



Televizyon Dizilerinde Ailenin Kültürel Temsilinin Kurgusal Dönüşümü:

'Yasak Elma' Dizisi Örneği

Fictional Transformation of Cultural Representation of Family in TV Series: Case of 'Yasak Elma' Series

Gizem PEKDEMİR¹  Yalçın YILMAZ² 

Geliş Tarihi (Received): 28.05.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 08.08.2022

Yayın Tarihi (Published): 29.10.2022

Öz: Her toplumun kendine has değerleriyle varlığını sürdürdüğü, pek çok toplumda olduğu gibi Türk toplumu için de bu değerlerin en önemlisinin aile değerleri olduğu söylenebilir. Televizyon aracılığıyla dayatılan haz ve özgürlük odaklı bireysel hayat biçimlerinin, başta aile olmak üzere toplumsal değerlere etkileri tartışma konusu olmaktadır. Bu çalışmada, popüler kültür kullanan dizilerin içeriklerinde sunulan/kurgulanan Türk aile yapısındaki değişimin yansımaları incelenmektedir. Kültürel göstergeler kuramı bağlamında, televizyonun aile değerleri üzerinde ortak bir kültürün yerleşmesine etkisini belirlemek amacıyla, son dönem dizisi "Yasak Elma" üzerinden ailenin dizilerdeki kurgusal dönüşümü ayrıntılı bir biçimde analiz edilmiştir. Dizi içeriklerinde meydana gelen değişimler, özellikle toplumun en önemli değeri olan aile üzerinden yansıtılmaktadır. Geçmişte dizilerde reyting amaçlı olarak hayret uyandıran ilişkiler ve olaylar, günümüzde insanlar tarafından sıradan bir durum gibi karşılanmaktadır. Ayrıca daha çok reyting uğruna aile içi çatışmalar, entrika ve şiddet gibi unsurlar dizi karakterleri üzerinden aktarılmakta ve toplumda normalleştirilmektedir. Televizyon yayıncılığının başlangıcında mahalle kültürünü yansıtan dizilerin yerini yeni medya ortamında rekabetin de etkisiyle popülerlik ve modernlik bağlamında özdeşleşme kurulan yeni diziler almıştır. Televizyon dizilerinde yansıtılan geleneksel aile yapısı üzerindeki dönüşümün, popüler kültür unsurlarının yer aldığı "Yasak Elma" dizisi üzerinden incelendiği bu çalışmada içerik çözümlemesi yönteminden yararlanılmıştır.

Anahtar kelimeler: Televizyon, Diziler, Aile, Popüler Kültür, Yasak Elma.

&

Abstract: Each society continues its existence with its unique values, and it can be said that for the Turkish society the most important among these values is the family. Individual lifestyles focusing on pleasure and freedom, imposed by the television, have turned into a topic of discussion because of their effects on societal values, especially the family values. In this study, repercussions of the transformation of Turkish family structure that was presented in the TV series which use elements of popular culture were investigated. To determine the effect of television on establishing a common culture on family values, the fictional transformation of family in TV series was analyzed thoroughly over the current TV series named "Yasak Elma", using the Cultural Indicators Theory. The changes in the contents of TV series are projected over family, society's most important value. Relationships and events that surprised and shocked people in the past, were seen as ordinary situations nowadays. Also, the factors such as the conflicts within the family, intrigues, and violence were conveyed over the television series' characters and normalized in society. In the new media environment, new TV series replace the old TV series, which had projected the neighborhood culture. Audiences identify with these new series within the context of popularity and modernity. This study used content analysis for investigating the transformation of traditional family structure reflected in the television series over the "Yasak Elma" series containing the elements of popular culture.

Keywords: Television, TV Series, Family, Popular Culture, Yasak Elma.

Atıf/Cite as Pekdemir, G., Yılmaz, Y. (2022). Televizyon Dizilerinde Ailenin Kültürel Temsilinin Kurgusal Dönüşümü:

'Yasak Elma' Dizisi Örneği, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 7 (14): 6-25.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

*Bu çalışma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı'nda kabul edilen yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹ Yüksek lisans öğrencisi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı, e-posta: gizempekdemir@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9957-6370

² Dr. Öğr. Üyesi, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, e-posta: yalcin.yilmaz@marmara.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1108-8178

Giriş

Yaşamımızın önemli bir bölümünü kaplayan eğlence ve tüketim odaklı popüler kültür unsurlarıyla - ticari, ucuz ve sıradan (Storey, 2000) - dolu televizyon dizileri, insanlar için gündelik yaşamın stresinden bir kaçış olarak görülmektedir. Diziler için önemli bir gelir kaynağı olan reklamlar sebebiyle dizilere çok fazla paralar harcanması açısından izlenme oranları çok önemlidir. Bu sebeple insanların benimsediği yıldızlaşmış dizi karakterleri üzerinden sunulan ve tüm değerleri reddeden popüler diziler yüksek kâr anlayışıyla yapılmaktadır. Daha fazla reyting amacıyla benimsenmiş dizi karakterleri üzerinden tüketim, entrika, şiddet, toplumsal çatışma gibi unsurlar seyirciye aktarılmakta, bunlar normal ve olağan bir durum gibi sunulmaktadır. Günümüzde serbest zamanının büyük bir kısmını televizyona ayıran insanlar bu tarz içeriklere edilgen bir şekilde sürekli maruz kalmaktadır.

Çalışmanın odağını, televizyon programlarının ortaya çıkardığı tipik aile tipolojisinin gerçekleri yansıtmama problemi oluşturmaktadır. Televizyon mesajları, yayıncılığa ilişkin düzenlemelerin zorunlu kıldığı kurallar gereği kurgusaldır ve gerçek dünya ile örtüşmeyen bir özellik sergilemektedir. Televizyonda şiddet ve cinsellik konuları yüksek oranda işlenmekte ve popüler kültürün bir unsuruna dönüştürülmektedir.

Kitle iletişim araçlarının bireylerin tutum ve davranışlarını biçimlendirmede önemli bir rolü olduğu düşünülmekte ve televizyonda popülerleşmiş olan dizilerde boşanma, nikâhsız birliktelikler, yalnız yaşama gibi durumlar modern yaşam biçimi olarak kurgulanmaktadır (Şentürk, 2008: 27). Toplumsal hayat kurgusal dizi içeriklerinde farklı davranış modelleriyle tanışmakta, alışık olunan değer ve beklentilerin örtüşmemesi karşısında çatışma yaşanmaktadır. Geniş kitleleri etkileyen günümüzdeki dizilerin aile üzerinde de bir etkisinin olması kaçınılmazdır.

Bu çalışma, günümüzde popüler kültürün bir parçası olan dizilerin içeriklerinde oluşan değişimin bir benzerinin yine dizilerdeki kurgusal aile ve aile değerlerine yansımından dolayı gerekli görülmüş ve dizilere konu olan geleneksel aile yapısı üzerindeki değişimi incelemek amacıyla yapılmıştır. Geleneksel aile yapısında ve değerlerinde yaşanan ve diziler aracılığıyla da yansıyan bu değişim hem geçmişte hem de günümüzde yayınlanan birkaç dizi örnekleri seçilerek açıklanmış, ayrıca "Yasak Elma" dizisinin birinci ve ikinci sezonundan bölümler seçilerek örnek sahnelerle bu değişim içerik çözümlemesi yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

Geleneksel kültür unsurları taşıyan zengin içerikli dizilere (Bizimkiler 1989-2002, Süper Baba 1993-1997, Perihan Abla 1986-1988, Ferhunde Hanımlar 1993 – 1999, Baba Evi 1997-2001, İkinci Bahar 1998-2001, Mahallenin Muhtarları 1992-2002) kıyasla, günümüz dizilerinden olan Yasak Elma dizisi, incelenen bölümleriyle popüler kültür unsurları taşımaktadır. Olaylar genellikle sürekli tüketmeye endeksli yaşam tarzını yansıtan üç kategori üzerinden (Tüketim, Şiddet-Çatışma, Evlilik/Evlilik Dışı Beraberlikler) popüler kültür çerçevesinde gelişmektedir. Yaylagül'e (2016: 93) göre, kitle kültürünün bir parçası olan popüler kültür, medya aracılığıyla yapay bir ticari ve tüketim kültürüdür. Kitle iletişim araçlarını kullanarak kapitalist sistemin yaydığı ve kitlenin beğenisi durumuna getirdiği bir kültür olarak ifade edilmektedir. Fiske, (1999: 56) yüksek kültüre karşı halkın çoğunluğunun beğenerek tükettiği tanımlamasını yaparken Storey ise (2000: 37) popüler kültür unsurlarını; ticari, ucuz ve sıradan olan; bu kültürün esiri olan insanları da birbirinin aynısı, tek tip, yozlaştırılmış olarak eleştirmekte ve bu kültürün kitlelere yanlış bilinç dayattığını belirtmektedir.

Belirlenen temalara dair iletilerin ve gösterilme sürelerinin fazla olması ve dizinin izlenme oranının yüksek olması sebebiyle, popüler unsurların ağırlıkta olduğu bu dizi üç kategoride incelenerek literatüre katkıda bulunmak bakımından önemli görülmüştür. Diziler aracılığıyla toplumun tüketime, şiddet ve toplumsal çatışmaya teşvik edildiği; evlilik dışı beraberlikleri olağan bir durum olarak yansıtarak aile kurumu için önemli bir unsur olan evlilik kurumunu değersizleştirdiği yönündeki eleştiriler, bu dizi üzerinden yapılan nitel bir araştırma ile irdelenmiştir. Bu çalışmada, dizilerde yansıtılan geleneksel aile değerlerinin,

popüler kültür unsurlarıyla kurgusal değişime uğraması ele alınmış; bireylerin kendi beğenilerini, tercihlerini ve seçimlerini ortak kültür çerçevesinde oluşturduğunu açıklayan kültürel göstergeler kuramı bağlamında, televizyonun aile değerleri üzerinde ortak bir kültürün yerleşmesine etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

Televizyon ve kültürel değerlerin temsili

Televizyonda söylem büyük bir oranda görsel imajla yansıtılır. Politik bir sahnede söz yazarının, imaj yaratıcısı kişiden geri plana düşmesi, televizyonun diğer iletişim araçlarından daha farklı bir içerik talep ettiğinin kanıtıdır (Postman, 2016: 16). Televizyonda algıladığımız gerçeklik de, başkası tarafından kodlanan ve bizim onu gerçekliğin kendisi gibi algılamamıza neden olan gerçekliğin imajıdır. Değişen sadece gerçekliğin tasviri değil, aynı zamanda ritmidir. İnsanlar geçip giden bu imajlara müdahale edemezler ve tamamen bu ritmi seyretmeye zorunlu kalırlar. İmajlarla pasif bir izleyiciye dönüşürler (Ellul, 2015: 179).

