



**DİSTOPİK BİR BİLİMKURGU:
BLACK MIRROR DİZİSİNİN GÖSTERİ TOPLUMU KURAMI
ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**

Sevgi ELMALIOĞLU

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Nesrin KULA DEMİR

Haziran, 2022

Afyonkarahisar

**T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DİSTOPİK BİR BİLİMKURGU: BLACK MIRROR
DİZİSİNİN GÖSTERİ TOPLUMU KURAMI
ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**

**Hazırlayan
Sevgi ELMALIOĞLU**

**Danışman
Prof. Dr. Nesrin KULA DEMİR**

AFYONKARAHİSAR 2022

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Distopik Bir Bilimkurgu: Black Mirror Dizisinin Gösteri Toplumu Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakçada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

20/06/2022

İmza

Sevgi ELMALIOĞLU

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ENSTİTÜ ONAYI

Öğrencinin	Adı- Soyadı	Sevgi Elmalıoğlu
	Numarası	180658108
	Anabilim Dalı	Sanat ve Tasarım
	Programı	Sanat ve Tasarım
	Program Düzeyi	☒ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐ Sanatta Yeterlik
Tezin Başlığı		Distopik Bir Bilimkurgu: Black Mirror Dizisinin Gösteri Toplumu Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi
Tez Savunma Sınav Tarihi		18.07.2022
Tez Savunma Sınav Saati		14.00

Yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez, Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek ☒oy birliği – ☐oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
Müdür

ÖZET

DİSTOPIK BİR BİLİMKURGU: BLACK MIRROR DİZİSİNİN GÖSTERİ TOPLUMU KURAMI ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

Sevgi ELMALIOĞLU

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANABİLİM DALI

Haziran, 2022

Danışman: Prof. Dr. Nesrin KULA DEMİR

Kitle iletişim araçları içinde, çeşitli kodları ve mesajları büyük kitlelere iletme konusunda en etkin araçlardan biri olan televizyon ve televizyon içerikleri, gelişen teknolojinin de etkisiyle internet üzerinden yayıncılığa evrilmektedir. Çeşitli platformların kurulmasıyla birlikte verilmek istenen mesajlar televizyon dizileri yerine internet dizileri ile iletmeye başlanmaktadır. Bu mesaj ve kodların birçoğu tüketim toplumu, gösteri toplumu ve gösterişçi tüketim gibi kavramların kod ve mesajlarını iletmektedir.

Black Mirror dizisinin içerdiği kod ve mesajlar, araştırmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada Black Mirror dizisinin beş sezonundan birer bölüm göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmiş olup, bu incelemeler sonucunda Black Mirror dizisinin gösteri, tüketim ve gösterişçi tüketim kavramlarını distopik bir bakış açısıyla ele aldığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gösteri toplumu, tüketim toplumu, gösterişçi tüketim, internet dizileri, kitle iletişim araçları.

ABSTRACT

A DYSTOPIC SCIENCE FICTION: SOCIETY OF SPECTACLE WITHIN BLACK MIRROR TV SERIES

Sevgi ELMALIOĞLU

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ART AND DESIGN**

June, 2022

Advisor: Prof. Dr. Nesrin KULA DEMİR

Television and television contents, which are one of the most effective means of conveying various codes and messages to large masses, are among the mass media, with the effect of developing technology, it evolves into broadcasting over the internet. With the establishment of various platforms, the messages to be conveyed are started to be transmitted via internet series instead of television series. Many of these messages and codes convey the codes and messages of concepts such as consumer society, spectacle society, and conspicuous consumption.

These codes and messages contained in the Black Mirror series constitute the main subject of this research. In this study, five parts of the Black Mirror series were analyzed by the semiotic analysis method and as a result of these examinations, it has been determined that the Black Mirror series deals with the concepts of spectacle, consumption and conspicuous consumption from a dystopian perspective.

Keywords: Demonstration society, consumer society, conspicuous consumption, internet series, mass media.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

YEMİN METNİ.....	ii
ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAY SAYFASI.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLOLAR LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEŞTİREL TEORİLER ÇERÇEVESİNDE TÜKETİM VE GÖSTERİ KAVRAMLARI

1. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM.....	8
1.1. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM VE REKLAM İLİŞKİSİ.....	11
1.2. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM VE MODA İLİŞKİSİ	13
2. TÜKETİM VE TÜKETİM TOPLUMU	15
2.1. TÜKETİM TOPLUMU'NUN TARİHÇESİ.....	17
2.2. BAUDRILLARD VE TÜKETİM TOPLUMU	20
3. GÖSTERİ TOPLUMU	25
3.1. GÖSTERİ TOPLUMU VE SOSYAL MEDYA İLİŞKİSİ	29
3.2. GÖSTERİ, BOŞ ZAMAN VE TÜKETİM İLİŞKİSİ	32

İKİNCİ BÖLÜM

BİR TELEVİZYON İÇERİĞİ TÜRÜ OLARAK DİZİ VE SERİYALLER

1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE TELEVİZYON	35
2. DİJİTAL-YENİ MEDYA VE İNTERNET DİZİLERİ.....	37
2.1. DİJİTAL- YENİ MEDYA KAVRAMLARI.....	37
2.2. İNTERNET DİZİLERİ.....	41
2.3. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YAYIN YAPAN DİJİTAL İÇERİK PLATFORMLARI.....	43
2.3.1. Netflix Platformu	44
2.3.2. Amazon Platformu	45
2.3.3. Disney+ Platformu.....	45
2.3.4. Puhu Tv Platformu	46
2.3.5. Blutv Platformu	47
2.3.6. Exxen Platformu	47
2.3.7. Gain Platformu	47
3. DİZİ VE SERİYAL KAVRAMLARININ TANIMI.....	48
3.1. DİZİ VE SERİYAL FORMATLARININ TARİHÇESİVE ÖZELLİKLERİ.....	49
3.1.1. Dizi Ve Seriyallerde Karakterler	50
3.1.2. Dizi Ve Seriyallerde Yapım Aşaması	51
3.2. DİZİ VE SERİYALLERİN ALT TÜRLEİ.....	54

3.2.1. Durum Komedileri	55
3.2.2. Soap Operalar	58
3.2.3. Bilim-Kurgu Dizileri.....	60
3.2.4. Bilim-Kurgu Dizilerinin Alt Türleri	64
3.2.4.1. Bilim-Kurgu Dizilerinde Ütopya Kavramı	64
3.2.4.2. Bilim-Kurgu Dizilerinde Distopya Kavramı	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖSTERİ TOPLUMU KURAMI BAĞLAMINDA BLACK MIRROR DİZİSİ İNCELEMESİ

1. ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ.....	71
1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	71
1.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ VE ÖRNEKLEMİ	71
1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE METODOLOJİSİ	72
2. BLACK MIRROR DİZİSİ	73
2.1. BLACK MIRROR DİZİSİNİN TARİHÇESİ	74
2.2. BLACK MIRROR DİZİSİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ	74
3. BLACK MIRROR DİZİSİNİN GÖSTERİ TOPLUMU KURAMI ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ.....	75
3.1. “ON BEŞ MİLYON HAK” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ	75
3.1.1. “On Beş Milyon Hak” Bölümünün Özeti.....	75
3.1.2. “On Beş Milyon Hak” Bölümünün Birey Ve Gösteri Kavramları Çerçevesinde İncelemesi	77
3.1.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamaların Üretilmesi	77
3.1.2.2. Dizisel Çözümleme.....	99
3.2. “BEYAZ AYI” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ	101
3.2.1. “Beyaz Ayı” Bölümünün Özeti.....	101
3.2.2. “Beyaz Ayı” Bölümünün Birey Ve Gösteri Kavramları Çerçevesinde İncelemesi	103
3.2.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamaların Üretilmesi	103
3.2.2.2. Dizisel Çözümleme.....	119
3.3. “DİBE VURUŞ” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ.....	121
3.3.1. “Dibe Vuruş” Bölümünün Özeti	121
3.3.2. “Dibe Vuruş” Bölümünün Sosyal Medya, Gösterişçi Tüketim Ve Gösteri Toplumu Kavramları Çerçevesinde Göstergibilimsel İncelemesi.....	122
3.3.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamaların Üretilmesi	122
3.3.2.2. Dizisel Çözümleme.....	143
3.4. “ARKANGEL” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ.....	144
3.4.1. “Arkangel” Bölümünün Özeti.....	145
3.4.2. “Arkangel” Bölümünün Aile, Gösteri Ve Kontrol Kavramları Çerçevesinde İncelemesi	146
3.4.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamaların Üretilmesi	146
3.4.2.2. Dizisel Çözümleme.....	155
3.5. “RACHEL, JACK VE ASHLEY TOO” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ	156
3.5.1. “Rachel, Jack Ve Ashley Too” Bölümünün Özeti	157
3.5.2. “Rachel, Jack Ve Ashley Too” Bölümünün Sosyal Medya Ve Gösteri Kavramları Çerçevesinde İncelemesi	158
3.5.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamaların Üretilmesi	158

3.5.2.2. Dizisel Çözümleme.....	170
SONUÇ	176
KAYNAKÇA.....	182
ÖZGEÇMİŞ.....	HATA! YER İŞARETİ TANIMLANMAMIŞ.



TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Şekil 1’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	78
Tablo 2. Şekil 2’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	80
Tablo 3. Şekil 3’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	82
Tablo 4. Şekil 4’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	85
Tablo 5. Şekil 5’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	87
Tablo 6. Şekil 6’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	89
Tablo 7. Şekil 7’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Analizi.....	92
Tablo 8. Şekil 8’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	94
Tablo 9. Şekil 9’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	96
Tablo 10. Şekil 10’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	98
Tablo 11. On Beş Milyon Hak Bölümündeki Karşıtlıklar.....	99
Tablo 12. Şekil 11’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	104
Tablo 13. Şekil 12’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	105
Tablo 14. Şekil 13’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	108
Tablo 15. Şekil 14’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	110
Tablo 16. Şekil 15’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Analizi.....	112
Tablo 17. Şekil 16’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	113
Tablo 18. Şekil 17’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	115
Tablo 19. Şekil 18’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	117
Tablo 20. Şekil 19’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	118
Tablo 21. Beyaz Ayı Bölümündeki Karşıtlıklar	119
Tablo 22. Şekil 20’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	123
Tablo 23. Şekil 21’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	125
Tablo 24. Şekil 22’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	127
Tablo 25. Şekil 23’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	129
Tablo 26. Şekil 24’te Verilene Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	131
Tablo 27. Şekil 25’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	132
Tablo 28. Şekil 26’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	134
Tablo 29. Şekil 27’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	137
Tablo 30. Şekil 28’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	140
Tablo 31. Şekil 29’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi.....	142
Tablo 32. Dibe Vuruş Bölümündeki Karşıtlıklar.....	143
Tablo 33. Şekil 30’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	148
Tablo 34. Şekil 31’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	149
Tablo 35. Şekil 32’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	151
Tablo 36. Şekil 33’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	153
Tablo 37. Şekil 34’te Verilen Sahneni Göstergebilimsel Çözümlemesi	154
Tablo 38. Arkangel Bölümündeki Karşıtlıklar	155
Tablo 39. Şekil 35’te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	159
Tablo 40. Şekil 36’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel İncelemesi	160
Tablo 41. Şekil 37’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	162
Tablo 42. Şekil 38’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	163
Tablo 43. Şekil 39’da Verilen Sahnelerin Göstergebilimsel Çözümlemesi	165
Tablo 44. Şekil 40’ta Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	166
Tablo 45. Şekil 41’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	168

Tablo 46. Şekil 42'de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi	169
Tablo 47. Rachel, Jack ve Ashley Too Bölümündeki Karşıtlıklar	170



ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. Bing'in Uyandığı Oda	77
Şekil 2. Bing ve Diğerlerinin Puan Kazandıkları Oda	79
Şekil 3. İnsanların Beğenileri ve Gerçeklik Üzerine Geçen Bir Sahne.....	82
Şekil 4. Bing'in Hücresi.....	84
Şekil 5. Bing'in Abi'ye Hediye Yollaması	86
Şekil 6. Abi'nin Yetenek Yarışmasına Katılması	88
Şekil 7. Abi'nin Kararından Sonra Bing'in Yaşamı.....	91
Şekil 8. Bing'in Şovunu Gerçekleştirdiği Sahne	93
Şekil 9. Bing'in Kararını Verdikten Sonra Gösterinin Bir Parçası Olması	95
Şekil 10. Bing'in Yeni Yaşamı	97
Şekil 11. Victoria'nın Uyandığı Sahne	103
Şekil 12. Victoria'nın Evi Dolaştığı Sahne.....	105
Şekil 13. Victoria'nın Dışarı Çıktığı Sahne	106
Şekil 14. Victoria'nın Çaresizliği	109
Şekil 15. Victoria'nın Anısı	111
Şekil 16. Victoria'nın Hatırladığı Başka Bir Anı.....	113
Şekil 17. Gösteri Toplumunun Ortaya Çıktığı Sahne.....	114
Şekil 18. Victoria'nın Geçmişine Dair Haberlerde Yer Alan Simgeler.....	116
Şekil 19. Victoria'nın Her Şeyin Başladığı Yere Götürülmesi.....	118
Şekil 20. Güne Hazırlık Yapmakta Olan Lacie	123
Şekil 21. Gösteri Toplumu İçinde Umursamaz İnsanlar	124
Şekil 22. Gösterişçi Tüketim ve Gösteri Topluma Dair Davranışlar	126
Şekil 23. Dibe Vuruş Bölümünde Vaat Edilen Mükemmel Hayat Görseli.....	128
Şekil 24. Lacie'nin Puanının Topluca Düşürüldüğü Sahne	130
Şekil 25. Araba Kiralama Sahnesi.....	132
Şekil 26. Lacie'nin Yardımsever Kadını İlk Görüşü	133
Şekil 27. Düğüne Hazırlık Yapan Lacie'nin Eski Dostu.....	135
Şekil 28. Düğün Sahnesi	138
Şekil 29. Lacie'nin Farkındalığının Arttığı Sahne	141
Şekil 30. Marie'nin Sara'yı Götürdüğü Arkangel Şirketi	146
Şekil 31. Sara'nın Güvenliği İçin Bazı Anların Blurlanması	149
Şekil 32. Marie'nin Sara'nın Hayatına Yeniden Karışması	151
Şekil 33. Sara'nın Tableti İncelediği Sahne.....	152
Şekil 34. Sara'nın Her Şeyi Değiştirdiği Sahne.....	154
Şekil 35. Rachel'in Okuldaki Yalnızlığı.....	158
Şekil 36. Gösteri Tüketiminin Her Yerde Oluşu	160
Şekil 37. Ashley Too ve Rachel'in İletişimi	162
Şekil 38. Rachel ve Jack Arasındaki Farklılıklar	163
Şekil 39. Ashley'nin İmajı ve Asıl İsteddiği İmajı Arasındaki Fark	164
Şekil 40. Ashley'nin İlk Başkaldırıları.....	165
Şekil 41. Ashley'nin Hologramının Tanıtımı	167
Şekil 42. Ashley ve Yeni Hayatı	169

GİRİŞ

İletişim kavramı, insanlığın ilk zamanlarından itibaren varlığını sürdüren, kişilerin bir arada olmasını kolaylaştıran bir aracı olarak görülmektedir. İletişimde iki temel unsur olan gönderen ve gönderilen arasında gerçekleştirilen tüm alışverişlere genel anlamda “iletişim” adı verilmektedir. Gönderen ve gönderilen arasındaki bu aktarımda, gönderen ve gönderilenin veya aracı olan aletlerin çoğalması, değişmesi gibi durumlar da kitle iletişimi olarak isimlendirilmektedir. Yani bir mesajı büyük kitlelere iletme ve aktarma durumunda aracı olan veya yardımcı rol oynayan unsurlar kitle iletişim aracı olarak adlandırılmaktadır. Kitle iletişim araçları var oldukları günden itibaren hem eğlence amaçlı kullanılmakta hem de çeşitli kod ve mesajların büyük kitlelere aktarılmasında etkin rol oynamaktadır.

Kitle iletişim araçları içinde en büyük ve geniş etkiye sahip olan aracın televizyon olduğu düşünülmektedir. Televizyonun etkinliğinin korumasının nedenlerinden biri içeriklere karşı verilen dönütlerin hızlı bir şekilde alınabiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Bir iletiye karşı başka bir ileti oluşturma olarak adlandırılabilir olan “dönüt” kavramı televizyonda “reyting” olarak varlığını sürdürmektedir. Bu kavram izlenme oranı anlamına gelmektedir ve izlenme oranı ne kadar çoksa o kadar fazla kitleye ulaşılmış demektir. Bu da televizyonun kod ve mesaj gönderme anlamında neden ilk ortaya çıktığı zamandan itibaren etkinliğini koruduğunun bir göstergesidir.

Zaman içerisinde, teknolojinin ve kablolu televizyon teknolojisinin gelişmesi, internetin keşfi gibi olgular sayesinde hız kazanan internet yayıncılığı ise özellikle milenyum çağından itibaren etkinliğini arttırmakta, günümüzde ise neredeyse her evde olan internet bağlantısı sayesinde bireylerin hayatlarının ayrılmaz bir parçası olma yolunda ilerlemektedir. İnternet yayıncılığı genel anlamda “yeni medya” veya “dijital medya” başlığı altında incelenmektedir. Yeni veya Dijital medya kavramları geleneksel medyanın (gazete, televizyon radyo vs.), teknolojinin hızla değişip gelişmesiyle birlikte yeni uzantılara sahip olmasıyla var olmuş bir kavramdır. Bir bakıma içinde yaşadığımız bu “dijital çağa” ayak uydurarak yeni formlar kazanmış, yeni türler edinmiş ve farklılaşmış medya dijital medya veya yeni medya olarak adlandırılmaktadır.

Geleneksel medyanın daha tek yönlü oluşu, buna karşın dijital medyanın ise sosyal medya kanallarıyla kendi içinde üretmiş olduğu algoritmalarla geri dönüt alması

daha kolay, dolayısıyla da çift yönlü bir etkileşime sahip olması özellikle interneti televizyona göre cazip kılan özelliklerden birisi şeklinde açıklanmaktadır.

Bu bağlamda internet yayıncılığının vazgeçilmez bir parçası olan internet dizileri, çeşitli kod ve mesajları kitlelere aktarmakta önem kazanmış, popüler kültürün de etkisiyle bu dizilerin dünyanın dört bir yanındaki izleyici kitlesine aktarılması sağlanmıştır. İnternet dizilerinin televizyon dizilerinin önüne geçmesinde pek çok neden vardır. Bunlardan en önemlilerinden bir tanesi internet dizilerinin daha özgür bir ortamda ortaya konulmasından kaynaklanan gerçekliktir.

Televizyon dizilerinde yer alan sansür kavramı internet dizilerinde yer almamaktadır. Bu da daha özgün ve daha gerçek içeriklerin üretilmesinde en temel faktörlerden biridir. Ayrıca internet dizilerinin televizyon dizilerine oranla daha çok tercih edilmesinin nedenleri arasında televizyon gibi belirli yayın kuşakları olmadan, günün belirli saatini televizyon karşısında geçirmek için ayırmadan, kısacası plan program yapmadan istediği içeriğe ulaşmak gibi ayrıcalıklar da gösterilmektedir.

Ayrıca internet platformlarında yayınlanan dizilerin, televizyon dizilerine oranla daha fazla rağbet görmesinin nedenlerinin genel olarak; televizyon tüketicisi ve inernet tüketicisi olan kişiler arasındaki kuşak farklılıkları, internet ortamında bireylerin daha özgür olmaları, daha özgür içerikler ortaya koymaları, içeriklerin sansürsüz oluşu, “istediğin zaman istediğin yerde izle” mottosuna sahip olması şeklinde oluşturulduğu görülmektedir. Bu nedenle de internet dizilerinin günümüzde en az televizyon dizileri kadar büyük kitlelere ulaşmakta olduğu saptanmıştır.

Bu tez çalışmasında internet dizilerine dair yapılan araştırmanın ardından da dizi ve seriyal türüne ve dizilerin alt türlerine dair araştırmalar yapılmıştır. Bu anlamda dizi ve seriyallerin; özellikleri gereği birbirini takip eden, bağlantılı ya da bağlantısız bölümlerden oluştuğu için belli zaman aralıklarıyla peşi sıra yayınlanması açısından televizyonun kesintisiz yayın yapma amacına fazlasıyla uymakta oldukları, bu nedenle de televizyon yayıncılığının vazgeçilmez birer parçası oldukları görülmektedir.

Ayrıca dizi türleri içerisinde en dikkat çeken ve kendine has izleyici kitlesi oluşturabilmeyi başarmış bir diğer türün ise bilim-kurgu türü olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ise bilim-kurgu türünün kendi içinde iki farklı alt türe ayrıldığını söylemek mümkündür. Bunlar ütöpik bilim-kurgu dizileri ve distöpik bilim-kurgu dizileri olarak adlandırılan, gelecek temalı yapımlar olarak görülmektedir.

Ütopik bilim-kurgu dizileri, ütopyanın tanımı gereği geleceğe dair iyimser öngörülerin konu olarak işlendiği yapımlar olarak nitelendirilmektedir, çünkü gelecek insanlık için bilinmez bir zaman dilimidir ve bu zaman dilimi ile ilgili kesin verilerden bahsetmek olanaksız görülmektedir.

Distopik bilim-kurgu dizileri ise, geleceğe dair yaşanması beklenen, yaşanma ihtimali yüksek olan karamsar ve kötücül öngörülerini anlatarak, topluma bir ayna tutmak amacı taşımaktadır. Distopya türündeki bilimkurgu dizileri, çeşitli tehlikeleri önceden görerek, yorumlayarak, ihtimalleri sıralayarak topluma bir korku, bu korkuyla beraberde bilinç aşılama amacı taşımaktadır.

Öte yandan hızla ve ihtiyaç dışı tüketimin hâkim olduğu tüketim toplumu, daima görünür olmanın, toplum içinde popüler kalmanın altının çizildiği gösteri toplumu, bu kavramların etkisiyle de ortaya çıkan çeşitli tüketim eğilimlerinin ortaya koyduğu gösterişçi tüketim gibi kavramlar hızla etkisini arttırmakta, bu kavramların etkileri de dizilerde görülmeye başlanmaktadır.

Bu kavramların bireylerin hayatına olan olumlu ve olumsuz yönlerinin irdelenmesi, bazı dizilerin konularını oluşturmakta, günümüz toplumuna veya çok uzak olmayan bir geleceğe ayna tutmakta yardımcı olarak görülmektedir. Bu bağlamda, tez konusunda incelenmekte olan “Black Mirror Dizisinin Gösteri Toplumu Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi” isimli bu çalışmanın, asıl inceleme konusunu Black Mirror dizisi oluşturmaktadır. Çalışma konusu olarak Black Mirror dizisinin seçilmesinin nedeni, yukarıda bahsedilen tüm kavramları içinde barındıran, eleştiren ve post-modern topluma ayna tutan bir yapım olarak değerlendirilmesinden kaynaklanmaktadır.

Ayrıca post-modern insana dair sorunlar, içinde bulunduğumuz dijital çağın getirileri, bireylerin yalnızlaşması, çeşitli tüketim modellerinin modern insanın üzerindeki, teknolojinin hızla gelişmesi ve en nihayetinde tüm bunların bir sonucu olarak gösteri toplumunun oluşması, günümüz sosyal yaşantısına pek çok yönden benzemektedir. Bu bağlamda Black Mirror dizisinin post-modern toplumun özelliklerinin anlatan bir yapım olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Ayrıca tüm bu benzerlikler, çalışma konusu olarak Black Mirror dizinin seçilmesinin nedenidir.

