

UYUŞTURUCU TEMALİ DİZİLERİN GENÇLER TARAFINDAN ALIMLANMASI: BREAKING BAD (2008) VE NARCOS (2015) ÖRNEĞİ

Tugay SARIKAYA

ÖZ

Günümüzde uyuşturucu temalı dizi ve belgeseller popülaritesini artırmıştır. Özellikle Netflix üzerinde onlarca uyuşturucu temalı içerik yer almaktadır ve gençlerin bu dizilerden etkilendiği üzerine tartışmalar yapılmaktadır. Bu tartışmalardan yola çıkarak çalışmanın kuramsal çerçevesinde etken ve edilgen izleyici yaklaşımları üzerine durulmuştur. Bu noktada makalenin amacı, Stuart Hall'un ortaya koyduğu kodlama-kod açımı modeli çerçevesinde katılımcıların *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizilerini nasıl alımladığını ortaya koymaktır. Bu noktada iki hipotezden yola çıkılmıştır: H1: Gençler izledikleri uyuşturucu temalı dizilerden olumsuz anlamda etkilenmektedir ve H2: Bu tür diziler gençleri uyuşturucuya özendirilmektedir. Araştırma sorusu olarak ise; S1: *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizileri gençlerin uyuşturucuya olan bakış açılarını değiştirdi mi? ve S2: Yukarıda belirlenen diziler üzerinden gençler uyuşturucu temalı dizilere karşı ne tip bir okuma yapmaktadır? soruları belirlenmiştir. Bu yaklaşım ışığında, 10 üniversite öğrencisiyle derinlemesine görüşmeler yapılmış ve öğrencilere diziler üzerinden belirli sorular sorulmuştur. Elde edilen bulgulara göre, katılımcıların sadece 1'inin hegemonik okuma, 6'sinin müzakereci okuma 3'ünün ise muhalif okuma yaptığı tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular uyuşturucu dizilerinin toplum üzerindeki etkisini anlamlandırmada önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uyuşturucu, Medya, Kodlama – Kod Açımı, Narcos, Breaking Bad

YOUTH RECEPTION OF DRUG THEMED SERIES: THE CASE OF BREAKING BAD (2008) AND NARCOS (2015)

ABSTRACT

The popularity of drug-themed series and documentaries has increased. Netflix particularly has dozens of drug-themed contents, and there is controversy over how young people are affected by these contents. Based on these discussions, active and passive audience approaches are emphasized within the theoretical framework of the study. The article aims to reveal how the participants received *Breaking Bad* (2008) and *Narcos* (2015) series within the framework of the Encoding - Decoding model proposed by Stuart Hall. Two hypotheses are determined: H1: Young people are adversely affected by the drug-themed series they watch and, H2: These series encourage young people to take or use drugs. At this point, two research questions are determined; Did the *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) series change young people's thoughts about drugs and, Q2: What kind of reading do young people do upon these drug-themed these series mentioned above. Considering these questions, in-depth interviews are conducted with 10 university students between the ages of 18-30 and specific questions were asked to the students about the series. According to the findings, only 1 of the participants does a hegemonic, 6 of them do negotiated and, 3 of them do oppositional readings. The findings provide an influential example in understanding the impact of drug-themed series on youth.

Keywords: Drug, Media, Encoding – Decoding, Narcos, Breaking Bad

Arş. Gör., İstinye Üniversitesi, Radyo,Televizyon ve Sinema Bölümü,
tugay.sarikaya@istinye.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1091-4167.

Makale Geliş Tarihi: 08.01.2020

Makale Kabul Tarihi: 25.03.2020.

GİRİŞ

Değişen medya ortamlarıyla birlikte toplumlar da aynı ölçüde değişmekte ve farklılaşmaktadır. Birçok kuram ve yaklaşım, medya teknolojilerinin bizleri nasıl etkilediği üzerine fikirler ve çalışmalar ortaya koymaktadır. Yıllardır var olan kitle iletişim araçları kültür, ekonomik ya da politik temelli birçok değişime ön ayak olmuştur. Bu değişimler, insanların tutum ve davranışları ya da hangi olay karşısında nasıl bir tutum sergilemeleri gerektiği yönünde olumlu ve olumsuz etkilediği görülmektedir. Bu noktada kitle iletişim araçlarını kullanan insanların eğitim seviyesi, yaşı, sosyo-ekonomik durumu gibi değişkenler bireylerin kitle medyasından etkilenme sürecinde önemli yer tutmaktadır. Aynı bağlamda günümüzde cinsiyet temsilleri, şiddet, ırkçılık ve ekonomi-politik kavramlarının kitle iletişim içerikleri aracılığıyla nasıl yeniden tartışılır hale geldiği ve toplumda etki bıraktığı konusunda birçok yorum ya da çalışma yapılmaktadır. Her bir yanımızın ekranlarla kuşatıldığı günümüzde medyanın etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Fakat “medya tüketicileri olarak her içeriği ya da görseli olduğu gibi kabul ediyor muyuz?” sorusu üzerinde tartışılması gereken bir konudur.

Her bir birey farklı sosyo-ekonomik durumdan ve inanç dünyasından gelmektedir. Fakat ilk kitle iletişim çalışmalarında ya da yaklaşımlarında bu değişkenler göz ardı edilmiştir. Yaylagül (2008: 37), Amerikan tarzı araştırma geleneğinin medya çalışmalarına da yansıdığını ve iletişim araştırmalarında medya tüketicisi ile kültürel, siyasi ya da ekonomik temelli bir ilişki kurulmadığını ifade etmektedir. Bu yaklaşımla, çalışmanın başında kitle iletişim çalışmalarına getirilen farklı yaklaşımların tartışılması sonraki bölümlerde üzerinde durulacak Stuart Hall’un kodlama-kod açımı modelini de daha anlamlı hale getirecektir.

İlk dönem etki çalışmalarında kitle medyasının insanlar üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu görüşünün hâkim olduğu bilinmektedir. Hâkim olan bu görüş ile beraber, I. Dünya Savaşı’nda kitle iletişim araçlarının doğrudan etkisine ve propaganda amacı ile kullanılmasına bağlı olarak Harold Laswell tarafından ‘Hipodermik İğne’ modeli ortaya atılmıştır (Nicula, 2012). Laswell bu yaklaşımıyla kitle iletişim araçlarının direkt olarak alıcıya etki ettiğini, kitlenin ise edilgen ve aldığı enformasyona eleştirel bir bakış açısı getiremediğini savunmuştur (Nicula, 2012). 1930’lu yıllardan sonra kitle iletişim araçlarının insan fikir ve davranışlarına doğrudan etki ettiğine dair oluşan inanç dönemin şartlarıyla ilişkiliydi. Yükselişe geçen Nazizm, Faşizm ve diğer tarafta karşı güç olarak Komünizm tek merkezli kitle iletişim araçları sayesinde kendi propagandalarını rahatlıkla yapabildiler. Propaganda aracı olarak kullanılmaya başlayan ve yükselişe geçen kitle iletişim araçları kamuoyu üzerinde bir etki ya da baskı unsuru olarak kullanılıyordu. Aynı dönemde siyasi ve entelektüel seçkinler kitle iletişim araçları aracılığıyla insanları yönlendirilmekteydi (Yaylagül, 2008: 55). Laswell’in ortaya koyduğu bu bakış açısı, Hitler Almanya’sının propaganda amaçlı kitle iletişim araçlarını kullanmasıyla ve başarılı olmasıyla doğrudan ilgilidir (Yaylagül, 2008: 55). Kuramı sonraki yıllarda yeniden

tartışan Wilbur Schramm 1971 yılında yaptığı bir çalışmada kitle iletişim araçlarını kitleleri avlayan bir yapı olarak ele almış ve bu durumdan ötürü yaklaşımı ‘Mermin Kuramı’ olarak adlandırmıştır (Özçetin, 2018: 97). Günümüzde bu modele farklı yaklaşımlar getirilmektedir. Model bağlamında bilgisayar oyunları, pornografi ve benzeri medya tüketimleri üzerinden çalışılmaktadır (Laughey, 2010). Fakat tek taraflı olduğu düşünülen bu bakış açısı günümüzde tartışmaya açık hale gelmiştir. Bunun en temel nedeni ise artık medya teknolojilerinin çeşitlenmesi, tek merkezli haber yayılımının son bulması ve farklı ideolojik grupların kitle medya araçlarını kullanabilmesi olarak gösterilmektedir (Çakı, 2019: 296). Laughey (2010) ise kitabında yer verdiği eleştiride, sürekli kötücül medya içeriğine maruz kalan ve çaresiz izleyici anlayışına karşı çıkıldığını vurgulamaktadır. Bunun temelinde ise yukarıda da bahsedildiği gibi tek merkezli olmayan medya anlayışı yatmaktadır. Kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki etkisi bugün de yadsınamaz bir gerçektir ancak farklı yaklaşımlar mevcuttur. Bu yaklaşımlara makalenin ilerleyen bölümlerinde detaylı olarak değinilecektir.