Wright Mills'e (1974: 400) göre, televizyon yaşanan ve yaşanılması gereken gerçek dünyayı değil; izleyiciye göre yaratılan düzmece bir dünyayı yansıtmaktadır. Televizyonda çoğunlukla meydana gelen gerçek olaylar görülür. Ancak drama kurguya dayalıdır. Akşam haberlerini sunan bir spiker, ekranda görünmekle sahnede yer alan bir aktöre döner. Sunulan haber akşamdan akşama değişmiş olduğundan unutulmuşsa da, onun çizdiği televizyon karakteri halkın aklında yer edecektir (Esslin, 1991: 16). Ailemizin bir üyesi ve gündelik hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen televizyonun, bununla da kalmayıp yaşamımızı anlamlandırmada, duygu ve düşüncelerimizin biçimlenmesinde yol gösterici mesajlar gönderdiği belirtilmektedir. Ayrıca televizyon ve seyirci arasında zihinsel bir ilişki bulunmaktadır. Bu yüzden onu anlamaya çalışmanın önemli olduğu ifade edilmektedir (Mutlu, 1992: 17).

Kültürel değerler, toplumu oluşturan insanlar arasındaki ortak inançları, bireyler tarafından öğrenilen ortak davranışları ifade etmektedir. Bireylerin düşünce ve davranış biçimlerinde de kendisini gösteren kültürel farklılıklar mevcut olmakla beraber, selamlaşma biçimleri, düşünce ve ahlak gibi konulara değişik ülkeler farklı anlamlar yüklemektedir. Modernleşme sürecinde bilhassa Batı dışı toplumlarda gelenek, ahlak, din gibi unsurların kültürel değeri; bilim ve teknoloji alanındaki gelişmelerin ise uygarlığı ifade ettiği, böylece *kültür ve medeniyetin kavram olarak farklı anlamlar taşıdığı* görülmektedir. Bu süreçte Batı'nın kültürünü değil, medeniyetini alma yönünde tartışmalar yaşanmaktadır (Zencirkıran, 2016: 57). Kültür yozlaşmasının oluşmasından sorumlu tutulan emperyalist bir ülkenin sömürdüğü ülkeye kendi kültürünü aşılama istemesi anlamına gelen kültür emperyalizminde ise sömürülen ülkeye sömüren ülke inançlarını, değerlerini, kurallarını; düşün, edebiyat ve sanat eserlerini, aynı zamanda da teknolojisini ihraç etme düşüncesi hâkimdir (Kongar, 2017: 28).

Televizyon, özel olarak ya da aile üyeleriyle beraber seyredilen bir araç olarak iç kültürün bir parçası olarak görülmektedir (Silverstone, 2003: 24). Televizyon, geniş kitleleri etkileme ve kolay tüketilebilme özelliği bakımından en önemli kültürel ürünleri pazarlama aracı olarak da ifade edilmektedir. Ulaşılamayan hazlar, zevkler, özgürlükler televizyon vasıtasıyla farklı kültürlerin kapılarından geçerek evlere girmekte ve bu sayede de farklı kültürler birbirlerine yakınlaşmaktadır. Böylece herkes için bilgilenmeyi ve eğlenceyi olanaklı hale getirmektedir. Aynı zamanda bir kültür taşıyıcısı ve aktarıcısı olan kitle iletişim araçları, kitle kültürünün gelişmesinin de zeminini oluşturmakta ve kültürü metalaştırmaktadır (Yılmaz ve Yılmaz, 2010: 303). Nüfusun sanayi şehirlerinde toplanması, işçilerin fabrikalarda toplanması, bunların sonucunda örgütlü bir işçi sınıfının oluşumu şeklinde üç toplumsal eğilimin bir araya gelmiş olmasının kitleler sözcüğünün anlamını pekiştirdiği ifade edilmektedir. *Ayaktakımı* yerine kullanılan yeni bir kelime olan kitlelerin anlamı içinde, kolay aldatılma, sürü psikolojisi, beğenilerde bayağılık gibi ayaktakımı kelimesinin geleneksel nitelikleri korunmuş ve bundan dolayı kültür açısından kitlelerin sürekli bir tehdit oluşturduğu düşünülmüştür (Williams, 2017: 440).

Gerbner (1973), kitle toplumunda bireylerin gerçeklik hakkındaki fikirlerinin televizyon yoluyla

oluşturduğunu ileri sürmektedir. Gerbner’e göre, insanların kültürel ve davranışsal özellikleri, bir kültür ortamında yetişme süreçleri boyunca öğrenilir. Bireyler kendi seçimlerini, tercihlerini ve beğenilerini bu ortak kültür çerçevesinde belirler ve yerleştirirler. Gerbner’in temel tezi; televizyonun ortak bir kültürü yerleştirmesidir. İzleyicilerin sosyo ekonomik statüleri, buldukları yerleşim bölgesi, yaşları, işleri ve cinsiyet farklılıkları ve geçmişleri ne olursa olsun televizyon, ortak bir perspektifin ortaya çıkışında ve ana görüşü oluşturmada temel bir rol oynamaktadır. Bu anlamda televizyon, kültürel anlamda en önemli kaynaştırıcı potadır (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli, 1986: 31).

Mesajların, iletişim süresinde simgesel işlevleri vardır. Bu yüzden, kitle iletişim araçları, oluşturdukları simgesel bir dünya ile toplumsal hayatı biçimlendirmektedir. Çoğunlukla, gerçek dünya ile kitle iletişim araçlarında yansıtılan dış dünya arasında bir benzerlik yoktur. Çünkü simgesel dünya ‘icat edilmiş’ bir dünyadır. Televizyon dünyasının gerçekleri ile toplumsal gerçekler arasında bulunan farklılıklar, insanların, dış dünyayı televizyondan yansıtıldığı gibi kavramalarına yol açabilir. Eğer, televizyon dünyasındaki erkek karakterler, nüfus içindeki gerçek oranlarında verilmiyorsa izleyiciler tarafından dış dünya “erkeklerin egemen olduğu” bir dünya olarak algılanacaktır; ya da toplumda var olan bu yargı, televizyon aracılığı ile pekiştirilmektedir. Televizyonun bir aile aracı olmasına rağmen, içeriğinde gerçek demografik dağılımlar değil; toplumsal algıdaki dağılımlar yansıtılmaktadır. Kültürel Göstergeler projesinin Mesaj Sistemi Analizi özetle şunu göstermektedir: Aile, romantik ilişki ve ev-işleri kadın içindir. Televizyon dünyası, demografik olduğu kadar, olgusal olarak da gerçek hayatın dağılımlarını çarpıtmaktadır. Çünkü gerçek hayatta, ev-işlerinin dışında aileye ve kadın-erkek ilişkilerine ilişkin tüm olgularda, kadın ve erkek eşit dağılımlara sahiptir (Batmaz ve Aksoy, 1995: 31-34).

Türkiye’nin kültürel kimlik sorununun ise, gündelik yaşamın kültürü olan popüler kültür ekseninde değerlendirilmesinin sağlıklı olacağı ifade edilmektedir. Endüstrileşme ve nüfus artışı ile yaşanan iç göç yoğunluğunun getirdiği bireyci ve hıza dayalı bir tüketim ideolojisi ile yeni popüler şekillenmelerin yaşandığı dönemlerde magazinleşen ve görselleşen bir kültür egemendir. Televizyon, eğlence endüstrisi alanına dâhil olmaya başlayan geniş halk kitlelerine, arabesk müzikten dizilere kadar seçenekler sunarak etkinlik alanını genişletmiştir (Özdemir, 1998).

Popüler kültür, tüketim kültürü ve eğlence endüstrisi

Popüler kültür içinde insanlar “kalabalıklara dönüşmüş yalnız insan” durumundadır. Bu insanlar yalnızca televizyondaki pembe dizileri izlerken değil, herhangi bir savaşı izlerken de medya tekellerinin ve bunların arkasındaki egemenlik yapısının kurguladığı ideolojik bir “dünya tasvirini” izlemektedir. Savaş ve siyaset, televizyon yoluyla seyirlik bir oyun haline getirilmektedir (Oskay, 1992: 111). Televizyon yeni teknolojileriyle kültürel sembollerin yaratılmasına, tutulmasına ve yayılmasına önemli etkilerde bulunmuştur. Birbiriyle iç içe olan ve yaşanan sistemi destekleyen kitle iletişim endüstrisi ve popüler kültür endüstrisi ortak bir ideoloji etrafında şekillenmeye devam etmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 1994: 151).