Araştırmanın amacına yönelik oluşturulan sorular “Black Mirror dizisi gösteri toplumu kavramını irdelemekte midir?”, “Black Mirror dizisinde tüketim toplumu ve gösterişçi tüketim kavramlarına dair göstergeler görülmekte midir?”, “Black Mirror

dizisi bir bilim-kurgu dizisi olarak geleceğe nasıl bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır?” gibi sorular bu çalışmanın sorunsallarını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, tez çalışmasında bu sorulara verilebilecek yanıtlar araştırılacak ve böylelikle tez konusu olarak seçilen diziden bölümler çözümlenmeye çalışılacaktır.

Bu tez çalışmasının araştırma konusu Black Mirror isimli dizide geçen, gösteri, tüketim ve gösterişçi tüketim kavramlarının belirlenmesiyle şekillenmektedir. Bu bağlamda Guy Debord’un Gösteri Toplumu kuramı, Jean Baudrillard’ın Tüketim Toplumu kuramı ve Veblen’in Gösterişçi Tüketim kuramı, Black Mirror dizisinin ele aldığı konuları aydınlatır nitelik taşımaktadır. Dizinin ele aldığı konuların temelini oluşturan bu kuramlar, hem dizinin vermek istediği kodları algılamak hem de bu kodlar vasıtasıyla çıkarımda bulunabilmek için araştırılması ve öğrenilmesi gereken kuramlar olarak görülmektedirler.

Araştırmanın örneklemini Black Mirror dizisinin beş farklı sezonundan amaca yönelik örneklem yöntemiyle seçilen beş farklı bölüm oluşturmaktadır. Bu bölümler sırasıyla “On Beş Milyon Hak”, “Beyaz Ayı”, “Dibe Vuruş”, “Arkangel”, “Rachel, Jack ve Ashley Too” isimli bölümlerdir. Bu çalışmanın örneklemini oluşturan, söz konusu beş farklı bölüm titizlikle incelenmiş, bu bölümlerde var olan gösteri toplumu, tüketim toplumu ve gösterişçi tüketim gibi kavramlara ait göstergeler tespit edilmiş ve bu göstergelerin yananamları üzerinde durularak dizinin vermek istediği mesajlar analiz edilmiştir.

Bu bağlamda incelemesi yapılacak olan Black Mirror isimli dizinin, amaca yönelik olarak seçilen bölümlerinin, yukarıda bahsedilen kuramlar doğrultusunda ne gibi göstergelere sahip olduğu belirlenmekte, bu göstergelerin taşıdığı kodlar ve anlamlar üzerinde durulmaktadır. Dolayısıyla bu tez çalışmasının yöntemi göstergebilimsel çözümleme olmaktadır. Bu çözümleme yöntemin seçilmesinin nedeni, incelenecek olan konunun bir dizi olması, dizilerin görsel iletişim unsuru olarak görülmesi ve dizilerde var olan göstergeler aracılığı ile izler kitlelere mesaj verilebilmesinden kaynaklanmaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın ilk bölümünde tüketim ve gösteri kavramlarının anlamlarına yer verilmektedir. En genel anlamıyla tüketim var olan bir şeyi yok etme olarak tanımlanmaktadır. Tüketime dair yapılan araştırmanın bir sonucu olarak, tüketim kavramının gerek kültürel anlamda gerekse sosyal yaşantıda tüketim toplumuna ve bu

toplumun sürekliliğine hizmet etmesi açısından, tüketim kültürünün temel yapı taşı olarak görüldüğü saptanmıştır. Tüketim ile kastedilen sadece maddesel alışveriş boyutu değil aynı zamanda tüketime zaman ayırmak, sürekli devamlılık ve neredeyse sosyal yaşamın her alanında kendine yer edinebilmesi de tüketim kavramları içinde yer almaktadır.

Tüketimin kavramının, tüketme isteğinin temelinin aslında tüketilen nesnelere yüklenen anlamların ve bu anlamların toplumda oluşturduğu, bireyin bir nevi statüsünü belirlediğini, bu sebeple de bireylerin toplumda kendini var etme çabasından ötürü tüketime yönelmesinin, genel anlamda tüketim toplumunun temel işlevi olarak nitelendirilmesine neden olduğu görülmektedir.

İnceleme konusu olan bir diğer başlık “gösterişçi tüketim” kavramıdır. Bu kuram da yine tüketim ve gösteri kavramlarıyla ilişkili bir kavram olarak varlığını sürdürmektedir. Bu anlamda gösterişçi tüketimin kavramına dair “bireylerin ne kadar çok harcama yapar ve tüketirlerse o kadar çok toplumda saygı görecekleleri”, toplumda varlıklarını sürdürecekleri” ve “sosyal statülerinin yaptıkları harcamalarla belli edebilecekleri” gibi durumların gösterişçi tüketim eylemleri ile gerçekleştiği çıkarımları yapılmıştır.

Bu noktada bireylerin gerçekleştirdikleri harcamaların ihtiyaçtan ziyade, belirli bir kesime benzemek, onların yaşadığı deneyimleri yaşamak, toplumda saygınlık kazanmak amacıyla yaptıkları söylenebilmektedir. Genel itibarı ile Veblen, üst sınıfın zamanını ve maddi koşullarını, emek vermek ve çalışmak yerine toplumda bir statü sağlamak için gösterişçi bir şekilde harcadıklarını alt sınıfın da onlara benzemek için yapabildikleri miktarda bu harcamaları yapmaya çalışmalarını konu almaktadır.

Çalışmada en çok değinilen ve araştırmanın temel konularından birini oluşturan gösteri toplumu kavramı ise özellikle post modern dönemin insanların aşına olduğu ve teknolojinin gelişimi ile her şeyin bir gösteriye dönüşmesini ve çok büyük kitlelerin de bu gösteriler karşısında izleyici olarak kalmasını eleştiren bir kavram olarak görülmektedir.

Gösteri toplumunun devamlılığını sağlayan kavramlardan birinin de sosyal medya kavramı olduğu saptanmıştır. Sosyal medya platformlarında bireyin kendini temsil etmesi ancak kendini göstermesi, hayatını, yaşadıklarını veya düşündüklerini bir

gösteri malzemesi haline getirmesi ile gerçekleşmektedir. Üstelik içinde bulunduğumuz çağda bu gösteri sürekli bir akış halinde ve kesintisiz devam etmektedir.

Gösteri toplumunda birey metalaşmış nesnelerin tüketimi ve gösterimi arasında kalmış, bu döngü içerisinde sıkışmış durumda olarak görülmektedir. Bir ürünün meta değeri olarak var olması bireylerin zihninde bu ürüne yükledikleri anlamla var olmaktadır. Bu anlam hem o malın tüketimi ile bireye vereceği özgürlük hissi, hem de toplumdan ayrı bir sınıfta olacağı algısı veya bir bütünün parçası olması hissini getirmekte, bu nedenle bireyler gösteri toplumu içerisinde metaları sadece ve sadece elde ettikleri ile övmek ve bunu bir gösteri haline getirmek için kullanabilmektedirler.

Gösteri toplumu içinde bireyin deneyimlediği, yaşadığı veya yaşattığı her şeyin yerini bir imaja, temsile veya gösteriye bırakıyor olmasının, gösteri toplumu kuramı tarafından eleştirilen bir durum olduğu saptanmıştır. Ayrıca Debord'a göre, gösteri toplumu ve boş kavramı arasında da doğrusal bir ilişki söz konusudur. Çalışmaktan arda kalan boş zamanlarda birey kendini gösteri pratiklerinin içinde bulmaktadır. Gösterinin asıl ortaya çıkmaya başladığı nokta boş zamandır.

Bu bağlamda günümüz toplumuna bakıldığında ise modernlik kavramının tüketmeyle eşdeğer nitelikte olduğu görülmektedir. Birey tükettiği ölçüde moderndir. Modern toplumda birey imajları tüketmekte, tüketirken de bunu büyük bir gösteriye dönüştürmektedir. Eğer bu imajları tüketmez veya tükettiğini gösteriye dönüştürmez ise bireyin gösteri toplumu dışına itileceği, toplumdan dışlanacağı veya toplum tarafından yok sayılacağı vurgusu, yine gösteri toplumunun kendi kendine ürettiği bir yaşam pratiği halini almaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın birinci bölümünde tüketim, tüketim toplumu, gösterişçi tüketim gibi kavramların ne anlama geldiği ve tarihsel süreçleri incelenmiş, bu doğrultuda bulunun sonuçlardan ise Black Mirror dizisinin incelemesinde faydalanılmış ve dizide geçen bu kavramlar tespit edilmiştir.

Öte yandan inceleme konusu olan Black Mirror isimli yapımın bir dizi olması nedeniyle, kitle iletişim araçları, televizyon, internet yayıncılığı ve internet dizileri gibi kavramlar araştırılmış, dizi türü ve seriyal türü arasındaki ayrımlar saptanmış, dizilerin alt türleri incelenmiştir ve bu şekilde de çalışmanın ikinci bölümü oluşturulmuştur.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise Black Mirror dizisinin her sezonundan seçilen beş farklı bölüm, göstergebilimsel çözümleme ve dizisel çözümleme

yöntemleriyle incelenmiş, yukarıda bahsi geçen kavramların işleyiş şekilleri ve bu kavramlara dair verilen mesajlar saptanmıştır.

Tüm bunlar çerçevesinde bu tez çalışması üç farklı bölüm ile oluşturulmuştur. Bu bölümlerden ilki; “Eleştirel Teoriler Çerçevesinde Tüketim ve Gösteri Kavramları” isimli bölümdür ve bu bölümün alt başlıkları; “Tüketim ve Tüketim Toplumu”, “Gösterişçi Tüketim”, “Gösteri Toplumu” şeklinde oluşturulmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümü ise “Bir Televizyon İçeriği Türü Olarak Dizi ve Seriyaller” olarak isimlendirilmiştir ve bu bölümün alt başlıkları; “Kitle İletişim Araçları ve Televizyon”, “Dijital, Yeni Medya ve İnternet Dizileri”, “Dizi ve Seriyal Kavramlarının Tanımı” şeklinde belirlenmektedir.

Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölüm ise asıl incelemenin yapılmış olduğu bölümdür ve başlığı “Gösteri Toplumu Kuramı Bağlamında Black Mirror Dizisi İncelemesi” şeklindedir. Bu bölüme dair alt başlıklar ise “Araştırmanın Genel Çerçevesi”, “Black Mirror Dizisi”, “Black Mirror Dizisinin Gösteri Toplumu Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi” ve “Genel Değerlendirme” şeklinde oluşturulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEŞTİREL TEORİLER ÇERÇEVESİNDE TÜKETİM ve GÖSTERİ KAVRAMLARI

Çalışmanın bu bölümde özellikle tüketim ve gösteri kavramları üzerinde eleştirel teorilere yer verilip açıklanması amaçlanmıştır. Bu kavramların ne olduğunu bilmek, anlatmak istediklerini anlamak, eleştirdikleri durumlara objektif bakış açısıyla yaklaşmak ve farklı pencerelerden bakmak hem içinde yaşadığımız dünyayı, toplumu, gerçeklikleri anlamak açısından hem de incelemesini yapacağımız dizinin vermek istediği mesajları, göstergeleri anlayıp olabildiğince akılcı şekilde yorumlayabilmemiz açısından önem taşımaktadır. Tüketim nedir, ihtiyaç doğrultusunda tüketim ile gösterişçi tüketim arasındaki farklar nedir, gösteri çağı nedir, gösteri toplumu kimi ya da kimleri ifade etmektedir gibi soruların yanıtlanacağı bu bölümde gösteri ve tüketime ilişkin kavramlar tanımlanacaktır.

1. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM

Aylak Sınıfın Teorisi isimli eserinde tüketim olgusunu elen alan Amerikalı sosyolog ve iktisatçı Thorstein Bunde Veblen, tüketimi kimlik ve sosyal statü çerçevesinde ele almaktadır. “Tüketimi, modernliğin ayrılmaz bir parçası olarak gören Veblen’in kuramındaki en can alıcı nokta, kişilerin gösterişçi tüketim yoluyla toplumsal alanda kendilerini kanıtlama ihtiyacı hissetmesidir” (Avyüzen Zobar, 2019: 101). Bu kanıtlama ihtiyacının verdiği dürtü ile bireyin yaptığı fazlaca tüketim, bireye toplumsal alanda bir farklılık, toplumda sıyrılma ve öne çıkma gibi ayrıcalıklar sağlamaktadır. Veblen bu sayede bireylerin ne kadar çok harcama yapar ve tüketirlerse o kadar çok toplumda saygı göreceklerini düşünmüştür. Eserinde bu durumu şu şekilde açıklamaktadır; “Cemaattaki herhangi birinin namını sürdürmesi için biriktirmek, mülkiyet edinmek, zaruri hale gelmedi. Biriktirilen mallar etkinlik alameti olarak kabul edildiğinde, zengin olmanın, itibarın, tanımlı ve bağımsız dayanağı olduğu var sayıldı. Mallara sahip olmak ister saldırgan bir tutumla herhangi birinin kendi çabasıyla, ister pasif bir biçimde miras yoluyla elde edilsin, saygınlığın konvansiyonel dayanağı oldu” (Veblen, 2021: 32).

Veblen’e göre toplum üst sınıf ve bu sınıfa hizmet eden alt sınıftan oluşmaktadır. Bu durum ise toplumu gösterişçi bir şekilde tüketmeye itmiştir. Çünkü artık toplumda algı “ya hizmet eden olursun ya da hizmet edilen olursun” şeklinde gelişmektedir. Bu

durum da tabii bireylerin sahip oldukları malları bir üstünlük kurma çabası neticesinde göz önüne serme, gösterme eğilimi gerçekleştirmesine neden olmaktadır. “Varlık sahibi kesim elinde bulundurduğu prestij ve gücü, lüks ürünler ve markalar aracılığıyla vurgulamakta ve diğer insanlarla sahip oldukları varlıklar aracılığıyla iletişim kurmaktadır. Varlık düzeyi düşük kesim ise, güç ve prestij sağlayan bu ürünleri kullanarak zenginlerden oluşan üst sınıfa benzemek için tüketmektedir” (Cengiz, 2019: 28).

Bu noktada bireylerin yaptığı harcamaların ihtiyaçtan ziyade, belirli bir kesime benzemek, onların yaşadığı deneyimleri yaşamak, toplumda saygınlık kazanmak amacıyla yaptıkları söylenebilmektedir. “Bu bağlamda, bireyin gösterişçi tüketimi sadece kendini tatmini için değil, başkalarının gözünde değer kazanmak için yaptığını söylemek mümkündür. Gösteriş tüketiminin yaygınlaşmasında hiç şüphesiz, toplumun üst katmanlarından etkilenme ve onlara benzeme mantığı yatmaktadır” (Kazel, 2016: 71).

Genel itibarı ile Veblen, üst sınıfın zamanını ve maddi koşullarını, emek vermek ve çalışmak yerine toplumda bir statü sağlamak için gösterişçi bir şekilde harcadıklarını, alt sınıfın da onlara benzemek için yapabildikleri miktarda bu harcamaları yapmaya çalışmalarını konu almaktadır. Gösterişçi tüketim genel kanı itibarı ile çalışma ihtiyacı duymayan, emeği ve zamanı para ve maddi gücü ile satın alan kesimin tercih ettiği bir tüketim şekli olmasına rağmen her ekonomik düzeyden kişinin katılmak istediği bir tüketim türüdür. Bunu nedeni ise insanların sadece salt maddeye para vermesi değil aynı zamanda bu madde ile gelen hizmeti de satın almak istemesi olarak görülmektedir. “Gösterişçi tüketim lüks arabalar, pahalı kıyafetler gibi maddelerle sınırlı değildir, aynı zamanda deneyimleri de kapsar. Uçaklarda bulunan business sınıfı sunulan ürünler bakımından fiyatını hak etmemektedir ancak burada satılan ürünler değil business sınıfta uçuş deneyimi ve gösteriştir” (Şimşek, 2020: 9). Daha önce tüketim kavramını açıklarken görüldüğü üzere; tüketim bir ihtiyacın tatmini için ürün veya hizmeti edinme, kullanma, yok etme şeklinde tanımlanmaktadır. O halde tüketim kavramını hem ekonomik ve ticari boyutuyla hem de sosyolojik ve sosyal statü, popülerite oluşturmaya zemin hazırlayan boyutuyla incelemek gerekmektedir. Veblen de bu sebepten dolayı yeni yaşam tarzlarını incelemiştir. “Veblen, bu yeni yaşam tarzını bir tüketim zinciri olarak tanımlar; eğlence biçimleri, giyim kuşam, süs eşyaları ve her nevi gösterişli alışveriş bu tüketim zincirini oluşturan unsurlardır” (Hürmeriç ve Baban, 2012: 91).

Özellikle toplum içerisinde bir sınıflaşma var ise bu toplumlarda gösterişçi tüketime yönelme isteği daha gelişmiş ve hızlı bir şekilde ilerlemektedir. Çünkü böyle toplumlarda tüketiciler, zenginliğin sembolü olarak gördükleri nesnelere mal ve hizmetlere daha büyük anlamlar yüklemektedir. Tüketen bireyler, tüm bu tüketim sürecinde sadece maddesel olanı değil aynı zamanda bireysel mala sahip olma ile gelen sosyal statü ve sosyal kabul görme, popülerite gibi kavramları da satın almaktadırlar.

Veblen toplumdaki bu sınıflaşmayı anlatırken toplumun bu kesimine *aylak sınıfı* adını takmıştır ve bu sınıftan şu şekilde bahsetmektedir; çalışmayan, emek sarf etmeyen bu kesim yeme içme gibi temel ihtiyaçlardan, giyim, eğlence, süs eşyası, 1.sınıfta yolculuk, son model mallar gibi her ürünün en iyisini, en güzelini ve en pahalısını tüketirler, bu tüketimle birlikte de bu malları gösterme ve sergileme ihtiyaçları da bu sınıf için neredeyse zorunlu olarak görülmektedir. “Gösterişçi ve israfçı tüketim, sınıfsal mesafeyi derinleştirmekle birlikte, emek ve mülkün sahipliğini de gösteren bir ayrıma sahiptir. Böylece, tarihte emeğin üretimi, her zaman aşağı ve alt sınıflara içkin bir eylem olarak görülürken, emekten kaçınmak ancak emeği satın almak, parasal gücün ve dolayısıyla bu gücü elinde bulunduran orta ve üst sınıflara mahsus bir pratik olarak görülmüştür” (Çelik, 2020: 44). Dolayısıyla emek üretmeyen kesimin, boş zamanlarında gerçekleştirdiği her bir tüketim eylemi, bu kesim için bir gösteriş unsuru haline gelmektedir.

“Veblen, statünün ve saygınlığın kazanılması için servetin açığa vurulmasına yönelik tüketimden bahsederken ürün ve hizmetlerin tüketimini vurgulayarak, zamanın boşa tüketilmesine değinmiştir” (Top, 2019:43). “Genellikle materyalizm olarak nitelendirilen bu tüketim tarzında tüketicinin, kendi öz kişiliğini ve statüsünü ifade ettiğini düşündüğü ürünlerin mülkiyetine önem vermesi ve mutluluk ile ilişkilendirilmiş tüketim ile iyi yaşamı devamlı takip etmesi ön plandadır” (Çamlıbel Atça, 2019: 58). Bu tarz bir tüketim içinde birey, toplum içinde kendini daha iyi konumda, daha üst statüde hissetmek veya bu statü içerisinde var olduğunu ispat etmek amacı ile tüketim faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetleri ise ihtiyaç dışı şekilde yaptığında veya sırf toplumda birilerine göstermek amaçlı yaptığında ise gösterişçi tüketim faaliyeti olarak değerlendirilmektedir.

Veblen’in düşünce sistemine göre, gösterişçi tüketim ile diğer tüketim tarzlarının arasında belirleyici bir fark olmalıdır. “modern tüketimin getirdiği standartlaşmış tüketimcilik değil, dışarıdan izleyenler tarafından saygınlık olarak adlandırılabilir ve

lüks tüketimi, şaşalı bir biçimde eyleme dönüştürülecek; ...aylak sınıfa ait olacak bir tüketimi işaret etmektedir” (Çelik, 2020: 43). Çünkü Veblen’e göre aylak sınıf diye tabir ettiği bu sınıf saygın olma, saygınlık kazanma konusunda da diğer sınıfa göre her zaman daha baskın ve daha üst bir konumda olmalıdır. Çünkü bu sisteme göre saygınlık kazanmanın en temeli maddi güce dayanmaktadır. Bu saygınlık ancak tüketimi gösteri malzemesi haline getirdikçe sürmektedir. “Günlük yaşamın hızlı aktığı mekânlarda boy göstermek, aylak sınıfa özgü bir davranıştır. ve özellikle maddi gücü gerektiren ve aynı zamanda daha lüks olan iş yerleri, sergi salonları, tiyatro ve sinemaları, kilise ve baloları, otel ve parkları dolaşmak ve gezmek yine aylak sınıfın tipik davranışları arasında gelir” (Kazel, 2016: 73). Toplumun alt sınıflarında var olan bireyler için, zar zor kazanılan bir paranın tiyatro, sinema, sergi, çeşitli partiler gibi aktiviteler için harcanamıyor olmasıyla birlikte, emek gücü gerektirmeyen zenginliğe sahip olan kesimin bu aktiviteleri yapabiliyor olması, bu tüketim öğelerinin de gösterişçi bir bakış açısıyla gerçekleşmesine neden olmaktadır.

Tüketim davranışlarında bireylerin en çok etki altında kaldıkları durum, içinde bulundukları kültürün değerleri ve tüketime bakış açısıdır. Tüketimde gösterişçi modele kayan bireylerin bu davranışlarının nedeni, içinde bulunduğu sınıftan yükselme, bir üst sınıfa geçebilme, statüsünü yükseltme gibi isteklerinin olmasındandır. Ekonomik anlamda belirli bir refah seviyesinde olan topluluklarda tüketim eğilimleri oldukça gelişmiş şekilde varlığını sürdürmektedir. Veblen’e göre bu tarz toplumlarda gösterişçi tüketim eğilimleri gelişmesi gayet doğaldır. Ancak ekonomik olarak zayıf toplumlarda ise bu eğilim daha çok taklit ve gösteri ikilisinin etrafında gelişmektedir. Ekonomik olarak yetersiz bir sınıfa mensup olan birey, kendini daha iyi hissetmek için bile olsa üst sınıfın yaptığı harcamaların benzerlerini veya taklitlerini yapma eğilimi göstermektedir. Çünkü bu etkinliklerin, hizmetlerin veya malların orijinal, üst kademeye sunulmuş hallerini tüketmeye maddi gücü yetmemektedir. Bu durum da malların taklitlerinin çoğalması ve hızla tüketilmesine sebep olmaktadır.

1.1. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM VE REKLAM İLİŞKİSİ

Çağımızda tüketme eylemi temel ihtiyaçların giderilmesinden ziyade, bireyin toplum içindeki yerini ve statüsünü niteleyen, koruyan, bireyin içinde bulunduğu toplumda kabulünü sağlayan bir aktivite olarak karşımıza çıkmaktadır. “Kişinin toplum içindeki geçerli konuma tüketim yoluyla ulaşabileceği, tüketebildiklerinin bunun bir ölçüsü olduğu fikri, zihinlere reklam aracılığı ile yerleştirilmektedir” (Çubukçu, 1999:

121). “Gündelik hayatının önemli bir kısmında reklamlara maruz kalan tüketiciler, reklamlardan etkilenmekte ve gösterişçi tüketimle doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili satın alma kararları vermektedir” (Diyarbakırlıoğlu, 2021: 37). Reklamlar ve reklamlarda verilen mesajlar bireylerin tüketim yönelimlerini etkilemektedir.

