

KADINLARIN FİNANSAL OKURYAZARLIĞI VE FİNANSAL BECERİLERİ ÜZERİNE BİR YERLİ DİZİ ANALİZİ*

Özge Güven Akdoğan**

ÖZET

Bu çalışma, Türk televizyonlarında yayınlanan bir dizinin finansal beceriler ve cinsiyet tasarımları üzerinden ortaya koyduğu temsilleri tartışmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, dizi söyleminde bu becerilerin nasıl yer aldığını dilsel ve ideolojik açıdan değerlendirmektir. Çalışmada bu ana amaç çerçevesinde Kalbimdeki Deniz (Aysun Akyüz 2016) dizisinin ilk 13 bölümü incelenerek şu araştırma sorularının cevapları aranmıştır: Kadın kahraman, finansal gücünü hangi kaynaklara yönlendirmektedir? Finansal gücü elinde bulundurmaya isteyen kadın kahramana verilen tepkinin niteliği nasıldır? Çözümlemenin analiz birimlerini, kadınların finansal bilgi birikimlerine ve harcama kalemlerine ilişkin ifade ve görüntüler oluşturmaktadır. Bu ifade ve görüntüler, dizilerin hem metinsel özellikleri içinde hem de paranın eril erkeklik ve dişillikle kurulan geleneksel bağlantıları temelinde incelenmektedir. Çalışma, kadın kahramanın finansal bilgi alanında yetersiz; ancak bütçe yapma ve finansal karar alma süreçlerinde etkin olarak resmedildiğini göstermektedir. Bu bağlamda, anlatının, finansal bilgi düzleminde erkeklere göre zayıf olmalarına rağmen kadınların, parayı ihtiyaca uygun ve riske girmeden harcadıkları yönündeki finansal verileri desteklediği söylenmektedir. Bununla birlikte, dizinin, kadın kadının kurdudur mitinden ve beyaz atlı prens mitinden beslenen yapısının toplumsal cinsiyet alanındaki ön yargıların kırılmasını güçleştirdiği vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Finansal okuryazarlık, televizyon dizisi, kadın, temsil

AN ANALYSIS OF A NATIONAL TELEVISION SERIES ON THE FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL SKILLS OF WOMEN

ABSTRACT

This study discusses representations of financial skills and gender in the Turkish television series Kalbimdeki Deniz (Aysun Akyüz 2016 Chapters 1 to 13). The aim of the study is to evaluate how does the text treats these issues linguistically and ideologically. The research questions are: How does the female protagonist direct her financial power? How does the female protagonist with the financial power treated? The analysis includes the expressions and images regarding the financial knowledge of women and her spending behavior. These expressions and images are studied both within the textual features of the series and on the traditional connections of money established by

* Bu çalışma, 25-28 Nisan 2018 tarihinde düzenlenen 16. Milenyumda İletişim Sempozyumu'nda sunulan "Türk Televizyon Dizilerinde Kadınların Finansal Okuryazarlığı Üzerine Bir İnceleme" başlıklı bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

** Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5540-0445>

Makale Gönderim Tarihi:12.10.2018 - Makale Kabul Tarihi: 12.12.2018

the masculinity and femininity. The study shows that the female protagonist is inadequate in terms of financial knowledge but is careful in budgeting and financial decision-making processes and feels responsible for her family and children. In this context, it is argued that despite the fact that the women have less financial knowledge than men, they have sound and risk-averse spending patterns, in line with the previous surveys. Nevertheless, it is emphasized that the series, which is fed from the myth of the "woman is wolf to woman" and the prince on a white horse and hence makes it harder to break the prejudices in the gender field.

Keywords: Financial literacy, tv series, woman, representation

GİRİŞ

Kitle iletişim araçları toplumun sosyal ve kültürel yapısını olumlu yönde değiştirebileceği gibi, bu yapı içindeki sorunların yeniden üretilmesine de neden olabilmektedir. Bu araçlar, kadın ve erkek ilişkilerini eşitlikçi biçimde tanımlayarak toplumsal cinsiyet alanındaki eşitliğin sağlanmasında önemli bir işlev üstlenebilirler. Ancak kadınların medyada maruz kaldığı cinsiyetçi söz ve davranışlar toplumda mevcut cinsiyet ayrımcılığının yeniden üretilmesine neden olmakta ve mevcut eşitsizlikler güçlendirilmektedir.

Bu çalışma, finansal okuryazarlığın ve finansal kaynakları kullanma becerisinin kadınların medyada tektipleştirildiği alanlardan biri olduğu iddiasını gündeme getirmektedir. Bu çalışma, Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu Türkiye Ofisi tarafından kadına yönelik şiddeti gündeme getirmeyi, farkındalığı arttırmayı ve çözüm önerilerini geniş kitlelere ulaştırmayı hedefleyen bir proje kapsamında desteklenen *Kalbimdeki Deniz* (Aysun Akyüz 2016) adlı dizinin senaryosu, kadının politik ve sosyal alandaki yerine ilişkin anlatıyı kurarken, kadının ekonomik hayata katılımına ilişkin çerçeveyi nasıl betimlediği incelenmektedir. Araştırma, dizinin ilk 13 bölümünü kapsamaktadır. Dizinin proje tasarımcısı Birsal Çıkıncı'nın ve senaristi Funda Çetin'in, Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu Türkiye Ofisi ve Cinsiyet Eşitliği Programı ekibi ile birlikte çalıştığı belirtilmektedir. Bu ortak çalışma kapsamında dizide, kadına yönelik şiddeti gündeme getirmenin, farkındalığı arttırmanın ve çözüm önerilerini geniş kitlelere ulaştırmanın hedeflendiği söylenmektedir (Kadına Şiddetle Mücadelede Kalbimdeki Deniz Etkisi 2016). Çalışmada, yukarıda hedeflenen amaç çerçevesinde şu araştırma sorularının cevapları aranmıştır: Kadın kahraman, finansal gücünü hangi kaynaklara yönlendirmektedir? Finansal gücü elinde bulundurmak isteyen kadın kahramana verilen tepkinin niteliği nasıldır? Çözümlemenin analiz birimlerini kadınların finansal bilgi birikimlerine ve harcama kalemlerine ilişkin ifade ve görüntüler oluşturmaktadır. Bu ifade ve görüntüler, dizinin metinsel özellikleri içinde incelenmektedir. Metin analizi, metin içinde görüntü ve seslerin nasıl düzenlendiği, imgelerin sosyo-kültürel bağlantılar içinde nasıl üretildiğini araştırmak için kullanılmaktadır (Mckee 2003 : 12; Deacon ve ark. 1999 : 17).

Ekonomik güç, kadınların ekonomik faaliyetlere emeklerinin karşılığını alabilecek düzeyde pazarlık güçlerinin olduğu koşullarda katılabilmeleri şeklinde tanımlanmaktadır (Eyben 2011). Bu anlamda ekonomik gücün artırılması hiç şüphesiz kadınların sosyal hayata katılımının önündeki engellerin kaldırılması ve politik alanda daha fazla temsilini de kapsayan farklı düzlemlerdeki mücadele sürecinin bir parçası olarak ele alınmalıdır. Kadınların ekonomik anlamda güçlenmesi uluslararası düzeyde cinsiyet eşitliği ve kapsayıcı toplum hedeflerinin en önemli ön koşullarından birisi olarak ortaya konulmaktadır. Kadınların ekonomik, sosyal ve politik hayata katılımına yönelik çabaların son yıllarda uluslararası düzeyde arttığı gözlenmektedir. Bu çerçevede, kadınların finansal okuryazarlığının artırılması, 2012 yılında toplanan G-20 ülkelerinin ortak bildirgesinin önemli bir parçasıdır (Bkz. G-20 2012 bildirgesi 53. Madde). Bu çerçevede, kadınların erişebildiği örgün eğitimin artırılmasının yanı sıra ekonomik-finansal konulardaki bilgilerinin artırılması da son yıllarda politik düzlemde yer bulan hedeflerden birisidir. Örgün eğitim hedefinden daha özel bir çerçevede ele alınan finansal okuryazarlık bireyin finansal kavramların farkında olarak, karar vermede gerekli olan bilgileri elde etme, anlama ve değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır (Mason ve Wilson 2000 : 5). Finansal okuryazarlık bu bağlamda içine bilgi kaynakları, bu bilgiyi sağlayacak teknoloji ve olanakları kullanma becerisini de katan bir süreç olarak düşünülmektedir. Bu doğrultuda, gerek ulusal gerek uluslararası düzeyde desteklenen projeler son yıllarda artış göstermiştir. Bu projelerin yanı sıra temsil düzleminde de kadınların finansal konularla ilişkileri önem arz etmektedir.

