

The Journal of Academic Social Science Studies



International Journal of Social Science

Volume 6 Issue 1, p. 989-1010, February 2013

TV DİZİLERİ YOLUYLA YENİDEN ÜRETİLEN TÜKETİM KÜLTÜRÜ

RECONSTRUCTED CONSUMER IDEOLOGY BY TV SERIALS

Doç. Dr. Nesrin KULA

Afyon Kocatepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema ve Televizyon Bölümü

Abstract

The early uses of the concept of “consume” means "to destroy, to spend, to waste, to finish". Today it is described as “to finish” and “the act of extravagance”. Consume can be taken as a term which is located in between the concepts of production and destruction. The concept of consumption has a meaning evolves through the conception such as to transform, to overcome, even the self destruction.

Jean Baudrillard describes the consumption as a semiotic system that regulated through codes and rules. The new subjects of consumer culture make their way of consumption a life project, instead of accepting without thinking about it. By the way of bringing together their clothes, lifestyle practices, their appearance and their bodies, around this life project, they exhibited their own subjectivity and appreciation to others. Accordingly styles of consumption become an element of the people’s identity. The subjects use the commodities in order to express their identities and by the way becomes

that the status of people in a community can only be measured through their consumption.

TV series, also gives information to individuals about lifestyles which is created by infinite consumption objects. Beautiful houses, dazzling clothes, expensive cars, valuable gifts, jewelleries, and parties are the striking examples which can be given from the world of TV series that reflects power of money. The marriage with a rich man is expressed in TV serials as the indication of life happiness. Parties and marriage ceremonies becomes much more grand and imposing, and also in night soap operas there can be seen so many rich people that can never seen in any other type of programme in such amount. From this perspective, these soap operas seem to be a serial type only about the life's of the riches. Through soaps, viewers are invited to desire rich life; extravagant clothes, houses, jewels, in short everything about wealth.

In this study it will be examined in the TV serials that establishment of consumer culture through the characters, the information provided about wealth and luxurious way of life, and the identities created through which the products of consumption and the codes attributed to them. In selected ten series, it will be analyzed that the produced world of meaning, the reproduction of the consumption ideology and the constructed role models of women and men.

Key Words: Consumer Culture, TV Serials, Consumer Ideology, Identity, Role-Model

Öz

“Tüketme” teriminin en erken tarihli kullanımlarından biri “tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek” anlamlarını taşımaktadır. Bugün ise tüketmek; “bitirmek” veya “üretken şekilde savurganlık” olarak tanımlanmaktadır. Tüketimin; üretimle yok etme arasında bir terim olduğu düşünülmektedir. Tüketim kavramında; kendini yok etmeye, aşmaya, dönüştürmeye yönelik bir anlam bulunmaktadır.

Jean Baudrillard, tüketimi kodlar ve kurallarla düzenlenmiş bir göstergeler sistemi olarak tanımlamaktadır. Tüketim kültürünün yeni özneleri, kendi tüketim tarzlarını, üzerinde düşünmeden benimsemek yerine, bir yaşam projesi haline getirmektedirler. Giysilerini, yaşam pratiklerini, görünüşlerini ve bedenlerini bu yaşam projesi etrafında bir araya getirerek kendi özelliklerini ve beğenilerini diğerlerine teşhir etmektedirler. Tüketim tarzları kişilerin kimliklerinin birer unsuru haline gelmektedir. Özneler kimliklerini ifade etmek amacıyla metaları kullanmakta ve kişilerin toplum içindeki statüsü tükettikleri ile ölçülür hale gelmektedir.

TV dizileri, bireylere tüketilecek sonsuz nesnelere yoluyla oluşturulacak yaşam tarzları ile ilgili bilgiler vermektedir. Güzel evler, göz kamaştırıcı

kıyafetler, pahalı arabalar, değerli hediyeler, mücevherler, partiler paranın yapabildiklerine TV dizilerinin dünyasından verilebilecek ilk örnekler arasında yer almaktadır. Dizilerde, zengin biriyle evlenmek mutlu olunacağına işaret etmektedir. Partiler ve evlilik törenleri, büyük ve görkemli olmakta; gece soap operalarında hiçbir program türünde olmadığı kadar çok zengin insana rastlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bu diziler zenginlerin hayatını anlatan bir dizi türü gibi görünmektedir. Diziler yoluyla, izleyiciler, abartılı kıyafetleri, evleri, mücevherleri, kısacası zenginliğe dair herşeyi istemeye, bu zengin yaşamı arzulamaya davet edilmektedir.

Çalışmada TV dizilerinde yer alan karakterler yoluyla tüketim kültürünün oluşturulması, zenginlik ve lüks yaşam tarzına ilişkin bilgilerin verilmesi, tüketilecek ürünler ve ürünlere atfedilen kodlar yoluyla oluşturulabilecek kimlikler incelenecektir. Seçilen dizilerde üretilen anlam dünyası, yeniden üretilen tüketim ideolojisi ve oluşturulan kadın ve erkek rol modelleri çözümlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kültürü, TV Dizileri, Tüketim İdeolojisi, Kimlik, ol-Modeli

GİRİŞ

Raymond Williams'ın da işaret ettiği gibi, "tüketme" kelimesi, "tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek" anlamına gelmektedir. Bu perspektiften bakıldığında, israf, çarçur etme, ifrat (aşırı harcama) olarak kavranan bu kültür, kapitalizmin devamlılığına hizmet etmektedir. Tatil yerleri, check-up merkezleri, kondisyon salonları, büyük mağazalar ve alışveriş merkezleri sözü edilen tüketim kültürünün yer değiştirmelerine ve dönüşümlerine olanak sağlamaktadır.

Jean Baudrillard, tüketimi kodlar ve kurallarla düzenlenmiş bir göstergeler sistemi olarak tanımlamaktadır. Tüketim kültürünün yeni özneleri, kendi tüketim tarzlarını, üzerinde düşünmeden benimsemek yerine, bir yaşam projesi haline getirmektedirler. Giysilerini, yaşam pratiklerini, görünüşlerini ve bedenlerini bu yaşam projesi etrafında bir araya getirerek kendi öznelliklerini ve beğenilerini diğerlerine teşhir etmektedirler. Tüketim tarzları kişilerin kimliklerinin birer unsuru haline gelmektedir. Özneler kimliklerini ifade etmek amacıyla metaları kullanmakta ve kişilerin toplum içindeki statüsü tükettikleri ile ölçülür hale gelmektedir. Tüketim kültürü içinde yaşayan birey, kişisel tercihlerine göre, ürünleri, giysileri, görünüşleri seçerken bir yaşam tarzı oluşturmaktadır.

TV dizileri, bireylere tüketilecek sonsuz nesnelere yoluyla oluşturulacak yaşam tarzları ile ilgili bilgiler vermektedir; güzel evler, göz kamaştıran kıyafetler, pahalı arabalar, değerli hediyeler, mücevherler, partiler paranın yapabildiklerine TV dizilerinin dünyasından verilebilecek ilk örnekler arasında yer almaktadır. Dizilerde, zengin biriyle evlenmek mutlu olunacağına işaret etmektedir. Partiler ve evlilik törenleri, büyük ve görkemli olmakta; gece soap operalarında hiçbir program türünde olmadığı kadar çok zengin insana rastlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bu diziler zenginlerin hayatını anlatan bir dizi türü gibi görünmektedir.

Diziler yoluyla, izleyiciler, abartılı kıyafetleri, evleri, mücevherleri, kısacası zenginliğe dair herşeyi istemeye, bu zengin yaşamı arzulamaya davet edilmektedir.

Çalışmada TV dizilerinde yer alan karakterler yoluyla tüketim kültürünün oluşturulması, zenginlik ve lüks yaşam tarzına ilişkin bilgilerin verilmesi, tüketilecek ürünler ve ürünlere atfedilen kodlar yoluyla oluşturulabilecek kimlikler incelenecektir. Seçilen dizilerde üretilen anlam dünyası, yeniden üretilen tüketim ideolojisi ve oluşturulan kadın ve erkek rol modelleri çözümlenecektir.

1. TÜKETİM KÜLTÜRÜ

“Tüketme” teriminin en erken tarihli kullanımlarından biri “tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek” anlamlarını taşımaktadır. Bugün ise tüketmek, “üretken şekilde savurganlık” olarak yeni bir tanımla karşımıza çıkmaktadır. Tüketimin; üretimle yok etme arasında aracı bir terim olduğu düşünülmektedir.

Tüketim yeni dünyanın ideolojisi olarak tanımlanmakta ve “daha fazla tüketim, daha fazla üretim ve daha fazla refah” anlamına gelmektedir. Jean Baudrillard, tüketim toplumunun tek nesnel gerçekliğinin tüketim fikri olduğunu düşünmektedir. Çünkü, toplum, tükettiği ölçüde kendini yeniden düşünsel düzeyde üretebilmektedir. Böylelikle, tüketim kültürünün değerleri yeniden üretilmiş olmaktadır. Örneğin; “Bana fırlatıp attığım şeyi söyle sana kim olduğunu söyleyeyim” (Baudrillard, 1997:39) sözü tüketim toplumunun ideolojisini açıklayan sloganlardan biri haline gelmektedir.

Tüketimin hızla arttığı günümüzde tüketiciler, kendilerine yaramayan ancak statü kazandıran, ilgi uyandıran ürün ve hizmetlere yönelmektedirler. Ürünler hiyerarşisi üzerinden yapılan tercihler adeta kendini ifade etme biçimine dönüştürülmüştür. Çeşitli düzeylerde ve biçimlerde oluşan tüketim, toplumla sıkı sıkıya bağlantı ve aidiyet kurulan bir alan haline gelmektedir. Robert Bocoock (1997:58) günümüz tüketicilerini tanımlarken şu ifadeyi kullanmaktadır;

“Modern tüketiciler fiziksel olarak pasif ama, zihinsel olarak çok meşguldürler. Tüketim her zamankinden fazla kafada çözülmesi gereken bir deneyim, beyinsel ve zihinsel bir olgudur. Yalnızca vücudun gereksinimlerini karşılayan basit bir süreç olmaktan çıkmıştır. Bu şekilde yabancılaşma ve uzaklaşma modern tüketim kalıplarına da girmiştir.”