Birmingham Okulu, kültürel çalışmalar temsilcilerinden Stuart Hall’un kodlama-kod açımı iletişim modeli izleyici alımlama çalışmalarında önemli bir dönüm noktası olarak görülmektedir. Bu yaklaşıma göre, izleyici tükettiği içerikleri tek okuma ile almaz. İzleyiciler bu içerikleri egemen, müzakereci ve karşıt şekilde okur ve her medya içeriğini olduğu gibi kabul etmez (Şeker ve Balci, 2013). Bu çalışmanın amacı ise, yayınlandığı dönemde büyük etki yaratan uyuşturucu temalı *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizilerinin gençler üzerindeki etkisini saptamaktır. Stuart Hall’un ortaya koyduğu kodlama-kod açımı kuramı üzerinden bir tartışma yapılacak ve 10 öğrenci ile yapılan derinlemesine görüşmeler belirtilen kuram bakış açısıyla ele alınacaktır.

Son yıllarda artan uyuşturucu temalı dizilerin gençleri nasıl etkilediği ve kötü alışkanlıklara sürükleyip sürüklemeyeceği üzerine durulması gereken bir tartışmadır. Bu durumu teorik bir çerçevede tartışarak elde edilen verileri ortaya koymak hükümetlerin ve ailelerin gençleri koruma politikaları oluşturmasında önemli veriler sunabilir. Bu yaklaşıma paralel olarak makalenin çalışma prensipleri ortaya konulmuştur.

İki hipotez belirlenmiştir: H1: Gençler izledikleri uyuşturucu temalı dizilerden olumsuz anlamda etkilenmektedir. H2: Bu tür diziler gençleri uyuşturucuya özendirilmektedir. Belirlenen hipotezlerden yola çıkarak iki temel araştırma sorusu ön plana çıkmaktadır. S1: *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizileri gençlerin uyuşturucuya olan bakış açılarını değiştirdi mi? S2: Yukarıda belirlenen diziler üzerinden gençler uyuşturucu temalı dizilere karşı ne tip bir okuma yapmaktadır? Ortaya çıkan bulguları tartışmadan önce edilgen izleyici yaklaşımlarına bakmak, etken izleyici tartışmalarını ve bu tartışmaların ne derece önemli olduğunu anlamada önemli bakış açıları kazandıracak ve çalışmayı daha anlamlı hale getirecektir.

1.EDİLGEN İZLEYİCİYE FARKLI YAKLAŞIMLAR

Frankfurt Okulu temsilcileri kitle iletişim araçlarını güç, iktidar ve egemenlik aracı olarak ele almışlardır. Bu bağlamda Adorno ve Horkheimer (1997) yapmış oldukları çalışmalarda kitle iletişim araçlarının toplum politikası oluşturma süreçleri üzerine değinmişlerdir. Bununla birlikte kültür endüstrisi eleştirilerine temel olan kitle iletişim araçlarını gerçekleri manipüle eden, tek boyutlu ve saldırgan olarak ele almışlardır. Bu noktada alımlayıcı yani bu okulun temsilcilerine göre izleyici ya da tüketici olarak konumlandırılan kitle edilgendir ve üretilen içerik hakkında eleştirel bir bakış açısı geliştirememektedir (Alver, 2011: 51). Kitle iletişim araçları yardımıyla ortaya çıkan kitle kültürü ile uyutulmuş olan kitleler eleştirel olmaktan çok uzak görülmüştür. Bu yaklaşım Frankfurt Okulu temsilcilerinin kitleleri edilgen ve kolay manipüle edilen yığınlar olarak görmesinin bir sonucudur. Fakat karşı bir argüman geliştirip kitlelerin nasıl davranması gerektiği konusunda da bir öneri sunmamışlardır. Özellikle Adorno ve Horkheimer (1997) kitle medyasını eğlendirici ve denetim temelli ele alarak kitleler üzerindeki olumsuz etkileri üzerine durmuşlardır. Buna ek olarak üretilen içerikleri değersiz görüp kültür endüstrisi kavramını ortaya atmışlardır. Onlara göre kitle iletişim araçlarıyla sunulan içerikler eğlendirici olmakla beraber zayıf, etkilenmiş, direnç göstermekten yoksun kitlelere neden olmuştur (Alver, 2012). Frankfurt Okulu temsilcileri tüm bu eleştirilerine rağmen bir çözüm önerisi sunmaktan ziyade kitlelerin yukarıdan aşağı doğru sınıfsal bir hareketle aldatılmasının eleştirisini yaparlar (Özçetin, 2018: 180). Bu noktada bu gelenekten gelen araştırmacıların kitlelerin edilgen bir şekilde kandırıldığını savunduğu söylenebilir.

Kitle iletişim araçlarının insanlar üzerinde sınırlı etkisi olduğunu gösteren çalışmalar da yapılmıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra yapılan bir çalışmada Katz (1957) iki aşamalı akış modelini ortaya atmıştır. Katz'ın yaptığı çalışmaya göre, medya aracılığıyla aktarılan enformasyon ilk olarak toplumdaki kanaat önderleri tarafından alımlanmaktadır. Sonraki süreçte ise kanaat önderleri aracılığıyla enformasyon daha pasif izleyiciye doğru hareket eder (Katz, 1957). Her ne kadar bu yaklaşımda sınırlı bir medya etkisinden bahsedilip yüz yüze iletişimin önemi vurgulansa da büyük oranda izleyici/okuyucu genel olarak edilgen olarak düşünülmüştür. Nitekim ortaya konulan yaklaşımda etken bir izleyiciden ziyade fikir önderlerinden bahsedilir.

1965 yılında ABD'de şiddeti önleme komisyonu tarafından görevlendirilen Gerbner ve çalışma arkadaşları, farklı televizyon içeriklerinde şiddetin oranını içerik analizleri yaparak karşılaştırmaya başlamıştır. 1976 yılında yapılan bir diğer çalışma ile izleyicilerin şiddet unsurlarına geliştirdiği düşünce üzerine çalışmalar yapılmıştır (Alver, 2012: 13). 'Ekme analizi' olarak bilinen bu çalışmalarla beraber izleyiciye belirli bir dünya görüşü yerleştirildiği/ekildiği üzerinden hareket edilmiştir. Gerbner (1967), televizyon izleme sürelerine paralel olarak televizyon kanalları tarafından tasarlanan gerçekliğin, gündelik yaşam içerisindeki gerçekliği

etkilediğini öne sürmektedir. Gerbner bu düşüncesine paralel olarak izleyicilerin izledikleri içerikleri tartışma, yargılama ya da direnme potansiyellerini sınırlı görmektedir ve izleyiciyi günün sonunda edilgen olarak tanımlamaktadır. Lipmann da benzer şekilde insanların medya içeriklerine karşı oluşturduğu direnme potansiyeline karşı bir duruş sergiler. Lipmann'a göre, insanlar kendileri ait olduklarını düşündükleri düşünce ve imgeler üzerinde medyanın büyük bir etkisi vardır (Özçetin, 2018: 117). Farklı bir bakış açısıyla Irvan (2001) medya insanların ne düşünmesi gerektiği hakkında yeterli olmasa da ne hakkında düşünmesi konusunda yeteri kadar güce sahip olduğunu savunmaktadır. Bu da gündem belirleme yaklaşımının temelini oluşturan bir savdır.