Reklamlar insanların arzu, istek ve hayallerini kullanarak kişilerde tüketme algısı yaratmak için kurgulanan mesajlardan oluşmaktadır. Bireyler reklamlardan gösterilen o şaşalı, gösterişli, her açıdan mükemmel hayatlara kavuşmak istemektedirler. Reklamlar insanların gündelik alışkanlıklarını, davranışlarını hatta uzun vadeli planlarını bile değiştirebilecek güçtedirler. “Reklamın izler-kitle üzerinde etkili olması sürekli tekrarlanması ile sağlanmaktadır. Reklamlar izleyicilerine ürünü satın alma yoluyla elde edilebilecek hazlar ve değerler hakkında iletiler sunarken, reklamlardan öğrenilen değerler, tutumlar, yargılar ve davranış kalıpları da sürekli tekrarlar yoluyla izleyicilerin bilinç altına yerleşmektedir” (Kula Demir, 2004: 126). Reklamlar bireylere çeşitli göstergeler yolu ile o muhteşem hayatları sunar ve bu hayatlara ulaşmak için ne gerekiyorsa yapılmasını öneren kodlar içermektedirler. “Reklamcılık, anlamın kültürel dünyamızdan tüketim ürünlerine aktarılmasında rol oynayan araçlardan biri olduğu kabul edilmektedir. Bunu da belirli bir reklamda kültürel dünyanın bir temsilcisi ile tüketim ürünü bir araya getirerek aktarımını yapabilir ” (Yeşil, 2022: 40). Reklamların önerdiği kodlar sayesinde birey tüketim alışkanlığını yeniden şekillendirmekte, değişen bu yönelimler de kültürel dünyanın değişmesine yol açmaktadır.

Reklamlar öte yandan bunu yaparken bireylere “yeni” olan en iyisidir algısını da aşılamaktadır. Piyasaya yeni çıkan bir ürüne sahip olmanın bireylerin yaşam kalitesini arttıracığı, toplumda öne çıkacakları veya ayrıcalıklı konuma ulaşacakları algısı reklamlar yolu ile verilmektedir. Üstelik bu sadece bir mal satın alımı değil bir deneyim gibi sayısal olarak ölçülemez değerlerin satın alımını da kapsar. Bu duruma en güzel örnek uçaklardaki 1. sınıf departmanlar, konserlerdeki V.I.P koltuklar, otellerdeki süit odalar verilebilir. Bireyler bu malları satın alırken sadece bir koltuk bileti, konser bileti almamakta ve otel odası kiralamamakta, aynı zamanda en öncelikli, en ayrıcalıklı deneyime sahip olma şansını satın almaktadırlar. Üst sınıfa ait olan kesim için bu tüketimler olağan, ya da basit gelmektedir ve bu sınıfı ayrıcalıklı sınıf yapmaktadır. Ama alt sınıfa ait olan kesim bir çırpıda bu harcamaları yapacak maddi güce sahip değildir. Bu harcamaları yapamadığı içi de kendini eksik hissetmektedir. “Reklam alt-orta sınıf insanlarına devamlı bu eksiklikleri hatırlatır. Reklam gündelik yaşamdan

alınmış enstantanelerde yer alan canlı ve mutlu görüntülere rağmen mutsuzluk ve huzursuzluk duygusu verir” (Çubukçu, 1999: 123). Reklamlarda görülen muhteşem ve şaşalı hayat reklamı izleyen kitleye ait olmamakta bu da kitlelerde mutsuzluk duygusu oluşmasına sebep olmaktadır. Bu mutsuzluk duygusunun nasıl geçeceğine dair söylemler ise yine reklam aracılığı ile bireyleri tüketime yöneltmekten geçmektedir.

Reklamlar, tüketim kültürünün haz ve mutluluk üzerine kurulu yapısından etkilenererek bu kodları yaymayı amaçlamaktadırlar. “Gündelik yaşamın sıkıntılarından ve monotonluğundan kaçmak isteyen bireylere medya yedek bir dünya yaratmaktadır. Ancak, bu süreçte nelerin giyilmesi, nelerin sevilmesi/sevilmemesi, nasıl davranılması/davranılmaması, nelerin iyi/kötü olduğu ile ilgili bilgiler TV çıktıları yolu ile kitlelere ulaşmaktadır” (Kula Demir, 2004: 125). Bireyler bu şekilde hangi doğrultuda tüketim yapmaları gerektiğini öğrenmektedirler. Medya yolu ile topluma yansıtılan iyi ve güzel şeyler tüketmeye değer gösterilmektedir ve bireyler bunların tüketimine özendirilmektedirler.

Sonuç olarak reklamlar gösterişçi tüketim modeline her konuda destekçi bir zemin oluşturur. Örneğin marka bağımlılığı, moda gibi kavramlar reklamlar sayesinde bireylerde daha fazla gösterişçi tüketme eğilimi oluşmasına neden olabilmektedir.

1.2. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM VE MODA İLİŞKİSİ

Gösterişçi tüketim modeli içerisinde en dikkat çeken, en çok harcamanın yapıldığı, en çok arzulanan ürünlerin olduğu sektör kuşkusuz moda ve giyim sektörüdür. Veblen’e göre hiçbir tüketim alanı giyime yapılan harcamadan daha uygun bir örnek oluşturmaz. “Maddi itibarın diğer ilintili ilkeleri de aynı düzeneklerde örneklendirilmesine rağmen, malların gösterişli boşa harcamasına ilişkin kaide, özellikle giyime yapılan harcamalarda kendisini gösterir” (Veblen, 2021: 149). Bunun nedeni şöyle açıklanabilir; bir kişinin maddi durumuna dair çıkarım sağlanabilecek birçok olgunun olmasına karşın, örneğin oturduğu ev, boş zaman aktiviteleri, hobileri vs. anında çıkarım yapmayı geciktiren olgulardır. Bu olguları kullanarak bir kişinin maddi durumunu öğrenmek için belli bir süre geçmesi gerekmektedir. Ancak giyim kuşam, kişiyi gördüğümüz ilk andan itibaren o kişi ile alakalı bir ilk intiba uyandıracak ve kuşkusuz hemen maddi varlığı hakkında fikir sahibi olunmasına zemin hazırlayacak niteliktedir. Veblen’e göre giyim kuşam sektöründeki bu tutum sadece üst sınıfa değil toplumun her sınıfına özgü bir durumdur ve ona göre tüm sınıfların giyim kuşama yaptıkları harcama evrensel niteliktedir.

Moda sektörü, tüketim kültürünün de etkisiyle özellikle her zaman “yeni-yenilikçi” olanın peşindedir. Yeni kavramı her zaman bireyler tarafından dikkat çekici bir unsur olarak veya merak unsuru olarak kullanılmaktadır. Bu durum moda sektörünün de çok işine gelmiş ve hep yeni daima yeni algısı ile sürekli giyim kuşam alanında yeni parçaların üretilmesi sağlanmaktadır. En nihayetinde ise bu parçalara sahip bireyler toplumda üstün ve cezbedici olarak tasvir edilmektedir. Dolayısıyla toplumda bu mallara sahip olmak önemli bir amaç haline gelebilmektedir.

Veblen “Kadın Giyiminin İktisadi Teorisi” isimli makalesinde bu konu hakkında şöyle demiştir; “...kıyafetin birinci ilkesi gösterişçi pahalılıktır. Bu ilkenin bir sonucu olarak ortaya çıkan ve olağanüstü kapsamı ve sonucu bakımından ikinci temel ilke olması gereken bir harcama ortaya çıkar ve bu harcama, müsrif bir giysinin veya incik boncuğun, sürekli yenisiyle değiştirilmesiyle gerçekleştirilir” (Veblen,2017: 19). Günümüzde moda sektörüne bakıldığında bu durum açıkça görülmektedir. Örneğin bir sezon alınan herhangi elbise diğer sezon demode sayılır, o elbiseyle kullanılabilecek bir ayakkabı artık moda otoriteleri tarafından o elbise ile kullanılamaz ilan edilir ve elbiseyi tamamlayıcı bir parça olarak o yılın modasına uygun başka bir ayakkabı alınır. Böylelikle tüketim moda sektörü içerisinde kendini gerçekleştirilmektedir.

“Moda tüketimin gösterişsel boyutu açısından ele alındığında, tüketimin ana hatlarını çizdiği söylenebilir. Moda olan ürünlerin gösteriş amacıyla tüketilmesi, daha sonra tüketilen bu ürünlerin kültür endüstrileri tarafından eskitilip demode olması, kitle iletişim araçları ve reklamlar vs. aracılığıyla yeni imajlar, ikonlar yaratılarak yeni moda akımları oluşturulması modanın ve tüketimin döngüsel bir karaktere sahip olduğunu ortaya koymaktadır” (Ekşi, 2016: 43). Böylelikle moda denilen kavram asla eskimez eğer eskirse zaten moda diye bir kavramdan söz edilemez zira moda kavramı tüketim döngüsü içerisinde daima yeni olanın peşinden gittiği için, tüketim ideolojisinin vazgeçilmez bir aracısı olarak varlığını sürdürmektedir.

“Moda hizmet veya teknolojik gelişmelerle ürünler değiştikçe, rakip firmaların başka firmaların ürünlerine karşı yeni ürünler çıkarıp çeşitlendirdikçe, lüks ürünler gün geçtikçe zaman içerisinde hızla eskiyip sıradanlaştıkça yerlerini yeni ürünlere bırakmakta ve rekabetin gücü bu hızlı değişikliği tetikler nitelikte artmaktadır” (Yeşil, 2022: 38). Değişime ayak uydurmak, ayak uydurmak için tüketmeye devam etmek ve bu süreci de olabildiğince toplumsal statüsünün dışındakilere de göstermeye çalışmak gösterişçi tüketim modelinin zeminini oluşturmaktadır.

2. TÜKETİM VE TÜKETİM TOPLUMU

Türk Dil Kurumu'na göre tüketim; “üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması, yoğaltım, istihlak, üretim karşısı ve tüketme işi” (Türk Dil Kurumu Sözlükleri, 2022) olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanımlama ise şu şekildedir; “Tüketme teriminin en erken tarihli kullanımlarından biri ‘tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek’ anlamlarını taşımaktadır. Bugün ise tüketmek; ‘bitirmek’ veya ‘üretken şekilde savurganlık’ şeklinde yeni bir tanımla karşımıza çıkmaktadır” (Kula Demir, 2004: 95). “Tüketim en temel tanımıyla doğa veya bir canlı tarafından üretilen bir ürünün/hizmetin kullanılması veya yok edilmesi anlamına gel[mektedir]” (Yiğit, 2019: 4). Temelde bireyin ihtiyaçlarının karşılanması için ürün ve hizmetlerin tüketilmesi olarak ele alınan tüketim olgusu sanayi devrimi ile birlikte sosyo-kültürel bir özellik de kazanmıştır. Tüketimin bu tanımlarına bakılacak olursa aslında tüketim eyleminin adı üstünde var olan maddeyi veya düşünceyi ortadan kaldırma yok etme eyleminin bir türü olduğunu söylemenin mümkün olduğu düşünülmektedir. Geleneksel tüketim kuramları daha çok tüketici bireylerin tüketme eylemini “yarar ve fayda” kavramları üzerinden tanımlamaktadır. Buna göre bireyler hangi üründen veya hizmetten en fazla faydayı göreceksa o ürün veya hizmeti satın alma motivasyonu geliştirmektedirler. Temelde tüketimin motivasyonu bu şekilde açıklanmaktadır. Ancak eleştirel kuramcılara göre ise tüketim bireylerin kimliklerini oluşturan, onlara bir şekilde statü kazandıran, bireyleri sınıflandıran ürünlerin tercih edilmesi şeklinde yorumlanmaktadır.