Çalışma, kadınların popüler kültürdeki temsil biçimlerini sorunsallaştıran bir yaklaşımdan beslenmektedir. Bu kapsamda, popüler kültür içindeki metinlerin kadınları baskılardan uzaklaştıracak anlatılar sunmalarına ya da kadınlar üzerindeki baskıları güçlendirmelerine ilişkin yaklaşımlar önem kazanmaktadır. Popüler kültür içindeki metinlerin hem kadınları özgürleştirdiği hem de kadınların özgürleşmelerini karmaşık biçimlerde dışladığı konusunda pek çok araştırmacı hemfikirdir (Porter 1977 : 783-784; Rakow 1995 : 30; Modleski 1995 : 104). Buna göre, popüler kültür kadınlara bir yandan kendi deneyimlerini ifade etmeleri için bazı araçlar sağlarken, diğer yandan da kadınları erkek anlatıları ile kuşatarak, kadınların kültürel miraslarını ve kendi yaşamları hakkında söylemek istediklerini bastırarak onları anlatı üretme ve öykü anlatmada etkin yaratıcılıktan alıkoymaktadır (Rakow 1995 : 30). Bu çalışmada, *Kalbimdeki Deniz* dizisinde kadınların finansal bilgi düzleminde erkeklere göre zayıf olmalarına rağmen, parayı ihtiyaca uygun ve riske girmeden harcadıkları vurgulanmaktadır. Dizide, cinsiyet düzleminde finansal bilgi alanında kadın erkek arasındaki farka rağmen, finansal karar alma ve finansal yaklaşım konusunda kadınların uzun döneme daha fazla önem verdiklerini söyleyen çalışmaları destekleyen bir gelişim gözlenmektedir. Bununla birlikte, dizide *kadın kadının kurdudur* ve *beyaz atlı prens* gibi mitlerin kullanılması toplumsal cinsiyet alanındaki önyargıların kırılmasını zorlaştırmaktadır.

1. TOPLUMSAL CİNSİYET ALANINDA FİNANSAL OKURYAZARLIK VERİLERİ

Finans sektörünün dünya genelinde hızlı gelişimi bireyleri gerek tasarruf ederken gerekse de borçlanırken farklı finansal ürünler konusunda bilgi sahibi olmaya zorlamaktadır. Bireylerin borçlanma veya tasarrufa ilişkin kısa veya uzun dönemli finansal planlarını yaparken ekonomideki değişimleri takip edebilmeleri; farklı finansal ürünleri ve araçları karşılaştırabilmesi gerekmektedir. Bunlar için bireylerin finansal kavramları anlaması ve finansal işlemleri yapabilmek için gereken temel sayısal bilgilere sahip olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda finansal okuryazarlık, Noctor, Stoney ve Stradling tarafından “paranın kullanımı ve yönetimi ile ilgili bilinçli ve etkili kararlar alabilme yeteneği” olarak tanımlanmaktadır (1992’den aktaran Beal ve Delpachitra 2010: 65). Schagen ve Lines (1996: 91), kavramla ilgili, paranın idaresiyle ilgili anahtar kavramları anlama yeteneğine vurgu yapmaktadır. Marcolin ve Abraham (2006: 2-3), özellikle gençlerin finansal konularda risk ve getiri arasındaki ilişkileri anlamalarının; geleceklerini planlamaları bakımından önemli olduğunu söylemektedir.

Finansal okuryazarlık, finansal ürün ve uygulamalar ile ilgili temel düzeyde bilgi sahibi olma ve bu bilgiyi finansal kararların alınmasında kullanabilme yeteneğidir (Temizel ve Bayram 2011: 75). Bireylerin yaşamları boyunca finansal konuları etkin biçimde yönetmek için bilgi ve becerileri edinmeleri ve kullanmalarını ifade etmektedir (İçke 2017: 9). Bireyin kendisi ve bakmakla yükümlü olduğu kişiler adına finansal kararları etkin biçimde vermesi önem taşımaktadır.

Toplumsal cinsiyet ise biyolojik cinsiyetten farklı olarak toplumsal yaşamda ortaya çıkan değerleri ve rolleri tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Connell, *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar* (1987/1998) adlı çalışmasında üç farklı ve/ama birbirine bağlı yapıyı toplumsal cinsiyet ilişkilerinin belirleyicisi olarak görmektedir. Bunlar emek, iktidar ve kateksistir. Bu yapılar, toplumsal cinsiyet rejimini oluşturmaktadır. Emek ilişkilerinde, cinsiyete dayalı geleneksel iş bölümünün erkekler için sağladığı avantajlar ve bunun kültürel destekleri belirleyicidir. Kapitalizmin sömürü mekanizmalarıyla elde ettiği kârlar gibi toplumsal cinsiyetin ataerkil örgütlenmesi erkekler için iktidar ve kâr olanakları sunmaktadır. Toplumsal cinsiyet alanındaki iktidar ilişkilerinde de erkek kontrolü bulunmaktadır. Erkeklerin iktidarı, evde ve iş yerinde, devletin kurumsal örgütlenmesindeki yönetici sınıfta ve orduda oldukça belirgindir (1998: 131-165). Toplumsal cinsiyet, bedende, sosyal rollerde ve bilinç dışında içselleştirilen davranışlarda belirginleşmektedir (Easthope 1990: 167). İnsanlar, dönemselsel ve bölgesel olarak değişebilen toplumsal cinsiyet davranışlarının zorlayıcı gücü ile karşı karşıyadır. Easthope’un belirttiği gibi bu kalıplar, “(...) sadece ekranlarda, reklamlarda ve gazetelerde değil aynı zamanda bizim kendi kafalarımızdadır” (1990: 167).

Toplumsal cinsiyet alanında finansal okuryazarlık meselesi, kadınların ve erkeklerin parasal konularla ilişkilerinin toplumsal bağını; kadınların ve erkeklerin finansal konularla ilgili bilgi düzeyleri ve parayı etkin biçimde kullanmalarına ilişkin verileri ve toplumsal yargıları sorunsallaştırmaktadır. Türkiye genelinde finansal okuryazarlık düzeyi, OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) ülkelerindeki finansal okuryazarlık düzeyine yakındır. OECD çalışmasındaki diğer ülkelerin ortalaması %62 iken, finansal okuryazarlık endeksi Türkiye geneli için %60 olarak hesaplanmıştır. Erkekler için finansal okuryazarlık endeksi %63 kadınlar için ise %57'dir (Bloomberg 2013).

Atkinson ve Messy (2012), 14 ülke için finansal eğitim düzeyini ölçtükleri çalışmada finansal bilgi, finansal tutum ve finansal planlama konularında ayrı anket çalışması yapmışlardır. Finansal bilgi düzeyini ölçmek için katılımcılara zorluk dereceleri değişen beş soru sorulmuştur. Sorulardan en kolayı basit matematiksel işlem becerisini ölçmeye yönelik "5 kardeş 1000 lirayı kendi aralarında eşit şekilde bölüşeceklerdir. Her bir kardeşe ne kadar düşer?"dir. Diğer sorular sırasıyla paranın zaman değeri ve borç faizi bilgisini; basit ve bileşik faiz hesaplarını yapabilme kapasitesini ölçmeye yöneliktir (2012: 17). Finansal tutum için ise katılımcıların finansal kararlarında ne şekilde davrandıklarını ölçen ifadeler yöneltilmiştir. Örnek evet-hayır ifadeleri olarak, "bir mal satın alırken ödeme gücüm olup olmadığına bakarım", "borçlarımı zamanında öderim, hesabıma dikkat ederim", "uzun dönemli finansal hedeflerim vardır ve bunlara dikkat ederim" verilebilir. Finansal planlama ise katılımcıların uzun dönemli finansal planlar yapma konusundaki tavırlarını ölçmek için şu cümleleri içermektedir: "Para harcamayı para biriktirmeye göre daha tatmin edici bulurum"; "günümü yaşarım, yarının ne olacağını hayat gösterir", "para harcanmak içindir" (2012: 64-67). Sonuçlar cinsiyet düzleminde incelendiğinde, finansal bilgi alanında cinsiyetler arasında ciddi bir farklılık olmasına rağmen, finansal tutum alma konusunda kadın-erkek arasındaki ayrımın daha az belirgin olduğu vurgulanmalıdır (2012: 43-46) (1).

Dünya Bankası'nın Meksika, Lübnan, Uruguay, Türkiye, Ermenistan, Kolombiya ve Nijerya'yı içeren çalışmasına göre kadınlar, bütçe yapma, finansal konularda diğer insanlara danışma ve tasarruf konusunda erkeklere göre daha dikkatlidirler (Kempson ve Perotti 2013: 31). OECD (2013) çalışması ise kadınların finansal bilgi düzleminde erkeklere göre zayıf olmalarına; finansal karar alma süreçlerinde erkeklere göre kendilerine daha az güvenli olmalarına; finansal meselelerle daha az ilgili olmalarına rağmen finansal yatırımlarda riskten kaçınma eğilimlerinin erkeklere göre daha fazla olduğunu söylemektedir. Çalışmaya göre kadınlar, kendi finansal bilgi düzeylerinin erkeklerinkine göre daha düşük olduğunu düşündüklerini belirtmektedir (2013: 21).