Televizyon üzerine önemli çalışmaları bulunan Postman (1992, 2006), eleştirel bir bakış açısıyla kitle iletişim araçlarının toplumsal dönüşümlerde önemli bir araç olduğunu öne sürmektedir. Ona göre, televizyon her şeyi eğlenceli hale getirerek bizleri tepkisiz hale getirir. Bu noktada Postman'a göre, televizyon ilk etapta bizi demokratikleştirmiş gibi görünmüştür ancak yaygın hale gelmesiyle beraber algılama ve muhakeme yeteneklerimizi körelmiş durumda getirmiştir (Postman, 1994). Herman ve Chomsky (2006) kitle iletişim araçlarının iktidarı elinde tutan kişilerin çıkarına hareket ettiğini ifade ederek, toplumun bilinçaltındaki korkuların ve isteklerin sürekli uyarıldığına dikkat çekmektedir. Böylelikle toplum belirli bir his içine alınarak (yetersizlik, aptallık, yeteneksizlik vs.) fark etmeksizin köleştirilmekte ve direnme potansiyelleri kırılmaktadır. Herman ve Chomsky bu eleştirilerini şüphesiz ki güç ve iktidar ilişkileri içerisinde toplumun kontrol edilmesi bağlamında yapmıştır. Dolaylı yoldan da olsa toplumun izlediğini sorgulama ya da direnç gösterme konusunda ne kadar zayıf olduğunu vurgulamışlardır. Aynı kanaat yukarıda da belirttiğimiz gibi Frankfurt Okulu temsilcilerinde de görülmektedir.

Tüm bu yaklaşımların ışığında “İzleyici bu kadar edilgen midir?” sorusu sık sık tartışılmıştır. Bu tartışmaların dönüm noktasında ise kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı yatmaktadır. Bu yaklaşım izleyicinin sadece edilgen ve verilen olduğu gibi kabul eden anlayışına karşı olarak geliştirilmiştir. İlk kez 1959 yılında Katz “Medya insanlara ne yapar?” sorusu yerine “İnsanlar medya ile ne yapıyor?” sorusunu gündeme getirerek edilgen izleyici yaklaşımında önemli bir değişime neden olmuştur (Küçük Kurt vd, 2009). Bu yaklaşıma göre, insanlar sosyal ve psikolojik belirli ihtiyaçlara sahiptir ve bu ihtiyaçları gidermek üzere belli medya içerikleri arasından tercih yapabilir (Yaylagül, 2008:74). Farklı bir deyişle, izleyici isterse bir televizyon programı seçerek ağlamayı tercih edebilir ya da kendince eğlenceli bir roman okuyarak kendini eğlendirebilir. Bu yaklaşımda medya tüketicisi daha aktif ve etken bir faktör olarak betimlenmiştir. Bu yaklaşımın bir diğer farkı ise izleyicinin medya içeriklerini alımlama boyutundadır. Aynı medya içeriğini tüketen iki farklı izleyici/okuyucu çok farklı anlamlar çıkarabilir (Yaylagül, 2008:75). Bu noktada kültürel kodlar büyük önem taşır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temeli, medya tüketicisinin kendi ihtiyacını belirlediği ve ona göre tercih yaptığıdır. Yaylagül (2008) bu yaklaşıma eleştiri getirerek,

kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının bazı yönlerinden eksik olduğunu ifade etmektedir. Ona göre medya izleyiciler için tek mesaj kaynağı değildir. Bununla beraber izleyiciler hangi medya içeriğini tercih edeceğini yine mevcut içerikler içerisinden seçmesi gerekir. Bu durumda izleyicinin ya da okuyucunun tek başına karar veren olduğunu söylemek yanlış olur.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının ortaya atılmasının ardından gelişen teknolojiyle çeşitlenen medya araçları farklı yaklaşımları yeniden gündeme getirmiştir. Farklı bir ifadeyle birçok çalışmayla yeniden edilgen izleyici/okuyucu ve mutlak etkili medya araçları savına geri dönüşün sinyalleri olarak değerlendirilebilecek çalışmalar yapılmıştır. Özçetin (2018), bu dönüşü “etki paradigmasını yenileme çabaları” olarak nitelendirmiştir. Bu çabaların ışığında sonraki dönemlerde medyanın insanlar üzerindeki etkisini vurgulayan gündem belirleme, ekme/yetiştirme ve suskunluk sarmalı gibi kuramlar üzerine çalışılmıştır.

Fakat karşıt olarak kitlelerin tükettikleri içerikler karşısında sanıldığı kadar edilgen olmadığı görüşü de tartışılmaya başlanmıştır. 1980’li yıllardan sonra yaşanan liberal ideoloji temelli dönüşümler ve toplumsal değişimler iletişim çalışmalarını da doğrudan etkilemiştir. Medya tüketiminin edilgenliği üzerine de önemli tartışmalar bu dönemde yoğunluk kazanmaya başlamıştır. Hall (2005) özellikle 1960’lara kadar olan medya etki çalışmalarının davranışsal boyutta etki çalışmaları olarak ele alındığını asıl amacın ise medya merkezli bir etki ölçümü olduğunu belirtir. Daha sonra yapılan çalışmalar ise medya tüketicilerinin medya içeriklerini algılama ve yorumlaması üzerine araştırmalara dönmüştür. Farklı bir ifadeyle medyanın direkt olarak etkin olduğu görüşü yerine insanların medya içerikleriyle ilişkisine daha bilinçlenme boyutunda bakılmıştır. Medya tüketme bilinci ve alt metinlerin nasıl okunduğu üzerine çalışılmaya başlanmıştır (Hasdemir, 2012). Özellikle 1970’li yıllardan sonra medya okuryazarlığı kitle iletişim araçları çalışmalarında önemli faktörlerden biri olarak ele alınmıştır.

Medyanın etken, izleyicinin ise pasif ya da edilgen olduğuna yönelik egemen paradigma Birmingham Okulu temsilcileri perspektifiyle farklı açılardan değerlendirilmiştir. Yukarıda bahsedilen birçok yaklaşıma göre izlediğimiz diziler ya da okuduğumuz kitaplar bizler üzerinde bir kontrol kurma biçimi olarak değerlendirilebilir. Bu noktada bu makalenin tartışma alanını oluşturan uyuşturucu temalı *Breaking Bad (2008)* ve *Narcos (2015)* dizileri izleyici üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir hipotezi ortaya atılabilir. Ancak hipotez ve araştırma sorularından önce etken izleyici modellerine bakmak daha doğru olacaktır.

2.ETKEN İZLEYİCİ: KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE KODLAMA-KOD ÇÖZÜMÜ MODELİ

Kültürel çalışmaları tanımlamak oldukça zordur. Bu belirsizlik metodik ve kuramsal yaklaşımların sınırlarını çizmede zorluklar çıkarmıştır. Alver (2012), bu duruma neden olarak kültürel çalışmaların birçok alandan beslenmesine rağmen politik bir

proje olarak değerlendirilmesinin etkili olduğunu ifade etmiştir. Marchart (2008) ise kiltirel çalışmalara btyk önem atfederek bilimsel bilginin topluma ulaştırılma çabası olduğunu vurgulamıştır. Ancak kiltirel çalışmaları bilimsel bir disiplin ya da multi-disiplin olarak ele almak yanlış olur. Alver'e göre (2012), kiltirel çalışmalar bir disiplin olmaktan ziyade disiplinler arası araştırma projesidir.

