ülkelerde, farklı adlandırılan bu dizilerin orjinal adı, sponsorluğunu temizlik malı üreticileri yaptığı için "soap opera" yani sabun köpüğüdür. Bu diziler Latin Amerika ülkelerinde "Telenovela" yani teleroman, Türkiyede ise "Pembe Dizi" yada "Arkası Yarın" olarak adlandırıldı.

Amerikan yapımı Pembe dizilerin izlenmesinin, tüm dünya ülkelerinde son derece geniş bir yaygınlığa ulaştığı

ve etkilerinin uluslararası bir nitelik taşıdığı görülmektedir. Bu dizilerle A.B.D. film endüstrisi kendi giyim-kuşam, konuşma, düşünce ve davranış biçimlerini, hatta daha geniş anlamda yaşam tarzlarını bütün dünya ülkelerine sunmaktadırlar. Bu da tüm dünya ülkelerinin olduğu gibi bizim de Amerikan ideolojisi ve kültürünü yayan bir televizyon program formatı ile karşı karşıya olduğumuzu göstermektedir. İşte bu nedenle tüm dünya ülkelerini etkisi altına alan bir TV program formatı olan pembe dizileri daha yakından tanımaya çalışacağız.

Yaptığım bu tez çalışması başlıca iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde teorik bilgilere yer verilip pembe dizilerin, geniş bir şekilde tanıtılması amaçlanmıştır. Bu bölümde kendi içinde altı alt bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde bu dizilerin göstermiş olduğu tarihsel gelişimi; gazete ve dergilerde roman olarak yer alıyor iken, nasıl radyo'ya geçtiği ve oradan da TV'de hangi toplumsal koşullar altında ortaya çıktığı incelenmiştir. İkinci bölümde bu dizilerin senaryo ve çekim'de görülen yapım özellikleri, değişen toplum yapısı ile birlikte, başlangıcından bugüne anlatım tekniği, yapım unsurları ve içerik bakımından nasıl bir değişme çizgisi gösterdiği anlatılmıştır. Üçüncü bölümde bu dizilerin seyircisine sunmuş olduğu iletileri, kullandığı televizyon ve görsel dil aktarılmıştır. Dördüncü bölümde bu dizilerin kadın dünyası ile olan ilişkileri ve seyredilme nedenleri üzerinde durulmuştur. Beşinci bölümde bu dizilerin Latin Amerika ülkelerinde bir uzantısı şeklinde gelişen telenovela'ların tanıtılması amaçlanmıştır. Bu dizilerin ortaya çıkışındaki toplumsal koşullar, tarihsel gelişimi, ele aldığı konular, hedef kitlesi, mekansal özellikleri ve bu dizilerin etkileri, özellikleri ve pembe dizilerle olan ilişkileri anlatılmaya çalışılmıştır. Son bölümde ise pembe dizilerin içeriğindeki reklamların, hâlâ tüketici durumundaki kadına yönelik olduğu gösterilmiştir. Çünkü

hızla tüketilen maddelerin alımında ev kadınları söz sahibidir. Dolayısıyla bu tür malları üreten firmalara bu programlar reklam açısından çekici gelmektedir. Böylelikle pembe dizilerin, kadınları tüketime yönlendiren en temel program prototipine sahip TV formatı olma özelliğini günümüzde de devam ettirdiği gösterilmiştir.

Bu tez çalışmasının ikinci ana bölümünde ise alan araştırması esas alınıp, Türkiye'de iletişim sektöründe A.B.D.'de yapımı pembe dizilerin, Türk toplumunun sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına yansıyan etkilerinin analizi hedeflenmiştir. Bu araştırma ile Türk izleyicilerinin pembe dizileri ne amaçla seyrettikleri, izleme periodları, bu dizilerin bıraktığı zihinsel izlenimler; dizilerdeki kişilerle ve bu kişilerin karşılıklı sosyal ilişkileri ve aile modelleri ile etkileşimleri, kişilerin günlük hayatta aldığı kararlara dizilerin etkisi, bu dizileri seyretmesindeki bilinç yapısı, dizilerin kişi üzerinde bıraktığı temel iletiler ve bu dizilerin tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de çok tutulmasının nedenleri gibi sorulara cevap bulunmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu araştırmanın kapsamı gecekondü ve apartman dairesi olarak ayrılmıştır. Bunun nedeni ise sosyo-ekonomik ve kültürel düzey açısından farklılık gösteren bu iki kesim izleyicilerin pembe dizilerden etkilenme farklılıklarını ortaya çıkarmaktır.

1. BÖLÜM PEMBE DİZİLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnsanoğlu, anlatacaklarını zamana yayarak öyküleme tekniğini modern kitle iletişim araçlarından daha önce de biliyordu ve söz konusu teknik, anlatılana duyulan ilgiyi üstelik arttırarak sürdürmenin de bir yoluydu. Eski dönemlerde de öykü-masal anlatıcıları tarafından bu teknik sık sık kullanılmaktaydı. Günümüzde de örneğin, çocuğumuzdan yemek yemesi yada uyuması gibi bir ödün koparmak için, masal en heyecanlı yerinde kesip devamını taleplerimiz yerine geldikten sonraya ertelediğimiz hiç de bilinmedik bir olay değildir. Aynı şekilde, yüzyüze iletişim de kullandığımız anlatının pembe diziler gibi bölümler halinde kurgulanması, modern kitle iletişimine de uygun düşmüş ve bu ortamın başat biçimi olmuştur¹.

Pembe diziler, modern kitle iletişim araçlarının özellikle TV'nin yapısal özelliğine çok uygundur. Televizyon iletişimi kesintisiz bir deneyimdir. İşlev ve biçim olarak bir programlama stratejisi geliştirilmiş, bu strateji içinde programlar birbirlerinden farklılaştırılmış olmakla birlikte, TV'nin genel mesajı kesintisiz bir süreç olarak yayılmaktadır. TV izleme, programlamadaki bölüntülüğe karşın bütünlüklü, kesintisiz bir deneyimdir. Pembe diziler de yapıları gereği TV deneyiminin bu (kültürel açıdan belki de en önemli) özelliğine katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla diğer kitle iletişim araçlarında bu anlatı formatlarından vazgeçilebilse de bunlar TV'nin başat biçimi olmayı sürdürecektir gibidir. Pembe diziler yalnızca TV deneyimlenme biçiminin özelliklerine

¹ Erol Mutlu, Televizyonu Anlamak, Ankara; Gündoğan yay., 1991, s.202

uygun olmakla kalmaz, fabrika tarzı, çalışan TV endüstrisinin kitlesel üretim tekniğine de yapısı gereği uygun düşer² .

1.1. ROMAN DÖNEMİ

Pembe dizi türü, eskinin halk masallarının günümüzdeki modern bir versiyonu gibidir. Halk masalları, sıradan insanların yaratıp geliştirdiği bir sözlü anlatım biçimidir. Bunlar verili bir tarihsel dönemde, halkın toplumsal düzene ilişkin düşüncelerinin yansımalarıdır; halkın özlemleri, gereksinimleri, beklentileri ve dilekleri bunlarda simgelenir; halk bunlar aracılığıyla başat toplumsal değer ve normları olumladığını veya onları değiştirme gereksinimini duyduğunu ortaya koyar. Matbaanın ortaya çıkması ve çoğaltım olanakları sonucu halk masalları yerini bireysel masalcıların ürettiği anlatılara bırakır. Buna toplumsal iktidar ilişkilerindeki belirgin ayrışma ve merkezileşme de eşlik eder. Bu değişiklik sinema, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla daha da belirginleşmiştir. Artık anlatı üretimi merkezileşmiştir; tüketiciler anlatının şekillenmesine dolaylı olarak katılmaktadır; anlatılar insanların gereksinim, istek beklenti ve tutkularını dile getirdikleri toplumsal iletişim biçimleri olmak yerine, değerleri parayla ifade edilebilen ve alınıp satılabilen metalar haline dönüşmüştür³ .

Pembe diziler 18.yy sonları ve 19.yy boyunca özellikle gazete ve dergilerde yer alan romanlar ile yaygınlık

² Mutlu, a.g.e, s.201

³ Michael Real, Mass-Mediated Culture, Englewood Cliffs, PrenticeHall Ins, 1977, s.14, Aktaran: Mutlu, a.g.e, s.332

kazanmaya devam etmiştir. 19.yy başlarında kitlesel kültürel dağılım konusunda başlıca iki önemli gelişme vardı. İlki hızlı çalışan rotatiflerin devreye girmesi, ikincisi ilk ucuz gazetelerin pazara çıkmaya hazırlanmasıdır. İşte bu dönemde seriyal romanlar görülmeye başlar.

Emile de Girardin 1836'da Fransa'da gazeteyi gerçek bir kitle iletişim aracı haline getirmek çabasıdadır. Abone fiyatı çok düşük ilk gazeteyi çıkararak çok ucuz gazeteleri pazara sürecektir. Ama yine de gazetenin fiyatını düşürmek tek başına bir çözüm değildi. Gazetenin yaşayabilmesi için büyük ve sürekli bir okuyucu kitlesine sahip olmak gerekiyordu. Yani okuyucu bugünden yarınki gazeteyi beklemeliydi. İşte 19.yy toplumsal gelişmesi gazeteciye iki öge getirmiştir: Küçük ilanlar toplumsal gerçeği vermektedir. Kapitalizm gelişmekte buna koşut olarak iş ilanları artmaktadır. Ve bu gerçek evrende toplumun her kesiminden insan, beklentisine uygun ilanı bulmaktadır. Diğer öge seriyal romanlardır. Toplumda düşsel planda beklentilerine yanıtı bu romanlar verirken gazetelerde baskı sayısını arttırmaktadır. Alan memnun, satan memnundur. Charles Dickens, Balzac ve Eugene Sue seriyal romanın önemli isimleridir. Ençok tutulan yazar ise Eugene Seu'dur. 1848 devrimine giden yıllarda Constitutionnel gazetesinde en önemli iki dizisini yayımlar: "Paris'in Esrarı" ve "Göçebe Yahudi". Bu gelişmeyle 1836-1846 yılları arasında Fransa'da gazete okuyucu sayısı 70 binden 200 bine çıkar⁴.

⁴ Ertuğrul Özkök, Sanat-iletişim-iktidar, Ankara; Tan yay., 1982, s.119

19.yy başlarındaki Amerikan toplumunda ise, gerçek güç sahibi kişiler işadamları ve hukukçular olmasına rağmen, gündelik yaşamın nezaket kuralları rutininde en çok saygı gösterilen kesimin kadınlar ve ruhbanlar olduğu görülmektedir. Gerçekte ise, orta sınıfın aile ortamı ata erkildir ve kadın, ekonominin dışında kalmış, yetki ve gücünü yitirmiş durumdadır. Ev ekonomisini yöneten bir kişi olmaktan çıkan kadın, eskiye oranla daha fazla itibar ve statü sahibi olmuştur. Bu dönemde kadın dergilerinde, ekonomideki yerini yitiren kadına tanınan bu yeni "ikame statü" yü yücelten yazılar yayınlanmaya başlamış üretici rolleri ile toplumdan dışlanan kadın "kocasının başarısının vitrini" ve kocasının yaşam nedeni haline gelmiş ve ekonomiye hiç sokulmamıştır. Bununla birlikte değişik yeni bir edebiyatın doğduğu ve bu edebiyatın ilk müşterisinin de kadınlar olduğu görülmektedir⁵.

Amerika da bu toplumsal koşullar altında gelişen pembe dizi türü romanlar kadınlarda gitgide bağımlılık yaratarak hızlı bir gelişme göstermiştir. Öyle ki 1923 yılında Ivory sabununu pazarlama konusunda tamamiyle yeni bir kavram başlamıştı. Bu Mark Wiseman tarafından hazırlanan bir gazete kampanyası şeklindeydi. Wiseman komik program tipinde Yollyca ailesi hakkında "satan drama" denilen birşey yarattı. Bu aile Mr. Mrs. Yollyca ve üç çocuğundan oluşuyordu ve bunların hayatı sabun etrafında geçiyordu. Bu arada Procter Gamble'in pazarlama araştırmaları neticesinde, Irna Phillips adında genç bir kadına bu başarıyı radyoda da yapması için teklifte bulunuldu.

⁵ Ünsal Oskay, 19.yy'dan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, Ankara: A.Ü.S.B.F. yay., No: 495, 1982, s.110

Böylelikle Amerikada bir gazete kampanyası, roman olarak doğan pembe diziler, büyük bir gelişme göstererek televizyonun önemli bir program formatı olmayı başarmıştır.

1.2. RADYO DÖNEMİ

Radio da pembe dizi formatının yaygınlık kazanmasındaki etken, bu türün anlatı yapısına egemen olan melodramın, içinde yaşanan dönemin ruh haline uygun düşmesidir. Melodram aşk, sevgi, gurur ve gözyaşıyla bu yeni dönemin çekirdek ailelerine, mahrem yuvalarına gerçekten uygun bir türdü. Böyle olunca Chicago'daki WGN adlı bir radyo istasyonu, 1930 yılında kadın izleyicilere yönelik dramatik bir programın metnini yazmak üzere Ohio'lu öğretmen Irna Phillips'i işe almaya başlar. Phillips'in yazdığı Painted Dreams, (Boyalı Düşler) 15 dakikalık bölümlerden oluşuyordu. Dizi "Suddses" adında bir aile etrafında gelişen olaylar bütünüydü. Buna rağmen Phillips'in "Painted Dreams"i ilk pembe dizi değildir⁶. Bunun hakkında söylenebilecek en doğru şey radyo teknolojisinin günlük drama cinsinden programlar üretebileceğine dair inancı cesaretlendirmiş olmasıdır. Ayrıca bu programın büyük başarı kazanması, diğer radyo istasyonlarının da dikkatini çeker. Böylece 1933 yılından itibaren şebekeler bu formatı benimseyerek uygulamaya başlarlar.

1930'lu yıllarda pembe diziler hem gece hem gündüz yayınlanmaktaydı. Özellikle 1940 yılı, formatların altın yılı olmuştu. Günde 64 adet pembe dizi yayını vardı.

⁶

Martha Nochimson, No End to Her Soap Opera and the Female Subject, University of California Press 1992, s.13/14

1950'li yıllara gelindiğinde televizyon artık kendini kabul ettirmiş, izleyicileri ve yapımcı firmaları kendine bağlamayı başarmıştır. Bu durum radyo dizilerinin yayınını etkilemiş ve sayıların azalmasına yol açmıştır. Hiç bir seriyal birkaç yıldan fazla yayında kalamamıştır. 1955 yılından başlayarak pembe dizilerin radyodaki hayatları kapanmaya başlamıştır. Radyoda en son pembe dizi ise 25 Kasım 1960'da yayınlanmıştır. Ma Perkins'i sadık dinleyicilerinden ayrılmaya zorlayan temel etken hiç kuşkusuz televizyon pembe dizilerinin, radyodakilere en bağlı, en sadık olan izleyicileri bile giderek kendine çekmesidir⁷.

Savaş yıllarında radyo pembe dizileri "savaş ve romantizm" üzerine yoğunlaşarak varlıklarını sürdürdüler. Eşleri ve çocuklarını savaşta yitiren kadınların yaşam mücadelesi ya da savaşta kaybolan kocanın ortaya çıkış gibi temalar ağırlıklı işlendi. Ancak hiçbirinde, izleyiciye savaşta harcanan bazı çabalarda etkin bir görev alması gerektiği gibi mesajlara yer verilmiyordu⁸.

Radyoda yayınlanan pembe dizi dönemlerinde yazar reklamları duyurarak hem ürünün cinsi ve hemde önceden bahsedilen hikaye arasında bir bağlantı kurmak zorundaydı. Yani yazar hem hikaye dünyası ve hem de gerçek dünya arasında bağlantı kurmuş oluyordu. Bu alanda Rudolf Arnheim'in 1942 yılında ABD'deki 43 radyo istasyonunun yayınlarını kapsayan bir araştırması, ilginç bulgular ortaya koymaktadır. Arnheim'in araştırması, radyo pembe

⁷ Mutlu, a.g.e., s.291

⁸ George A. Willey, "The Soap Operas and The War", A Source Book on the History of Radio and TV, U.S.A., 1975, s.380

dizilerindeki problemlerin büyük bölümünün aşıklar arasında geçen anlaşmazlık olduğunu, en geniş çevrede ise arkadaş grubunu aşmayan küçük birimlerde ortaya çıkan sorunların nedenlerinin toplumsal açıdan gösterilmediğini, sistemle ilinti kurulmadığını ortaya çıkarmıştır⁹ . Bu araştırmada ulaşılan başlıca sonuçlar ise şöyledir:

- a. Bütün radyo hikayelerinde ailenin liderinin kadınlar olduğu görülür. Kadınlar hep haklıdır. Hedef dinleyicilerin büyük çoğunluğu kadın olduğu için, olaylara kadın bakış açısından bakılır.
- b. Soyut fakat gerçekmiş gibi gösterilen bir dünya sunulması
- c. Ele alınan sorunların toplumsal açıdan gösterilmemesi ve sistemle ilinti kurulmaması
- d. Kurulu düzene dokunulmaması
- e. Toplumsal ortam, büyük şehirler değil, orta ve küçük kasabalardır.

1.3. TELEVİZYONDA YER ALMA DÖNEMİ

Dizi filmlere dolaylı yada asıl amaç bağlamında reklam girdisi sağlayan televizyon şirketleri A.B.D'de "pembe dizi" lerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Dizi filmlerin varoluş nedeni tıpkı tarihte daha önce olduğu gibi belirli sayıda izleyici kitlesini, haftanın belirli günlerinde ve saatlerinde ekranın karşısına çekmeyi başarabilmektir. Böylelikle seyirciye sunulmak istenen reklamların izleyici sayısını arttıracaktır. Yani bir dizi film seyircinin dolayısıyla reklam veren firmaların dikkatini çekerek o televizyon şirketine kar getirdiği oranda başarılı

⁹ Rudolf Arnheim, "The World of the Daytime Serial", Public Opinion and Propaganda, s.243-263, çev. Ünsal Oskay, "Kitle Haberleşme Teorileri Ders Notları", s.244/245

sayılmakta ve yaşamını sürdürebilmektedir. Ticari amaç ideolojik amaçla çakışmaktadır. Ticari amaca uygun olarak yayın sürekliliği elde eden bu filmler aynı zamanda düzenin yeniden üretim sağlama amacına uygun olarak oluşturulmaktadır. Yani düzenin devamı böylece sağlanacaktır.

1950 sonrasında A.B.D'de yaygınlaşmaya başlayan ve büyük sermayeler tarafından desteklenen sit-com adlı özel TV kuruluşları, kitle kültürü ürünlerinin oluşmasına yardım etti. Televizyon bireyi edilgen bir kültür tüketicisi durumuna getirerek, kitle kültürünün sanat, eğlence, boş zamanları değerlendirme gibi yaşam pratiklerinin, tüketim eylemine dönüşmesini sağladı. Artık 50'lilerin Amerikan toplumunda TV'nin işlevleri oldukça geniş bir yer tutmuştu. Ayrıca 50'li yıllar, Amerikan toplumu için terör yılları olmuştur. Senatör Mc.Carthy'nin öncülüğünde devletin vatandaşa yaşattığı terörün kökeninde toplumu edilgenleştirme amacı yatmaktaydı. Bu edilgenleştirme sürecinde kitle iletişim araçlarına yönelik bir saldırı gözlenmiştir. Senatör ve yandaşları TV şirketlerinde çalışanları yoketme çabasına girmişlerdir. Mc. Carthy'cilerin gözden kaçırdıkları ve sonlarını hazırlayan nedenlerden biri de; saldırdıkları sit-com televizyon kuruluşlarının ürettiği pembe dizi mantığının edilgenleştirici niteliğinin farkına varamamış olmalarıydı. Pembe dizilerin üretiminin gerçekleşmesinin egemen ideolojiye ait kurumlar ve kuruluşlar sağlamaktadır¹⁰.

¹⁰ Ragıp Taranç, Televizyon Dizi Filmlerinin Estetik Sorunları, İzmir: D.E.Ü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1991, s.47/48

Reklamcılığın olmadan programcılığın olmadığı A.B.D'li TV şirketlerinde pembe diziler biçimlendirilirken, anketlerden ve bilgisayarlardan yoğun olarak yararlanılır. 1980'li yıllarda dramatize edilmiş diziler, yani pembe diziler TV filmciliğinin en karlı ve yaygın biçimi olmuştur. Televizyon masal çarkı 30 yıl gibi kısa bir sürede uluslararası bir endüstriye dönüştü. Hollywood'da biçimlendirilen pembe dizilerin konuları ve mesajları, doğal olarak Amerikalıydı 1950'li yılların ortalarında A.B.D'de TV batıya gidiyordu. Milyonlarca izleyicinin evine giren TV alıcıları geniş kitlelere yönelik, ucuz dizi filmlere de talebi arttırmıştı. 1980'li yıllara gelindiğinde bir takım Amerikan saplantılarını ve ruh halini, TV dünyasının sınırlarına doğru yaydıkça, dünyanın her yerindeki izleyiciler tarafından paylaşılan fikirler ve imajlardan oluşan yeni ve garip bir imparatorluk oluşmaya başladı. Televizyonda melodram ve durumkomiği olarak anlam kazanan, pembe diziler TV şirketlerinin, üretimlerinin temel taşı oluşturmaktadır.

Pembe diziler, 1933 yılından itibaren A.B.D. yayıncılığının günlük bir parçası olmuştur. İlk düzenli seriyal olarak kabul edilen "A Woman To Remember" adlı diziyi 1950'de NBC tarafından yayınlanan "The First Hundred Years" takip eder. Bu dizileri CBS'in 1951'de yayına soktuğu üç pembe dizi izler. Bunlardan ikisi Love of Life ve Search for Tomorrow 1980'lere kadar yayınlanmaya devam etmiştir. ABC, NBC, CBS gibi Amerika'da 600'e yakın istasyona ulaşabilen televizyon kuruluşları, bugün de izleyicileri öğleden sonraları ekran başında tutabilmek için seriyalleri yayınlamaya devam etmektedirler. Pembe

diziler başladığı günden itibaren yayın saatlerini arttırarak varlıklarını sürdürmektedirler. Nitekim Natan Katzman bu alandaki çalışmasında, 1952 ve 1970 yılları arasında yayın süresinin günde 60 dakikadan toplam 510 dakikaya (8,5 saat) yükseldiğini, 1970 ve 1980 arası dönemde de bu yükselişin devam ettiğini belirtmiş, 1981 yılı itibari ile de pembe dizilerin güne düşen toplam yayın süresinin 660 dak. (11 saat) ulaştığını saptamıştır¹¹ .

¹¹ Robert Allen, "The Guiding Light Soap Operas As Economic Product and Cultural Document", John E.O'Connor (der) American History/American Television: Interpreting The Video Past, Frederick Ungar Publishing Co, New York, 1983, s.311/312

2. BÖLÜM PEMBE DİZİLERİN YAPIM ÖZELLİKLERİ

2.1. SENARYO

Ana karakterlerin problemlerini, başarılarını ve başarısızlıklarını sık sık duygusal ve melodramatik bir biçimde meraklı ve heyecanlı bir hale sokan radyo veya televizyon programları olan pembe diziler genellikle gündüz yayınlanır¹² . Başlıca karışık ilişkileri ve durumları ve melodramatik veya duygusal ilişkileri karakterize eder¹³ .

Özellikle deterjan üreticisi "Procter and Gamble" başta olmak üzere, çeşitli sabun ve temizlik malı üreticilerinin reklamlarını yayınladıkları ya da direkt olarak sponsorluğunu yaptıkları, gündüz seriyalleri, bu nedenle "soap" yani "sabun" opera olarak adlandırılır olmuştur. Ne varki, üreticilerin çoğu "Procter and Gamble", "Palmolive-Colgate-Peet" gibi sabun ve deterjan şirketleriyse de, soap opera sponsorları arasında kozmetik ve yiyecek ürünleri imal eden firmalar da bulunuyordu.

Pembe diziler, kendilerini toplumdan izole etmiş bir şekilde yaşayan ev hanımları için birer arkadaş durumunu almışlardır. Ev hanımları, ütü yaparken, yemek pişirirken yada diğer işler ile ilgilenirken en beğendikleri pembe diziyi dinliyorlardı. Televizyonun gelişiyse beraber pembe diziler birden Amerikan radyo istasyonlarından kayboldular. Ama yeni gelişen bir araçta TV'de var olmaya başladılar. Bu pembe dizileri yazan senaristler toplumsal olayları iyi analiz eden sosyolog ve insanların iç dünyasına girmeyi bilen psikologlardan oluşuyordu. Bu dizilerin daha ilk yıllarından itibaren bu kadar çok tutulmasının nedeni

¹² The Random House Dictionary of the English Language Second, Edition Unabridged 1989
¹³ Webster's Ninth New Collegiate Dictionary, Private Library Edition, March 93, s.2160

senaryonun, insanın psişik yapısına, toplumsal gerçekliğe uymasındandır.

Pembe dizilerin izleyicide bir tür alışkanlık yaratabilmesi için senaristler tarafından bir takım formüller geliştirilmiştir. Programların sunum aralığının sıklığı, hergün aynı saatte yayınlanıyor olması alışkanlık yaratmada birincil etkindir. Böylelikle ev hanımı günün belli bir zaman dilimini bu deneyime ayıracaktır. Pembe dizilerin senaryoları ise üretim-hattı düzeninde üretilmektedir. Bu haftada beş saatlik yeni malzeme üretme zorunluluğundan kaynaklanır. Programın baş yazarı uzun erimli öykü gelişimini belirler ve her bölümdeki aksiyonun özetini yazar. Bu özet yardımcı yazarlara verilir, onlarda boşlukları diyalogla doldururlar. Diyaloglarda sanat kaygısının aranmaması yazarların tanınmış ve yetenekli olmasını gerektirmez. Aynı şekilde oyuncuların da yıldız oyuncu olması beklenmez. Oyuncular çeşitli karakterlerden oluşur. Bu karakterler topluluğun içinden kolayca çıkartılabilir veya yeni karakterler eklenebilir. Böylece oyuncuların senaryo üzerindeki etkileri, denetim güçleri yerini tamamiyle yapım şirketlerinin egemenliğine ve denetimine bırakmıştır¹⁴.

Pembe dizi senaryoları aylarca, yıllarca devam eder, diziyi oluşturan tek tek bölümlerde kesintisiz bir öykü anlatılır ve her bölüm bu öykünün en heyecanlı yerinde kesilir. Seriyalin öyküsü her bölüm için en heyecanlı, en merak uyandırıcı noktaya sahip olmak durumundadır. Bu nedenle pembe dizi öyküleri, bir ana olay dizisinin

¹⁴ Muriel Cantor, "Our Days and Nights On TV", Journal of Communication, Autumn 1979, s.66/74, Aktaran: Mutlu, a.g.e., s.300

yanısıra içiçe geçen çok sayıda yan olay dizilerinden oluşur.

Pembe diziler de senaryo ufak kasabalarda geçer ve birbiriyle bağlantılı 2 yada 3 aileyi kapsar. Aileler genelde pek çok nesilden oluşur ve nesillerin çoğalması, pembe dizi karakterlerinin hızlı bir şekilde olgunlaşmasıyla hız kazanır. Genelde ailelerin birinin durumu iyidir, diğeri ise sosyal olarak aşağı bir seviyede olsa bile orta sınıftır. Yine de kişiler arası karışım ve evlilikler olduğu için, sınıf ayrımı ümitsizce bulanıklaşır, kesinliğini kaybeder. Çocuklar senaryoda büyük yer teşkil ederler ama ekranda çok sık görülmezler ve yaşları da fazla büyük değildir. Zenciler ve diğer azınlıklarda neredeyse içeri alınmamışlardır. Kadınlarda erkekler gibi çoğunlukla evin dışında hukuk, tıp gibi işlerde çalışırlar ve profesyonel olarak erkeklerle eşit durumdadırlar. Ama herkesin zamanının çoğu kişisel ve ev hayatına ait krizleri yaşamak ve tartışmakla geçer.

Pembe dizilerde en çok işlenen konular ise şöyledir;

- Kötü kadın
- Büyük fedakarlık
- Terkedilmiş sevgiliyi tekrar kazanma
- Kadınla parası, saygınlığı v.s.'si için evlenme
- Evlenmemiş kadın
- Çocukların babalığı hakkındaki yanlışla
- Kariyer ev kadınına karşı
- Alkolik kadın veya adam. 15

¹⁵ Tania Modleski, "Search For Tomorrow in Today's Soap Operas", Understanding Television, Edit by Richard P. Adler, New York, 1981, s. 195.

İhtilafli sosyal problemler senaryoda zaman zaman gösterilir. Pekçok pembe dizide tecavüz konu olarak alınmıştır ve çoğu bölümde de duygusal bir havada işlenmiştir. Her ne kadar pembe diziler diğer kitle eğlendirici araçlarından daha fazla sosyal problemleri içerir ama çoğu eleştirmenler sosyal gerçeklik açısından bunları yetersiz buluyor. Hayranlar için ise pembe dizi senaryoları tıpkı gerçek hayattaki gibiler ve karakterlerin problemleriyle kendilerinininki gibi ilgileniyorlar.¹⁶

2.1.1 OLAY GELİŞİMİ

Pembe dizilerdeki olay gelişimi bu formatın diğer TV programları arasındaki farkını ortaya çıkarması açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle pembe dizilerin özgül yapısını anlamak için bu formatın olay gelişimini iyi bilmek gerekir. Pembe dizilerin dizisel bir form göstermesi, öykünün belli bir noktada sona ermesini önlemekte ve reklamlar, program tanıtım filmleri ve duyurular aracılığıyla yapılan müdahaleler ve kırılmalar nedeniyle de filmin açık uçlu- seyirciyi ilgili, bağlı, üzerinde düşündüren, değerlendiren boşlukları dolduran- bir şekilde sona ermesini sağlamaktadır.

Seriallerin anlatı yapısının özünü, insanlarda bağımlılık yaratan niteliklerinde aramak gerekir. İzleyiciyi seriyale bağlamanın gizi, insanların meraklarını uyandıracak bir sorunun çözümünü her bölümden sonraki bölüme aktarmada yatmaktadır. Böylelikle izleyicinin bir sonraki bölüme katılmasını sağlama alma tekniği olan,

¹⁶ Modleski, A.g.e., s. 196/197.

izleyiciye "kanca atma" ilkesi bu formatın temelini oluşturur.¹⁷

Pembe diziler; aylarca, yıllarca sürer. Seriyali oluşturan tek tek bölümlerde kesintisiz bir öykü anlatılır ve her bölüm bu öykünün en heyecanlı yerinde kesilir. Seriyalin öyküsü her bölüm için en heyecanlı, en merak uyandırıcı noktaya sahip olmak durumundadır. Bu nedenle seriyallerin öyküleri, bir ana olay dizisinin yanısıra içiçe geçen çok sayıda yan olay dizilerinden oluşur. Bu anlatım biçimine episodic anlatım denilir.¹⁸ Yani bir bölümde birden fazla öykünün anlatılması ve bu farklı öyküler arasında, öykülerin bitmemesine rağmen birbirine geçişlerin olmasıdır. Pembe dizilerde çok sayıda yan olay dizisiyle kurulan bu anlatım yapısındaki yan olay dizileri, ana olay dizisinin alt birimleri olmaktansa, herbiri kendi başına ilerleyen ve birbirleriyle yarışma içinde olan bağımsız olay dizileri şeklinde kurulurlar. Böylelikle pembe dizilerin anlatısı çeşitli olay dizilerinin birbirine örülmesiyle kurgulanır. Bu olay dizilerinin herbiri farklı hızda gelişir. Birinin bir bölümü biterken, izleyici geride kalan ve devam edegelen diğer olay dizileri arasında, bu bitişin sağlaması gereken doyumu yada son duygusunu yaşayamaz. Ayrıca bazen bir olay dizisi başlar ama bir iki bölümden sonra devam etmez; aradan uzun bir süre geçtikten sonra yeniden devreye girebilir. Bir olay dizisinin doruk noktası bir ay sürebilir sonra bundan bir daha kimse söz etmeyebilir. Pembe dizinin bu anlatımsal özellikleri

¹⁷ Mutlu, A.g.c., s. 198.

¹⁸ Yusuf Kaplan, Televizyon, Çev. Gökçen Kaplan, İstanbul: Ağaç Yay., 1992, S.61.

bunların sonu olmayan programlar olmasından kaynaklanmaktadır.

Pembe dizilerde hikaye, kendi içinde sonu için merak uyandırır. Roland Barthes'e göre pembe dizilerde kural şudur; "Umut etmek... Gerçek için gereken koşul: Gerçek. Bu hikayelerin bize söylediği umutetmenin sonunda olan şeydir. Bu düzene geri dönüş demektir. Çünkü umut etme düzensizliktir. Sonuç olarak, kadınlar için gerçek umut etmenin sonunda değildir, umut etmenin içindedir, düzene geri dönüş değildir, ama düzensizliktedir."¹⁹

Hikayenin sonu pembe diziler için daima bir problemdir. Pembe dizilerin açık sonu olduğu için bu kadar etkili olduğu iddia edilir. İlk bakışta, mutlu son olasılığı vardır ama gelecekte öyle karışıklıklar olur ki mutlu son da gerçekleşemez. Özellikle hikaye içinde öyle olaylar, problemler yaratılır ki bunları temizlemek için çaba bile gösterilmez. O yüzden pembe dizilerde son eksikliği vardır ve olaylara getirilen sonsuz çözümler, duyguların trajik yapısına yeni bir boyut katar. Eleştirmen Dennis Porter, pembe dizileri problemleri çözmede başarısızlıkları yüzünden eleştiriyor, "Bütün geleneksel sonu olan hikaye ve dramaların aksine pembe diziler ilerleme olmayan olaylar sunuyorlar. Bunlar ne bir en yüksek noktası ne de bir kararlılığı var. Devamlı olarak başarısızlıklarla ilgileniyor fakat hiçbir zaman geleneksel olarak utançtan gerçek bilgiye geçişteki değişiklikleri göstermez. Hem oyuncular ve hem de seyirciler için, hiç bir olay sonucu bağlanmaz."²⁰

¹⁹ Modleski, A.g.e., s.183.

²⁰ Modleski, A.g.e., s.190/191.

Pembe dizilerin öteki bölümünde kafanızdaki karmaşıklığın giderileceği söylenir ama kişinin yine de kafası karışır. Yarın yine bizle birlikte olun diye çağrı yapılırken amaç, yanıtlar bulmak için değil, daha ileri karışıklıkların çözümleri, nasıl ertelediğini ve yeni sorunları nasıl ortaya çıkardığını izleyiciye göstermektedir. Böylece öykü, arzular ve onların gerçekleşmesi arasına daha da karmaşık engeller koyarak, sadece ve sadece sonun beklentisi içine sokar. Alışlagelmiş sona yönelik tüm öykü ve dramaların aksine pembe diziler ilerlemesiz bir süreçtirler ve bir doruk ve sonuç yerine mini doruklar ve ilgili konulardaki şüpheleri yok etmeyecek tarzda koşullu sonlar sunarlar. Pembe dizi eleştirmenlerinin birinin de dediği gibi; "Eğer, Aristoteles çok mantıklı bir şekilde iddia ettiği gibi, dram başlangıcı ortası ve sonu olan insan davranışının takliti ise, o zaman pembe dizi, sonsuz bir şekilde genişletilmiş bir ortası olan farklı bir türe aittir". Klasik dram ve pembe diziler arasındaki bu farkın önemi büyüktür. Bu fark başarılı pembe dizilerin bitmemesi değil ayrıca bitmemesidir.²¹

Pembe diziler, benzer karakterlerin hergün olmak üzere konularını bir öncekine bağlı olarak iletirler. Yayın süreleri boyunca sonları kestirilemez. Ve pembe dizilerde erteleme kuraldır. Olayların normal gidişatlarında hep erteleme olur. Ama seyirci bu düzensizliğe kargaşalığa alışıktır, zaten bu karmaşıklığı tercih eder. Böyle bir düzensizlik hiçbir şey hiçbir zaman çözülemez, bir şeyin sonuna kadar gidilemez. Bu amaçsızlık ve doğrultusuzluk

²¹ A.g.c., s. 184.

duygusu beklentiyi kuvvetlendirir. Olaylar olmaya devam eder ve giderek karmaşılaşır ama aslında hiç bir şey olmaz. Geçmiş ve şu anki zaman arasında ilerleme yoktur.

Pembe dizilerin çok sayıda olay dizili anlatı yapısı, bu türün çekiciliğini artıran bir etkidir. Bu özellik onun kapalı olmayan hikaye yapısına iyi bir örnektir. Bu ayrıca 15 dakikalık günlük program içinde elverişli bir gerekliliktir. Çok olaylılık, bazen ardarda yayınlanan olaylar dizisinin takibinde kaybolan seyirciye yardım etmektedir. Tek değil birçok olayı içeren pembe diziler, birbiriyle ilgisiz gibi görünen olaylar arasında bağlantılar kurarak izleyicilere zevk vermektedirler.

Pembe dizilerin anlatısı, bir düğümün tam ortasında başlar ve izleyicilerine asla somut, tam bir çözüm duygusu yaşatmaz. Pembe dizi anlatısının önemli özelliklerinden biri de olayların gündelik yaşam hızıyla sürmesidir. Formatın bu özelliği izleyicilerin belli bir seriyale bağlı kalmalarında etkidir. Böylelikle bazı bölümleri kaçırın seyirciler pembe dizilerin anlatı yapısını oluşturan olaylardan kopmamış olacaktır.

Pembe dizilerde olay dizilerinin ana unsurları, izleyiciye en baştan açıklanır. Bu unsurlar oyuncuların bilmediği birkaç "giz" den oluşur. Gizler, olay dizisinin gerisindeki itici güçtür, izleyici bu gizleri bildiği için karakterlerin kendileriyle ilgili bu gizleri öğrendikleri zaman gösterecekleri tepkiyi merakla beklerken aynı zamanda bu bilgileri oyunculardan önce bilmenin verdiği bir üstünlüğe sahip olduklarını düşünürler. Pembe dizilerin anlatı yapısındaki önemli özelliklerden biride karakterden

birinin sakladığı bir bilgi ve diğerlerinin bu bilgiyi öğrenme çabasıdır. Böylelikle pembe dizi öykülerini harekete geçiren ve hareketliliklerini sürdürmelerini sağlayan etkileşim temelde bilgi alışverişi olmaktadır. Bir giz açığa çıktığı zaman, kişisel ilişkiler ya yeniden düzenlenir, ya da bütünüyle yeniden tanımlanır.²²

2.1.2. SOSYAL DEĞİŞME

Pembe dizi formatı başlangıçtan günümüze doğru gitgide toplumsal konular hakkında duyarlılığını arttırmıştır. Anlatı yapılarıyla toplumsal gerçeklik arasında bire-bir aynı şeyleri aramak yanıltıcı olabilirse de, konularda ki ve mesaj türlerindeki değişiklik, pembe dizi gibi popüler kültür ürünlerinin toplumsal değişmelere duyarlı olduğunu, en azından bu nedenle de küçümsenerek bir yana itilecek değil, toplumu anlamak için yararlanılabilecek belgeler olduğunu ortaya koymaktadır. Pembe dizi formatının özelliği sadece basma kalıp saymacaların saptanıp sınıflandırılmasıyla değil, kendisini toplumsal değişmelere, değişen beklentilere uyarlama mekanizmalarının nasıl işlediğini anlamakla, bu değişimleri saptamaya olanak veren duyarlılığının niteliğini çözümlemekle tanımlanabilir.²³

Pembe dizilerde bütünlük, içindeki bütün kişisel karakterlerle değil onların içinde yaşadığı toplulukla sağlanır. O toplumda, bütün karakterlerin belirlenmiş pozisyonları vardır. Bu toplum yapısı ayrıca değişik karakterlerin ne tür olasılıklara açık olduklarını da

²² Brian Rose, "Thickening The Plot", *Journal Of Communication*, Autumn 1979, s. 81/82.

²³ Erol Mutlu, *Televizyonu Anlamak*, Ankara: Gündoğan Yay., 1991, s. 326.

belirler. Bu karakterlerin biri bile o toplumun kurallarından kaçamaz. Bu durumda pembe toplum bir köy, cadde yada bir hastane gibi kapalı bir toplumdur. Her ne kadar düzenli olarak bu topluma yeni karakterler girse de, karakterler bu topluluğa girdikleri alan, toplumun kurallarına, kanunlarına ve mantığına uymak zorundadırlar. Pembe dizi, bir toplum, topluluk içinde kişilerin yaşamlarını takip eder ama onların tüm yaşamlarıyla ilgili değildir. Bir başka deyişle pembe dizi onların bütün yaptıklarını, geçirdikleri bütün tecrübeleri ortaya sermez.