Türkiye’de Kadın ve Gelecek Beklentileri (Narlı 2016: 40) araştırmasına göre ise hayatın herhangi bir aşamasında ekonomik kriz yaşayan kadınların düzenli para biriktirme oranı %50’nin üzerinde çıkmaktadır. Daha önce kriz yaşamış kadınlar “zor durumda kalmamak için” para biriktirme konusunda daha hassas davranmaktadır. Aynı araştırma, katılımcılara kapalı uçlu olarak sunulan sekiz ifadeyi, bireyin finansal davranışlarının göstergeleri olarak tanımlanmıştır. Bu ifadeler arasında yer alan, “para ile ilgili konular karışıktır” ifadesi ise finansal okuryazarlık oranının düşük olduğu ve bu konuda bir gelişim için çaba göstermeye hazır olmadığına göstergesidir. Bu araştırmaya göre Türkiye’de Kadın ve Gelecek Beklentileri araştırmasına göre, kadınların gelecekte, ev almak, araba almak ve ekonomik açıdan rahat etmek gibi beklentileri ön plandadır. Çocuk sahibi olan kadınlar ise çocuklarının geleceğinin güven altına alınması ile ilgili beklentiler içindedirler. Rapor, kadınların bu beklentilere yönelik istekleri güçlü olmasına rağmen, bunları gerçekleştirecek plan eksikliğini genelde finansal okuryazarlıklarının düşük olması ile ilişkilendirmektedir (Narlı 2016: 44).

Türkiye’nin Tasarruf Eğilimleri Araştırmasında (2012) ise genel olarak kadınların tasarruf sahibi olma olasılığının erkeklerden düşük olmasına karşın, istihdam edildikleri takdirde bu olasılığın önemli bir artış gösterdiği ve çalışan kadının tasarruf sahibi olma olasılığının erkeklerinkinin önüne geçtiği söylenmektedir. Güvence ve emeklilik gibi uzun dönemli nedenlerle tasarruf etme olasılığı kadınlarda daha yüksektir ve yaşla artmaktadır.

1980’ler sonrası toplumsal cinsiyete dayalı gelişme paradigmaları yaygınlık kazanmış, kadınların sosyo-ekonomik bakımdan yaşam standartlarını yükseltmeyi hedefleyen projeler geliştirilmiştir. Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankası tarafından yapılan araştırmalarda cinsiyet eşitsizliklerinin ekonomik büyüme ve gelişmeyi engellediği vurgulanmış; cinsiyet eşitliği ekonomik sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir parçası olarak kabul edilmiştir (Goetz ve Sen 1996: 46-47). Balkız ve Öztürk’ün (2013: 19) belirttiği gibi “finansal kaynaklardan dışlanan kadınların krediye erişimlerinin sağlanmasıyla, kadınların sosyo-ekonomik bakımdan güçleneceği, istihdam ve gelir fırsatlarını yakalayacağı ve özgüvenlerinin artacağı varsayılmıştır”. Bu kapsamda Türkiye’de de kadınlara ekonomik kontrol özgürlüğü vererek aile içinde ve toplumda güçlendirilmelerini sağlamak amacıyla geliştirilen mikro kredi uygulamaları 2002 yılından itibaren Türkiye’de uygulanmaya başlanmıştır. Mikro kredi programlarının ülkemizdeki kadınlar özelindeki etki ve sonuçlarının ele alan çalışmalardan Balkız ve Öztürk’ün (2013: 19-20) Diyarbakır’daki kadınların ekonomik açıdan güçlendirilmesi çerçevesinde gerçekleştirdiği, mikro krediye başvuru kararının alınmasında erkeğin belirleyici konumda olduğunu, herhangi bir ekonomik girişimi başlatma ve bir başlangıç sermayesine erişim konusunda kadınların bağımsız karar veremediklerini, kredilerin genellikle hanedeki borçların ödenmesi ya da acil ihtiyaçların karşılanması için kullanıldığını, kredi kullanarak yapılan işlerin, geleneksel ev-içi üretim özel-

liği gösteren işler olduğunu ev dışında güvenceli, düzenli gelir getiren ve kadınları kamusal hayata sokan işler olmadığını vurgulayan alan araştırması önemli çalışmalar arasındadır. Bu çalışmaya göre finansal güçlendirmeyi amaç edinen mikro kredi programlarının toplumsal cinsiyet perspektifini geliştirip kadınları kamusal hayata entegre edecek mekanizmalar yaratması gerekmektedir.

Verilere göre finansal okuryazarlık, finansal karar alma ve finansal planlama konusunda kadınlar erkeklerden çok da geride olmamalarına rağmen, kamusal ve özel yaşam alanlarında bu konulara ilişkin olumsuz önyargılarla karşılaşabilmektedirler. Bu noktada, popüler kültür ürünlerinden olan dizilerde bu konular da geliştirilen söylemi incelemek önem kazanmaktadır.

2. MEDYADA KADIN İMGELERİ

Kadınların kitle iletişimi, kültür endüstrisi ve sanat kurumları tarafından üretilen imgelerinde sosyo-kültürel, ekonomik ve politik bağlantılar içinde ne tür şeyler söylendiğine odaklanılmaktadır. Betty Friedan'ın (1963/1983) kadın dergilerindeki kadın kahramanların tarihsel dönüşümünü incelediği çalışması, alana akademik ilginin arttığı özel bir çalışmadır. Bu çalışmaya göre, ev kadınlarının en önemli rolü ev için daha çok şey satın almaktır (1983: 175). Friedan, 1939 yılında yayımlanan dört dergideki öyküleri incelediğinde öykülerin kadın kahramanlarının çoğunun meslek sahibi olarak anlatıldığını vurgular (1983: 37). 1950'lerde kariyer kadını tipinin yavaş yavaş ortadan kalktığını söyleyen Friedan, çalışmayan kadınların yine de suçluluk hissettiğini ve dergi reklamlarının kadınlardaki bu duyguyu onlara daha fazla mal satacak şekilde manipüle ettiğini belirtir (1983: 180). Popüler kültürün kadın imgeleri üzerindeki tarihsel geleneğini inceleyen Waldve Papachristou (1975) ve Weibel (1977) beyaz Amerikan kadınının edilgen ve ev içi alana ait olarak betimlendiğini vurgulamaktadır. Medyadaki kadın temsillerinin ataerkil anlamlandırma biçimlerini yeniden üretmesine ilişkin Johnston (1973), Mulvey (1975), Kaplan (1983) ve Walker'ın (1984) çalışmaları da önemli niteliktedir. Bu çalışmalarla birlikte sinema filmlerindeki ataerkil bakış açısı ve kadınların edilgen konumlanışı sorgulanır hale gelmiştir. Son yıllarda ise kadınların beden algısı üzerinde medyanın etkileri üzerine araştırmalar yapılmaktadır (Dittmar ve Howard 2004; Perloff 2014; Fardouly vd. 2015).

Kadın temsilleri konusunda, televizyon dizilerinin kadınların ev içinde sürdürdükleri yaşam ritmine uygun anlatsal hazlar sunduklarını belirten Modleski'ye göre dizilerin anlatsal yapısı, kadınların yaşamlarındaki bekleme duygusuna denk düşmekte ve bu nedenle haz verici olmaktadır (Modleski 1995: 102). Buna göre pembe dizilerin beklentileri gerçekleştirmeyi hep erteleyerek oluşturduğu olay örgüsü, iyilerin ödüllendirilmesi ve kötülerin cezalandırılması biçimindeki melodramik yapıyla örtüşmemektedir. Melodramdaki bu beklentilerle pembe dizilerin örtük iletisi arasındaki çelişkiyi çözümenin zorluğuna/olanaksızlığına vurgu yapılmaktadır. Bu stratejiyle kadınlar ailelerini bir arada tutmaya yönelen-

dirilirken bu ideali gerçekleştirmenin zorluğu gösterilerek teselli bulmaları da sağlanmaktadır (Modleski 1995: 102). Pembe diziler, izleyicilere kendi yaşamlarından ayrı ama ona da benzeyen bir “yüksek gerçeklik” (*heightened realism*) (Porter 1977: 783) sunarken, Aristoteles’in giriş gelişme ve sonuç bölümlerine ayırdığı bir dramatik yapıdan ziyade, sürekli uzatılmış bir gelişme bölümünü içerirler. Ani değişikliklerle ilgilenmelerine rağmen, gerçekten doğru bilgiye dönüşümü sağlayacak bir değişimi tasvir etmezler; hatta ortaya atılan sorunlara verilen çözümlerin kendileri daha fazla sorun içerirler (Porter 1977: 784).