Birmingham Okulu merkezli kiltirel çalışmalar geleneği 1960'lı yıllarda edebiyat ile başlayan ancak sonraları sınıfsal eşitsizlikler, ırkçılık ve ideoloji temelli tartışmaları içine alan bir disiplinler arası gelenek haline gelmiştir (Yaylagül, 2008). Bu gelenek, Batı Marksizm'in ekonomiye indirgenmiş analizlerini eleştirerek kiltir kavramının eksik ele alındığını ortaya koymaya çalışmıştır. 1980'lerden sonra post-yapısalcı bir yaklaşım geliştiren gelenek, medya içerikleri dhilde tüm eşitsizlikler ve kadın temsilleri üzerinde çalışmalar yapmıştır. Bu noktada kiltirel çalışmaların amaçlarından biri toplumun dönüşüm ve değişim sürecinde bireyin aldığı role odaklanmaktır. Farklı bir yaklaşımla, politik olarak Kiltirel alışmalar gündelik kiltirn iktidar ve hegemonik yapılar bağlamında nasıl üretildiğini ve alımlayıcı tarafından nasıl zmlendiğini anlamlandırmaya çalışmaktadır. Buna paralel olarak Ang (1999), kiltirel çalışmalarının en temel metotlarından biri olarak söylem analizini gösterir. Bu bağlamda kiltirel çalışmaların kitle iletişim araçlarına yüklediği rol yukarıda da belirtilen edilgen medya tüketicisi rolünden farklı olmuştur. Medya içeriklerini tüketen izleyici birçok farklı türden okuma ile içerikleri alımlayabilir ya da içinde bulunduğu koşullar çerçevesinde değerlendirebilir savı hâkim olmaya başlamıştır. Ancak bu durum metin kavramının kapsamlı ele alınmasıyla da beraber çalışma sınırlarının belirlenmesini g hale getirmiştir (Alver, 2012: 8).

Alver'e göre (2012) ele alınan etkin alımlayıcı tasarımı Kiltirel çalışmaların bireye yüklediği rol ile yakından ilişkilidir. Bu bakış açısıyla geleneğin temsilcilerinden Stuart Hall, medya içeriklerinin üretim ve alımlama arasında bir uyum içerdiğini reddeder (Maigret, 2015). Oğuz (2014), içeriği üretilen andaki anlamın metnin kodlayıcısı tarafından sabit şekilde alınamadığını bahsederek, anlamın sadece üretildiği zaman değil tketicisiyle buluştuğu zamanda da kurulduğunu ifade eder. Bu düşüncenin yanında Stuart Hall (1973), medya içeriklerinin etkisini de yadsımaz. Üç tip kod zmlemesinden bahseder. Ona göre medya içeriklerine maruz kalan bireyler hegemonik, uzlaşımcı ve muhalif okumalar yapabilir ve farklı çıkarımlarda bulunabilir.

Bu noktada hegemonik okuma edilgen medya tüketicisi savını destekler nitelikte değerlendirilebilir. Maigret (2015), bu okuma tipinin özellikle izleyicinin medya içeriğini olduğu gibi alımladığını varsayan semiyolojik çıkarımlara denk geldiğini vurgular. Ancak izleyici çelişkiyi hissetmeye devam eder. Bu noktada tam olarak edilgen bir izleyiciden bahsetmek her şeye rağmen güçtür.

Bir diğer okuma tipi ise müzakereci okumadır. Bu okur tipi karşısına gelen her içeriği olduğu gibi kabul etmeyen ve belli noktaları üzerinde direnç gösteren okur tipidir. Okur önüne gelen içeriği reddetmez ancak kendi deneyimleri, çıkarları ve

pozisyonu çerçevesinde yeniden yorumlayabilir (Dursun, 2012). Farklı bir ifadeyle okur ya da alımlayıcı mesajın geçerliliğini sorgular.

Hall'un (1973) bahsettiği bir diğer okuma tipi ise muhalif okumadır. Muhalif okumada okuyucu önüne gelen içeriğe karşı argümanlar geliştirir ve içeriğe eleştiri getirir. Belirli kodlarla üretilen içeriğe karşıt bir görüş sunabilmek için farklı bakış açıları sunar. Buna bağlı olarak doğru kabul ettiği ideoloji ile üretim kodlamasındaki ideoloji karşılaştırır ve değerlendirir (Maigret, 2015).

Hall'un sunduğu üç farklı okur tipine benzer bir yaklaşımı *The Critical Reader* çalışmasında Dale de geliştirmiştir (Dursun, 2012). Dale'e göre, üç tip okur vardır ve bu okurlar "basit okur", "ikinci düzey okur" ve "üçüncü düzey okur" olarak ele alınır (Dale, 1980: 195; Dursun, 2012). Dale'e göre basit okuma yapan okur önüne gelen metin ya da içerik hakkında eleştirel bir bakış açısı getiremeyen okurdur. Bu tip okur Hall'un (1973) hegemonik okur olarak tanımladığı okur tipine benzemektedir. İkinci düzey okur ise, metnin gerçek içeriği hakkında çıkarımlar yapabilen ve kısmen de olsa yorumlama getirebilen okurdur. Üçüncü düzey okur ise, önüne gelen içeriğe ekleme yapabilen ve kendi görüşüyle nasıl ilişkilendirilebileceğini bilen okurdur (Dale, 1980). Dale'in üç bölüme ayırdığı okur tipi birçok açıdan Stuart Hall'un kurguladığı üç okur tipine benzerlik gösterir.

David Morley televizyon izleyicisini ev ortamında gözlemleyen çalışmalar yaparak belirli programlara televizyon izleyicisinin verdiği farklı yorumları tespit etmeye çalışmıştır. Morley'in *Nationwide Audience* (1980) isimli çalışmasında BBC'de yayınlanan *Nationwide* programına yapılan yorumları incelemiştir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre, yorumların farklı sınıflara göre değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Morley (1980) elde ettiği verileri hegemonik, müzakereci ve muhalif okuma kavramları şeklinde değerlendirmiştir. Morley'in ortaya koyduğu bu çalışma alımlama çalışmalarının şekillenmesinde önemli kazanımlar sunmuştur.

Stuart Hall, ortaya koyduğu yeni bir Marksist anlayışla Frankfurt Okulu geleneğindeki homojen toplum anlayışına karşı çıkararak toplumu ve sınıfları mücadele içinde ve tam anlamıyla edilgen olmayan bir çerçevede değerlendirir. Bu fark Frankfurt Okulu ile İngiliz Kültürel Çalışmalar arasındaki temel farkı oluşturur (Kellner, 2013). Bu noktada Hall farklı bir anlayışla kitle kültürü kavramını da reddeder. Maigret, Hall'un ortaya koyduğu bu farklı anlayışı *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (2011) kitabında Stuart Hall'un *Yeni Marksizm*'i başlığıyla açıklamaktadır.

Hall'un ortaya koyduğu üç okur tipi olan hegemonik, müzakereci ve muhalif okur bağlamında gençlerin *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizilerini nasıl alımladığı üzerine 10 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu noktada bir sonraki bölümde medya ve uyuşturucu bağlantısından bahsetmek uygun olacaktır.

3. UYUŞTURUCU TEMALİ DİZİ ÖRNEKLERİ: *BREAKING BAD* (2008) VE *NARCOS* (2015)

Breaking Bad (2008) ve *Narcos* (2015) Türkiye’de en çok izlenen uyuşturucu temalı diziler arasında yer almaktadır. Günümüzde ise medyanın uyuşturucu kullanımında ne derece etken olduğu sorgulanmaktadır. Can ve arkadaşlarına göre (2015); sigara, alkol, kumar ve uyuşturucu kullanma gibi eğilimlere artışların meşru görülmesinde aile içi faktörler arasında televizyon programları ve içerikleri de gösterilmektedir. Bu noktada uyuşturucu temalı en popüler diziler arasında olan *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015)’un bu çalışmada konu edilmesi oldukça anlamlıdır. Can ve arkadaşlarının çalışmalarında 15-28 yaş arası gençlerin uyuşturucuyu kullanmasına neyin sebebiyet vereceği üzerine araştırma yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, kişilik özellikleri ve aile yapısı ile birlikte medya ve internetin de gençleri uyuşturucuya yönetmede etkili olduğu tespit edilmiştir. Yapılan araştırmaya göre, TV izleme alışkanlıkları ile uyuşturucu kullanımı arasında bir bağlantı bulunmuştur. Bu bağlantı ise TV’de yayınlanan içeriklerle ilişkili olabilir savı hakimdir.