Pembe dizi seçicidir. O farklı karakterler hakkında çok şey söyler ama onların hayatlarının büyük bir kısmına hiç değinmez. Pembe dizi ufak hikayelerin, düzgün olmayan bir hızda devamlı olarak gidip gelmesidir. Pembe dizinin diğer önemli yanı da sadece bir değil pek çok ana karakterin olaya katılmasıdır. Pembe dizideki özel hayatı, dengesiz durumların ortaya çıkarttığı uyuşmazlık ve felaketler belirler. Pembe dizi, cinayetler hukuki tartışmalar, evlilik dışı ilişkiler veya ciddi hastalıklar olmadan mevcut olmaz. Pembe dizi dünyasında karakterler bu tür felaketlerin içinde, sanki normal hayatta hep olurmuş gibi yaşarlar. Olayların bu şekilde olmasıyla insanın mutsuzluğu çok kesin bir şekilde ifade edilir. Pembe dizilerde karakterlerin mutlu kalması imkansızdır. Çünkü olaylar ve şartlar karakterlerin önüne öyle engeller çıkarır ki, bütün karakterlerin ufak bir mutluluk yakalamaları önlenmiş olunur. Burada sunulan hayat, oldukça problemlidir. Burada mutsuzluk norm'dur, kuraldır. Bu duyguların trajik yapısının temelidir. Sonuç olarak pembe dizilerdeki kadınlar öyle kolayca mutlu olamazlar. Tam

tersine, bulundukları durumlar onların problemlerine ve mücadelelerine neden olur. Bu yüzden her ne kadar kadınların ideali olarak annelik verilse de, bu aynı zamanda ilgi ve endişenin de kaynağı olur.²⁴

Pembe dizilerde evlilikler güzel bir uyum olarak değil de karmaşaya neden olan olay olarak gösterilir. Evlilikler çoğunlukla boşanmayla bitmektedir ve gerçek aşk da genelde hayali gerçek dışı, aldatıcı ve geçici olarak gösterilmektedir. Pembe dizilerdeki kadınlar hiçbir zaman problemlerine bir çıkış bulamazlar. Tam tersine, bunlarla özdeşleşirler. Bütün üzüntülere rağmen, pederşahi ideolojinin ideallerine inanmaya devam ederler. Sonucu ne olursa olsun, aile bütün halde tutulmalıdır, eğer evliliğiniz yıkılırsa başka bir adamla tekrar denersiniz ve mutluluğunuz çocuklar olmadan tamamlanamaz. Böylelikle pederşahi yapı yaşanılmaz olur fakat hiç zarar görmez.²⁵

Pembe dizilerde olaylar sıradan insanların yaşadığı ama daha çok yaşayabileceği olaylardır; evlilik, hastalık, sakatlık, ölüm, öldürülme, intihar gibi. Ancak pembe dizi karakterlerindeki kadar sıklıkta ve çoğunlukta değildir. Ne varki, insanlar bu olayları yaşamazlar da, yaşamın doğası gereği bu tehlikelerle her an yüzyüzedirler. Evlenirken bir beklenmedik olayın evliliği bozabileceği endişesi, talihin kapıyı çalıp insanın dünyasını bir anda pespembeleştireceği umudu; sakatlanma, hastalanma korkusu; boşanma olasılığının yarattığı tedirginlik ve daha bir sürü sıradan durumda sıradışı olayların dengeyi bozmasına karşı kaygılar ve

²⁴ Ien Ang, Watching Dallas And The Melodramatic Imagination, İng. Çev. Deile Coulig, Londra ve New York: Methuen, 1985, s. 59/60.

²⁵ Ang, A.g.e., s. 188/119.

beklentiler, insanların farkında olarak ya da olmayarak sürekli yaşadıkları duygulardır. Pembe dizi dünyası bu duyguların durmaksızın somutlaştığı, gerçekten yaşandığı bir dünyadır. Dolayısıyla insanların gerçekten yaşadıkları olmasa bile her zaman ayırımında oldukları, düşündükleri olaylarla doludur.

John Cawelti'nin tanımına göre pembe dizi; dünya düzeninin doğruluğunu öne çıkartan ahlaki bir fantazidir. Bu yüzden, pembe dizilerde genellikle olaylar dizisi ve karakterler oldukça karmaşıktır. Tek bir olay göstermek yerine, pembe dizi, insanları pekçok hayatın içine sokar. Olaylar çoğalır, asıl konu hep farklılık gösterir ve insanlar böylece kendisini karmaşık kaderlerin içinde bulur. Karakterlerin ve olaylar dizisinin bu karmaşıklığıyla insanlar kişisel sonları değil, dünyanın ahlaki yapısını açıkça görür.²⁶

Pembe dizilerdeki hayal gücü, günlük varoluşun getirdiği anlamsızlığa karşı gelişen bir psikolojik strateji olarak görülmelidir. Hayal gücü reddetmemenin, yetersizliğin, günlük yaşamın anlamsızlığını, basmakalıplılığını kabul etmek ve varolmanın getirdiği belirsizliği anlamaktır. O zaman duygunun trajik yapısı demek insanlık tarihindeki büyük acılar örneğin savaş, uyum kampları vs. değildir fakat aslında genelde trajik olarak adlandırılmayan şeydir ve bu yüzden de anlaşılması zordur. Modern dünyada sıradan insanların yaşadığı sıradan acılar için kelimeler yoktur. Sadece biraz kazanırsın, biraz da kaybedersin türünde hafif alaycı terimler vardır.

²⁶ Modleski, A.g.e., s. 184/185.

Hayalgücünde bu sıradanlığı özel ve anlamlı yapabilmek, burada hissedilen kayıp duygusunu uzaklaştırır. İşte böyle bir hayalgücü dünyasında pembe dizileri seyretmek zevk verici olabilir. Bu tür diziler melodramatik hayalgücü için bir başlangıçtır. Eğer söylenildiği gibi pembe dizileri seyredenlerin çoğunluğu kadınlarsa o zaman melodramatik hayalgücüne karşı hassaslık duyanlarda kadınlardır. Bu o tür bir hayal gücüdür ki güçsüzlüğe ve rahatsızlığa karşı pasif, kişisel ve kaderci bir tepkidir.

Pembe dizilerde yorum ağır basar. Roland Barthes'e göre yorum "beklentiyi gerçek için temel şart yaparak görevini yerine getirir. Bu öykülerin insanlara söylediği, gerçeğin bu beklentilerin sonundaki şey olduğudur. Bu dizayn düzene dönüşü ima eder, çünkü beklenti bir kargaşadır. Başarılı pembe diziler sadece bitmez değil aynı zamanda bitemezler".²⁷ Pembe diziler devamlı olarak kişisel hayatın önemsizliğini belirtir. Bu bağlamda pembe dizilerdeki değişik kişilerle bütünleşmeside izleyiciyi güçten mahrum etmektedir, çünkü izleyicinin hiçbir zaman bir olaylar dizisini tamamlayan kişilikle bütünleşmesine izin verilmez. Pembe diziler bize birşeyler yapabilen ve olayları izleyiciden daha iyi kontrol edebilen güçlü bir ideal ego vermek yerine, bize birbiriyle çelişkili ve diğer kişilerin planları, dürtüleri ve tasaları hakkında yetersiz bilgi nedeniyle olayları kontrol girişimleri engellenerek değişik belli egolar sunar.

²⁷ A.g.e., s. 186.

2.1.3. GECE PEMBE DİZİLERİ

Pembe diziler üretildikleri ülkelere göre (ABD, Meksika, Latin Amerika, Avrupa v.b.) gerek ele aldıkları konular bakımından gerekse yayın dönem ve süreleriyle farklılık gösterebilirler bile popüleritelerinde pek fark yoktur. Aynı şekilde pembe diziler yayınlandıkları saatlere göre de farklılık gösterebilirler. Pembe dizilerin prime-time'a sarkan ve "gece pembe dizileri" olarak anılan alt türleri Dallas, Şahin Tepesi ve Hanedan gibi yapımlardır. Özellikle Dallas adlı seriyal bu formatın prime-time'a taşınmasını başarıyla sağlamıştır. Bu anlamda Dallas, yeni bir türün, yani gece pembe dizisi türünün de ilk örneğidir. Böyle bir ayırımla pembe diziler,

A- Gece pembe dizileri

B- Gündüz pembe dizileri

olmak üzere iki başlık altında ele alınabilir. Her ne kadar birçok insan Dallas'ı pembe dizi olarak tanımlasada bazıları da buna karşı çıkar. En azından klasik anlamdaki pembe diziyeye benzemediğini söylerler.²⁸ Ancak biz burda çoğu yapımcılarında kabul ettiği gibi pembe diziyi bu tür bir ayırımla göreceğiz.

Gece pembe dizileri gündüz dizilerinin aksine ve onlardan farklı bir biçimde hergün (veya haftanın 5 günü değil) hafta bir kez ve prime-time da yayınlanır. Dallas, kendinden önceki pembe dizilerle karşılaştırıldığında, daha zengin ve karmaşık konulara ve öykülere yer veren bir tür olarak pembe dizinin tematik yapısını değişime uğratmıştır.

²⁸ Muriel Cantor, Suzanne Pingree, The Soap Opera, Sage Publications, Beverly Hills, 1983, s. 25/27, Aktaran: Mutlu, A.g.e., s. 331.

İlk olarak hedef izleyici kitlesi olarak sadece ev kadınlarına seslenmekle kalmamış, tüm aileye hitap etmeyi başarmıştır. Gerek, sinemadaki western/kovboy filmlerinden pek çok şeyi ödünç alarak, gerekse işyaşamını konu edinen kimi temaları işleyerek erkek izleyici kitlesinide hitap etmeyi başarabilmiştir. Aynı şekilde Dallas anlatısının daha geniş izleyici gruplarına seslenmek ve önceki pembe dizilerinden farklı anlatım stratejileri kullanmak için başvurduğu başlıca melodramatik araçlar; öykü olaylarının abartılarak anlatılması karakterlerinin kişisel ve psikolojik duygu ve davranışları üzerinde özellikle yoğunlaşması, büyüleyici, aşırı mekanlar ve sahne düzenlemesidir.²⁹

Dallas'la başlayan gece pembe dizilerinin gündüz pembe dizileri ile anlatı yapıları arasında önemli farklılıklar vardır. Her iki tür pembe dizide aile önem taşır ama gündüz pembe dizilerinde romans, duygusal evren temel bir değerken, gece pembe dizilerinde ise kolay servet kazanma ve cinsellik ön plana çıkmaktadır. Gece pembe dizilerinde karakterler mutluluktan çok iktidar ve güç peşinde koşarlar amaçları duygusallıktan çok maddi ve manevi denetimi ele geçirmektir. Gündüz pembe dizilerinde ise daha duygusal bir dünya vardır. Karakterler yanlış bir hareket yaptıklarında, bunun sonucuna günlerce, aylarca hatta yıllarca katlanırlar. Gece pembe dizilerinde ise karakterler için böyle bir şey söz konusu değildir. Ayrıca gece pembe dizilerinde aksiyon çok daha hızlı ve ritmiktir. Nedeni ise

²⁹ Yusuf Kaplan, Televizyon, Çev. Gökçen Kaplan, İstanbul: Ağaç Yay., 1992, s. 71/72.

haftada birkez yayınlanması ve genel izlerkitleyi hedef almasıdır.³⁰

Gece pembe dizilerinin gündüz pembe dizileri ile olan benzer yönleri ise her iki türünde kurmaca bir dünyanın özelliklerini taşıyor olmasıdır. Tecavüz, bunun sonunda kürtaj, sadakatsizlik, alkolizm, acımasızca insan öldürme, evlenmeler, boşanmalar, hafıza kaybı, çocuk düşürme, insan kaçırma, cinayet her iki tür pembe dizide de sıkca görülen konulardır. Ayrıca Dallasın'ın, diğer prime-time formatlarında görülmeyen bir yayın süresine ulaşmış olması, bu seriyalin gündüz seriyalleriyle paylaştığı bir başka ortak noktadır.

Dallas, Teksaslı zengin büyük bir aile türü olan Ewing ailesi ile Börnes ailesi arasındaki uzun geçmişe dayanan bir düşmanlığı temel çatışma olarak alıyordu. Dallas Ewing ailesinin betimleniş tarzıyla tipik Amerikan ailesi imgesini köklü bir şekilde sarsmıştır. Dış dünyaya karşı zengin, saygın ve lüks içinde yaşayan bir aile, kapalı kapıların gerisinde inanılmaz sorunlar ve çöküşler yaşamaktadır. Bu dizi ile sıradan insan ABD'deki zengin iyidir, dürüştür; zenginlik meşrudur mitolojisinin çöküşüne tanık olmakta ve zengin, saygın ve lüks içinde yaşayan ailenin insanlarına yakıştıramayacağı entrikalar, ahlâksızlıklar ve pisliklerle yüzyüze gelmektedir. Seyirci bunları seyrederken bu insanların da mutsuz olabileceklerine tanık olmakta ve hayrete düşmektedirler. Bu nedenle Dallas, sokaktaki insanın tarih boyunca sürmüş

³⁰ Mutlu, A.g.c., s. 330.

olan soylulukla, varsıllığın kaynağındaki haksızlıkla savaşımının televizyon ekranındaki bir simgesi olmaktadır.

Dallas ve benzeri televizyon dizilerinin temel iletisi ise şöyle özetlenebilir: Kişiler yanlış yapabilir, kusurlu olabilirler, ama önemli olan southfork çiftliği, onun bir çiftlikten bir Ewing Petrol Şirketine dönüşmesi ve sürmesidir. Ancak bu yapı ve ileti, yalnızca Dallas gibi dizilerle sınırlı olmayıp hiç bir ideolojik içerik taşımadığı sanılan çocuk dizilerine kadar hepsinde görülmektedir.³¹

Dallas ve diğer pembe dizilerde karşıt mitlerin en fazla görülebildiği konular; kadının aile ve toplumdaki konumu, cinselliği ve aile mitleri ile ilgilidir. Örneğin, Sue Ellen, Dallastaki rolü ile ataerkil aile anlayışının kurallarını yıkan bir kadını temsil etmektedir. Çünkü oğluna bakmayı, onu besleyip büyütmeyi reddetmekte; özel ve iş yaşamında neyi nasıl yapması gerektiğine kendisi karar vermektedir. Yine Dallas'ta aile kurumunun işleniş biçimi ilginç özellikler taşımaktadır. Örneğin evlilik ve mutlu bir aile yaşamı, hemen tüm oyuncular tarafından sürekli arzulanmasına rağmen, kalıcı evlilik ve mutluluğu pek azı başarıyla gerçekleştirebilmiştir. Oysa egemen aile mit'ine göre, mutlu bir evlilik ve mutlu bir aile yaşamı, ataerkil aile anlayışının en temel ilkelerinden biridir.³²

Dallas dizisinin gösterdiği bu büyük başarıdan sonra Amerikan yapımcıları bu diziye rakip olabilecek Hanedan, Şahin Tepesi gibi benzeri seriyallerin üretimine geçti. Bu

³¹ Ersan İlal, *İletişim, Yıgınsal İletim Araçları ve Toplum, Kavramlar-Kurumlar-Kuramlar*, İstanbul: Dcr Yay. 1991, s. 58/59.

³² Kaplan, A.g.e., s. 91.

seriyaller sayesinde pembe dizi formatı prime-time'da kendisine sağlam bir yer edinmiş oldu.

Gerek Dallas, gerekse Hanedan gibi başlıca gece pembe dizilerinde anlatıların ilerlemesini, karmaşıklılaşarak yeni boyutlar kazanmasını sağlayan temel unsur, karakterlerin abartılı ve duygusal davranışlarıdır. Bu olgu her iki seriyaldeki melodramatik yapının belirgin özelliğini de göstermektedir.

2.1.4. HEDEF KİTLE BELİRLEMESİ

Televizyonda yayınlanan pembe diziler izleyicilerde gitgide köklenen uyuşturucu nitelikli bir alışkanlık yaratmaktadır. Bu dizilerin ilk başlangıç yıllarındaki hedef kitlesi, orta sınıf izleyiciler olmakla birlikte formatın geçirdiği değişimle genel izleyici kitlesine ulaşabilmiştir. Ünsal Oskay'ın görüşlerine göre; "Pembe diziler, orta sınıfın üyelerine yaşanan hayatın, bu hayatın yarattığı sorunların, acıların onur kırıcı yaşam deneyimlerine nedenlerini insan ilişkilerinden, toplumsal yapıdan soyutlanıp, uzlaştıracak, insan sorunlarına kişisel kusurlarla, kişisel yetersizliklerle, kişisel şanssızlıklarla yada toplumdaki farklılıklarını sürdüren etnik yada kültürel azınlıklarla açıklayarak benimsetmeyi sürdürmektedir. Orta sınıfın harcı alem değer yargılarını, korku ve kuşkularını kendine temel almaktadır. Pembe dizilerdeki bu hayatı açıklama tarzındaki irrasyonelliği kabullenmesi ise, somut toplumsal koşullarını algılamaktansa, yaşanan günü aldanim içinde yaşama devam eğilimidir. Pembe dizi türü bu güç işi, gündelik hayat

ideolojisinin günümüzdeki kompleks yapılanmasına koşut bir yapılanma ile başarmaktadır.”³³

Bu programların gündüz saatlerinde yayınlanması ve sponsorluğunun kadınlara yönelik tüketim malları üreten firmalarca yapılması, hedef izleyici kitlenin kadınlar, özellikle de ev kadınları olduğunu ortaya koyuyor. Çünkü ancak ev kadınları bir yandan ev işlerini yaparken, bir yandan radyoyu, televizyonu dinleyebilirler; hem de ailede temizlik gereçleri, kozmetik ve yiyecek ürünlerinde hangi markaların kullanılacağında onlar karar verirler. Hedef kitle olarak ev kadınlarının seçilmiş olması, bu türün biçim ve içeriği üzerinde belirleyici bir etkide bulunmuştur.

Pembe dizilerin izleyicileri 1970'lere kadar türdeş ve ev kadınları, emekliler gibi basmakalıp izleyici kitlesi iken, sözü edilen tarihten itibaren kadın, erkek her iki cinsten de gençler, meslek sahipleri, üniversite öğrencilerinin de katılmasıyla pembe dizi izler kitlesi giderek heterojenleşmiştir. Pembe dizi izler kitlesinin kompozisyonundaki bu değişimle bağlantılı bir başka özellik, pembe dizi izleyenlerinin bu deneyimlerini gizlemeye artık daha az gerek duymalarıydı. Dolayısıyla pek de saygın bir davranış olarak kabul edilmeyen pembe dizi izlemek, izler kitlenin toplumun herkesimine yayılan heterojen yapısı nedeniyle utanılacak bir deneyim olmaktan çıktı. Gerçekten de, 70'lerden itibaren pembe dizi seriyalleri izleyicileri arasına Yüksek Mahkeme üyeleri,

³³ Ünsal Oskay, "Soap Opera Türünde Değişimler Ve Latin Amerika TV Dizileri", Dosya, Beyazperde, İstanbul: Hürriyet Yay., Aralık 1985.

Valiler ve sanatçılar gibi değişik kesimlerden çok sayıda izleyici katılmıştır.³⁴

Pembe dizilerin izleyici birleşimindeki bu değişmeyi, Amerikan toplumundaki cinsel roller arasındaki ayrımın bulanıklaşması ve kültürde dişil değerlerin egemenleşmesi gibi toplum bilimsel önermelerle açıklamak mümkündür.³⁵ Kadın ve erkeğin rollerindeki değişiklikler, ekonomik düzey ve sosyo kültürel hayatın değişmesi kadın ile erkeği eşit kılmıştır. Bütün bu gelişmeler pembe dizi izleyicilerinin de hedef kitlesinin değişmesine sebep olmuştur.

2.1.5. MEKANSAL ÖZELLİKLER

Pembe dizilerde ki mekan genelde içmekandır. Apartman dairesi, işyeri gibi mekanların dışında kalan geniş maddi çevre ise izleyicinin hayal dünyasına bırakılır. Hatta içmekanların da sayısı zamanla düşürülüp, bunların gerçekleştirimi bir yada iki stüdyoda yapılarak programların maliyeti azaltılmaya çalışılır. Olayların içmekanda geçmesinin nedeni ise gerek yapım koşullarının ucuzluğu, sürekliliği gerekse yayın koşullarının; hergün yayınlanması durumu ve olay dizilerinde aksiyona yer verilmesinin engellenmesine bağlanabilir.

Pembe dizilerde estetiği belirleme yönünde araştırma yapan Brunsdon şu sonuca ulaşmıştır; dizi anlatım türünün yapısı gereği ideolojik yanılgısının; günlük yaşamın içinde bireyselliğin abartılması ve yoğunlaştırılması olduğunu belirtir. Ayrıca yapısal olarak anlatımın içerdiği fiziksel durumlar birbirleriyle uyum içinde olmalarına rağmen mekan olarak (otel lobisi gibi) buluşma yerleri hariç farklı karakterlerin kendilerine özgü çevrelerdeki bulaşmalar da çoğu

³⁴ Ruth Rosen, "Soap Operas: Search For Yesterday", Todd Gitlin (der), Inside Prime Time, New York: Pantheon Books 1986, s.44; Aktaran: Mutlu, A.g.e., s. 324/325.

³⁵ Mutlu, A.g.e., s. 324/325.

kez tartışmalı konumlar içerir. Yani mekanlar yakın çekimler yüzünden, çevreyi belirleyen ipuçlarına sahip değildirler. Bu yüzden de duvar renkleri dışında mekan izleyicide fenomen olarak bir yere sahip olur.³⁶

En çok kullanılan mekanlar, ev, hastane, restoran veya gece kulübü, mahkeme salonu ve son zamanlarda da gazete veya televizyon stüdyolarıdır. Endişeler, suçluluklar, cinsel tecrübeler, özel diyaloglar ve ilişkiler gibi kişisel atmosferler ev mekanında yaratılmaktadır. Özellikle oturma odaları en özel ve en çok deneyimin yaşandığı yerlerdir. Gece kulüpleri veya restoranlarsa karakterlerin birbirleriyle tanıştıkları veya tanıştırıldıkları yerler olmaktadır. Başka bir mekan hastanelerdir. Hastanelerde tanıdık bir veya birkaç doktor vardır. Yaşam ve ölüm temaları işlenir. Mahkeme salonları ise yanlış-doğru, iyilik-kötülük, suç-masumiyet v.b. temaların anlatım yeridir. Gazete ve televizyon stüdyoları bilginin veya dedikodunun yayıldığı mekanlardır.

Bu türün televizyon şirketleri tarafından tercih edilme nedenleri ise olayların içmekanlardaki atmosferde geçiyor olmasından dolayı oldukça masrafsız olmaları ve üretim öncesinde masrafların belirlenebilmesidir. Ancak 1970'lerden itibaren taşınabilir video cihazlarının gelişimi pembe dizi yazar ve yapımcılarını mekan kısıtlamasından kurtarmıştır. Dış çekimler, maliyeti stüdyoda elektronik kameralarla çekilip anında kurgulanarak videotape'e kaydedilen yapım yöntemine göre biraz artırmakla birlikte, prime-time dizilerine yüklenen masrafın hala çok altında kalmıştır. Ayrıca seyahat şirketleri de reklamların metne girmesi koşulu ile pembe dizi karakterlerini Hong Kong, Bermuda veya Kanarya adalarına bedava

³⁶ Cherlotte Brensdan, "Notes On Soap Opera" Regarding Television, Edited by Ann Kaplan, California, 1983, s. 80/82.

uçurmayı kabul etmişlerdir. Böylece pembe dizilerde serüvene de yer verilerek daha fazla görsel zenginliğe sahip olmuşlardır.³⁷

Pembe dizi formatının yapısal özelliklerinde görülen değişimler kendini mekansal özelliklerde de gösterir. Ancak yinede olaylar dizisinin daha çok içmekanlarda ki sunumu, pembe dizilerde fiziksel harekete dayalı olaylara yer verilmemesine ve dahası anlatı yapısında diyalog'un önplana çıkmasına neden olmaktadır.

2.1.6. AİLE KAVRAMI

Pembe dizilerin çoğunda, hikayenin dramatik gelişmesindeki karmaşıklıkların oluşmasında hep aile sorunları ele alınır. Aile üyeleri arasında karı-koca, anne-baba, çocuklar, erkek kardeşler, kızkardeşler devamlı olarak duygusal patlamalara, gerginliklere ve ağlamalara neden olan kavgalar ve uyuşmazlıklar konu alınır. Pembe dizide ailenin önemini ispat etmek için, ideal bir aile yerine sürekli kargaşa içinde olan bir aile sunar ve izleyicide aile içinde süregelen kötü olaylara karşı anlayışlı ve hoşgörülü olması istenir. Pembe diziler doğru, üstün bir aileyi ele almakla birlikte, gürültünün dozunu kaçırmamak koşulu ile aile içi ilişkileri kötülükleri izleyicinin gözleri önüne serer. Kural olarak, yalnızca tolere edilebilir ve sonuçta bağışlanabilir konular işler. Bu listede kadın kariyerleri, düşükler, evlilik öncesi ve evlilik dışı seks, alkolizm, boşanma maddi ve manevi zalimlikler vardır. Eşcinsellik gibi, aileyi geçici değilde temelden sarsabilecek bir konu basitçe işlenir,

³⁷ Ruth Rosen, "Soap Operas: Search For Yesterday", Todd Gitlin (der), Inside Prime Time, New York: Pantheon Books 1986, s.44., Aktaran: Mutlu, A.g.e., s. 299.

geçştirilir ve önemsenmez. Şu da önemlidir ki pembe diziler aile hayatının üstünlüğünü ideal aileyi göstererek, sunarak anlatmazlar fakat aile hayatı içinde olabilen kötü şeylere karşı gösterilen anlayışı ve toleransı seyirciye cazip, çekici gösterirler. Aile, insan mutluluğu için ideal bir temel olarak görülür. En azından böyle olması gerekir.

Pembe diziler kadınları, hayattaki en büyük amaçlarının ailelerini birleşik parçalanmamış ve mutlu görmek olduğuna ikna ederler. Bu iyi anne pembe dizilerde desteklenir. Çocuklarının her işine karışan ve suistimal edilen annenin tersine, iyi anne çocuklarının hayatları parçalansa dahi hiçbirşey yapmadan oturur. Tavsiyesini ise sadece sorulduğu zaman verir ve bu tavsiye geçici bir teskinlik verir ama genellikle etkisizdir. Onun asıl görevi sempatik olmaktır ve diğerlerinin hatalarına ve zaaflarına karşı anlayış ve hoşgörü göstermektir. Yani anne tiptemesi tüm çocuklarına rağmen daha akıllı, ailesindeki çelişkili olayların üstesinden gelecek kuvvette bir kadınla izleyiciye sunulur.

Pembe dizilerde önemli olan şey, insanların konuşması ve dinlemesi için her zaman vakit vardır. Olaylar ve diğer önemli şeylerin 2. derecede önemliliği vardır. İnsanlar daima şantaja uğrarlar, önemli ameliyatlara geçirirler, ölürler, evlilik dışı ilişkilere girerler, kaçırılırlar, hafızalarını kaybederler, delirirler. Bu liste böylece uzayıp gider. Ama aynı gerçek yaşamdaki gibi parçalanmış aileleri bir düşün yada cenaze birleştirir. O yüzden pembe dizi insanların biraraya gelmesi için uygun ortamlar, olaylar yaratır ve böylece pembe dizi karakterlerin yaşamlarını basitleştirmekten çok karmaşılaştırır.

Carol Lopate'in görüşüne göre; "Televizyon da yayınlanan gündüz dizileri ailenin herşey olduğunu empoze ediyorlar. Eve bağlı olan kadın için bu programlar o evde olduğu zaman, uzun günün boşluklarını dolduruyor, aşk ve aile rüyalarıyla kadının fantazilerine yön veriyor ve içinde bulunduğu hayatın, onun bütün ihtiyaçlarını karşılayabileceğine dair vaat ediyor. Ama kadının dikkatini, onun yalnızlığına, toplumdaki izole edilmişliğine çekmiyor ve bu yalnızlığı içinde bir kimlik kazanma ihtimalini göstermiyor.³⁸ Bu görüşe göre pembe dizilerdeki aile, seyircinin kendi aile yapısının bir yansıması. Ama çoğu izleyici için bu durum gerçekte böyle değil. Aslında seyircinin aradığı ilave edilmiş, büyümüş aile yani kendi izole olmuş çekirdek ailesinin tam tersi.

Çoğu pembe diziler, büyük bir ailenin pek çok neslinin hayatlarını içerir. Bu aile aynı şehirde yaşar ve birbirlerinin hayatlarıyla ilgilidirler. Buradaki fantazi gerçekte birleşik fantazidir. Yani seyircinin kendini rahat hissedeceği toplum fantazisidir. Şunu bilmek oldukça önemlidir ki, pembe diziler gerçek endişeleri bastırır, hafifletir, gerçek ihtiyaçları ve özlemleri karşılar. Toplum fantazisi gerçek bir özlem değildir aynı zamanda faydalıdır. Pembe dizilerin çoğunluğu asla rüya değildir. Günlük düşler, belki; düşününki yakışıklı doktor hemşireye aşık olmuş; zeki sekreter patronun sevgisini çalmış. Ama çoğu pembe diziler düş düzeyinde varolmayacak kadar pragmatiktir.

³⁸ Modleski, A.g.e., s. 194.

2.1.7. SEKS İLİŞKİSİ

Pembe Dizilerin Sex, Gebelikten Korunma ve Cinsellikle Geçen Hastalıklar Konusundaki Tanımlamaları.

1986'da A.B.D.'nin Aile Planlaması Federasyon'un şu başlığı taşıyan tam sayfa ilanı çıktı; "Geçen yıl TV'de 9000 kere yaptılar". Bu ilan televizyonun gençler üzerinde seks ve sorumluluk hakkında en büyük etkisi olduğunu hatta bu etkinin okulun, ailelerin ve hatta arkadaşların etkisinden daha önemli olduğunu vurguluyor. Burada sorun, televizyonun seks hakkında dengesiz bir görüş sergilemesi ki bu görüş gençler ve toplum için daha çok soruna neden oluyor. İkinci bir ilan da şöyle diyor: "Bugünün TV'sinin verdiği mesaj şudur; Şimdi onu arayın. Tekrar peşine düşün. Hiçbir şey için endişelenmeyin. Ama endişelenecek birkaç konu var."³⁹

TV Guide dergisindeki bir makalede Hill "Televizyon daha cüretkâr mı olmaya başladı?" diye soruyor ve devam ediyor; "Yayın istasyonlarındaki denetimciler televizyonun gerçekten yukarı doğru giden bir hoşgörü eğrisi üzerinde olduğunu ve bu hoşgörünün de gösterebilecek seks davranışlarının çeşitlerini ve sayılarını düzenli olarak arttırdığını söylüyor."⁴⁰

1400 Cleveland'lı aileye yapılan bir araştırmada, televizyonun (kendileri yani ailelerden sonra) çocukları için cinsel bilgi ve seks hakkında "yanlış" bilgi kaynağı olduğuna inandıklarını ortaya çıkarmıştır. Yapılan diğer

³⁹ Dennis Lowry David Towles, "Soap Opera Portrayals Of Sex, Contraception, and Sexually Transmitted Diseases", Journal of Communication, Spring 1989, s. 76.

⁴⁰ TV GUIDE, U.S.A., August 8, 1987, s. 4/5.

araştırmalar, evli kadın ve erkeklerin çoğunun TV'de çok fazla seks olduğuna inandıklarını ve yetişkinlerin de çocuklarını televizyon seksinden etkilenmelerini önleyemediklerini ortaya koymuştur.

10 yıldan fazla bir süredir, 1975-1976 "Asıl program" çalışmalarında, iletişim araştırmacıları TV programlarındaki seks davranışlarını inceliyorlar. Özellikle öğleden sonraki pembe diziler üzerinde yoğunlaşan araştırmalardan şu sonuca varılmıştır; "Pembe diziler asıl programlardan daha fazla seks içeriyorlar ama mahremiyet çeşitleri farklı tanımlanıyor". 1979 dönemindeki pembe dizilerle ilgili yapılan bir çalışmada bir saatte 6'dan daha fazla cinsel hareket (erótik dokunuş, cinsel ilişki, fuhuş gibi) buldular. Yapılan bu araştırmalarda gebelikten korunma konusu maalesef gözardı edilmiş, sadece cinsel eğitim ve romantizm, sözlü imalardan oluşmuş konular ki örneğın gebelikten korunma, hamilelik ve tek eşlilik gibi maddeleri içeren kategorilere sahip. Gebelikten korunma konusu 1980'lerde daha fazla önem kazandı. Bunun nedeni de oldukça fazla artış gösteren, genellikle seksle geçen hastalıkları özellikle AIDS'i içeren Halk Sağlığı kavramıdır.⁴¹

1 Mayıs'dan 11 Ağustos 1987'ye kadar ABC, CBS ve NBC'de yayınlanan öğleden sonrası pembe dizileri örnek alan bir çalışma yapıldı. Bu çalışmanın 3 ana amacı vardı. Birincisi; bu çalışmada pembe dizilerin yayın istasyonlarının iddia ettikleri gibi yukarı doğru giden bir hoşgörü eğrisi görüşünün 1987 pembe dizilerinin konularına

⁴¹ Lowry, Towles, A.g.e., s. 77/78.

olan etkisine karar vermektir. İkinci amaç, pembe dizilerin seks ile bulaşan hastalıklar ve hamilelik konusunda nasıl tanımlamalar getirdiğini analiz etmektir. Her yıl USA'da 1 milyon genç, vergi ödeyenlere 16 milyon dolara mal olarak hamile kalıyor ve hergün 33.000 Amerikalı seks ile bulaşan hastalıklardan birini kapıyor. 60 milyon seyircinin görüşlerine göre, yayınlanan pembe dizilerin halk sağlığını nasıl etkilediği ve bu dizilerin ne tür cinsel mesaj taşıdıklarını değerlendirmek oldukça önemlidir. Bu çalışmanın 3. amacı da yöntemselidir. Yani seçilmiş cinsel davranış sıklığıyla ilgili istatistiksel bilgiyi süreklilik bilgisiyle karşılaştırarak bunların pembe dizilerin seks içeriğiyle ilgili benzer bilgiler taşıyıp taşımadığını göstermektir.⁴²

Yapılan bu araştırmada çıkan sonuçlar ise şöyledir; Öncelikle yayınlardaki pembe dizilerdeki seks miktarı, gerçekten artmıştır fakat bu artış bir saatte sadece 8. örnektir. Erotik dokunma kişiler arasında geçen cinsel olarak farklı fikirler uyandıran cinsel aşkı ispat etmek için gösterilen yada tasarlanan veya cinsel arzudan kaynaklanan yada onu ifade eden bir dokunuştur. Evli olmayan çiftler arasındaki erotik dokunuş bir saatte 2,3'den 3,9'a artmıştır. Fuhuşa giden sözlü imalar bir saat için 0,2 den 1,1'e artmıştır. Saldırgan cinsel ilişkiye giden sözlü imalarda 1,4'den 4'e artış göstermiştir. Bu çalışmada ilk defa hamileliği ve cinsellikle bulaşan hastalıkları önlemeyi kapsayan birkaç tane kategori de bulunmaktadır. Bu kategoriler hamileliği önleme, cinsellikle bulaşan hastalıklar, güvenli seks hakkındaki

⁴² Age., s. 75.

konuşmalardır. Yayın kuruluşları için süpriz olmamakla birlikte ,ne 1979 nede 1987 programları hiçbir fiziksel ilişki ve tecavüz tanımlaması kapsamamaktadır.

Hernekadar Asıl program kuşağında cinsel davranışların sayısında bir artış görülse de, pembe dizilerde çok fazla bir artış görülmemektedir, en azından 1979'da ve 1987 programları arasında 1975'de ve 1987 programlarında bir saatteki görüntülenebilir cinsel davranış oranları genellikle birbirine benzer tür de, sadece 1987'de ufak bir artış vardır. Hem 1979, hem de 1987 örneklerinde ne hamileliği önlemek ne de cinsellikle geçen hastalıklara çare olacak bir uygulama gösterilmemiştir. Burada pembe dizilerin seks mesajları, ağırlıklı olarak evlenmemiş çiftler içindir. Yine de hamile kalmaktan çok gebeliği önlemeden bahsedilmiştir. Her nekadar bu pembe dizilerde kişilerin seks hayatları oldukça hızlı ilerlese de, hiç bir kimse hiç bir zaman cinsellikle geçen, hastalıklara yakalanmamışlardır.

1987'nin yazında, TV'deki pembe dizilerin bir geçiş döneminde olduğu, daha büyük bir sosyal ve toplumsal sağlık sorumluluğuna doğru ilerlediği görülmüştür. Nitekim 11 Ağustos 1987'de yayınlanmış olan "Santa Barbara"nın bir bölümünde, cinsel ilişkiye girmek üzere olan kadın bunun "güvenli seks" olmasında ısrarlıdır. Her ne kadar bu sahne, güvenli seks olarak adlandırılrsa bile yine de eğlendirici bir konu gibi gözükmüş ve verilmek istenen mesaj tam anlamıyla hedefine ulaşamamıştır;

Jane : Peki! Sadece birşey daha!

Keith : Nedir?

Jane : "Güvenli seks"

Keith : Tamam, sen emniyet kemerini bağladıysan ben de hazırım!

Jane : Ben ciddiym Keith (Jane pantolunun cebine elini sokar ve küçük yassı bir paket çıkarır.

Keith : Biraz acayip görünüyor ama boş ver! (Çocuk paketi kızdan alır, onu kolundan tutarak kanepeye yada yatak odasına götürür. Sahne biter).

Yine bir başka pembe dizide, bir amca (kendi bekar yeğenini yatağına bir kız atmaya hazırlanırken yakalayınca) ciddi bir karar vermeden ve özellikle çiftlerden biri doğum kontrol için hiçbir önlem almamışken, birisiyle cinsel ilişki kurmaması gerektiğinin önemini anlatır. Diğer başka bir olayda pembe dizilerin daha yeni yeni AIDS'le ilgilenmeye başladıklarını gösteriyor. Bir pembe dizideki ana karakter oyuncusu AIDS testi yaptırmaya karar verir. Çünkü uyuşturucu kullanan diğer kişinin iğnesini damarına enjekte etmek için paylaşmıştır.

1987 yılında yapılmış araştırmadan, pembe dizilerin anlık, hiçbir tedbir almadan yapılan seksi, doğum kontrolü yada bulaşıcı hastalıkları önleme konusuna çok az değindiğini görüyoruz. Ancak bundan sonraki araştırmalar 90'lı yıllarda yapılan pembe dizilerin, bu konulara daha duyarlı olduklarını, sosyal olarak sorumlu bir yaklaşım gösterdiklerini ve daha büyük toplumsal sağlık sorumluluğuna doğru ilerlediğini göstermektedir. Nitekim "Yalan Rüzgarı" adlı pembe dizide görülmeye başlandığı gibi artık halkı seks konusunda bilgilendirici konulara yer verilmeye başlanmıştır. Mesela dizideki Nina karakteri, gençleri ilgilendirecek gelişmelere, özellikle okulların

tatil olduğu dönemlerde verilen mesajlarda ön plana çıkarılmıştır. Çocuk yaşta hamile kalma, kürtaj, depresyon, yeni doğan bebeklerin pazarlanması, babasız çocuk doğurma, cinsel taciz, doğum kontrolü... gibi. Yine aynı şekilde Jessica'nın cinsel yoldan geçen hastalığa AIDS nasıl yakalandığı kendisinin ve ailesinin bu hastalığa karşı verdiği mücadele büyük bir ustalıkla izleyicilerin gözleri önüne serilmiştir. Dizinin çok sevilen genç yıldızlarından olan Cricket'in acımasız bir şekilde tecavüze uğraması, genç kızları uyarmış onları bu konuda daha çok bilinçlendirmiştir.