Tüketici artık, bir ürünü arzu eden, satın alan ve kullanan bir birey olarak görülmemektedir. Bu açıdan bakıldığında tüketim, birey ile toplum arasında bir bağlantı aracı haline gelmekte ve bireyin kendini tanımladığı anlam aktarmaya yarayan simgesel bir kavram olarak görülmektedir. Baudrillard ise, tüketimi kodlar ve kurullarla düzenlenmiş bir göstergeler sistemi olarak tanımlamaktadır. Marksist yaklaşıma göre; tüketim toplumu, değerlerini kaybetmiş, kendine yabancılaşmış sadece tüketmek için yaşayan, markalara tapan bireylerin oluşturduğu bir toplum olarak tanımlanmaktadır. Hatta; “biraz daha ileri giderek; ulusal bilinçle dışarıdan ürün alıp tüketmek ülkenin kaynaklarının kullanılmasının ve dışa bağımlı olmanın nedeni olarak görülebilmektedir” (Odabaşı, 1999:5). Tüketimin, insanın özgürlüğünü elinden aldığı, başkalarına bağımlı kıldığı, gerçek mutluluk ve refahın nesne tüketiminden geçmediğini ileri süren görüşler de bulunmaktadır. Böylece tüketim bireysel ve toplumsal taleplermiş gibi gözükse de gerçekte bir manipülasyon alanı olarak işlemektedir.

Tüketime yönelik eleştirilerin temelinde; tüketimin, aşırı israf ile eş anlamlı olarak tanımlanması yatmaktadır. Oysa ki; liberalist bakış açısıyla, tüketimin tanımındaki en önemli unsur ihtiyaç tatmini olarak ele alınmaktadır. Tüketimin anahtar ögesi olan ihtiyaçların tatmini, neo-klasik ekonomi kuramına göre, mutluluğun gelmesini sağlamaktadır. Serbest piyasa ekonomisinin tüketim modeli, tüketici merkezli olarak tanımlanmaktadır. “Tüketici, hayattan zevk almak için araştırarak mantıklı seçimler yapan birey olarak görülmektedir” (Lunt & Livingstone, 1992:2). Bu bakış açısına göre, tüketicilerin hangi fiyata, hangi ürünü alacaklarını seçmekte özgür olduğu düşünülmektedir. Bu özgürlük, insan istek, ihtiyaç ve duygularını, pazar ekonomisi kuralları içinde eşyalarla ilişkilendirmektedir. Böylece malın kullanım değeri, değişim değerinin gerisinde kalmakta ve onu toplumun hafızasından silmektedir. Böylece, “gerçek tüketici, yanılsamaların tüketicisi haline gel[mektedir]” (Debord, 1996:29). Malların alınıp satılabilmesinin oluşturduğu özgürlük ortamının yarattığı illüzyonlar, yaşamın estetize edilmesi anlayışını doğurmaktadır.

Tüketim olgusu ile, sosyo-kültürel dünyanın ve ekonomik süreçlerin, belirleyeni ve yönlendireni olarak gündelik hayatta giderek daha fazla karşılaşılmaktadır. Bu durum kendi içindeki anlam ve semboller aracılığı ile ilişki kurduğu, insanın metalaştığı yeni bir dünya düzenine zemin oluşturmaktadır. Bu, öylesine büyük bir hızla olmaktadır ki, tüketim bir toplumsal tavır, toplumsal bir yönetim biçimi ve en sonunda ideoloji haline gelmiş toplumsal bir erk haline gelmektedir.

1.1. Tüketim Toplumunun Tarihsel ve Kültürel Gelişimi

Batı kapitalizminde yirminci yüzyılın sonlarına doğru karşılaşılan tüketim olgusuna yalnızca ekonomik bir süreç olarak değil, gösterge ve sembollerin de içinde yer aldığı sosyal ve kültürel bir süreç olarak bakılması gerekmektedir. 1980’ler boyunca, post-modernizm tartışmaları ile birlikte, tüketim; sosyoloji ve sosyal kuram içinde önemli bir kavram haline gelmiştir.

Tüketim toplumu, genellikle püriten ahlak ilkelerinin karşıtı bir hayat tarzını önerdiği için eleştirilmektedir. İlk püriten kapitalistlerin çok çalışma ve lükse az para sarfetme üzerine kurulu bir ahlak sistemleri bulunmaktadır. Bu ahlak sisteminde kazanılan artı-para işletmeleri geliştirmek için kullanılmaktadır. Tüketimin ertelenmesini öngören bu Kalvenist disiplin kapitalizmin gelişmesine katkı sağlamıştır. Kalvenist disiplin ve püritan ahlak ilkeleri, üretim fazlasının tükettirilmesine yönelik Fordist taktikler ile ortadan kalkmıştır.

Gelişen işletmelerle birlikte, Fordist üretim teknikleri ile kitlelerin tüketimine yönelik kitlesel üretimler ortaya çıkmıştır. Özellikle; İkinci Dünya Savaşından sonra pek çok üretim alanında artışlar ortaya çıkmıştır. Otomobil, kimya elektrik-elektronik, uçak...vb. endüstri alanlarında artan üretim artışları tüketimin sınır tanımayan bir biçimde genişlemesine neden olmuştur.

Gramsci tarafından Fordizm diye adlandırılan dönemde, Henri Ford’un amacı fabrikasında üretilen otomobilleri, üreticilerine yani işçilerine satmaktı. Bu nedenle maliyeti düşük, standart biçimde kitlesel tüketim için araçlar üretti. Bant sistemi ile üretilen bu otomobillerin başlangıçta hepsi siyahtı. Fordist seri üretim ve toplu tüketim dönemlerinde yeni tüketici grupları türedi. Bunlar; “henüz anne-babaları ile birlikte yaşamakta olup oldukça yüksek ücretli işlerde çalışan genç kadın ve erkeklerdi. Onları izleyen sırada, yeni çıkan

dayanıklı tüketim mallarına sahip olmak, donmuş balık, hazır körili yemek gibi yenilikleri deneyebilmek amacıyla ücretli işlerde çalışmaya başlamış kadınlar geliyordu.” (Bocock, 1997:31). Fordist üretim teknikleri ile üretilen, kitlesel tüketime yönelik bu kültür, Frankfurt Okulu düşünürleri tarafından “kitle kültürü” olarak adlandırılmakta; standart olması, aynı anda çok fazla üretilmesi, elit kültürü yozlaştırması ve yabancılaşmaya neden olması ... gibi nedenlerle eleştirilmektedir.

Tüketim kültürünün, kitle kültüründen farkının, post-fordist üretim teknikleri ile, daha esnek, bireysel farklılıklar ve istekler gözetilerek üretim yapılması olduğu düşünülmektedir. Post-modernizm ile birlikte özne önplana çıkmış ve kişiye özel, sipariş niteliği taşıyan ürünlere, özel tasarım ve kalite olarak yüksek standartlara sahip ürünlere yönelik ilgi artmıştır. Günümüzün uygar toplumları bu dönemde yer almaktadır.

Post-Fordist sistemler işçilerden eskisine oranla çok fazla şey istemektedir. Daha karmaşık olan yeni teknolojileri anlayabilmek için, daha fazla beceriye ve daha iyi eğitime ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yeni teknolojiler, işçilerin daha fazla sorumluluk alabilmeleri ve daha özerklikle çalışabilmelerini gerektirmektedir. İşçiler farklılaştığından, daha farklı yaşam biçimleri ve kültür araçları istemeye başlamaktadırlar (Ritzer, 1998:219-220).

Post-Fordizmin öğeleri modern dünyada ortaya çıkarken, Fordizmin öğeleri de varlığını sürdürmektedir, tarihsel bir kopuş veya kesinti olmamıştır. Standart tüketim kalıplarının oluşmasına ve büyük pazarların varlığına bağlı olan Fordizm, sürekli değişen tüketici tercihlerinin baskısı altına girmiştir. Ürünlerin yaşamları kısalmış, modeller hızla değişmektedir, çünkü; pazar bölümlerini oluşturan tüketiciler, daha fazla ürün farklılaşması arzusu ve eğilimini açık biçimde göstermektedir.

Tüketimin, hem sosyal yaşam, hem de kültürel değerler için odak noktası haline gelmesi, tüketim kültürü düşüncesinin temelini oluşturmaktadır. Kısacası, tüketim sadece ekonomik bir olgu değildir, aynı zamanda kültürel; ekonomik açıdan ihtiyaç doyuran ürünler, sembolik ve kültürel açıdan da anlamlar taşımaktadır. Modern tüketim kavramı ürünlerin özelliklerinden, taşıdıkları anlamlara doğru kaymaktadır.

1.2. Tüketim Tarzları

Bireylerin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanını kullanması, yiyecek ve içecek tercihleri, ev, otomobil ve tatil seçimleri onun tüketim tarzı hakkında bilgi vermektedir. Tüketim tarzı gerçekte bir yaşam biçimi üretmektedir.

Önceleri Aristokrat sınıfın ayrıcalıklı statüsünü gösteren toplumsal davranış kalıpları, zevkleri, estetik anlayışları, spor faaliyetleri bulunmakta iken, modern döneme geçiş ile birlikte fabrikalarda kitlesel olarak üretilen ürünler orta sınıfın evine girmeye başlamıştır. Modernizm ile birlikte servet sahibi olmanın getirdiği kalıtsal ayrıcalığın, yerini mesleki ve sınıfsal farklılaşma ve bu farklılaşmayı yansıtan gösterişçi tüketim almış ve tutumluluk, çalışkanlık gibi kavramlar değerini yitirmeye başlamıştır.

Tüketim toplumlarında hizmet sektörlerinin de gelişmesi ile birlikte, salt endüstriyel mallar değil, boş zamanların kullanılması kapitalistleştirilmekte ve kurumsallaştırılmaktadır. Tüketim toplumunda boş zamanlar (gündelik uğraşların dışındaki serbest zaman) giderek artmaktadır ve bu boş zamanlar giderek daha fazla ürün ve hizmet satın alınarak

doldurulmaktadır. Ancak ihtiyaçlarına yabancılaşmış olan bireyler satın alınan mallarınengin zenginliğinin farkına varamamakta, yaratılan yeni gereksinimler bağlamında malları, hizmetleri, mekanları ... vb. tüketme eğilimi kazanmaktadır. Örneğin; tüketim toplumu serbest zamanın nasıl doldurulması gerektiğine ilişkin bireylere reçeteler sunmaktadır. “Günümüzde serbest zaman etkinliklerini, televizyon izlemek, gazete ve dergi okumak, videolar, uydu alıcıları, CD çalarlar, kişisel bilgisayarlar gibi ev içindeki araçlarla geçirilen zaman olarak ev içi serbest zaman etkinlikleri ve uzak yerlere gidebilme olanaklarının artmasıyla, turizm gibi ev dışı serbest zaman etkinlikleri biçiminde birbiri ile çatışan iki başlık altında toplamak mümkündür” (Aydoğan: 2000: 128-129). Ev içi serbest zaman etkinliklerine ev dışı serbest zaman etkinliklerine göre daha fazla vakit ayrılmaktadır. Gelir düzeyi ve araba sahipliği ile ilgili olan ev dışı serbest zaman etkinlikleri, alışverişe ve tatile gitme gibi doğrudan tüketime yönelik etkinlikler arasında yer almaktadır. Ayrıca yeni tüketim alanlarının keşfedilerek mekanların ve bu mekanlara özgü malların tüketilmesi de önemli hale gelmektedir.