Bu çalışmada Stuart Hall’un direkt edilgen bir izleyiciye karşı çıktığı ve yukarıda da bahsedilen kodlama ve kod açımı modelinden yararlanarak televizyon içeriklerinde yer alan uyuşturucunun 18-30 yaş arası gençler bazında nasıl algılandığı tartışılacaktır. Bu yaklaşıma paralel olarak, ilk etapta *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizilerinin konusu ve yakaladığı popülerite üzerinde durulacaktır. Bu nokta dizilerin neden seçilmeye değer görüldüğü konusunda okurlara bir fikir sunacaktır.

Narcos (2015)

Bir Netflix dizisi olan *Narcos* (2015) dünyaca ünlü uyuşturucu baronu Pablo Escobar’ın hayatını konu alır. Dizi Meksika’da bir ajan olan Javier Pena’nın Escobar’ı yakalamak için girdiği mücadeleyi gözler önüne serer. *Narcos* (2015) dizisinde ele alınan Pablo Escobar oldukça becerikli ve ilk etapta fakir bir karakterdir. Ancak daha sonra uyuşturucu üretimi ve satışıyla beraber zengin ve politikaya atılan başarılı bir uyuşturucu karteli olarak sunulur. Farklı bir yaklaşımla dizi bizlere uyuşturucu satışından kazandığı parayla güç kazanan bir adamın biyografisini sunar.

Dizi 1970’li ve 1990’lı yıllarda Kolombiya’da geçmektedir. Dizinin de ana karakteri olan Pablo Escobar Medellin kartelinin başına geçerek önemli uyuşturucu kartellerinden biri olur. Dünyanın en zengin 7. insanı olmayı başaran Escobar, kısa sürede ünü Amerika’ya da yayılır. Bu noktada ünlü kartelle baş edebilmek için 2 ajan görevlendirilir. Ancak ajanların Escobar ile mücadelesi o kadar kolay olmaz. Dizinin ilerleyen bölümlerinde ise ajanların mücadelesine rağmen Escobar’ın etki alanı ve uyuşturucudan kazandığı para giderek artar. Bir noktada dizi yasa dışı bir işten para kazanan bir uyuşturucu kartelinin başarı hikayesini aktarır.

Dizi toplamda 18 ödüle aday gösterilmiş ve 8'inden ödülle ayrılmıştır ("Narcos: Awards", 2019). Oldukça popüler olan dizi IMDB'de yaklaşık 310 bin kez oylanmış ve Netflix verilerine göre dizinin sadece 3. sezonun 27.2 milyon kişi tarafından izlenmiştir ("Is 'Narcos' Season 3 Netflix's Biggest Hit? Here's An Idea Of Netflix's Ratings", 2017). Dizinin en büyük film ve dizi database'ı olarak bilinen IMDB'de diziye verilen oy oranı 10 üzerinden 8.8 dir. Ayrıca dizi yine aynı sitede en çok oy verilen 53. dizi konumundadır. Bu derece çok izlenen bir dizi bu çalışma için önemli bir örnek teşkil edebilir.

Bu noktada yasal olmayan bir işle gelinen noktanın bu derece başarı öyküsü olarak aktarılması izleyici üzerinde nasıl bir etki yaratır. *Narcos (2015)* dizisi izleyiciyi uyuşturucuya mı özendiriyor? Netflix sunduğu içeriklerle bizleri kötü alışkanlıklara mı sevk ediyor? soruları oldukça anlamlıdır. Bahar (2018) uyuşturucu temalı birçok haber, görüntü ve içeriğin özellikle internette yayıldığını dile getirerek bunların özendiriciliğine dikkat çekmektedir. Bu noktada Dünyada ve Türkiye'de özellikle gençler tarafından izlenen *Narcos (2015)* dizisi bağlamında Stuart Hall'un kodlama-kod açımı modeli üzerinden alımlama çalışması yapmak önemli sonuçlar doğuracaktır. Gençler *Breaking Bad (2008)* ve *Narcos (2015)* isimli dizilere hegemonik mi, yorumlayıcı mı yoksa muhalif bir okuma mı gerçekleştiriyor sorusu ile uyuşturucu temalı içeriklerin toplumda yarattığı düşünülen uyuşturucu özendirme etkisi sorgulanmış olacaktır. Bu çalışma farklı birçok araştırmaya da öncelik edecektir. Nitekim son dönemde özellikle Netflix üzerinde birçok uyuşturucu temalı dizi ve film yayınlanmakta ve gençlerin bu dizilere ilgisi dikkat çekmektedir.

Breaking Bad (2008)

Bu çalışmanın üzerinde durduğu bir diğer dizi ise *Breaking Bad (2008)*'tir. İlk bölümü 20 Ocak 2008 yılında yayınlanan dizi Dünya genelinde popülarite yakalamıştır. En büyük film oylama sitelerinden biri olan IMDB¹'de yaklaşık 1,2 milyon kez oylanmış ve 10 üzerinden 9.5'e gibi bir puana sahip dizi, şüphesiz bu makalenin konusu için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Toplam 254 ödüle aday gösterilen dizi 150 ödülün sahibi olmuştur (imdb.com).

Dizi, kendi halinde çalışan bir kimya öğretmeni olan Walter White'in kanser olduğunu öğrendikten sonra yaşadıklarını konu alır. Bu noktada ailesini geride yoksul bırakmak istemeyen White, kimya bilimiyle sentetik uyuşturucu *meth* üretimine başlar ve büyük gelirler elde eder. Dizi, Walter White'in uyuşturucudan gelir elde etme yönteminin arkasında gösterdiği aile bakımı ve hastane masrafları gibi durumlarla beraber izleyicide normalleştirici bir etki yaratmaktadır. Kanserinin ilerlemiş olması ve buna bağlı olarak sosyal hayatta can tehlikesi taşımaması onu ahlaki değerleri hiçe saymaya itmiştir. Bu noktada dizi geride kalan ailesine bakmak ile yasadışı bir iş yaparak para kazanma arasında ahlaki ikilemi de konu alır. Bu

¹ Internet Movie Database

noktada birçok izleyici için uyuşturucu üretimi ve satımı mantıklı bir zemine taşınarak bunun yapılmaması değil ancak “ben olsam ben de yapardım” dedirten bir duruma getirmiştir. Bu tartışmalar ışığında seçilen iki dizi üzerinden yapılacak bir uyuşturucu alımlama çalışması önemlidir.

Bu noktada bir sonraki bölümde araştırma soruları ve hipotezleri üzerinde durulacaktır ve 18-30 yaş arası üniversite öğrencileri ile yapılan derinlemesine görüşmelerden çıkan sonuçlar değerlendirilecektir.

4.YÖNTEM VE ARAŞTIRMA EVRENİ

Araştırma kapsamında nitel bir araştırma yöntemi olan derinlemesine görüşme yöntemi uygulanmıştır. Örneklem olarak ise 18-30 yaş arası 7 Radyo, Televizyon ve Sinema ile 3 TIP öğrencisiyle görüşülmüştür. Her bir görüşme yaklaşık olarak 30 dakika kadar sürmüştür. Bazı öğrencilerin konunun hassasiyetinden ötürü çekinceli cevaplar verdiği görülmüştür. Bu bakımdan herhangi ses ya da görüntü kaydı alınmamış, görüşme sürecinde sadece notlar tutulmuştur.

Araştırmada Kültürel çalışmalar temsilcilerinden Hall’un kodlama-kod açımı modeli üzerinden bir çerçeve çizilmiştir. Bu noktada iki hipotez belirlenmiştir:

H1: Gençler izledikleri uyuşturucu temalı dizilerden olumsuz anlamda etkilenmektedir.

H2: Bu tür diziler gençleri uyuşturucuya özendirir.