Popüler kültüre yönelik farklı yaklaşımlar ve görüşler ışığında olumlu tutum sergileyenler; “Halk bunu istiyor. Popüler olan, yaygın olan haklıdır” görüşünü benimsemekte ve temel kriterlerden birinin “çoğunluk” olduğu ve yüksek kültüre karşı halkın çoğunluğunun beğenerek tükettiği ve ürettiği popüler kültürün üstünlüğü olduğu savunulmaktadır (Fiske, 1999: 56). Kavrama olumsuz yaklaşanlar ise temelde, popülerlerin ticari, ucuz ve sıradan olduğunu, bu kültürün esiri olan insanların birbirinin aynısı, tek tip, yozlaştırılmış olduğunu savunmaktadırlar ve bu kültürün kitlelere yanlış bilinç dayattığı yönünde eleştiride bulunmaktadırlar (Storey, 2000: 37).

Kapitalist sistemin çıkarları doğrultusunda belirlenen ve medya aracılığıyla yapay bir ticari ve tüketim kültürü olan popüler kültür, kitle kültürünün bir parçasıdır. Bundan dolayı popüler kültür, kitle iletişim araçlarını kullanarak kapitalist sistemin yaydığı ve kitlenin beğenisi durumuna getirdiği bir kültür olarak ifade edilmektedir. Kültürün endüstrileşmesiyle beraber bilincin tek-tipleşmesine neden olan popüler

kültürün bir tüketim kültürünün oluşmasına sebep olduğu belirtilmektedir (Yaylagül, 2016: 93,99). Televizyon, sürekli tüketmeye endeksli oluşan bu yeni tüketim toplumunda yeni değerler sisteminin belirleyicisidir. Bu toplumda “tüket/kullan, at” mantığı hayatımızın bütün alanlarına yayılarak ilişkileri, aşkları, gelip geçici bir hale getirmekte ve kalıcı olanı yok etmektedir (Zencirkıran, 2016: 107).

Frankfurt Okulu’na göre, popüler kültür kavramı ideolojik bir biçimde kullanılmaktadır. Çünkü kültür endüstrisi gerçek bir kültür değil, şeyselleşmiş bir kalıp kültür üretmektedir. Frankfurt Okulu öğretisine göre popüler kültür ürünleri gerçeklik ile uyuşmayı telkin eden bir yapıdadır (Jay, 1989: 312). Tüketim kültürünün kurulmasında, yayılmasında ve benimsetilmesinde medya kültürü, öncü bir role sahiptir. Kültür endüstrisi düşünürleri Adorno ve Horkheimer’e göre; bireyselliği tehdit eden kapitalizmle beraber insan edilgenleşmekte ve dinlenme, boş zaman, sanat, eğlence gibi alışılmış yaşam pratikleri tüketim odaklı olarak düşünülmektedir. İnsanlar bu yoksunlukta, kültür endüstrisi ürünleriyle arzu duydukları nesnelere kavuşarak, mutlu bir biçimde doyum sağlamaktadırlar. Kültür endüstrisinde, bütün tüketici ihtiyaçlarının karşılanabileceği ve insanın yalnızca kültür endüstrisinin nesnesi olduğu belirtilmektedir. Bu aldatmaca, kültür endüstrisi tarafından tüketiciye yalnızca tatmin diye yutturulmaz. Kültür endüstrisi, sunulan şeyle yetinilmesi gerektiğini de tüketicinin zihnine sokmaktadır (Adorno, 2016: 74-75).

Modern tüketimin sahte ihtiyacı karşısında hiçbir gerçek ihtiyaç veya isteklere karşı koyulamayacağı ve mekanik meta üretimi karşısında özgür bırakılan sınırsız sahtelik ve yapaylık karşısında arzuların çaresiz kaldığı belirtilmektedir. Gösterinin sunduğu şeyin değişim üzerine kurulu olmasından dolayı tüketici karşısında gösteride büyüklü görünen nesne elde edildiğinde sıradanlaşmaktadır. Başka bir nesne artık bu görevi üstlenmekte ve tüketici tarafından tanınmayı istemektedir (Debord, 2018: 65). Narsistik olan arzuların doyumsuz kalmaya mahkûm olduğu ve tüketiciyi yaratan tüketim arzusunun kendisinin, hayatta kalacak şey olduğu ifade edilmektedir (Bauman, 2018: 255). Aşırı derecede almak için arzulanan bir kıyafet birkaç gün giyildiğinde, o kıyafetin artık eskisinden daha az heyecanlandığı, erişilmez olanın bir o kadar daha çok arzulandığı ve tüketen bir tutku içerisinde bulunduğu belirtilir. Tüketen tutku çatısı altında aşırılık ve israfın birleştiği ifade edilir (Sennett, 2009: 98).

Kitle iletişim araçlarının büyük oranda eğlence endüstrisinin emri altında olduğu; ayrıca televizyon programları, dizi ve filmlerin bu türden yapımlar olduğu belirtilir. Bu yapımlar tüketim arzusunu kışkırtıcı bir nitelikte içerikleri barındırmaktadır (Oktay, 2009: 296). İnsanlar gündelik hayatın stresinden kurtulmak amacıyla eğlence aracı olarak dizi, yarışma, magazin gibi programlara çok fazla zaman harcamaktadırlar. Televizyon seyircisi bu tür programlarda gördükleri ünlülerin kullandıklarını kullanmaya özendirilmekte, çekim mekânları ziyaretçilere ev sahipliği yapmakta, karakterlerin kullandığı ürünler rağbet görerek, satış ve pazarlama sürecine dönüşmektedir. Sembolik tüketim olarak da isimlendirilen bu tüketimle tüketicilerin kullandıkları ürün ve markalar aracılığıyla karşındakine sosyal sınıf ve statüye ilişkin mesajlar verdiği belirtilmektedir (Baran ve Baran, 2014: 171). Jean Jacques Rousseau, kamuoyu tarafından tüketim baskısının körüklendiğini ve insanların sırf pahalı olduğundan ötürü bir kumaşı elde ettiklerinde bu kendilerinin değil de kamuoyunun zevki olduğu için lüks ve kanaatlerin boyunduruğu altına girdiklerini savunmaktadır (Neumann, 1998: 107). Haz sağlamanın ve eğlendirmenin, neyin gösterildiğinden çok daha önemli olduğu televizyonda, yalnız eğlenceli temaların değil, televizyondaki tüm temaların eğlenceli bir şekilde sunulduğu görülmektedir (Postman, 2016: 112). Birçok program, kitlelerin aynı zamanda eğlence gereksinimlerini gidermek için sürekli üretim halindedir. İzleyicilerin tüketim davranışlarını da etkileyen diziler birçok ürünün tüketime sunulmasına da aracılık etmektedir.

Türkiye’de televizyon ve dizi kültürü

İnsanların kültürü, yaşam biçimleri ve sosyal alışkanlıkları bakımından önemli bir gelişme olarak görülen televizyon (Esslin, 1991: 9) hem göze hem de kulağa hitap eden popüler bir araç olarak kültürel olduğu kadar endüstriyeldir. Batılı ülkelere göre televizyon ile geç tanışan Türkiye’de televizyon yayıncılığını; TRT öncesi dönem, TRT dönemi ve özel televizyon yayıncılığı dönemi olarak 3 ayrı kategoride incelemek

mümkündür. 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ile birlikte 1994 yılında özel radyo ve televizyon yayıncılığının hukuki bir boyut kazanarak devlet tekelinin kalktığı ve Türkiye’de ticari yayıncılık döneminin başladığı belirtilmektedir. Daha sonra yayıncılıkta rekabet artırıcı nitelikte olan “6112 Sayılı Radyo Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun” 3 Mart 2011 Tarihli ve 27863 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Özel radyo ve televizyon yayınlarının Türkiye’de yasallaşmasıyla birlikte kanal sayısında yaşanan aşırı artış, kablolu, uydu ve dijital yayıncılık gibi teknolojik gelişmelerle yaşanan değişim ile birlikte yayıncılığı da içerik olarak değiştirmiştir. Televizyonda görülen bu değişimleri, program tür ve formatlarında dikkat çekici bir şekilde görmenin mümkün olduğu ifade edilmektedir. Yaşanan bu değişimin önemli göstergeleri, yabancı yayın kuruluşlarıyla artan etkileşimin sonucu olarak yabancı tür ve formatların taklit edilmesi ve bu formatların içerisine yerel formlar katılıp yapılan uyarlamalarla melez bir yapının oluşturulması gösterilmektedir (Özsoy, 2011: 127-128). Çok kanallı televizyon yayıncılığına geçişle birlikte televizyon programları içerisinde dizilerinin popülerliği artmış, prime-time zaman diliminde yayınlanarak reklamverenler açısından diğer türlere oranla daha önemli bir konuma gelmiştir. Ticari çıkarlar gözetilerek kurgulanan televizyon dünyasında diziler, toplumun farklı kesimlerine seslenerek kurgulanmakta ve sürekli ekranda yer alarak farklı toplumsal hayat ve aile ilişkilerini yansıtmaktadır.

Televizyon dünyası ile gerçek dünya arasında hem televizyonun kurmaca dünyasının simgeselliği hem de televizyon endüstrisinin ticariliği sebebiyle farklılığın bulunduğu belirtilmektedir. Seyirciler açısından gerçek dünyanın monoton ve seyredilmesi pek de cazip olmayan bir hammadde olduğu ifade edilir. Bu yüzden izleyicinin de istekleri doğrultusunda daha çok cazip karakterler, daha çok gösterişli yaşam biçimleri ve daha çok şiddetle gerçek dünyanın daha cazip bir hale getirileceği belirtilmektedir (Mutlu, 2016: 124). Dizi senaryolarıyla oluşturulan kusursuz kahramanlar ile gerçek hayat uyumsuzdur. Dizilerin sanal dünyasında sunulan hipergerçekler artık hayatımıza ve algılamıza yön vermektedir.