Kadınlarla ilgili kültürel imgelere odaklanan böyle çalışmaların yanı sıra medya sektöründe çalışanların sorunları ve medyada kadınlara yönelik cinsiyetçi ayrımları gündeme getiren eleştirel çalışmalar da yapılmıştır. Bu kapsamda, feminist medya çalışmaları genel olarak, toplumdaki eşitsizliklerin ve kadınların kadın oldukları için uğradıkları ayrımcılığın ataerkil yapılar tarafından nasıl inşa edildiğini çözümlenmeye çalışmakta, kültürel ürünlerde ataerkil düzenin yeniden inşa edilmesini sağlayan ne tür imgeler bulunduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Oya Tokgöz, *Televizyon Reklamlarının Anne-Çocuk İkilisine Etkileri* adlı çalışmasında 1980 yılı Haziran ayında Eskişehir’de ve Yozgat’ta alan araştırması yapmıştır. Bu çalışmaya göre küçük yaşta çocuklar anneleriyle etkileşimleri yoluyla tüketimi öğrenmektedir (1982: 153). Çalışmada, çocukların tüketim becerilerini öğrenmeleri yönünden cinsiyet farklılıklarına işaret edilmektedir. Bu çalışmaya göre erkek çocuklar, kız çocuklara göre bilgi işleme ve tüketim becerilerini öğrenme yönünden öndedirler. Ailede çocuğa tüketim becerileri öğreten ortaokulun üzerinde öğrenim görmüş olan annelerdir. Hiç okumamış veya az okumuş kadınlar tüketim yönünden çocuklarıyla etkileşmemektedirler. Eğitim düzeyi yüksek olan anneler, çocuklarıyla istekleri üzerinde konuşmakta, daha sonra çocuklarının isteklerini gerçekleştirmektedir (153-156).

Türk televizyon kanallarında kadın imgelerini ele alan önemli çalışmalar arasında ise Saktanber (1993), Aziz ve Köker (1994); Büker ve Kıran (1999); Tanrıöver ve Eyüboğlu (2000), Gencel-Bek ve Binark (2000), Alankuş ve İnal, (2000); Ünlü vd. (2009) ve Çam’ın (2009) çalışmaları sayılabilir. Saktanber, televizyondaki kadın programlarının kadınları, “iyi” anneler, “uyumlu” eşler ve kadınlıkları her şeyin önünde tutulan meslek sahibi kadınlar olarak kurguladığını belirtmektedir (1993: 194). Büker ve Kıran, inceledikleri 16 reklamda kadınların edilgin, itaatkâr, bağımlı, güçsüz ve özne konumundan uzaklaştırılmış bireyler olarak sunulduğunu vurgulamaktadırlar. Bu çalışmaya göre, reklamlarda kadınların iki güçlü denetleyicisi bulunmaktadır. Bunlar, görüntüdeki varlığıyla ya da dış sesle onu denetleyen bir erkek ve üst konumda olan bir kadın ya da kadının kendi kendine yönelttiği denetimdir (1999: 137-138). Tanrıöver ve Eyüboğlu (2000) tarafından yapılan “Popüler Kültür Ürünlerinde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek Ögeler”

adlı araştırmada yerli dizilerde kadınların çoğunlukla ev kadını ya da anne kimlikleriyle temsil edildiği vurgulanmaktadır. Ünlü ve arkadaşlarına (2009: 104) göre televizyon dizilerinde kadın karakterlerin güzel olmaları, moda ile ilgili olmaları, evlerini dekore etmeye çalışmaları ve çoğunlukla mutfak içi alanda gösterilmeleri toplumda varolan kadın imgesini desteklemektedir. Kadınların daha çok erkekler tarafından şiddete maruz kaldığını belirten çalışmada, şiddetle ilgili algılama ve eğilimlerin dizilerde gösterilmesinin şiddetin doğalmış gibi algılanmasına neden olduğu vurgulanmaktadır. Çam (2009), televizyon dizi söylemi içinde üretilen cinsellik tasarımlarının, kadın ve erkek arasındaki katı bir karşıtlık ilkesine dayalı olarak üretilen cinsiyet eşitsizliği temelinde yükselen sert yapısalcı tasarımlar ortaya koyduğunu söylemektedir. Bu çalışmaya göre, televizyon dizileri şiddet kavramını telaffuz etmemekte, şiddet edimlerini kadınların ve erkeklerin bireysel problemleri olarak tasarlamaktadır. Bu durum da şiddetin toplumsal bir sorun olarak kavranmasını güçleştirmektedir. Bu çalışmaların yanı sıra Altun ve Bek, çalışmalarında (2013: 33), 1 Eylül 2006 ile 31 Ağustos 2007 tarihleri arasındaki 1 yıllık dönemde, tirajı 300 binin üzerindeki dört gazetede; Hürriyet, Posta, Sabah ve Zaman gazetelerinde yayınlanan kadına yönelik şiddet haberlerini nicel ve nitel olarak analiz etmişlerdir. Çalışmada, haberlerde, aile içi şiddeti bir hak ihlali olarak kavrayıp ve bu yönde bu şiddeti kadın yurttaşların hak ihlali olarak toplumsal, siyasal boyutlarıyla sunmak yerine, kadınları teşhir eden bireysel öyküler tercih edildiğine dair bulgular yer almaktadır. Çalışma kişiselleştirme, dramatize etme, sansasyonelleştirme, mizahileştirme ve cinsel teşhir yoluyla aile içi şiddetin arka planda tutulması, gizlenmesi ve toplumsallığının yok edilmesini ortaya koymaktadır.

Dergilerde, sinema filmlerinde ve gazete haberlerinde kadınlarla ilgili, Gül ve Altındal'ın (2015), Ekici'nin (2016) ve Parsa ve Akçora'nın (2016) yaptığı çalışmaların yanı sıra çeşitli kuruluşların desteklediği araştırmalar da bulunmaktadır. Örneğin, TÜSİAD'ın *Televizyon Dizilerinde Kadın Algısı* (2018: 47) adlı araştırmasına göre ise incelenen 12 dizide toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını yeniden üreten bir temsiliyet ve rol dağılımı bulunmaktadır. Kadınların çoğu, eş veya anne olarak ev işlerinden sorumlu rollerde yer alırken, erkekler karar verme mekanizmalarında, iktidar sahibi, ekonomik bağımsızlıkları olan bireyler olarak temsil edilmektedir. Bu araştırmaya göre, dizilerde, duygusallık ve kibarlık kadınlara; kabalık, rekabetçilik ve dışadönüklük erkeklere has özellikler olarak ortaya çıkmaktadır. Araştırmada, kadın ve erkek karakterlere söz ve eylem yoluyla kadınlık ve erkeklik atfedilen durumlara ve bu durumların ne kadarının iltifat ve aşağılama içerdiğine de bakılmıştır. Erkeklerle yöneltilen kadınlık özelliklerinin hemen hepsinin aşağılayıcı nitelikte olduğu, ancak kadınlara yöneltilen erkeklik özelliklerinin ise iltifat niteliği taşıdığı göz önünde bulundurulduğunda dizilerde erkeksiliğin daha makbul olduğu ortaya çıkmaktadır. Kadınların büyük bir oranda genç rollerde temsiliyet buldukları, erkeklerin ise daha geniş bir yaş aralığı içinde temsil edildiği belirtilmektedir. Dulluk kadınlar için daha çok yazılan

ve belirgin bir rol olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınlar için medeni durumun “bilinmiyor” olması söz konusu değilken, erkekler için bu oran yüzde onlardadır. Medeni durum kadınları tanımlayan bir araçken, erkeklerin hikâyelerinde çok da önemli bir yer tutmayabilmektedir.

Bu çalışma, bu literatürün çizdiği çerçevede, daha önce ele alınmamış bir konu olan yerli dizilerde kadınların finansal becerilerinin sunumunu ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu çaba, kadınların tabi oldukları finansal mücadelenin cinsel sömürü ile bağlantısını betimlemek bakımından önem taşımaktadır. Molyneux’un (2008: 148) belirttiği gibi, çoğu toplumda kadınlardan;

(...) ev kadını ve anne ya da en iyi olasılıkla ek ücret kazanan yarım gün işçiler olmaları beklendiği için becerilerini ve beklentilerini geliştirmek üzere gördükleri resmi ve gayri resmi eğitim genellikle bu yöneliş çerçevesinde olur. Kadınları, yorucu, nazik ya da ince işlerin altından kalkma konusunda ‘doğal’ olduğu varsayılan yeteneklerini kullanmak üzere düzenlenen işlere verme eğilimini taşıyan cinsiyete dayalı iş bölümü bunu pekiştirir; aynı zamanda bu işlerde ücretler benzer işlerde erkeklerin aldıklarından daha düşüktür.

Toplumsal cinsiyet alanında finansal okuryazarlığın artırılmasıyla bu iki alandaki sömürünün birbirini karşılıklı olarak güçlendirmesinin önüne geçilmesine katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.