Tüketim gerek kültürel anlamda gerekse sosyal yaşantıda tüketim toplumuna ve bu toplumun sürekliliğine hizmet etmesi açısından tüketim kültürünün temel yapı taşı olarak görülmektedir. Tüketim ile kastedilen sadece maddesel alışveriş boyutu değil aynı zamanda tüketime zaman ayırmak, kapitalist sisteme hizmet etmesi, sürekli devam etmesi ve neredeyse sosyal yaşamın her alanında kendine yer edinebilmesi de tüketim kavramları içinde yer almaktadır. Örneğin seyahat etmek, bir restoranda yemek yemek, herkesin sahip olduğu o cep telefonuna sahip olmak, sadece çok güzel kadınların giyebileceği elbiseleri almak gibi olgular tüketim ve tüketim kültürünün içindeki faaliyetlerin sadece çok küçük bir kısmını kapsamaktadır. Bu bahsi geçenler, bireylerin yaşam tarzlarını oluşturmakta ve “yaşam tarzı” kavramı da tüketim ideolojisine hizmet etmektedir. Yaşam tarzı olgusunun sanayi toplumunun gelişmesi ile paralel olarak ortaya çıkmış ve bireylerin statülerini belirleyen ve buna göre bireyleri gruplaştıran bir

yaklaşım olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla yukarıda bahsi geçen örnekler gibi “Bir kimsenin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanı kullanması,...otomobil, tatil seçimleri vb. mülk sahibi/ tüketicinin beğeni ve üslup duygusu bireyselliğinin işaretleri olarak görülür....Bir başka ifadeyle bir şeyleri üretmekten çok kullanma ve tüketme biçimleridir” (Tekin, 2014: 75). Tüketim toplumunun tanımlanmasında üretim ve tüketim arasındaki ilişkiye sık sık değinilmektedir, bu ilişki arasındaki yapı taşları ise tüketim toplumunun oluşmasına zemin hazırlayan bir faktör olarak tanımlanmaktadır.

Tüketim toplumunun yeniden üretme süreci ise şöyle gerçekleşmektedir; toplum tükettiği miktarda kendini yeniden gerçekleştirir böylelikle düşünsel düzeyde hem üretmekte hem de tüketmektedir. Düşünsel boyutta olan bu tüketim “tüketim kültürünün” değerlerinin yeniden üretilmesinin yolunu açmaktadır. Bu noktada tüketici de artık sadece bir ürüne sahip olmayı isteyen, onu elde eden kişi değil aynı zamanda tükettiği mal ile kendini tanımlayan ve buna bir anlam yükleyen bireye dönüşmektedir. Yukarıda bahsedilen tanımlardan yola çıkarak tüketim kelimesinin esasen aşırı israf etme anlamında kullanıldığı görülmektedir. Farklı bir bakış açısıyla değerlendirmek gerekirse tüketimin aslında “ihtiyaç tatmini” sağlamaya yönelik bir sistem olduğu söylenebilmektedir. İhtiyaçların tatmini ise mutluluğun gelmesini sağlaması açısından önem teşkil etmektedir.

Bu noktada Baudrillard’ın görüşlerine yer vermek önem taşımaktadır, ona göre tüketim bir mutluluk aracı olarak görülmektedir ve mutluluk da tüketim toplumunun mutlak göstergesidir. “İhtiyaçlar hakkında her söylem nahif bir antropolojiye dayanır: mutluluğa duyulan doğal eğilim antropolojisi. En basit Kanarya Adaları ya da banyo tuzları reklamının arkasında parlak harflerle yazılı olan mutluluk, tüketim toplumunun mutlak göndergesidir” (Baudrillard, 2018: 51). Ayrıca Baudrillard tüketimi sanayi toplumuna özgü olarak değerlendirmektedir. “Ona göre, tüketimi, üretim adlı aktif süreçle karşılaştırarak pasif bir boyun eğme ve satın alma biçimi gibi görmek ve buradan yola çıkarak basit davranış (ve yabancılaşma) şemaları oluşturmak doğru bir şey değildir” (Senemoğlu, 2017: 70). Tüm bu çıkarımlar, tüketim kültürünün ve bu kültür içerisinde yapılan faaliyetlerin mutluluk sağlaması amaçlanarak yapılmasını açıklamaktadır.

“Çağımızda çoğu insanın zorunlu olarak tüketmesine neden olan tüketim kültürü, insanın elinden özgürlüğünü alarak tüketicinin kontrolü dışında sürekli ihtiyaçlar yaratır” (Top, 2019: 10). Tüm bunların sonucu şu şekilde özetlenebilmektedir;

hızla gelişen teknolojinin etkisi ile üretimin artması, alım gücünün artması, bireysel tüketimin artmasını da beraberinde getirmiştir. Tüketim araçlarının gelişmesiyle birlikte kitle iletişim araçlarının da gelişmesi ve sürekli değişmesi, herkesçe ulaşılabilir olması tüketim toplumu kavramını doğurmuştur.

2.1. TÜKETİM TOPLUMU'NUN TARİHÇESİ

“Batı kapitalizminde yirminci yüzyılın sonlarına doğru karşılaşılan tüketim olgusuna yalnızca ekonomik bir süreç değil, gösterge ve sembollerin de içinde yer aldığı sosyal ve kültürel bir süreç olarak bakılması gerekmektedir. 1980’ler boyunca post-modernizm tartışmalarıyla birlikte, tüketim; sosyoloji ve sosyal kuram içinde önemli bir kavram haline gelmiştir” (Kula Demir, 2004: 97). Bu bağlamda bazı düşünürler tüketim olgusuna ve bu süreçlere ait birbirinden farklı görüşler ortaya koymuş ve kuramlar geliştirmişlerdir. Tüketim kavramı birbirinden farklı pek çok kişi tarafından farklı şekillerde tanımlansa da tarihsel süreç içerisinde Pre-Fordist, Fordist ve Post-Fordist yaklaşımlar çerçevesinde üç döneme ayrılmaktadır.

Kapitalizmin gelişimiyle paralel olarak ilerleyen Pre-Fordist dönemde üretim sistemlerinde değişiklikler yaşanmıştır. Bu değişikliklerin temelinde de sanayi devrimi yatmaktadır. “Sanayi Devrimi üretimi otomatikleştirmek için farklı enerji kaynakları kullanılması fikrine dayanıyordu. Üretimin temel farkı enerji kaynaklarının kullanım şeklinin değişmesidir” (Yiğit, 2019: 12). Gelişen üretim sistemleri ile birlikte orta sınıf tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye başlamış ve kendileri için “lüks” kategorisine giren ürünleri temin etmeye başlamışlardır. Bu durum da zamanla tüketimi üretimden daha öncelikli bir konuma getirmiştir. “1914 yılında Henry Ford’un kurmuş olduğu otomobil fabrikasında, montaj hattında çalışan işçilere dönemin şartları için çok iyi olan sekiz saatlik mesai karşılığında beş dolar ücret vermesi ile Fordist dönem başlamıştır” (Şimşek, 2020: 12). Böylelikle üretici sınıf aynı zamanda tüketmek için boş vakte sahip olmaktadır. Üreticilerin boş vaktinde tüketeceği ürünler de aileye hitap eden şeyler olmak durumdadır çünkü bu dönemde temel tüketici grubu aile olarak görülmektedir. “Yeni bir üretim tarzının aynı zamanda yeni bir yaşam tarzını da ürettiği bu dönem; iyi bir aile hayatına sahip yüksek ücretli genç çalışanların, çeşitli meslek sınıfı sahiplerinin, ayrıcalıklı yeni tüketici grubu olarak hedeflendiği dönemdir” (Çamlıbel Atça, 2019: 71). “Fordizm kapitalizme özgü bir üretim biçimi olmanın yanı sıra emeği yönetmek ve kontrol etmek için yeni bir politika, yeni bir estetik, psikoloji ve rasyonel bir toplum demektir. Fordist üretim biçimi bireyleri üretici ve asker olarak kabul ettiğinden

toplumsal normlar da bu iki rolün gerçekleşmesi için biçimlenmiştir” (Tekin, 2014: 73). “Fordist üretim biçiminin özellikleri arasında türdeş ürünlerin kitlesel üretimi, tekdüze teknolojiler, standartlaştırılmış iş rutini, verimliliğin artırılmasına yönelik çabalar ve kitlesel olarak üretilen metaların satılacağı pazarlar bulunur” (Yiğit, 2019: 18). 1970’li yıllardan itibaren piyasada bir durgunluk söz konusu olmaya başlamıştır. Arz’ın talepten fazla olması nedeniyle yaşanan bu krizi önlemek adına yapılan değişikliklerle birlikte Post-Fordist dönem başlamıştır. Bu dönemi diğerlerinden ayıran en büyük etken ise postmodern üretim anlayışlarının bu dönemde hakimiyet kurmasıdır. “1970’lerden sonra kapitalist üretim biçimi; yaşanan teknolojik ilerleme, sanayileşme ve ulusal sınırların ortadan kalkması sonucu küresel üretim biçimini almıştır. Kültürel ortaklığı mümkün kılan bu üretim biçimi, ürünlerin daha hızlı, daha esnek, daha ucuz ve çeşitlilik açısından daha zengin bir şekilde üretimini mümkün kılmıştır” (Çamlıbel Atça, 2019: 72). Tamamen yeni standartlarla, teknoloji destekli bir üretim sistemi oluşturulmuş ayrıca tüketiciler fazla para verme pahasına kaliteli ürün almayı tercih eder konuma gelmiştir. “Post-Fordizm’in temel amacı tüketicilerin yaşam biçimlerine yönelik olarak ürünlerin pazarlanması ile sınırlı değildir. Aynı zamanda tüketicilere yeni yaşam biçimleri sunmakta ve sunulan yaşam tarzları doğrultusunda yaşayan topluluklar oluşturmaktadır” (Şimşek, 2020: 13). Kısacası bu dönemde bireyler çalışma, çalışma karşılığı kazanma, kazanma karşılığı da tüketme döngüsüne girmiştir. “Post-Fordizmin öğeleri modern dünyada ortaya çıkarken, Fordizmin öğeleri de varlığını sürdürmektedir, tarihsel bir kopuş veya kesinti olmamıştır. Standart tüketim kalıplarının oluşmasına ve büyük pazarların varlığına bağlı olan Fordizm, sürekli değişen tüketici tercihlerinin baskısı altına girmiştir” (Kula Demir, 2004: 99-100).

Tüketim kavramına yönelik eleştirilerin temelini oluşturan isimlerden biri Karl Marx’tır. Marx, tüketimi kapitalist sistem çerçevesinde eleştirirken tüketimin ne olduğunun doğru anlaşılması için üretimin ne olduğunun bilincine varılması gerektiğini savunmuştur. Üretim ve tüketim arasında köprü görevi gören emek kavramı da yine Marx’ın üzerinde durduğu bir konudur ve emeğin sömürülmesi ile birlikte artı değer kavramı da ele alınması gereken bir durum olmuştur. “Artı değer, işçi tarafından üretilip, sermaye sahibi tarafından karşılığı verilmeden sahiplenilen değerdir. Marx’a göre bir iş günü içinde işçinin ürettiği süre için aldığı ücret gerekli değer iken yalnızca sermaye sahibi için üretim yaptığı süre artı değerdir” (Şimşek, 2020: 4). İşçi sınıfı artı değer üreten bir sınıftır ve bunu yaparken emek gücünden başka bir şeye sahip değildir.

Hayatta kalmak için emeğini satmak durumdadır ve kendi ürettiği değerlere sahip olamamaktadır. Marx'ın teorisi şunu savunmaktadır; işçi sınıfı işverenine kazandırdığı doğrultuda kıymetlidir ve aynı zamanda işverene ne kadar kazandırırsa kendisi de bir o kadar kaybetmekte ve fakirleşmektedir. Bu durum bir döngü şeklinde devam etmekte ve bu döngüye tüketim döngüsü denmektedir. Bu döngünün içinde kalan işçi sınıfı da böylelikle benliğinden uzaklaşmış, koparılmış olur. “Kapitalizm bu üretim, dağıtım ve yatırım süreçlerinde yaygın bir metalaştırma mantığı getirmiştir. Kapitalistler zamanla daha çok sermaye biriktirme arzusuyla git gide toplumsal süreçlerin daha çoğunu metalaştırmaya çalışmıştır” (Yiğit, 2019: 16). Fordizm düşüncesi Kapitalizm sistemini adeta besler niteliktedir. Böylelikle kapitalist üretim kendine yeni pazarlar inşa edebilmiş ve kitleleri tüketici konumuna dönüştürmeyi prensip edinmiştir, bununla birlikte ihtiyaçların giderilmesinin yanı sıra yeni ihtiyaçların yaratılması da yine kapitalizmin temel düşünce yapısını oluşturmaktadır. “Kapitalist toplumlardaki bireyler, kitle iletişim araçlarıyla gösterilen ürünleri, alacak paraları olmasa dahi alma isteği taşırlar. Gösterge ve sembollerin kullanılmasıyla üretilen ürünlerin tüketiciye satılması kolaylaşmakta, tüketim ve isteklerin arasında bir bağ meydana gelmektedir” (Top, 2019: 8).