RTÜK tarafından yapılan düzenli kamuoyu yoklamalarında, kanalların farklılaşan ve gelişen dizi içeriklerinin etkisiyle yerli dizileri takip eden izleyicilerin yüzdesinde düzenli bir artış olduğu gözlenmiştir. Dizilerin içeriklerindeki gelişmeler, ilk önce ailede başlayıp, daha sonra bütün topluma yayılarak etkilerini göstermektedir. Popüler tüketim kültürünün taşıyıcılarından olan televizyon, diziler aracılığıyla aile, din, vatan sevgisi ve ahlaki değerleri de etkilemektedir. Özellikle diziler ve reklamlar olmak üzere birçok program aracılığıyla televizyon, yeni değerler ve yaklaşımlarla kültürel değişimin gerçekleşmesine yol açmaktadır.

Televizyon dizilerinde aile ve Türk aile yapısının temsili

Aile sosyolojisinde ve demografik aile tanımlarında, Çekirdek Aile ve Geniş Aile kavramı kullanılmaktadır. Çekirdek aile, anne-baba ve çocuklardan oluşan küçük ailedir ve genel olarak kentlerde ve orta-üst ve üst gelir gruplarında gözlenmektedir. Geniş aile ise baba ve anneye kan bağı ile bağlı bulunan, çocukların kan bağı ile bağlı oldukları, hanede sürekli yaşayan tüm bireyleri kapsar. Bu aile kırsal ve alt gelir düzeylerinde ve özellikle de kentsel çevre içinde muhafazakâr bölgelerde ve gecekondularda yaşar (Batmaz ve Aksoy, 1995: 10). Emre Kongar (1986: 26) ise çekirdek ve geleneksel geniş ailenin, köy, gecekondulu ve kent olarak üç ayrı bağlamda ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu aile kategorilerinin arasında daha başka aile tipleri de tanımlanmıştır; çözülen aile, parçalanmış aile, tamamlanmamış aile, vs. bu tipolojilere örnek olarak gösterilebilir.

Jacques Donzelot’un ileriye sürdüğü gibi (1979), ailenin tek bir ya da ikirciksiz bir statüsü yoktur. Bazı amaçlar bakımından (örneğin hukuk) mahremdir, diğer bazıları bakımından kamusaldır. Donzelot’ya göre aile, sadece özel bir kurum değil; tıbbi, hukuki, eğitsel ve psikiyatrik pek çok uygulamanın kesiştiği bir noktadır. Bu anlamda, aile devletten ne tamamen ayrıdır ne de ona karşıdır; aksine, özel, (hukuki olarak) inşa edilmiş uzamdır, burada devlet ve diğer kurumların müdahalesi vardır. Bunlar arasında, tabii ki iletişim ve bilgi kurumları vardır (Morley ve Robins, 1997: 97). Aile kültüründeki değişimlere rağmen aile

inde kadın-erkek statü farklılaşması devam etmektedir. Kadın ekonomik hayata katılsa bile duygusal değerler bazında erkeğin hâkimiyetine dayalı aile yapısı halen korunmaktadır. (Kağıtçıbaşı, 1993: 51).

Televizyon ise hem içerik olarak aileyi odak noktası alan bir iletişim aracıdır, hem de aile yerine ikame edilebilecek bir toplumsallaşma kurumudur. Kültürel Göstergeler yaklaşımı da, televizyon ve aile arasındaki dolaylı ilişkiyi, bir toplumsallaşma kurumunun ilişkileri olarak ele alır. Televizyon, aile perspektifi içinde şöyle tanımlanmaktadır (Mutlu, 1992): “Televizyon bir aile aracıdır, anlatılarının içeriğini de aileler oluşturur. Bunlar alışlagelen anlamdaki gerçek ailelerdir ya da daha geniş toplulukların meydana getirdiği ‘televizyon aileleridir.’ (polis camiası; hastane camiası, vs. gibi). Bu camialardaki karakterler bilinen aile bireylerinin karakterlerini üstlenmişlerdir.”

Dramalaştırılan kurgu içinde, seyirciler televizyonda karakterlerin başlarından geçen olaylara gerçekmiş gibi tepki göstermektedirler. Karakterlerin aile sorunları ve aşk ilişkilerine, hayattaki sorunlarına ortak olan seyirciler, yıllarca süren bir dönemin ardından bu karakterlerin yaşamlarında temsilen yaşamakta ve onlarla bütünleşmektedirler (Esslin, 1991: 43). Bu açıdan televizyon dizilerinde aile kurumunun nasıl temsil edildiği de büyük önem taşımaktadır.

Türkiye’de dizi izleme oranlarına bakıldığında da izleyicilerin dizilerin etkisi altında olduğu görülmektedir. RTÜK tarafından yapılan televizyon izleme eğilimleri araştırmasına göre tercih edilen program türleri sıralamasında diziler ikinci sırada gelmektedir (RTÜK, 2018: 53). Günümüzde aile türü olarak yayınlanan dizilerin içerikleri de popüler kültür bağlamında şiddet, toplumsal çatışma, tüketim, yasak aşk, evlilik dışı beraberlikler gibi konular üzerine kurgulanmaktadır.

Ailedeki özel ve mahrem konular, topluma televizyon aracılığıyla teşhirci bir yaklaşımla aktarılmakta; benzer durumda olan izleyicileri televizyonda görülenle özdeşleştirmeye, gözyaşlarıyla rahatlamaya, evde yaşananların anlatılmasını meşrulaştırmaya neden olmaktadır. Televizyonda bireye ait olan ve topluma ait olan arasındaki sınır gittikçe yok edilmektedir. Yatak kıyafetleri ile başkalarının karşısına çıkmak Türk kültüründe ayıp, görgüsüzlük ve saygısızlık olarak nitelendirilmekteyken, televizyonla milyonlarca izleyici karşısında mahremiyet duygularının kaldırıldığı ilişki ve davranış şeklinin model olarak sunulduğu, toplumun ahlak anlayışı ve değerleri ile ters düşüldüğü belirtilmektedir. Özel televizyonların sorumluluktan uzak ve kamu yararı gözetmeden kâr anlayışı içerisinde yaptıkları yayıncılıkla, aile değerlerini ve yapılarını korumak güçleşmektedir (Çimen, 2008: 557-560). İzleyici eğilimleri araştırmasında da dizilerde en çok eleştirilen konular belirlenmiş; %62 ile çocuk ve gençlere olumsuz örnek oluşturma ilk sırada iken, %48.8 ile şiddet ikinci sırada; genel ahlak ve aile yapısına aykırılık ise %46.3 ile üçüncü sırada yer almıştır. Bu oranları %40.5 ile argo ve %34.7 ile kadınlara yönelik istismar izlemektedir (RTÜK, 2018: 62).

Popüler kültürün etkisiyle haz ve özgürlük odaklı kurgulanan bireysel yaşam şekillerinin ve sosyal değerlerin dayatıldığı belirtilmektedir. Bundan dolayı ailenin öneminin hızlı bir şekilde azalmaya başladığı ifade edilmektedir. Ayrıca haz ve tüketim odaklı olarak kurgulanan dizilerdeki yaşam biçimleri ve bireyselliğin kadın ve cinsiyet rolleri bakımından aile üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır (T.C. Başbakanlık Aile Ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü [BASAGM], 2010: 32). Televizyonun bu özelliği, düzenleyici ve denetleyici kurumların bazı kararlarını da etkilemekte ve olumlu sonuçlara dönüştürmek için dizileri destekleyici yönetmelikler hayata geçirilmektedir.

Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik

29 Nisan 2017 tarih ve 30052 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 690 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile ‘6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’un ‘Görev ve yetkiler’ başlıklı 37’nci maddesinin birinci fıkrasına eklenen (y) bendi ile Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile birlikte belirlenecek usul ve esaslara göre aile ve çocuk dostu yapım ve dizilerin teşvik edilmesi görev ve sorumluluğu verilmiş; ilgili Bakanlıkla ortak yapılan çalışmalar sonucunda “Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar

Hakkında Yönetmelik” 8 Mayıs 2018 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelik kapsamında; Üst Kurul tarafından uyarı dâhil herhangi bir idari yaptırım uygulanmamış olması koşuluyla, Seçici Kurul tarafından aile ve çocuk dostu olduğu uygun görülen yapım ve diziyeye bu unvanın verilmesinde belirlenen ve dikkate alınan ilkelerden bazıları şunlardır (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2018):

- Aile bütünlüğünün korunması ve güçlendirilmesinin hedeflenmesi,
- Aile içi dayanışmanın ön planda tutulması ve aile bireylerinin karar alma süreçlerinde fikirlerini demokratik bir şekilde ifade edebilmesi,
- Aile içerisinde yaşanan problemlerin çözümüne yönelik olumlu örnekler yer verilmesi,
- Aile içinde ve dışında çocuğun özgüveninin geliştirilmesine yönelik örnekler sunulması,
- Aile bireylerinin birlikte nitelikli zaman geçirmesine ilişkin örnekler sunulması.

Türk televizyon dizilerinde mahallenin dönüşüm süreci

Televizyonun yayın hayatına girişiyle birlikte dizi sektöründeki yerli yapımlar, aile ve yaşam tarzına, kültürel değerlere uyumlu mahalle dizileri olarak ön plana çıkmıştır. Zamanla dizilerin kurgusal içeriklerine, kültürel değişim ve lüks tüketim anlayışıyla birlikte modernleşme göstergeleri yerleştirilmiştir. Günümüzde dizilerde yer alan popüler kültür unsurlarının geleneksel aile üzerinde yarattığı kurgusal değişimi göstermek amacıyla geçmişten ve günümüzden dizi örnekleri incelendiğinde, dizilerin isimlerinden içeriklerine kadar değiştiği görülmektedir. Geçmişten verilen dizi örnekleri; Bizimkiler 1989-2002, Süper Baba 1993-1997, Perihan Abla 1986-1988, Yeditepe İstanbul 2001-2002, Şehnaz Tango 1994-1997, Ferhunde Hanımlar 1993-1999, Baba Evi 1997-2001, İkinci Bahar 1998-2001, Ekmek Teknesi 2002-2005, Mahallenin Muhtarları 1992-2002, Yedi Numara 2000-2003, Canım Ailem 2008-2010, Yaprak Dökümü 2006-2010, Geniş Aile 2009-2011 vs. iken; günümüz dizilerinden verilen örnekler ise; İki Aile 2006-2008, Bir Erkek Bir Kadın 2008-2015, Aramızda kalsın 2013-2015, İlişki Durumu Karışık 2015-2016, Kiralık Aşk 2015-2017, Fazilet Hanım ve Kızları 2017-2018, İstanbullu Gelin 2017-2019, Erkenci Kuş, 2018-2019, Zâlim İstanbul 2019-2020, Doğduğun Ev Kaderindir 2019-2021, Sen Çal Kapımı 2020-2021, Sadakatsiz 2020-2022, Yasak Elma 2018-... adlı dizilerdir.