3. KALBİMDEKİ DENİZ DİZİSİNİN FİNANSAL OKURYAZARLIK VE FİNANSAL BECERİLER AÇISINDAN ANALİZİ: KÖR ADANIŞ (2), FİNANSAL MÜCADELE VE BEYAZ ATLI PRENS MİTİ

Kadınlar günümüzde de gündelik yaşamda ve medyada cinsiyetçi söz ve davranışlara maruz kalmaktadırlar. Bu çalışma, kadınların finansal okuryazarlığının ve finansal kaynakları kullanma becerisinin medyada nasıl temsil edildiğine odaklanmaktadır. Medyada kadınlar, finansal sorunların çözümüne ilişkin düşük düzeyde bilgi sahibi olan, finansal kaynakları etkin ve verimli kullanamayan, yaşamsal doyumu ve mutluluğu parayı verimsiz bir biçimde harcayarak elde eden özneler olarak resmedilmektedirler. Bu kapsamda çalışma, Kalbimdeki Deniz (3) dizisindeki şu iki soruya odaklanmaktadır: Kadın kahraman, finansal gücünü hangi kaynaklara yönlendirmektedir? Finansal gücü elinde bulundurmaktan isteyen kadına verilen tepkinin niteliği nasıldır?

Toplumsal cinsiyet alanında paranın eril erkeklikle bir bağlantısı vardır. Coontz ve Henderson’a göre erkek egemenliğinin kökeni, kadınların toplumsal üretimdeki rollerinde aranmalıdır. Toplumsal üretimin geçirdiği dönüşümler evliliğin belirli bir biçimde düzenlenmesine yol açtığında, erkeklerin, kadınların emeğini

denetlemeleri ve onun ürünlerine el koymaları mümkün hale gelmiştir. Erkek egemenliği bu el koyma sonucunda gelişmiştir (2008). Molyneux'ın (2008: 147) belirttiği gibi,

(...) kadınlar, ücretli kesimde çalışsalar bile, evdeki sorumluluk onların sırtına yüklenir; ücretli kesimde çalıştıklarında çoğu en düşük ücretli ve en durağan işlere dağılmış durumdadır. Ev içi görevlerine bir de ücretli işlerin doyurucu olmayışı eklendiğinde bu, kadınların ev dışında çalışmaları önünde önemli bir engel haline gelir ve bu konuda cesaretsizlendirebilir. Böylece emek piyasasının kendisi, kadınların ev içi alanındaki konumları ile ev dışındaki var oluşları arasında dolaysız bir bağlantı kurarak onların yeniden-üretimindeki rollerini tamamlar ve pekiştirir. Bu yüzden de, kadınların emek piyasasındaki güçsüz konumlarının ev içindeki tabiiyetlerini pekiştirici bir etkisi vardır.

Kadına yüklenen üretim faaliyetleri hem iktisadın kapsamı dışında gibi düşünülür hem de kadınların parasal konularla ilişkisi geleneksel önyargılara kurban edilir. Bu, ekonomi disiplininin toplumsal cinsiyet anlayışı ekseninde eril kimlikli, özellikleri kendinden menkul bir insan tanımı içinde kadın deneyimlerini içermeyen bir bakış açısına sahip olmasına bağlanmaktadır (Serdaroğlu 1998: 69). Temsil düzleminde toplumsal cinsiyetin finansal karar alma mekanizmalarında nasıl bir bilişsel düzenleyici olarak çalıştığının, bilişsel anlayışımızı nasıl biçimlendirdiğinin sergilenmesi bakımından bu çalışma önem taşımaktadır. Çalışma, toplumsal cinsiyet ile bazı özelliklerin metaforik olarak nasıl ilişkilendirildiğini, erillik ve dişillik dair söz konusu metaforik yakıştırmalar temelinde dişillik nasıl konumlandırıldığını araştırmayı amaçlamaktadır (4).

Kalbimdeki Deniz'in olay örgüsü evli, mutlu, iki çocuklu bir kadın olan Deniz'in kocası tarafından terk edilmesinin ardından yaşadığı ekonomik ve ruhsal sorunlar üzerinden yapılandırılmaktadır. Deniz, kısa bir süre içinde korunup desteklenen bir eş olmaktan hayatını kazanmak zorunda olan iki çocuk annesi bir kadın kimliğine geçiş yapar. Bu, kadın kahramanın finansal anlamda zorlanmasına neden olur. Sorunlara sebep olan asıl kişi Deniz'in çocukluk arkadaşı Hülya'dır. Modleski, pembe dizilerin izleyicisini anlatıdaki herkes için kaygılanmaya yönlendirse de, içinde sınırsız biçimde nefret edilecek bir karakter barındırdığını söylemektedir. Bu karakter, izleyicinin ideal benliğinin olumsuz imgesi olarak işlev gören kötü kadındır (1995: 105). Hülya, aynı mahallede büyüdüğü kendisi gibi dar gelirli bir aileden gelen, üniversite ikinci sınıfta okulu terk edip, staj yaptığı şirketin sahibinin varlıklı oğlu Alihan ile evlenen Deniz'i kıskanmaktadır. Hülya, Deniz'i çalışmadığı için aşağılamakta, Deniz ise evin ve çocukların bütün yükünü taşıdığını vurgulayarak ev içi alanda çalıştığını ifade etmektedir. Böylelikle, anlatıda sorunlara sebep olan kişi olarak gösterilen Hülya aracılığıyla vur-

gulansa da, kadınların kendi ayakları üzerinde durabilmeleri gerektiği dizi söyleminin bir parçası olarak üretilmektedir. Bununla birlikte, kadınlar arası ilişkide, Deniz'in ev içi emeği göz ardı edilmektedir. Buradaki sınıfsal kıskançlık unsuru annelik ile de ilgilidir. Hülya'nın zihnindeki "ev kadını annedir; çalışan kadın anne değildir" ikilemi geleneksel toplumsal bir önyargıdır. Hülya'nın Eşi Nejat'ın ilk eşinin de ev kadını olduğunun öğrenilmesiyle bu ikilik belirginleşir. Modleski'ye göre, "pembe dizideki acıların çoğu her ne kadar kaçınılmaz olsalar da, aşırı derecedeki acı, 'olaylara neden olan ve olayların akışını özne/izleyicilerden daha iyi kontrol eden kötü kadının bir kusurudur" (1995: 105). Anlatı içindeki karakterlere sempati duymaya yönlendirilen izleyici, düş kırıklığının acısını bu kötü karakterden çıkarabilir. Anlatının döngüsü *kadın kadının kurdudur* mitini destekler nitelikte kötü kadının öfkesini anne/kadına yönlendirir (5).

Pembe diziler, kadın kahramanı ideal bir anne olarak kurgulamaktadır (Modleski 1995: 103). Çocuklarına akıl veren, aile arasındaki çatışmaların üstesinden gelebilen, kendisine ait istek ve haklardan feragat etmiş bu süper anne, izleyicideki dünya düzeninin de hakça olacağı inancını besler. Ancak Modleski'ye göre pembe diziler anne üzerindeki bu yanılısamanın mütemadiyen devam etmesine izin vermez. Pembe diziler,

(b)ir yandan öykünün adil bir sona ulaşması yönündeki arzuları sürekli canlı tutarak izleyicilerin melodramatik biçimden beklentilerine yanıt verirken, öte yandan sonların yalnızca daha fazla gerilime ve acıya yol açtığını göstererek bu arzunun gerçekleşmesinin mümkün olmadığını da sürekli olarak belirtir (1995: 104).

Deniz'in yaşamındaki finansal yoksunluk, annelik rolünde de bir kırılmaya neden olur. İdeal anneden uzaklaşan bir çerçeve çizerek, kendine ait istekleri olan, çocuklarına akıl vermekte; ailenin çatışan isteklerinin üstesinden gelmekte oldukça zorlanan bir anneye dönüşür.

Çoğu, kadınlarca gerçekleştirilen üretim faaliyetleri iktisat dışında bırakıldığı için Deniz'in evlilik dönemindeki yaşamı da arkadaşları tarafından entellektüel ilgiye değer bulunmayarak göz ardı edilmektedir. Kadınların ev içindeki emekleri ile ilgili yazan Delphy'nin belirttiği gibi, kadınların aile içinde harcadıkları emeğin ekonomideki yeri her zaman kabul edilmemektedir. Tarih boyunca kadınlar, ev işlerinin yanında karşılığı ödenmeyen başka işler de yapmışlardır. Aile yardımcısı statüsündeki kadınlar, çiftliklerde, esnaf ve zanaatkar eşlerinin yanında çalışmıştır. Sanayileşmenin gelişmesiyle, kadınların aile içindeki emekleri sömürülebilir olmaktan çıkmıştır. Bu süreçte bazı kadınlar ücretli emek alanında yer almış, geri kalanlar ise tam gün ev kadınlığı yapmıştır. Yine de ücretli emek alanındaki

kadınlar, karşılığı ödenmemiş ev emeği harcamaya devam etmişlerdir (Delphy 2008: 89-113; Molyneux 2008: 117-119).