Hipotezlerden yola çıkarak araştırma kapsamında aşağıdaki sorular belirlenmiştir:

S1: *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizileri gençlerin uyuşturucuya olan bakış açılarını değiştirdi mi?

S2: Yukarıda belirlenen diziler üzerinden gençler uyuşturucu temalı dizilere karşı ne tip bir okuma yapmaktadır?

Çalışma kapsamında örneklem olarak seçilen *Narcos* (2015) ve *Breaking Bad* (2008) dizilerini izleyen ve sınırlı medya okuryazarlığı eğitimi olmayan 18-30 yaş arası 10 öğrenci ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Öğrencilerin 8’i erkektir. Dizileri izleyen sadece 2 kız öğrenciye ulaşılmıştır. Görüşmeler boyunca ara sorular olmakla beraber temelde aşağıdaki sorular sorulmuştur.

- Dizilerin/Dizinin ana karakterlerini kendi bakış açınıza göre tanımlayınız?
- Dizinin uyuşturucuyu da konu alması diziyi izlemenizde etkili mi? İzlemeye devam etmenizdeki motivasyon nedir/neydi?
- Dizi size uyuşturucuyu deneme ya da ilgili bir iş yapma isteği uyandırdı mı? Ya da bakışınız daha mı olumsuz olmaya başladı?
- Uyuşturucuya ya da uyuşturucu satıcılarına olan bakış açınız değişti mi? / Empati kurmanızı sağladı mı?

- Bu derece uyuşturucuyu merkeze alan dizilerin gençler tarafından çok izlenmesinin toplumda uyuşturucu kullanımını arttıracaklarını düşünüyor musunuz? Bu konuda endişeleriniz neler?
- Genel itibarıyla bu diziler sizin hayata bakışınızda bir etki bıraktı mı?

Bu dizileri izleyen öğrenci seçiminde erkek öğrencileri bulmak daha kolay olmuştur. Görüşme yapılan 10 öğrenciden sadece 2'si kız öğrencilerden oluşmaktadır. Bu noktada erkek öğrencilerin bu tür dizilere daha fazla ilgi gösterdiği tespiti yapılabilmektedir. Diziyi izleyen ve belirlenen yaş aralığında öğrenciler tespit edilmeye çalışıldığında bariz bir şekilde erkek öğrencilerin bu dizilere daha fazla ilgi gösterdiği ortaya çıkmıştır. Ancak araştırma sonucunda erkek ve kız öğrenciler arasında bariz bir fark tespit edilmemiştir. Öğrenciler *Breaking Bad (2008)* ve *Narcos (2015)* dizilerini izleyen TIP öğrencileriyle beraber Radyo, Televizyon ve Sinema bölümü öğrencileridir.

4.1. Bulgular

Uyuşturucu gibi hassas bir konu hakkında araştırma yapmanın belirli zorluklar yarattığı açıktır. Derinlemesine görüşme yapılan bazı katılımcılar belirli sorulara cevaplar vermekten kaçınmışlardır. Bu noktada sorulan soruları farklı şekilde sorma hatta hiç sormadan belirli çıkarımlar yapılmaya çalışılmıştır. Bu durum çalışmayı kısıtlı zaman dilimi olması sebebiyle oldukça zora sokmuştur.

Derinlemesine görüşme yaptığımız tüm katılımcılar aileleriyle beraber yaşamaktadır. Bir katılımcı hariç hepsi orta sınıf aile mensuplarından oluşmaktadır. Hiçbir öğrencinin ailesinde uyuşturucu kullanan bulunmamaktadır. İki katılımcının arkadaşları arasında uyuşturucu kullanan bulunmaktadır. 2 katılımcı uyuşturucuyu bir kere denediğini belirtmiştir. Bu iki katılımcı ayrıca arkadaşları arasında uyuşturucu kullananın bulunduğu kişilerdir. Neden uyuşturucu kullandın? diye sorulduğunda ise “Arkadaşlarımdan görünce merak ettim” cevabı alınmıştır. Belirlenen iki katılımcı dışında tüm katılımcılar uyuşturucu ile ilgili herhangi bir geçmişe sahip değildir. Ancak uyuşturucu kullanan ve kullanmayan arasında temel bir fark tespit edilmemiştir.

10 öğrenci ile yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda Hall'un ortaya koyduğu üç okur tipi de tespit edilmiştir. Ancak öğrenciler ağırlıklı olarak müzakereci ve muhalif okuma yapan izleyici sınıfına girmektedir.

Dizinin uyuşturucu kullanma isteği ya da uyuşturucu ile ilgili iş yapma isteği uyandırdı mı? şeklinde sorulan sorulara çoğunluk uyandırmadı cevabını vermektedir. Görüşme yapılan öğrencilerin cevapları aşağıda belirli kodlarla birlikte verilmiştir.

F1: Uyandırmadı. Olumsuz olan bakış açımın devamlılığını korudu. Uyuşturucunun hayatları kötü etkilediği gerçeğiyle her iki dizide de yüzleştim.

O1: İkiyi de olmadı. Diziyi 16 yaşında bitirmiştim ve o zaman hangi eylemlerin hangi sorumluluklar ve riskler doğuracağını hesaplayabilecek olgunluktaydım.

B1: Uyandırmadı. Belki üreten, kullanan, satan insanlarla ve onların ne sebeplerle o hale gelebildiğine dair olayın toplumsal sebepleriyle ilgili düşündürmüş ve empati kurdurmuş olabilir. Dizi özendirici olmaktan ziyade ibretlik.

A1: Uyuşturucuya karşı olumsuz etki uyandırdı. Özellikle “meth” kullananların hali içler acısıydı. Ama laboratuvarım olsa denerim dediğim anlar da oldu.

M1: Bende uyuşturucu deneme isteği uyandırmadı ama bunun sebebi benim uyuşturucuya olan bakış açım diye düşünüyorum.

Derinlemesine görüşmelerde izlediği diziler sonucu uyuşturucu ile ilgili iş yapma isteği uyandığını söyleyen sadece 1 kişi oldu.

E1: Evet uyandırdı. Hayatta her şeyi deneyimleme taraftarı olarak merak ettim.

Bu noktada uyuşturucuyu deneyimlemek istediğini ifade eden katılımcı daha önceden uyuşturucu ile ilgili bir geçmişe sahip olmamakla beraber, ailesi ve arkadaşları arasında da uyuşturucu kullanan bulunmamaktadır. Bu bilgiler ışığında tek bir katılımcıda dahi olsa dizinin olumsuz etkisi gözler önüne serilmektedir.

Öğrencilere sorulan bir diğer önemli soru ise uyuşturucuya olan bakış açılarının değişip değişmediği ve empati kurup/kurmadıkları üzerineydi. Alınan cevapların çoğu katılımcıların bakış açılarının değiştiğini göstermektedir. Toplamda 6 öğrenci uyuşturucu satıcılarına empati duyduğunu belirtmiştir. 3 öğrenci ise uyuşturucu satıcılarına olan bakış açılarının değişmediğini dile getirmiştir.

F1: Değişmedi. Etiğe uygun olmayan bir iş sahası olduğu konusunda halen aynı fikirdeyim.

O1: Hayır yaşadıkları hayatlar yapılan eylemleri masumlaştıramaz.

M1: Dizideki ile gerçek hayattaki insanları aynı kefedede değerlendirmedeğim için bakış açımı değiştirmede.

Empati kuranların cevapları ise televizyon içeriklerinin uyuşturucu üzerindeki etkisini gözler önüne sermesi açısından önemli veriler sağlayabilir. Katılımcılardan A1 ve O1 daha önce uyuşturucuyu deneyimlediklerini söylemişlerdir. Artık kullanmadıklarını dile getirmişlerdir. Fakat diğer 4 katılımcının uyuşturucu ile ilgili bir geçmişi yoktur. Aile ve arkadaşları arasında da kullanan bulunmamaktadır. Bu noktada katılımcıların diziler üzerinden kurdukları empati önemli veriler sunmaktadır.