‘Yasak Elma’ dizisinde kurgusal aile temsilinin içerik analizi

Araştırmanın amacı

Televizyon yayıncılığında geleneksel ve modernliği temsil eden değerler, dizi senaryolarına ve görsel içeriklerine konu olmaktadır. Günümüzde de dizi içeriklerinde toplumsal değişimlere uygun olarak popüler kültürün ağırlıkta olduğu kurgusal bir dönüşüm gözlenmektedir. Bu çalışma, kültürel değerler bağlamında dizilerde yansıtılan/gösterilen geleneksel aile yapısının son zamanlarda tüketim odaklı kentsel aileye dönüşümünün nasıl kurgulandığını ve etkilerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır.

Araştırmanın problemi

Medya etkisiyle yaygınlaşan lüks tüketim arzusu, marka ve gösterişe yönelme, paraya ulaşmayı yaşamın amacı haline getirmektedir. Bu yaşam biçimlerini konu alan televizyon dizileri; vitrinde yaşamayı, estetiği, gösteriş ve rekabetin getirdiği hazları ön plana çıkarmakta; samimiyet, empati ve yardımlaşma gibi pek çok değeri, misafirperverlik, dayanışma, komşuluk gibi duyguları ele almaktan uzaklaşmaktadır. Dizilere konu olan aile değerleri ve mahalle kültürünün de tüketime dayalı bu yaşam biçimine uygun olarak şekillenmeye başladığı görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde kolay kazanıp rahat harcama yapma

ve aile yerine farklı yaşam biçimlerinin model olarak sunulduğu televizyon dizileri aracılığıyla, geçmişin toplumsal değerlerini korumak ve aktarmanın da yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Ayrıca televizyon dizilerinde rahatsız eden ve eleştirilen konuların başında çocuk ve gençlere olumsuz örnek oluşturma; şiddet; genel ahlak ve aile yapısına aykırılık; argo ve kadınlara yönelik istismarın geldiği görülmektedir (RTÜK, 2018: 62). Plansız kentleşmeyle beraber dizi içeriklerinde lüks yaşamın kültürel göstergeleri kullanılarak ailenin mahremiyeti de kamusal olguya dönüşmüş durumdadır.

Araştırmanın önemi

Günümüzde ailenin dizilerdeki temsilinin yıllara göre nasıl değiştiğine bakıldığında geleneksel ve modernlik göstergelerinin ön plana çıktığı, mahalle kültürünün yerini popüler kültür ve lüks yaşam biçimlerinin aldığı gözlenmektedir. Yüksek reyting oranına sahip son dönem dizisi olan "Yasak Elma"nın içeriği popüler kültür ürünleri bakımından bir hayli zengindir ve sunulan yaşam biçimi, temsili ön planda olduğu kurgulanmış bir dünya olsa da, karakterler üzerinden özdeşleşme benimsenmiştir. Bu araştırma, dizi içeriklerine yansıtılan geleneksel aile değerlerinin ve mahalle kültürü olarak adlandırılan kurgusal yapının değişimini göstermesi; modernliğin ve popüler yaşamın temsil edildiği yüksek reyting oranına sahip günümüz aile dizilerinin kurgusal içeriğinde yer alan çatışma, şiddet ve lükse dair konuları ele alması bakımından önem arz etmektedir.

Çalışmanın örnekleme ve bulgular

Çalışmanın örnekleme için özel televizyon yayıncılığı yapan FOX TV'de yayınlanan Yasak Elma adlı dizi, içerik çözümlemesi ve kesit alma yöntemleri kullanılarak incelenmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda, seçilen her bölümde yer alan tüketim, evlilik dışı beraberlikler, şiddet-çatışmaya dair temalar üç ayrı kategoride ele alınmıştır. İzlenen sahnelerde, belirlenen temalara göre ileti sayıları ve gösterilme süreleri belirtilerek geleneksel aile yapısındaki değişim gösterilmeye çalışılmıştır. Çalışmada örneklem belirlenirken tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmış, sezonlar birer tabaka olarak ele alınırken her bir tabakadan tesadüfi seçim ile örneklem belirlenmiştir. Zaman kısıtlılığından dolayı tabakalı örneklem ve basit rastlantısal örnekleme yöntemiyle seçilen birinci sezondan 1. Bölüm ve 9. Bölüm; ikinci sezondan 38. Bölüm ve 42. Bölüm olmak üzere farklı sıralamadaki dört bölüm dikkate alınarak içerik çözümlemesi yapılmıştır. Belirli bir unsurun sıklığını ve yoğunluğunu göstermek adına frekans analizi yapılmıştır.

Yasak Elma dizisi pazartesi günleri prime-time kuşakta 20:00-00:15 saatleri arasında FOX TV ekranlarında yayınlanmaktadır. Dizi 2022 yılı itibarıyla 5. sezonu yayınlanmaya devam etmektedir. İncelenmek istenen televizyon dizisinin 47 bölümü önce televizyonda seyredilmiş, daha sonra seçilen 4 bölüm internet ortamında seyredilerek, içerik analizinin ilk aşaması olan veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya konu olan bölümler izlenerek, araştırma konusuna dair temalar belirlenmiştir. Bu işlem gerçekleştirilirken bazen bir obje, bazen de bir konuşmadan faydalanılmıştır. Örneklem basit rastlantısal örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. İçerik analizi yapılan Yasak Elma dizisinden kodlanarak elde edilen verilerin tanımlanmasına ve yorumlanmasına çalışılmıştır. Dizide Türk kültürü için önemli olan kanaatkârlık, dayanışma gibi unsurlar çok fazla yer almamaktadır. Evlilik unsuru da genellikle Türk kültüründeki manevi değerler çerçevesinde ele alınmamaktadır. İçerikte popüler kültüre ilişkin değerler egemendir. Bu açıdan dizi "Tüketim", "Şiddet-Çatışma", "Evlilik-Evlilik Dışı Beraberlikler" temalarına göre değerlendirilmiştir. Ayrıca dizide yansıtılan evlilik kurumu da evlilik dışı beraberliklerle beraber ele alınmıştır.

Tablo 1. Yasak Elma dizi oyuncuları

Talat Bulut	Halit Argun	Türkiye'nin en zengin iş adamlarından Argun Holding'in sahibi
Şevval Sam	Ender Argun (Çelebi)	Kaya'nın eski sevgilisi Halit Argun'un üçüncü karısı
Onur Tuna	Alihan Taşdemir	Halit'in iş ortağı Zerrin'in kardeşi Halit'in eski kayınbiraderi
Eda Ece	Yıldız Yılmaz (Argun)	Zeynep'in (üvey) ablası Halit Argun'un dördüncü karısı
Sevda Erginci	Zeynep Yılmaz	Yıldız'ın (üvey) kardeşi Alihan'ın sevgilisi
Şafak Pekdemir	Zehra Argun	Halit'in ilk karısından olan evin en büyük kızı
Ayşegül Çınar	Lila Argun	Halit ve Zerrin'in kızı
İlber Kabaoğlu	Erim Argun	Halit ve Ender'in oğlu
Barış Aytaç	Caner Çelebi	Ender'in erkek kardeşi
Serkan Ayıköz	Emir	Zeynep'in ve Caner'in ortak arkadaşları
Tuan Tunalı	Mete	Yıldız'ı Halit'le evlenmeden önce terk eden eski sevgilisi
Kıvanç Kasabalı	Sinan	Ender'in yasak aşkı, Zehra'nın eski sevgilisi
Sinan Eroğlu Ahmet Kayakesen	Hakan Kurtuluş	Alihan'ın en yakın arkadaşı
Nilgün Türksever	Zerrin Taşdemir	Alihan'ın ablası Halit'in ikinci karısı
Melisa Doğu	Asuman	Zeynep ve Yıldız'ın annesi
Mustafa Yılmaz	Haktan Pak	Yıldız'ın babası
Sarp Can Köroğlu	Kemal	Yıldız'ın eski kocası
Erdem Kaynarca	Dündar	Zeynep'in eski sevgilisi
Barış Kılıç	Kaya	Ender'in eski sevgilisi
Doğaç Yıldız	Yiğit	Ender ve Kaya'nın oğlu

Yasak Elma dizi konusu

Pazartesi günleri FOX TV'de yayınlanan bir aile ve dram dizisi olarak belirtilen ve ilk ismi "Altın Tepsi" olarak düşünülen "Yasak Elma" dizisinin yönetmenliğini, Neslihan Yeşilyurt; (1-3. sezon); Murat Öztürk; (4. sezon); Ece Erdek Koçoğlu; (5. sezon) yapmıştır. Dizinin senaristleri ise Melis Civelek ve Zeynep Soyata olup, yapımcılığını Fatih Aksoy üstlenmiştir.

Yasak Elma adından da anlaşılacağı üzere yasak ilişkiler, ihanet, entrika, sınıf çatışması ve lüks üzerine kurulu bir dizidir. Dizi evlenme hayalleri kurduğu zengin sevgilisinin aşağılaması ve ihaneti sonucu hayal kırıklığına uğrayan ve aşağılık kompleksine giren Yıldız adında genç bir kızın, zengin biriyle evlenerek kısa yoldan hayatını değiştirmesi için büyük bir oyunun içine girmesi üzerinden gelişmektedir.