Günümüz toplumlarında bireyler tüketime ayırdıkları zamana göre sınıflandırılmaktadırlar. Veblen’in belirttiği “gösterişçi tüketim” tarzına sahip grupların, tüketime ve yeni bir hayat tarzının oluşturulması konusunda bilgilenmeye diğer gruplara göre daha meraklı olduğu düşünülmektedir. “Kendi kendini yenilemeyi, geliştirmeyi, kişisel döngüyü vurgulayan, mülkiyetin, ilişkilerin ve ihtirasların nasıl idare edilebileceği ve tatmin edici hayat tarzının nasıl inşa edilebileceği hakkında bilgi veren tüketim kültürü dergileri, gazeteler, kitaplar, televizyon ve radyo programları, en çok yeni orta sınıf, yeni işçi sınıfı ve yeni zengin yada üst sınıflar gibi gruplar için anlamlıdır” (Featherstone, 1996: 45-46). Çünkü bu gruplar kendi ürettikleri ile değil tükettikleri ile bir sınıfa ait oldukları başkalarına en çok kanıtlamaya çalışan gruplar arasında yer almaktadırlar.

Tüketim kültürünün üreticileri Bourdieu’nun “yeni kültür arayıcıları” olarak adlandırdığı bu grup için yeni simgesel mallar üretebilmek amacıyla çeşitli kültür ve gelenekleri yağılamaktadırlar. Toplumsal gruplar farklılıklarını inşa etmek amacıyla bu simgesel malları kullanmaya çok hevesli görünmektedirler. Oysa ki Bourdieu’nun simgesel sermaye sahipleri ile ilgili olarak belirttiği gibi “bir kimsenin kökenlerini ve hayatının yörüngesini ifşa eden eğilim işaretleri ve sınıflandırma şemaları vücut şeklinde, ölçüsünde, kiloda, duruşta, yürüyüşte, hal ve tavırlarda, ses tonu ve konuşma üslubunda ve bedeninden duyduğu huzurda yada huzursuzlukta belirgindir.” (Featherstone, 1996:47) Bu açıdan ne giyildiği değil, nasıl giyildiği daha çok önem taşımaktadır.

Tüketim kültürünün yeni özneleri, tüketim tarzını, üzerinde düşünmeden benimsemek yerine, bir yaşam projesi haline getirmektedirler. Giysilerini, yaşam pratiklerini, görünüşlerini ve bedenlerini bu yaşam projesi etrafında bir araya getirerek kendi öznelliklerini ve beğenilerini diğerlerine teşhir etmektedirler. Tüketim kültürü içerisinde modern bireyin sadece elbiseleri ile değil; evi, mobilyaları, otomobili ve diğer faaliyetleri ile de bu yaşam projesini başkalarına sergilemesi gerekmektedir. Böylelikle çevresi tarafından beğeniden yoksun veya zevkli oluşuna ilişkin yorumlanabilecek ve sınıflandırılabilir olan tüm faaliyetlerini kapsayan yaşam projesini ortaya koyabilmektedir.

Tüketim tarzları kişilerin kimliklerinin birer unsuru haline gelmektedir. Özneler kimliklerini ifade etmek amacıyla metaları kullanmakta ve kişilerin toplum içindeki statüsü tükettikleri ile ölçülür hale gelmektedir. Tüketim kültürü içinde yaşayan birey, kişisel tercihlerine göre, ürünleri, giysileri, görünüşleri seçerken bir hayat tarzı oluşturmaktadır. Birey

maddi ve sembolik nesnelere kimliğini tanımlamakta, tüketim ideolojisi de bireyselliği ve farklılığı seçtiği ürünler ile sağlayacağına ilişkin söylemler önermektedir.

Yeni zenginlerin beğenileri ve yaşam tarzları daima aristokrasi ve üst sınıflar tarafından küçümsenmektedir. Bu nedenle üst sınıfların tükettiği ürünlerin taklitleri gösterişçi tüketim gruplarının tüketmesi amacıyla hızla üretilirken, kültür sanayi üst sınıfların ayrıcalıklı konumlarını devam ettirebilmeleri için yeni kültürel ürünler ve tüketim malları ortaya koymakta gecikmemektedir.

1.3. Tüketim Kültürü ve Özellikleri

Tüketim kültürü insanın doğa ile olan doğrudan ilişkileri sonucunda üretilen bir kültür değil, endüstri toplumunun ve kültür endüstrilerinin sistemin işleyişini hızlandıracak biçimde üretilmiş bir kültürdür. Bu kültürün tanımladığı insan tipi “tüketen özne”dir. Bu öznelere kazandırılan yönelim ise “Tüketiyorum o halde varım” felsefesiyle psikolojik açıdan kendilerini iyi hissetmek için sürekli tüketir hale gelmektedir. Sonuçta paganist, hedonist, materyalist, bencil, günü birlik yaşayan, bir insan kitlesi ortaya çıkmaktadır. Ancak; tüketim toplumu, kitle toplumu gibi standart ürünleri tüketmemektedir; postmodernizmin de etkisi ile bütün farklılıkları içinde barındırmaktadır.

Fordist dönemlerde tüketim yoluyla sınıflar-arası farklılıklar ortaya korunurken, post-fordist dönemlerde ise tam tersine tüketim sınıfsal farklılıkları ortadan kaldırmakta ve beğeni grupları oluşturmaktadır. Bu dönemin üretim örgütlenmelerinin yarattığı olanakların çok çeşitliliği ve alternatifleri sunmasıyla yaratılan seçme özgürlüğü bireysel özgürlüklerle örtüştürülmektedir. Tüketen birey, özgürleşme sürecinde tüketim üzerinden kendini algılamakta ve değerlendirmek, bu yolla kendini tüketimin merkezine konumlandırmaktadır. Ancak; tüketim ideolojisinin iddia ettiği seçme özgürlüğü var gibi görünse de, seçim ancak alternatifler arasından yapılmaktadır.

Tüketim ideolojisi sahte ihtiyaçlar yaratarak, sonsuz sayıdaki tüketim ürünlerinin alınmasını sağlamaktadır. Yine tüketim ideolojisi daha çok tüketebilmek için daha çok çalışmayı önermekte, fakat; tüketilecek ürünler sonsuz olduğundan, ürünlere ulaşmada çalışmak anahtar kelime olamamaktadır. Endüstriyalizmin oluşturduğu kitlesel üretim fazlasının eritilebilmesi için yaratılan tüketim kültürü öncelikle kentli toplumun kültürüdür. Hazza vurgu yapılarak bireyler tüketime yönlendirilmekte, daha çok tükettirerek maddiyatçılıştırılmakta, özel günler yaratarak sevgi de maddi değerlerle ölçülür hale gelmekte ve tüketicilerin seçiciliklerine vurgu yapılarak estetik değerler yok sayılmaktadır.

Tüketimin sürekliliğinin sağlanabilmesi için, tüketim materyalleri ile dünya yeniden inşa edilmekte, insanların yaşadıkları doğal ortamlar bu endüstrilerle yeniden yaratılmakta ve biçimlendirilmektedir. Bu nedenle gerek kitle iletişim araçlarında yer alan gerekse insanların yaşadıkları doğal ortamlar yapaylaştırılmışlardır ve yaşanan ortamlar günümüz modern kentleridir ki, bu kentler yeni teknolojilerin, imalat sanayinin... vb. gösteri alanlarını oluşturmaktadır.

2. DİZİ VE SERİYAL KAVRAMLARI

Günümüzde televizyonun çıktılarının büyük bir çoğunluğunu drama dizileri ve seriyaller oluşturmaktadır. Önceleri bu iki format arasındaki farklılıkları ortaya koymak çok daha kolayken, bu iki türün birbirine çok yaklaşması ile birlikte ayırım yapmak giderek zorlaşmaktadır.

İki formatta aynı karakterlere ve aynı mekana sahip bölümlerden oluşmakta, ancak; dizide, bir bölüm sona erdiğinde bütün olaylar çözümlenmiş halde kalmakta, yani her bölüm kendi içinde küçük bir film olma özelliği taşımaktadır. Seriyalde ise bölüm olayların en çarpıcı yerinde bitmekte, gelecek bölüme çözümlenmemiş olaylar sarmaktadır. İzleme alışkanlığı yaratmak dizilerin ve seriyallerin ana amacını oluşturmaktadır. Fakat; bu konuda seriyallerin, dizilerden daha başarılı olduğu görülmektedir. Dizilerde her bölümdeki konu çekici olmayabileceğinden; bağımlılık yaratmayabilmektedir. Seriyallerin olumsuz yönünü ise bir bölümü kaçıran izleyicinin artık diziyi izlemek istemeyeceği gerçeği oluşturmaktadır. Bu nedenle seriyallerin olaylar dizisi, oldukça yavaş ilerlemekte, aylar, yıllar boyu sürebilmektedir. Seriyallerin öyküleri, bir ana olaylar dizisinin yanı sıra içiçe geçen çok sayıda olaylar dizisinden oluşmaktadır.