Tarihsel süreç içerisinde Marx'ın görüşlerine ek olarak Frankfurt Okulu düşünürleri de tüketim kavramına yönelik farklı düşünceler geliştirmişlerdir. Onlara göre kapitalist sistem bireylerin yaşam tarzlarını planlamakta, bireyleri bu yaşam tarzına uymaya zorlama gibi durumları hayata geçirmekte ve böylelikle bir kültür üretme sistemi oluşturmaktadır. Frankfurt Okulu düşünürleri bu sistemi “kültür endüstrisi” olarak adlandırmışlardır. Max Horkheimer ve Theodor Adorno, Marxist sistemin tüketimi ele aldığı ekonomik boyutun dışında kültürel boyutu bağlamında da incelemişlerdir. Yine Frankfurt Okulu düşünürlerinden Herbert Marcuse kapitalizmle birlikte bireyin kendisinden uzaklaştığını ve böylelikle dönüştüğü varlığı “tek boyutlu insan” olarak adlandırır. Ona göre ise tüketim olgusunun temelinde ve sürekliliğinde medya ve insan ilişkisi yatmaktadır. Medya bireyleri manipüle eder ve süreç içerisinde bireylere giderilmesi zorunlu ihtiyaçlar sunar. Marcuse'ye göre bu ihtiyaçlar gerçek ve sahte olmak üzere ikiye ayrılır. Sahte ihtiyaçlar bireyin gerçekten ihtiyacının olmadığı, medya ve çoğu zaman toplum tarafından kendisine dayatılan ihtiyaçlardır. Bireyin toplumda kabul görme arzusu nedeniyle bu sahte ihtiyaçlara karşı koymaması ve bu

ihtiyaçları gidermek için tüketmesi Marcuse'nin tüketim kavramına dair genel bakış açısını yansıtmaktadır.

2.2. BAUDRILLARD VE TÜKETİM TOPLUMU

Tüketim ve tüketim toplumu kavramları düşünülünce akla ilk gelen isimlerden biri kuşkusuz, ünlü toplumbilimci Jean Baudrillard'dır. Onun bu konudaki düşünce ve görüşleri, ortaya attığı fikirler kendinden sonra gelen birçok düşünürü de etkilemiş ve adeta bir yol haritası oluşturmuştur. “Baudrillard, tüketim olgusunu açıklarken zorunlu olan veya olmayan ihtiyaçlarla sentetik veya gerçek dışı ihtiyaçlar arasındaki farkın ortadan kalkması durumuna bakmaktadır. Şekiller mantığının esas olduğu ve görkemli olmanın çok büyük imaj halini aldığı bu çağda insanlara gerçek ihtiyaçlarıymış şeklinde verilmek istenen şeyler sahte ve gereksiz ihtiyaçlardır” (Ürkek, 2019: 31). Bu sahte ve gereksiz ihtiyaçlar tüketim toplumu içerisinde bireyi daha fazla tüketime özendirme amacı taşımaktadır.

“Günümüzde teknolojinin gelişmesi, üretimin artması ve toplumun refah düzeyinin yükselmesi ile oluşan bireysel tüketimin artması durumu, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ve tüketim araçlarının gelişmesi durumuyla birleşerek tüketim toplumunu ortaya çıkarmıştır” (Top,2019: 11). “Bu bağlamda tüketim pratikleri de gerçek ihtiyaç dışında kullanılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla tüketim toplumundaki temel anlayış meta üretimlerin yapısal ve simgesel değer taşıması ve sunulmasıdır” (Ok, 2021: 45). Metalar veya metaların kullanım şekilleri kapitalist sistemlerde öncelikli değildir. Asıl önceliği olan metaların, tüketicilerin zihninde uyandırdığı anlam ve bu anlamlar doğrultusunda ortaya çıkan isteklerdir. Bu isteklerin ortaya çıkmasının yaratmış olduğu süreklilik ve devamlılık durumu da kapitalist sistem içerisinde hem sistemin hem de tüketimin devamlılığını sağlayan temel olgudur. Normal şartlarda, tüketim olgusunun bireyin kendi hür iradesiyle vermiş olduğu bir karar, bir istek olduğu düşünülmektedir. Fakat Baudrillard'a göre durum bu şekilde değildir, ona göre tüketimin yolu bireyi manipüle etmek, manipüle yolu ile bireyi tüketime zorlamaktan geçmektedir.

“Tüketim toplumuna dönüşümdeki en önemli unsurlardan biri yabancılaşma kavramıdır. Tüketim ilişkileri çerçevesinde incelendiğinde, insanlar gerçek ve sahte ihtiyaçlarını ayırt edemeyecek bir hale geldiği ve tamamen arzuları tarafından yönlendirilmesiyle (manipülatif bir şekilde) tüketim yapmaktadır” (Ok, 2021: 78). Baudrillard tüketimi aktif bir ilişki biçimi ve bu ilişki doğrultusunda hayata geçirilen

etkinliklerin tamamı olarak nitelendirmektedir. Baudrillard tüketim kültürünü tatmin mantığını değil, toplumsal göstergelerin yeniden üretimi ve güdümlenmesi mantığı üzerine oturtmuştur. Bu doğrultuda ona göre tüketimin iki temel işlevi bulunmaktadır:

“1. Tüketim pratiklerinin kayboldukları ve anlamlarını kazandıkları bir koda dayanan *anlamlandırma ve iletişim süreci olarak*. Burada tüketim bir mübadele sistemidir ve bir dile eşdeğerdir. Bu düzeyde tüketim yapısal çözümlemeyle ele alınabilir.

2. Bu defa nesnelerin/göstergelerin sadece bir kod içinde anlamlandırıcı farklar olarak değil. Ama aynı zamanda bir hiyerarşi içinde statüsel değerler olarak düzenlendiği *toplumsal sınıflandırma ve farklılaşma süreci olarak*. Burada tüketim statüsel değerlerin (diğer toplumsal gösterenlerle nedensel ilişki içinde olarak: bilgi, iktidar, kültür vb.) dağılımındaki özgül ağırlığını belirleyen stratejik bir çözümlemenin nesnesi olabilir” (Baudrillard, 2018: 67-68).

Bu bağlamda şu çıkarımı yapmak mümkündür; tüketimin ve tüketme isteğinin temeli aslında tüketilen nesnelere yüklenen anlamlar ve bu anlamların toplumda oluşturduğu ve bireyin bir nevi statüsünü belirlediği, bu sebeple de bireylerin toplumda kendini var etme çabasından ötürü tüketime yönelmesi tüketim toplumunun temel işlevi olarak nitelendirilmektedir. Böylelikle hiç bitmeyen ihtiyaçlar, her zaman yenisini, daha iyisini alma bu sayede de toplumda var olma çabası tüketim ideolojisinin sürekli kendisini yenilemesine imkân sağlamaktadır. “Nesneler sayılarıyla, yinelenmeleriyle, gereksizlikleriyle, biçimlerinin aşırı bolluğuyla, moda oyunu, kendilerindeki saf ve basit işlev sınırını aşan her şeyle yalnızca toplumsal özü-STATÜ’yü- yani sadece bazılarının doğumla verilen ve diğerlerinin tersine bir yazgı yüzünden hiçbir zaman ulaşamayacakları bir tanrı lütfunu temsil ederler (Baudrillard, 2018: 66). Kapitalist sistem her zaman bu tarz parametreleri kullanarak ayakta kalmıştır. Zengin- fakir, alt sınıf- üst sınıf, doğuştan gelen statü- sonradan kazanılan statü gibi durumlar bireyin toplumda kendini bir yere koyma veya bir yere getirme çabasının birer nedenidir. Tüm bunlar bireyin istediği konuma gelme, istediği ürünü veya hizmeti elde edebilir duruma gelme isteği ile birlikte devamlılığını kaybetmeden varlığını sürdürmektedir. Tüketim toplumu kitabında bu sistem üzerine Baudrillard şöyle bir açıklama getirmiştir; “sistem sadece zenginlik ve yoksulluk üreterek, tatminler kadar tatminsizlikler, ilerleme kadar zararlar üreterek ayakta kalır. Sistemin tek mantığı varlığını sürdürmektir ve bu anlamda stratejisi insan toplumunu yıkıldı yıkılacak durumda, sürekli açık içinde tutmaktır” (Baudrillard, 2018: 60). Tüketim toplumu, toplum içerisindeki zıtlıkları, özellikle de statüsel zıtlıkları kullanarak, bu zıtlıkları kapitalist sistem içerisinde değerlendirerek topluma daha fazla tüketme arzusunu dayatmaktadır.

Baudrillard’a göre tüketim toplumunun içinde bulunan birey, üretim pratiklerinin geçerli olmadığı, tüketimin merkezde olduğu bir sistem içerisinde yer almaktadır. “Kitle iletişim araçları, gelişmiş sanayi, medya sektörü, moda anlayışı gibi birçok alanda değişimler meydana gelmektedir. Bu değişimlerden sonra insanlar, simgeler ve şekillerin arttığı gizli ikna edicilerle her tarafa yönlendirilebilen göz alıcı simülasyon çağında yaşam sürdürmektedirler” (Ürkek, 2019: 32). Bu gizli ikna edicilerden en önemlisi “mutluluk” kavramıdır. Baudrillard’a göre mutluluk ölçülebilen bir refah olmalıdır. “Bütünsel ya da iç haz olarak mutluluk başkalarının ya da bizim gözümüzde kendisini görünür kılabilen göstergelerden bağımsız olan ve kanıtlara ihtiyaç duymayan bu mutluluk, tüketim idealinden hemen dışlanır, çünkü bu idealde mutluluk öncelikle eşitlik talebidir ve bu yüzden kendini görünür ölçütler bakımından göstermek zorundadır” (Baudrillard, 2018: 52). Tüketim ideolojisi mutluluk kavramını görülebilir ve ölçülebilir bir noktada tutmak ister. Bunun en temel nedeni kuşkusuz tüketimin devamlılığını sağlamak, bireyler arası rekabeti arttırmak ve böylelikle büyük sistemin çarklılarını hiç durmadan döndürmek amacı taşımaktadır. Çok basitçe örneklendirmek gerekirse medya sektörünün yardımı ile x markasına ait bir aracın reklamı vasıtasıyla verilen mesaj “kendine güvenen kişi x arabalarını kullanır” şeklinde ise, birey bu reklam sözüne inanarak, kendine güvenme yolunun bu arabaya sahip olmaktan geçeceğini düşünmektedir. Bireye bu arabaya sahip olduğunda ise mutlu olacağını, dolayısıyla vaktini ve parasını bu uğurda, yani bu arabaya sahip olmak için harcamanın gerekli olduğu mesajı verilmektedir. Böylelikle mutluluk bir araba değeri doğrultusunda ölçülmüş olmaktadır. Yani nesnelere yüklenen anlamlarla birlikte onların maddi değerleri birer ölçülebilir mutluluk aracı olarak görülmektedir.

“Baudrillard, elektronik medyanın insanların geçmiş yaşamıyla olan bağına tahrip ettiğine ve anlaşılması güç bir düzen oluşturduğunu savunur. Elektronik olarak oluşan iletişimin ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla, insanların yaşamlarını ekonomik otoritenin düzenlediği şeklindeki Marksist teorinin tam karşısı bir durumun meydana geldiğini ifade eder. İktidardan değil de aslında sosyal hayatın her şeyden çok simgelerden ve görüntülerden etkilendiğini ileri sürer” (Ürkek, 2019: 34).