Olay örgüsünde, bundan sonra Deniz'in karşılaştığı pek çok sorunun temelinde *kadın kadının kurdudur* mitinden kaynaklanan kıskançlık duygusu bulunmaktadır. Hülya iş arkadaşı Şebnem'i Alihan ile ilişki kurmaya yöneltmektedir. Alihan ile konuşurken imalı bir biçimde bir erkeğe sırtını yaslayıp ev kadını olacak bir kadın olmadığını vurgulayan Şebnem'in tüm hareketlerini, aslında, Hülya yönlendirmektedir. Bu yönlendirmelerin etkisi ile Şebnem'e âşık olan Alihan, Deniz'i ve iki çocuğunu terk ederek, evlenmeden önce hayalini kurduğu meslek olan, restoran işletmeciliğini yapmak üzere Bodrum'a yerleşmektedir.

Deniz, 18 yıllık evliliği süresince hep ev içi üretimde yer almıştır. Ev dışındaki alanda iş gücüne katılımı finansal bir krizin ortaya çıkması ve elinde hiç parasının olmaması ile başlamıştır. Anlatıya göre, Alihan maddi sıkıntıları olduğu yalanını söyleyerek Deniz ile anlaşmalı olarak boşanır. Deniz'i kandırarak imzalattığı belgelerle fabrikayı devreder ve evini satar. Böylelikle Deniz, özel alanda eş tarafından dolandırılır. İyi niyetli olarak verdiği vekâlet nedeniyle mal varlığını kaybeder. Kocasının gidişi ile birlikte yasa boğulan, kocasıyla birlikte ona kimlik duygusunu veren yaşam biçimini de yitirmiş olan Deniz, dışarıdaki alanda da finansal bir konu ile ilk bağlantısında dolandırılır. Sokakta tanıştığı bir adam, Almanya'daki akrabasının uygun bir evi olduğunu ve Deniz için kiralayabileceğini söyler. Deniz, adamın sözlerine inanır ve kontrat imzalamadan bu evi kiralar. Adam, evin aylık kirasının 2.500 TL olduğunu ancak 6 aylık kirayı peşin verirse 1500 TL olabileceğini söyler. Ertesi gün Deniz, adama 9000 TL ödeme yapar. Kontratı sorduğunda adamdan, "siz bugün yerleşin, yarın getirir imzalarız" yanıtını alır. Diyaloglar şöyle gelişir: "Peki, bir sorunla karşılaşırsam size nasıl ulaşacağım, bir telefonunuzu alabilir miyiz?" "Ben cep telefonu kullanmıyorum, Sinan diye kime sorarsanız gösterirler, hemen arka mahallede oturuyorum, komşu sayılırız". Kadın kahramanın böylesine kolay biçimde dolandırılması, kadınların finansal okuryazarlığının yetersiz olduğuna ilişkin verileri yansıtabilir. Bu noktadan hareket eden anlatı, finansal okuryazarlığı az olan bir kadının iş yaşamına girişindeki sıkıntıları da dile getirir. Kadın kahraman finansal krizle karşılaştığı anlarda zorlansa da bilgisi ve iş deneyimi arttıkça başarılı olmaktadır. Bu noktada senaryo, kadınların finansal meselelerle ilişkisindeki klişe önyargıların kırılmasına yardımcı olur. Kadınların finansal meselelerde kolayca kandırılması, cinsiyetçi ve özcü yargıların aksine, iş deneyimlerinin ve bilgilerinin az olmasıyla ilişkilidir. Bu bağlamda anlatı, cinsiyetçi önyargıların kırılmasına yardımcı olmaktadır.

Anlatıya kadın kahramanın kurtarıcısı beyaz atlı prens olarak giren Mirat, Deniz'in dolandırılarak kiraladığı bu evin asıl sahibidir. Her ay kira ödeme gerçeği Deniz'i iş arama konusunda harekete geçirir. Birdenbire çalışmayı zorunlu kılan

bir durumun ortaya çıkması ile Deniz, iş başvurularında bulunur. Mirat'ın atlarının olması da onu imgesel olarak beyaz atlı prens klişesine yaklaştırır. Anlatı burada erkek egemen söylemin tuzağına düşer. Romantik aşk mitini kurabilmek için farklı özellikleri olan ve neredeyse imkânsız gibi görünen bir aşk anlatısı kurulur. Seyircinin ilgisini çekebilecek bu melodramatik yapı, özdeşleşmeyi de kolaylaştırır. Erkek, yönlendirici, koruyucu, sakın ve suskun özellikleriyle betimlenirken ana akım anlatılarda geleneksel ideolojik erkekliğin özellikleri pekiştirilir. (6) Kadınların benliklerindeki yaraları iyileştirecek kişinin Franco'nun (1998: 178) deyişiyle "tamamlayıcı" bir erkek olduğu fantezisi yeniden ima edilir. Mulvey'in (1975) *Görsel Haz ve Anlatı Sineması* adlı kült makalesinde bahsettiği gibi, erkeğin her daim etkin olduğu başat yapı güçlendirilir.

Deniz, çalışması söz konusu olduğunda sürekli taciz, aşağılama ve düşmanlıkla karşılaşır. İlk iş başvurusu olumsuzdur. Üniversite ikinci sınıfta iken okuldan ayrıldığı için lise mezunudur. İş görüşmesinde tacize uğrar: "Para kazanmak istiyorsan önce beni memnun edeceksin". İşverenin yüzüne su fırlatır. Anlatı boyunca Deniz, kadını bir cinsel meta olarak görentüm erkek işverenlerin iktidarını yıkar. Deniz bir eve temizliğe gider. Cam silerken düşme/ölüm tehlikesi geçirir. Bu tehlike karşısında kadın işveren, "ne yapıyorsun kızım dikkat etsene" "al başına belayı" diyerek onu azarlar. İşçi işveren arasındaki sınıfsal ayrıma yer veren anlatı, sınıfsal bir düşüş yaşayan Deniz'in durumunu dramatize etmek yerinde ev içi hizmetlerde iş güvenliğine yönelik işverenlerin umursamazlığını gündeme getirir. İşverenin erkek ya da kadın olması fark etmemektedir. Sigortasız çalıştırılan, iş kazası geçiren bir işçinin, işverenin başına bela olacağı düşüncesine eleştirel biçimde yer verilmektedir.

Deniz, yemek yapmak için gittiği bir evde arkadaşlarını görünce aşağılanır ve çok üzülür. Bir sonraki işi fabrikada ütü yapmaktır. Burada parasını alır ve bu parayı evin gıda ihtiyaçları için harcar. Bu, onca zorlanma ve aşağılanma sonrası Deniz'in ilk zaferidir.

Deniz, Fikriye'nin kıskançlığı nedeniyle fabrikada iftiraya uğrar; hırsızlıkla suçlanır. Anlatı, yine *kadın kadının kurdudur* mitini kullanır. Ancak bir önceki paragrafta bahsettiğimiz gibi o, eski Deniz değildir artık. Fabrikadaki işinden ayrılır. "Garson aranıyor" ilanı için girdiği esnaf lokantasında müşterilerin tamamının erkeklerden oluştuğu yakın çekimlerle vurgulanır. Bu konuda işverenin uyarısına "Ben işimi çok iyi yaparım, paramı da alırım. Müşterilerin kim olduğu beni ilgilendirmez" yanıtını verir. Kadın kahraman, iş yaşamında deneyim kazandıkça daha da güçlenmektedir. Deniz, o gün eve gitmeden önce manava uğrar, muhtarlığa kaydını yaptırır. Cesareti artar ve çocukları için çabalamak için güç toplar. Esnaf lokantasında işe başladığında erkek müşteriler şaşırır. İşveren bir arkadaşına "E? Kadın olmaz dedin, full çekiyoruz, sen hiç bu kadar kibar ve sessiz gör-

dün mü burayı?" diye sorar. Deniz'in iş yerini özenli bir mekân haline getirme çabası sayesinde iş yerindeki müşteri sayısı artar.

Esnaf lokantasındaki işinden çıktığı bir gün başkasına da faydası olur Deniz'in. Sokakta gördüğü bir Suriyeli kadınla konuşur. Akşam esnaf lokantasından kalan yemekleri ona verebileceğini söyler. Kadın kahraman, ekonomik alanda insan yaşamının gözardı edilen yanlarından işbirliği ve diğergamlık (alturizm) gibi kavramlarına önem verir. Ancak dizi söylemi gerilimi ve çatışmayı sever. Deniz, lokantada tacize uğrar "Sen de böyle yerde çalışmayacaksın, haydi işine Deniz Hanım". "Seni doğuran da bir kadın, düşünsenize onlara da böyle davranıldığını, belki o zaman biraz adam olursun" "Sana demiştim değil mi kadının olduğu yerde bela eksik olmaz diye". Deniz'in yalnız bir kadın olarak sürdürdüğü finansal mücadelesinde anlatı yine bir dönemece girer ve beyaz atlı prens mitine bağlanır. Bu noktadan sonra gizli kahraman, koruyucu ve kollayıcı Mirat'tır. Finansal okuryazarlık konusunda kadınları bilgilendirebilecek ve ilerici sayılabilecek anlatı, seyirciyi etkileyebilmek için kültürel klişeleri kullanır.