Ancak dizi ile seriyal arasındaki yukarıda belirtilen ayırımın belirsizleşmeye başladığı görülmektedir. Bu belirsizlik, birbirine benzeyen bu iki formatın her birindeki olumsuz özellikleri giderip olumluları birleştirme çabasının ortaya çıkardığı bir uzlaşma noktasında oluşmuştur. Günümüzde televizyon kanallarında yayınlanan dizilerin çoğu bu iki formatın olumlu özelliklerini birleştiren dizi-seriyallere örnek teşkil etmektedir. “Bu birleşik formatta her bölüm açılıp kapanan bir öyküyü anlattığı gibi, devam eden bir öyküyü de anlatmaktadır; böylelikle izleyicinin bir hatta birkaç bölümü kaçırmış olması, onu programdan uzaklaştırmaz; üstelik devam eden öykü sayesinde programa bağlı izler kitle oluşturulabil[mektedir]” (Mutlu, 1991:200). Seriyal formatına, ondokuzuncu yüzyıl sonlarında ortaya çıkan “Tefrika Roman” olgusu kaynaklık etmekteyken, dizinin kökeni öyküye dayanmaktadır.

Televizyon, diğer türlerde olduğu gibi, bu formatı da radyo ve sinemadan almıştır. Televizyonun başlangıçta radyodan olduğu gibi aktardığı diziler çekiciliklerini aynen sürdürmüşlerdir. Televizyonda ilk drama örneği 1928 yılında yayınlanan “The Queen Messenger”dır (Parsa, 1994: 37). Halk zaten tefrika romanları, foto-romanlar, sinema dizileri ve radyo yayınları ile bu formatı yeterince sevmiş ve benimsemiştir.

Diziler; belgesel-dramalar, popüler diziler, durum komedileri ve soap-operalar ... gibi farklı alt türlere ayrılabilir.

2.1. Bir Dizi Film Türü Örneği Olarak Soap Operalar

Daha çok gündüz yayınlanması ve hedef kitlesi olarak kadınları seçmesiyle diğer türlerden ayrılan soap operaların karakteristik özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Brown; 1994:48-49):

- Kadın karakterleri merkezine alır.
- Kadın karakterler, ev dışındaki dünya olduğundan daha güçlüdür.

- Çok fazla karakter, bakış açısı ve olaylar dizisine sahiptir.
- Pekçok erkek karakter, duyarlı ve hassas olarak şekillendirilmiştir.
- Olaylar dizisi ağırlıklı olarak diyaloglar tarafından taşınır
- Problem çözümü ve özel konuşmalar önemle vurgulanır.
- Olaylar dizisi, genellikle aile ilişkileri ve romantik ilişkilerle desteklenir.
- Ev ve ev gibi işlev gören diğer yerler (hastaneler) dizinin çekim alanlarıdır.
- Baskın olmayan gruplarla ilgili konular ciddiyetle ele alınır.
- Zaman gerçek zamana paralel olarak kullanılır.
- Biz izlese de izlemesek de devam ediyormuş gibi bir etki yaratılır.
- Dizinin yapısı kapalı uçluluğa karşı dayanıklıdır. (hiçbir zaman bitemez)
- Bölümler aralarında neden ve efekt ilişkisi olmaksızın ani olarak kesilirler.

Bu tür dizilerdeki temel mesaj “Suç asla cezasız kalmaz” ve “İyiler kötülerini yener ve sonunda hak ettiği mutluluğa kavuşur” şeklinde tanımlanabilmektedir.

Radyoda başlayan soap operalar daha sonra televizyona geçmiş ve temel özelliklerini günümüze kadar korumuşlardır. Soap operalar “Yarın yine bizimle birlikte olun” çağrısı yaparken, amacı var olan sorunların yanıtlarını bulmak değil, yeni sorunların nasıl ortaya çıkacağını izleyiciye göstermektir. Bu nedenle ideal aile yerine sürekli karmaşa içinde olan aile sunulmaktadır. Aile içindeki karakterler ya iyi ya da kötüdür. Aile kavramı soap operalar için önem taşımaktadır. Aile içindeki kötü ilişkiler bağışlanabilir düzeydedir. Aileyi temelinden sarsabilecek konular geçiştirilmekte ve üzerinde durulmamaktadır.

Çocuk olgusu birçok bölümde geçmesine rağmen ekranda sıkça görülmemekte, siyahlar ve diğer azınlıklar dizinin dışında tutulmaktadır. Dizinin karakterleri arasında; şeytani kadın, tekrar elde edilmiş sevgili, iyi özelliklere sahip kurban kadın, alkolik veya kumarbaz erkek, uşak ve hizmetçiler yer almaktadır.

2.1.1. Soap Operaların Anlatım Özellikleri:

Soap operalar, televizyonun diğer anlatı türleri arasında farklı bir yere sahiptir. Seriyal formatı gereği bitimsizdir, aylar hatta yıllarca devam edebilmektedir. Bölümler arasında kesintisiz bir öykü anlatılmaktadır. Bu öykü yan olaylarla öylesine beslenmiştir ki bir soap opera bitirmeye karar verildiğinde mutlaka açık uçlar kalmaktadır.

Olaylar çok yavaş ilerlemekte, bölümler en heyecanlı yerinde kesilerek, ertesi gün izleyici “merak ögesi” kullanılarak tekrar ekran başına çekilmektedir. Buna “kanca atma” yöntemi adı verilmektedir. Bir bölümü kaçıran izleyici diziden kopmasın diye önceki bölümlerdeki olaylar sürekli diyaloglar ve “flash-back” (kahraman geçmişteki olayı düşünür, görüntü flulaşır ve daha önceki bölümden olay aynen ekrana gelir)’ler yoluyla hatırlatılmaktadır. Tek bölüm de bu kadar az gelişme olmasına rağmen, soap operaların

izleyiciyi çekmekteki başarısını açıklamakta geleneksel hikaye ve dramatik çözüm yaklaşımları yetersiz kalmaktadır.

Soap operaların içeriği; aşk, evlilik, boşanma, hırs, ihtiras, ilişkiler, aile, cinsellik, problemler...vb.dir. Eleştirmenler tarafından küçümsenen bu içerik özellikleri haftanın beş günü izleyicilerini ekran başına toplamak için yetmektedir.

Soap operalardaki hayat sahtedir, ancak; gerçek hayat ölçü alınmıştır. Seriyallerin içeriğini; sadık olmayan eşler, gayri meşru doğumlar, alkolikleri, kanunsuz işler ve ruhsal durumlar oluşturmaktadır. Bu olgulara gerçek hayatta da sık rastlanmaktadır, fakat; hepsinin birden aynı kahramanların başına gelmesi, içeriğin inandırıcılığını yitirmesine neden olmaktadır. Olaylar örgüsü genellikle şu konular etrafında gelişmektedir (Dery, 1985: 101-104):

- *Aşk*: Soap operaların temel konusudur, genellikle engellerle dolu bir aşk öyküsüdür. Mutlu olan çift çok azdır. Olaylar çok karmaşık bir şekilde sergilenir.

- *Ölüm*: Eğer bir karakter önüne çıkan tüm engelleri aşmış, mutlu sona yaklaşıyorsa amansız bir hastalığa yakalanır yada kazaya kurban gider.

- *Cinayet*: Kişisel öfkeler, cinayete veya felakete dönüşebilir.

- *Hafıza kaybı*: Karakterler hafıza kaybına uğrayabilir.

- *Akil hastalığı*: Akıl hastası bir katil ortaya çıkabilir.

- *Şizofreni*: Şizofrenik karakterlerin çift kişilik taşımaları diziyi renk katar.

- *Romeo- Juliet hikayesi*: Değişik sınıf ve kültürlerden kişilerin içinden çıkılmaz aşk öyküleri en sık işlenen konulardandır.

- *İstemedi iki kişi ile evlilik*: Karakterler evlendikten sonra daha önceki evliliklerinin yasal olarak devam ettiğini öğrenirler.

- *Kariyer çekişmeleri*: İş yerlerinde özellikle kadınlar arasında kariyer çekişmeleri uğruna her yol mübahtır.

Soap operalarda erkekler gibi kadınlar da evin dışında çalışırlar. Genellikle profesyonellik alanları kanunlar ve tıptır, bu alanlarda erkek meslektaşları ile eşit profesyonellikte çalışırlar. Fakat; büyük bir çoğunluğu kişisel ve ev içi krizleri tartışmakla ve tecrübe etmekle vakitlerini geçirirler. Katrin Weibel sıklıkla tekrarlanan bazı temaları şöyle listelendirmiştir (Modleksi, 1997:38):

- Şeytan kadın
- Kurbanın sergilediği büyük özveri
- Uzaklaşmış olan eski sevgili/eşin geri kazanılması
- Birisi ile parası, saygınlığı, statüsü... vb için evlenme
- Evlenmemiş kadın
- Çocuğun vasiliği konusunda kandırılma
- Ev kadınlığına karşı kariyer sahibi olma

- Alkolik kadın (bazen de erkek)

Daha önce belirtildiği gibi, soap operaların ana temaları ev içi alana aittir. Aile içi sorunlar ve evlilik problemleri de bunların merkezinde yer almaktadır. Aile içi ilişkiler hiçbir zaman düzenli ve sorunsuz ilerlememektedir. Aksine, her zaman çatışmalar, karmaşa ve zor ilişkiler sergilenmektedir. Bunun sebebi; aile sorunlarının üstesinden gelemeyen kadınlara “Benim ailemden kötü durumda olanlar da var” deme imkanı yaratmaktır. Böylece, soap operalar kadınlara sorunsuz aile olmayacağını göstererek rahatlama sağlamaktadır.

Her soap operada birkaç aile bulunmaktadır. İdeal aileye ulaşma çabaları sergilenmekte, fakat; düzenin uzun süre korunabilmesinin güç olduğu görülmektedir. Özellikle evlenip sonsuza kadar mutlu yaşamının imkanı vurgulanmaktadır. John Fiske (1987:180), bunu şu şekilde açıklamaktadır :

“Tüm soap operaların evlilikleri yıkımlarının tohumlarını kendi içlerinde saklarlar. İyi düzeyde izleyiciler (fanatikler) bunu çok iyi bilirler, çünkü; mutlu, tehlikesiz bir evlilik sıkıcıdır ve yeni olaylar üretmekten yoksundur.diğer dizi türleri evliliği kutlarken, soap operalar onu sorguya çekerler.”

Soap operalarda bu yıkım tohumlarından etkilenmeyen evlilik görülmemektedir. Partnerler sık sık değişmekte, aileler kişiler için hem bir sığınak hem de zıtlıklar ve mücadeleler alanı haline gelmektedir. Karı-koca, ebeveyn-çocuk, erkek kardeş-kız kardeş, yakın akrabalar arasında ilişkilerin temelinden ve aile yapısından kaynaklanan çatışmalar sürekli yaşanmaktadır.