H1: Satıcılara karşı bakış açım değişmedi ancak empati kurduğum şey sistemin kendisi oldu. Paranın ve düzenin insanları buna ittiğini düşündüm.

A1: Breaking Bad için değişti. Çünkü kimse durduk yere kullanmaya başlamaz. Hayatı kötü giden, fakir ve mutsuz insanlar bir şekilde buna bulaşabiliyorlar. Belki de mutlu olmanın tek yolu olarak görenler de var. O insanlara üzuldüm. Ancak bu insanlar para kazanmak için insanların hayatlarını hiçe saydılar.

B1: Evet değişti. Onlar böyle salt kötü pislik insanlardı. Ama şunu fark ettim ki, piyasada bu işe bulaşmış ve kurtulamayan insanlar da var. Onların da çoğu mağdur. Aileler mağdur. Bazı insanlar cahilliklerinden bulaşabiliyor bu işe. Onları düşününce üzuldüm. Üzücü.

A2: Ben hayatım boyunca her şeye empati ile yaklaştım. Uyuşturucu satıcıları mevcut olan talebe yanıt veriyorlar. Bu yüzden benim gözüme normal olarak geliyor. Kendi iradenle bulaşıyorsun ve zarar görüyorsun bunda bir tuhafılık göremiyorum

O1: Dizi oyuncularına bir empati besledim ancak gerçek hayatta beslemiyorum. Gerçek uyuşturucu satıcılarına karşı da bir düşüncem ya da duygum yok.

E1: Her bireyin kendi tercihi. Alıcısı varsa satıcısının olması da normal.

Her ne kadar katılımcılar bireysel olarak etkilenmediklerini ve uyuşturucu ile ilgili iş yapma isteklerinin uyanmadığını söyleseler de dizileri izledikten sonra empati duygularında bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum çoğunlukla izleyicilerin müzakereci bir okuma yaptıklarını göstermektedir. Bir noktada dizilerdeki karakterlerle beraber uyuşturucu satıcılarıyla ilgili bazı yargılarda değişimler saptanmıştır.

Bir diğer soru ise bu iki dizinin hayatlarında bir etki bırakıp bırakmadığı üzerineydi. 4 katılımcı dizilerin hayatında bir etki bırakmadığını belirtirken, 6 kişi ise dizilerin hayatına etki ettiğini dile getirmiştir.

F1: Evet, farklı olaylar karşısında farklı tutumların nelere yol açacağını öğrendim.

B1: Yarattı. Çünkü toplumda çok fazla türden insan var ve bu diziler daha geniş düşünmeyi sağlıyor. En nihayetinde onlar da insan ve başkalaştırmadan bakılmalı.

A1: Evet. Mesela Escobar çok cesur kararlar alarak zengin olması, katil olması, milletvekili olması özgüvenli kararlar vermenin önemini hatırlattı.

B2: İyilik-kötülük üzerine, bunun akışkanlığı ve şartlara bağlılığı üzerine gerçekten düşündürücü. İnsan doğasını sorgulattı bana.

A2: Kısmen bıraktı. İlginç hayat hikayeleri öğrendim.

E1: Çok para kazanmak için kötü şeyler yapmalı mıyım diye düşündürdü.

Çođunluđu oluşturan 6 kiři dizide karakterlerin yaptığını en azından içsel dünyalarında değerlendirme yoluna gittiğini dile getirmiştir. Deđerlendirme yoluna gidenlerden 2 katılımcı daha önce uyuşturucuyu deneyimleyen kişilerdir. Bu noktada empati kuran katılımcı sayısının 6 olması uyuşturucu temalı dizilerin negatif etkisi üzerine dūřündürmektedir. Kayıt dışı olarak konuşulduğunda da 6 kiři benzer bir yaklaşım içerişinde olduğu gürülmüştür. Bu noktada her ne kadar uyuşturucu ile ilgili bir iř yapmak istemeseler de katılımcılar yukarıda da gürüldüğu gibi empati besleme ve hayatlarında bir etki yaratma konusunda gürüşler bildirmişlerdir. Katılımcılardan 4 kiři ise ortak bir kanaat olarak sadece eğlenceli bir dizi olduğu ve hişbir şekilde hayatlarına yansımadığını dile getirmişlerdir.

Katılımcılara sorulan bir diğer soru ise *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizilerinin toplumda uyuşturucu kullanımını artırıp artırmayacağı yönündeydi. Bu noktada katılımcıların 5'i attıracağını dūřünürken diğer 5'i ise attırmayacağını dile getirmiştir.

Katılımcılar ayrıca dizileri izleme motivasyonları olarak aksiyon ve merak uyandırmasını gürstermişlerdir. Bu noktada dizilerin tanıtıldığı bölümde de bahsettiğimiz üzere bazı katılımcılar için dizileri izleme motivasyonlarında IMDB puanı etkili olmuştur.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Stuart Hall'un kodlama-kod açımı modelinde ifade ettiği hegemonik, müzakereci ve yorumlayıcı okur tiplerine göre 18-30 yaş arası, 7 Radyo, Televizyon Sinema ve 3 TIP öğrencisine belirli *Breaking Bad* (2008) ve *Narcos* (2015) dizilerini nasıl alımladığına dair sorular sorulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların hişbiri uyuşturucu ile ilgili iş yapmak istemediğini ve 1 katılımcı dışında kimse kullanma istediğinin uyanmadığını dile getirmiştir. 6 öğrencinin empati kurma eğilimi gösterdiği saptanmıştır.

İlk hipotez olan gençler izledikleri uyuşturucu temalı dizilerden olumsuz etkilenmektedir, kısmen doğrulanmıştır. Ancak 7 katılımcı doğrudan ya da dolaylı olarak etkilendiğini dile getirmiştir. Bu katılımcılardan A1 ve O1 önceden uyuşturucu kullanma deneyimi yaşamış kişilerdir. 3 katılımcı bu hipotezi destekler cevaplar vermemiştir. İkinci hipotez olan bu tür diziler gençleri uyuşturucuya özendirilmektedir, doğrulanmamıştır. 1 katılımcı dışında kimse uyuşturucu ile ilgili bir iş yapma ya da kullanma isteğinden bahsetmemiştir.

Breaking Bad (2008) ve *Narcos* (2015) dizileri gençlerin uyuşturucuya olan bakış açılarını değiştirdi mi? sorusuna ise 6 kiři olumlu gürüş bildirmiştir. Bu noktada medyanın insanların bir kısmı üzerinde etki sağladığını dūřünmek yanlış olmayacaktır. Hall'un kodlama-kod açımı modelinde bağlı olarak gençler uyuşturucu temalı dizilere karşı ne tip bir okuma yapmaktadır? sorusu oldukça önemlidir. Katılımcılardan alınan cevaplara göre 1 katılımcı hegemonik okuma, 6 öğrenci müzakereci okuma, 3 öğrenci ise muhalif okuma yaptığını tespit edilmiştir.

Ancak daha önce uyuşturucu kullandığı tespit edilen iki kişi diziyi izlemeden önce uyuşturucuyu denediğini dile getirmiştir. İki katılımcının da müzakereci okuma yaptığı tespit edilmiştir. Hegemonik okuma yapan E1'in daha önce uyuşturucuyla ilgili bir geçmişi olduğu saptanamamıştır. Bu noktada dizilerin kendisi için merak yarattığını dile getirmiştir. Ancak katılımcının yasal olmamasından ötürü uyuşturucu kullanmak için çekinceleri olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada dizilerin tek başına uyuşturucu kullanmaya ya da uyuşturucu satıcılarına bakışı değiştirdiğini söylemek yetersiz olacaktır. Ancak etmenlerden biri olduğu açıktır.

Bu noktada Frankfurt Okulu temsilcilerinin ortaya koyduğu bizim de yukarıda tekrar bahsettiğimiz tek tip bir okuma ya da tam anlamıyla edilgen bir kitleden bahsetmek ne kadar doğrudur? sorusu kısmen de olsa cevabını bulmuştur.