2.2. ÇEKİM

Kameranın hiç durmadan çalıştırılması ile film üzerine yapılan görüntü kaydına "ÇEKİM" denir. Hangi tür çekime başvurulacak olunursa olsun, her çekimin üç amacı vardır: Konuyu açık seçik olarak göstermek, olumlu bir görüntü düzenlemesi elde etmek ve dramatik etki yaratmaktır. Bu amaçları her çekimde gerçekleştirebilmek için bazı noktalara da dikkat etmek gerekir. Görüş alanı iyi belirlenmeli, hangi çekim yöntemlerinin kullanılacağı önceden saptanmalıdır. Kameranın açısı ve hareketi, özel görüntü efektleri de iyi ayarlanmalıdır. Başlıca çekim türleri ise şöyle sıralanabilir; Genel çekim, uzak çekim, orta çekim, orta yakın çekim, yakın çekim, çok yakın çekim, en yakın çekim ve ara görüntüdür.⁴³

Televizyonda ise bu çekim türlerinden yakın çekim ölçeği kullanılır. Yakın çekim, ortam-birey diyalektiğini, etkileşimini, insanın toplumsallığını, insanın bireyselliği adına gözardı etmenin, yok etmenin bir aracı olarak işlev görür. Televizyon ekranının küçük olması çevrenin gösterilmesine elvermez ve çevrenin etkisini yok denecek kadar azaltır. Televizyon daha çok dramatik formülleri kişiler ve kişilerin iç dünyalarına odaklanan tematik yapılara yönelmeli, içsel çatışmalar üzerinde yoğunlaşmalıdır. İşte yakın çekim bu tematik yapıyı destekler; tematik yapıda yakın çekimi en uygun ölçek haline getirir.⁴⁴

⁴³ Mahmut Tali Öngören, Televizyon Film Yapım Yöntemleri, A.Ü.S.B.F Yay, No: 392, 1976, S. 23/24.

⁴⁴ Mutlu, A.g.e., s. 131/132.

Pembe dizilerde genelde, yakın çekim üzerine kurulmuş bir TV anlatı biçimidir. Bu formatda duygulara, gizlere, üzüntülere, öfkelere, acılara çok yer verilerek kişilerin iç dünyası işlenir, ruhsal durumları yüz ifadesiyle verilmeye çalışılır. Bu yüzden yakın çekim bu formata çok uygun düşen bir çekim ölçeğidir. Pembe dizilerin televizüel anlatımda yakın çekimlerin ağırlıkla kullanılması, karakterlerin yüzlerinin izleyici tarafından okunmasına olanak verir. Ayrıca pembe dizi karakterleriyle izleyiciler arasında kurulması gerekli samimilik, içtenlik duygusunu pekiştirirler. Karakterlerin sık sık iç geçirmeleri, yüzlerini buruşturmaları en çok görülen jestlerdir. İşte bu jestlerin yakın göğüs çekim ölçeğiyle sunumu, izleyicilerin karakterlerin duygusal dünyalarını paylaşmalarını kolaylaştırır.

Sınırlı mekan kullanımı, hareketlerin sınırlı olması ve stilistik olarak geleneksel kamera hareketlerine başvurulması gibi (televizyon aygıtının doğasından ve ontolojik niteliğinden kaynaklanan) nedenlerle pembe diziler de yakın çekim, sözcükleri betimlemeye yardım etmek için kullanılmaktadır. Karakterlerin yakın çekimde görüntülenmesi, izleyiciye yalnız olmadığı, onlarla dolu bir çevresi olduğu duygusunu da verir. Bu televizyon oyuncularını gerçek dünyadakiler kadar gerçektir, arkadaşımızdır, komşumuzdur, akrabamızdır. İşte popüler kültür; bizlere hem çok yakın hem de ulaşmak istediğimizde çok uzak bu birey idollarıyla beslenir.⁴⁵

⁴⁵ A.g.e., s.134.

2.2.1. KURGU

Çekimlerin senaryodaki sıraya göre birbirine eklenmesinden meydana gelen işleme "Kurgu" denir. Pembe dizilerdeki zaman kullanımı, öykü zamanıyla gerçek zamanın birbirine neredeyse eşit denecek şekilde yakındır. Seriyallerde özellikle bu tür sekanslarda tüm çekimler bir araya getirilerek gerçek zaman kısaltılacağına, bunun tersi bir tutum izlenir. İşte bu özellik, çekimlerin kurgulanma biçiminden gelen bir özelliktir.

Konuyla ilgili olarak Heath ile Skirrow, öykü zamanıyla gerçek zamanın neredeyse denk olarak verilmesinin, televizyon metinlerini anımsalılık/oradalılık etkisi yaratmasına yol açtığını ileri sürmektedirler. Onlara göre tüm TV programları canlıdır. Bu canlılık/oradalılık/doğrudanlık olgusu, kameranın retoriğini etkilemekte ve pembe dizilerde tabloyu andıran sahnelerin üretilmesine yol açmakta; göreceli olarak sınırlı bir kurgu yönteminin kullanılmasını gerektirmektedir.⁴⁶

Seriyallerin kurgusunda en çok yararlanılan geçiş yöntemi ise kesmedir. Kesme, iki görüntünün ard arda eklenmesi durumudur. Bir sahne içindeki çekimler kendi başlarına bir bütünlük meydana getirmediğinden, bu çekimler sahne tamamlanıncaya kadar birbirine kesme ile bağlanır. Kesme bir çekimden diğerine ani geçiştir. Kesme, Nihat Özen'e göre, yazıdaki noktalama işaretlerinden virgül'e benzetilebilir.⁴⁷

⁴⁶ Stephen Heath, Gillian Skirrow, "Television: A World In Action", Screen, 1977, Aktaran: Kaplan, A.g.e., s.43.

⁴⁷ Nihat Özen, Sinema El Kitabı, Ankara: Elif Yay., 1963, S. 271.

Seriyallerde, önceki bölümlerde geçen kimi öykülere karakterler arasında yapılan konuşmalarla göndermeler yapılır. Ayrıca bir kurgu tekniği olan flashback, geriye dönmeler yoluyla da önceki bölümler izleyiciye anlatılır, hatırlatılır. Geriye dönüş, zaman sırasının bozularak şimdiki zamandan geçmiş zamana yapılan atlamalardır. Flashback kullanımı özellikle Amerikan seriyallerinde çok sık başvurulan bir hatırlatma yöntemidir.

2.2.2. DİYALOG

Pembe dizilerde olay gelişimi genellikle iç mekanlarda geçtiği için; fiziksel harekete dayalı olaylara pek yer verilmemesi, bunun yerine, diyalogun ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Aksiyonun devamlı diyaloglarla verilmesi bu format anlatısının radyo anlatısına benzediğini gösterir. Bu yüzden pembe dizilere "resimli radyo" dendiği de olur. Gerçekten de izleyici, televizyon ekranına bakmadan seriyali takip edebilmekte, anlayabilmektedir. Bunun nedeni olarak ise reklamcılarının, ev işleri ile meşgul olan ev hanımlarının, seyretmekten çok dinleme eğiliminde olduklarını bir değişmez gerçek olarak kabul ettiklerinden dolayıdır. Bu bağlamda pembe dizi anlatısının aksiyondan çok reaksiyona (tepkiye) dayalı bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Bu tepki sözeldir. İzleyicinin ilgisi herhangi bir aksiyon yada olaydan çok, o olaydaki karakterlerin tepkisi üzerinde yoğunlaştırılır. Pembe dizilerin anlatı yapısı 5-6 bölümde bir, bir olayın olması, arada kalan bölümlerde ise karakterlerin bu olayla ilgili konuşmalarıyla devam eder.⁴⁸

⁴⁸ Rosen, A.g.e., s. 55/56, Aktaran: Mutlu, A.g.e., s. 315.

Pembe dizilerin konuşma örgüsü sıradan olanı abartışı, her sorunu herkesin bakış açısından inceleyişi, olay dizilerinin aylarca yıllarca sürmesi ve konuşmaların törelliğidir.⁴⁹ Yani pembe dizi karakterleri yasal olmayan bir olay yaşadıklarında bu yaptıklarının kendileri için doğru olup olmadığını sık sık kendilerine sorarlar.

Pembe dizilerde gündelik yaşam dili kullanılır. Bu da izleyici de birilerinin konuşmalarına kulak misafiri oluyormuş duygusunu yaşatır. Pembe dizi diyalogları herkes tarafından anlaşılabilir bir şekilde açık ve yalındır. Uzun ve karmaşık cümleler yerine kısa anlaşılabilir cümleler tercih edilir. Buna sebep ise pembe dizilerin her sosyo-kültürel seviyedeki insanlara ulaşabilmesi, kolayca anlaşılabilir olması içindir. Böylelikle pembe dizilerde sözlü eylem (yani konuşmalar) oyuncuların fiziksel eylemlerine (oyunculuğa) tercih edilmektedir. Çünkü pembe dizi olayları, seriyaldeki oyuncular arasındaki konuşmalar, dedikodular aracılığıyla gelişmekte ve böylelikle yeni sorunlar, açmazlar ve sürtüşmeler öyküye girebilmektedir.

Pembe dizi diyalogları, gerçek yaşamda görülemeyecek bir biçimde, kişilerin birbirlerini dinlemesine ve konuşmaların hiç kesilmeden devam etmesine izin vermektedir. Kimse kimsenin konuşmasını yarıda kesmez. Genelde konuşulan karakterlerin iç dünyasıdır. Duygular, sevgi, öfke, arzu, korku v.b. konuşulur. Ancak söylenmeyen, gizlenen şeyler karakterlerin yakın çekimle gösterilen yüz ifadelerinin, mimiklerinin ardına gizlenir. İzleyici böylece bilgilendirilmiş olur.

⁴⁹ Ronald Berman, "Soaps Day And Night", How Television Sees Its Audience, Sage Publications, Beverly Hills, 1987, s.67/68.

Ayrıca pembe dizilerdeki konuşma örgüsü ruhsal, fiziksel sağaltım önerilerine de geniş şekilde yer verir. Hastalıklar, kazalar, şiddet ve ölüm gibi. Pembe dizilerde kimse bir acıya sessiz sedasız katlanmaz kimse kendi rahatsızlığını saklamaz. Bütün acılar, rahatsızlıklar, açık açık konuşulur. 50

Pembe dizilerde konuşmalar, karakterlerin ya oturarak ya da ayakta durarak ama kımıldamaksızın bir şekilde geçer. Herhangi bir sahnede bir karakterin birkaç adımdan fazla adım attığı görülmez. Genellikle bir sahnede üçten fazla karakter bulunmaz, konuşmalar çoğunlukla iki, ençok da üç kişi arasında geçer.

Pembe dizilerde karakterler duygularını, acı, sıkıntı ve mutluluğa yönelik endişelerini diğeriyle çok rahat paylaşmaktadırlar. Bireylerin küçük, gündelik sorunları bile bütün topluluğun derdidir. En azından her karakterin öyküsünü dinleyecek bir dostu vardır. Örneğin; "Yalan Rüzgarı"nda, Cricket, Nina için tam bir yol gösterici, eğiticidir. Bay Abbott'da çocuklarının her türlü sorunlarını dinlemekte, elinden gelen her türlü fedakarlığı yapmaktadır. Diğer popüler anlatıların hiçbirinde, kişisel sorunların başka insanlarca tartışılıp, çözüm aranmasına bunca zaman harcandığı görülmez.

Pembe diziler kendilerini ve ailelerini geçindirmeye çalışan insanların maddi sorunlarıyla ilgilenmez. Pembe dizi insanı, parayı pulu kendine dert etmez. Sorunları sahip olma, cinsel dürtüye kapılma gibi sorunlardır. Romantik çiftler evlilik ve aşk üzerine, arkadaşlar dostluk

⁵⁰ Mutlu, A.g.e., s. 319.

üzerine konuşur; yabancılar önemsiz dedikoduları birbirlerine anlatırlar. Ama en dikkat çekici olan, karı ve kocaların birbirleriyle gerçek yaşamda evli olan çiftlerden daha fazla konuşmalarıdır. Bu da kocalarıyla iletişimsizlik içinde bulunan kadınların bu seriyallere yönelimini arttırmaktadır. Sürekli olarak izleyicilere "iletişimde bulunun" mesajı verilmektedir.⁵¹ Yine aynı pembe dizide Paul ile Lauren'ın, Niki ile Victor'ın evlilikleri karşılıklı konuşup, tartışarak ilerlemiştir. Hatta bu iki evliliğin bitmesi bile aralarındaki iletişimi bitirmediği tam tersine dostlukları, arkadaşlıkları devam etmiştir.

2.2.3. RENK KULLANIMI

Pembe dizilerde kullanılan renkler, kostüm ve dekor olarak iki'ye ayrılabilir. Kostüm renkleri olabildiğine canlı tutulmak da, dekor ise daha koyu tonda, yumuşak ve dinlendiricidir. Karakterlerin her türlü ortama uygun çok şık kıyafetleri vardır. Sabah pijamalıdırlar, havuz başında mayolu, spor salonunda eşofmanlı, restaurant da en güzel gece kıyafetlerini giyinmişler, en pahalı mücevherlerini takmışlardır. Bütün bu kostümlerin günün modasına uygun model ve renklerde olması, karakterlerin bunları tamamlayacak şekilde makyajlarına, saçlarına, hareketlerine özen gösteriyor olması, çoğu pembe dizi izleyicilerini özellikle bayanları sırf bu yüzden televizyon ekranına çekmiştir. Örneğin; "Yalan Rüzgarı"nda, Bayan Chancellers'in taktığı abartılı pırlantalar, Cricket'in giydiği spor kıyafetler, Ashley'in iş kıyafetleri izleyici tarafından merakla takip edilmektedir.

⁵¹ Allen, A.g.e., s. 312.

Dekor ise kostümlere göre pek değişken değildir. Gerek yapımların masraflı olmasını önlemek gerekse yakın çekim ölçeğinin kullanılması, pembe dizilerde dekora çok dikkat edilmemesini gerektirmiştir. Karakterler hep aynı dekorlarda beraber olur, olaylar aynı dekorda gelişir. Ancak yine de bu dekorlar özenle döşenmiştir. Geniş bir salonda, yemek masası, şömine ve piyano odayı süsler. Çok zevkli tablolar, çiçekler, mumlar ve biblolar her mekanda yerlerini alır.

Pembe dizilerdeki aydınlatma biçimide doğal bir aydınlatmadır. Doğal aydınlatma herhangi bir cismin görülebilmesi yada bu cismin film üzerinde görüntü verebilmesi için, o cismin belli bir derece de aydınlatılmasıdır.⁵² Böylelikle kullanılan mekanın doğal ışıklık derecesi sağlanmaktadır. Ancak pembe dizilerde olay örgüsü görüntüden daha çok diyaloglar üzerine kodlandığından aydınlatmada da estetik bir kaygı gözetilmez.

Pembe dizilerde ayrıca oyunun gelişimine göre, dramatik aydınlatma da kullanılır. Dramatik aydınlatma, konunun görüşünü, ışığın geliş açısına göre değiştirilmesi ve bu bağlamda izleyici de farklı izlenimler ve duygulanımlar yaratmadır. Karı-kocanın birbiri ile kavga etmesi, bir kaza, ölüm ortamının olması gibi.

⁵² Öngören, A.g.e., s. 35.

2.2.4. MÜZİK KULLANIMI

Televizyon anlatısında müziksel etkininin önemi gittikçe artmaktadır. Bu etki TV'nin sanatsal dolayısıyla düşsel yanını güçlendirerek anlatım olanaklarını ve potansiyellerini arttırmaktadır. Müziksel etki kameranın retoriği aracılığıyla TV'ye taşınmaktadır. Bu etki sayesinde metin bir derinlik duygusu kazanır; öykü basitlikten, hafiflikten, karakterler ise tekdüzelikten ve inandırıcı olmamaktan kurtulur. Bu nedenle dir ki, müziksel etkinin başarılı bir şekilde kendisini gösterdiği sanat yapıtları gerçek yaşamı taklit ediyor durumuna düşmezler. Eğer müziksel etki olgusu, örneğin bir seriyalde kullanıldığında, sanat metninin anlatımsal yapısı daha bir derinlik kazanmakta, zenginleşmekte, boyutlanmakta ve bir karakter yada bir durum basit yüzeysel bir biçimde tanımlanmamaktadır. Müziksel etki olgusu, herhangi bir sanat yapıtında başarılı bir şekilde kullanıldığında, izleyicinin yoğun bir soyutlama sürecine girmesini ve sezgisel bir çabaya girişmesini gerekli kılmaktadır.⁵³

Pembe dizilerde müzik; metnin, anlatının düz bir çizgide ilerleyişini kırarak, izleyiciyi oyuncularla ve öyküyle özdeşleştirmeyecek, bir bakıma catharsis'i (izleyicilerin oyuncularla ve öyküyle özdeşleşmesini) önleyecek şekilde işlev görmektedir.⁵⁴ Örneğin; korkan bir insanın yüz ifadesi, jestleri yakın çekim ölçeğiyle izleyiciye sunulur. Kameranın bu hareketi müzikle desteklenir. Araya derin bir müzik girebileceği gibi,

⁵³ Kaplan, A.g.e., s. 102.

⁵⁴ John Fiske, John Hartley, Reading Television, Londra: Methuen, 1987, s. 260, Aktaran: Kaplan, A.g.e., s. 104.

karakterin hızlı bir şekilde nefes alış veriş de izleyicinin pembe dizi ile catharsisi'ni önlemektedir.

Pembe dizilerde müzik kullanımı adeta süreklidir, fonda kesintisiz akıp gider. Olayların gelişimine göre hızlanır veya yavaşlar. Bu da izleyicinin olayla veya karakterlerle duygusal bir paylaşım içine girmesini kolaylaştırır. Diyaloglar ve jestler genelde müzikle desteklenerek sunulur. Berman pembe dizilerde müziğin, durum komedilerindeki kahkaha kuşağının işlevini gördüğünü belirtir.⁵⁵

Böylece TV anlatımında, müzik kullanımı anlatımda ve anlam yaratımında yada anlamlandırma sürecinde derinlik zenginlik, çok boyutluluk ve imge yaratımını getirmektedir.

⁵⁵ Berman, A.g.e., s. 170/171.

3. BÖLÜM PEMBE DİZİ İLETİLERİ

3.1. SEYİRCİ İLETİSİ

Pembe diziler, seyircisiyle kurduğu ilişkide ne kadar yakın olursa, o oranda başarılı olabilir; sunduğu temalar, iletiler yerine doğru bir şekilde ulaşır. İşte bu nedenledir ki pembe dizi yapımcıları hergeçen gün, seyircileri nasıl daha fazla içlerine alıp, onları daha geniş bir şekilde sarabileceklerini araştırmakta ve yeni yollar bulmaktadırlar. Seyircilerin göstermiş olduğu ilgi, psikolojik ve bilinçli bir şekilde o programın değerini arttıracak için, seyirciyi ekran başında sıkılmadan tutabilmek, ilgisinin azalmasını önlemek, böylece seyirciyi daha çok dizi içine çekebilmek amacıyla seyirci üzerine yapılan araştırmalar gittikçe çoğalmıştır.

Pembe dizi yapımcıları bunu yaparken de televizyon dilinin sağladığı imkanları çok iyi kullanır. Seyirciyle tam anlamıyla bütünleşebilmek için karakterlerini her yönüyle tanıtır. Bunu da yakın çekim ölçeğini kullanarak yapar. Seyirci, pembe dizi karakterleri ile yakın temaslar kurarak kendini dizi dünyasının içinde bulur, karakterlerin bir diğer problemle nasıl başa çıkacaklarıyla ilgilenir duruma gelir. Ayrıca seyircilerin dizi ile bütünleşmesini sağlayabilmek için seyirciyi ödüllendirir. Bu ödüllendirme, pembe dizi seyircisi ve pembe dizi ilişkilerinde zaman içinde izleyicinin karışmasını ve adanmasını artırmak için hem miktar ve hem de kalite olarak ödüllendirmenin gittikçe en fazla şekilde verilmesidir.

3.1.1. SEYİRCİLERİN BİR HİKAYEYE DEĞİŞİK BAKIŞ AÇILARI

Televizyon çalışmalarında seyirci yeni bir önem kazandı. Seyircilerin zevkleri hakkındaki araştırmalar, içerik ve seyirci arasındaki ilişki ve aynı programın farklı kültür ve sosyal geçmişleri olanlar tarafından nasıl

algılandığı, yorumlayıcı aktivitesinin televizyonun etkilerine aracılık ettiği "aktif seyirci" kavramını destekledi.

Televizyon ağırlığı olan, zengin ve karmaşık bir araç. Ve bir program ne kadar açık olursa o kadar çok seyirci o programın anlamını yaratmakla ilgilenir ve ilgileride hem duygusal hem de bilinçli olarak o programın değerini artırır. Pembe diziler açık olma özelliği taşıyorlar. Çünkü seyircileri ilgili, bağlı, üzerinde düşündüren, değerlendiren boşlukları dolduran ve seyircilerin kendi tecrübeleriyle bağlantı kuran, bazı karakterleri belirleyen, diğerlerini tanıtan ve olayları arkadaşlarıyla ve aileleriyle tartışmaya iten özellikleri içeriyorlar.

Programların algılanmasında hem kişisel, hem grup, hem de değişik kültür gruplarının farklılıkları bulunmuştur. Sosyolojik ve demografik faktörler de seyircilerin algılamalarına etki etmektedir. Örneğin kadınlar pembe dizileri erkeklerden farklı algılayabilirler. Çünkü değişik konulara ilgi duyarlar ve kadın türüne aittirler. Aynı şekilde değişik psikolojik amaçla yapılan bir çalışma da özellikle düzenli olarak pembe dizileri seyreden seyircilerin algılamalarında, rol oynayan karakterleri nasıl değerlendirdiklerini göstermiştir. Seyircilerin karakterlerle olan ilişkileri hikayeyi nasıl yorumladıkları hakkında önemli kanıtlar verir. Karakterlerle özdeşleşmenin önemli olduğu ispat edilmiştir. Bu özdeşleşme bağımsız bir şekilde daha çok karakterin değerlendirilmesiyle gerçekleşiyor. Yapılan araştırmalarda görülmüştürki bir pembe dizide seyircinin sadece tek bir ana karaktere tepkisi, onun tüm konuyu yorumlayışını etkilemektedir. Seyircilerin dizide ki karakterlerle ilişkileri onların yorumlamalarında kasıtlı olmasa da tamamıyla tesadüfi bir rol oynamaktadır. Karakterleri algılamada ki farklılıklar onların duygusal olarak bu karakterle ne kadar

uyuştuklarına bağlıdır. New Comb ve Hirsch'in savundukları gibi televizyon bir nevi kültürel forum temin eder, verilecek tepkinin sırasını, toplumun direkt çelişkili okumalarını gösterir⁵⁶. Bu sıranın tespit ettikleri sadece basit olarak sosyolojik, yaş ve cinsiyet değildir, ayrıca psikolojiktir, tanımlama değerlendirme, tanıma, sempati. Böylece kimse bir seyircinin sosyo-kültürel pozisyonundan yola çıkarak onun yorumları hakkında kesin hükümler veremez. Bunu yapabilmesi için seyircilerin karakterle nasıl ilişkiler kurduğunu da bilmesi gerekir. Bu özellikle pembe diziler için geçerlidir. Çünkü pembe dizilerde düzenli seyirciler yıllarca karakterlerle önemli, değerli ilişkiler kurarlar.

Seyircilerin sosyokültürel durumlarını dikkate almadan, pembe dizilerdeki karakterlerle olan ilişkileri, genelleme yapmak için ne kadar geçerlidir? Örneğin bazı seyirciler devamlı olarak bütün dramalarda olaylar romantik diğer kısımda alaycı ve hor gören bir bakış açısıyla mı bakıyorlar? Eğer böyleyse bu ayırım seyircilerin kendi kişisel ilişkilerinden kaynaklanan tecrübelerle göre değişir mi? Eğer böyle değilse, seyirciler nasıl oluyor da özgürce değişik durumlara değişik algılama pozisyonları adapte etmekte tereddüt ediyorlar? Bütün bu sonuçlar aktif seyirci kavramının ne olduğunu, sosyal gerçeklik hakkında seyircilerin görüşlerine televizyonun etkisini, bir programın içindeki anlamları yada mesajın konuşulmasının gereksizliğini gösteriyor.

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki seyirciler, karakterlerin tepkilerinin değerlendirilmesi ve bu karakterler olan sempatileriyle ilgili olarak farklılık gösteriyorlar. Bu farklılıklar ayrıca olayların gerisinde yatan algılamalara, gelecekteki olaylar hakkındaki

⁵⁶ Sonia M. Livingstone, "Interpreting a Television Narrative! How, Different Viewers See a Story", Journal of Communication, Winter 1990, s.80

tahminlerine göre değişir ama bu farklılıkların iki karakterin önemi yada daha önceden anlaşılan nedenlerle ilgisi yoktur. Her ne kadar çoğunlukla miktarı, tahmin etmek, yorumlamalardaki farkların çeşitlerini yordamaktan daha kolay olsa da, seyircinin gücü ile senaryo arasındaki ilgiyi anlamak ve anlamlar çıkarmak senaryonun yapısıyla ilgili olarak seyircinin rolü hakkında yapısal bir önem gerektirir⁵⁷.

3.1.2 KARAKTERLERİN FONKSİYONLARI

Seyircileri pembe dizi gibi televizyon programları nasıl içine alıyor, sarıyor ve bu neyi kapsıyor? Belçikalı medya kuramcısı Piemme göre bu içine alışın nedeni seyircilerin dizi dünyasına katılmasına imkan verilmesidir. Bu katılış kendiliğinden olmaz fakat oluşturulması gerekir. Eęer bir dizide katılma olacaksa bu kesinlikle psikolojik temellere sahip olduğu için olur. Yani diziyi besleyen konuşmanın yapısı hem katılımı hemde psikolojik davranışı oluşturur. Bu yüzden senaryonun yapısının seyircilerin katılımında önemli bir rolü vardır. Ayrıca bir dereceye kadar kişisel katılım olmadan bir televizyon dizisini seyretmek mümkün değildir. Piemme'nin belirttiğine göre bir diziyi seyretmek onu görmekten daha fazla řey demektir. Bu kişinin de kendisini iřin içine katması, kendini şüpheye dūřürmesi, karakterlerin duyularını paylaşması, onların davranışlarının psikolojik sebeplerini tartışmak, onların hatalı olup olmadıklarına karar vermesi yani onların dünyasında yařamasıdır⁵⁸. Kiři kendisini, bulunduğu topluluktan soyutlamış bir hikaye kahramının özellikleriyle tanımaz. Bu karakterin, hikayenin tümü içinde belirli bir durumu vardır. Hikayede başka karakterlerle olan ilişkisinde bu karakterin kişiliği ortaya çıkar. Bařka

⁵⁷ Livingstone, A.g.e., s.81/82

⁵⁸ Ang, A.g.e, s.117/118

deyişle, karakterle özdeşleşme, hikayenin bütün yapısının içinde mümkün olur.

Pembe dizi dünyasında karakterlerin birşeyden haberdar olmalarına izin yoktur. Şöyle ki, her nekadar karakterlerin problemleri konunun içinde bulunan bir karmaşadan kaynaklanır ve karakterlerin kendisi bu tür bir yapının farkında değildirler. Daha mutlu bir hayat için savaş verirler ve objektif olarak kendi durumlarını ölçemezler. Karakterler hiçbir zaman dünyadaki durumlarını ölçüp biçemez ve kendileri ve başkaları arasındaki ilişkiye farklı bir bakış getirip, felsefe yapamazlar. Karakterlerin birbirleriyle yaptıkları konuşmada daima bir karmaşa içinde yaşadıklarına dair bir etki vardır. Hiçbir zaman entellektüel bir biçimde, tanımlama ve fikir alışverişi yoktur, her konuşulan kelime karakterin iç dünyasını, arzularını, korkularını, ahlaki tercihlerini yansıtır. Ama aynı zamanda karakterler arasındaki dialoglar, her zaman samimi ve dürüst değildir. Çoğu zaman herşeyi söylemezler ya söylemek istediklerini söyleyemezler yada söylediklerinden daha fazla şey demek isterler. Bütün bunlardan da, karakterin aslında kendi yaşamı üzerinde hiç kontrolü olmadığını anlarız.

Pembe dizilerin izleyicisiyle kurduğu ilişki de, bu ilişkinin biçim ve niteliğini tanımlayan temel etken pembe dizi dünyasının karakterleridir. Bu karakterler dizi içinde doğarlar, büyürler, evlenirler, çocuk yaparlar ve bazen de ölürler. Böylece karakterlerin yaşamları yıllar geçtikçe göz önünde canlandırılır. Başka hiçbir TV türünde, insan yaşamının böylesine zengin bir örüntüsünü görmeye olanak yoktur. Ayrıca yine bu format en çok karaktere sahip olan TV formatıdır. Yaklaşık kırk civarında karakterden oluşur ve bunlardan on-oniki tanesi önemli ana karakterlerdir.

Karakterlerin yerleşik ve devamlı olması, izleyicide bağımlılık yaratan etmenlerin başında gelir⁵⁹.

Pembe dizi dünyasında neredeyse dünyada yer alan tüm karakterler vardır. Güçlüler-zayıflar, iyiler-kötüler, güzeller-çirkinler, kurbanlar-kurban edenler öyle ayrımlıdırlar ki izleyiciler artık onların nasıl davranacaklarını bilir. Karakterlerin bu kadar çeşitliliği, pembe dizilerin açık uçlu bir yapı göstermesine neden olmaktadır. Ayrıca bu karakterler her vakit çok şık giyimlidirler. Nadiren yemek yerler; genellikle ayak üstü birşeyler atıştırıp, kahvelerini içerler. Annelik kutsaldır, ama hiçbir karakter çocuğu ile ilgilenirken görüntülenmez. Bu karakterler tuvalete gitmez, banyo yapmaz, politikadan konuşmaz, kitap okumaz, sinemaya gitmez, TV seyretmez. Genellikle ayaküstü görüşmeler yaparlar. Tüm bunlara karşın izleyiciler pembe dizi dünyasındaki karakterleri gerçek olarak görürler. Çünkü önemli olan duygular dünyasında aradığı gerçeklerdir.

Pembe dizilerde kahramanlar diğerlerinin problemleriyle olaylarıyla ve planlarıyla hiç ilgilenmeden, kendi hayatlarını, yaşarlar. Buna rağmen seyirciler herbiri hakkında herşeyi bilirler ve böylelikle kendilerini herşeyi bilen bir durumda görürler. Ayrıca seyircilerin katılımı bir yada daha fazla karakterle oluşan hayali özdeşleşmeyle sınırlı kalmaz, sadece bununla tanımlanamaz. Hikayenin diğer yönlerinin de buna katkısı olur. Örneğin hikayenin anlatılış biçimi yada sahnelenişi gibi. Ama bu demek değildir ki karakterler katılım olayının gerçekleşmesinde önemsiz bir rol oynar. Bir televizyon dizisinde karakterler neredeyse hikayenin kendisi kadar seyircilerin sarılmasında, içine alınmasında önemli rol oynar, burada karakterler merkezdir. Bu karakterler yoluyla senaryodaki

⁵⁹ Gregor Goethals, The TV Ritual: Worship at the Video Altar, Beacon Press, Boston, 1981, s.57/58, Aktaran: Mutlu, A.g.e., s.304

çeşitli unsurlar belli bir yere sahip olurlar ve olaylar dizisinde yer alırlar. Çünkü seyirci, karakterleri hikayeye anlam katan aktif nesneler olarak görür. Ayrıca gerçek hayattaki gibi oynanması, seyircinin gerçek bir kişiyle ilgilendiğini sanmasını sağlar. O yüzden karakter, seyirciye dizide gösterilen durumlardan farklı bağımsız biri gibi görünür. Karakter, dizinin hikayesinden çıkarak, günlük yaşama girer, canlı biri, yani bizden biri gibi olur. Böylece karakteri "gerçek insanlar" olarak hayal etme, seyircilerin diziyeye katılmasını çabuklaştırır.

Yapılan araştırmalarda ortaya çıktığına göre, bir karakter ne kadar gerçek görünürse o kadar önem kazanır. Gerçek hayattaki gibi yada psikolojik olarak inanılabilir karakterler, seyirciler tarafından daha çok ilgi görüyorlar. Seyircilerden alınan mektuplardan da görülmüştür ki, bunlar mektuplarında sanki gerçek insanlarla ilgili şeyler yazıyorlarmış gibi bir tavır takınmışlardır. Bütün bu işaretler gösteriyor ki bu seyirciler hayali, hikayesel etkinin mümkün olduğunca kaybolmasını, istiyorlar. Ama sadece gerçek görünüşlü insanlar yeterli değildir. Piemme'e göre, "bu karakterlerin yaşadığı hikayesel, hayali dünyanın da gerçekçi görünmesi gerekir". Ama bu dünya ne kadar gerçek yada gerçekçidir? Gerçekçilik seyirciler arasında pembe dizileri yargılamada en çok kullanılan kriter. Burada gerçekçi her zaman iyiyle, gerçek dışılıkta kötüyle beraber alınır. Bazıları için gerçek, sıradan insanların sosyal gerçekliği ile bağdaşmalıdır. Buradaki gerçek problemler işsizlik, konut sıkıntısı olmalı fakat zenginliğin problemleri olmamalı. Diğerleri için ise gerçek kolayca tanınır olmalı. Sonuç olarak, gerçek dışının genelde yapılan tanımı da gerçek gerçekliği basite indiren, abartan yada onu bilinen klişelerin içinde sunulmasıdır⁶⁰.

⁶⁰ Ang, A.g.e., s.34

3.1.3. SEYİRCİ VE GÖNDERİCİ İLİŞKİSİ

Seyirci arasındaki sosyal etkileşim konusu gündeme geldiği zaman buradaki asıl önemli nokta insanlar arasındaki kişisel ilişkidir. Ama seyirci ve gönderici arasındaki sosyal ilişki de önemlidir. Pek çok açıdan, gönderici ve kitle haberleşme arasındaki ilişki kurulmalımı yoksa muhafaza mı edilmeli konusunda pekçok soru ortaya çıkmıştır. Bunlar ya göndericinin haberleşmeye çalıştığı zaman, yada hem göndericinin hemde alıcının aynı sonuca ulaşmaya çalıştığı zaman olur. Bunun yanında çoğu zaman görülmüştür ki seyirciler arasındaki bireyler genelde kitle haberleşme araçlarıyla ilişki kurmaktadırlar. Bu ilişki özellikle karakterle, film yıldızlarıyla yada hikaye ve eğlencelerdeki karakterlerle kurulmaktadır. Bu olaya Horton ve Wohl "parasosyaletkileşim" demektedirler⁶¹. Her nekad bu konuya bilimsel olarak çalışmak zorda olsa, bu olay çok alışıldık ve görülen bir olay. Pembe dizi hayranları, bu hayali kahramanlara ne olduğuyla güçlü bir şekilde ilgileniyorlar ve bunlar hakkında sanki gerçekmiş gibi konuşuyorlar. Gerçekçi ve uzun müddet süren pembe diziler belirlenmiş, değişmeyen karakterleriyle hayali ve gerçek arasındaki çizgiyi kaldırıyor. Noble'ın bu konuyla ilgili 2 kavramı var; Birincisi "Tanıtma", ikinciside "Tanıma"⁶² Tanıtma; kişinin kendisini bir televizyon karakterinin yerine koyması ve onun gibi onun duygularını hissetmesi ve o karakterin duyduğu sandığı şeyleri duyması. Bu tanım biraz "kimlik kaybı" gibi birşey demek ama "tanıma" bunun tersine kimlik oluşturmaya katkıda bulunur. Böylece tanıma, iyi tanınan televizyon karakterleriyle ilişki kurma ve bunları sanki gerçek hayattaki kişiler gibi düşünmektir. Noble'un yazdığına göre "bu karakterler toplumda seyircinin bir akraba, hısım gibi onların düzenli olarak konuştuğu ve

⁶¹ Denis Mc Guail, "The Media Audience", Mass Communication Theory, An Introduction, New York, 1987, s.230

⁶² Mc Guail, A.g.e., s.231

ilişki kurdukları kişiler durumundalar. Ekrandaki bu düzenli olarak görünme seyircinin kendi ailesi dışındaki kişilerle ilişki kurmasını sağlıyor". Bu da seyircileri aktif seyirci durumuna getiriyor.

Pembe dizilere seyircilerin aktif katılımının ise sırrı şurada; Hikayeyi, parçaları farklı şekillerde birleştirilebilir bir oyun gibi kabul etmeleri. Uzun müddette problemlerin ve ilişkilerin değişmesine göre değişik şekillerde yönlendirilebilirler⁶³. Programı izleyen seyirciler artık karakterlerin bir diğer problemle nasıl başa çıkacaklarıyla ilgilenirler. Gerçektende bazen seyirci, pembe dizilerde gösterilen güçsüzlükten bıkmış bir şekilde herşeye karışan bir anne gibi, olayları doğrudan kontrol etmeye çalışırlar: Pembe dizi hayranlarından aktörlere gelen binlerce ve binlerce mektuplarda seyirciler tavsiye verip, yakında olabilecek olaylardan kahramanı uyarırlar, masum olanı kötü şeylere karşı uyandırırılar. "Eniştenin kötüyü doğru gittiğini göremiyormusun", yada bir karakteri diğerinin yaptığından haberdar ederler. Veya onu kötü davranışından ötürü kınarlar. Böylelikle seyirciler bir nevi anne durumundadırlar.

3.1.4 SEYİRCİYİ ÖDÜLLENDİRME

Televizyon seyircisiyle TV arasında gelişen ilişki bir yerde kişiler arasında gelişen ilişkilere benzer ve belirli davranış kalıplarını içerir. Örneğin, kişilerin ilişkilerini geliştirirken birbirleri hakkında bilgi toplaması genellikle, yüzeysellikten derinliğe doğru gitmek içindir. Bu gözlem TV seyircilerinin dizilere bakışını açıklayabilecek yararlı bir gözlemdir. Bir seyirci belirli bir süre, belirli bir takım dizileri seyretmeye devam ederek programla ilişkisini değiştirir ve çoğunlukla da daha derin bir sokulmaya doğru hareket eder. Televizyon

⁶³ Tamar Liebes, Elihu Katz, "Dallas and Genesis", Television, New York, 1986, s.121

ve TV seyircisi arasındaki ilişki böylelikle genel anlamda değişince, bazı belirli konular da da değişikliğe uğrar. Bu yüzden, görünen o ki, bir diziyi seyrederken oluşan "kullanımlar ve ödüller", seyirci diziyi ilişki kurduğunda da değişecektir.

Seyirciler genellikle bir diziyi ödül veya mükafatlandırma olduğu müddetce seyrederek. Seyirci program ikilisinde ilişki değişikliği seyirci ödülllerinin en çoğa eriştirilmesiyle eşit olarak değişir. Bu gerçeğin ışığının da pembe dizilerin seyircilerin bu kadar dikkatini çekmesinin nedeni TV seyircisi ve TV ilişkilerinde zaman içinde izleyicinin karışmasını ve adanmasını artırmak için hem miktar ve hem de kalite olarak ödüllendirmenin en fazla şekilde verilmesinden kaynaklanmaktadır⁶⁴.

Bu ödüllendirme olayları 3 temel kategori altında toplanabilir. 1) Hemen gelen ödüllendirme olayları, 2) Kısa dönem ödüllendirme olayları, 3) Uzun dönem ödüllendirme. Bu ödüllendirme olaylarının başlama noktası ile bunun çözümlendiği nokta arasındaki zaman mesafesi ödüllendirme olayın da ana faktördür. Dramatik dizi izlemeye, bu zaman seyircinin bir diziyi izlemek belirli bir sonuca varmak için beklenmedik yada sürpriz bir olayda harcadığı zamana eşit. Bu süreç seyircinin karakterleri, karakter ilişkilerini, olaylar dizisini ve dizi içindeki karşılıklı insan ilişkilerini tam olarak anladığı süredir. Genelde bu "arşivlenmiş" bilgi, izlenme süresi arttıkça, diğer seyircilerle tartışılınca ve dergilerde pembe dizi sütunlarını okuyunca artış gösterir. Gerçekten de, bir seyirci pembe dizinin bir bölümünü ilk defa seyrettiğinde, hayrette bırakılır. Hikayenin gelişmesini tam olarak anlayabilmek için belirli bir süre devamlı izlemek gerekir. Ve, düzenli seyircilerin olaylar ve vakalar hakkında gerçek

⁶⁴ Alfred Kielwasser, Michelle Wolf, "The Appeal of Soap Opera: An Analysis of Process and Quality in Dramatic Serial Gratifications", *Journal of Popular Culture*, Fall 1989, s. 113/114

arşivciler haline geldikleri görülür. Böylelikle, hayranlar arasında iyi tanınan karakterlerin ne yapacaklarını tahmin konusunda düzenli olarak yazışmalar yapılır. Şimdi bu ödüllendirme olaylarına kısaca bir göz atalım;

1. Hemen Gelen Ödüllendirme Olayları; Bunlar daha önceki olaylar dizisini anlamaya yada karakterin geçmişini bilmeye dayanmazlar ve çoğunlukla tek bir olayın ya da sahnenin tamamlanmasıyla oluşurlar. Hemen gelen ödülleri çoğu seks ve şiddet sahnelerini içerir. Bu tür ödüllendirmeler gelişigüzel yapılır. Bunun gibi, program promosyon ilanları da hem mevcut bulunan hayranlar ve hem de potansiyel yeni seyircileri kazanmak için ağırlıklı olarak cinsel konuları içerirler. Bu yüzden ki H.G.Ö.O, seyirciyi kendilerine çekmeye ve seyirci dizi ilişkisini başlatmaya çabalıyorlar. Bu tür olaylar seyircilerin belirli pembe dizilere "kancalanması" için ilk adımı oluşturuyor.