Soap operaların merkezi kadınlar olduğundan, hakim olan konuları; onları ilgilendiren, aşk maceraları, kocanın sadakati üzerine endişeler ve çocukları oluşturmaktadır. Diğer türlerde konuşmalar nedensel iken, bu türde konuşmalar daha uzun, daha samimi ve daha özel özellikler taşımaktadır. İzleyiciler kendilerini soap operadaki büyük ailenin üyesi gibi görmektedirler.

Soap operaların en çok tartışılan ve en ilgi çeken konusunu cinsellik oluşturmaktadır. Özellikle çok sayıda genç ve çocuk izleyicisi olduğu göz önüne alınırsa soap operaların birer cinsel kültür ansiklopedisi niteliği gördüğü söylenebilmektedir. Ancak soap operalarda özellikle cinsel hastalıklar konusunda verilen bilgiler gerçeği tam olarak yansıtmamaktadır. İzleyen bayan izleyicilerin çoğunun eğitim standartları düşük olduğundan bundan olumsuz olarak etkilenmektedirler.

Değişen yaşam standartlarına paralel olarak toplumun değer yargıları da değişmektedir. 1970’lerde televizyonda da sinema ile birlikte cinselliğe gösterilen ilgi artmıştır. 1980’li yıllarda ise bu artışa cinsel özgürlük kavramları eklenmiştir. Soap operalar da bu artıştan etkilenmiştir. Sutherland ve Sniawsky 1982 yılında yaptıkları araştırmada soap operaların verdiği ahlaki mesajları şu şekilde ortaya koymuştur (Cantor ve Pingree, 1983:78):

- Evlilik dışı ve öncesi cinsel ilişki yanlıştır.
- Çocuklar evlilik içinde doğmalıdır.
- İki ayrı eşle yapılan evlilik yanlıştır.
- Bilerek çocuk düşürme yanlıştır.
- Encest ilişkiler yanlıştır.

- Tecavüz yanlıştır.
- Boşanma kararı verilirken dikkatli düşünölmeli, aceleye getirilmemelidir.
- Çocuklar ebeveynlerine itaat etmelidir.
- Aşırı alkol almak bağımlılık yapar, alkol bağımlılığı yanlıştır.
- Başkalarını kandırmak yanlıştır.
- Santaj yanlıştır.
- Cinayet yanlıştır.

Soap operalar diğer program türlerine göre daha fazla ahlaki öğüt vermektedir. Ayrıca seyirci ahlak ihlallerini, sonuçları ile birlikte izlemektedir. Seriyallerde evlilik dışı cinsel ilişkiler artmıştır. Üstelik daha fazla oyuncuya ücret ödememek için, senaryo yazarı bir aşk ilişkisi yazacağı zaman elindeki karakterleri kullanmaktadır. Bu yüzden oyuncu kadrosundaki karakterlerden bir çoğunun birbirleri ile ilişkisi olmuştur. Kadınlar kocaları dışındaki erkeklerden çocuk doğurmakta ve kocalar bunu daha sonra öğrenebilmektedir. Erkeklerin çocuğun babalığı konusunda daima şüphe içinde olduğu görölmektedir. Kadınlar ise yaşadıkları bu küçük kaçamağın sonuçlarına katlanmak zorunda kalmaktadır. Ve bu sorunlar, soap operalar için yıllarca devam edecek bir konuyu teşkil etmektedir.

Soap operalarda cinsel ilişki yerine “beraber olmak” veya “macera yaşamak” ifadeleri kullanılmaktadır. Sözel ifadeler bayağı ve kaba değildir, daha çok duygulardan bahsedilmektedir. Cinsellik maceranın bir parçası olarak soyut bir şekilde işlenmektedir. Ancak hamilelikten korunma ve cinsel hastalıklar konusunda bilgi verilmemektedir. Kimse cinsel hastalığa yakalanmamakta, bunun da uzun vade de çocuk ve genç izleyiciler için yanlış ve kalıcı etkileri olabilmektedir.

Soap operaların izleyici profiline zamanla değişmesi, işlenen konuların da değişmesine neden olmuştur. Aile, evlilik, duygusal problemler hala ağırlıklı olarak işlenen konulardır, fakat; sosyal değişiklikler de soap opera dünyasına girmiştir. Dizilerin mekanlarında da değişiklikler olmuştur; büyük şirketler, ticari firmalar, gazete ve televizyon kuruluşları bu yeni mekanlar arasında yer almaktadır.

Sosyal değişiklikler arasından en çok değinilen konuyu kadın özgürlüğü oluşturmaktadır. Soap kadınları da artık hem iş dünyasında, hem de toplumsal alanda kendilerini göstermektedir. Üstelik karakterler erkek karakterlerden daha üst mevki ve kadrolarda çalışmaktadır. Soap operalar toplumsal sorunları önemsizleştirmektedir. Mesleki zorluklar, para ve güç kişisel problemlerin uzantıları olarak görölmektedir.

Tıbbi problemlerin kökeninde de belirgin bir değişiklik gözlenmiştir. 1970’li yılların başında fiziksel yetersizliklerle ilgili hastalıklar görölmürken, 1977 yılındaki soap operalarda akıl hastalıklarında artış olmuştur. Bir çok karakter hastalıktan şikayetçidir, ama ölüm nedenlerini kaza ve şiddet oluşturmaktadır. Son yıllarda kanser, hatta AIDS hastalığı bile soap operalarda görölmeye başlanmıştır. Hastalığın kendisinden çok yarattığı melodramatik etkiye önem verilmektedir.

Soap operalar ırkçılık gibi sosyal problemlere eğilmemektedir. Yoğun baskılar sonucu dizilere birkaç zenci çift dahil edilmiştir. Ancak bunlar topluma pek karışmamakta, duygusal

ilişkilerini kendi aralarında yaşamaktadırlar. Şiddet olgusuna diğer türlere göre daha az değinilmektedir. Fakat, Amerika'da zencilerin suç işleme oranı daha fazla olmasına rağmen, bu tepki almak kaygısıyla, bu durum soap operalara doğru olarak yansıtılmamaktadır.

Alkolizm ve alkol düşkünlüğü diğer sosyal ve tıbbi problemlere göre daha gerçekçi bir şekilde soap operalarda pek çok defa işlenmiştir. Buna etken, soap operaların duygusal dünyaya önem vermesidir. Alkole yönelen kişinin psikolojik durumu, acıları, çaresizliği çatışmaları, mücadelesi, kararsızlığı duyarlı bir şekilde işlenmekte ve alkolün çözüm olmadığı, bağımlılık yarattığı vurgulanmaktadır. Ayrıca alkol bağımlılığının sonuçları, bu bağımlılıktan kurtulmanın kolay olmadığı sergilenmektedir. İlk yıllarda soap operalarda yer verilmeyen uyuşturucu bağımlılığı da artık aynı duyarlılıkla işlenmektedir.

Prime-time dizilerinin önem vermediği, soap operaların ise ayrıntıları ile incelediği başka bir toplumsal ve tıbbi konu da tecavüzdür. Tecavüz konusunu işlerken soap operalar dışıl bir tür olduklarını açıkça ortaya koymakta, temayı erkek bakış açısıyla değil, dışıl bir anlatımla sergilemektedir. Tecavüz kurbanlarının rehabilitasyon dönemleri, psikolojik analiz yöntemleri ile, içe bakış metodunu içeren duygusal diyaloglarla işlenmektedir. Kadınlara her koşulda yaşamlarına devam edebilmeleri için yapıcı mesajlar verilmektedir.

Aşk evliliklerinin arasına kariyer amacıyla yapılan evlilikler eklenmiştir. Aile sorunları artmış, ebeveyn- çocuk ilişkileri değişik boyutlar kazanmıştır. Fakat, hala politika, çevre sorunları, homoseksüellik, terör, ırkçılık gibi konular işlenmemektedir veya baştan savma bir şekilde geçiştirilmektedir. Konuya yaklaşım biçimi hiçbir zaman politik veya toplumsal bakış açısıyla olmamakta, daha çok kişisel perspektif söz konusu olmaktadır. Soap operalarda önemli olan realizm yerine melodramatik etki yaratmaktadır.

Para ve güç erkek dünyasının konularıdır, bu yüzden daha çok gece soap operaları tarafından erkekleri televizyon başına çekmek için araç olarak kullanılmaktadır. Gündüz soap operalarında ise ilk planda olan duygular ve ilişkilere. Gündüz soaplarında yüksek statülü meslekler ve kariyerler söz konusudur, gece soapları ise büyük paralar kazanma temasını işlenmektedir.

Fakat soap operalarda diyaloglar ile para ve yapabildiklerinin pozitif imajı kodlanmaktadır. Güzel evler, göz kamaştırıcı kıyafetler, pahalı arabalar, değerli hediyeler, mücevherler, partiler paranın yapabildiklerine soap dünyasından verilebilecek ilk örneklerdir. Zengin biriyle evlenmek mutlu olunacağına işaret etmektedir. Erkek karakterin sevgilisine hediye ettiği yüzük diyaloglara konu edilmekte, yakın çekim gösterilerek, ayrıca kadın karakterin mutlu ve duygulu yüz ifadesi de bu ayrıntı çekime eklenmektedir.

Partiler ve evlilik törenleri, büyük ve görkemli olmaktadır. Soap operalar da hiçbir program türünde olmadığı kadar çok zengin insan bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında zenginlerin hayatını anlatan bir dizi türü gibi görünmektedir. Kadın izleyiciler, abartılı kıyafetleri, evleri, mücevherleri, kısacası zenginliğe dair herşeyi istemeye, bu zengin yaşamı arzulamaya davet edilmektedir. Reklam aralarında sergilenen kozmetik ürünler, makyaj malzemeleri, kondisyon aletleri ile de onlar gibi güzel ve bakımlı olmaya yönelik bu davet desteklenmektedir.

Seriyallerde kimse geçim sıkıntısı çekmemekte, herkes yaşamını devam ettirecek kadar paraya sahip olarak gösterilmekte, ama paranın kaynağından bahsedilmemektedir, çünkü kimse çalışırken gösterilmemektedir. Bazılarının meslek grupları belli olmasına rağmen, bu kişiler de

çalışırken görülmemektedir. Yoksul karakterlere bazı soaplarda rastlamak mümkündür, ancak fakir olmak, toplumsal değil, kişisel bir problem olarak yansıtılmaktadır. Yoksul karakterler de parasızlıktan değil, diğer karakterler gibi kişisel ve duygusal problemlerden konuşmaktadırlar. Ayrıca bu fakir karakterler her an zengin olabilmektedir. Evsiz kalan, parasızlıktan bunalıma giren, işsizlikten intihar eden karaktere rastlanmamaktadır.