Deniz, yarım gün boyunca iş aradığını ancak iş bulamadığını söyler. Mirat'ın gizli desteği ile at çiftliğindeki restoranın işletmesi Deniz'e verilir. Deniz'in haberi olmadan maaşının bir kısmını kendisinin ödeyeceğini söyleyerek Mirat, bu iş ayarlamasını yapar. Dowling'in (1995: 25), "Sindrella kompleksi" olarak adlandırdığı kavrama göre, Sindrella masalındaki gibi bugünün kadınları da hala dışarıdan birilerinin kendi yaşamlarını dönüştürmesini istemektedir. Kurtarıcı bir beyaz atlı prensin çıkagelmesi ekonomik becerinin bir kurtarıcı erkek tarafından yönlendirilmesi sonucunu doğurmaktadır. Deniz, evliliği süresince dümeninde Alihan'ın olduğu bir gemide olduğunu vurgular. Geminin kayalıklara çarpmasından sonra Mirat'ın kendisi için bir deniz feneri gibi olduğunu söyler. Ancak Mirat, bu noktada Deniz'i uyarır: "O ışık sensin. Girdiğin her yeri aydınlatıyorsun, ama farkında bile değilsin". Kadın kahramanın kendine güvenmesi gerektiği yine bir erkeğin yönlendirmesi ile vurgulanır. Kadınların kendi başarılarına ilişkin duydukları iç kuşkunun bugünün kadınının tipik bir özelliği olduğu söylenmektedir (Bardwick'ten aktaran Dowling 1995: 36). Bir araştırmaya göre kadınları erkeklerden ayıran değişkenler arasında pasif olma, bağımlı olma ve özsaygı yokluğu belirgindir (Bardwick'ten aktaran Dowling 1995: 36). Çocukluktan itibaren güvensizlikle baş etmek zorunda kalan kadınlar, kültürel ve ruhsal alanda kendilerini geride tutmaktadırlar. Toplumsal ve ekonomik sistemde kadınların işe ve paraya yönelik tutumları, ruhsal alandaki bu geri çekilmeyi takip etmektedir.

SONUÇ

Toplumsal cinsiyet alanında paranın eril erkeklikle kurulan bağlantısında kadınların kolayca kandırılan, gündelik yaşamda finansal sorunların çözümüne ilişkin düşük düzeyde bilgi sahibi olan, finansal kaynakları etkin ve verimli kullanama-

yan, yaşamsal doyumu ve mutluluğu parayı verimsiz bir biçimde harcayarak elde eden bireyler olduğu düşünülür. Temsil düzleminde toplumsal cinsiyetin finansal karar alma mekanizmalarında nasıl bir bilişsel düzenleyici olarak çalıştığının, bilişsel anlayışımızı nasıl biçimlendirdiğinin sergilenmesi bakımından önem taşıyan bu çalışma, dişillığın finansal konularla nasıl bağlantılandırıldığını ortaya koymayı amaçlamıştır.

Cinsiyet düzleminde finansal okuryazarlık literatüründen yararlanarak *Kalbimdeki Deniz* dizisindeki kadın kahramanın finansal meselelerle ilişkisini ele alan çalışmaya göre, kadın kahraman finansal konularda hem özel alanda hem de kamusal alanda kurduğu ilişkilerde kolayca dolandırılabilir. Ancak bu durum, literatürdeki araştırmalarda yer alan kadınların finansal bilgi düzeylerinin düşük olmasını destekleyen bir yapı da sunmaktadır. Kadın kahramanın iş deneyimi arttıkça finansal bir krizle baş etme potansiyeli artmaktadır. Bu bağlamda anlatı, kadınların finansal meselelerde kolayca kandırılacağı yönündeki cinsiyetçi yargıları, bunu iş deneyimi ve bilgi azlığı ile ilişkilendirerek kırmaktadır.

Kadın kahramanın, çalışma yaşamına girdiğinde anlatı boyunca cinsiyetçi ayrımlarla karşılaştığı, finansal idare gücünü eline aldığı her anda bu parayı, ev kirası, mutfak masrafı ve çocukları için harcadığı görülmektedir. Bu noktada anlatı, kadınların finansal bilgi düzleminde erkeklere göre zayıf olmalarına rağmen, parayı ihtiyaca uygun ve riske girmeden harcadıkları yönündeki önceki bölümde anlatılan çalışmaların bulgularını destekler niteliktedir. Dizide, cinsiyet düzleminde finansal bilgi alanında kadın erkek arasındaki farka rağmen, finansal karar alma ve finansal yaklaşım konusunda kadınların uzun döneme daha fazla önem verdiklerini söyleyen çalışmaları destekleyen bir gelişim de gözlenmektedir.

Toplumsal ve ekonomik sistemde kadınların gücünün artması, toplumsal cinsiyet alanındaki önyargıların kırılması ile mümkündür. Bu bağlamda, anlatının *kadın kadının kurdudur* mitinden ve *beyaz atlı prens* mitinden beslenen yapısı, toplumsal cinsiyet alanındaki önyargıların kırılmasını zorlaştırmaktadır. Sonuçta, popüler kültür ürünlerinin kadınları özgürleştiren bir anlatıya hizmet ederken aynı anda ve karmaşık biçimlerde onları ataerkil söylemler ile kuşatarak etkin bir bilinçlenmeden uzaklaştırabileceğini vurgulamak gerekmektedir.

SONNOTLAR

(1) Yazarlar, bu farklılığı, finansal bilginin kişisel düzeyde olmasına rağmen, finansal kararların hane halkı düzeyinde alınması ile açıklamaktadır. Finansal yaklaşım konusunda ise kadınların uzun döneme daha fazla önem verdikleri görülmektedir (2012: 43-46).

(2) "Kör Adanış" başlığı, Dowling'in *Sindrella Kompleksi* (1995: 151, 162) adlı kitabından alınmıştır.

(3) Yerli dizilerde bu özellikleri taşıyan kadınlar genellikle iyi kalpli kadın kahramanın karşısında konumlandırılan 'kötü kadın'lardır. *Kalbimdeki Deniz* ile aynı yıl gösterilen *Kiralık Aşk* (Metin Balekoğlu, 2016) bu bağlamda incelenebilecek yerli dizilerden biridir. Dizide, tahammülsüz, kaba ve buyurgan bir karaktere sahip olan ayakkabı tasarımcısı Ömer'in bir kafede garsonluk yapan Defne'yi fiziksel tacizinin mucizevî bir duygusal etkilenmeye dönüştürüldüğü görülmektedir. Anlatı boyunca, şiddet ve aşk birbirine karıştırılmaktadır. Erkek kahramanın mitleştirildiği anlatıda Defne, ağabeyi Serdar'ın mafyaya borçlanması yüzünden finansal bir kriz ile karşı karşıya kalır. Ağabeyinin yaşamı ile ilgili kaygılandığı için diğergam, paylaşımcı ve işbirliğine açık davranışlar sergileyerek bir anlaşmayı kabul eder. Annesinin ve babasının yanlarında olmayan üç kardeş, anneanneleri ile birlikte yaşamaktadır. Ailenin geçimini Defne sağlamaktadır. Ömer'in yengesi Neriman, Defne'ye Ömer'i kendisine âşık edip evlenmesi karşılığında 400 bin TL teklif eder. Defne, bu teklifi, çaresiz kaldığı için kabul eder. Yenge'nin böyle garip bir teklifte bulunmasının nedeni kendi finansal rahatlığını kaybetmemektir. Neriman, ideal kadın olmanın ölçütleri ile ilgili Defne'ye öğütler veren, yanında çalışanları aşağılayan ve hayattaki en önemli şeyin para ve statü olduğunu vurgulayan bir kadındır.

(4) Serdaroğlu'nun belirttiği gibi, toplumsal cinsiyet alanındaki farklılıklar görüşüne dayanan iktisatçılar, "kadın deneyimlerine dayanılarak oluşturulacak bilginin, kadınları görünür kılarak, iktisat disiplinine kadın açısını getireceğini savunmaktadırlar" (1998: 81).

(5) Sinemada kadın kahramanların özne konumuna geçebilmek için birbirlerinin "yıldızını kaydırıldığını" vurgulayan ve özdeşleşme sürecinde bu konunun sakıncalarına değinen bir çalışma için bkz. (Büker 1997).

(6) Neale, duygusal suskunluğu ana akım sinemada geleneksel ideolojik erkekliğin özelliklerinden biri olarak gösterir. Erkeklerin dili kullanmaktan kaçınması ile narsizm ve ideal egonun inşası arasında teorik bir bağlantı kurarak, her şeyi gücü yeteceğini düşünen, kendine yetebilen çocuğun etrafını çevreleyen dilin, çocuğun kendine yetebilme gücünü tehdit ettiğini vurgular (1993: 12).

KAYNAKÇA

Akyüz A (2016) *Kalbimdeki Deniz* [Dizi Film].

Alankuş S ve İnal A (2000) *Güldürü Programlarında Kadının Temsili ve Kadına Yönelik Şiddet*. N. B. Çelik (Der.) Televizyon, Kadın ve Şiddet içinde, Ankara: Dünya Kitle İletişim Vakfı Yayınları, (65-110).