2. Kısa Dönem Ödüllendirme Olayları; Olaylar dizisinin yada sadece bir olayın yarı en buhranlı noktasında bulunurlar. Burada seyirci hikayeyi başından tamamlanışına kadar seyretmiş olmalıdır. Bu da pembe diziler için en az bir yada iki haftayı kapsar. Örneğin aile oluşmaları yada yeni romantik ilişkilerin gelişmesinde bu tür bir ödüllendirme vardır. Bu olaylar hikayenin sonu, bitişi değil, değişimdir. Aslında karakterlerin bu devamlı oluşan değişimi, pembe dizilerin ana özelliklerinden biridir. Bir diziyi seyretmek için belirli bir zaman harcayan seyirciler, bu ödüllendirmeyi alırlar. Böylelikle onların pembe diziyi anlamalarıyla beraber aldıkları zevkte artar.

3. Uzun Dönem Ödüllendirme Olayları; Bu olayların önceliği genelde sadakatli hayranlara aittir. Bu tür ödüllendirme aslında pembe dizi kahramanlarını ve olaylarını tam olarak anlayan adanmış seyirciler için

hediyeler olarak görünmektedir. Bu olayların anlamı ve değerinin takdir edilmesi dizinin yapısına ve içeriğine büyük bir anlayış getiren seyirciler için tamdır⁶⁵.

Yapılan bu analizler televizyondaki pembe dizilerin anlaşılabilirliğine bir parça da olsa anlaşılabilirlik getirmiştir. Bu dizilerde, seyirci program ilişkisindeki yükselmeyi kolaylaştıran 3 safha programa dayalı ödüllendirmeyi kapsarlar. Bunda zamanın ödüllendirmeler üzerinde direkt bir etkisi vardır.

3.2. TELEVİZYON DİLİ

Televizyon, diğer sanat formlarıyla - sinema, tiyatro, roman, müzik, resim v.b. - kimi yönde benzerlikler gösterse de yine de kendine özgü yeni dışavurum biçimleri geliştirmiştir. Bir kültürel ve sanatsal dışavurum formu olan televizyon heterojen, karmaşık, içiçe geçmiş çok metinli ve daha da önemlisi postmodern bir aygıttır⁶⁶. Çağdaş kültürün somut bir örneği olan televizyon, karmaşık bir kültürel formdur, kendisini, toplumsal yaşamın akışından, inişlerinden ve çıkışlarından soyutlayamaz. Çünkü televizyon, zamandan ve mekandan bağımsız değildir; izleyicilerin içinde bulunduğu çevreyle, izleyiş süreciyle içiçe geçmiş olmasından dolayı toplumun en merkezi kültürel dışavurum biçimlerinden biridir.

Televizyon, kurmacaya dayalı (Fictional) program türleri olan dram dizi ve seriyalleriyle, gerçek olaylara dayanan (factual) haberler, haber programları, magazin, spor, eğlence ve birim program türleri gibi iki farklı, türü izleyicisine büyük bir ustalıkla anlatabilmektedir⁶⁷. Bunu da televizyon dili dediğimiz, kendi yöntem ve yordamı

⁶⁵ Kielwasser, Wolf, A.g.e., s.117/118

⁶⁶ Christopher Anderson, "Reflections on Magnum, P.I.", Horace New Combo (der), Television: The Critical View, New York, Oxford: Oxford University Press, 1987, s.113, Aktaran: Kaplan A.g.e., s.15

⁶⁷ Kaplan A.g.e., s.51

ile yaparak seyirciyi gösterilen olayın tam içine almaktadır. Kurmacaya dayalı program türü olan pembe dizilerde de televizyon dili kullanılarak, seyircileri yıllarca kendisine bağlamayı başarmıştır. Bu dizilerde kamera objektifi seyircinin gözü yerine geçerek onunda, çoğu olayları, yaşamasına izin verir. Sözelimi, bir düşün olayının tüm ihtişamı gözler önüne serilir, izleyici tüm bu güzelliği kendi benliğinde hissedebilir.

Yine televizyon dili, yakın çekim ölçeğini kullanırken ufak mimiklerin bile, en gerçekçi biçimde aktarabilmektedir. Özellikle pembe dizilerde olayların iç mekanlarda geçmesi, hareketlerin sınırlı kullanılarak karakterlerin diyalog ve davranışlarının öne çıkması bu format da yakın çekim ölçeğinin kullanılmasını gerekli kılmıştır. Sözelimi bu pembe dizilerde, göz ameliyatı olan bir karakterin ameliyattan sonra yeni yeni görmek üzere olması veya bayıldıktan sonra ayılmaya başlaması gibi duyular, hafif bulanıkça sahnelerle, puslu bir biçimde seyirciye verilebilir. Aynı şekilde çekimde herhangi bir yanlışlık olduğu zaman, bu sahne yeniden çekilebilir, veya montaj yolu ile düzeltilebilir.

Televizyon dilini diğer sanat formlarından ayıran bir başka özelliği ise zaman ve uzam kavramlarını inanılmaz biçimde değiştirip kullanabilme olanaklarıdır. Televizyon, zaman içerisinde geriye dönüş veya ileriye uzanış gibi yollara saparak, istenildiği kadar sayıda ve hızda, şimdiki zamana geri dönebilir. Ancak bu şekilde iki şey birbiri ardına hızla gösterilerek aralarındaki bir kurumsal bağlantı kurulabilmektedir⁶⁸. Söz gelimi bir pembe dizi de patlatılan şampanya sesinin hemen ardından gerçek bir top görüntüsüne ve sesine geçilirse, bir balodaki insanların rahatlığı ile, savaş meydanındaki acı gerçeklik arasında etkili bir karşıtlık yaratılmış olunur. Televizyon

⁶⁸ Özcan Baskan, Bildirişim İnsan Dili ve Ötesi, Altın Kitaplar yay., 1988, s.371

kamerasındaki objektif açısının değıştirilebilir olması ve kameranin kendisinin de hareket ettirilebilmesinden dolayı, seyirci, kamera objektifi noktasından ileri geri, aşığı yukarı, sağı sola bakma olanağı bulur. Böylece objektifler yardımı ile, istenilen açıdan; bir kişıye veya nesneye hızla yaklaşılabılır, veya tersine geniş açı ile uzaklaşılabılır. Örneğın kamera hareketi ile bir seyirci koridorda ilerleyerek, sonunda bir anahtar deliğinden, odanın içindeki bir şeyi seyredebılır.

Görüleceğı gibi gerek kamera hareketi, gerek objektif açısı ve gerekse sahneden sahneye geğış yardımı ile televizyon dili diğér sanat formlarıyla karşılaştırılmayacak kadar elverişli anlatım olanaklarından yararlanabilmektedir. Ancak TV dilinin daha da başarılı olabilmesi için, belli br amaçlılık güderek, sözlü ve hareketli görüntü yolu ile, belli bir bildiri aktarması gerekir. Bilindiğı gibi, bir bildiri doğrudan doğruya karşıya ulaştırılmazsa ancak o zaman ortadaki aktarım oluşuna uygun göstergelere dönüştürülmelidir. Herhangi birşey ise, kendisinden başka birşeyi belirten birim olduğı sürece bir gösterge sayılır. Bu bakımdan televizyonda, görüntüler kendilerinden başka şeyleride gösterme durumundadır⁶⁹.

Televizyon dili 3 türlü hareket olanağından yararlanmaktadır. Bunlardan birincisi belgesel filmlerde olduğı, insanların, hayvanların, makinelerin kendi hareketleridir. İkincisi ise pembe dizi gibi yakın çekim ölçeğinin kullanıldığı ileri geri, sağı sol, yukarı aşığı kamera hareketleridir. Üçüncü hareket türüne ise kurgu adı verilir. Kurgu, çekilmiş olan çeşitli sahneleri belli bir biçimde düzenleyerek belli bir dizim elde etmektir. Yani tek tek fazla birşey ifade etmeyen sahneler, ardarda dizilince, hepsinin toplamından çok daha büyük ölçü de bir

⁶⁹ Baskan, A.g.e., s.373

etki yaratılabilmektedir. Bir bakıma, dört tane sözcük biraraya gelerek belli bir tümce oluşturmakta gibidir. İşte bu açıdan televizyon dili bir yerde, insan diline belli bir benzerlik gösterir. Hatta şöyle bir benzetme de yapılmıştır. Eğer kamera bir "kalem" ise, sahneden sahneye geçiş bir "virgül", sahne kararması bir "nokta", ve sahne de "tümce" olarak yorumlanabilir; aynı yerde geçen sahnelerden oluşan bir dizi de "paragraf" olarak alınabilir. Ancak belli bir yerde televizyon dili hem sözlü konuşma göstergelerin, hem görsel görüntü göstergelerinden, hem de müzik gibi sesli göstergelerden yararlanan zengin bir anlatım aracı olsada şurası da bir gerçektir ki, bildirilişim verimliliği açısından en etkili araç, gene de insan dilidir⁷⁰.

3.2.1. GÖRSEL DİL

Görsel dil insanların ilk anlaşma aracı ve dili olmuştur. Daha insanlar konuşarak anlaşmayı geliştirmeden önce, görsel dilleriyle anlaşırlardı. Bu dil sayesinde insanlar duygularını, düşüncelerini, isteklerini, ihtiyaçlarını ve ruhsal zenginliklerini başka insanlarla paylaşmışlardır, insanların birbirleriyle kurdukları yüz yüze ilişkilerde sözsüz mesajların etkisi % 90 oranındadır. Sözsüz mesajlar jestler göz ve baş hareketleri, beden duruşu, yüz ifadeleri, mesafe, temas gibi görsel dil öğeleriyle ifade edilir. Kısacası görsel dil yaşanan şartlar içinde, birbirini izleyen hareketlerle değer ve önem kazanan, ses tonu ile desteklenen ve kelimelerle son şeklini alan karmaşık bir süreçtir⁷¹. Karşımızdaki insanlarla iyi ilişkiler kurmak istiyorsak görsel dilimizi bilinçli bir şekilde kullanmalıyız.

⁷⁰ A.g.c., s.375

⁷¹ Zuhâl Baltâş, Acar Baltâş, Bedenin Dili, Remzi Kitabevi, 1994, s.7/11

Televizyonda ise kurmacaya dayalı program türü olan pembe dizilerde; daha öncede gördüğümüz gibi aksiyondan çok karakterler arası ilişkilere ve diyaloglara büyük önem verilmesi, bu format da yakın çekim ölçeğinin kullanılmasını gerekli kılmıştır. Ayrıca yine bu ölçek sayesinde karakterlerin davranışlarını, mimiklerini, el-kol-baş hareketlerini, jestlerini yani kısaca görsel dillerini daha iyi görüp değerlendirebilir, karakterleri daha doğru tanımlayabiliriz. Diğer hiçbir televizyon formatında oyuncuların izleyiciye bu kadar yakın olduğu görülmemiştir. Bu yakınlık ise kullanılan yakın plan çekimi ile karakterlerin yüz kullanımının direkt izleyiciye verilmesinden dolayıdır.

Karakterlerin kullandıkları görsel dili izleyicisiyle kurduğu ilişkide çok önemlidir. Bir karakter üzerinde yorum yaparken, onun ne kadar hırçın, kıskanç veya zarif olduğunu söylerken mutlaka o karakterin konuşmaları kadar yüzünü kullanım şekli, hal ve hareketleri bizim bu sonuca varmamızı sağlamıştır. Örneğin; "Yalan Rüzgarı"nda Victor Newman'ın güçlü bir karakteri olduğunu söylüyorsak, bu onun yüz ifadeleri sayesinde. Aynı şekilde Nina'yı basit ve görgüsüz olarak tanımlıyorsak, yine bu da onun görsel dilini yanlış, bilinçsiz bir şekilde kullanmasından dolayıdır.

Pembe dizilerin izleyicisiyle yıllardır olan beraberliğinin nedeni onlarla her konuda, her açıda çok yakın olmasından kaynaklanmaktadır. Karakterlerin yaşadıkları olaylar, konuştukları konular ve kullandıkları görsel dil seyirciye hep yakındır. Seyirci işte bu nedenle; karakterle kurduğu yakınlıktan dolayı bu seriyalleri bitmek bilmeyen bir ilgiyle yıllardır seyretmektedir.

4. BÖLÜM PEMBE DİZİ KADIN DÜNYASI

Pembe dizi yapımcılarının çoğunun erkek, izleyici kitlesinin ise büyük oranda kadınlardan oluşması bu formatın kadın dünyasına oldukça geniş yer vermesine neden olmuştur. Pembe dizilerde anlatılan konular, ailevi sorunların içinden çıkılması olanaksız karmaşık sorunları içermemekte ve çözümleri de genel ahlâk anlayışına uygun olmaktadır. Bu nedenle pembe dizi kadın dünyasının başat kültürel değerleri devam ettirdiği görülmektedir.

Pembe dizi dünyasında kadınların gerçek dünyadan farklı olarak erkeğe göre daha üstün bir konumda bulundukları görülmektedir. Bu üstünlük duygusal anlamda bir üstünlüktür. Bunun nedeni ise pembe dizi izleyicilerinin büyük ölçüde kadınlardan oluşması; olaylara hep kadının bakış açısından bakılmasıdır. İşte bu yüzden "kadınlar hep haklıdır" imajı titizlikle işlenmektedir.

Pembe dizi dünyasında olaylara, konulara, karakterlere hep alışlagelen kadın bakış açısından bakılır. Egemen ilişki örüntüsü ise, karı-koca arasında olup, sözkonusu dünyada gerçek yaşamdaki cinsler ve eşler arasındaki kopukluk ortadan kalkmaktadır. Erkeklerin de aynen kadınlar gibi, aşk, aile ve kişisel sorunlarını tartıştıkları görülmektedir. Böylece kadın ve erkek arasındaki diyalog, gerçek yaşamda bunu sağlayamayan kadın izleyiciler için oldukça çekici gelmektedir.

Bu formatda ailevi belirsizlikler, mutsuzluklar önde gelen sorunlardır. Kadınlar, gerçek yaşamlarında ister mutlu ister mutsuz olsunlar anlatılan konularla genelde kolayca özdeşleşmektedirler. Kadınlara verilen öğüt; mutsuzluğa ahlaki gerekçelerle erdemlilik gereği dayanmak ve acılara, sıkıntılara göğüs germektir. Çünkü kadın mutluluk girişimleriyle ailevi sorumluluk ikilemini yaşar; sonuçta da sorumluluk duygusu ağır basar. Pembe dizilerde

mutluz olan kadınların acılara katlanması öylesine soyluluk doludur ki, acıya katlanma bir tür kült haline gelir. Kendini gerçek yaşamda mutlu hisseden kadın için ise, pembe dizilerdeki mutluz kadınların konumları, yol gösterici eğitici olabileceği gibi eğlendirici de olabilmektedir⁷².

4.1. PEMBE DİZİ-KADIN İLİŞKİSİ:

I.Dünya savaşı sırasında kadının etkisini kısıtlayan bir ideoloji oluştu. Ve bir evi çekip çevirmenin ve anne olmanın ustalık gerektirdiği düşünüldü. Ve kadınların kendilerini hem evlilik öncesi ve hem de sonrasında romantik eşler olarak görmeleri beklendi. Kısacası kadınlara yuva kurarak dünyayı etkilemeleri önerildi. Kadın filmlerinin gözbebeği olduğu dönemler olan 30'lu ve 40'lı yıllar da, pembe diziler, suç melodramları ve Westernler kadar usule uygundu. Diğerlerinin ki gibi rutin bir kalıba oturmuş olan bu filmler kaçış fantazisinden doğan filmlerdi. En düşük seviyede bu filmler hayatta hedeflediği amaca ulaşamamış ev kadınlarının kendi kendilerini tatmin etme ihtiyaçlarını karşılamaları için yapılmış duygusal nitelikte filmlerdi. Bu kadınlar ise talihlerini değiştirmeye çalışmaktan çok, onu olduğu gibi kabul eden kendine acıyan ve gözyaşları içindeki kadınlardı.

Pembe dizilerde cinsiyet kavramının kullanılması evrensel bir temeli vardır. Çünkü seyircileri daima kadınlar olan bir seyirci topluluğunun görünen bir açıklığı vardır. Aslında son 20 yılda pembe dizi seyircisinin içine erkeklerde büyük ölçüde katılmaya başlamıştır, ama yine de bu diziler kadınların üstünde bir egemenlik kurmayı başarmıştır. Genel olarak konuşulacak olunursa, cinsiyetin başlangıç olarak kullanılması 2 türlü açıklaması olabilir. 1. açıklama, kadın rolleriyle hikayesel yapıların sunduğu durumlar arasında ki ilişkiyi araştırır. 2.side her

⁷² Mutlu, A.g.e., s.303

zamanki mevcut kadın seyirciler tarafından senaryolara iliştirilen anlamları inceler⁷³. Pembe dizilerde, cinsi rollerden kaynaklanan konu durumları hem konuyla ilgilidir ve hemde dış görünüşle ilgilidir. Pembe dizilerin dizi olması nedeniyle karakterler yavaş olarak gelişirler ve seyirciyle samimi olurlar ki ancak böyle gerçek yaşamdaki gibi olaylar oluşabilsin. Burada hikayeler tıpkı gerçek hayatta olduğu gibi sonsuz ve çözümlenmemişlerdir. Ve pembe dizilerin bu özelliği de bunların bilinen, geleneksel değerlere göre değerlendirilmemesini gösterir. Aynı zamanda, pembe dizilerdeki uyum ve ahenk aslında kadınların işindekiyle, özellikle ev işlerindekiyle aynıdır.

Pembe dizilerin yapısı ve konusu olan kadın cinsiyeti ve rollerinin dışında, ayrıca pembe ve romantik diziler kadınla ilgililerdir. Çünkü bunlar seyirciyle olan ilişkilerini erkekler tarafından yapılamayan bir şekilde yaparlar. Erkekler tarafından kadınların aykırılıkları anlaşılabilir olarak kabul edilir ve bu dar görüşlülük de tamamiyle erkeklerin çoğunluk oluşturduğunu gösteren bir işaretdir. Halbuki pembe ve romantik dizilerde kadınların aykırılıkları anlaşılabilir değil daima anlaşılabilirlerdir.

Pembe diziler kadınlar ve arzular hakkındadır. Bu yüzden kadın cinsinden de olduğu gibi pembe diziler de arzu ve horgörmenin bir karışımı gibi görünmektedirler. Pembe dizilerin gelişmesinde neyin işe yarayıp neyin yaramadığı incelendiğinde görülmüştür ki sponsor dan çok kadın kahramanın ilgileri öncelikle dinleyen ve daha sonra da dizileri seyreden seyirci üzerinde en büyük etkiyi yaratmıştır. Kadın kahramanının kişiliği incelendiğinde de pembe dizi kadın kahramanının duygusal üstünlükleri aşırı duygusal olarak görülmüş, bunun tersine Hollywood kahramanı ya da konusu; incinebilir arzuların bastırılması ve olgun

⁷³ Jerry Palmer, "Women and Soap Opera", *Theory Culture Society*, Exploration in Critical Social Science, 1992, s.126/127

bireyin duygusallığını kontrol etmesi üzerine kurulmuştur. Pembe dizilerin ençok eleştiri alan özellikleri duygusal oluşlarıdır. Ancak şu da unutulmamalı ki duygusallık yaşam için gereklidir. Duyguları kontrol etmek, göstermemek, baskı altında tutmak yanlışdır, sağlıklı değildir. O yüzden pembe dizilere duygusal demeden önce düşünmek gerekmektedir.

Hollywood filmlerinin görsel teknolojisi ve roman yapısı, güçlü kadın kahramanın erkek kahramanın kontrolü altına girdiği, sadece erkek seyircinin memnun edildiği bir filmidir. Kadın seyirci için ise, Hollywood filmi yalnızca önce romanın ve hayalin verdiği zevkle izleyiciyi tuzağa düşürür. Böylece Laura Mulvey'in görüşüne göre, "filmler kadınlar hakkındaki korkuları tekrar canlandırır ve onun üzerindeki erkek üstünlüğünü ispat eder"⁷⁴. Pembe dizilerde ise bunun tersi görülür. Belirli ve karmaşık kadın ve erkek kimliklerini yaratma kabiliyeti erkeklerin şimdiye kadar görülmüş anlatıcı evrensel fantazilerinin ki bunlar kadının arzularının karşısıdır, tam tersidir. Pembe dizilerde kadın kahraman güçlüdür. O, erkek kimliği olarak geleneksel şekilde yorumlanması hakkında iyi sorular ileri sürer. Bu yüzden de pembe dizi kadın kahramanı erkeğin hakim olduğu toplum görüşü için göz korkutucudur. Hollywood dizilerinin aksine pembe dizilerdeki kadın ve erkek kahramanlar, kadın kahramanın arzusunu gerçekleştirmede önüne çıkan engelleri araştırırlar. Bu engeller erkek kontrolü altında bulunan toplum ve ailesel olaylardan kaynaklanmaktadır.

Pembe dizilerdeki kadın kahramanların konumu ayrıca bu pembe dizilerin yapıldıkları ülkelere göre farklılık gösterir. Mesela Latin Amerika toplumlarının daha çok arkaik, yani siyah-beyaz basitliği içinde olması, bu ülkelerin feodal dönemden kalma toplumları hayatın rafine alanlarından uzak tutma geleneğinden kaynaklanmaktadır.

⁷⁴ Nochimson, A.g.e., s.21/25

Kadınlar ise böyle bir ortamda geçmişin kültür mirasından en çok darbe alanlardır. Bu yüzden kadınlar, modern toplumlardan öğrenilen zenginlik, güçlü olma, tüketimi en önemli mutluluk sayma gibi yeni değerleri kolayca benimsemekte; fakat toplumda kadının da yer alması gerektiğini ve diğer modern toplum değerlerini benimsemeyi tehlikeli saymaktadırlar. İşte bu yüzden Latin Amerika dizilerinde kadın kahramanların genellikle ya zengin bir adamın annesi, kardeşi, kızı veya karısı olarak etkin olabildikleri; çalışanların ise çoğunlukla hizmetçilik, garsonluk, aşçılık gibi hizmet işlerinde yer aldıkları, duygusal ve melodramatik bir biçimde işlenmiştir⁷⁵. Amerikan yapımı pembe dizilerde ise tarihsel ve kültürel farklılıklar nedeniyle kadın kahramanların konumu, daha çağdaş bir görünüm sergilemektedir. Fakat yine de kadınların faal olarak çalıştığı iş alanları kozmetik ve moda sanayii gibi kadın cinsini ilgilendiren yerlerin olduğu, işletmenin sahiplerinin yada genel müdürlerinin ise gene erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Kısacası bu dizilerdeki kadın kahramanların konumu, ABD yapımı pembe dizilerde bazı yanlışlıklara karşın daha özgürleşimci, Latin Amerika yapımı pembe dizilerde ise ataerkil anlayışı olumlayan ve pekiştiren bir nitelik taşıdığı görülür.

Pembe dizilerdeki kadın teması izleyicilerine, erkeklerin sosyal yapıyı hakimiyetleri altında bulundurdıkları bir kültürde kendilerine özgü ayrıcalıkları tanıma iznini vermiştir. Bu yüzden şimdiye kadar hiçbir senaryonun ve erkek kahramanın yapamadığını yaparak, kadın özgürlüğünü büyük bir heyecanla karşıladılar. Pembe dizi seyircileri arasına erkeklerin de girmesi, toplumun arzusunu yansıtmada oldukça önemli olmuştur. Şöyle ki erkek seyirciler hem kendi haklarında konu olan kadın kahramanları hem de erkek kimliğinin kadın parçaları olan

⁷⁵ Ünsal Oskay "Soap Opera Türünde Değişmeler ve Latin Amerika Dizileri", Dosya, Beyazperde, İstanbul: Hürriyet yay., Aralık 1989, s.4

kadın kahramanlarını seyretmiş oluyorlar. Aynı gündüz gösterilen bu dizilerden hoşlanan kadınlar gibi, bu erkeklerde Hollywood'un sağladığından daha fazla fantaziye isteyebilirler. Sonuç olarak pembe diziler geleneksel olarak tanımlanan normal cinsiyet rollerine karşı ıslah edici önemli bir yere sahiptir⁷⁶.

Yani artık pembe diziler yalnızca kadın cinsine ait değildir. Belki ilk çıktığı yıllarda amacı kadınları televizyon karşısına çekerek kitle kültürü üretmek olabilirdi. Ama zamanla kendi içinde bir revizyona uğrayarak, karmaşık ve yoğun olay örgüleri içinde bireysel eğitime yönelik insanlık ve vatandaşlık dersleri vermeye başladı. Özellikle 80'li yıllarda pembe diziler de eğitici motifler "Yalan Rüzgarı" adlı dizide olduğu gibi öne çıktı. Böyle olunca da pembe dizi seyircileri yalnızca kadınlar değil erkeklerde olmaya başladı.

4.2. PEMBE DİZİ-FEMİNİZM İLİŞKİSİ

Pembe dizilerin kadınlar arasındaki büyük ve devamlı popülaritesi feministlerin dikkatini çekmiştir. Pembe diziler, halen geçerli olan ataerkil yapının desteklenmesi ve kadınların ezilmesi olarak görülmektedir. Bu yüzden kadınlar, pembe dizilerin aldatıcı mesajlarının kurbanları olarak görülmekteler. Fakat pembe dizilerin düzenli seyircilerine zarar verdiği ve tutucu olduğu yolunda ki eleştiriler giderek geçerliliğini yitiriyor. Yani pekçok insanın düşündüğünün aksine pembe diziler tutucu değil, libareldir. Örneğin Jane Feuer bir yazısında pembe dizilerin "kuvvetli olarak ilerleme gösteren" bir yapı sergilediklerini belirtir⁷⁷. Çünkü bu tür programlar kesin olarak belirlenmiş durumlar sunmazlar. Yani yaşanan her olayın karşıtı bir durumla da karşılanabilir. Bu da pembe

⁷⁶ Nochimson, A.g.e., s.35/36

⁷⁷ Ang, A.g.e., s.117/118

dizilerin açık bir yapıya sahip olduğunu gösterir. Pembe dizilerde ki fikirsel ideolojik belirsizlik, seyirciye bu olayları kendisine göre yorumlama özgürlüğü verir. Böylelikle seyirciler ve onların yorumları pembe dizilere kendi kesinliklerini sağlar.

Kadınların politik görünüşlerde ve sunuşlardaki alt konuma düşmelerini araştıran feministler, medya çalışmalarında ve televizyon haberleri, spor olayları ve diğer programlarda ki erkek üstünlüğüne karşı çıkıyorlar. Feministler, haberler ve spor programları gibi erkekler üzerinde yoğunlaşmış programlara önem verilmesine ve kadın medyası olarak tanıtılan pembe dizi, romantik edebiyata, reklamlara ve kadınların dergilerine daha az önem verilmesine tepki gösteriyorlar. Aslında onların amaçları erkeklere bu konuda verilen ayrıcalığı tartışmak, incelemek değil fakat bu programlarda yapılan cinsel farklılıkları ve kadınsı öznelciliği araştırmak. Hobson, kadınların favori televizyon ve radyo şovları üzerindeki çalışmasında, kadınlar kendi içlerinde ya da sınırlı çevrelerinde (bu pembe diziler, komediler ve sabah programları yüzünden) kalmaları için cesaretlendiriliyor. Hernekadar ev kadınları bu programları evde hissettikleri kendilerini soyutlamadan kurtarmak ve ev işlerinin getirdiği tek düzelikten kurtarmak için seyrediyorlarsa da, Hobson'ında gözlemlediği gibi kadınların yaptıkları seçimler bazı programlar üzerinde sabitleşiyor⁷⁸.

Feministlerin bu yüzden pembe dizileri daha yaratıcı, dürüst ve ilginç yaparak kadınları bu tekdüzelikten kurtarmak, onlara toplumsal gerçekliği sunarak daha eğitici kılmayı amaçlıyorlar. Nitekim pembe dizilerde bu özelliklere dikkat edilerek onların daha eğitici olması,

⁷⁸ Leslie Roman, Becoming Feminine : The Politics of Popular Culture, Louisiana State University, 1988, s.18/19

ancak bu şekilde kadın cinsine ait değilde tüm herkesi kapsayabileceği düşünülüyor.

4.3. PEMBE DİZİ SEYREDİLME NEDENLERİ

Amerikan pembe dizilerinin ve televizyonun evrensel popülaritesine ve bunların yayılmasıyla ortaya çıktığı iddia edilen kültürel yayılmaya rağmen, bunların nasıl yorumlandığını yada en azından anlaşılıp anlaşılmadığını bulmak, öğrenmek için yapılan çalışmalar pek yeterli değildir.

Pembe dizileri diğer popüler TV programlarından ayıran şey belki de hayranlarının onlara olan sadakatidir. Örneğin, 1980 Mayıs'ında Papa II. John Paul'un Roma'da suikast sonucu yaralandığını veren, St.Louis'deki bir televizyon istasyonunda, yüzden fazla kadın izleyici büyük bir kızgınlık ile telefon ederek "Amerikalı bile olmayan biriyle ilgili bir haber yüzünden izledikleri pembe dizinin kesilmesini şiddetle kınadıklarını, Associated Press ajansı bildirmiştir⁷⁹. Yine aynı şekilde pembe dizi kahramanları çoğu zaman oynadıkları karakterin doğum günlerinde, doğum günü kartı aldıklarını belirtiyorlar, öğrenciler sık sık önemli bir bölümü seyretmek için derse girmiyorlar. Ve şehirdeki pek çok barda pembe dizi partileri gibi, şampanya ve büyük ekran bir TV'nin de bulunduğu partiler düzenliyorlar. Edward Whetmore'un da belirttiği gibi, "seyirciyi bu kadar etkileyen ve onları bu kadar içine çeken bir TV programı daha yok. Seyircinin de katkısıyla pembe dizinin bütün TV programları içinde önemli ve en merak uyandırıcı programlar olarak yerlerini alıyorlar".⁸⁰

Herşeyden önce bu dizilerin izlenme oranlarının yüksek olmasının nedeni bunların sade dilli, kolay anlaşılır veya görsel olarak güzelliği değildir. Aslında gerçek olan şu ki

⁷⁹ Allen, A.g.e., s.310/311

⁸⁰ Kielwasser, Wolf, A.g.e., s.111/112

bu tür programlar basit olarak adlandırılmazlar bile. Bu programları izleyen birinin büyük sayıdaki karakterler arasındaki karmaşık ilişkileri anlamaları gerekmektedir. Ayrıca izleyicinin kesik kesik verilmiş sahneleri ve ikincil yardımcı konuları birleştirerek tutarlı bir hikaye çıkarmayı öğrenmesi gerekmektedir. Daha da önemlisi bu dizilerde ki hoş görüntüler konuyu anlamak için hiçbir şekilde yeterli değildir. Çünkü hiçkimse kelimeler olmadan hikayeyi çözüp anlayamaz.

Bunun yanısıra bu gibi programların başarılı olma sırları farklı seviyelerdeki ve farklı kültürlerdeki seyircilere kendi içlerinden birşeyler göstermeleri, sunmalarıdır. Ayrıca bu gibi programlar seyredilmiyorlar, aslında bu ondan da öte birşey. Bu psikolojik, sosyolojik ve estetik açıdan senaryoyla ilgili olmak ve bu ilgide seyircinin geçmişine göre fark gösteriyor. Görünen o ki bu gibi programların çok değişik türde ki seyirciyi canlandırmak gibi bir özellikleri var. Daha iyi eğitilmiş izleyiciler programları iki yönden yorumluyorlar. Hem senaryo açısından ve hem de kurgu yapım açısından. Geleneğe göreneğe daha bağlı seyirciler ise programların gerçekçilik ve ciddilik alanıyla daha fazla ilgileniyorlar. Batılı gruplar ise programın kurgusuyla daha fazla ilgililer ve bu programların gerçekçiliği hakkında daha espirili bir şekilde ilgileniyorlar⁸¹. Pembe diziler aslında gerçek gibiler. Ve hiç şüphe yok ki bu dizilerde ki hikayeler dedikodu alanına giriyorlar. Ve her bölümün tamamlanmamış olması şunu hatırlatıyor; tamamlanmamış hikayeler tamamlanmış olanlardan daha iyi hatırdan kalırlar. Bunun dışında insanlar pembe dizi gibi konularda konuşuyorlar. Yani görünen o ki bu tür programlar insanlar arasındaki konuşmayı arttırıyor. Bu ayrıca farklı kültürler arasındaki konuşma için bir temel oluşturuyor. Bu programların

⁸¹ Liebes, Katz, A.g.e.,s. 113/116

hikayelerinin, konuşmayı arttırmasının iki ana nedeni var; birincisi eskiden beri var olması ve ikincisi de seri dizi olma özelliğidir.

Nüfusun büyük çoğunluğu için TV seyretmek eğlenmek demektir. Bu günün yorgunluğunu atmak için yapılan dinlenme ve rahatlama demektir. Eğlence boş zaman sahasının içine girmektedir. Ve boş zamanda, günlük yaşamda kendiniz için ayırdığınız vakit anlamına gelmektedir. Bu günlük hayatta fabrikadaki, okuldaki işteki ve evdeki endişelerinizden uzaklaşmaktır. Çoğu insana göre eğlence kazanılmış bir haktır. Pembe dizi gibi programlarında eğlence sınıfına girmesi doğaldır, çünkü zevklidir. Bir hayranın yazdığı mektuba göre bu dizi; "Hiçbir para harcamadan rahatlatıyor. Kendinizi konuyu anlamak için de sıkmanıza gerek yok. Sadece yoğun bir iş gününden sonra seyredilecek şey". Diğer bir seyirciye göre; "Oturarak yada yatarak seyretmek için iyi bir program. Sıfır oranında zeka ve hiçbir şey yapmamanın verdiği o tatlı duygu". Bu yüzden pembe dizilerde insanlar eğlenme özgürlüğünü tadıyorlar. Bunlarla insanlar toplumun yasaklamalarından ve isteklerinden uzaklaşmış oluyorlar⁸².

Pembe dizilerin çok seyredilmesini ise Yalan Rüzgarının ünlü aktörlerinden, dizideki adıyla Victor Newman şöyle açıklıyor: "Gündüz gösterilen pembe dizilerin geceleyin yayınlanan programlardan daha çok gerçek hayatı yansıtması, bu pembe dizilerin konularının gerçek hayattan alınması ve gerçek zaman üzerinde oynanması ve aynı gerçek hayatta olduğu gibi olayların kendilerini sürekli tekrar, tekrar etmeleri seyircileri diziye bağlıyor."⁸³

Özel bir TV kanalının kuruluş yıldönümü nedeni ile Türkiye'ye davet edilen "Yalan Rüzgarı"nın sevilen

⁸² Ang, A.g.c., s.86

⁸³ The New Yorker, A.B.D., August 1991, s.24

oyuncularından, dizideki adları ile Lauren, Nicky ve Victor ile dizinin yapımcısı Edward Scott, yapılan basın toplantısında, bu dizinin çok sevilmesinin nedeni olarak, aşkın ve romantizmin evrenselliği ve hayatın gerçek akışını, ekrana yansıtması olarak açıkladılar⁸⁴.

Kadınların duygusallıkları ve kadınlar için popüler olan kültür formları, moda, aşk şarkıları ve pembe diziler kadınların dünyasında olumlu değerleri ve anlamları olan kalıplardır. Artık çoğu kadınlar pembe dizileri seyrettikleri için suçluluk veya utanç hissetmek zorunda değiller ama feministler bu tür zevkleri üretken yapacak yolları bulmak zorundalar. Terry Lovell's belirttiğine göre "pembe diziler kadınların hem içinde bulundukları baskıyı iyi bir şekilde kabul etmeye ve bu baskıyı yine iyi davranışla protesto ettikleri bir metin olabilir."⁸⁵ Ama şunuda belirtmek gerekir ki bu kabul ediş fantazi dünyasının dışında değil, içinde gelişir. Ayrıca sadece pembe dizi seyretmek hanımların yaptığı tek şey değildir.

⁸⁴ Sabah, İstanbul, 12.9.1994

⁸⁵ Ang, A.g.e., s.90

5. BÖLÜM LATİN AMERİKA TELENÖVELALARI VE ORTAYA ÇIKIŞINDAKİ TOPLUMSAL KOŞULLARI

Pembe dizi, kökeni Amerika olmakla birlikte, İngiltere, Latin Amerika (Brezilya, Meksika, Arjantin v.b) gibi ülkelerde de televizyon dramasının önemli bir türü olmuştur. Formatın bu ülkeler, dolayısıyla da kültürler arası transferi pembe dizilere ulusal bazı özelliklerin katılmasına yol açmıştır. Bu özellikler biçim ve içerik gibi, ortaya çıkış sebepleri, ele aldıkları konular, yayın dönem ve süreleri olarak çeşitlilik göstermiştir.

Örneğin İngiltere'deki pembe diziler Amerika'daki benzerleri gibi haftanın hergünü yerine dört gün yayınlanmak için programlanmış fakat 1980'den itibaren bu sayı haftada üçe hatta ikiye indirilmiştir. Yayın periyodundaki bu farklılığın yanı sıra, ingiliz pembe dizileri Amerikan yapımlarından farklı olarak daha gerçekçi bir çerçeveye oturtulmaktadır. İngiliz pembe dizilerinde ırk ayrımcılığına karşı çıkan ve özürölülerin, yoksulların ihtiyaçlarına karşı toplumsal duyarlılığı, artırmaya yönelik konular daha çok görölmektedir. Ayrıca ingiltere'de köklü bir işçi sınıfı geleneğinin olması, bu pembe dizilerde işçi sınıfından karakterlere sınıfsal konular da dikkate alınarak yer verilmesine neden olmuştur⁸⁶.

Pembe dizi formatının en popüler anlatı tarzlarından biri olduğu Brezilya, Meksika gibi Latin Amerika ülkelerindeki durum ise, hem İngiltere'den hem de Amerika'dan çok farklıdır. Bu ülkelerde telenovela (teleroman) olarak adlandırılan diziler hergün primetime da yayınlanmak üzere hazırlanmışlardır. Latin Amerikalılarda neredeyse ulusal bir takınak haline gelen telenovelalarda güncel toplumsal ve siyasal tartışmalara sık sık yer

⁸⁶ David Self, Television Drama: An Introduction, Macmillan Education Ltd. Hampshire, 1984, s.32, Aktaran: Mutlu, A.g.e., s.321

verilerek, modern kentler mekan alınmakta ve çağdaş toplumsal sorunlar irdelenmektedir. Ayrıca bu diziler altı ile on ay süreli olup, daha sonra yepyeni olay dizileri ve karakterlerden oluşan başka telenovela'lara yerlerini bırakmaktadırlar.

Latin Amerika ülkelerinin toplumsal koşulları, sosyo-ekonomik ve kültürel değişimleri bu dizilerin ortaya çıkış nedenlerini Amerikan pembe dizilerinden daha farklı temellere dayanmasını gerektirmiştir. Bu farklılıktan dolayı telenovelalar üretildiği ülkenin özelliklerinden etkilenmiş, nitel bir değişikliğe uğramıştır. Bunu daha ayrıntılı incelemek için Latin Amerikan toplumlarının değişim sürecine gözatmak gerekmektedir.

Bu ülkelerin baskıcı siyasal bir geleneğe sahip olması kitlelerin çok yakın yıllara dek, toplumsal ve kültürel hayatın dışında tutulmasına neden olmuştur. Kültürel beğenide, yaşanan gerçekliğin aslını algılayabilme istek ve yeteneği bu nedenle körelmiştir. Bu da alt tabakalarda ki insanlarda sistem içi bir masal geleneğinin sürmesine neden olmuş, bu ülkelerdeki insanların hayatı masallardaki semantik çerçeve içinde görmekle yetinmeye itilmişlerdir. Toplumsal sistemin merkezi hayat alanlarına girmeleri, katılmaları gerektiğinde ne yapacaklarını ise, Batılı insanların farklı bir sosyo-kültürel gelişme içinde aldıkları terbiye ile değil, "tedibe yönelik" yani yola getirme, cezalandırıcı, edilgenleştirici, talimlendirici, toplumsal hayatın kenarlarında tutmaya yönelik bir terbiye ile olmuştur. Bu toplumlarda batılı demokrasinin kurumları alındıktan sonra da süren "merkeziyetçi eğilimlerin" ve kitlelerde ki politika ile bilinçli ilgilenmeme eğiliminin nedeni de önceki yüzyıllardan devralınan bu sosyal terbiyedir⁸⁷.