2.1.2. Soap Opera Türünün Evrimi:

Soap operalar başlangıçtan günümüze anlatım teknikleri, yapım özellikleri ve içerik bakımından oldukça değişmiştir. Kapitalist ekonominin ağırlık kazanması ile birlikte Amerika fırsatlar ülkesi olmaktan çıkmıştır. Bu da, orta sınıfın yükselmek, günün birinde iyi bir yerlere gelmesi için daha çok çalışıp daha çok beklemesi anlamına gelmekteydi. Maddi ve manevi doyumların ertelenmesi, ruhen yıpranmayı ve düş kırıklığını da beraberinde getiriyordu. Böylece, soap operalar, orta sınıfın düş görme ihtiyacını karşılayarak toplumsal sisteme uyum sağlamalarını kolaylaştırmaktadır.

1970'lerden sonra seriyaların izleyici profili değişerek; erkekler, meslek sahibi her iki cinsten de insanlar, gençler, üniversite öğrencilerini de içine alarak daha heterojenleşmektedir. Bu heterojen yapı soap opera izlemeyi gizlenecek, utanılacak bir deneyim olmaktan çıkarmıştır. İzleyici kitlesindeki bu değişme Amerikan toplumunda cinsel rol ayrımının bulanıklaşması ve topluma dışıl değerlerin hakim olması ile açıklanabilmektedir.

İzleyici kitlesinin değişmesiyle birlikte, içerik özellikleri de değişmeye başlamıştır. Alkolizm, uyuşturucu bağımlılığı, çalışan kadın, feminizm, evlilik dışı kadın-erkek ilişkileri, cinsel devrim gibi toplumsal konulara yer verilmiştir. Evlilik kurumu yerine, resmileştirilmeye gerek duyulmayan kadın erkek ilişkileri olağan karşılanmaya başlanmıştır. Üstelik eski soap operaların tersine bu tür ilişkilere girenler cezalarını çekmemektedir. Bu arada AIDS hastalığının dahi soap operaların konuları arasına girdiği görülmektedir.

Soap opera formatının teknik ve yapım özelliklerinde de değişiklikler olmuştur. Kamera, ışık, oyunculuk, kurgu, dekor, mekan kullanımı açısından daha özenli ve dikkatli uygulamalar yaygınlık kazanmaktadır. "All My Children" "Young and Restless" ve "Ryan's Hope" isimli 70'li yıllarda yayına başlayan üç seriyaldeki, genç ve güzel insanların görünümü, karakter ve atmosferdeki gerçeklik bu yenileşmenin işaretlerini taşımaktadır. Bu değişmelere televizyon teknolojisindeki gelişmeler de olanak sağlamıştır. Örneğin video-teyp teknolojisi, dış mekanların kullanımına olanak sağlamıştır, elektronik kurgu olanakları yapım sonrası işlemleri hızlandırıp kolaylaştırmıştır.

Ayrıca soap formatının dünyanın farklı ülkelerinde gösterilmesi, farklı kültürel ve ulusal özelliklerin katılmasına neden olmuştur. Örneğin, İngiliz soap operaları daha gerçekçi özellikler taşıyarak, ırk ayrımı, özürülülerin ve yoksulların ihtiyaçları gibi toplumsal konulara daha çok yer vermektedir. Bunda İngiltere'nin köklü bir işçi sınıfı geleneğine sahip olmasının da rolü bulunmaktadır.

Soap opera türünün evrimi telenovela ve gece soap operaları olmak üzere iki alt türün ortaya çıkmasına neden olmuştur.

2.1.2.1. Telenovelalar:

Televizyon romanı anlamına gelen Telenovelaların konusunu genel olarak Brezilya halkının düşlerini süsleyen zengin ve mutlu bir yaşam veya insanların çektikleri acı ve zorluklar oluşturmaktadır. Telenovelaların Amerikan yapımı soap operalardan farkı sekiz yada dokuz ay içinde sona ermesidir. Telenovelaları soap operalardan farklı kılan bir diğer özellik de kadın kahramanlar üzerindeki ataerki baskıdır. Telenovelalarda başrolde sosyetik kadınlar yerine, gecekondulu kızları bulunmaktadır. Kadın kahramanın dövülmesi, kamu alanındaki davranışlarının zor ve şiddet kullanılarak denetlenmesi, cinselliğinin erkek kahraman tarafından kontrol edilmesi, ekonomik olarak erkeğe bağımlı olması, kadın davranışlarının dengesiz olarak sunulması, erkek kahraman tarafından toplumsal yaşamının kontrol edilmesi ... vb. bu ataerki temelli baskının örneklerini oluşturmaktadır (Binark, 1997:16). Telenovelaların, soap operalardan farklı olarak bir de eğitim işlevi bulunmaktadır: Toplumsal sorunlar, yetişkin eğitimi, kürtaj, doğum kontrolü, boşanma vb. konularda okuma yazma dahi bilmeyen kişileri bilgilendirilmektedir.

Türk izleyicisinin telenovelalarla tanışması 1986 yılında “Köle Isaura” ile olmuştur. 1990 yılına kadar her sabah yayınlanan Brezilya dizileri geniş kitlelere seslenmiştir. Türk izleyicisi, toplumsal şartlarımıza uygun düşmesi nedeniyle, dizilerdeki kişilerle özdeşleşmekte hiç zorluk çekmemektedir. Dizide çok fazla karakter yer almasına rağmen, iyi kötü ayrımı çok fazla vurgulanmaktadır. Türk sinemasının da çok sık kullandığı zengin fakir aşkı dizilerin Türk izleyiciler tarafından sevilerek izlenmesine sebep olmaktadır.

Soap operalardan farklı olarak dış çekimlere yer verilmekte, Latin Amerika şehirlerinden güzel manzara görüntüleri içeriğinde bulunmaktadır. Konular bazı karakterlerin belirgin olarak öne çıkmasına neden olmaktadır. Yaklaşık üçyüz bölümlük diziler olmaları da onları soap operalardan ayırmaktadır, çünkü otuz yıldır süren soap operalara rastlamak mümkündür.

Telenovelalarda katolik dinin etkisi ile erotizme fırsat tanınmamaktadır, şiddet duygusu en aza indirilmeye çalışılmaktadır. Soap operalardaki cinsellik yerine, telenovelalarda romantizm, din ve geleneksel aile toplum ilişkileri ile çerçevelenmektedir. Müzik kullanımı da ayrıcalık göstermektedir; jenerikte özgün sözlü, canlı ve ritmik Latin müzikleri, fon müziği olarak da tango kullanılmaktadır.

2.1.2.2. Gece Soap Operaları:

Dallas, Hanedan, Şahin Tepesi, Flamingo Yolu gibi seriyaller hem prime-time dizilerinin hem de soap operaların özelliklerini taşımaktadır. Gündüz soaplarının, gece soap operası olmasını sağlayan “Dallas” bu yeni türün ilk örneğini oluşturmaktadır.

Gece soap operaları aynen gündüz soap operaları gibi, pek çok karakter ve karmaşık plotları içermektedir. Benzeyen bir başka yönü de bir sonunun olmamasıdır. Duygular, kişiler arası ilişkiler, aile içi sorunlar, çatışmalar, hırslar, mücadeleler, öfkeler...vb. yine çok önem taşımaktadır. Ancak olayların verilmesi ve bakış açısı farklıdır, bunun sebebini ise erkek izler kitle oluşturmaktadır.

Dallas’ı örnek alınacak olursa, Teksaslı petrol zengini ve toprak sahibi büyük Ewing ailesi ile ezeli düşmanları yoksul Barnes ailesi arasındaki çatışmaları konu etmektedir.

Southfork Çiftliği gerçek bir çiftlik mekanında çekilmiştir. Bu dizilerin maddi olanakları gündüz yapımı olanlara göre daha iyi durumdadır. Ayrıca haftada bir defa yayınlanması, daha itinalı çalışılmasına elvermektedir. Kamera hareketleri daha fazla ve daha profesyoneldir, dış mekan çekimlerine daha çok yer verilmektedir. Ev, gece kulübü, restoran mekanları gece soap operalarının mekanlarını oluşturmakta, karakterlerin kostümleri, daha çekici ve daha gösterişli hazırlanmaktadır. Zenginliği belirten her tür ayrıntı dikkatle seçilmekte ve gerçeğe daha uygun olarak kullanılmaktadır. Gündüz soap operalarında izleyicinin hayaline bırakılan şehir görüntüleri yerine gece soaplarındaki şehirler, gerçek şehir görüntülerinden oluşmaktadır.

Para ve gücün kullanımı, gündüz soap operalarına göre daha çok konu edilmektedir. Karakterlere eşit önem verilmeye çalışılsa da, gece soap operaları yıldızlar yaratmaktadır. Örneğin, başlangıçta Bobby ve Pamela'nın aşkını konu alan dizi Larry Hangman'ın başarılı oyunculuğu ile JR.'ın ön plana çıkmasına sebep olmuştur. JR'ın başarısının Amerika'daki "Zengin iyidir, dürüstür" mitinin çöküşü ile alakalı olduğu düşünülmektedir. Çünkü JR yozluğun, çürümüşlüğün, ahlaksızlıkların, entrikaların simgesi haline gelmiştir.

Aile her iki soap opera türü içinde önem taşımaktadır. Gündüz soaplarında romantizm ve duygusal evren temel değerken, gece soaplarında kolay servet kazanma ve cinsellik unsuru öne çıkmaktadır (Mutlu, 1991:330). Karakterler mutluluktan çok iktidar ve güç peşinde koşmaktadırlar. Maddi ve manevi denetimi ele geçirmek mutlulukla eşdeğer olmaktadır. Gece soap operalarında dünya, duygusal değil, para ve iktidarı ele geçirmek için her yolun mübah olduğu, politik bir dünya olarak algılanmaktadır.