Yasak Elma, Birinci sezon 1. bölüm içerik analizi

Dizinin 1. Bölümünde, birbirinden farklı iki hayatı olan insanlar evleri, eşyaları, kıyafetleri ve yaşam tarzları üzerinden art arda sahnelerle karşılaştırılarak vurgulanmaktadır. Üst sınıftan olmamanın utanılacak ve küçümsenecek bir durum olarak ele alındığı dizinin bu bölümünde, hemen hemen tüm sahnelerde lükse dair kodlar ve konuşmalar görülmektedir. Dizide üst sınıfın yaşadığı görkemli evler ve alt-orta sınıfın yaşadığı mahalle arasındaki evler kamerayla sürekli yukarıdan çekilmekte, sınıflar arasındaki ayrımı net bir şekilde gözler önüne seren bu zıt sahne geçişleriyle, zenginlik ulaşılması gereken bir amaç olarak aktarılmaktadır. Görselliğin önemi eşyalar, kıyafetler üzerinden vurgulandığı gibi, kadın bedeni üzerinden de vurgulanmaktadır. Eşler arasındaki gösteriş üzerine biçimlenen hayatların mahremiyet unsuru barındıran evlilik kurumunu da gösteriye dönüştürdüğü görülmektedir. Bu temalara göre 1. Bölümde yer alan sahnelerdeki ileti sayıları ve gösterilme süreleri frekans analizi yapılarak tablo halinde verilmiştir (Tablo-2).

Tablo 2. 1. Bölümde yer alan sahnelerde temalara göre kullanılan ileti sayıları ve gösterim süreleri

TÜKETİM			ŞİDDET-ÇATIŞMA			EVLİLİK-EVLİLİK DIŞI BERABERLİKLER		
Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi	Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi	Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi
Yıldız hayran olduğu Ender'e kahve yapıyor.	1	15 sn.	Zehra ve Ender arasında kahvaltıda soğuk rüzgârlar esiyor.	1	25 sn.	Yıldız, Mete'nin onu aşağılamasının ardından zengin biriyle evlenme isteğini Zeynep'e anlatıyor.	7	2 dk. 36 sn.
Zeynep ve Yıldız işe giderken Yıldız, telefonundaki hayran kaldığı kıyafete bakıyor.	7	2 dk. 5 sn.	Ender ve arkadaşı, restoranda Yıldız hakkında dedikodu yapıyor.	3	20 sn.	Ender ve Halit yemek davetinde mutlu evlilik oyunu oynuyor.	4	3 dk. 55 sn.
Ender ve Halit Ercüment ve Ferhan'a evde yemek daveti veriyor.	7	3 dk. 55 sn.	Restoranda Ender Yıldız'a hain planı için iş teklifi yapıyor.	3	2 dk. 19 sn.	Dernek davetinde Sinan ve Ender kaçamak buluşuyor.	7	2 dk. 10 sn.
Alihan'ın Lüks Odası	-	1 dk. 27 sn.	Mete Yıldız'ı aşağılıyor.	14	5 dk. 6 sn.			
Yıldız, Ender'in giyinme odasındaki eşyalara hayran kalıyor.	5	2 dk. 30 sn.	Misafirler gittikten sonra Halit Ender'e onların yanında olduğundan farklı ve kaba davranıyor.	10	3 dk. 19 sn.			
Dernek Daveti	5	3 dk. 52 sn.						

Bu bölümde yapılan evlilik sözleşmesiyle, statü olarak birbirlerinden farklı iki insanın evlenmesinin uygun olmadığı, zenginliğin güç ve mutluluk getirdiği, bu güce ulaşmak için insanların bütün değerleri hiçe sayarak her şeyi yaptığı görülmektedir. Yine bu bölümde de maddi güce sahip olanlar tarafından yapılan alışveriş sahnelerindeki tüketime dair ifadeler çok fazla yer almaktadır. Ayrıca lüks tüketim için zengin biriyle evlenmek, sevgi ve saygıya dayalı kurulması gereken evlilik kurumunu maddi çıkarılara indirgemıştır. Maddi gücü elinde bulunduranlar ve maddi güce erişmeye çalışanlar için ilişkiler bireysel çıkarlarla kurulmaktadır. Bu da tabloda sahnelerde yer alan temalara göre belirlenen ileti sayıları ve gösterilme sürelerinden de anlaşılacağı gibi ilişkilerde saygı ve güven duygusunun olmadığını göstermektedir.

Tablo 3. 9. Bölümde yer alan sahnelerde temalara göre kullanılan ileti sayıları ve gösterim süreleri

TÜKETİM			ŞİDDET-ÇATIŞMA			EVLİLİK-EVLİLİK DIŞI BERABERLİKLER		
Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi	Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi	Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi
Yıldız, villadaki ilk gününde keyif yapıyor.	-	30 sn.	Yıldız, kral olarak nitelendirdiği kocasına kahvaltıda hizmet ediyor.	5	1 dk. 13 sn.	Halit Yıldız'a evlilik sözleşmesi imzalatıyor.	3	1 dk. 25 sn.
Alihan Zeynep'e hediye alıyor.	4	3 dk. 28 sn.	Halit'in isteği üzerine Yıldız yemekte yediklerine dikkat ediyor.	6	3 dk. 14 sn.	Ender ve Caner Yıldız ve Halit'i ayırmak için plan yapıyor.	4	1 dk. 14 sn.
Halit Yıldız'a alışveriş için kredi kartını veriyor.	2	2 dk.	Asuman Yıldız'a kocasını memnun etmesini söylüyor.	3	2 dk. 20 sn.	Zehra, Zerrin ve Lila, Yıldız ve ailesini küçümseyerek dedikodu yapıyor.	14	3 dk. 9 sn.
Zeynep, Yıldız'ın Halit'in kredi kartıyla ona hediyeler almasından mahcup oluyor.	9	1 dk. 41 sn.	Asuman'ın falcı olduğunu öğrenen Lila ve Zehra, bunu endişeyle Halit'e anlatıyor.	9	1 dk. 20 sn.	Asuman Zeynep'e gönül zenginliğini nakde çevirmesini söylüyor.	2	1 dk. 17 sn.
Yıldız ve Şengül davet için pahalı mağazalardan	18	3 dk. 34 sn.	Yıldız annesi falcı olduğu için mahcup şekilde	10	1 dk. 57 sn.	Yıldız Argun Zeynep ve Alihan'ı iş yerinde ziyaret ediyor.	4	4 sn.

Televizyon Dizilerinde Ailenin Kültürel Temsilinin Kurgusal Dönüşümü: ‘Yasak Elma’ Dizisi Örneği
Fictional Transformation of Cultural Representation of Family in TV Series: Case of ‘Yasak Elma’ Series

alışveriş yapıyor.			Halit’ten özür diliyor.					
Yıldız, evinde özel kuaför eşliğinde davete hazırlanıyor.	-	1 dk. 13 sn.	Yıldız annesiyle falcılık yaptığı için kavga ediyor.	13	2 dk. 30 sn.	Asuman Zeynep’e mantık evliliği yapmasını söylüyor.	4	27 sn.
			Ender Erim’i evine götürüyor.	6	2 dk. 52 sn.	Sinan ve Zehra ev tutuyor.	3	1 dk. 6 sn.
			Erim babası Halit’e annesinin gecekonduda kalmasından rahatsız olduğunu söylüyor.	8	3 dk. 21 sn.			

Yasak Elma, İkinci sezon 38. bölüm içerik analizi

Dizinin hemen hemen her bölümünde lükse dair kodların yer aldığını belirtmiştik. Bu bölümde de aynı şekilde ifadelerde çok rastlanılmasa bile her sahnede görsel olarak lüks ve zenginliğin ihtişamı görülmektedir. Zira bu durum yine toplumsal çatışmaya çanak tutularak yapılmaktadır. Fakat bu sahnede daha çok şiddetin ağır bastığı görülmektedir. Hem alt hem üst sınıftaki insanların hesaplaşma, entrika ve intikam duygularıyla hareket ettiğini görmekteyiz. Her ne kadar şiddet yönelimi, üst sınıftaki insanlarda da olsa, alt statüdeki insanlar genelde şiddete yol açan kişiler olarak gösterilmektedir. İnsanlar bireysel çıkarları uğruna başkalarına psikolojik ve bedensel olarak zarar vermektedir. Bu durum normal bir durum gibi aktarılmaktadır. İnsana özgü olan özellikler ve değerler dünyevi zevkler için önemsiz gibi gösterilmektedir. Makul sebeplerle meşrulaştırılan yalan, Türk kültüründe önemli bir değer olan dürüstlüğü yerini almaktadır. Yalan özellikle ailede önemli bir unsur olan anne ve baba faktörü üzerinden meşrulaştırılmaktadır. Bu sebepten yine Türk kültüründe önemli olan büyüklere saygı unsurunun şiddet temasındaki ileti sayılarından da görüleceği üzere yitirildiği görülmektedir.

Tablo 4. 38. Bölümde yer alan sahnelerde temalara göre kullanılan ileti sayıları ve gösterim süreleri

TÜKETİM			ŞİDDET-ÇATIŞMA			EVLİLİK-EVLİLİK DIŞI BERABERLİKLER		
Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi	Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi	Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi
Dündar Zeynep ile gelinlik provası hakkında konuşuyor.	7	2 dk. 57 sn.	Ender Kaya’nın intikam için geldiğini düşünüyor.	11	3 dk. 43 sn.	Zeynep ve Yıldız annesi için zengin damadın önemli olduğunu söylüyor.	3	1 dk. 32 sn.