Bu sonuçlar ışığında medya etken midir edilgen midir? Tartışmalarına farklı bir açıdan bakılmaya çalışılmıştır. İlk iki bölümde yapılan etken-edilgen medya tartışmalarına Stuart Hall'un yukarıda belirtilen modeli üzerinden ele alınmıştır. Katılımcıların her izlediğini olduğu gibi almadığı, yorumlama, yargılama, üzerine düşünme ve hayatlarına ekleme ya da eklememe konusunda kendi bakış açıları olduğu görülmüştür. Şüphesiz katılımcıların belirli bir eğitim düzeyinde, aileleriyle yaşıyor olması ve orta sınıf ailelere mensup olmaları muhalif okuma ya da müzakereci okuma yapanların sayısını arttırmış olabilir. Bu noktada daha geniş kitlelerle yapılacak araştırmalar oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca öğrencilerin bazı sorulara çekinceli cevap vermesi araştırmayı zorlaştırmıştır. Ancak kültürel çalışmalar bağlamında uyuşturucu konusunu ele almak literatüre önemli katkılar sunacaktır. Bu tartışmalar ışığında toplumda derin yaralar açan uyuşturucu kullanımının ve satışının medyadaki yansımaları üzerine daha fazla çalışma yapılması elzemdir. Bu çalışma bu konudaki eksikliği bir nebze giderecek ve daha geniş kapsamlı çalışmaların önünü açacaktır.

Sonuç olarak, Stuart Hall'un ortaya koyduğu etken izleyici modeli, belirlenen iki dizi üzerinden bir kez daha tartışılmış, medyanın insanlar üzerinde aynı etkiyi yaratmadığı bir gerçek olarak vurgulanmıştır. Bu noktada ortaya konulan çalışma sonraki çalışmalara ilham olması açısından da önemlidir. Sonuçları ise birçok yönden tartışmaya açıktır.

KAYNAKÇA

- ADORNO, T. W., ve HORKHEIMER, M. (1997). *Dialectic of Enlightenment* (Vol. 15). Verso.
- ALVER, F. (2011). Eleştirel Kuram Perspektifinden İlk Etkin Alımlayıcı Çalışmaları ve Medya Pedagojisi Çalışmalarına Etkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (15), 49-71.
- ALVER, F. (2012). "Kültürel Çalışmalarda Sosyal Düzenleme Olarak Televizyon Alımlaması ve Yorumcu Cemaat". Ömer Özer (der.). *Haberi Eleştirmek*.

- Araştırma Alanlarına Göre Eleştirel Haber Çalışmaları*. Konya: LİTERATÜRK Yayınları. 247-304.
- ALVER, F. (2014). “Kültürel Çalışmalar Perspektifinde Entegrasyon ile Direnme Arasında Popüler Kültür”. Mustafa Pultar (der.). *Kültür Ötesi Bir Gezgin* (A Transcultural Wanderer). Gönül Pultar’a Armağan Kitabı. İstanbul: Tetragon Yayınları. 353-376.
- ANG, I. (1999). “Kultur und Kommunikation. Auf dem Weg zu einer ethnografischer Kritik des Massenkonsums im transnationalen Mediensystem”, İçinde *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*, (Der.) Roger Bromley; Udo Göttlich; Carsten Winter, Dietrich zu Klampen, Lüneburg: 317-340.
- BAHAR, A. (2018) Uyuşturucu Madde Kullanımının Nedenleri ve Bağımlılık Oluşum Sürecinde İletişimsel Yaklaşımların Rolü ve Önemi: Polis Kayıtları Üzerinden Olgusal Bir İnceleme. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (55), 1-36.
- BREAKING BAD. (2008, 20 Ocak). Erişim Tarihi Mart 21, 2020, <https://www.imdb.com/title/tt0903747/>
- COBB, K. (2017, Eylül 14). Is 'Narcos' Season 3 Netflix's Biggest Hit? Here's An Idea Of Netflix's Ratings. Erişim Tarihi: 4 Aralık 2019, <https://decider.com/2017/09/14/how-many-people-have-watched-narcos-ozark/>.
- ÇAKI, C. (2019). Hipodermik İğne Modeli Bağlamında Nazi Propagandasının Walt Disney Çizgi Filmlerinde Eleştirisi. *İnönü University International Journal Of Social Sciences (Injoss)*, 8(1), 292-307.
- DALE, E. (1980), “The Critical Reader”, (Erişim adresi: <http://www.joe.org/joe/1965winter/1965-4-a1.pdf>), (erişim tarihi: 08.09.2012).
- DURSUN, O. (2012). Medyada Gerçekliğin İnşasında Okurun Rolü (Hürriyet Gazetesi Okur Yorumları Üzerine Bir Analiz). *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 1-22.
- GERBNER, G. (1967). An institutional approach to mass communications research. *In Communication theory and research: Proceedings of the First International Symposium*. Springfield, IL: Charles C. Thomas. 429-445.
- HALL, S. (1973). *Encoding and Decoding in The Television Discourse*. Birmingham: Centre for Cultural Studies.
- HASDEMİR, T. A. (2012). Gelenekselden Yeni Medya Okuryazarlığına: Türkiye Örneğinde Bir Değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 23-40.
- HERMAN, E. S., & CHOMSKY, N. (2006). *Kitle Medyasının Ekonomi Politikası Rızanın İmalatı*. (Çev.) Ender Abadoğlu. İstanbul: Aram.
- İRVAN, S. (2001). Gündem Belirleme Yaklaşımının Genel Bir Değerlendirmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma*, 9, 69-106.
- IS ‘Narcos’ Season 3 Netflix’s Biggest Hit? Here’s An Idea (14 Eylül 2017). Erişim Tarihi: Aralık 23, 2019, <https://decider.com/2017/09/14/how-many-people-have-watched-narcos-ozark/>.

- KATZ, E. (1957). "The Two-Step Flow of Communication: An up-to-Date Report on an Hypothesis". *Public Opinion Quarterly*, 21(1), 61-78.
- KELLNER, D. (2013). *Cultural Marxism & Cultural Studies*. New Delhi: Critical Quest.
- KÜÇÜKKURT, M., HAZAR, Ç. M., ÇETİN, M., ve TOPBAŞ, H. (2009). "Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(1), 37-50.
- LAUGHEY, D. (2010). *Medya Çalışmaları: Teoriler Ve Yaklaşımlar*. İstanbul: Kalkedon.
- NARCOS: AWARDS. (2019). Erişim Tarihi: 4 Aralık 2019, https://www.imdb.com/title/tt2707408/awards?ref=tt_awd.
- NICULA, T. (2012). "Why Social Mood Regulates Human Behavior?". *Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Theologia Graeco-Catholica Varadiensis*, 57(1).
- MAIGRET, E. (2015). *Sociologie de la communication et des médias*. Paris: Armand Colin.
- MARCHART, O. (2008). *Cultural Studies*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft
- MORLEY, D. G. (1980). *The Nationwide Audience*. British Film Institute.
- OĞUZ, H. Ş. (2014). "Stuart Hall...". *Moment Dergi*, 1(1), 125-136.
- ÖZÇETİN, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları: Kavramları Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- SPANGLER, T. (2016, 3 Mart) Netflix Caused %50 of U.S. TV Viewing Drop in 2015. (Erişim Tarihi: 17.12.2016) <http://variety.com/2016/digital/news/netflix-tv-ratings-decline-2015-1201721672/>
- ŞEKER, N. T., ve BALCI, E. V. (2013). "New Turkish Children Series Phenomenon "Pepe" Cartoon Series Analysis of Reception". *Journal of Studies in Turkology*, Error! Hyperlink reference not valid. (Erişim Tarihi: 16.12.2019).
- VATANDAŞ, C., CAN, B., MAHİTAPOĞLU, H., YAMAN, V. ve KIRBAŞOĞLU, Z. (2015). *Türkiye'de Gençlik ve Uyuşturucu Madde Sorunu*. İstanbul: Sekam Yayınları.
- YAYLAGÜL, L. (2008). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara. Dipnot.