⁸⁷ Ünsal Oskay, "Soap Opera Türün de Değişmeler ve Latin Amerika Dizileri", Dosya, Beyazperde, İstanbul: Hürriyet yay., Aralık 1989, s.4

Batılı gelişmiş ülkelerde ise daha farklı bir toplumsal değişim görülmüştür. Bu ülkelerde ortaçağdan beri meslekler, meslek örgütleri çoğalmış, düşünce hayatında yaşama bakış tarzında çok sesliliğe geçilmiştir. Kültürdeki gelişme, toplum yüzeyinde çok merkezli bir süreç içinde olmuştur. Edebiyatlarındaki anlatı türleri çeşitce, semantik yapıca çok daha karmaşık gelişkindir. Çünkü, bu toplumlarda merkantil kapitalizmin ilk gelişmeleri ile başlayan ve sanayi kapitalizmine geçişler yoğunlaşan bir süreçte siyasal ve kültürel hayata kitlelerin yoğun katılımı aranmıştır. Tüketime demokratikleştirilebilmesi için, kitlelerin toplumsal sistemin dört temel kurumuna eleştirel bir yaklaşımla bakmalarını kitlelere tanınan bu sosyo-kültürel hayata yoğun katılma süreci içinde önleyebilecek, kapitalist gelişme aşaması engellenmiş toplumlardakinden çok daha kompleks bir yapı içinde işleyen gelişkin ideolojiler oluşturulmuştur⁸⁸.

Az gelişmiş ülkelerin TV dizilerindeki irrasyonelitenin Amerikan dizilerindekinden çok daha arkaik, siyah beyaz basitliği içinde olması, bu ülkelerin feodal dönemden kalma kilise açık baskıcı siyasal iktidarlar, kültürsüzleştirici bir etkisi olan kitleleri toplumsal hayatın rafine alanlarından uzak tutma geleneği nedeniyledir. Bu ülkelerde, geçmişten devralınan kültür mirasından en çok yarabere alarak çıkanlar ise kadınlardır. Yoksulluğun gelişmemişliğin hâlâ sürdüğü bir toplumda, erkek yada kadın, insanları kültürün diğer alanlarında zenginleşmekten alıkoyuyorsa; daha insanca bir hayatı oluşturmak için etkin özneler olma çabasını önlüyorsa bu sınırlandırılmış bir mutluluktur. Eşitsizliği, zihinsel emek ve bedensel emek farklılaşmasını sistemin kendi irrasyonelitesinden ötürü irrasyonelleşmiş bir hayatı eleştirilerden uzak tutmaya yarayan enstrümantalize edilmiş

⁸⁸ Oskay, A.g.e., s.4

bir sözde mutluluktur. Latin Amerika ülkelerindeki TV dizilerinin o ülkelerde ve bizde-tarihimizdeki benzerlikler nedeniyle-beğenilmesi işte bu yüzdendir⁸⁹.

Latin Amerika ülkelerinde bu tür toplumsal koşullar altında gelişen telenovelalar, Fransa'dan Singapur'a, Çin'den Cezayire varana kadar birçok ülkede büyük bir beğeni ile seyrediliyor. Bugün geldikleri yere bu dizilerin yapımcıları da şaşırarak, Amerika'dan alana kadar oturup kendimiz de yaparız diye yola çıkmışlar ve büyük bir sanayiye ellerinde tutmayı başarmışlardır⁹⁰. Tamamiyle Amerikan buluşu olan bu TV formatı böylelikle Latin Amerika ülkelerinin TV program üretimi pratiklerine de girmiştir. Ancak bu toplumların yapısından kaynaklanan bazı özellikleri içine alarak Amerikan pembe dizilerinden farklılık gösterse de yine de Amerikan pembe dizilerinin Latin Amerika televizyonlarındaki birer uzantısı şeklinedirler. Bunu Ersan İlal'da şöyle açıklar; "Brezilya'nın toplumsal yapısından kaynaklandığı düşünülen yerel olarak üretilmiş telenovela'larının ayrıntılı olarak incelendiğinde, belirli iletileri ve yaşam biçimi önerileriyle ABD dizilerinin Brezilya koşullarına ustalıkla uyarlanmış kopyalarıdır."⁹¹

5.1. TELENVELA'NIN TARİHSEL GELİŞİMİ

1950'den beri televizyona sahip olan Brezilya 1979'dan beri dünyanın en geniş 5. TV seyircisini geliştirmiştir. Bu oran Latin Amerika'nın geri kalan kısmından daha fazladır. Bir Brezilyalının TV seyretme oranı 1964'de yüzde 7'den yüzde 51'e artmıştır. 1990'da ise bu oran yüzde 75'i geçmiştir. Uzak yerleşim yerlerindeki insanlar ise ulusal programları haberleşme uyduları çanak antenler ve iletişim ağları yardımıyla izliyorlar. Brezilya'nın büyük nüfusu,

⁸⁹ Oskay, A.g.e., s.4

⁹⁰ Nokta, İstanbul, 26 Şubat, 1985

⁹¹ İlal, A.g.e., s.87

145 milyon insan ve ekonomik gelişme derecesi, dünyanın 10. en büyük ekonomisi gözönüne alındığında, bu ülkenin orta sınıfı 40-50 milyon kişi arasında olduğu halde, tüketicilik ve TV açısından Batı yarımküresindeki 2. büyük ülkedir⁹².

Telenovela (teleroman), televizyon dizisinin Latin Amerika'da aldığı biçimdir. Uluslararası program pazarı 60'lı yılların başından itibaren, Brezilya kökenli ve orada Novela olarak adlandırılan bu tarzı benimsedi. Dört önemli üretim ve ihracat merkezi vardır: Brezilya, Meksika, Venezuela ve Porto Riko. Ancak farklı başlıklar altında da olsa, Amerika'daki tüm Latin ülkeleri bu yolun takipçisidir. Latin Amerika ülkelerinde telenovela adıyla daha farklı anlam ve anlatımlar içeren bu tür diziler, Brezilya'lı generallerin yaptığı sağcı ihtilallerden sonra 1964 yılında üretilmeye başlandı. Ancak bu diziler ekonomik ülküsünün tutunmasını sağlamak ve hoşnutsuzluğunu yatıştırmak için sıkı bir sansürden geçirilmekteydiler. 30'lu ve ardından da 50'li yılların Küba'sı hiç şüphesiz ki, bu türün radyofonik ve televizyona uygun formüllerinin beşiğini oluşturmuştur. Mükemmel donanım ve Felix Caignet gibi dahi yazarlara sahip olan ada, Castro devrine kadar, senaryolarını ve teknik bilgisini ihraç etmiştir⁹³. Televizyonu fethetmeden önce bu tarz kendini radyoda ispatlamıştır. Genel duruma bağlı olarak estetik ve ekonomik yapılar geliştirse de, kökleri yazılı basında çıkan dizilerde bulunmaktadır. Derinlemesine sahip olduğu kendine özgülük, uzun süredir kendini koruyabilmektedir.

5.2. TELENODELA'NIN KONUSU

Aniden gelen zenginlik ve mutluluk masalları anlatan bu melodramlar yoksul Brezilya halkına çekici gelmektedir. Kitleleri düş denizine sürükleyen bu tür diziler,

⁹² P.Kottak, "Television in Impact on Values and Local Life in Brazil", Journal of Communication, Winter 1991, s.72

⁹³ A.g.e., s.73

konularını Brezilya'nın duygulu ve politik rejiminden ilham alarak, sınırlı bir çözüm getirirler. Bu dizilerde herşeyden önce toprakla bağları kopmamış büyük aileler konu edilirler. Örneğin, Küçük Hanım'da olduğu gibi, miras bölüşümü bütün çekişmelerin kaynağıdır. "İyi oğullar, kötü oğullar, dolayısıyla iyi gelinler, kötü gelinler vardır. Ayrıca Brezilyalıların incelmış bir aristokrasisi icat edilerek yada toprak aristokrasisinin incelmışliği abartılarak gösterilir. Başrolde, havalı soylu yani sosyetik kadınlar değil de Isaura gibi milyonlarca Sao Paula gecekondlu kızlarından biridir. Bu dizilerde yoksul Brezilya halkının düşlerinde yatan zengin ve mutlu bir yaşam yada insanların çektikleri acılar, zorluklar işlenir. İçeriklerinin mantığını melodram kalıpları belirler. O cazibesini, klasik melodram türünün gücüyle birleştirmektedir. Telenovelaların çoğu, küçük aile dünyasını, sonsuza değin tekrarlanan çatışmaların, izleyicilerin kimlik tespiti için mükemmel araçlar olduğu tutkulu bir dünyayı sahnelemektedir. Bugün büyük sosyal yankılanmalar yaratan konular, politik dünyadaki çarpıklıklar, popüler dinler, ırk birleşmeleri, kadınlar aleyhine cinsiyet ayıracılığı ele alınmaktadır. Bu sorunların çözümü polemiklere yol açmakta, pekçok kişi televizyonun bu sorunları çözmeyi ve ortadan kaldırmayı hedeflediğini düşünmektedir. Temel mesajları, yaşam hakkında hep inandığımız ama itiraf etmeye utandığımız herşey olan telenovelaslarda, iyinin kötüyü yenmesi ve erdemin her zaman galip gelerek, ödüllendirilmesi izleyiciye gösterilir. Bu çağdaş peri masalında; bitmek bilmeyen çekişmeler, hırslar, kıskançlıklar, yalanlar, entrika çemberleri, aşklar ve illede temiz duygularıyla izleyici kısıkvrak yakalanır. Sekizyüzden fazla telenovelas üreten, Daniel Filoy formülü iyi bilmektedir; "Her şeyden önce iki sevgili olmalı, çocuk kızla buluşup, kavuşup, ayrılır. Dizilerin sonuna kadar devam eden ayrılışlar ve

hasret dizisi mutlu son ile sona erer. Birisi yükselen sınıftan olmalıdır. Yüksek, zenginleşen yani, çünkü bu Amerika rüyasının, kaipitalist rüyasının devamını sağlar. Herkes aynı şeyi düşünür. Eğer onların başına öyle birşey geliyorsa bana da gelebilir, zengin olabilirim. Bu yüzden novelaslara halk, toplumun afyonu diyor."⁹⁴

Modernliğin ve tarihin bir karışımı ve popüler senaryo ve teknoloji, Latin Amerika melodram stili olan telenovela'larda sıkça görülebilir. Telenovelaların geçmişteki hikaye ve romanlarla bağları vardır ve bunların Brezilyalıların "literatura de cordel"lesinde, Mexikalıların "corridos"larında ve Colombialıların "Vallenatos"larında görülen hayalet hikayeleri, gizlice değiştirilen bebek ve kayıp ikizler konularıyla benzerlikleri vardır.

Telenovela'lar bir hikaye anlatma anlayışıyla oluşmuşlardır. Bu hikayeler zamanla ilişkili, orantılı aralar içerirler. Bu aralarda seyirci olayın ne zaman başladığını bilir ama ne zaman biteceğini bilmez. Bir hikaye, senaryo olarak telenovela'lar bir diyalogdurlar. Ya da De Matta'ya göre "Karnaval Senaryosu" durlar. De Matta'ya göre bu öyle bir senaryodur ki aktörler, seyirciler ve karakterler devamlı olarak durumlarını değiştirirler. Bu değişiklik bir karakterin karşılaştığı karışıklığa seyircinin hissettiklerine gönderme yapar⁹⁵.

Televizyon endüstrisinin gerektirdiği bütün kurallara uyduğu ve en iyi ve üstün teknolojik hileleri içerdiği halde telenovela'lar aslında eskimiş bir mantığa göre hareket etmektedirler. Bu eski mantığı modern düşünceye uyduran şey bu dizilerin içeriği değil, onların kültürel matrisleridir. Telenovela'nın senaryo yapısındaki zaman ve

⁹⁴ Taranç, A.g.e., s.60

⁹⁵ Martin Barbero, "Latin America: Cultures in the Communication", Journal of Communication, Spring 1993, s.22

mekan olayı incelendiğinde yarı biyolojik araçlar işlemez, çalışmaz olur. Matrislerden bahsetmek demek çok eskiyi hatırlatmak demek değil, şimdiki zamanı açık ve kesin yapmaktır. Geçmişteki popüler hikaye ve davranışlardan geride ne kaldıysa bunu araştırmak da demek değildir. Ama günümüzde belirli senaryoları ve görsel matrisleri neyin etkili yaptığını kesinleştirmektedir. Bu matrisler ki insanların yaşamlarıyla, korkularıyla ve ümitleriyle sıkı sıkıya bağlıdır, ilgilidir. Araştırmacıların görüşüne göre kültür yapısında sembolik ihtiyaçlar, egemen olan kültürdekilerdekine pek uymamaktadır veya bu konuda güçlüklerle karşılaşmaktadır. Bu güçlüklerin nedeni ise sistemi sunma şeklinin bilgisizce ve alçaltıcı bir şekilde yapılmasıdır.

5.3. BİR BREZİLYA TELEVİZYON KANALI: REDE GLOBO

Dünyanın en düzenli seyredilen ticari yayın ağı kanalı olan Rede Globo, Kuzey Amerika'da hiçbir yayın ağıнын yapamadığını yapmıştır. Bu şebeke Brezilya'nın yayınlarının tümüne hakim olmaktadır. A.B.D.'in 3 büyük şebekesinden sonra, dünya şebeke sıralamasında 4. sırayı almaktadır. Tek başına bu şebeke, günde 6 saatden fazla yayın yapmaktadır. Yayın şebekesi son derece otoriter merkezi durumlar ve askeri diktatörlüğün himayesi altında açılıp, gelişmiştir. Ve çabuk ve etkili olarak ürün ve bilgi hasreti nüfusa ihtiyaçlarını vermiştir. Bugün çoğunlukla kendi ürünlerini göstererek, 60-80 milyon kişiyi özellikle gece programlarını çekmektedir⁹⁶. Brezilya'nın en popüler TV programları dışardan alma değil de kendi ürünleridir. Özellikle popüler olanları ise Globo'un ulusal haber programı ve kendi gece yayınladıkları telenovelalardır. Bu ulusal ürünler, Amerikan ürünlerini başarılarından etmişlerdir. Ve yine bu telenovelalar sayesinde Globo lider

⁹⁶ Jean-Marie Charon, "Bir Brezilya Tarzı: Telenovela", Medya Dünyası, çev: Oya Tatlıpınar, İstanbul: İletişim yay., 1992 s.58

duruma geçmiştir; bu tür 1970'den bu yana programcılıkta esas yeri elinde tutmaktadır. Rakip kanallarda bir yenilik getirmek yerine, Globo ile bu alanda rekabet etmeye çalışmaktadırlar.

5.4. TELENODELA'NIN ETKİLERİ:

Haftanın altı gecesi yayınlanan ve izleyicilerin yüzde 60-95'ini kendilerine çeken bu diziler, 6:10, 6:55 ve 8:25'de gösterilmekte ve 6'nın, 7'nin ve 8'in novela'ları olarak bilinmektedirler. 6 ve 8 novelaları, yerel ve ulusal haberlerden ayrı olarak, en geniş seyirci kitlesine sahiptir. Brezilya'da Globo'un yayın saatleri adeta kutsaldır. Milyonlarca Brezilyalı dış dünya ile ilişkisini keserek televizyonun karşısına geçer. Globo'un aşk, kıskançlık, ihanet ve ızdırabı anlatan öykülerini izleyebilmek için evlerin kapıları kilitlenir, telefonların fişleri çekilir. Sao Paulo'da bu saatlerde doktorlar hasta kabul etmezler. Bir alev dalgası gibi tüm ülkeye yayılan bu ateş, sınıflar arasında hiçbir ayırım gözetmez. Ne Başkan Sarney, ne de Sao Paulo Başpiskoposu dizilerden birini kaçırmaya yanaşmaz. Televizyonu, halkı aptallaştıran bir araç olarak kabul eden Marksist tarihçi Sodre bile, her gece ekran başındadır⁹⁷.

Brezilya'da televizyonun işlevini belirleyen ve şekillendiren Telenovela'lar, iki önemli görevi yerine getirirler. Bu tür dizilerde, televizyon belirli bir hipnoz ortamı yaratır. Dizilerin, Brezilya'da gündelik yaşamı değiştirdiğini belirten Antropolog Darcy Riberio'ya göre; "Okuma yazma bilmeyen milyonlarca insanı dünyada olup bitenlerden telenovelas'lar haberdar ediyor ve olaysız yaşam süren tropikal bölge nüfusunun yaşamına renk katıyor.

⁹⁷ TV 7 Gong, İstanbul: Hürğün yay., 26 Mart 1988, s.21

Televizyonun rüyalar alemi olmasaydı, sürdürdüğü yaşamın hüznü Brezilyalıları öldürürdü".⁹⁸

5.5. TELENVELA'NIN ÖZELLİKLERİ:

Telenovelas'lar geleneksel destan türü ile çağdaş ile çağdaş sinema dili arasında bir alt anlatım biçimi tuttururlar. Romantizm ile masal dünyası, görsel olarak izleyiciye sunulur. Diziler, fotoroman gibi eşit sürelerde durgun sahnelerden oluşur. Oyuncular oynamadan repliklerini söylerler. Bant sistemi ile hazırlanan bu diziler, kendine özgü koşullarda üretilirler. Oyuncular ancak hafta sonlarında ezber fırsatı bulabildikleri için bütün sahneler bir kerede çekilir. Hatta bu tür diziler oyuncuyu mekanikleştirmiştir. Arjantin ve Meksika'da diyaloglar oyuncuların kulakları arkasına takılan telsizlerle söylenir. Böylece üretim daha da hızlanır. Seri üretim, sıkı bir işbölümü, en son teknik araçlar, günlük ilişkiler ve ufak tefek onarımlar ile izleyiciyi takip eden kaynakları düzenleyen teknikler sayesinde izleyicinin değerlendirilmesi ile telenovela, film endüstrisini yakından izlemektedir.

Merak unsuru, bu tür dizilerde yalnızca film bitimlerinde kullanılır. Orta gerilim noktaları, diğer türlerde olduğu gibi kullanılmaz. "Duygu sömürüsü, insanları en hassas noktasından yakalama yöntemi çağlardır sürmektedir. En etkin uygulandığı alan ise televizyon ekranı. Bu diziler yoğun duygusallık çerçevesinde mekik dokuyor, merak unsuru kullanıp, sonraki bölümün izlenmesi sağlanıyor.", Telenovelalar, benzer karakterlerin hergün olmak üzere konularını bir öncekine bağlı kalarak iletirler. Yayın süreleri boyunca sonları kestirilemez. Bu türün televizyon şirketleri tarafından tercih edilme

⁹⁸ Darcy Riberio, "The Brazilianization of Brazilian Television", Students of Latin America, New York, 1988, s.45

nedenleri oldukça masrafsız olmaları ve üretim öncesinde masrafların belirlenebilmesidir. Brezilya'nın telenovelaslarında görülen başka bir önemli noktada, dikkatlice hazırlanan diyalog ve görüntüler yoluyla da bazı mal ve hizmetlerin durmadan reklamının yapılmasıdır. Örneğin GRENDENE adlı plastik ayakkabı üreten firmanın finanse ettiği, bir novelasta zenginler sürekli plastik ayakkabı giyer ve halka bu malzeme alıştırılır. Bir başka novelas'da ise, bankacılığı ve bankerleri halkın gözüönünde imajlarını yükseltmeye çalışan bir banka tarafından finanse edilir. Bu olay Brezilya'da novelas endüstrisinin asıl özelliğini yani ticaret yapmayı yansıtıyor⁹⁹.

5.6. TELENOVELA'NIN HEDEF KİTLESİ

Brezilya'da ortalama 168 bölüm olarak üretilen diziler, her sınıftan insanların ilgisini çekmiş, sosyo-kültürel ve ekonomik hiçbir ayrıcalık gözetmeden bütün Brezilya halkını kucaklamayı başarmıştır. Maliyet olarak bedava denebilecek fiyatlarla üretilen bu dizileri Brezilyalılar üretirlerken, dış pazarları hedef almamalarına rağmen, yaklaşık 128 dünya televizyonun eline geçmişlerdir. 50 milyondan fazla Brezilyalı her akşam telenovela'nın, Amazon'daki altın arayıcılarının olduğu kadar, Güney ülkelerinin megapollerindeki gökdelenler de oturanların da soluğunu kesen yeni bölümleri karşısına geçmektedirler. Yani bu diziler, Brezilyada olduğu gibi tutkuya neden olmuşlardır. Kolay izlenebilirlikleri ve bir bölümü kaçırırsanız bile istediğiniz bölümden devam ettiğinizde bile anlatımından ve anlamından kaybetmeyen diziler, ABD'den Çin Halk Cumhuriyeti'ne kadar bir coğrafi bölgede sürekli olarak izlenmektedirler. Portekiz Başkanı Mario Soanes'in KÖLE ISAURA nedeni ile kabine toplantısını ertelemesi, Polonya'da bir traktör fabrikasının işçileri yine aynı dizinin geç saate alınmaması halinde greve

⁹⁹ Taranç, A.g.e., s.61

gidecekleri tehdidi, Çin'de bazı ailelerin dizinin yayınlandığı saatlerde sandalye ve taburelerini kiralamaları, hele Çin kültürüne uzak bir konunun sevilmesi şaşırtıcıdır¹⁰⁰.

5.7. TELENODELA'NIN MEKANSAL ÖZELLİKLERİ

Brezilya dizileri içmekanların oluşturduğu atmosferlerde gelişir. Özellikle belli tarihsel dönemleri anlatan dizilerde mizansen salonlarda yatak odalarında, köle evlerinde düzenlenir. Büyük çiftliklerin geniş arazileri dış mekanları oluşturur. Dış dünya olabildiğine doğalcı bir görünümde, iç mekanlar ise bunun tam tersine tarihselleşme imkanlarıyla izleyiciye sunulur. Brezilya'da her sınıftan insanların ilgisini çeken bu dizilerin kimilerin de, kasabalar, şehirler, Globo stüdyolarının olanakları çerçevesinde sağlanır. Bu yüzden dış mekanlar bir labirent yapısındadır, sokaklar mutlaka binalarla kesilmiştir, ufuk çizgisi yoktur. Bu mekanların aydınlatılmasında ise gündüz çiftlik gibi doğal ortamlar hariç, sürekli yapay ışık kullanılır. Telenovelasların müzik kullanımı ise, jenerikte anlamı pekiştirici, canlı ve ritmik latin müziğinin özgün sözlü müzikleri kullanılır. Çin Halk Cumhuriyetinin de aralarında bulunduğu 128 ülkede gösterilen bu dizilerin jenerik müzikleri ise izleyici kitleleri latin müziğinin canlı ritmi ile yakalar.

5.8. TELENODELA-PEMBE DİZİ İLİŞKİSİ

Çeşitli görünümeler altında, Latin Amerika kimliğini pekiştirmiş olan telenovela tarzının, ABD'nin pembe dizi tarzı ile pek bir yakınlığı yoktur. Bunların ortak yanı ABD, Venezuela ve Brezilya'da bulunan büyük sabun ve deterjan üreticileri ve ilk radyo televizyon yapımları olmasıdır. Ayrıca bu tür diziler, ticari ve özel televizyon

¹⁰⁰ NOKTA, İstanbul, 26 Şubat 1989, s.81

Latin Amerika dizilerinin, öğleden sonra kuşağında gösterilen pembe dizilerin tersine ençok izlenen yayın kuşağına yerleştirilmiş olmasıdır. Yine telenovela'larda belirli bir mevsime ait olma özelliği Amerikan dizilerinkinden daha azdır. Yazın, ana programlarda değişiklikler ve tekrar göstermeler olmaz. Yıllarca süren Amerikan pembe dizilerinin aksine Brezilya telenovelalar 6 veya 7 aydan sonra biter ve 150-180 arası bölümden oluşan seri, dizi halinde hazırlanmıştır. Ayrıca telenovela'lar özellikle Brezilya'da üretilenler konu olarak, ulusal tarihlerine atıfta yada değinmelerde bulunurlar. Romantizm, din ve geleneksel aile toplum ilişkileri, tarihselleştirme kültür ve ideoloji sorunlarını içeren motifleri kullanımlarıyla, pembe dizilerden daha farklı kategoride olduklarını söyleyebiliriz.

6.BÖLÜM PEMBE DİZİ-REKLAM İLİŞKİSİ

6.1. TÜRK TELEVİZYON KANALLARINDA GÖSTERİLEN PEMBE DİZİLER

Bütün dünyada ilgiyle izlenen pembe diziler, Türkiye'de ilk olarak 2 Ocak 1989 tarihinde Brezilya yapımı olan "Küçük Hanım" ile gösterilmeye başlandı. Ancak gerçek anlamda pembe dizi dünyasına 1 Ocak 1990'da TRT 2 kanalında yayınlanmaya başlayan A.B.D. yapımı "Yalan Rüzgarı" adlı dizi ile olmuştur. Böylece, Amerika'da 40 yıllık bir geçmişi olan pembe diziler, Türkiyede de devamlı olarak gösterilmeye başlandı.

Amerika'da "Soap Opera" diye adlandırılan bu filmlerden 40 yıldır yayında olanlar var. "Guiding Light" (Rehber Işığı) adlı bu yaşlı diziyi, 36. yılına yaklaşan "As The Worlds Turns" (Dünya Döndükçe) takip ediyor¹⁰¹. Uzun süre dikkate alınmayan bu diziler artık yüksek izlenme oranlarıyla Emmy ödüllerine layık görüyorlar ve televizyonun en orjinal programları olarak tanımlanıyorlar. Amerika, Brezilya ve Meksika gibi ülkelerde yıllardır devam eden pembe diziler artık ayrı bir sektör, sanayii kolu olarak çalışıyor. Sinema ve tiyatrodaki olduğu gibi pembe dizilerde de en başarılı olanlara ödüller dağıtılıyor. Her yıl Amerikan Televizyon Akademisi tarafından Emmy ödülleri sahiplerini buluyor. Türkiyede de en yüksek izlenme oranı ile 1.sırada olan "Yalan Rüzgarı" 20. Daytime Emmy ödülünde en iyi pembe dizi ödülünü kazandı¹⁰². Ayrıca bu dizilerde rol alan sanatçılar da izleyici kesim tarafından çok sevililiyor, saç modelleri, giyim tarzları, özel hayatları büyük bir dikkatle takip ediliyor, sık sık basında gündeme geliyorlar.

¹⁰¹ Sabah Gazetesi, İstanbul, 18.06.1993

¹⁰² Hürriyet Gazetesi, İstanbul, 7.06.1993

Yabancı Pembe dizilerin Türkiye'de büyük beğeni toplaması ile ülkemizde de yerli pembe dizilerin yapılmasına başlandı. İlk olarak 7 Ocak 1991 tarihinde TRT 1 ekranlarında Simtel firması sponsorluğunda 40 bölümden oluşan "Kalbin sesi" adlı pembe dizi gösterildi. Böyle bir dizinin hazırlanmasında ki amaç olarak Türk televizyonu ile Türk aile hayatına adımını atan Amerikan ve Latin dizilerinin yerine Türk Edebiyatının ölümsüz eserlerinin taht kurması yeni kuşağın bu eserleri ve yazarlarını tanımaları olarak belirtiliyor. Bu dizi, her ne kadar Amerikan ve Latin dizileri kadar başarılı olmadıysa da ilk Türk pembe dizisi olması açısından büyük bir önem taşımaktadır. Bu yerli diziyi ATV ekranlarında 13 Eylül 1993 tarihinde gösterilmeye başlanan "Son Söz Sevginin" adlı pembe dizi takip etmiştir. Dizide olaylar televizyon dünyasında geçmektedir. "Son Söz" adlı çok sevilen bir haber magazin programının başarılı yapımcısı Sevgi ile aile ve iş çevresindeki çeşitli insanların arasındaki olaylar konu ediliyor¹⁰³.

Türkiye'de hâlâ büyük bir ilgiyle izlenen pembe dizilerin 2-6 Ocak 1995 tarihleri arasındaki TV kanallarına göre dağılımı ise şöyledir;

TRT 1

Maria Mercedes	Meksika yapımı	12.10 - 13.00
Dünyanın Efendisi	Meksika yapımı	13.30 - 14.00

TRT 2

Sevgi Bağları	Amerikan yapımı	17.30 - 18.30
Dış İlişkiler	Kanada yapımı	18.30 - 19.00

ATV

Yalan Rüzgarı	Amerikan yapımı	18.05 - 18.55
---------------	-----------------	---------------

STAR

Aşk Rüzgarı	Amerikan yapımı	15.45 - 16.10
Cesur ve Güzel	Amerikan yapımı	17.15 - 18.05

HBB

Benimle Dans Et	Meksika yapımı	13.10 - 14.00
Bellisima	Meksika yapımı	18.30 - 19.15

KANAL D

Üç kadar	Meksika yapımı	11.10 - 12.00
----------	----------------	---------------

TGRT

Rosa	Arjantin yapımı	17.10 - 18.00
------	-----------------	---------------

6.2. PEMBE DİZİ - REKLAM İLİŞKİSİ

Reklamcılığın olmadan, programcılığın olmadığı A.B.D'li TV şirketlerinde pembe diziler, sponsorluğunu çeşitli sabun ve temizlik malı üreticileri yaptıkları için A.B.D.'de "Soap Opera" yani sabun köpüğü olarak adlandırmışlardır. Özellikle deterjan üreticisi "Procter and Gamble" başta olmak üzere, "Palmolive-Colgate-Peet" gibi temizlik malı üreticileri yanısıra kozmetik ve yiyecek ürünleri imal eden firmalar da bu dizilerin reklamlarını yayınladıkları yada direkt olarak sponsorluğunu yaptıkları firmalar arasında bulunuyordu.

Dizi filmlere dolaylı yada asıl amaç bağlamında reklam girdisi sağlayan televizyon şirketleri A.B.D.'de pembe dizilerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Dizi filmlerin varoluş nedeni tıpkı tarihte daha önce olduğu gibi belirli sayıda izleyici kitlesini, haftanın belirli günlerinde ve saatlerinde ekranın karşısına çekmeyi başarabilmektir. Böylelikle seyirciye sunulmak istenen reklamların izleyici sayısını arttıracaktır. Yani bir dizi film seyircinin dolayısıyla reklam veren firmaların dikkatini çekerek o televizyon şirketine kar getirdiği oranda başarılı sayılmakta ve yaşamını sürdürebilmektedir.

Pembe dizilerin gündüz saatlerinde yayınlanması ve sponsorluğunun kadınlara yönelik tüketim malları üreten firmalarca yapılması, hedef izleyici kitlenin kadınlar, özellikle de ev kadınları olduğunu ortaya koyuyor. Çünkü ancak ev kadınları bir yandan ev işlerini yaparken, bir yandan televizyonu seyredebilirler; hem de ailede dayanıklı tüketim mallarından çok, hızla tüketilen maddelerin alımında söz sahibidir: yiyecek-içecek, temizlik ürünleri, kozmetik, giyim-kuşam. Dolayısıyla bu tür malları üreten firmalara bu programlar reklam açısından çekici gelmektedir. Böylelikle pembe diziler kadınları tüketime yönlendiren en temel program prototipine sahip TV formatı olma özelliğini günümüzde de devam ettirmektedir.

Pembe dizilerin ilk yayınlandığı yıllardaki çıkış amacını bugün de aynı şekilde devam ettirdiği görülmektedir. İçeriğindeki reklamlar, hâlâ tüketici durumunda ki kadına yöneliktir. İşte bu amaçla; pembe dizilerin ne tür reklam aldığı, kaç kez reklamla bölündüğü ve içeriğindeki reklamları bulmak amacı ile bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada pembe diziler hep aynı prototiple gittiği için 2-6 Ocak 1995 tarihleri arasındaki 1 haftalık zaman dilimi esas alınmıştır. Ayrıca TV ekranlarındaki

pembe dizilerin yayın saati çakıştığından izlenme oranı yüksek olan diziler seçilmiştir.

6.2.1. MARIA MERCEDES-REKLAM HACMI

Meksika yapımı olan bu dizi TRT 1 kanalında 12.10 - 12.55 saatleri arasında gösterilmektedir. Dizide, Maria Mercedes adlı fakir bir genç kızın başından geçen ilginç olaylar anlatılmaktadır.

Pembe dizi, 2.1.1995 tarihinde sadece altyazı olarak 3 reklam almıştır. Bu reklamlardan iki tanesi 12.25'de arka arkaya, üçüncüsü de 12.31'de altyazı olarak geçmiştir. Ancak her üç reklamın içeriği de TRT 1'deki diğer programların tanıtılması şeklindeyir.

3.1.1995'de saat 12.29'da kendi programlarının tanıtımı altyazı, 12.35'de ise magazin programının tanıtımı girmiştir. 12.43'de ise pembe dizi tanıtımı arka arkaya alt yazı olarak geçmiştir.

4.1.1995'de; 12.16 ve 12.27'de kendi programlarının tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçmiştir. 12.32'de program tanıtımı girmiştir. 12.36 ve 12.54'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçmiştir.

5.1.1995'de; 12.16 ve 12.29'da program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçmiştir. 12.35'de ise film tanıtımı girmiştir.

6.1.1995'de; 12.32'de program tanıtımı arka arkaya altyazı, olarak geçmiştir. 12.35'de ise program tanıtımı girmiştir.

Görüldüğü gibi TRT 1 kanalında gösterilen pembe dizide, kendi programlarının tanıtımı dışında kadını tüketime yönlendiren reklam türü alınmamıştır. Bundaki en temel neden ise bu pembe dizinin izlenme oranının düşük olması gelmektedir.

6.2.2. BENİMLE DANS ET-REKLAM HACMI

Meksika yapımı olan bu dizi HBB kanalında 13.15 - 13.55 saatleri arasında gösterilmektedir. Dizide, bir şarkı grubu etrafında geçen olaylar anlatılmaktadır. Pembe dizi; 2.1.1995 tarihinde sadece altyazı olarak 3 reklam almıştır. 13.30, 13.42, 13.49'da kendi kanalındaki programların tanıtımı altyazı olarak geçmiştir.

3.1.1995 tarihinde, 13.23'de altyazı olarak program tanıtımı geçmiştir.

4.1.1995'de, 13.19, 13.24, 13.37, 13.46, 13.50 saatlerinde altyazı olarak program tanıtımı geçmiştir.

5.1.1995'de, 13.20, 13.24, 13.35, 13.42, 13.46 saatlerinde altyazı olarak program tanıtımı geçmiştir.

6.1.1995'de, 13.44, 13.47, 13.50, 13.53, 13.55 saatlerinde altyazı olarak program tanıtımı geçmiştir.

Görüldüğü gibi HBB kanalında gösterilen pembe dizide kendi programlarının tanıtımı dışında kadını tüketime yönlendiren reklam türü alınmamıştır. Bundaki en temel neden ise bu pembe dizinin de izlenme oranının çok düşük olması gelmektedir.

6.2.3. ÜÇ KADER-REKLAM HACMI

Meksika yapımı olan bu dizi KANAL D'de 11.10-11.55 saatleri arasında gösterilmektedir. Dizide, miras yüzünden biraraya gelen ailenin başından geçen olaylar anlatılmaktadır.

Pembe dizi; 2.1.1995 tarihinde, 11.30'da film tanıtımı girdi.

11.40'da reklamlar girdi;

Eti kraker

Hürriyet Gazetesi

Cinsel Danışma Hattı (900'lü Hatlar)

Meydan Gazetesi

Kendi kanalındaki film tanıtımı girdi. 11.43'de reklamlar bitti

11.45'de haberlerin tanıtımı altyazı olarak geçti.

3.1.1995 tarihinde, 11.17'de program tanıtımı girdi.

11.29'da reklamlar girdi;

Hürriyet Gazetesi

Sanatçıların Bilmediğimiz Yönleri (900'lü hatlar)

Meydan Gazetesi. 11.30'da reklamlar bitti

11.34'de "Kan Aranıyor" adlı ilan tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.

11.42'de yine aynı ilan arka arkaya altyazı olarak geçti.

11.45'de 3 program tanıtımı arka arkaya girdi.

4.1.1995 tarihinde, 11.30'da iki program tanıtımı girdi.

11.34'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.

11.42'de reklamlar girdi;

Hürriyet Gazetesi

Film tanıtımı girdi

Film tanıtımı girdi. 11.44'de reklamlar bitti.

11.48'de haberlerin tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.

5.1.1995 tarihinde, 11.20'de iki film tanıtımı girdi.

11.32'de reklamlar girdi;

Domex deterjan

Cinsel Danışma Hattı (900'lü Hatlar)

Hürriyet Gazetesi

Emrah'la Körebe (900'lü Hatlar). 11.34'de reklamlar bitti.

11.50'de iki program tanıtımı girdi.

6.1.1995 tarihinde, 11.23'de iki film tanıtımı girdi.

11.40'da reklamlar girdi;

Akşam gazetesi

Cinsellik (900'lü Hatlar)

Cinsel Danışma Hattı (900'lü Hatlar)

Hürriyet Gazetesi 11.42'de reklamlar bitti.

11.42'de iki program tanıtımı girdi.

Görüldüğü gibi Kanal D ekranlarında, gösterilen pembe dizide kendi programlarının tanıtımı dışında kadını tüketime yönlendiren reklamlar az da olsa alınmıştır. Bu reklamlardan ise; 1 yiyecek firması, 1 deterjan firması, 8'i ise gazete reklamıdır. 6 reklam ise 900'lü hatlar olarak belirlenmiştir.

6.2.4. CESUR VE GÜZEL-REKLAM HACMİ

Amerikan yapımı olan bu dizi Inter Star kanalında 17.15 - 18.05 saatleri arasında, Haziran 1991'den beri gösterilmektedir. Dizide olaylar, evliliklerle, kıskançlıklarla, gizli aşklarla ve ekonomik rekabetle birbirlerine kaynaşmış Logan ve Forrester ailelerinin etrafında geçiyor.

Pembe dizi; 2.1.1995 tarihinde saat 17.16'da başladı. 17.19'da film tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti. 17.21'de Cesur ve Güzel'in jeneriği verildi. 17.24'de film tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti. 17.28'de program tanıtımı altyazı olarak geçti.

17.31'de reklamlar girdi;

Hacı Şakir Sabun

Alaluna Sohbet programının tanıtımı girdi.

FabMatik deterjan

Hürriyet Gazetesi

Elidor Şampuan

İmar Bankası. 17.33'de reklamlar bitti.

17.34'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti. 17.37'de, 17.45, 17.48, 17.50'de program tanıtımları arka arkaya altyazı olarak geçti. 17.53'de reklamlar girdi;

Timotei Şampuan

Sanayağı

Domex deterjan

Meydan Gazetesi

Cif deterjan. 17.55'de reklamlar bitti.

17.56'da 18.00'de program tanıtımları arka arkaya altyazı olarak geçti.

18.01'de pembe dizi bitti.

3.1.1995 tarihinde, saat 17.18'de başladı. 17.19, 17.21'de film tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti. 17.24'de dizinin jeneriği verildi. 17.25, 17.27, 17.29, 17.32, 17.36'da program tanıtımları arka arkaya altyazı olarak geçti.

17.38'de reklamlar girdi;

Sanayağı

Elidor şampuan

İmar Bankası

FabMatik deterjan

Cep telefonu. 17.41'de reklamlar bitti.

17.41, 17.44, 17.45, 17.48, 17.51'de program tanıtımları
arka arkaya altyazı olarak geçti.

17.55'de reklamlar girdi;

Timotei şampuan

Cep telefonu

Ponds cilt bakım kremi

Hürriyet Gazetesi

Komili sıvıyağ

Solo Peçete.17.58'de reklamlar bitti.

18.00'da program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.

18.04'de pembe dizi bitti.

4.1.1995 tarihinde, saat 17.19'da başladı. 17.23'de program
tanıtımı altyazı olarak geçti. 17.23'de dizinin jeneriği
verildi. 17.27'de program tanıtımı altyazı olarak geçti.

17.28'de reklamlar girdi;

Sanayağı

Signal diş fırçası

Hürriyet Gazetesi

Cep Telefonu

Yeni Günaydın Gazetesi

ABC Deterjan

Soyola Sıvıyağ. 17.30'da reklamlar bitti.