Ender kuaförde Zeynep ve Yıldız'a nispet yaparak VIP odasına geçiyor.	5	3 dk. 6 sn.	Yıldız annesinin bıçakladığı adamın babası olduğunu öğreniyor.	6	2 dk. 36 sn.	Caner ve Emir Zeynep'in düğün öncesi mutsuzluğun u evlilik öncesi kafa karışıklığı olarak yorumluyor.	7	1 dk. 17 sn.
			Yıldız annesinden hesap soruyor.	27 ifade	5 dk. 55 sn.	Asuman Zeynep'in düğün öncesi mutsuzluğun un eski sevgiliden dolayı olduğunu düşünüyor.	10	2 dk. 30 sn.
			Halit Yıldız'ın ailesini, çevresine yakıştıramıyor.	8	2 dk. 44 sn.	Zeynep'in zoraki ve mutsuz gelinlik provası	-	2 dk. 39 sn.
			Erim'den davetin Asuman'ın hastalığı yüzünden iptal edildiğini öğrenen Ender, bunu saçma buluyor.	5	2 dk. 25 sn.	Zeynep'in Alihan için düğünden kaçmasına Yıldız ve arkadaşları seviniyor.	9	1 dk. 4 sn.
			Caner klas bir salon kadını olarak nitelendirdiği Zehra'yı, anneliğe yakıştıramıyor.	6	1 dk. 8 sn.	Düğünden kaçan Zeynep ve Alihan havaalanında kavuşurken Dünder yıkılmış şekilde uzaktan onları izliyor.	1	5 dk. 30 sn.
			Asuman Zeynep'e başkaları üzülmessin diye yaşamamasını söylüyor.	6	2 dk. 23 sn.			

Çalışmanın ele alınan bu son bölümünde şiddet ve toplumsal çatışmaya dair iletilerin çok fazla yer aldığı görülmektedir. Ayrıca para için baba faktörü, kızını bile hiçe sayarak bireysel çıkarlarıyla entrika ve şiddete yönelmektedir. Geleneksel değerlerin ayrıca eşyalar üzerinden de değersizleştiği, pahalı olanın el emeğinden daha değerli olduğu aktarılmaktadır. Yine paranın her kapıyı açtığı düşünülmektedir. Akrabalık ilişkileri ve dayanışma bile parası olan biri için gereksiz bir durum gibi yansıtılmış, kardeşler birbirlerinden parası olduğu için sorumlu değilmiş gibi bir algı yaratılmıştır. Geleneksel kültürde yalnızlığın giderilmesi için evlilik unsurunun önemli olduğu; fakat dizide bunun genellikle evlilik dışı beraberliklerle giderildiği görülmektedir. İnsanlar evlilikten eksik olan güven duygularından dolayı korkmakta ve bundan dolayı evlilik dışı beraberliği tercih etmektedir.

Tablo 5. 42. Bölümde yer alan sahnelerde temalara göre kullanılan ileti sayıları ve gösterim süreleri

TÜKETİM			ŞİDDET-ÇATIŞMA			EVLİLİK-EVLİLİK DIŞI BERABERLİKLER		
Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi	Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi	Sahne	İleti Sayısı	Gösteri Süresi
Alihan ve Zeynep'e pahalı antika çeyizler getiren Zerrin, Asuman'ın getirdiği el emeği çeyizleri küçümsüyor.	6	2 dk. 4 sn.	Ender Yıldız'ı aşağılıyor.	6	1 dk. 4 sn.	Zehra ve Caner, tek gecelik kaçamaklarının önemsiz olduğunu düşünüyor.	7	1 dk. 32 sn.
Zerrin, Alihan ve Zeynep'in evinin her odasına televizyon alacağını söylüyor.	5	1 dk. 8 sn.	Asuman ve Yıldız, Zerrin'in Zeynep'te kalmasına tepki gösteriyor.	10	1 dk. 57 sn.	Ender Kaya'dan bir çocuğu olduğunu Caner'e itiraf ediyor.	8	2 dk. 18 sn.
			Caner ve Ender, Yıldız için intikam planları yapıyor.	5	1 dk. 43 sn.			
			Mustafa Ender'e Halit'ten intikam almak için işbirliği teklifi ediyor.	10	3 dk. 15 sn.			

			Ender Yıldız'dan intikam alıyor.	5	1 dk. 29 sn.			
			Mustafa'yı alacaklıları bıçakla tehdit ediyor.	4	1 dk.			
			Halit Yıldız'ın acısına ortak olmuyor.	10	1 dk. 25 sn.			
			Mustafa'nın kurşunu Erim'e geliyor.	10	4 dk. 37 sn.			

Verilerin çözümlenmesi ve yorumlanması

Tablo 6. Dört bölümde yer alan sahnelerde temalara göre kullanılan toplam ileti sayıları ve gösterilme süreleri

TÜKETİM		ŞİDDET-TOPLUMSAL ÇATIŞMA		EVLİLİK-EVLİLİK DIŞI BERABERLİKLER	
İleti Sayıları	Gösterilme Süresi	İleti Sayıları	Gösterilme Süresi	İleti Sayıları	Gösterilme Süresi
80	33 dk. 7 sn.	220	1 sa. 7 dk.	97	35 dk. 5 sn.

Dizinin hemen hemen her sahnesinde izleyici tüketime teşvik edilmektedir. Tüketimin önemi toplumsal çatışmaya yer verilerek değinilmiştir. Toplumsal çatışmaya dair sahnelerde bile tüketime dair kodlar yer almaktadır. İnsanların tükettikleri ölçüde mutlu oldukları vurgulanır. Bunu yaparken tüketimin maddi boyutu önemlidir. Değerli ve pahalı eşyalar üzerinden yapılan tüketimle insanın sosyal bir kimlik ve statü kazanacağı yansıtılmaktadır. Bu yüzden bunlara kısa yoldan sahip olmanın yolu zengin biriyle evlenmek olarak görüldüğü için, evlilik kurumu maddi çıkarlara indirgenmiştir. Gelir seviyeleri ne olursa olsun, insanlar tüketime teşvik edilmektedir. Toplum tüketime teşvik etmek amacıyla dizide pek çok detay paylaşılmaktadır. Oysa Türk toplumunun kültüründe neredeyse her dönemde tutumluluk ve tasarruf anlayışı geçerli sayılmaktadır. Türk aile kültüründe de kanaatkâr kişilik yapıları bu anlayışı kolaylaştıran etmen olarak görülmektedir.

Karı-koca arasındaki ilişkilere dayanan ailenin kurulabilmesi için uyumun çok önemli olduğu belirtilir. Geleneksel değerler olan dürüstlük, ahlak güzelliği, haram-helale dikkat etme gibi nitelikler (Tekin, 2014: 271) eski mahalle dizilerinde kalmış ve son dönem dizilerinde aile maddileşerek, dünyevileşmiştir. Dizinin çözümlenen bölümlerinde güzellik, bakımlılık ve estetik kadın için aranan özellikler iken; kariyer, para, mülk, yakışıklılık ise erkekte aranan özellikler olarak sunulmaktadır. Dizide zengin olmak özenilecek ve olması gereken bir durum olarak, yoksulluk ise toplumsal bir olay gibi değil de kişisel bir olaymış gibi aktarıldığından dizide zengin biriyle evlenmenin, mutlu olmanın en kolay yolu olduğu mesajı verilmektedir. Dizide genellikle hatalarının bedelini ödeyen ya da güçsüz ve aciz olarak gösterilen

kadınlardır. Bu dizide genellikle intikam duygusuyla çevrilen entrikaların bir kadının içgüdüsel özelliği olarak normalleştirilmesi, şiddeti meşrulaştırmaktadır.

Dizilerde iyilik-kötülük kategorilerinde cinsiyetçiliğin vurgulandığı; kadınlara yazılan bu rollerde, kötülüğün doğalarından kaynaklanan bitmek bilmez davranışlar silsilesinde meydana geldiği, erkeklerin rollerinin ise, toplumsallaşma süreci veya delilikle ilişkilendirildiği belirtilmiştir (Tekelioğlu, 2017: 120). Dizide yansıtılan popüler ve lüks yaşam tarzının özellikle evlilik ve aile kurumu üzerinden aktarıldığı görülmektedir. Orta gelir düzeyindeki insanların hayatlarını yansıtan dizilerin aksine, lüksün ve gösterişin ön plânda olduğu Yasak Elma dizisi gibi günümüzdeki dizilerde birlik-beraberlik ve dayanışmadan daha çok bireysel çıkarların, ihanetin, yalanın vurgulandığı görülmektedir. Maddi çıkarlarla şekillenen hayatlar bireyleri ayırıştırılmaktadır.

Oysa geleneksel değerlerin yansıtıldığı birer mahalle dizisi olan Süper Baba, Ekmek Teknesi, İkinci Bahar gibi dizilere bakıldığında birbirlerinden farklı karakter ve farklı statüde olan insanların ortak değerler altında uzlaşıp, orta yolu bulabildikleri, sorunları sevgi ve saygıyla tatlıya bağladıkları ve her şeyin üstesinden birlik ve beraberlik içerisinde geldikleri, zor günlerinde yardımlaşmaları görülmektedir. Geleneksel unsurların egemen olduğu dizilerde kardeşlik ve dostluk bireysel çıkarların önündedir. Bu dizilerde vicdan, merhamet ve biz duygusuyla hareket edildiğini ve sonunda herkesin de mutlu olduğunu görmekteyiz. Yasak Elma’da ise çeşitli entrikalar, yalanlarla ilişkilerin ve evliliklerin kurulup bozulduğu görülmektedir. Bireysel çıkarlar başkalarının mutsuz olması pahasına yapılmaktadır. Birbirlerini mutsuz etmekten keyif alan ve yenilmeyi hazmedemeyerek her şeyi göze alan karakterler, bunu yaparken bütün değerleri yok saymakta, bireysel çıkarlar elde etmek uğruna yaptıklarını bir zafer olarak görmektedirler. Dizi karakterleri bunu para ve gösteriş uğruna entrikayla kazandıkları konumlarını kaybetmemek adına yapmaktadırlar.