Aksiyon gündüz soap operalarına göre daha hızlı ve ritmikdir. Bunun nedenleri; kişisel sorun çözümlenmelerine ve duygusal açıklamalara yer vermemesi, genel bir hedef kitlesi olması ve haftada bir kez yayınlanmasıdır. Gece soap operalarında karakterler, gündüz soaplarında olduğu gibi işledikleri bir hatanın cezasını günler, aylar, hatta yıllar boyunca çekmemektedirler. Gece soaplarında karakterler daha kolay bağışlanmakta ve yaptıkları bir hatanın sonucuna o kadar uzun süre katlanmamaktadırlar. Zaten böylesi bir lükse, ne zaman ne mekan ne de izleyicinin sabrı izin vermemektedir.

Gece soap operalarında bazı karakterler önemli görünse de önemli olan topluluktur, çünkü kişisel yaşam topluluk içinde şekillenmektedir. Kimse topluluğun koymuş olduğu kurallarının dışına çıkamamaktadır. Topluluk, her karakterin ayrı bir pozisyona sahip olduğu yakın çevreden oluşmaktadır. Toplulukta olaylar dizisinin akışına göre bazı karakterler ön plana çıkmaktadırlar. Yeni karakterler topluluğa katılabilmekte, karakterlerden bazıları topluluktan ayrılabilenekte, ama topluluk varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Bir sonu yadsıması nedeni ile topluluk asla nihai bir biçimde oluşturulamamaktadır.

Türkiye'de ise Ferhunde Hanımlar, Bizimkiler, Mahallenin Muhtarları, Baba Evi, Süper Baba, Aynalı Tahir ...vb. diziler bu bağlamda değerlendirilebilmektedir. Söz konusu dizilerde toplumun özlem duyduğu, geleneksel topluma ait olan dayanışma, yardımlaşma ve büyük bir mahalle yer almaktadır.

3. Çalışmanın Örnekleme ve Bulguları

Çalışmanın örnekleme için on tane gece soap operası seçilmiştir. Örnekler çoğaltılabilsede, aynı konuların ve aynı özelliklerin birbirini tekrarladığı görülmektedir. Bu dizilerin kısa özetleri aşağıdaki gibidir:

Zerda (2002) Kudret Sabancı tarafından Gaziantep'te çekilen dizide Mahmut Ağa ile Eroğlu Konağı arasındaki gerilim anlatılmaktadır. Şahin Eroğlu, annesi, töreler ve Zerda'ya olan aşkı arasında sıkışıp kalmıştır. Erkek kardeşinin ölen eşi ile nikahlanmak zorundadır, ayrıca Zerda'nın çocuğu olmuyor diye annesi kendisine yeni bir eş beğenmektedir. Konak, bağ evi, hizmetkarlar, takılar, bohçalar, işlemler izleyenleri Ağa olmayı istemeye yönlendirmektedir.

Asmalı Konak (2003) Çağan Irmak tarafından yönetilen dizide, Karadağ ve Hamzaoğulları olmak üzere iki düşman aile bulunmaktadır. Ancak Karadağların kızı Dilara ve Hamzaoğullarının oğlu Osman evlenmişlerdir. Osman'ın öldürülmesi üzerine Dilara baba evine geri dönmüştür, fakat ortak torunları bulunmaktadır. Karadağların küçük kızı Zeynep ile Hamzaoğullarının oğlu Tamer anlaşmaktadır, bu yakınlaşma Tamer'in Zeynep'e tecavüz etmesiyle son bulmaktadır. Dizinin sonunda Sümbül Ağa ile Hamzaoğlu Ali arasında yakınlaşma olmaktadır. Aileler düşman olmasına rağmen sürekli yakın ilişkiler kurulmaktadır. İki aile de konaklarda oturmaktadır. Dizi, Seymen Karadağ ile İstanbullu bir ailenin kızı Bahar'ın evlenerek, Asmalı Konak'a ve Ürgüp'e gelmesi ve buradaki hayata uyum sağlama sorunlarını da içermektedir. Konakta çalışan hizmetkârlar, aileleri ve aralarındaki ilişkilerde yan olayları oluşturmaktadır. Ailenin küçük kızı Zeynep'e doğum günü hediyesi olarak cip alınmakta, gidilen oteller, gece kulüpleri, restoranlar, yurt dışı gezileri dizinin mekanlarını oluşturmaktadır. Dizi de zenginlik ve paranın satın alabileceklerine ilişkin pek çok gösterge bulunmaktadır. Konak yandığı zaman yeni bir konak satın alınabilmekte, İstanbul'da üniversiteyi kazanan kızlarına ev alabilmektedirler. Okunan özel okullar ve yurt dışında alınan eğitimler yine maddi imkanlar sayesinde eğitim olanakları yaratılabileceğinin göstergelerini oluşturmaktadır. Konakta herkesin kendine ait odaları ve çalışma odaları bulunmaktadır. Konağın iç dekorasyonu da izleyenleri zenginliğe dair her şeyi istemeye yönlendirmektedir.

Bir İstanbul Masalı (2003) yönetmenliğini Ömür Atay'ın yaptığı dizide Arhan ve Kozan aileleri arasındaki ilişkiler anlatılmaktadır. Arhanlar zengin bir aile iken, Kozanlar onların yanlarında çalışan hizmetkarlardır ve malikanenin müstemilatında oturmaktadırlar. Bu ailelerin çocukları arasındaki ilişkiler dizide konu edilmektedir. Kozan ailesinin kızları Esmâ, Arhan ailesinin oğullarından önce Demir'le yakınlaşmış, sonra Selim ile evlenmiştir. Ancak aile iki oğlunun da ilişkilerine tepki ile yaklaşmıştır. Dizide sınıf ayrımı açıkça ortaya konmaktadır. Daha ilk bölümden Esmâ, Selim'in nişanını ağacın üstünden izlemektedir, çünkü partiye davet edilmemiştir. Dizide malikanede yaşanan hayat anlatılmaktadır, mutfak alt kattadır ve alt kattaki çalışanların yanına ancak bir şey istemek için inilmektedir.

Aliye (2004) Kutret Sabancı tarafından yönetilen dizide, Aliye Edirne'nin köklü ailelerinden Karahan ailesinin gelini olarak görülmektedir. Büyük bir evde kayınvalidesi ve görümcesi ile birlikte yaşamaktadır. Annesi ve babasını bir trafik kazasında kaybetmiş olan Aliye, kayınvalide baskısı ve kocası Sinan'ın ilgisizliğine karşın, iki çocuğuna tutunarak mutsuz bir yaşam sürmektedir. Kocasının bir metresi olduğu, üstelikte kadının hamile olduğunu tesadüfen öğrenen Aliye, iki çocuğunu da alarak İstanbul'a bir diş hekimi olan dayısı Feyyaz'ın yanına kaçmaya çalışmaktadır. Ancak tren garında onları yakalayan Sinan'ın kızı Ayşe'yi alı koymasına engel olamamaktadır. İstanbul'da yeni bir hayat kurmaya çalışan Aliye bir taraftan

da kızı Ayşe'yi yanına almaya çalışmaktadır. İstanbul'da ve Edirne'de yaşanan evler, gidilen mekanlar izleyiciler için yaşam tarzı ve davranış kalıpları sunmaktadır.

Gümüş (2005) Tarık Alpagut tarafından yönetilen dizi Afyon ve İstanbul'da çekilmektedir. Dizide Gümüş ve Mehmet Şadoğlu arasındaki aşk anlatılmaktadır. Afyon'dan İstanbul'a Şadoğlu ailesinin konağına gelin olarak giden Gümüş, Mehmet'in aslında onunla isteyerek evlenmediğini öğrenmekte, üstelik kayınvalidesi Şeref bu taşralı kız için özel hocalar tutarak nasıl davranması gerektiği öğretmeye çalışmaktadır. Ailenin dedesi M. Fikri, Gümüş'ün elinden tutarak, ona tekstil fabrikasında iş vermekte ve çizdiği desenler, yıllardır çeyiz olarak işlediği iğne oyaları burada işine yaramaktadır. Yeni bir kreasyon hazırlayarak defilelere çıkan Gümüş'ün kendine güveni gelmekte, kendi ayaklarının üzerinde durabilen kadın imajı sayesinde kocası Mehmet ona aşık olabilmektedir. Dizide büyük bir aile olarak konakta yaşayan Şadoğullarında sürekli sorunlar çıkmakta, herkesin bir anda bir gayri çocuğu ortaya çıkabilmektedir. Ailenin pek çok şirketi bulunmakta, İstanbul'da bir yalıda oturmakta, yurt dışına gidip gelebilmektedir. İzleyiciler bu lüks yaşamı arzulamaya yönlendirilmekte, ancak kendi ailelerindeki sorunların o kadar büyük olmadığını göremek rahatlatmaktadır.

Binbir Gece (2006) Kudret Sabancı tarafından çekilen dizide Evliyaogulları ailesi zengin bir aile olmasına rağmen, ölen oğullarının eşine/gelinine ve torununa sırt çevirmişlerdir. Şehrazat (gelinleri) oğlun ameliyatı için görüşmediği eski kayınpederinden para istemeye gitmekte, ancak reddedilmektedir. Bunun üzerine, son çare olarak, henüz deneme süresi ile işe başladığı Binyapı holdingin patronu Onur Aksal'dan parayı istemekte ve patronu onunla bir gece geçirmesi karşılığında parayı verebileceğini söylemektedir. Aksal ve Evliyaogullarının yaşadıkları evler, gidilen yurtdışı gezileri, restoranlar, hizmetkarlar... vb dizide üst sınıfa ilişkin yaşam tarzının göstergeleri olarak yer almakta ve izleyenleri bu yaşam tarzını istemeye yönlendirmektedir.

Sıla (2006) Yasın Uslu ve Gül Oğuz tarafından çekilen dizide Sıla İstanbul'da köklü bir ailenin evlatlık kızı olarak büyütülmüştür, gerçek ailesinin öldüklerini sanmaktadır, ancak bir gün ağabeyi ve babası, annesinin ölüm döşeğinde olduğunu ve onu görmek istediğini, söyleyerek çıkagelirler. Gerçek annesini merak eden Sıla Mardin'e gelir ve berdel kelimesinin anlamını öğrenir. Ağabeyinin düğünü için hazırlandığını sanan Sıla, aslında kendi düğünü için hazırlanmaktadır, çünkü ağabeyi Azad Genco aşiretinin kızı Narin'i kaçırmıştır. Kan dökülmemesi için zorla evlendirilen Sıla artık Genco aşiretinin gelini ve Baran Ağa'nın eşi olmuştur. İstanbul'daki ailesi Sıla'yı merak ederek Mardin'e gelmek istemekte fakat yolda geçirdikleri kaza ile hayatlarını kaybetmektedirler. Bütün miraslarını Sıla'ya bıraktıkları anlaşılınca, Sıla İstanbul'la kaçma planları yapmaktadır. İstanbul'da ve Mardin'de yaşanan evler, hizmetkarlar, para sahibi olan kadının törelere direnebileceği... vb ile paranın yapabileceklerine ilişkin örnekler izleyiciye sunulmaktadır.