17.33, 17.42, 17.48'de program tanıtımları arka arkaya altyazı olarak geçti.

17.49'da reklamlar girdi;

Cif Deterjan

Hürriyet Gazetesi

Fabmatik Deterjan

Yeni Günaydın Gazetesi

İmar Bankası

Yeni Günaydın Gazetesi. 17.51'de reklamlar bitti.

17.53, 17.59'da program tanıtımları arka arkaya altyazı olarak geçti.

18.02'de pembe dizi bitti.

5.1.1995 tarihinde, saat 17.15'de başladı. 17.21'de dizinin jeneriği verildi. 17.23'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.

17.30'da reklamlar girdi;

Sanayağı

Arçelik fırın

Elidor şampuan

Hürriyet Gazetesi

Cif deterjan

Eti kraker

FabMatik deterjan

Signal diş macunu

Kosla deterjan

Milliyet Gazetesi. 17.34'de reklamlar bitti.

17.35, 17.45, 17.49'da program tanıtımları arka arkaya altyazı olarak geçti.

17.53' de reklamlar girdi;

Domex deterjan

Komili zeytinyağı

Calgonit bulaşık deterjanı

Timotei şampuan

ABC deterjan

Ponds Cilt bakım kremi

Marc sıvı deterjan

Milliyet Gazetesi

İmar Bankası. 17.57'de reklamlar bitti.

17.59, 18.03'de program tanıtımları arka arkaya altyazı olarak geçti.

18.04'de pembe dizi bitti.

6.1.1995 tarihinde, saat 17.15'de başladı. 17.18'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti. 17.20'de dizinin jeneriği verildi.

17.24'de reklamlar girdi;

Sana Yağı

Eti kraker

Solo tuvalet kağıdı

Akşam Gazetesi

Calgonit bulaşık deterjan

Milliyet Gazetesi

Alaluna sohbet programının tanıtım filmi girdi.

Hürriyet Gazetesi. 17.27'de reklamlar bitti.

17.28, 17.40'da program tanıtımları altyazı olarak geçti.

17.47'de reklamlar girdi;

Signal diş macunu

Süper Ton Balığı

Solo peçete

Milliyet Gazetesi

FabMatik deterjan

Akşam gazetesi

Film tanıtımı girdi. 17.51'de reklamlar bitti.

17.51, 17.53, 17.59'da program tanıtımları altyazı olarak geçti.

18.01'de pembe dizi bitti.

DEĞERLENDİRME

Görüldüğü gibi Inter Star kanalında, gösterilen pembe dizide kendi programlarının tanıtımı altyazı olarak geçmiştir. Reklamlarda ise gösterilen ürünlerin sayısı şu şekilde dağılım göstermiştir; 28 deterjan ve temizlik ürünleri, 15 gazete, 11 yiyecek-içecek, 4 banka, 3 kozmetik ürünü, 3 cep telefonu, 1 beyaz eşya. Bu sonuçtan da anlaşılabileceği gibi gösterilen reklamlar tamamıyla kadını tüketime yönlendirme şeklindedir.

Pembe dizilerin reklamla kesilme sıklığı ise 45 dk'lık yayın süresi boyunca 2 keredir.

2.1.1995 tarihinde ilk reklam, pembe dizi başladıktan 15 dk sonra girmiş, 6 reklam almış ve 2 dk sürmüştür. İkinci reklam ise yine dizinin başlangıcından 37 dk sonra girmiş, 5 reklam almış ve 2 dk sürmüştür.

3.1.1995 tarihinde ilk reklam, pembe dizi başladıktan 20 dk sonra girmiş, 5 reklam almış ve 3 dk sürmüştür. İkinci reklam ise yine dizinin başlangıcından 37 dk sonra girmiş, 6 reklam almış ve 3 dk sürmüştür.

4.1.1995 tarihinde ilk reklam, pembe dizi başladıktan 19 dk sonra girmiş, 7 reklam almış ve 2 dk sürmüştür. İkinci reklam ise 30 dk sonra girmiş, 6 reklam almış ve 2 dk sürmüştür.

5.1.1995 tarihinde ilk reklam, pembe dizi başladıktan 15 dk sonra girmiş, 10 reklam almış ve 4 dk sürmüştür. İkinci reklam ise 38 dk sonra girmiş, 9 reklam almış ve 4 dk sürmüştür.

6.1.1995 tarihinde ilk reklam, pembe dizi başladıktan 19 dk sonra girmiş, 8 reklam almış ve 3 dk sürmüştür. İkinci reklam ise 32 dk sonra girmiş, 7 reklam almış ve 4 dk sürmüştür.

6.2.5. YALAN RÜZGARI-REKLAM HACMİ

Amerikan yapımı olan bu dizi ATV kanalında 18.05 - 18.55 saatleri arasında, 1 Ocak 1990'dan beri gösterilmektedir. Dizide A.B.D'nin Genoa kasabasının zengin ailelerinden Abbott ve Newman aileleri ile kasabanın diğer sakinleri arasında gelişen olaylar anlatılıyor.

Pembe dizi; 2.1.1995 tarihinde saat 18.09'da başladı. 18.13'de Yeni Yüzyıl gazetesinin tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.14'de Yalan Rüzgarının jeneriği verildi. 18.17'de program tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.19'da reklamlar girdi;

Sarelle reklam

Yeni Yüzyıl gazetesi

Konfor yaylı yatakları

Ponds Cilt bakım kremi

Sabah Gazetesi

FabMatik deterjan

Sabah Gazetesi

Sarelle

Takvim Gazetesi

Altın Başak dantel iplikleri

Takvim Gazetesi. 18.23'de reklamlar bitti.

18.26'da program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti. 18.28'de Yeni Yüzyıl gazetesinin tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.32'de film tanıtımı girdi. 18.35'de takvim tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.34, 18.38'de film tanıtımları altyazı olarak geçti. 18.44'de program tanıtımı girdi. 18.47, 18.48 ve 18.55'de program tanıtımları altyazı olarak geçti.

18.56'da pembe dizi bitti.

3.1.1995 tarihinde, saat 18.06'da başladı. 18.09'da Yeni Yüzyıl gazetesinin tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.11'de Yalan Rüzgarı'nın jeneriği verildi. 18.13'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.

18.16'da reklamlar girdi;

Solo tuvalet kağıdı

Sarelle

Sabah Gazetesi

Knorr çorbası

Komili sıvıyağ

Takvim Gazetesi

Cireaseptine el kremi

Dalin Bebek seti

Takvim Gazetesi. 18.20'de reklamlar bitti.

18.20'de Yeni Yüzyıl Gazetesinin tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.30'da program tanıtımları girdi. 18.33, takvim tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.34 program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.

18.43'de reklamlar girdi;

Akbank reklamı

Sarelle

FabMatik

Timotei şampuan

Takvim Gazetesi

Solo peçete

Sabah gazetesi

Film tanıtımı girdi.

Film tanıtımı girdi. 18.47'de reklamlar bitti.

18.49'da Vizyon dergisinin tanıtımı altyazı olarak geçti.

18.55'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.

18.57'de pembe dizi bitti.

4.1.1995 tarihinde, saat 18.05'de başladı. 18.09'da Yeni Yüzyıl gazetesinin tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.11'de Yalan Rüzgarının jeneriği verildi.

18.15'de reklamlar girdi;

Domex deterjan

Sarelle

Solo tuvalet kağıdı

Takvim gazetesi

Ponds cilt bakım kremi

Sun Bulaşık deterjanı

Sabah gazetesi

ABC deterjan

Dalin bebe şampuan

Sanayağı

Cireaseptine el kremi

FabMatik. 18.20'de reklamlar bitti.

18.21'de Yeni Yüzyıl gazetesinin tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.22, 18.28, 18.30'da program tanıtımları altyazı olarak geçti. 18.31'de film tanıtımları girdi. 18.34'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti. 18.35'de takvim tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.36'de film tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.40'da reklamlar girdi;

Knorr çorba

Arçelik fırın

Cireaseptine el kremi

Sarelle

Takvim gazetesi

Vaseline el kremi

Komili sıvıyağ

Singal diş macunu

Sabah gazetesi

Dalin bebe seti

Yeni Yüzyıl Gazetesi. 18.44'de reklamlar bitti.

18.45'de Vizyon dergisinin tanıtımı altyazı olarak geçti.
18.47, 18.50, 18.52, 18.54'de program tanıtımları arka arkaya altyazı olarak geçti.

18.56'da pembe dizi bitti.

5.1.1995 tarihinde Basketbol karşılaşması olduğu için Yalan Rüzgarı gösterilmedi.

6.1.1995 tarihinde, saat 18.05'de başladı. 18.11'de Yalan Rüzgarının jeneriği verildi.

18.16'da reklamlar girdi;

Yapı Kredi Bankası

Sanayağı

Sabah Gazetesi

Sarelle

Sabah Gazetesi

Altın Başak Dantel ipliği. 18.20'de reklamlar bitti.

18.20'de Sabah gazetesi tanıtımı altyazı olarak geçti.
18.25'de program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti.
18.29'da film tanıtımı girdi. 18.33'de program tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.36'da Sabah Gazetesi tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.39'da program tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.41'de reklamlar girdi;

Domex deterjan

Sabah Gazetesi

Ponds cilt bakım kremi

Çarşı mağazaları

Sarelle

Solo tuvalet kağıdı

Dalin bebe seti

Sanayağı

Cireaseptine el kremi

Sarelle

Sabah gazetesi. 18.45'de reklamlar bitti.

18.48'de program tanıtımı altyazı olarak geçti.

18.55'de pembe dizi bitti

30.12.1994 tarihinde saat 18.05'de başladı. 18.08'de Yeni Yüzyıl Gazetesinin tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.11'de Yalan Rüzgarı jeneriği verildi. 18.17'de reklamlar girdi;

Vestel televizyon

İpana diş macunu

Arzum su ısıtıcısı

Rama yağı

Sabah Gazetesi

Can çocuk bezi

Yataş yatakları

Paksoy gömleği

Ariel Matik

Rejoice şampuan

Sarelle

Arzum mutfak robotu

Ariel deterjan

Sabah Gazetesi. 18.22'de reklamlar bitti.

18.24'de Number One adlı derginin tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.26'da program tanıtımı arka arkaya altyazı olarak geçti. 18.33'de film tanıtımları girdi. 18.36'da program tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.37'de Aktüel dergisi tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.42'de program tanıtımı altyazı olarak geçti.

18.43'de reklamlar girdi;

Sanayağı

Altın Başak Dantel İplikleri

Sabah Gazetesi

Lades tavuk

Orkid

Blendax şampuan

Alo Deterjan

Komili Sıvıyağ

Sabah Gazetesi

Sarelle

Pantene şampuan

Altın Başak Dantel İplikleri. 18.48'de reklamlar bitti.

18.49'da Sabah Otomobil tanıtımı altyazı olarak geçti. 18.52, 18.53, 18.54, 18.56'da program tanıtımları altyazı olarak geçti.

18.58'de pembe dizi bitti.

DEĞERLENDİRME

Görüldüğü gibi ATV kanalında gösterilen pembe dizide kendi programlarının tanıtımı dışında ürün reklamları da altyazı olarak geçmiştir. Reklamlarda ise gösterilen ürünlerin sayısı şu şekilde dağılım göstermiştir; Alt yazı

olarak geçen reklamlarda 9 gazete, 4 dergi, 3 takvim, 1 Sabah otomobili tanıtımı geçmiştir. Reklam olarak giren ürünler ise şöyledir; 25 tane deterjan ve temizlik ürünleri, 23 tane yiyecek-içecek, 23 gazete, 7 kozmetik, 4 beyaz eşya, 4 dantel ipliği, 2 yatak, 2 banka, 1 gömlek, 1 çarşı mağazaları. Bu sonuçdan'da anlaşılabileceği gibi gösterilen reklamlar tamamıyla kadını tüketime yönlendirme şeklindedir.

Pembe dizilerin reklamlar kesilmesi sıklığı ise 50 dk'lık yayın süresi boyunca 2 defadır.

2.1.1995 tarihinde ilk reklam pembe dizi başladıktan 4 dk sonra gazete tanıtımı altyazı olarak geçmiştir. Dizinin 10 dk'sında reklamlar girmiş 11 reklam almış ve 4 dk sürmüştür. Dizinin 19.dk'sında gazete tanıtımı altyazı olarak geçmiştir. 26. dk'da ise takvim tanıtımı altyazı olarak geçmiştir.

İkinci bir reklam girmemiştir.

3.1.1995 tarihinde ilk reklam pembe dizi başladıktan 3 dk sonra gazete tanıtımı altyazı olarak geçmiştir. Dizinin 10.dk'sında reklamlar girmiş 9 reklam almış ve 4 dk sürmüştür. Dizinin 14.dk'sında gazete tanıtımı altyazı olarak geçmiştir. 27.dk'da ise takvim tanıtımı altyazı olarak geçmiştir. İkinci reklam ise dizinin 37.dk'sında girmiş, 9 reklam almış ve 4 dk sürmüştür.

43.dk'da dergi tanıtımı altyazı olarak geçmiştir.

4.1.1995 tarihinde ilk reklam pembe dizi başladıktan 4 dk sonra gazete tanıtımı altyazı olarak geçmiştir. Dizinin 10.dk'sında reklamlar girmiş 12 reklam almış ve 5 dk sürmüştür. Dizinin 16.dk'sında gazete tanıtımı altyazı olarak geçmiştir. 30 dk'sında ise takvim tanıtımı alt yazı olarak geçmiştir. Dizinin 35.dk'sında ikinci reklam girmiş,

11 reklam almış ve 4 dk sürmüştür. 40. dk'sında dergi tanıtımı altyazı olarak geçmiştir.

6.1.1995 tarihinde ilk reklamlar pembe dizi başladıktan 11 dk sonra girmiş, 6 reklam almış ve 4 dk sürmüştür. Dizinin 15. dk'sında ve 31.dk'sında gazete tanıtım altyazı olarak geçmiştir. Dizinin 36.dk'sında reklamlar girmiş, 12 reklam almış ve 4 dk sürmüştür.

30.12.1994 tarihinde ilk reklam pembe dizi başladıktan 3 dk sonra gazete tanıtım altyazı olarak geçmiştir. Dizinin 12. dk'sında reklamlar girmiş, 14 reklam almış ve 5 dk sürmüştür. Dizinin 19. dk'sında ve 32. dk'sında dergi tanıtımı alt yazı olarak geçmiştir. Dizinin 38.dk'sında reklamlar girmiş, 12 reklam almış ve 5 dk sürmüştür. Dizinin 44.dk'sında otomobil tanıtımı altyazı olarak geçmiştir.

II. PEMBE DİZİLERİN TÜRK TOPLUMUNUN SOSYO-EKONOMİK VE KÜLTÜREL YAPISINA YANSIYAN ETKİLERİNİ ANALİZ EDEN BİR ALAN ARAŞTIRMASI

1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Yapılan bu araştırma, Türkiye'de iletişim sektöründe pembe dizilerin Türk toplumunun sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına yansıyan etkilerinin analizini hedeflemiştir.

- a- Örneklem kitlesinin demografik yapı ve sosyo-ekonomik yapısının analizi
- b- Pembe dizilerin seyredilme amaçları ve izlenme periodlarının analizi
- c- Pembe dizilerin örneklem kitlesinin izleyenlerinde bıraktığı zihinsel izlenimler;
Bireysel özdeşleşim
Aile modelleri ile özdeşleşim
Dizilerdeki kişilerin karşılıklı sosyal ilişkileri ve özdeşleşimleri
Günlük hayatta kişilerin rutin karar yapılarında dizilerin etkileme derecesi
- d- Kişilerin pembe dizileri seyretmesindeki bilinç yapısının analizi
- e- Pembe dizilerin tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çok tutulmasının nedenlerinin analizi
- f- Seyredilen pembe dizilerin kişi üzerinde bıraktığı temel iletişimin analizi

2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI, SINIRLARI VE YÖNTEMİ

İletişim sektörüne yönelik çalışmamda İstanbul İli Beşiktaş İlçesi Dikilitaş Mahallesinde, 12 Ocak-30 Mart

1994 tarihleri arasında apartman ve gecekondularda oturan 245 hane ile görüştüm.

- a- Beşiktaş ilçesinin İstanbul'un en eski merkezi yerleşim birimi olması
- b- Beşiktaş ilçesinin 21 mahallesi içinde Dikilitaş'ın tüm sosyo-ekonomik gelir yapılarında dağılım göstermesi. Yani, apartman dairesinde oturup ve aylık geliri 100 milyon olup eğitim seviyesi yüksek olan ile gecekonduda oturan aylık geliri 1 milyon olan okuma yazma bilmeyen insanların oluşturduğu bir toplum yapısını oluşturması
- c- Dikilitaş mahallesinin 45.000 nüfus ile Beşiktaş ilçesinin en büyük mahallesi olması
- d- Dikilitaş mahallesinin 45.000 nüfus ile Türkiye'nin genel yapısal özellikleri ile uyumlaşması.

Beşiktaş ilçesinde yapılan en son nüfus sayımına göre toplam nüfus 210.000 dir. Dikilitaş mahallesinde ise 45.000 dir. Toplam 210.000 nüfusun 45.000 nüfusa oranlanması ile buradaki nüfus yüzdesinin değeri toplam nüfus biriminde % 21,42'dir. Toplam nüfus yüzdesinin Dikilitaş mahallesindeki birim nüfusa göre anket sayısı 269 olarak tespit edilmiştir. Ancak toplam 269 hanenin 245'i ile görüşme yapılabilmektedir. 245 hanenin 152'si apartmanda, 93'ü ise gecekonduda ikamet etmektedir.

Bundan sonraki aşamada Dikilitaş mahallesinin sokaklarının adları ve numarataj cetvelleri belediyeden temin edilmiştir. Sokaklardaki tek ve çift numaralar içinde yer alan meskenlerin sayısı tespit edilerek numaralar sırasıyla dolaşarak sahanın ön fizibilite çalışması gerçekleştirilmiştir. Daha sonraki aşamada görüşülecek haneler sıklıkla uzaktan gözlem yoluyla hanelerin yaşantıları izlenmiştir. Yapılan saha gözlemlerinde belediyenin numarataj cetvellerindeki bazı numaralar örnek seçiminden

elenmiştir. Çünkü bu meskenlerin bir kısmı yıkılmış, boş arsa durumuna geçmiş, bir kısımda işyeri olmuştur. Ön fizibilite rapor bilgilerine dayanılarak numarataj cetvellerindeki numaralar bir torba içine atılarak rastgele örnek seçimi yapılmıştır.

Daha sonra seçilen hanelerde ev hanımları ile anket çalışması yapıldı. Ev hanımlarını seçmemin sebebi genel gözlemlerde bölgede çalışan kadın sayısının az olması ve kadınların boş zamanlarını değerlendirme eğilimini bu yönde göstermeleridir.

Araştırmanın kapsamının gecekondü ve apartman daireleri olarak ayrılmasının nedeni ise sosyo-ekonomik ve kültürel düzey açısından farklılık gösteren bu iki kesimin pembe dizilerden etkilenme farklılıklarını ortaya çıkarmaktır. Tablo ve grafiklerden de anlaşılabilceği gibi sosyal ekonomik ve kültürel düzey aynı dizileri algılamadaki farklılıkları gerçekçi bir şekilde ortaya çıkarmıştır.

3. ARAŞTIRMADA KULLANILAN SORULARIN NİTELİĞİ

Araştırma anket yöntemi ile ev hanımları ile yüzyüze görüşülerek yapılmıştır. Yüzyüze görüşme yönteminin seçilmesinin amacı görüşülen kişilerde, pembe dizilerdeki etkilenme mesajlarını canlı bir şekilde yakalayabilmek ve bu yolla sağlıklı cevap alabilme olasılığının daha yüksek olmasıdır. Ayrıca bu yöntemin bir başka yararı anket formundaki soruların dışına çıkarak görüşülen kişiden daha ayrıntılı bilgi elde etmek soruların üzerinde tartışarak sağlıklı cevap alabilme olanağı sağlamasıdır bir diğer neden olarak sayılabilir.

Toplam 245 ana kütleye uygulanan anketde soru sayısı 16'dır. Anket formu toplam 5 bölümden oluşmaktadır. 1. Bölüm Demografik yapı özellikleri, 2. Bölüm Göç yapısı, 3. Bölüm Semt ve Mesken özellikleri, 4. Bölüm Çalışma Hayatı

ve Ekonomik Yapı, 5. Bölüm Pembe dizilerin Türk toplumunun sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına yansıyan etkilerinin analizine yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Sorulan 16 sorunun niteliği ise 14'ü kapalı, sadece 2'si açık uçludur. Genel de kapalı uçlu sorularla istediğiniz araştırma verilerine ulaşmak daha kolay ve sistemli bir şekilde gerçekleşmiştir. Böylece çalışmanın tablo ve grafik şeklinde sunulması rasyonel bir şekilde gerçekleşmiştir.

4- ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Türkiye'de iletişim sektöründe A.B.D.'de yapımı pembe dizilerin Türk toplumunun sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına yansıyan etkilerini analiz eden alan araştırmasının, İstanbul İli Beşiktaş İlçesi Dikilitaş Mahallesi, 12 Ocak - 30 Mart 1994 tarihleri arasında uygulanması ile elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

4.1- ARAŞTIRMANIN DEMOGRAFİK VE EKONOMİK YAPISINA İLİŞKİN TABLOLARIN AÇIKLANMASI

Yapılan araştırmanın kapsamı apartman ve gecekondular olarak ayrılmıştır. Bunun nedeni ise sosyo-ekonomik ve kültürel düzey açısından farklılık gösteren bu iki kesimin pembe dizilerden etkilenme farklılıklarını ortaya çıkarmaktır. Tablolardan da anlaşılabileceği gibi sosyal, ekonomik ve kültürel düzey aynı dizileri algılamadaki farklılıkları ortaya çıkarmıştır.

4.1.1. HANE NÜFUSU - TABLO A1

Tablo A1'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan ailelerin büyük bir bölümü (53 aile) 4 kişilik, diğer

bölümü ise (38 aile) 3 kişilik ve (24 aile) 5 kişilik ailelerden oluşmaktadır.

Gecekondu da ise en çok (27 aile) 4, (20 aile) 5 kişilik ailelerden ve eşit ağırlıkta (17 aile) olmak üzere 2 ve 3 kişilik ailelerden oluşmaktadır. Bu da bize gecekondudaki ailelerin kentleşme sürecinde, apartmanda yaşayan aileler gibi, çekirdek aile modelini benimsediklerini göstermektedir. (Bakınız Tablo A1)

4.1.2. GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN CİNSİYETİ - TABLO A2

Tablo A2'de görüldüğü üzere; araştırma popülasyonu içindeki hanelerin tüm ev sahipleri ile görüşülmüştür. Çalışan ve çalışmayan kadınlar araştırmanın sınırları içinde görüşme kapsamına alınmıştır. (Bakınız Tablo A2)

4.1.3. GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN YAŞI - TABLO A3

Tablo A3'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların yaş ağırlığı (33 kişi) 33-38, (31 kişi) 27-32 ve (23 kişi) 39-44 içinde dağılmaktadır. Bu değerlerden de anlaşılabileceği gibi pembe dizi izleyici kitlesi genç nüfusdan çok, orta yaş olarak kabul edeceğimiz yaş dilimi arasındaki kadınlardan oluşmaktadır.

Gecekondu da ise en çok (20 kişi) 27-32, (13 kişi) 20-26 ve (12 kişi) 33-38 yaş aralığında dağılım göstermektedir. Gecekondu da oturup pembe dizileri izleyen kadınların yaş ortalamasının daha genç olmasının nedenleri ise; eğitim seviyelerinin düşük olması, bu nedenle küçük yaşta evlenmelerin daha sık görülmesi ve ekonomik seviyelerinin az olması nedeni ile herhangi bir sosyal aktivitelerinin olmayışı gibi nedenlerden dolayı gecekondu kadınları televizyon karşısına geçmektedir. (Bakınız Tablo A3)

4.1.4. GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN DOĞUM YERİ - TABLO A4

Tablo A4'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların doğum yeri ençok (%44) Marmara bölgesi, İstanbul ili ve civarındır. Bu da bize apartmanda oturan kadınların kentleşme sürecini tamamlamak üzere olduklarını göstermektedir. Bu bölgeyi %20'lik bir oranla Karadeniz Bölgesi, % 17 ile de İç Anadolu bölgesi takip etmektedir.

Gecekondu da yaşayan kadınların doğum yeri ise %40'lık bir oranla yine Marmara bölgesidir. Bu da bize, gecekondu'da oturan kadınların 2. kuşak gecekondu ailesi çocukları olduğunu yansıtmaktadır. Bu bölgeyi %30'luk bir oranla Karadeniz bölgesi, %16 ile de Güneydoğu Anadolu Bölgesi takip etmektedir. Bu verilerden de anlaşılabileceği gibi İstanbul İli Beşiktaş İlçesi Dikilitaş mahallesi ençok Karadeniz, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden göç almaktadır. (Bakınız Tablo A4)

4.1.5. GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN EĞİTİM DURUMU - TABLO A5

Tablo A5'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların eğitim durumu; %36'sı ilkokul, %34'ü lise, %15'i ortaokul ve %14'ü ise üniversite mezunudur. Bu da bize pembe dizileri seyreden kadınların eğitim seviyelerindeki çeşitliliği bir kez daha göstermiştir (Bakınız Tablo A5)

4.1.6. GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN MEDENİ DURUMU - TABLO A6

Tablo A6'da görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların %90 gibi yüksek bir oranla evli olduğu görülmüştür.

Aynı şekilde gecekondu da yaşayan kadınların da %87 gibi bir oranla evli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu verilerden de anlaşılabileceği gibi, evli kadınların genellikle ev hanımı olmaları, bu yüzden de boş vakitlerinin çokluğu onları televizyon karşısına çekmektedir. (Bakınız Tablo A6)

4.1.7. GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN OTURDUĞU EVİN MÜLKİYETİ -

TABLO A7

Tablo A7'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların %76'ı gibi bir oranla ev sahibi oldukları görülmüştür. Bu da bize ekonomik seviyelerinin yüksek olduğunu göstermiştir.

Gecekondu da oturan kadınların ise %48'i ev sahibidir. Yani kentleşme süreci içinde gecekondu da oturan kadınların hemen hemen yarısı ev sahibidir. (Bakınız Tablo A7)

4.1.8. GÖRÜŞÜLEN HANENİN AYLIK GELİR TOPLAMI-TABLO A8

Alan araştırması 12 Ocak - 30 Mart 1994 tarihlerini kapsamaktadır. Bu araştırmanın yapıldığı zaman aralığından bu yana yüksek enflasyon sebebi ile rakamlar enflasyona karşı değer kaybetmiştir. Buna rağmen apartman da yaşayan hanelerin ekonomik seviyelerinin normalin üstünde olduğu görülmektedir. Bu da bize yüksek gelir seviyesine sahip ailelerinde pembe dizileri seyrettiklerini göstermiştir.

Gecekondu da yaşayan ailelerin ekonomik seviyesi ise normal ve normalin altı olarak belirlenmiştir. Ekonomik seviyelerinin düşük olması gecekondu kadınlarının da pembe dizileri seyrettiklerini, fakat daha sonra belirteceğimiz gibi dizileri algılamada farklılık gösterdiklerini göstermiştir. (Bakınız Tablo A8)

4.2.- PEMBE DİZİLERE İLİŞKİN BİLGİLERİN VE İZLENİMLERİN AÇIKLANMASI

4.2.1. PEMBE DİZİLERDEN İLK AKLA GELENLER - TABLO B1

Tablo B1'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların, %55'inin Yalan Rüzgarını, %34'ünün ise Cesur ve Güzeli ilk akla gelen pembe diziler olarak cevaplandırıdıkları görülmüştür.

Gecekondu da yaşayan kadınların ise, %72'sinin Yalan Rüzgarı, %19'unun da Cesur ve Güzeli cevaplandırıdıkları görülmüştür. Bu verilerden de anlaşılabileceği gibi; tüm dünyada büyük bir ilgiyle izlenen, Emmy ödüllerine layık görülen bu iki pembe dizinin Türkiye'deki izlenme oranı da oldukça yüksektir. (Bakınız Tablo B1)

4.2.2. PEMBE DİZİLERİN SEYREDİLME AMAÇLARI - TABLO B2

Tablo B2'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınlar, pembe dizileri seyretme amacını %49 vakit geçirme, %38'de merak olarak cevaplandırmışlardır. Kadınların herhangi bir işde çalışmıyor olması ve evin dışında sosyal aktivitelerinin olmayışı bu hanımları vakit geçirmek amacı ile televizyonun karşısına geçirmektedir. Ayrıca pembe dizilerin yapım özelliklerinden kaynaklanan, insanların meraklarını uyandıracak bir sorunun çözümünü bir sonraki bölüme aktarma tekniği olan seyirciye "kanca atma" ilkesi sayesinde kadınlar büyük bir merakla pembe dizileri seyretmektedirler.

Gecekondu da yaşayan kadınları ise, %56 vakit geçirmek, %16 bilgilenme, %14 ile de eğlenmek amacıyla bu dizileri seyrettiklerini belirtmişlerdir. Yukarıda belirttiğimiz gibi gecekondu da yaşayan kadınların da bir iş de çalışmıyor olması ve sosyal aktivitelerinin hiç olmayışı bu dizileri vakit geçirmek ve eğlenmek için

izlediklerini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca bu kadınların devamlı evde oturmaları nedeni ile bilgi alabilecekleri bir ortamın olmayışı, onların bilgilendirilmelerinde tek araç olarak televizyonun ön plana çıkmasına neden olmuştur. Böylece gecekondlu kadını seyrettiği pembe diziden, birşeyler öğrenme çabasına girişmiştir. (Bakınız Tablo B2)

4.2.3. PEMBE DİZİLERİN İZLENME ŞEKLİ - TABLO B3

Tablo B3'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınlar, pembe dizileri izleme şekillerini %37 düzenli, %32 ile de bazen olarak cevaplandırmışlardır.

Gecekondlu da yaşayan kadınların ise %39'u bazen, %23'ü sık sık, %22'si ise düzenli olarak bu dizileri seyrettiklerini belirtmişlerdir. Bu verilerden de anlaşılabileceği gibi; pembe dizi düzenli seyreden izleyicilerin yanı sıra bu dizilerde kullanılan zamanın gerçek zamana yakın bir seyirde devam etmesi, izleyiciyi arasırıada seyretmeye itebiliyor. Böylece izleyici konudan uzaklaşmamış oluyor. (Bakınız Tablo B3)

4.2.4. PEMBE DİZİLERİN HANGİ ÜLKE YAPIMI, OLAYI, YILI, MEKANI BİLME ORANI - TABLO B4

Tablo B4'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınlar, pembe dizilerin özelliklerinin bazılarını %67'lik bir oranla, %19'u ise bu dizilerin hiçbir özelliğini bilmediğini söylemiştir.

Gecekondlu da yaşayan kadınların ise %58'inin bu dizilerin hiç bir özelliğini bilmediği, %26'sının ise bazı özelliklerini bildikleri ortaya çıkmıştır. Bu verilerden de anlaşılabileceği gibi; pembe diziler bilinçli bir şekilde seyredilmiyor, izleyici teknik bilgiden çok dizinin konu gelişimi, karakterleri ile ilgileniyor. Bu diziler

hikayesel bir biçimde, daha çok vakit geçirmek amacıyla seyrediliyor. (Bakınız Tablo B4)

4.2.5. PEMBE DİZİLERİN AİLE YAŞAMINI VE BİREYLERİ ETKİLEMESİ - TABLO B5

Tablo B5'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların %51'i bu dizilerden hiç etkilenmediklerini, %40'ı ise hem olumlu hemde olumsuz yönde etkilendiklerini söylüyorlar. Apartman da yaşayan kadınların bu dizileri daha çok vakit geçirmek amacı ile seyrettiklerinden dolayı etkilenmedikleri ortaya çıkmıştır. Hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendiklerini söyleyen kadınlar ise, dizi karakterlerinin iyi yönlerini örnek aldıklarını fakat kötü yönlerini, özellikle duygusal ilişkilerin çarpıklığının kendilerini yanlış yönde etkilediğini belirtiyorlar.

Gecekondu da yaşayan kadınlar ise, daha önce de belirttiğimiz gibi bu dizileri bilgi almak için seyrettiklerinden dolayı %60 gibi oranla pembe dizilerden hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendiklerini belirtiyorlar. Hiç etkilenmediğini söyleyenlerin oranı ise %26'dır. (Bakınız Tablo B5)

4.2.6. PEMBE DİZİLERDE ROL ALAN KİŞİLERİN İLİŞKİLERİNDEKİ DEĞERLER - TABLO B6

Tablo B6'da görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların %64'ü bu dizilerde rol alan kişilerin ilişkilerinde menfaat ve çıkarın, %17'si ise kin, nefret ve kıskançlığın ön planda tutulduğunu söylemiştir.

Gecekondu da yaşayan kadınların da aynı şekilde %41'i menfaat ve çıkarın, %24'ü ise kin, nefret ve kıskançlığın öne geçtiğini söylemesi, pembe dizilerin yapım özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu dizilerin senaryolarında karakterlere yüklenen olumlu ve olumsuz

değerler, kentleşme sürecinde ilişkilerin zayıflamasına neden olmuştur. Bu yüzden dizi karakterlerinin ilişkilerinde olumsuz değerler, izleyici tarafından daha fazla algılanmaktadır. (Bakınız Tablo B6)

4.2.7. PEMBE DİZİLERİN GÜNLÜK HAYATTAKİ KARARLARDA ROLÜ - TABLO B7

Tablo B7'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların %58'nin değer yargılarının farklı olduğu için, %27'sinin ise bu dizilerden hiç etkilenmediklerini ortaya çıkarmıştır. Bu verilerden de anlaşılabileceği gibi; izleyicilerin günlük hayatta aldığı kararlarda, pembe dizilerin pek bir rolü olmuyor. Bunda ki en temel neden ise Türk aile yapısının ve değer yargılarının oldukça güçlü olmasıdır.

Gecekondu da yaşayan kadınların da aynı şekilde, %39'unun hiç etkilenmedikleri, %30'ununda değer yargılarını farklı buldukları için etkilenmedikleri ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni gecekondu aileleri kentleşme süreci ile mücadele vermektedirler. Bu nedenle kültürel alt öğelerin dağılımı ve asimilasyona karşı savaşmaları daha yüksek olduğundan kültürel aile yargılarını değiştirmemekte daha kararlıdırlar. %26 gibi bir oranla bazı noktaları dikkate aldıklarını söyleyen gecekondu kadınları ise temel değer yargılarını değil, dizilerdeki sosyal mesajları dikkate aldıklarını söylemektedirler. (Bakınız Tablo B7)

4.2.8. PEMBE DİZİ MESAJLARININ TÜRK AİLE YAPISINI ETKİLEME DEĞERİ - TABLO B8

Tablo B8'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların %46'sı pembe dizi mesajlarının örf ve adetlere, %23'ü dini değerlere, %19'u ise kişiliğine ve aldığı eğitime uygunluk göstermediğini belirtmiştir.

Gecekondu da yaşayan kadınların da %36'sı dini değerlere, %28'i örf ve adetlere, %19'u ise kişiliğine ve aldığı eğitime pembe dizi mesajlarının uygunluk göstermediğini belirtmiştir. Yukarıda da belirttiğimiz gibi Türk aile yapısının oldukça güçlü değer yargılarına sahip oluşu, örf adetlerine ve dini değerlerine sıkı sıkıya bağlı olması, kişilik yapısının ve eğitimininde sağlamlığı pembe dizi izleyicilerinin bu dizileri sadece vakit geçirmek ve meraklarını gidermek amacıyla seyrettiklerini birkez daha göstermiştir. (Bakınız Tablo B8)

4.2.9. PEMBE DİZİLERİN ÜLKEMİZDE TUTULMA SEBEBİ, ÜLKENİN SOSYO EKONOMİK KÜLTÜR DÜZEYİ - TABLO B9

Tablo B9'da görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların %51'i pembe dizilerin kaliteli olması, %16'sı kanal sayısının fazlalığı, %15'i TV izleme oranının yüksek olmasından dolayı bu dizilerin ülkemizde tutulduğunu söylüyor.

Gecekondu da yaşayan kadınların da %47'si pembe dizilerin kaliteli olduğunu, %28'i ise kanal sayısının fazla olduğu için bu dizilerin ülkemizde tutulduğunu belirtiyorlar. Bu verilerden de anlaşılabileceği gibi pembe dizilerin kaliteli oluşu, yani mekanların göz kamaştırıcı, karakterlerin ise her zaman şık ve bakımlı olması, duygusal ilişkilerin çok fazla işlenmesi özellikle kadınları televizyon karşısına geçiriyor. Ayrıca kanal sayısının fazla olması da kadınlara tercih imkanı tanıyor. (Bakınız Tablo B9)

4.2.10 PEMBE DİZİLERİN ÜLKEMİZDE TUTULMA SEBEBİ, KİŞİLERİN SOSYO EKONOMİK KÜLTÜR DÜZEYİ - TABLO B10

Tablo B10'da görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların %32'si pembe dizilerin takibinin kolay olduğunu,

%31'i herhangi bir sosyal aktivitelerinin olmadığını, %27'si ise günlük sorunlarının dışında bir dünyaya çıktıkları için bu dizilerin ülkemizde tutulduğunu belirtiyorlar. Pembe dizilerde konunun reel yaşamdaki olayların seyrine ve görünümüne uygun olarak işlenmesi, diyalogların yalın ve anlaşılabilir olması bu dizilerin takibini kolaylaştırmıştır. Ayrıca kadınların herhangi bir sosyal aktivitelerinin olmayışı, bu diziler sayesinde monotonluktan kurtulup daha renkli bir dünyaya girmeleri onları pembe dizilerin karşısına çekmektedir.

Gecekondu da yaşayan kadınların ise %27'si özel sorunların çözümünde fikir alabilme imkanlarının olduğu için bu dizileri seyrettiklerini belirtiyorlar. Daha önce de belirttiğimiz gibi gecekondu kadınlarının eğitim seviyelerinin düşük olması, devamlı ev de oturmaları nedeni ile bilgi alabilecekleri bir ortamın olmayışı onların bilgilendirilmelerinde televizyonun dolayısıyla pembe dizilerin ön plana çıkmasına neden olmuştur. %22'si sosyal aktivitelerinin olmayışı sebebiyle, %19 ise takibi kolay olduğu için bu dizilerin ülkemizde tutulduğunu belirtmiştir. (Bakınız Tablo B10)

4.2.11. PEMBE DİZİLERİN ANA KONUSU - TABLO B11

Tablo B11'de görüldüğü üzere; apartmanda yaşayan kadınların, pembe dizilerden ne anladığı sorulduğunda %46'sının aşk, ihtiras ve ihanet, %22'sinin ise moda ve tavırlar olarak cevaplandırıdıkları görülmüştür. Pembe dizilerde duygusal ilişkilerin fazlalığı ayrıca karakterlerin günün modasına uygun giyinmeleri, izleyiciler tarafından bu dizilerin temel iletisi olarak kabul edilmiştir.