Tatlıya bağlanarak, konuşarak orta yol bulunan dizilerin aksine hep kanlı hesaplaşmalar ve şiddetle sonuçlanan bu dizilerde, yapılan olumsuz davranışların haklı sebepleri gösterilerek, normal bir durummuş gibi aktarılmaktadır. Dizilerde alın teriyle para kazanan insanların yerini, mutluluğu güçte ve lükste bulan, bunu da çevirdikleri entrikalarla elde etmeye çalışan karakterler almıştır. Yasak Elma dizisinde olduğu gibi sıkça zor durumda olan insanların her şeyi yapmasının doğal olduğu, maddi gücü elinde bulunduranların ise bireysel çıkarları için insanları kullanabileceği mesajı verilmektedir. Dizide yardımlaşmanın, insanları zor durumdan kurtarmak için değil de, bireysel çıkarlar için yapılmakta olduğu ve iyilik adı altında yapılanların da manevi değerlerden yoksun olduğu gözlemlenmiştir.

Sonuç

Reyting oranının başarı kıstası olarak düşünüldüğü bir anlayışla, toplumun değerleri üzerinden yapılan programlar reytingi artırmanın yolu olarak görülmüştür. Evlerimizin başköşesinde yer alan televizyon, diziler aracılığıyla günümüzde birçok ailenin gündelik hayatını belirlemekte ve yeni değerlerle kültürel değişimin gerçekleşmesine neden olmaktadır. Diziler aracılığıyla televizyon kanalları büyük getiriler elde ettiğinden diziler izlenme devamlılığı için heyecan ve merak uyandıran entrika, yasak aşk, tüketim, şiddet gibi popüler konulara yer vermektedir. Bunların sıradan bir şey gibi sunulduğu diziler aile yapısında önemli bir etki yaratmaktadır. Burada sunulan yaşam biçimleri de özdeşleşme kurulan karakterler üzerinden benimsetilmektedir.

İçerikten çok temsilin ön plânda olduğu bu dünya kurgulanmış da olsa seyirciyi kendine çekmeyi başarmıştır. Gelir seviyesi düşük olan ekonomik sorunlarından bunalan insanlar, kurgulanmış bu imaj dünyasından, haz ve keyif almaktadır. Buradaki karakterleri örnek alan insanlar bu dünyanın dayattığı değerleri benimsemekte ve ailedeki kanaatkârlık, fedakârlık, dayanışma, saygı gibi değerler yerini giderek popüler kültüre bırakmaktadır.

Dizilerin aile kurumu üzerindeki etkilerini araştırmak üzere Aile Araştırma Kurumu tarafından yapılan

çalışmada da televizyonun aile hayatını etkilediği, bunu anında ve günlük etkilemeler olarak değil; başka bir dünyanın kültürünü ekerek oluşturduğu; bunun da başka kültürlerin dünyası değil; kendi yarattığımız bir dünya olduğu ama bunun gerçek olmadığı sonucuna varılmıştır (Batmaz ve Aksoy, 1995: 102). Bu sebeple yüksek kâr amacıyla yapılan ve reyting unsurunun ölçü alındığı bu tarz dizilerin, aile kurumunu nasıl yansıttığı ve etkisinin boyutları da hesaba katılmalıdır. Ayrıca bu dizilerde kurgulanan hayatlar üzerinden, eşler arasındaki sevgi, saygı ve sadakat duygularını aşındıran mesajların verilmesi, fedakârlığın anlamını yitirmesine yol açabilecektir. Kavgaları, ihanet ve boşanmaları öne çıkaran kurgusal sahnelerin, gerçek dünyada da aile kurumundaki dengeyi etkileyebilecek mesajlar içermesi, düzenleyici kurumların yayınlara müdahale olasılığını da artıracaktır.

Bu bağlamda televizyon dizi yayıncılığı açısından yapılması gereken önerileri şöyle sıralayabiliriz: Dizi içeriklerinde reklam verenlerin etkisinde kalan medyanın satış aracına dönüştürülmemesi; toplumu bilinçlendirecek seminerler ve eğitimlerin verilmesi; medya okuryazarlığı eğitiminin zorunlu olması ve serbest zamanın çoğunu, televizyon yerine kültürel ve sanatsal etkinliklere ayırarak geçirmek önemlidir. Medya temiz bir toplum oluşmasını tek başına sağlayamasa da onun kamusal görevlerini yerine getirmemesi bunu sekteye uğratan bir faktör olarak görülmektedir. Medya kültürel değişimin bir parçası olarak üzerine düşen görevlerde, reyting kaygısı olduğu kadar, toplumsal ihtiyaçları da gözetme sorumluluğunda olmalıdır. Bu süreçte yayın ve yapımcılara da önemli sorumluluklar düşmektedir.

Kaynakça

- Adorno, T. W. (2016). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. 10. bs. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü, (2018). Erişim adresi: <https://www.aile.gov.tr/chgm/haberler/aile-ve-cocuk-dostu-dizilere-tesvik/> (15 Ağustos 2021).
- Baran, T. ve Baran, S. (2014). Televizyon Programları, Sembolik Tüketim ve Toplumsal Yansımaları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. Özel Sayı 1, ss.171-175.
- Batmaz, V. ve Aksoy, A. (1995). *Türkiye’de Televizyon ve Aile: (Elektronik Hane); (Aralık 1993-Aralık 1994)*. Ankara: TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayını.
- Bauman, Z. (2018). *Kuşatılmış Toplum*. Çev. Akın Emre Pilgir, 1. bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çimen, L. K. (2008). *Türk Töresinde Kadın ve Aile*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Debord, G. (2018). *Gösteri Toplumu*. Çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, 8.bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ellul, J. (2015). *Sözün Düşüşü*. Çev. Hüsamettin Arslan, 4. bs. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar K. (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ankara: Ümit Yayıncılık
- Esslin, M. (1991). *TV Beyaz Camın Arkası*. Çev. Murat Çiftkaya, İstanbul: Pınar Yayınları.
- Fiske, J. (1999). *Popüler Kültürü Anlamak*, Çev. S. İrvan. Ankara: Ark Yayınları.
- Gerbner, G. (1973). Cultural Indicators: The Third Voice. *Communications Technology and Sodal Policy: Understanding the ‘New Cultural Revolution’*, Ed. George Gerbner, Larry P.Gross, ve William H.Melody. New York: John Wiley & Sons.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living With Television: The Dynamics of the Cultivation Process. *Perspectives on Media Effects*, Ed. J. Bryant & D. Zillman, pp. 17–40. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Jay, M. (1989). *Diyalektik İmgelem*, Çev. Ü. Oskay. İstanbul: Ara Yayıncılık.

- Kağıtçıbaşı, Ç. (1993). Türkiye'de Aile Kültürü. *Kadın Araştırmaları Dergisi*, Sayı 1.
- Kongar, E. (1986). *Türkiye Üzerine Araştırmalar, İzmir: Kenttsel Ailenin Değişimi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kongar, E. (2017). *Kültür Üzerine*. 11. bs. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Millis, W. (1974). *İktidar Seçkinleri*, Çev. Ü. Oskay. Ankara: Bilgi Yayınevi
- Morley, D. & Robins, K. (1997). *Kimlik Mekânları*. Çev. Emrehan Zeybekoğlu. İstanbul: Ayrıntı.
- Mutlu, E. (1992). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Günebakan Yayınları.
- Mutlu, E. (2016). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. 2. bs. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Neumann, E. N. (1998). *Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi*. Çev. Murat Özkök. Ankara: Dost Kitabevi.
- Oktay, A. (2009). *Popüler Kültürden TV Sömürmesine*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Oskay, Ü. (1992). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Simavi Yayınları
- Özdemir, İ. (1998). Popüler Kültür(ler) Üzerine. *Birikim Dergisi*. Sayı 107.
- Özsoy, A. (2011). *Televizyon ve İzleyici-Türkiye'de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Postman, N. (2016). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. 6. bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- RTÜK, (2018). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*. Erişim adresi: https://www.rtuk.gov.tr/televizyon_izleme_egilimleri_arastirmasi_2018/335 (20 Temmuz 2021)
- Sennett, R. (2009). *Yeni Kapitalizmin Kültürü*. Çev. Aylin Onocak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Silverstone, R. (2003). *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları*, Çev. K. Karasahin. İstanbul: Babil Yayınları
- Şentürk, Ü. (2008). Aile Kurumuna Yönelik Güncel Riskler, *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (4): 14.
- T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, (BASAGM), (2010). *Türkiye'de Aile Değerleri Araştırması*. Erişim adresi: <https://ailetoplum.aile.gov.tr/uploads/pages/indirilebilir-yayinlar/61-turkiyede-aile-degerleri.pdf> (16 Haziran 2020).
- Tekelioğlu, O. (2017). *Televizyon Halleri: Dizi Dizi Türkiye*. İstanbul: Habitus Yayıncılık.
- Tekin, M. (2014). Sekülerleşme Bağlamında Aile ve Kadın, *Aile Sosyolojisi Yazıları*, Ed. Mustafa Aydın. ss.259-274. İstanbul: AçılımKitap.
- Williams, R. (2017). *Kültür ve Toplum 1780-1950*. Çev. Uygur Kocabaşoğlu. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yaylagül, L. (2016). *Kitle İletişim Kuramları*. 7.bs. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yılmaz, E. G. ve Yılmaz, Y. (2010). Türkiye ve Ortadoğu ülkeleri arasında kültürel yakınlaşma aracı olarak popüler kültür ürünleri üzerine bir değerlendirme, *Değişen Ortadoğu'da kültür ve siyaset. Arap-Türk Sosyal Bilimler Kongresi (10-12 Aralık 2010)*. Bildiriler içinde. Ankara.
- Zencirkıran, M. (2016). *Sosyoloji*. Bursa: Dora Yayıncılık.