Hacı (2006) Şahin Gök tarafından çekilen dizi Cüneyt Ülseverin aynı adlı romanından uyarlanmıştır. Dizi, Kayseri'de yaşayan Gesili ailesinin hikayesini anlatmaktadır. Hacı Hayrullah Gesili'nin büyük oğlu Ersin ve gelini Şeyda ailenin modern yüzünü oluşturmaktadır, yurt dışında eğitim görmüş çiftin bir de Amerika'da doğmuş çifte vatandaş bir çocukları bulunmaktadır. Ersin ve Şeyda, Hacı ile birlikte Gesili şirketinde çalışmakta ve ilerleyene bölümlerde Ersin Gesili milletvekili olmaktadır. Ailenin küçük oğlu Ahmet, dini temel alan örgütlere üyedir ve Cuma namazı çıkışında savaş karşıtı gösteriler yapmaktadır. Ailenin en küçük çocuğu Ayşe, Ankara'da okumakta ve türban eylemlerine katılmaktadır. Bu arada

Hacı'nın erkek kardeşi Faruk Gesili, Ankara'da yapılacak helikopter ihalesinde önemli rol üstlenen "The Lady" lakaplı Sevil Ötüşken'le aşk ilişkisi yaşamaktadır. Dizi, siyaset ve uluslararası sermaye arasındaki ilişkileri ve akıl almaz bağlantıları işlemektedir. Dizinin Kayseri, İstanbul ve Ankara'da çekilen bölümlerinde kalınan evler, malikaneler, konaklar lüks yaşam tarzına ilişkin göstergeleri sunmaktadır.

Asi (2007) dizisi Cevdet Mercan tarafından Antakya'da çekilmiştir. Demir'in ailesinin intikamını almak için İstanbul'dan Hatay'a gelerek bir çiftlik satın alması ile olaylar başlamaktadır. Demir, annesinin intiharından Kozanoğullarını sorumlu tutmaktadır. Ancak Kozanoğullarının kızı Asi'ye ilk görüşte aşık olmasıyla dizinin konusu belirginleşir. Birbirine komşu iki çiftlikte yaşananlar, hizmetkarları, gidilen gece kulüpleri, çay ve yemek davetleri dizide dikkat çekmektedir.

Aşk-ı Memnu (2008) Hilal Saral tarafından yönetilen dizi Halit Ziya Uşaklıgil'in aynı adlı romanından televizyon'a uyarlanmıştır. Dizi babasının ölümünden sonra Bihter Yöreoğlu'nun kendinden yaşça büyük iki çocuk sahibi zengin bir iş adamı olan Adnan Ziyagil ile evlenmesi ile başlamaktadır. Evliliğinde istediği mutluluğu bulamayan Bihter aynı yalıda yaşayan eşinin yeğeni Behlül'le yasak aşk yaşamaya başlamaktadır. Bihter'in annesi Firdevs de romantizmalarını bahane ederek yalıya taşınmaktadır. Adnan Bey'in baş düşmanı Hilmi Önal olarak gösterilmektedir. Dizi boyunca bireyler yalının bahçesinde gezerken, akşam yemeği için hazırlanırken dahi dışarıya çıkılacakmış gibi kıyafetler içinde görülmektedir. Giyim, kuşam, zayıflama, kilo alma üzerine sohbetler yapılmakta, spor salonlarına gidilmektedir. Yaşanılan yalının her penceresinden deniz görülmekte, müzik odası, hobi odası gibi mekanlar yalıda yer almaktadır. Dizi, yaşam tarzı göstergeleri içermekte ve rol modeli oluşturmaktadır.

İncelenen diziler genellendiğinde, iki düşman aile olgusunun Dallas'tan bu yana tekrarlandığı görülmektedir. Sürekli yanlış anlaşılmalara ve kavuşulamama üzerine kurulu bir aşk hikayesi dizilerde yer almaktadır. Evlenmek bile bu aşklar için kavuşma anlamına gelmemektedir. Örneğin, Asi ile Demir'in evlendiği gün Demir tutuklanmıştır. Dizilerdeki ailelerde mutluluk ve huzur bir türlü tam olmamaktadır. Tıpkı soap operalarda olduğu gibi, aynı karakterin başına trafik kazası, aldatılma, terk edilme, kanser, felç ... vb. sayısız felaket gelebilmektedir. Yine soap operalarda olduğu gibi, bebeğin babası konusunda daima şüpheler olmaktadır (*Aşk-ı Memnu*, *Gümüş*). Erkeklerin her an eski ilişkilerinden bir çocukları ortaya çıkabilmektedir (*Gümüş*, *Asi*).

Dizilerde genellikle üst sınıfa ilişkin yaşam tarzlarının yer aldığı, malikane, konak, yalı... gibi büyük evlerde geniş aile şeklinde oturduğu görülmektedir. Hizmetkarlar da onlarla aynı evlerde kalmakta, ama yerleri ya alt katlar ya da müştemilat olmaktadır. Nitekim, Bihter ile Adnan evlendikten sonra Fransız mürebbiye Matmezel De Curton, üst kattaki odasından alt kata taşınmakta, böylece hizmetkarlarla eşitlenerek evdeki gerçek yeri hatırlatılmaktadır. Mutfaklar alt katta yer almakta, bir şey istemek, kontrol etmek gibi nedenlerle ev sahipleri mutfığa girmektedirler.

Sonuç

Tüketimin sadece ürün satın almak ve kullanmak anlamına gelmediği günümüzde, tüketim yolu ile kimlikler kurulmakta ve kullanılan ürünler yolu ile diğer insanlara mesajlar gönderilmektedir. Bu nedenle, Sila tokası isimli bir ürün piyasaya sürülmekte, genç kızlar

mağazaları dolaşarak Bihter'in bir önceki dizinin bölümünde giydiği kıyafeti aramaktadır. Bir İstanbul Masalı'ndaki atkı bağlama şekli moda olurken, Bihter çizmesi, Şehrazat çorabı adı ile ürünler vitrinlerde yerini almaktadır.

Gece soap operaları, TV şirketleri için reklam payı kapmak anlamına gelmediğinden ve özel kanalların önemli bir gelir kaynağı reklamlar olduğundan, söz konusu dizilere önemli bir bütçe harcanmakta ancak beklenen reyting alınmadığında diziler üç-beş bölüm sonra yayından kaldırılmaktadır. Bugün Türkiye televizyonlarında geçmişte yayınlanandan çok daha fazla ve sinema anlatım tarzı ile çekilmiş diziler yer almaktadır. Reyting almak uğruna, 1970'lerde ilk kez Dallas'la karşılaşan Türk izleyicisinin hayretle karşıladığı ilişkiler, bugün insanları şaşırtmamaktadır. Daha önce belirtildiği gibi, soap operalarda yeni karakterlere para ödememek için, aynı kadro arasından pek çok kişinin geçmişte ilişkisi olabilmektedir.

Aile ve aşk konularını merkeze alan soap operalar, aynı zamanda Yeşilçam sinemasının 1960'lı yıllarına ait melodram kalıplarına alışkın Türk izleyicisini televizyon başına çekebilmektedir. 1950'li yıllardan sonra, Türkiye'de alt ve orta sınıfın çalışarak sınıf atlama ihtimali azalmış, ancak düş görme ihtiyacı bitmemiştir. Gece soap operaları, üst sınıfa ilişkin yaşam tarzlarını göstererek, alt sınıfların hayal kurma ihtiyacına cevap vermekte, onlara "pembe dünyaya kaçış" olanağı sunmaktadır. Neticede televizyon bir hikaye anlatıcısıdır ve geçmişte soba başında masal anlatan ninelerin yerini almıştır.

KAYNAKÇA

- AYDOĞAN, Filiz, **Medya ve Serbest Zaman**, Om Yay., İstanbul, 2000.
- BAUDRILLARD, Jean, **Tüketim Toplumu**, çev: Hazal Deliceçaylı-Funda Keskin, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1997.
- BINARK, F. Mutlu, "*Ben -bir kadın özne- ve benim sabun köpüklerim yada pembe dizilerim*" **İlet Yıllık' 94**, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi yayınları no:7, yıl 1994-1995, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1997.
- BOCOCK, Robert, **Tüketim**, çev.: İrem Kutluk, Dost Kitabevi, Ankara, 1997.
- BROWN, Marry Ellen, **Soap Opera and Women's talk, The Pleasure of Resistance**, Sage Publications, London & New Delhi, 1994.
- CANTOR, G. Muriel/PINGREE, Suzanne, **The Soap Opera**, Sage Comtext Series, Sage Publications, Beverly Hills/London, Third Print 1983.
- DEBORD, Guy, **Gösteri Toplumu ve Yorumlar**, çev.: A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1996.
- DERY, Charles, "Television Soap Opera: Incast, Bigamy and Fatal Disease", **American Television Genres**, Stuart M. Kominsky and Jeffrey H. Mekan, USA, 1985.
- FEATHERSTONE, Mike, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, çev. M. Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996.
- FISKE, John, **Television Culture**, Methuen, London, 1987.

-
- LUNT, Peter K. / LIVINGSTONE, Sonia M., **Mass Consumption and Personal Identity**, Open University Pres, Buckingham, Philadelphia, 1992.
- MODLESKI, Tania, “*The Search for Tomorrow in Today’s Soap Operas*”, **Feminist Television Criticism**, der: Charlet Brunston, Julie D’Acci, Linn Spigel, Oxford Television Studies, Clarendon Press, Oxford, 1997.
- MUTLU, Erol, *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan Yay., Ankara, 1991.
- ODABAŞI, Yavuz, **Tüketim Kültürü**, Sistem Yay., İstanbul, 1999.
- PARSA, Seyide, **Televizyon Estetiği**, Ege Üniversitesi Yay., İzmir, 1994.
- RITZER, George, **Toplumun McDonaldlaştırılması**, çev.:Şen Sürer Kaya, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1998