Gecekondu da yaşayan kadınlar ise %45 ile aşk, ihtiras, ihanet ve %23 ile kader ve hüznün bu dizilerin ana konusu olduğunu belirtmişlerdir. Gecekondu kadının

sosyo ekonomik ve kültürel düzeyinin düşük olması, bu yüzden kentleşme sürecine tam uyum sağlayamaması, arabesk bir yapı gösteren yaşam tarzlarından dolayı bu dizilerin ana konusu olarak kader ve hüznü algılamaktadırlar. (Bakınız - Tablo B11)

4.2.12. PEMBE DİZİLERDE SEVİLEN KADIN KARAKTERLER - TABLO B12

Tablo B12'de görüldüğü üzere; apartmanda ve gecekondu da yaşayan kadınların en çok Ashley, Cricket ve Nikki'yi sevdikleri ortaya çıkmıştır. Ashley'nin güzel, başarılı bir işkadını ve karakter sahibi oluşu, Cricket'in masumluluğu ve temiz kalpli olması, Nikki'nin ise iyi bir anne oluşu ve güzelliği, onların sevilmesinin nedenleri olarak gösteriliyor. (Bakınız - Tablo B12)

4.2.13. PEMBE DİZİLERDE SEVİLEN ERKEK KARAKTERLER - TABLO B13

Tablo B13'de görüldüğü üzere, apartmanda ve gecekondu da yaşayan kadınların en çok Victor ve Paul'u sevdikleri ortaya çıkmıştır. Victor'un yakışıklı olmamasına rağmen, güçlü, zengin, olgun ve çekici olması, Paul'un ise genç, yakışıklı ve dürüst oluşu onlara puan kazandırıyor. (Bakınız - Tablo B13)

4.2.14. PEMBE DİZİLERDE SEVİLMEYEN KADIN KARAKTERLER - TABLO B14

Tablo B14'de görüldüğü üzere; apartmanda ve gecekondu da yaşayan kadınların Jill, Brooke ve Marc'ı sevmedikleri ortaya çıkmıştır. Cesur ve Güzel adlı pembe dizide rol alan Brooke'un duygusal ilişkilerinde gösterdiği çarpıklık, Jill ve Marc'ın ise devamlı kötü işlerle uğraşması onların sevilmemesine neden oluyor. (Bakınız - Tablo B14)

4.2.15. PEMBE DİZİLERDE SEVİLMEYEN ERKEK KARAKTERLER - TABLO B15

Tablo B15'de görüldüğü üzere; apartmanda ve gecekonduda yaşayan kadınların Jack Abbott, Clint ve David'i sevmedikleri ortaya çıkmıştır. Jack'ın hep kendi menfaatini düşünerek hareket etmesi, Clint ve David'in ise kötü planlar kurarak başkalarını tuzağa düşürmek istemeleri onların sevilmemesine neden oluyor. (Bakınız - Tablo B15)

4.2.16 PEMBE DİZİ İZLEYİCİ PROFİLİ

Araştırmadan çıkan bulgulara göre pembe dizi izleyicileri büyük oranda evli, çalışmayan ve herhangi bir sosyal aktivite de bulunmayan kadınlardan oluşmaktadır. Araştırmadaki ailelerin yapısı ise kentleşme sürecini tamamlamış, çekirdek aile modelidir. Ekonomik durumlarının da normal ve normalin üstünde olduğu görülmüştür. Ev hanımlarının yaş ortalaması ise eğitim durumları gibi çeşitlilik göstermiştir. Bu dizilerin; genç, orta ve yaşlı diyebileceğimiz yaş gruplarında izleyicileri olduğu gibi ilkokul mezunu hanımlardan üniversite mezunlarına kadar da çok geniş izleyicisi vardır.

Pembe dizilerin izlenme amacı, vakit geçirmek ve merak edildiği için izlendiği şeklindedir. Diziler genelde hikayesel bir biçimde seyrediliyor; yani izleyici teknik bilgidenden çok, olay gelişimi ve karakterler ile ilgileniyor. Bu dizilerdeki sosyal mesajlar izleyici tarafından algılanıyor fakat karakterler arasındaki duygusal ilişkilerin çarpıklığı, Türk aile yapısına ve değer yargılarına ters düştüğü için dikkate alınmıyor. Bu yüzden pembe dizilerin izleyicilerini etkilemeleri pek mümkün olmuyor. Bütün bu olumsuzluklara rağmen kadınları ekran başına geçiren nedenler ise; karakterlerin her zaman şık ve bakımlı, dekorların ise göz kamaştırıcı olması, dizinin takibinin kolay, diyalogların anlaşılabilir oluşu ve

izleyiciyi günlük sorunlarının dışında daha renkli bir dünyaya çıkarması gelmektedir. İzleyici bu dizilerin temel iletisini ise aşk, ihtiras, ihanet ve moda, davranışlar olarak algılamaktadır.

SONUÇ

Gösterildiği her ülkede çok geniş izlenme oranlarına ulaşan pembe dizilerin ilk çıktığı yıllardan itibaren taşıdığı mesaj kadını tüketime yönlendirme şeklindedir. Bu dizilerin gündüz saatlerinde yayınlanması ve sponsorluğunun kadınlara yönelik tüketim malları üreten firmalarca yapılması içeriğindeki reklamların tamamıyla kadına yönelik olduğunu göstermiştir. Ailede dayanıklı tüketim mallarından çok, hızla tüketilen maddelerin alımında söz sahibi olan kadınlardır. Dolayısıyla bu tür malları üreten firmalara bu programlar reklam açısından çekici gelmektedir. Böylelikle pembe diziler ilk yayınlandığı yıllardaki çıkış amacını, yani kadını tüketime yönlendiren en temel program prototipine sahip TV formatı olma özelliğini günümüzde de devam ettirmektedir.

Pembe dizilerin kadınları tüketime yönlendiren mesajlarının yanı sıra sosyal mesajları da vardır. Pembe diziler de güncel olaylara yer verilmesi, yayın süresi boyunca karşılaştığı her zorluğu halleden gerçek dışı kahramanlar yerine hırslı, ağlayan, ağlatan, üzülen, çocuk doğuran, ihanet eden gerçek kahramanlarla karşılaşılması, alkol, uyuşturucu bağımlılığı, aids, ırkçılık, tecavüz, kanser, eşcinsellik, kumar gibi sorunlarla mücadelenin konu olarak işlenmesi bu dizilerin olumlu yönlerini ortaya çıkarıyor. Bu yönüyle ele alındığında, Amerikan yapımı pembe dizilerin sosyal mesajlar taşıdığı, insanlara önemli ölçüde rehber olduğu görülüyor. İzleyiciler, bu dizilerden hastalıklara göğüs germeyi, başlarına gelen felaketlere rağmen yaşamayı, insanlarla iletişim kurmayı, düşündüklerini açıkça söylemeyi öğreniyorlar. Dizilerde kötüyken iyileşen, iyiyken çıldıran insanlar izleyiciye herşeyin sanıldığı kadar kalıplara bağlı olmadığını da hatırlatıyor. Kişileri, kendilerini sorgulamaya itiyor. Kısacası, pembe diziler, hernekadar sık sık kendilerini

tekrarlasalar da sosyal mesajlar vermekten ve öğretici olmaktan uzak değillerdir. Ancak bu dizilerin olumsuz etkilerinin ençok ahlaki değerlerde kendisini gösterdiği görülüyor. Bunların başında da dizilerde sık sık görülen akrabaların yada yakın arkadaşların eşleri veya sevgilileriyle eş değiştirme durumlarının bazı izleyiciler de "ben de yapabilirim, bu normal" hissini yaratması geliyor. Oysa filmlerde bunun oyuncu kadrosunu genişletmemek ve her oyuncuya sürekli iş sağlamak amacıyla yapıldığıda bir gerçektir.

Pembe dizilerin bu kadar çok sevilerek seyredilmesinin nedeni izleyici kesimin gerçek yaşamın sıkıntılarından kaçışına olanak sağlaması, duygusal gereksinimlerini karşılaması gelmektedir. Ayrıca bu dizilerin diğer televizyon anlatı türlerinden izleyicinin daha dolaysız katılımıyla ayrılması gelmektedir. Açık uçlu bir anlatı yapısının varlığı, izleyicinin olaylara müdahalesi sonucu senaryo değişiklikleri yapılmasını mümkün kılmaktadır. Pembe dizilerin izleyicide bir tür alışkanlık yaratmasında birincil etken ise sunum aralığının sıklığı ve hergün aynı saatte yayınlanıyor olmasıdır.

Pembe dizi yazarlığı anonim bir iştir. Başyazar, her bölümde ki aksiyonun özetini yazar. Bu özet yardımcı yazarlara verilir, onlarda boşlukları diyalogla doldurur. Diyaloglarda sanat kaygısının aranmaması yazarların tanınmış ve yetenekli olmasını gerektirmez. Aynı şekilde oyuncularında yıldız oyuncu olması beklenmez. Pembe dizilerin anlatı yapısının özünü ise, insanlarda bağımlılık yaratan niteliklerinde aramak gerekir. İzleyiciyi diziye bağlamanın gizi, insanların meraklarını uyandıracak bir sorunun çözümünü bir sonraki bölüme aktarmada yatmaktadır. Bağlılığı yaratma tekniği olan izleyiciye "kanca atma" ilkesi bu formatın temelini oluşturur. Pembe dizi senaryoları aylarca, yıllarca devam eder, diziye oluşturan

tek tek bölümlerde kesintisiz bir öykü anlatılır ve her bölüm bu öykünün en heyecanlı yerinde kesilir. Pembe dizi öyküsü her bölüm için en heyecanlı ve en merak uyandırıcı noktaya sahip olmak durumundadır. Bu nedenle pembe dizi öyküleri bir ana olay dizisinin yanısıra içiçe geçen çok sayıda yan olay dizilerinden oluşur.

Pembe dizilerin hedef kitlesi ise 1970'lere kadar türdeş ve ev kadınları, emekliler gibi basmakalıp izleyici kitlesi iken, sözü edilen tarihten itibaren kadın, erkek her iki cinsten de gençler, meslek sahipleri, üniversite öğrencilerinin de katılmasıyla pembe dizi izler kitlesi giderek heterojenleşmiştir. Yani artık pembe diziler yalnızca kadın cinsine ait değildir. Belki ilk çıktığı yıllarda amacı kadınları televizyon karşısına çekerek kitle kültürü üretmek olabilirdi. Ama zamanla kendi içinde bir değişime uğrayarak, karmaşık ve yoğun olay örgüleri içinde bireysel eğitime yönelik insanlık ve vatandaşlık dersleri vermeye başladı. Özellikle 80'li yıllardaki pembe dizilerde eğitici motifler "Yalan Rüzgarı" adlı dizide olduğu gibi öne çıktı. Böyle olunca da pembe dizi seyircisi yalnızca kadınlar değil erkeklerde olmaya başladı. Yine 1970'lerden itibaren pembe dizilerde kullanılan içmekanlar değişmeye başlamıştır. Taşınabilir video cihazlarının gelişimi ve seyahat şirketlerinin sponsorluğu ile diziler daha fazla görsel zenginliğe sahip olmuşlardır.

Pembe dizilerde duygulara, gizlere, üzüntülere, öfkelere, acılara çok yer verilerek kişilerin iç dünyası işlenir, ruhsal durumları yüz ifadesiyle verilmeye çalışılır. Bu yüzden yakın çekim bu formata çok uygun düşen bir çekim ölçeğidir. Ayrıca pembe dizilerde olay gelişimi genellikle iç mekanlarda geçtiği için; fiziksel harekete dayalı olaylara pek yer verilmemesi, bunun yerine, diyalogun ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Aksiyonun devamlı diyaloglarla verilmesi, pembe dizilere resimli

radio denmesine neden olur. Pembe dizilerde kullanılan zaman ise gerçek zamana yakın bir zamandır. Konu, reel yaşamdaki olayların seyrine ve görünümüne uygun olarak işlenmiştir.

Türkiye'de iletişim sektöründe A.B.D.'de yapımlı pembe dizilerin Türk toplumunun sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına yansıyan etkilerini analiz eden alan araştırmasında ilginç bulgular ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada sorulan sorular ve cevapları şu şekilde sıralanmıştır; Türk izleyicilerinin bu dizileri ne amaçla izledikleri sorulmuş alınan yanıt ise, sadece vakit geçirmek için izledikleri doğrultusundadır. Ayrıca merak ettikleri için izlediklerini söyleyenlerde vardır. Pembe dizileri izleme şekli sorulduğunda ise büyük bir kısmının düzenli olarak hiçbir bölümünü kaçırmadan seyrettikleri ortaya çıkmıştır. Kişilerin bu dizileri, bilinçli bir şekilde mi yoksa hikayesel bir anlatım içinde mi seyrettiklerini anlamak, seyredilen pembe dizinin hangi ülke yapımlı, olayın zamanı ve yerini bilip bilmedikleri sorulduğunda ise, çoğu kişinin bazılarını bildikleri ortaya çıkmıştır. Yani diziler tam anlamıyla bilinçli bir şekilde seyredilmiyor. Amaç daha önce de belirttiğimiz gibi vakit geçirmek. Bu pembe dizilerin aile yaşamını ve bireyleri ne yönde etkiledikleri sorulduğunda ise, hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendiklerini söylüyorlar. Yani dizi kahramanlarının, iyi yönlerini örnek aldıklarını fakat kötü yönlerini, özellikle duygusal ilişkilerin çarpıklığının kendilerini yanlış yönde etkilediğini belirtiyorlar. Dizi kahramanlarının birbirleri ile olan ilişkilerinde hangi değerlerin ön planda tutulduğu sorulduğunda ise menfaat ve çıkar ilişkisinin öne çıktığını söylüyorlar. Kişilere günlük hayatta aldığı kararlarda bu dizilerin oynadığı bir rol var mı diye sorulduğunda ise, değer yargılarının farklı olduğunu, yaşam tarzlarına uymadığı için hiçbir rolü olmadığını belirtiyorlar. Bu dizilerin mesajlarının Türk

aile yapısına ve değerlerine uygun olup olmadığı sorulduğunda ise, örf ve adetlerimize, dini değerlerimize hiç uymadığını belirtiyorlar. Buna karşılık bu dizilerin tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çok seyredilmesinin nedenlerini ise şöyle sıralıyorlar; bu pembe dizilerin Türk dizilerine oranla daha kaliteli oluşu, kahramanların her zaman şık ve bakımlı, mekanların ise göz kamaştırıcı olması, duygusal ilişkilerin çok fazla işlenmesi özellikle kadınları ekran başına geçiriyor. Ayrıca kadınların evin dışında herhangi bir sosyal faaliyetlerinin olmayışı, dizilerdeki konunun sıkça tekrarlanması ve kolay anlaşılabilir olması, insanları günlük sorunlarının dışında daha renkli bir dünyaya çıkarması, bu dizilerin çok seyredilmesinin nedenleridir. Pembe diziler de ne anlatıldığı, bunların temel iletisinin ne olduğu sorulduğunda ise aşk, ihtiras, ihanet ve moda olarak cevaplandırmışlardır. En çok seyredilen pembe diziler ise "Yalan Rüzgarı" ile "Cesur ve Güzel" olarak belirlenmiştir. Pembe dizi kahramanları içinde izleyicileri en çok etkileyen, Ashley; güzel, başarılı bir iş kadını ve karakter sahibi oluşu ona puan kazandırıyor. Cricket masumluğu ve temiz kalpli olması sayesinde sevilirken, Nikki iyi bir anne oluşu ve güzelliği ile dikkat çekiyor. Erkek kahramanlar içinde ise Victor Newman çok beğeniliyor. Yakışıklı olmamasına rağmen, güçlü, zengin, olgun ve çekici olduğunu belirtiyorlar. Victor'ı yine aynı dizideki Paul takip ediyor. Onunda genç, yakışıklı ve dürüst oluşu izleyicileri etkiliyor. Dizi kahramanları içinde sevilmeyenler ise; Jill, Brooke ve Jack Abbott'dır. Cesur ve Güzel adlı pembe dizide rol alan Brooke'un duygusal ilişkilerinde gösterdiği çarpıklık, Jill ve Jack Abbott'ın ise hep kendi menfaatlerini düşünerek hareket etmeleri onların sevilmemesine neden oluyor.

Pembe dizilerde izleyici özdeşleştiği dizi kahramanının sorunların üstesinden nasıl geldiğini görerek,

kendisinin de aynı güçlü yapıyı gösterebileceğini düşünüyor. Sıkıntılarını çok daha çözümsüz gibi görünen dizi kahramanlarının sıkıntılarıyla karşılaştınca çoğu kez kendilerininkini daha hafif buluyor. Her sorun paylaştıkça, konuştukça nasıl hafiflerse bu dizilerde gerçek yaşamda bu etkiyi yapıyor. İzleyici günlük dertleri veya çok özel sorunları için dizilerde çözüm modelleri bulabiliyor. Bu dizilerin yıllarca sürmesi ve hergün yayınlanması da etkisini pekiştiriyor. İzleyici kahramanlarla adeta yakın ilişki içine giriyor ve onları yakını gibi tanıyor. Hangi kahramanın hangi olay yada tavır karşısında nasıl davranacağını önceden biliyor. Tıpkı gerçek hayatta yakından tanıdığı kişiler için olduğu gibi.

Bu diziler sayesinde kadınlar, evlerinin dekorlarına daha da önem veriyor. Özel günlerde sofralarında mum, ayaklı kadeh ve çiçek kullanıyorlar. Ayrıca dizilerdeki kadın kahramanların her an bakımlı olması, giysilerine, mücevherlerine, makyajlarına özen göstermeleri de, kadınları çok etkiliyor. Pembe diziler eşlerle olan ilişkilerde değişim isteği yaratıyor. Kadınlar dizilerde çok sık kullanılan "Seni Seviyorum" sözünün etkisinde kalarak, eşlerine uygulamak istiyorlar. Tabii ki bunun aynısını da eşlerinden duymak ihtiyacı taşıyorlar. Burada zor durumda kalan erkekler oluyor. Çünkü bu dizileri seyretmeyen erkek, eşindeki değişimin nedenini çözemiyor, kendisinden ne beklediğini anlayamıyor. Buna rağmen çoğu erkek, eşinden nereden geldiğini bilemediği bu değişimden hoşlanıyor.

Pembe dizilerde olaylar elden geldiğince uzatılıp, sürekli karşılıklı konuşmalara dayandırılıyor. Örneğin bir kadın kahramanın eşine, hamile olduğunu söylemesi izleyiciyi bir hafta oyalayabiliyor. Ama izleyicilerin büyük bölümü bundan hiç rahatsız olmuyor. Çünkü kişi kendi yaşamında da çok konuşma dinlediği için sıkılmadığını

söylüyor. Ayrıca bu uzatmalarla kişi "birşeyleri kaçırmıyorum, dışarda hızla dönen bir dünya var ve ben bu dünyada yer almıyorum" biçimindeki korkularını yatıştırıyor.

Pembe dizi formatı başlangıçtan günümüze doğru gitgide toplumsal konular hakkında duyarlılığını arttırmıştır. Anlatı yapılarıyla toplumsal gerçeklik arasında bire-bir aynı şeyleri aramak yanıltıcı olabilirse de, konularda ki ve mesaj türlerindeki değişiklik, pembe dizi gibi popüler kültür ürünlerinin toplumsal değişmelere duyarlı olduğunu, en azından bu nedenle de küçümsenerek bir yana itilecek değil, toplumu anlamak için yararlanılabilecek belgeler olduğunu ortaya koymaktadır. Pembe dizi formatının özelliği sadece basmakalıp saymacaların saptanıp sınıflandırılmasıyla değil, kendisini toplumsal değişmelere, değişen beklentilere uyarlama mekanizmalarının nasıl işlediğini anlamakla, bu değişimleri saptamaya olanak veren duyarlılığının niteliğini çözümlemekle tanımlanabilir.

KAYNAKÇA

- ANG, Ien., Watching Dallas and the Melodramatic Imagination, İng. Çev. Deile Coulig, Londra ve New York: Methuen, 1985
- BALTAŞ Zuhall, Acar., Bedenin Dili, Remzi Kitabevi, 1994
- BASKAN, Özcan., Bildirilişim İnsan Dili ve Ötesi, Altın Kitaplar yay. 1988
- CHAPMAN, Johnson., The Structure of Television, Pion Lited, 1984
- CONRAD, Peter., Television The Medium and Its Manners, First Published, 1982
- İLAL, Ersan., İletilişim, Yığinsal İletim Araçları ve Toplum, Kavramlar-Kurumlar-Kuramlar, İstanbul: Der yay. 1991
- KAPLAN, Yusuf., Televizyon, Çev. Gökçen Kaplan, İstanbul: Ağaç yay. 1992
- MUTLU, Erol., Televizyonu Anlamak, Ankara: Gündoğan yay., 1991
- NOCHIMSON, Martha., No End to Her Soap Opera and the Female Subject, University of California Press, 1992
- OSKAY, Ünsal., 19.yy.dan Günümüze Kitle İletilişiminin Kültürel İşlevleri, Ankara: A.Ü.S.B.F. yay.: 495, 1982
- ÖNGÖREN, Mahmut Tali., Televizyon Film Yapım Yöntemleri, A.Ü.S.B.F. yay., No: 392, 1976
- ÖZKÖK, Ertuğrul., Sanat-İletilişim-İktidar, Ankara: Tan yay., 1982
- ÖZÖN, Nihat., Sinema El Kitabı, Ankara: Elif yay., 1963

- ROMAN, Leslie., Becoming Feminine: The Politics of Popular Culture, Louisiana State University, 1988
- ALLEN, Robert, "The Guiding Light Soap Opera as Economic Product and Cultural Document" John E.Connor (der), American History/American Television: Interpreting The Video Past, Frederick Ungar Publishing Co., New York, 1983
- BARBERO, Martin., "Latin America: Cultures in the Communication", Journal of Communication, Spring 1993
- BERMAN, Ronald., "Soaps Day and Night", How Television Sees its Audience, Sage Publications, Beverly Hills, 1987
- BRENSDAN, Cherlotte., "Notes on Soap Opera" Regarding Television, Edited by Ann Kaplan, California, 1983
- CHARON, Jean-Marie., "Bir Brezilya Tarzı: Telenovela", Medya Dünyası, Çev: Oya Tatlıpınar, İstanbul: İletişim yay. 1992
- KIELWASSER Alfred, WOLF Michelle., "The Appeal of Soap Opera: An Analysis of Process and Quality in Dramatic Serial Gratifications", Journal of Popular Culture, Fall, 1989
- KOTTAK, P.Conrad., "Television in Impact on Values and Local Life in Brazil", Journal of Communication, Winter 1991

- LIEBES Tamar, KATZ Elihu., "Dallas and Genesis, Primordiality and Seriality in Popular Culture", Television, New York, 1986
- LIVINGSTONE, Sonia M., "Interpreting a Television Narrative: How Different Viewers See a Story", Journal of Communication, Winter 1990
- LOWRY Dennis, TOWLES David., "Soap Opera Portrayals of Sex, Contraception, and Sexually Transmitted Diseases", Journal of Communication, Spring 1989
- MC GUAIL, Denis., "The Media Audience", Mass Communication Theory, An Introduction, New York, 1987.
- MODLESKI, Tania., "Search for Tomorrow in Today's Soap Operas", Understanding Television, Edited by Richard P. Adler, New York, 1981
- MORRIS, Gwen., "An Australian Ingredient in American Soap: The Thorn Birds by Colleen Mc Cullough", Journal of Popular Culture, Spring 1991
- OSKAY, Ünsal., "Latin Amerika TV Dizileri", Dosya, Beyaz Perde, İstanbul: Hürriyet yay, Aralık 1989
- PALMER, Jerry., "Women and Soap Opera", Theory Culture Society, Explorations in Critical Social Science, August 1992
- RIBEIRO, Darcy., "The Brazilianization of Brazilian Television", Students of Latin America, New York, 1988

ROSE, Brian., "Thickening The Plot", Journal of Communication, Autumn 1979

WILLEY, George A., "The Soap Operas and the War" Lichty and Topping (der), A Source Book on the History of Radio and TV, USA, 1975

TARANÇ, Ragıp., Televizyon Dizi Filmlerinin Estetik Sorunları, İzmir: D.E.Ü., Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1991

Webster's Ninth New Collegiate Dictionary, Private Library Edition, March 93

The Random House Dictionary of the English Language, Second Edition Unabridged, 1989

TV GUIDE, U.S.A., August 8, 1987

THE NEW YORKER, U.S.A., August, 1991

NOKTA, İstanbul, 26 Şubat, 1989

TV 7 GONG, İstanbul, Hürğün Yayıncılık, 26 Mart 1988

Milliyet Gazetesi, İstanbul, 6.11.1992

Milliyet Gazetesi, İstanbul, 18.11.1992

Milliyet Gazetesi, İstanbul, 1.12.1992

Hürriyet Gazetesi, İstanbul, 7.6.1993

Sabah Gazetesi, İstanbul, 18.6.1993

Milliyet Gazetesi, İstanbul, 19.6.1993

Sabah Gazetesi, İstanbul, 12.9.1994

EKLER

HANE NÜFUSU

DİKLİTAS	N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	N ²
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	n	n	n	n	n	n	947
APARTMAN	152	3	20	38	53	24	10	4			577
GECEKONDU	93	1	17	17	27	20	6	1	3	1	370

TABLO A1

GÖRÜŞÜLENİN CİNSİYETİ

DİKİLİTAŞ	N	KADIN	
		n	%
GENEL TOPLAM	245		
APARTMAN	152	152	100
GECEKONDU	93	93	100

TABLO A2

GÖRÜŞÜLENİN YAŞI

DİKİLİTAŞ	N	15-19	20-26	27-32	33-38	39-44	45-50	51-56	57-62	63-68	69-74
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	n	n	n	n	n	n	n
APARTMAN	152	1	4	31	33	23	20	15	9	3	3
GECEKONDU	93	6	13	20	12	9	8	4	6	8	7

TABLO A3

GÖRÜŞÜLENİN DOĞUM YERİ

DİKİLİTAŞ	N	Yurtiçi		Yurtdışı		Marmara		Ege		Akdeniz		Karadeniz		İç Anadolu		Doğu Anadolu		Güneydoğu Anadolu	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245	147	96	5	4	65	44	9	7	5	3	28	20	24	17	8	6	4	3
APARTMAN	152																		
GECEKONDU	93	90	97	3	3	36	40	3	3	2	2	27	30	8	9			14	16

TABLO A4

GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN EĞİTİM DURUMU

										YOK İSE				VAR İSE							
DİKİLİTİŞ	N	VAR		YOK		HİÇ YOK	OKUR YAZAR		İLK MEZUN	ORTA MEZUN		LİSE MEZUN		LİSE TERK		ÜNİVERSİTE MEZUN					
		n	%	n	%		n	%		n	%	n	%	n	%						
GENEL TOPLAM	245	149	98	3	2	1	34	2	66	53	36	23	15	50	34	2	1	21	14		
APARTMAN	152																				
GECEKONDU	93	62	67	31	33	16	51	15	49	48	78	9	15	3	5	2	2	-	-		

TABLO A5

GÖRÜŞÜLEN KİŞİNİN MEDENİ DURUMU

<i>DİKİLİTAŞ</i>	<i>N</i>	<i>EVLİ</i>		<i>EŞİ ÖLMÜŞ</i>		<i>BOŞANMIŞ</i>		<i>BEKAR</i>	
		<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
<i>GENEL TOPLAM</i>	<i>245</i>	<i>137</i>	<i>90</i>	<i>8</i>	<i>5</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>5</i>	<i>4</i>
<i>APARTMAN</i>	<i>152</i>	<i>137</i>	<i>90</i>	<i>8</i>	<i>5</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>5</i>	<i>4</i>
<i>GECEKONDU</i>	<i>93</i>	<i>81</i>	<i>87</i>	<i>7</i>	<i>7</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>2</i>

TABLO A6

OTURULAN EVİN MÜLKİYETİ

DİKİLİTAŞ	N	EV SAHİBİ		KİRACI	
		n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245				
APARTMAN	152	115	76	37	24
GECEKONDU	93	45	48	48	52

TABLO A7

HANENİN AYLIK GELİR TOPLAMI

DİKİLİTAŞ	N	5 Milyon +	4.5 - 5 milyon	4 - 4.5 milyon	3.5 - 4 milyon	3 - 3.5 milyon	2.5 - 3 milyon	2 - 2.5 milyon	1.5 - 2 milyon	1 - 1.5 milyon	500 bin 1 milyon
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	n	n	n	n	n	n	n
APARTMAN	152	132	10	5	1			3			1
GECEKONDU	93	36		11	1	3	14	9	13	3	3

TABLO A8

PEMBE DİZİ, ARKASI YARINLARDAN İLK AKLA GELENLER

DİKİLİTAŞ	N	1 CEVAP	2 CEVAP	3 CEVAP	4 CEVAP	Yalan Rüzgarı	Cesur ve Güzel		İhtiras		Sevgi Bağları		Bir Başka Dünya		Ayrı Dünyalar		Aşk Rüzgarı	
							n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	n	n	131	55	80	34	9	4	16	6.1	1	0.3	1	0.3
APARTMAN	152	72	150	9	8	131	80	34	9	4	16	6.1	1	0.3	1	0.3	1	0.3
GECEKONDU	93	83	16	6		75	20	19	3	3	5	5.1	1	0.3	1	0.3	1	0.3

TABLO B1

PEMBE DİZİLERİN SEYREDİLME AMAÇLARI

DİKİLİTAŞ	N	VAKİT GEÇİRME		EĞLENME		BİLGİLENME		HABER ALMA		DİĞER(MERAK)	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245										
APARTMAN	152	74	49	16	6	18	7			54	38
GECEKONDU	93	52	56	13	14	15	16	5	6	8	8

TABLO B2

PEMBE DİZİLERİN İZLENME ŞEKLİ (PERİYOD)

DİKİLİTAŞ	N	DÜZENLİ		SIK SIK		BAZEN		NADİR	
		n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245								
APARTMAN	152	56	37	32	21	48	32	16	10
GECEKONDU	93	20	22	21	23	36	39	16	16

TABLO B3

SEYREDİLEN PEMBE DİZİNİN HANGİ ÜLKE YAPIMI, OLAYI, YILI, MEKANI BİLME ORANI

DİKİLİTİAŞ	N	BİLİYOR		BİLMİYOR		BAZILARINI BİLİYOR		İHTİYAÇ DUYMUYOR	
		n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245	6	4	30	19	102	67	14	10
APARTMAN	152	6	4	30	19	102	67	14	10
GECEKONDU	93	1	1	53	58	24	26	15	25

TABLO B4

SEYREDİLEN PEMBE DİZİLERİN AİLE YAŞAMINI VE BİREYLERİ ETKİLEMESİ

DİKİLİTAŞ	N	BEĞENİYOR OLUMLU		BEĞENMİYOR OLUMSUZ		BAZILARI OLUMLU BAZILARI OLUMSUZ		ETKİLEMİYOR	
		<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
GENEL TOPLAM	245	4		7		62		79	
APARTMAN	152	4	4	7	5	62	40	79	51
GECEKONDU	93	11	12	2	2	56	60	24	26

TABLO B5

PEMBE DİZİLERDE ROL ALAN KİŞİLERİN İLİŞKİLERİNDEKİ DEĞERLER

DİKİLİTAŞ	N	1 CEVAP	2 CEVAP	Menfaat Çıkar		Sevgi Saygı		Kin Nefret Kıskançlık		İyilik Yardım		N ¹
				n	%	n	%	n	%	n	%	
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	%	n	%	n	%	n	%	267
APARTMAN	152	132	40	110	64	26	15	29	17	7	4	172
GECEKONDU	93	91	4	39	41	19	20	23	24	14	15	95

TABLO B6

GÜNLÜK HAYATTAKİ KARARLARDA DİZİLERİN ROLÜ

DİKİLİTAŞ	N	UFKU GENİŞLETİYOR		BAZI NOKTALARI DİKKATE ALIYOR		HİÇ ETKİLEMİYOR		DEĞER YARGILARI FARKLI	
		n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245	3	2	20	13	41	27	88	58
APARTMAN	152	3	2	20	13	41	27	88	58
GECEKONDU	93	5	5	24	26	36	39	28	30

TABLO B7

DİZİLERİN MESAJLARININ TÜRK AİLE YAPISINI ETKİLEME DEĞERİ

<i>DİKİLİTAŞ</i>	<i>N</i>	<i>DİNİ DEĞERLERE UYGUNLUK</i>		<i>ÖRF ADETLERE UYGUNLUK</i>		<i>SOSYAL EKONOMİK UYGUNLUK</i>		<i>KİŞİLİK EĞİTİMİNE UYGUNLUK</i>		<i>DİĞER</i>	
		<i>EVEET n %</i>	<i>HAYIR n %</i>	<i>EVEET n %</i>	<i>HAYIR n %</i>	<i>EVEET n %</i>	<i>HAYIR n %</i>	<i>EVEET n %</i>	<i>HAYIR n %</i>	<i>EVEET n %</i>	<i>HAYIR n %</i>
<i>GENEL TOPLAM</i>	<i>245</i>		<i>44 23</i>		<i>92 46</i>	<i>1 20</i>	<i>23 11</i>		<i>41 19</i>	<i>4 80</i>	<i>1 1</i>
<i>APARTMAN</i>	<i>152</i>										
<i>GECEKONDU</i>	<i>93</i>		<i>44 36</i>	<i>1 9</i>	<i>36 28</i>	<i>1 9</i>	<i>10 8</i>	<i>4 36</i>	<i>24 19</i>	<i>5 46</i>	<i>11 9</i>

TABLO B8

DİZİLERİN ÜLKEMİZDE TUTULMA SEBEBİ, ÜLKENİN SOSYO EKONOMİK KÜLTÜR DÜZEYİ

DİKİLİTAŞ	N	HANE BAŞINA DÜŞEN T.V. SIKLIĞI		T.V. İZLEME ORANININ YÜKSEK OLMASI		KANAL SAYISININ FAZLALIĞI		DIŞ ÜLKE T.V. LERİNDEN ALINAN PEMBE DİZİ KALİTESİ		ÇALIŞAN KADINLARIN MESAI SONRASI İZLEMESİ		DİĞER	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245	6	4	23	15	24	16	77	51	20	13	2	1
APARTMAN	152												
GECEKONDU	93	4	4	7	8	26	28	44	47	12	13		

TABLO B9

DİZİLERİN ÜLKEMİZDE TUTULMA SEBEBİ

DİKİLİTAŞ	N	TAKİBİ KOLAY		KADINLARIN SOSYAL FAALİYETİNİN OLMAMASI		GÜNLÜK SORUNLARIN DIŞINDAKİ DÜNYA		HANEDE ÇALIŞAN KADIN SAYISI AZ		ÖZEL SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE FİKİR VERME	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245	48	32	47	31	41	27	6	4	10	6
APARTMAN	152	48	32	47	31	41	27	6	4	10	6
GECEKONDU	93	18	19	20	22	15	16	15	16	25	27

TABLO B10

DİZİLERİN ANA KONUSU

DİKİLİTAŞ	N	KADER HÜZÜN		AŞK İHTİRAŞ İHANET		ŞANS PARA ZENGİNLİK		ŞÖHRET DUYGULAR		MODA TAVIRLAR	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
GENEL TOPLAM	245										
APARTMAN	152	12	8	70	46	18	12	18	12	34	22
GECEKONDU	93	21	23	42	45	13	14	7	8	10	10

TABLO B11

SEVİLEN KADIN KARAKTERLER

DİKİLİTAŞ	N	ASHLEY	CRICKET	BROOKE	NİKKİ	KATHRİN
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	n	n
APARTMAN	152	52	47	13	48	13
GECEKONDU	93	27	35	1	24	9

TABLO B12

SEVİLEN ERKEK KARAKTERLER

DİKİLİTAŞ	N	VICTOR	PAUL	JOHN ABT.	BRAD
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	n
APARTMAN	152	38	25	5	4
GECEKONDU	93	13	11	4	4

TABLO B13

SEVİLMEYEN KADIN KARAKTERLER

DİKİLİTAŞ	N	JILL	BROOKE	MARC	STEFANI	LEANNA
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	n	n
APARTMAN	152	33	15	12	11	6
GECEKONDU	93	34	1	14	1	5

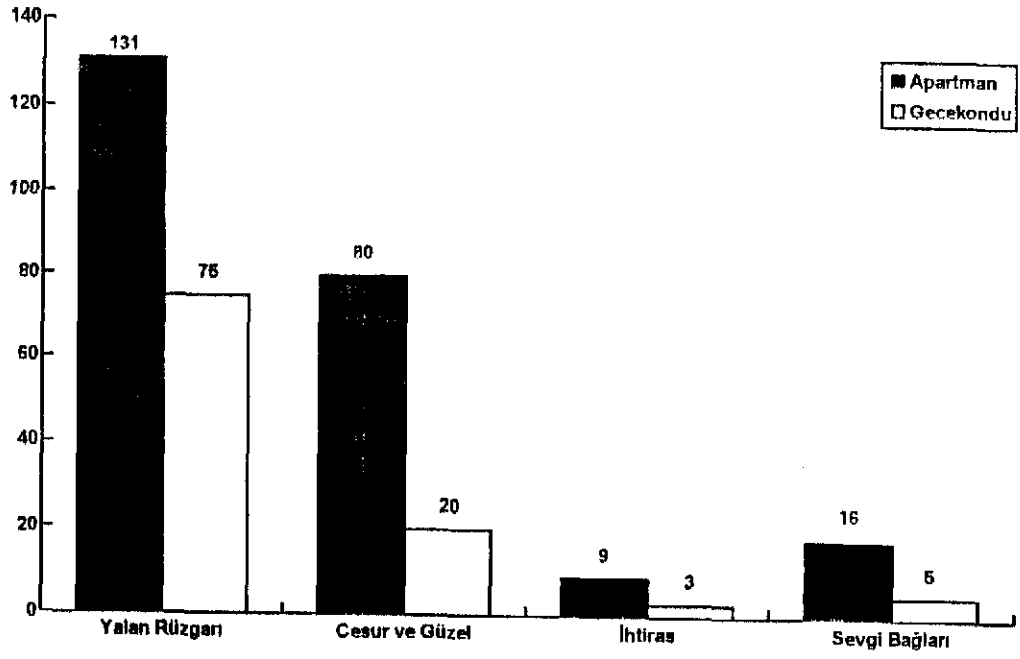
TABLO B14

SEVİLMEYEN ERKEK KARAKTERLER

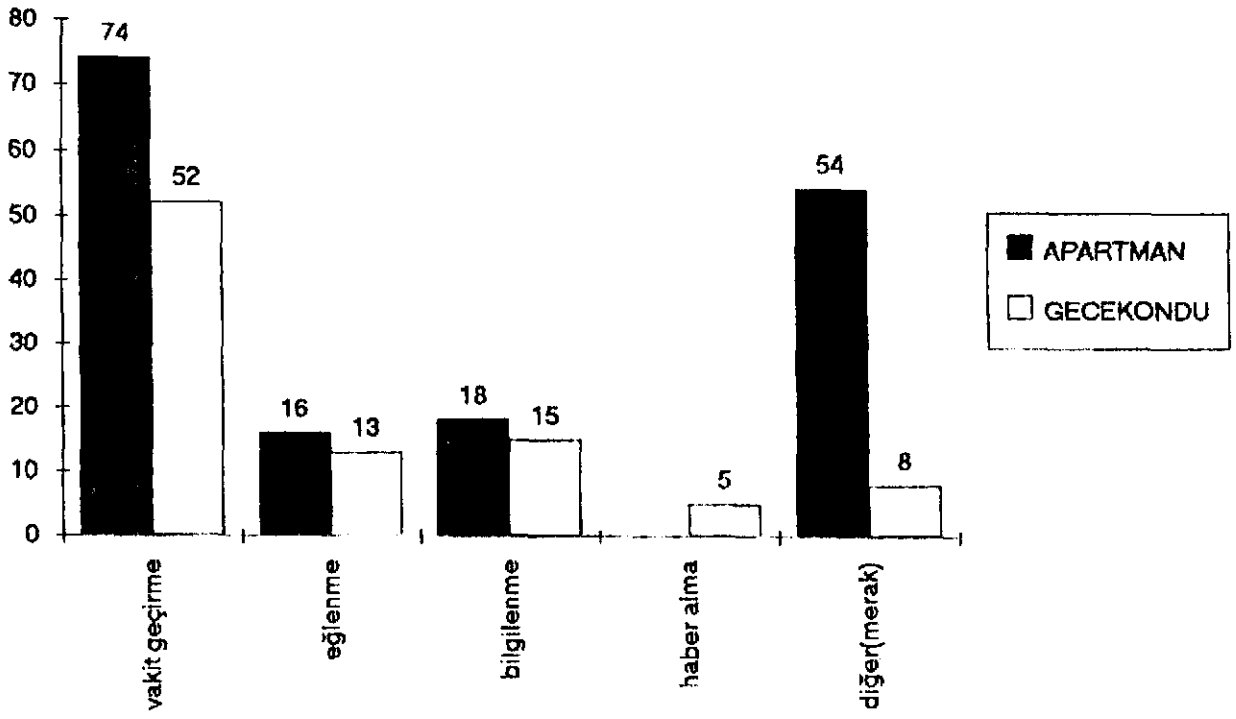
DİKİLİTAŞ	N	JACK ABT.	CLINT	DAVID	EDRIAN
GENEL TOPLAM	245	n	n	n	n
APARTMAN	152	79	25	11	6
GECEKONDU	93	44	5	3	13