Atkinson A ve Messy F (2012) *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15, Paris: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k9cfs90fr4-en>.

Aziz A ve Köker E (1994) *Medya Şiddet Kadın*. Ankara: KGSM Yayını.

Balekoğlu M (2016) Kiralık Aşk [Dizi Film].

Balkız Ö I ve Öztürk E (2013) Neo-liberal Gelişme Anlayışı ve Kadın: Mikro Finans Uygulamaları Kadınları Güçlendiriyor mu?, *Mediterranean Journal of Humanities*, 3(2), 1-21.

Bardwick J M (1971) *Psychology of Women: Study of Biocultural Conflicts*, Oxford: Harper&Row.

Beal D J ve Delpachitra S B (2003) Financial Literacy Among Australian University Students. *Economic Papers: A journal of Applied Economics and Policy*, 22(1), 65-78.

Büker S (1997) Çalışan Kız Yıldız'a Öykünüyor. Onat Kutlar'a Armağan. *Sinema Yazıları*. S. Büker, (Haz.), Ankara: Doruk Yayıncılık, 187-191.

Büker S ve Kıran A E (1999) *Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet*. İstanbul: Alan Yayıncılık.

Çam Ş (2009) Televizyon Dizilerinin Kadına Yönelik Şiddet Temsillerinde Ataerkil Rejimin İdeolojisi. *Kültür ve İletişim*, 12(2), 79-132.

Deacon D, Pickering M, Golding P and Murdock G (1999) *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*, New York: Oxford University Press.

Delphy C (2008) Baş Düşman, G. Acar-Savran ve N. Tura Demiryontan (Der.). *Kadının Görünmeyen Emeği*, İstanbul: Yordam Kitap, (89-113).

Dittmar H ve Howard S (2004) Thin-ideal internalization and social comparison tendency as moderators of media models' impact on women's body-focused anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 768-791.

Dowling C (1995) *Sindrella Kompleksi. Çağdaş Kadınlarda Bağımsızlık Korkusu*, S. Budak (Çev.), Ankara: Öteki.

Ekici A (2016) Popüler Film Anlatısı ve Gizemin Taşıyıcısı Kadın, *Moment Dergi*. 319-338.

Eyben R (2011) *Supporting pathways of Women's Empowerment: A Brief Guide for International Development Organisations*, Pathways Policy Paper, October 2011.

Fardouly J, Diedrichs, P C, Vartanian L R and Halliwell E (2015) Social Comparisons on Social Media: The Impact of Facebook on Young Women's Body Image Concerns and Mood, *Body Image*, 13, 38-45.

Franco J (1998) *Kadınların İçerilmesi: Kuzey Amerika ve Meksika Popüler Anlatısıyla İlgili Bir Karşılaştırma*, N. Gürbilek (Çev.), T. Modleski (Haz.), *Eğlence İncelemeleri*. Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar, İstanbul: Metis.

Friedan B. (1983). Kadınlığın Gizemi. Kadınlar için Yeni Bir Dönem Başlatan Kitap, T. Mertoğlu (Çev.), İstanbul: E Yayınları.

G 20 Deklarasyonu (2012) Erişim 2 Şubat 2018, <https://www.oecd.org/g20/summits/los-cabos/2012-0619-loscabos.pdf>.

Gencil-Bek M ve Binark M (2000) Medya ve Cinsiyetçilik. KADER için Eğitim El Kitabı, Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, Ankara.

Goetz A M and Sen G R (1996) Who Takes the Credit? Gender, Power and Control Over Loan Use in Rural Credit Programs in Bangladesh, *World Development*, 24/1, 45-63.

Gül S S ve Altındal Y (2015) Medyada Kadın Cinayeti Haberlerindeki Cinsiyetçi İzler: Radikal Gazetesi, *Akdeniz İletişim*, (24), 168- 188.

Johnston C (1973) Women's Cinema as Counter-Cinema, C. Johnston (Ed.), *Notes on Women's Cinema* (22-33). Society for Education in Film and Television, London.

Kadına Şiddetle Mücadelede Kalbimdeki Deniz Etkisi (2016, 15 Kasım) Erişim 10.11.2017, <https://www.mynet.com/kadina-siddetle-mucadelede-kalbimdeki-deniz-etkisi-94755-mymagazin>,

Kaplan A E (1983) *Women and Film: Both Sides of the Camera*, Methuen, New York.

Kempson E, Perotti V and Scott K (2013) *Measuring Financial Capability in a Low and Middle Income Countries*, World Bank, Washington, DC. Erişim 10.01.2017. www.responsiblefinance.worldbank.org

Marcolin S and Abraham A (2006) *Financial Literacy Research: Current Literature and Future Opportunities*, <http://ro.uow.edu.au/commpapers/223/>, Erişim 10.01.2017.

Mason C L J and Wilson R M S (2000) *Conceptualising Financial Literacy*, Occasional Paper, 2000: 7, Business School, Loughborough: Loughborough University.

Mckee A (2003) *Textual Analysis*, London: Sage.

Modleski T (1995) *Günümüz Pembe Dizilerinde Geleceği Arama*, S. İrvan ve M. Binark (Der ve Çev), *Kadın ve Popüler Kültür*, Ankara: Ark Yayınevi,

Molyneux M (2008) *Ev Emeği Tartışması ve Ötesi*. G. Acar-Savran ve N. Tura Demiryontan (Der), *Kadının Görünmeyen Emeği içinde*. (117-119), Yordam, İstanbul.

Mulvey L (1975) *Visual Pleasure and Narrative Cinema*, *Screen*, 16 (3), 6-18.

- Narlı N (2016) Türkiye’de Gelecek Beklentileri Araştırması, AG Platform, Ocak 2016, İstanbul, https://www.garantiemeklilik.com.tr/pdf/kadin_ve_gelecek_beklentileri_2016.pdf, Erişim tarihi: 5.11.2017.
- Neale S (1993) Masculinity as Spectacle: Reflections on Men and Main Stream Cinema, S. Cohan & I.R. Hark (Eds.), Screening the Male: Exploring Masculinity in Hollywood Cinema (9-22), New York: Routledge.
- OECD (2013) Women and Financial Education: Evidence, Policy Responses and Guidance, OECD Publishing. <http://www.oecd.org/finance/financial-education/women-and-financial-education-2013.htm>, Erişim tarihi: 10.11.2017.
- Perloff R M (2014) Social Media Effects on Young Women’s Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research, Sex Roles, 71(11-12), 363-377.
- Porter D (1977) Soap Time: Thoughts on a Commodity Art Form, College English, 38 (8), 782-788.
- Rakow L (1995) Popüler Kültüre Feminist Yaklaşımlar: Ataerki’nin Hakkını Teslim Etmek. Kadın ve Popüler Kültür. S. İrvan ve M. Binark (der ve çev), Ankara: Ark Yayınevi, 15-40.
- Saktanber A (1993) Türkiye’de Medyada Kadın: Serbest, Müsait Kadın veya İyi Eş, Fedakar Anne, 1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, Şirin Tekeli (haz), İstanbul: İletişim.
- Schagen S and Lines A (1996) Financial literacy in adult life: a report to the Natwest Group Charitable, Trust NFER, 36-45.
- Serdaroğlu U (1998) Feminist İktisat’ın Bakışı Postmodernist mi?, İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Tanrıöver H ve Eyüboğlu A (2000) Popüler Kültür Ürünlerinde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek Ögeler, TC Başbakanlık KSSGM Yayınları 15, Ankara.
- Temizel F ve Bayram F (2011) Finansal Okuryazarlık: Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 12 (1), 73-86.
- Türkiye’nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması (Ing Bank, 2012) Ekim 2011-Eylül 2012, 1 Yıllık Sonuçlar, http://www.tasarrufegilimleri.com/Docs/ing_news_ekim.11-eylul-12.pdf, Erişim tarihi 10.11.2017.
- Türkiye’nin Finansal Okuryazarlık ve Erişim Endeksi Açıklandı (2013, 3 Kasım) *Bloomberg*, <http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1450801-turkiyenin-finansal-okuryazarlik-ve-erisim-endeksi-aciklandi>, Erişim Tarihi: 12.12. 2017. lıknuçlarkl2011 - llnuçlar

Ünlü S, Bayram N, Uluyağcı C ve Bayçu S U (2009) Kadına Yönelik Şiddet: TV Dizilerinde Kadına Yönelik Şiddet Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim , 5(4), 95-104.

Wald C and Papachristou J (1975) Myth America: Picturing Women, 1865-1945, New York: Pantheon.

Walker J (1984) Psychoanalysis and Feminist Film Theory: The Problem of Sexual Difference and Identity, Wide Angle- A Quarterly Journal of Film History Theory Criticism&Practice 6 (3): 16-23.

Weibel K (1977) Mirror, mirror: Images of Women Reflected in Popular Culture. New York: Anchor Books.