TABLO B15

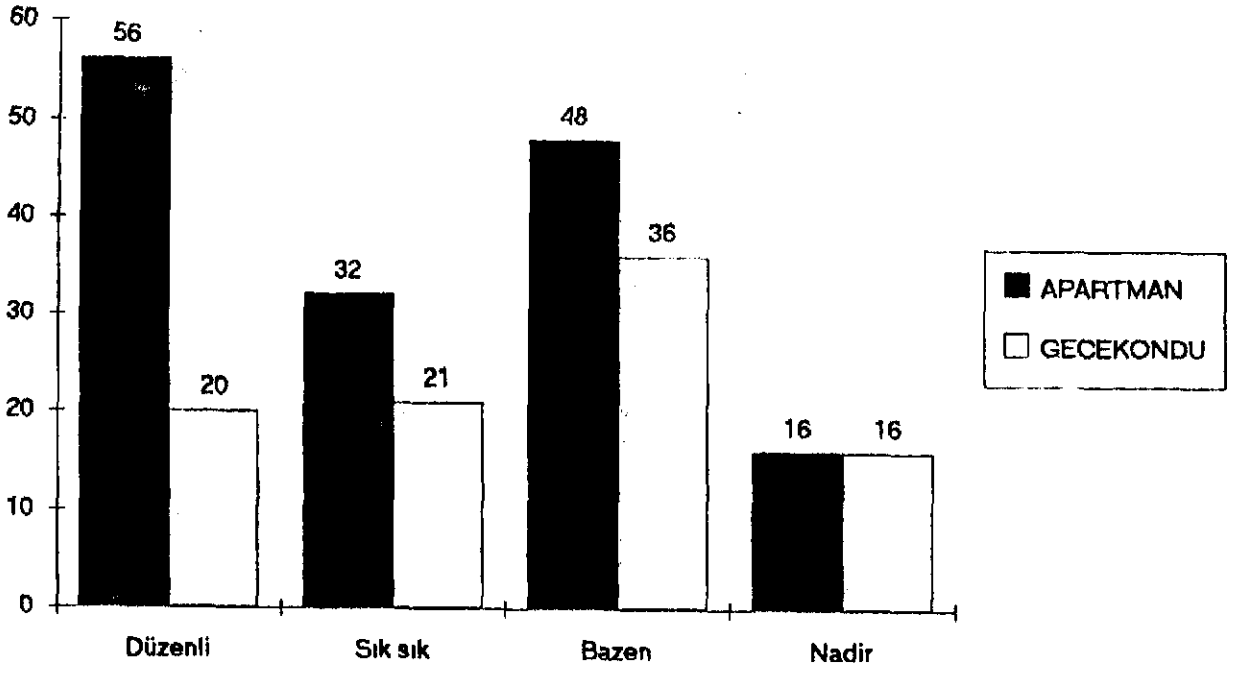
PEMBE DİZİLERDEN İLK AKLA GELENLER



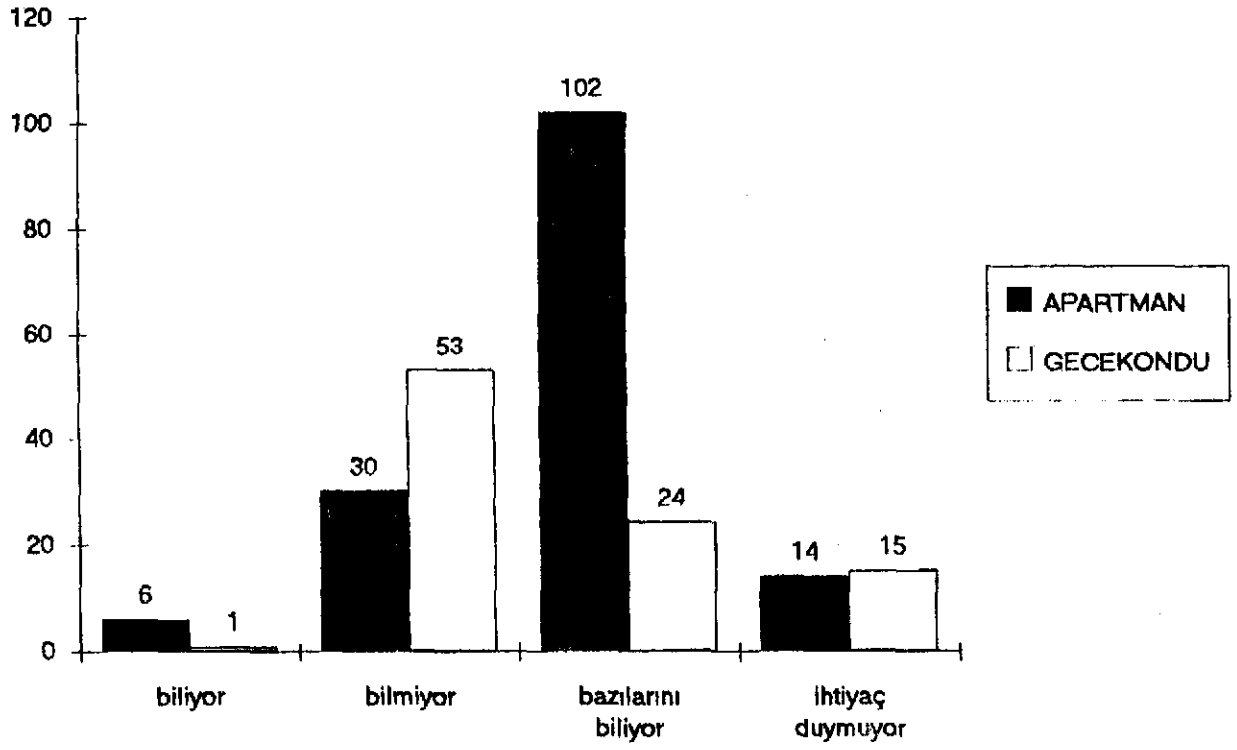
PEMBE DİZİLERİN SEYREDİLME AMAÇLARI



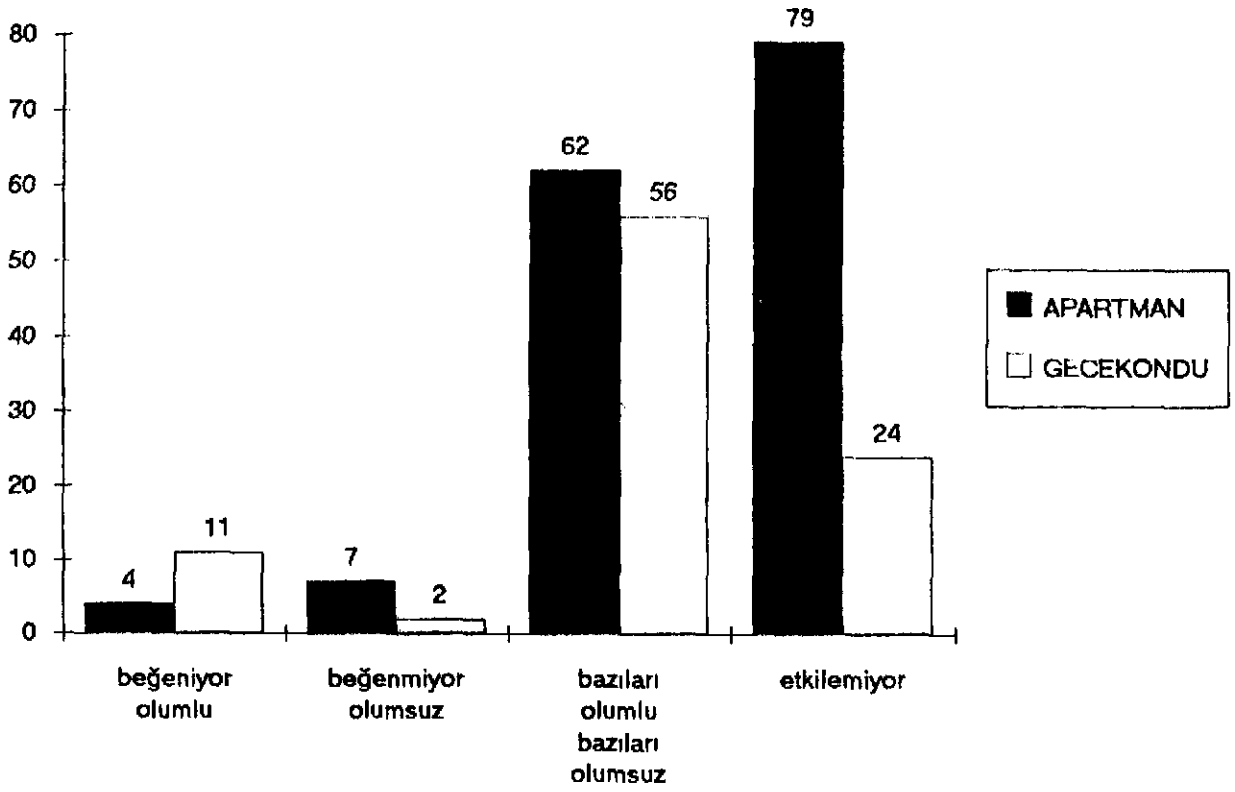
PEMBE DİZİLERİN İZLENME ŞEKLİ



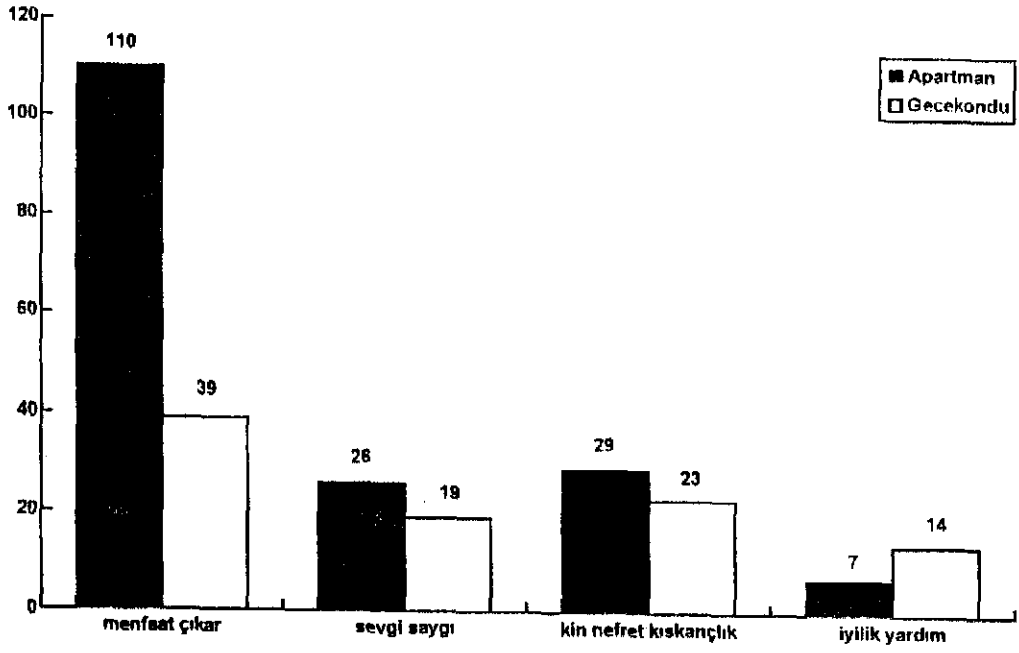
SEYREDİLEN PEMBE DİZİNİN HANGİ ÜLKE YAPIMI, OLAYI, YILI, MEKANI BİLME ORANI



SEYREDİLEN PEMBE DİZİLERİN AİLE YAŞAMINI VE BİREYLERİ ETKİLEMESİ

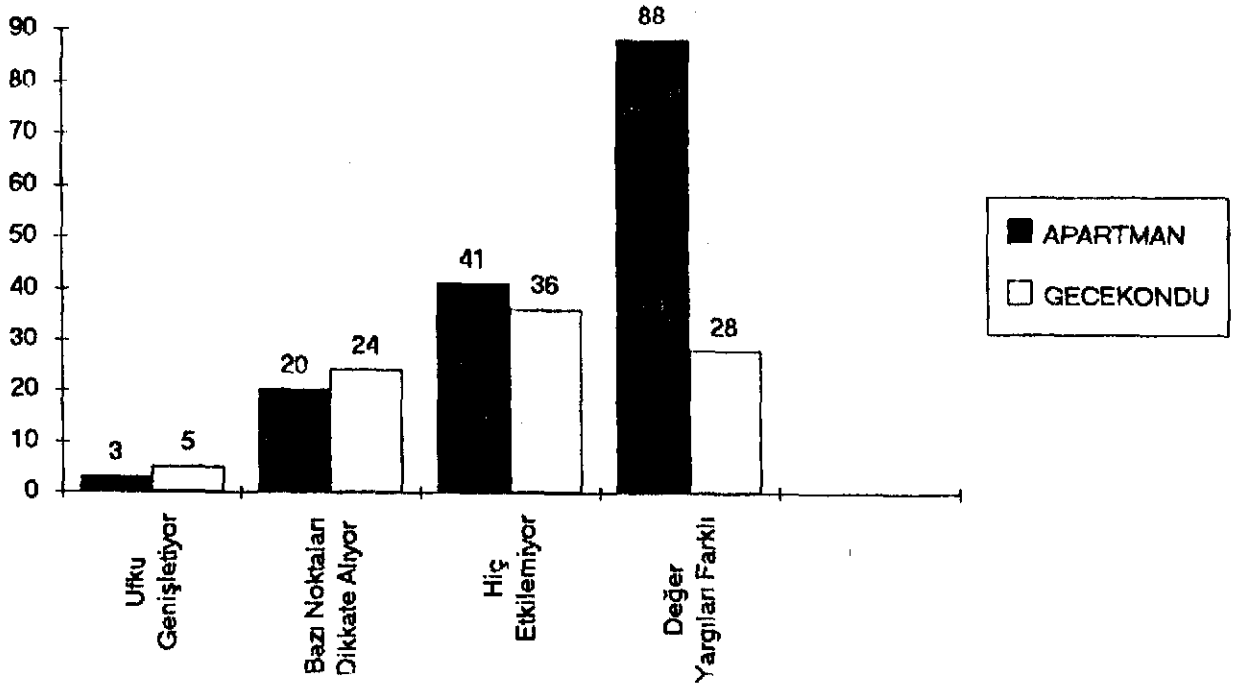


PEMBE DİZİLERDE ROL ALAN KİŞİLERİN İLİŞKİLERİNDEKİ DEĞERLER

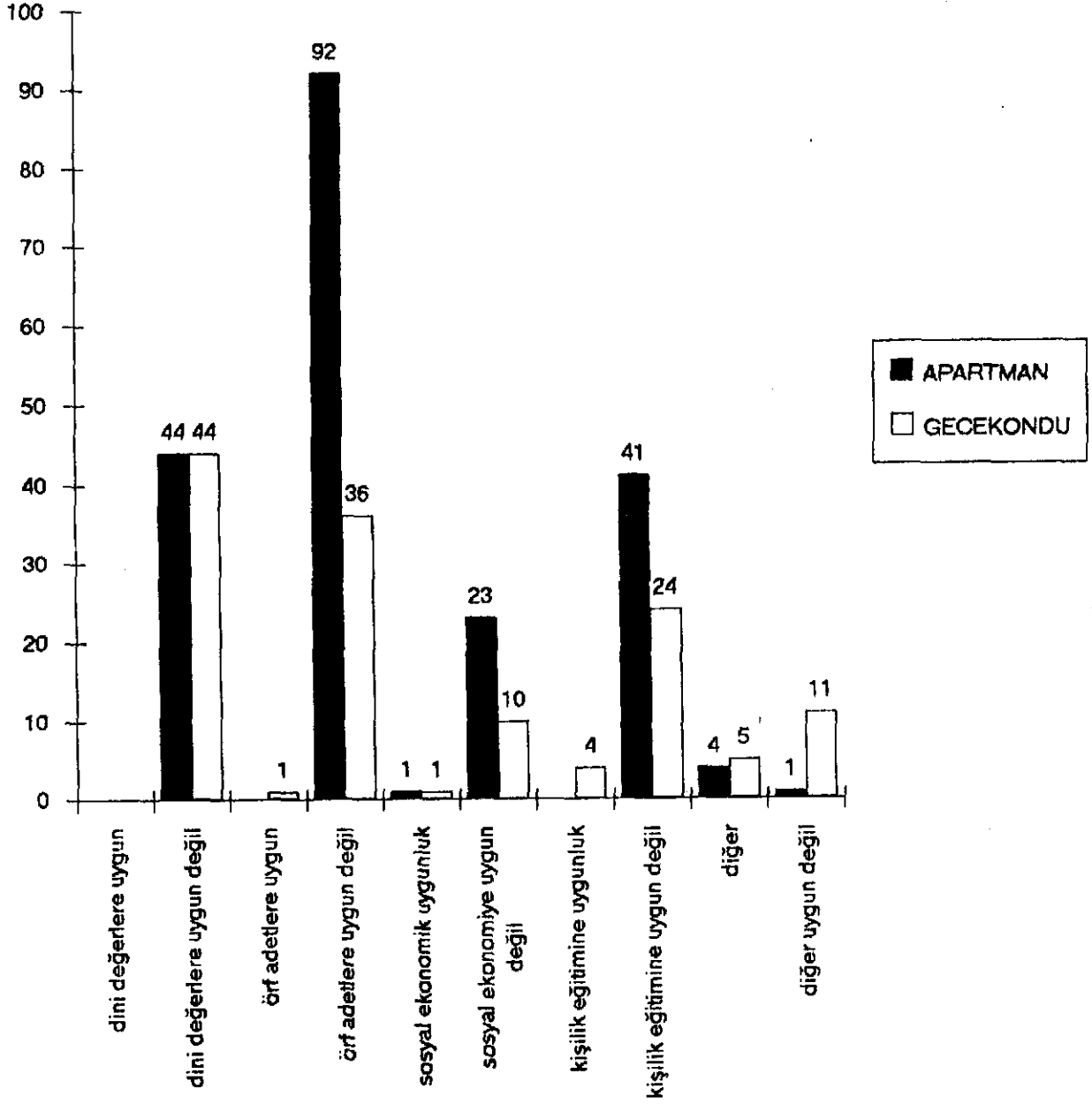


GÜNLÜK HAYATTAKİ KARARLARDA DİZİLERİN ROLÜ

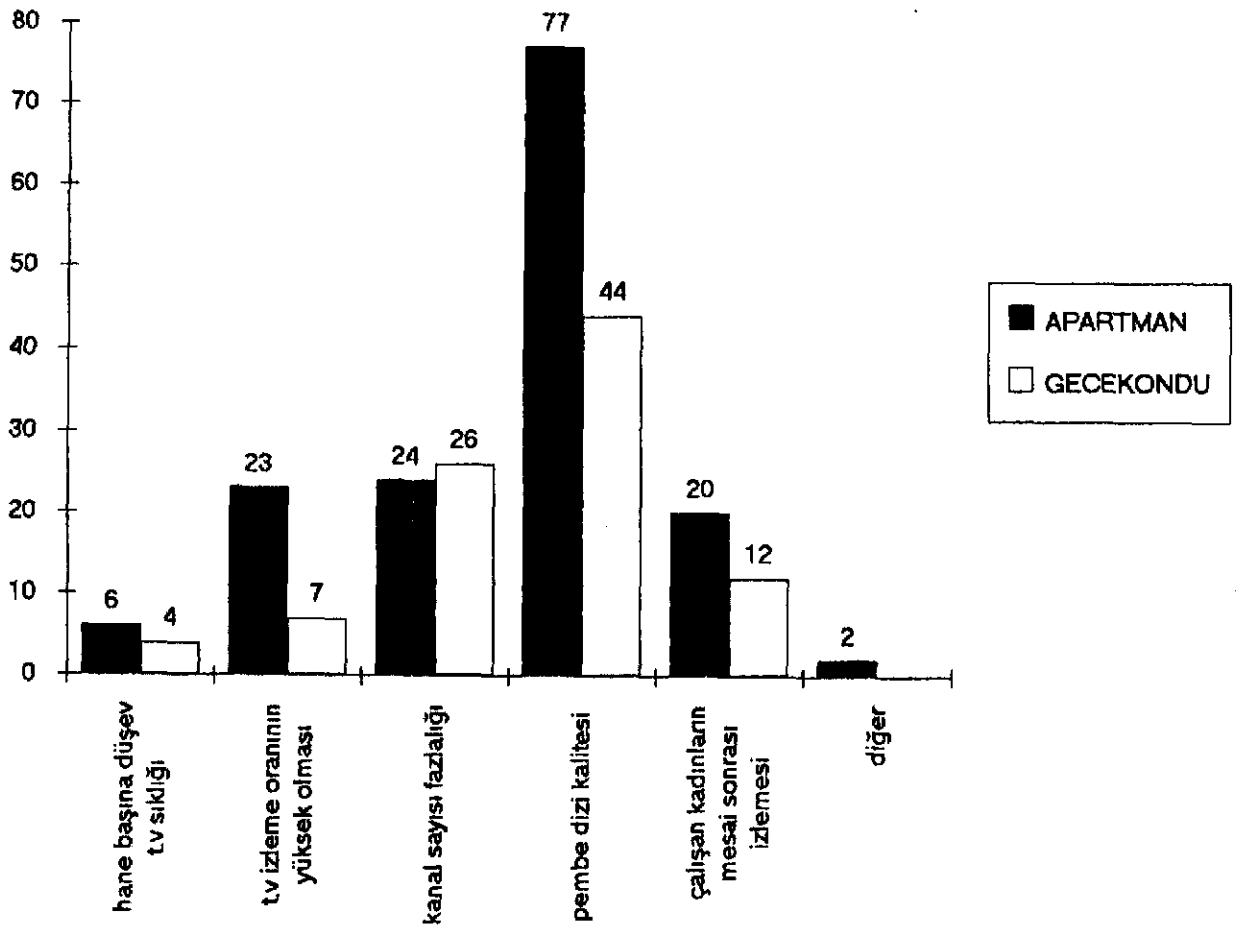
4



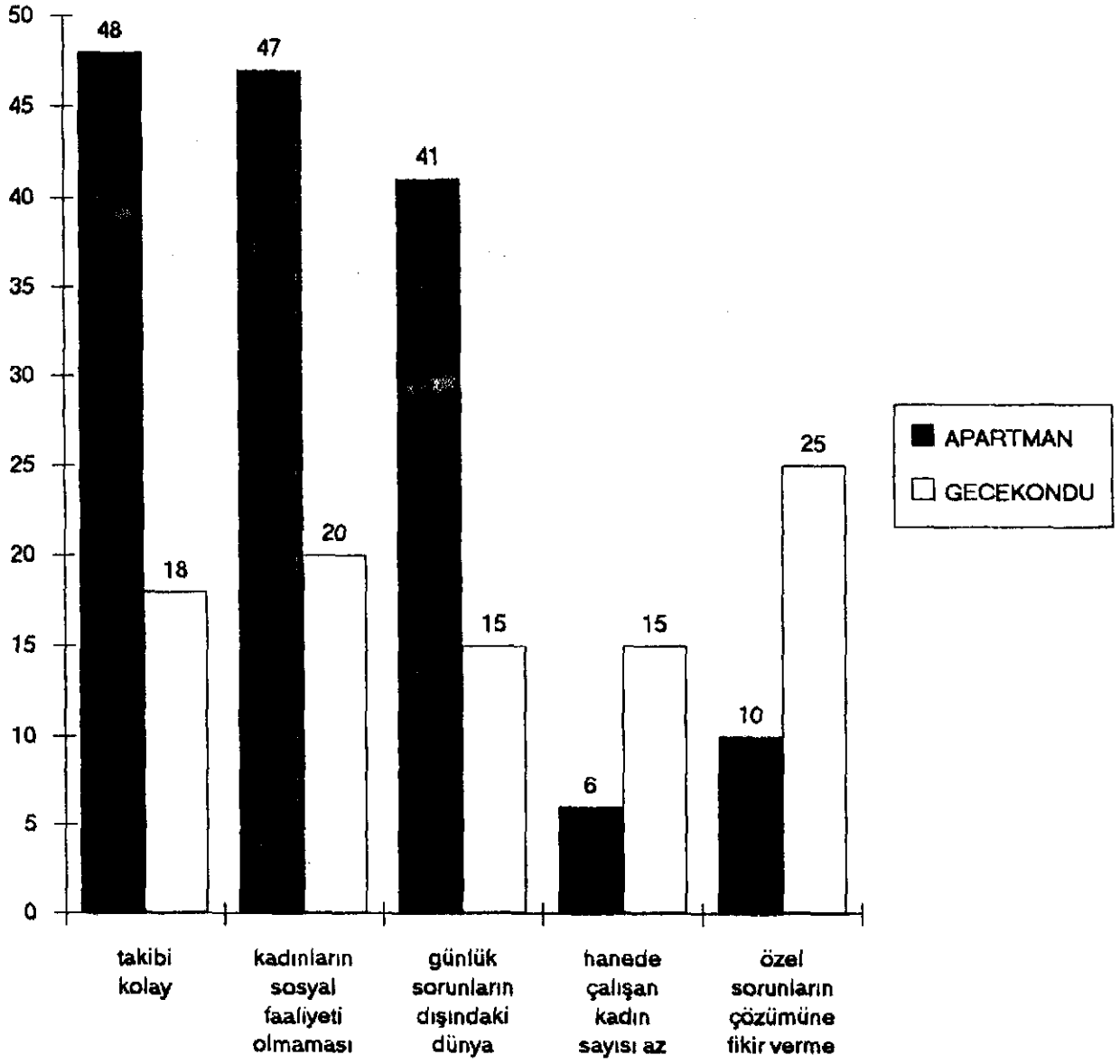
DİZİLERİN MESAJLARININ TÜRK AİLE YAPISINI ETKİLEME DEĞERİ



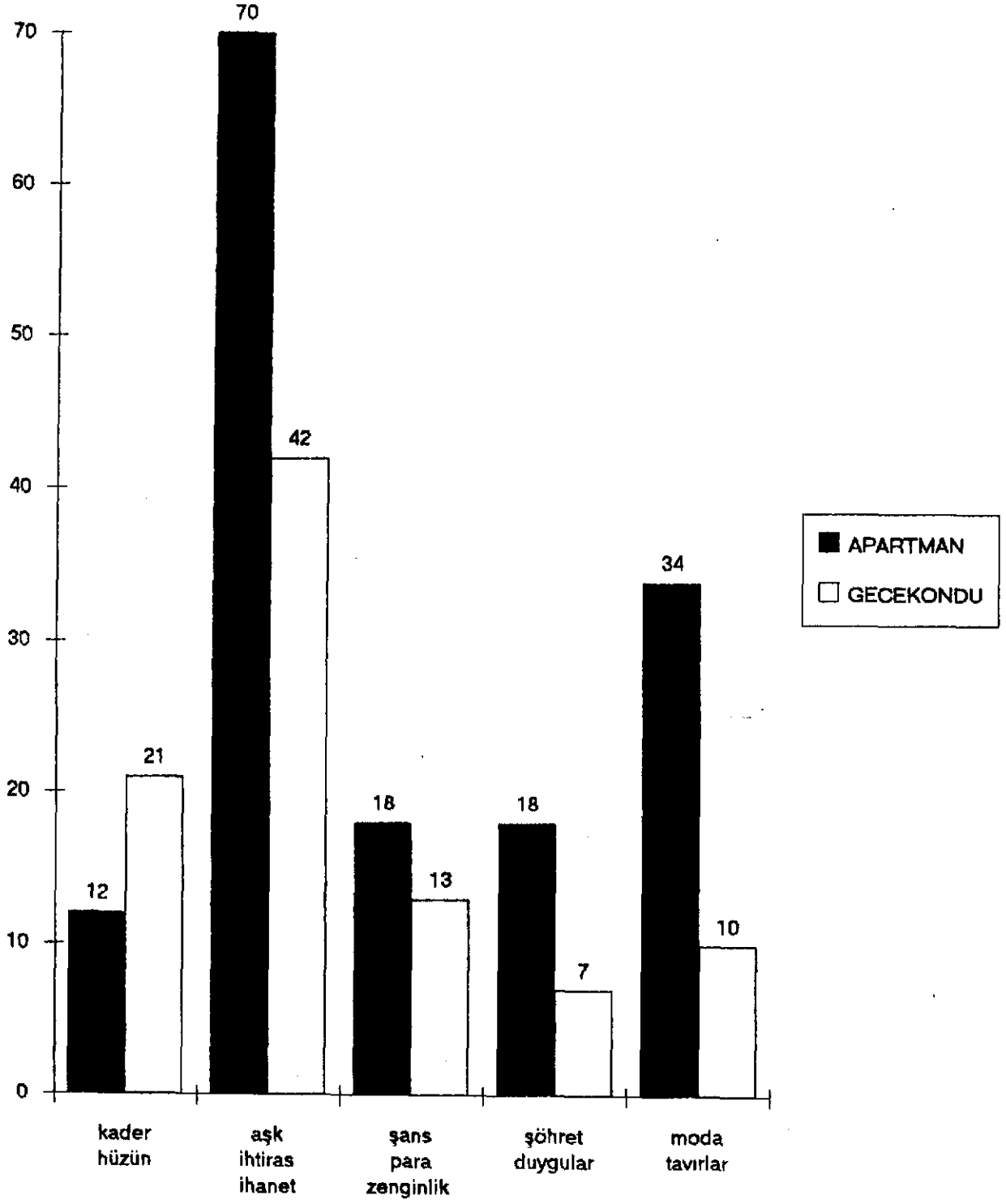
DİZİLERİN ÜLKEMİZDE TUTULMA SEBEBİ ÜLKENİN SOSYO EKONOMİK KÜLTÜR DÜZEYİ



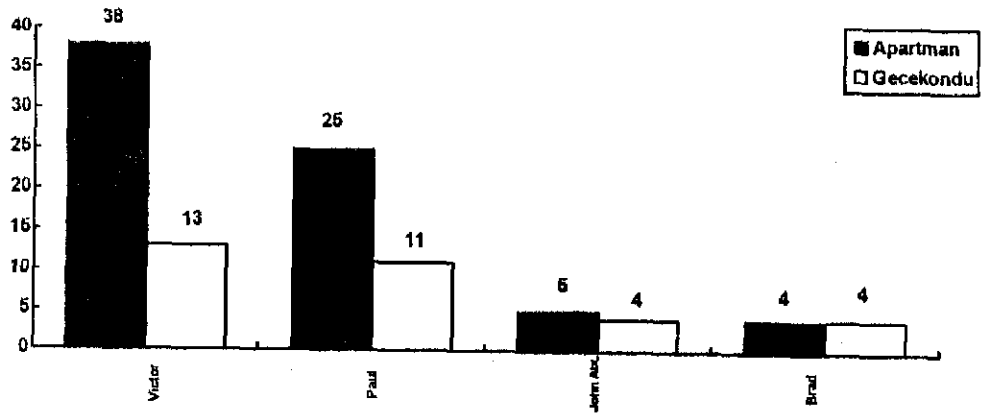
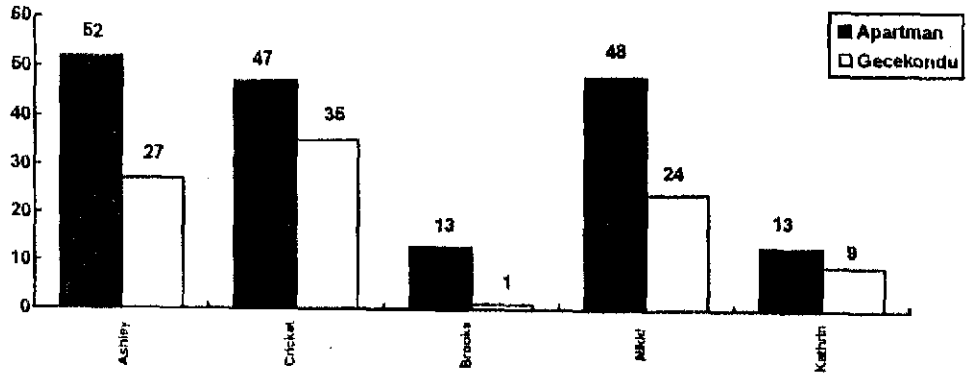
DİZİLERİN ÜLKEMİZDE TUTULMA SEBEBİ



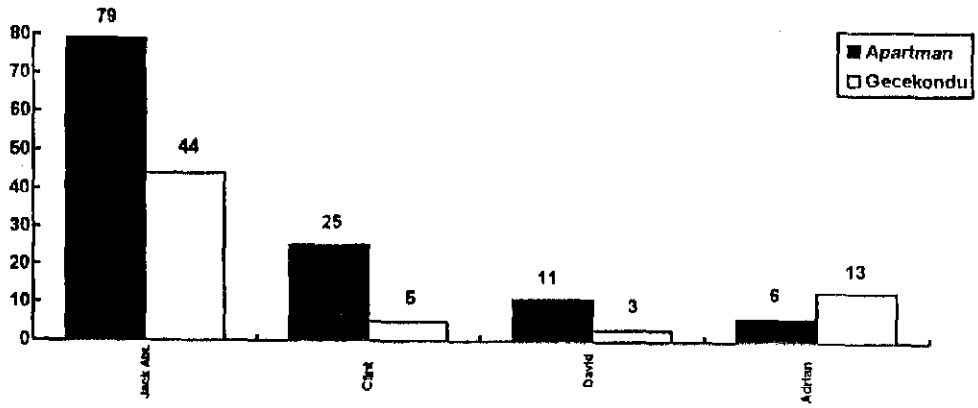
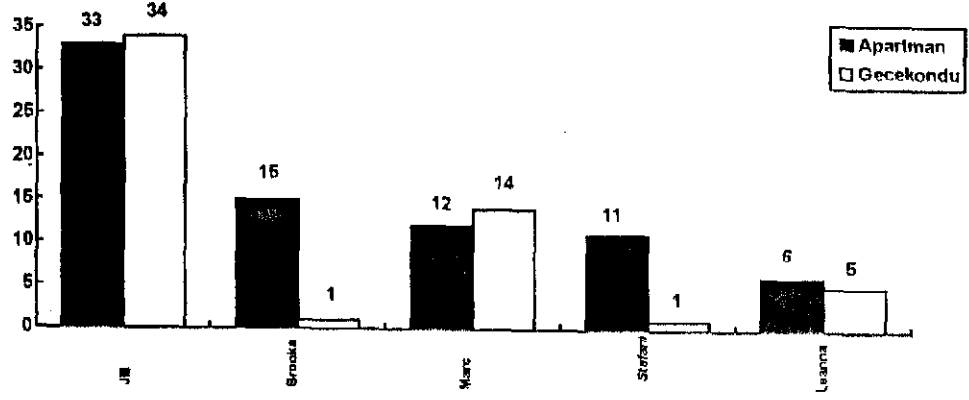
DİZİLERİN ANA KONUSU



PEMBE DİZİLERDE SEVİLEN KARAKTERLER



PEMBE DİZİLERDE SEVİLMİYEN KARAKTERLER



GÖRÜŞÜLENİN**ADI, SOYADI :****HANEDEKİ STATÜSÜ :****İKAMET ADRESİ :****TELEFON****1.00 - DEMOGRAFİK YAPI****1.01 - Hane Nüfusu Kaç Kişi?****1.02 - Görüşülenin**

Cinsiyeti	Yaşı/Doğum tarihi	Doğum Yeri (İl/İlçe/Köy)	Eğitimi	Medeni Hali
-----------	-------------------	-----------------------------	---------	-------------

2.00 - GÖÇ**2.01 - Görüşülenin**

Memleketi Neresi / İstanbul'a Kaç Yılında Geldi / Nereden Geldi / İstanbul'daki
İlk İskan Yeri / Son İskan Yeri

3.00 - SEMT / MESKEN**3.01 - Oturduğunuz Evin Mülkiyeti?**

Ev Sahibi	Kiracı	Kirasız-Kiracı	Lojman	Diğer
-----------	--------	----------------	--------	-------

3.02 - Oturduğunuz Evin Cinsi?

Müstakil ahşap	Müstakil Betonarme	Apartman Dairesi	Diğer
----------------	--------------------	------------------	-------

4.00 - ÇALIŞMA HAYATI / EKONOMİK YAPI**4.01 - Hanede kaç kişi çalışır?****Kimler;**

Adı	İşi	Sektörü	İşteki Statüsü	Aylık Kazancı
-----	-----	---------	----------------	---------------

4.02- Hanenin Aylık Geliri Toplamı Ne kadardır?

5.000.001+

4.500.001 - 5.000.000

4.000.001 - 4.500.000

3.500.001 - 4.000.000

3.000.001 - 3.500.000

2.500.001 - 3.000.000

2.000.001 - 2.500.000

1.500.001 - 2.000.000

1.000.001 - 1.500.000

500.001 - 1.000.000

500.000 -

5 - Pembe dizi arkası yarınlardan şu anda ilk aklınıza gelenler hangileridir.

1- 2- 3- 4- 5-

6- Pembe dizileri ne amaçla izliyorsunuz?

- a) Vakit geçirme
- b) Eēlenme
- c) Bilgilenme
- d) Haber alma
- e) Diēer

7- Pembe dizileri izleme şekliniz? periyodunuz nasıl?

- a) Düzenli olarak, hiç bir bölümünü kaçırmadan
- b) Sık sık seyredirim
- c) Bazen, vakti buldukça
- d) oldukça nadir, yapılacak bir işim olmadıēı vakit
- e) Diēer

8- Bu dizilerde size yakın hissettiginiz kişiler kimler? Neden?

1- (Dizi adı) 2- 3-

9- Kızdıēınız kişiler kimler? Neden?

1- 2- 3-

10- Seyrettiginiz pembe dizinin hangi ülke yapımı, olayın hangi yılda, zamanda ve nerede getiēini bilerek mi izliyorsunuz?

- a) Evet
- b) Hayır
- c) Bazılarını
- d) Buna ihtiyaç duymuyorum

11- Televizyondaki bu pembe dizilerdeki aile içi hayat tarzı, sizin gelişiminizde nasıl etkili oluyor?

- a) Beēeniyorum, olumlu yönde etkiliyor
- b) Beēenmiyorum, olumsuz yönde etkiliyor
- c) Bazıları olumlu, bazıları olumsuz yönde etkiliyor
- d) Diēer

12- Bu pembe dizilerde rol olan kişilerin birbirleri ile olan ilişkileri sizce hangi deēerlere göre oluşuyor.

- a) Karşılıklı menfaat ve çıkar
- b) Karşılıklı sevgi ve sayēı
- c) Karşılıklı kıskançlık, kin ve nefret
- d) Karşılıklı iyilik ve yardım
- e) Diēer

13- Günlük hayatta aldığınız kararlarda bu dizilerin oynadığı bir rol varmı? Nasıl?

- a) Ufkumu genişletiyor , olaylara farklı açılardan bakabiliyorum
- b) Dikkate aldığım bazı noktalar oluyor
- c) Gerçek bir bilgi veremediği için beni etkilemiyor
- d) Değer yargıları farklı, benim yaşam tarzıma uymuyor
- e) Diğer

14- Bu filmlerde verilen mesajlar sizce Türk aile yapısına ve değerlerine uygun mu?

- a) Evet
 - () Dini değerlerimize uyuyor
 - () Örf ve adetlerimize uyuyor
 - () Sosyal ve ekonomik düzeylerimize uyuyor
 - () Kişilik yapıma ve aldığım eğitime uyuyor
 - () Diğer
- b) Hayır
 - () Dini değerlerimize uymuyor
 - () Örf ve adetlerimize uymuyor
 - () Sosyal ve ekonomik düzeylerimize uymuyor
 - () Kişilik yapıma ve aldığım eğitime uymuyor
 - () Diğer

15- Sizce bu dizilerin tüm dünyada olduğu gibi ülkemiz de de çok tutulmasının sebebi nedir?

- a) Ülkenin sosyo-ekonomik ve kültürel düzeyine göre
 - () Hane başına düşen televizyon sayısının sıklığı
 - () Televizyon izlenme oranının yüksek olması
 - () Kanal sayısının fazlalığı
 - () Yabancı ülke TV kuruluşlarından, yapımcılarından alınan pembe dizilerin kaliteli olması
 - () Çalışan kadınların mesai bitiminden sonra da izleme fırsatları olması
 - () Diğer
- b) Kişilerin sosyo-ekonomik ve kültürel düzeylerine göre
 - () Dizilerdeki konunun sıkça tekrarlanması ve kolay anlaşılabilir olması / Takibi kolay
 - () Hanedeki çalışan kadın sayısının az olması
 - () Hanedeki kadınların evin dışında sosyal faaliyetlerinin az olması
 - () İnsanları günlük sorunlarının dışında bir dünyaya çıkarması
 - () Özel sorunların çözümünde fikir alabilme imkanı olması
 - () Diğer

16- Sizce bu diziler ne anlatıyor. Ana konusu nedir?

- a) Keder ve hüzn
- b) Aşk, ihtiras ve ihanet
- c) Şans, para ve zenginlik
- d) Şöhret ve duygular
- e) Giysiler, hareketler ve moda
- d) Diğer