Bu düşünce de yine mutluluk üzerine olan söylemlerini destekler niteliktedir. Zira sosyal yaşamın simgeler yoluyla bireyleri tüketime itmesinin temelinde de benzer düşünce yatmaktadır. Bu simgelerden biri, örneğin güzel bir kadının zayıf olması gerektiği düşüncesinden yola çıkılarak tasarlanmış bir kıyafet olsun. Bu kıyafeti giyebilen kadının güzel, giyemeyen kadının ise çirkin olacağı algısı sosyal yaşantı içerisinde hızla yayılır ve kadın tüketiciler arası rekabetin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Kıyafeti alabilen veya giyebilen mutlu olurken, kıyafeti alamayan veya

giyemeyen kesim ise mutsuzdur şeklinde bir düşünce yapısı oluşmaktadır. Böylelikle tüketim ideolojisi hem mutluluğu ölçülebilir hale getirmiştir hem de Baudrillard'ın da dediği gibi sosyal hayatın simgelerden ve görüntülerden ne kadar çok etkilendiğini açıklar nitelik taşımaktadır. Ayrıca bu örnekle birlikte modanın da tüketim ideolojisi üzerindeki etkisi az da olsa açıklanabilmektedir. Tüketim toplumu içerisinde bireylerin elde etmek istediği ürünler, mallar ve hizmetler çerçevesinde Baudrillard'ın da değindiği iki önemli kavram üzerinde durmak gerekmektedir; '*kitsch nesne*' ve '*gadget nesne*'.

Gadget nesne genel olarak tüketim ideolojisi içinde faydası ve yararı olmayan nesnelerin geneline verilen isimdir. Bu sebeple tüketilmesinden doğacak herhangi bir fayda olmadığı için sadece tüketmek amaçlı tüketilen nesnelere gadget nesne denmektedir. Baudrillard'a göre gadget tüketim toplumunda nesnenin hakikatidir ve bu nedenle her şey gadget nesne haline gelebilmektedir (Baudrillard, 2018: 138-139). “Yiyecek, giyecek, boş zaman etkinlikleri, içinde bulunulan ve vakit geçirilen mekânda bu çerçevede gadget kategorisi içinde yer almaktadır” (Okullu, 2019: 62). Bireye bir fayda sağlamayan, sadece tüketmek amaçlı var olan her türden tüketim ürünü sisteme hizmet için üretilmektedir ve üretildiği doğrultuda da tüketimine devam edilmektedir.

Kitsch nesne ise Baudrillard'a göre klişenin eşdeğerlisidir. Kitsch nesne seri üretim ile birlikte nesnenin çoğaltılmasına verilen genel bir isimdir. “Kitsch nesne genel olarak yalancı mermerden yapılmış, tüm taklit nesneler, aksesuarlar, folklorik biblolar, anı eşyaları, abajurlar.... Özellikle tatil ve eğlence yerlerinde hızla çoğalan tüm tecim malları müzesidir” (Baudrillard, 2018: 136). Kitsch kavramı benzersiz, biricik, yegâne olan nesnelere yeniden bir anlam kazandırmaktadır çünkü bu nesneler artık biricik olma özelliğini kaybederek herkesin kolay ulaşabileceği, aslına benzer tüketim malzemeleri haline gelmişlerdir. “Kitsch sanatsal üretimde olduğu gibi, dünyaya yeni bir açıdan bakmaya olanak vermemektedir. Bildiklerimizi ve kabul ettiklerimizi önümüze bir kez daha getirip, [stereotip]ler (kalıp biçimler) yaratmaktadır. Nesneleri olabildiğince standart ve hatta şematik bir biçimde göstermektedir” (Mamur, 2012: 72). Kitsch nesneye verilebilecek en güzel örnekler bir sanat eserinin kopyalanması ve çeşitli nesnelerle bütünleştirilerek satılması ve tüketiciler tarafından hızla tüketilmesi şeklinde verilebilmektedir. Örneğin Mona Lisa tablosunun birçok kopyası tüketim toplumu bireylerinin evlerini süslemektedir veya birçok çanta ve kıyafette bu eseri görmek mümkündür. Böylelikle artık bu tablo tüketim toplumunun bir parçası haline gelmekte

durmadan yeniden üretilmekte ve kendini bu döngü içerisinde devam ettirmektedir. Dolayısıyla bu nesne artık bir kitsch nesne olmuştur. Çevremize baktığımızda önemli ve biricik sanat eserleri arasında en popüler olanları her yerde görmek kitschleşmenin ne kadar yoğun ve hızlı olduğunun, dolayısıyla da tüketim toplumunun önemli bir parçası olduğunun kanıtı niteliğindedir. Ayrıca bu nesneler simge olma özelliği de taşımaktadırlar. “Bu nedenledir ki, tüketim sistemi sadece sonul ihtiyaçlar üzerine kurulu değildir, aynı zamanda tüketime konu olan nesnelerin farklılıklar yaratma gücüne sahip simgesel bir kodu üzerine de kuruludur” (Köse, 2010: 252). Nesnelere yüklenen bu simgesel anlamlar, nesnelerin taşıdığı kitsch ve gadget özellikler, daha fazla tüketme isteği ile birleşerek bir döngü oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, tüketim ideolojisi, kapitalist sistem ile birlikte yeniden ve yeniden üretilerek kendini devam ettiren bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Baudrillarda’ göre tüketim bir söylendir. “Yani tüketim çağdaş toplumun kendisi üstüne bir söz, toplumumuzun kendisiyle konuşma tarzıdır. Bir anlamda tüketim toplumunun tek nesnel gerçekliği tüketim fikridir” (Baudrillard, 2018: 254). Baudrillarda’a göre tüketimin de tüketimi, orijinal olmayan, aslına benzer, aslını bire bir taklit eden nesnelerin oluşmasına neden olmaktadır. Bu kopyaların yeniden üretilme ve tüketilme sürecini, bu kendini yineleme sürecini ise *simülakr* olarak adlandırmaktadır. “Simülakr tüketimi, nesnel tüketimin negatif yüzü, simüle edilmiş arzuların denetlenemez doyumsuzluğunu temel alan semiyotik toplumun kendi ‘nedenlerinden bağımsızlaşmış sonuçlar’ biçiminde etrafımızı kuşattığı bir salgın hastalığın bulaşmasıdır” (Köse, 2010: 264). Orijinal olmayan ürün ve hizmetlerin tüketiminin yine bir tüketim sistemi içerisinde gerçekleşmesi, tüketimin tüketimi tanımı da yine kapitalizm ile birlikte varlığını sürdürmektedir.

Yukarıda bahsedilen tüm bu bilgiler derlendiğinde Tüketim Toplumu isimli bu kitapta anlatılanlar ve Baudrillard’ın görüşleri, bireylerin tüketim davranışlarını belirleyip incelemekle birlikte, üst sınıfların ve yönetici topluluğunun tüketimi bir yönlendirme aracı olarak kullanmasını ve böylelikle bireylerin yaşamına müdahalesini de eleştirmektedir. Toplum içerisindeki statüsel ayrılıkların veya ekonomik yeterliliğin azlığı ve çokluğunun fazlaca belirginleşmesini kullanan tüketim sistemi, bireylere yaşamaya değer bir hayat standardı vaat ederek varlığını sürdürmektedir.

3. GÖSTERİ TOPLUMU

18. yüzyılın sonundan 20. yüzyılın modernizm akımına kadar olan süre zarfında kapitalizmin getirdiği değişimler özellikle kültür sanat ve felsefe gibi alanlarda tepkiler doğurmuştur. Kapitalizm egemenliğini tüketim yolu ile pekiştirmiştir. Özellikle sanayileşme ve seri üretim sistemlerinin hızla artması da bu tüketim sistemine zemin hazırlar nitelikte gelişme kaydetmiştir. Daha önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi tüm bu süreç tüketim toplumunu ve çeşitli tüketim türlerini oluşturmuştur. Bireylerin kitlelere, özgünlüğün seri üretime doğru kaydığı bu çağ Guy Debord isimli Fransız sosyolog ve düşünürün kuramlarına, düşünce sistemine etki etmiş ve bu oluşumları incelediği esnada ortaya attığı *gösteri toplumu* terimini doğurmuştur.

“Gösteri toplumu endüstri-sonrası toplumlarının imaj yoğunluğuna ve meta görseelliğine doygun hale geldiği durumu tanımlar” (Büyüktuncay, 2009: 36). Debord’a göre endüstri toplumu ve endüstrinin gelişmesi, düşüncelerini açıklamakta önemli bir yer teşkil etmektedir. Çünkü ona göre modern endüstri toplumu gösterinin hem kendisi hem de yanlısıdır. Yani gösteri kavramı modern toplumu, modern toplum da gösteriyi yaşar kılmaktadır. “Modern endüstriye dayanan toplum, rastlantısal ya da yüzeysel olarak gösterisel değil, temelde gösteri yanlısıdır. Hâkim iktisadın imajı olan gösteride amaç hiçbir şey, gelişme ise her şeydir. Gösteri, kendinden başka hiçbir şeye varmak istemez” (Debord, 2018: 37). Modern toplumda bireyin gösterinin kendisi olması, yaptığı, söylediği ve en önemlisi tükettiği her şey ile gösterinin merkezinde olması, gösteri toplumunun hızla yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Gösteri toplumunda birey metalaşmış nesnelerin tüketimi ve gösterimi arasında kalmış, bu döngü içerisinde sıkışmış durumdadır. Bir ürünün meta değeri olarak var olması bireylerin zihninde bu ürüne yükledikleri anlamla var olmaktadır. Bu anlam gerek o malın tüketimi ile bireye vereceği özgürlük hissi, gerek toplumdan ayrı bir sınıfta olacağı algısı, gerekse bir bütünün parçası olması hissini getirsin, bireyler gösteri toplumu içerisinde metaları sadece ve sadece elde ettikleri ile övmek ve bunu bir gösteri haline getirmek için kullanmaktadırlar. Debord’a göre gösteri tam da bu nokta başlamaktadır. “Gösteri metanın toplumsal yaşamı *tümüyle işgal etmeyi* başardığı andır. Görülebilir olan sadece metayla kurulan ilişki olmakla kalmaz, ondan başka bir şey de görülemez: Görülen dünya metanın dünyasıdır” (Debord, 2018: 50). “Debord’a göre, modern toplumda öteden beri mevcut olan toplumsal gerçekliğin yerini temsiller ve imajlar almıştır. Debord, modern dünyada bu değişimden gösteri süreci olarak söz eder.

Bu süreç sosyolojisinin hâkim temasını oluşturur. Modern toplumda gerçek/hakikat ‘gösteri’dir” (Günerigök, 2018: 215). Modern toplum içerisinde bireyin var olma amacı gösteriyle hizmet etmek ve gösterinin bir parçası olmaya çalışmaktır çünkü birey ancak bu şekilde kendini gerçekleştirebileceğine inanmaktadır.

Debord’a göre gösteri, kendini daima bir olumluluk olarak sunar ve gösterinin şu algıya sahip olduğunu ekler: “Görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür” (Debord, 2018: 37). “Çünkü Bu propaganda, hipnotik bir etki yaratır ve bu kabul, her daim zihinlere kazınır. Gösteri, bunun için tıpkı meta üretim sürecindeki bir uzvu olarak onu yeniden ürettiği gibi, kitle iletişim araçları sayesinde de kendini de yeniden üretir” (Kılınç ve Kılınç, 2014: 131). Daha önce Gösterişçi Tüketim bölümünde değinildiği gibi reklamlar yine buna en güzel örneği teşkil etmektedir. Bu noktada reklamın amacı bireyde alma dürtüsü uyandırmaktan ziyade, metayı görünür kılma, herkes tarafından izlenir hale getirme ardından da tüketme eğilimine yönlendirme şeklinde gerçekleşmektedir. Çünkü Debord’un düşünce sistemine göre bu noktada asıl olan gösteridir ve bu gösteri malın, ürünün ya da hizmetin gösterisi olarak var olmaktadır. Özellikle çağımızda, gelişen teknoloji ve sosyal medya platformları sayesinde bireyler yaptığı her türlü harcamanın, edindiği deneyimlerin, satın aldıkları, sahip oldukları neredeyse her ürünün paylaşımını yaparak bir nevi bu metaların gösterisini yapmakta, daha doğru bir ifade ile gösterinin bir parçası olmaktadır. Hem göstererek hem de sistemin içerisinde kalarak birey, kapitalizmin durmadan tüketme algısına hizmet etmeye devam etmektedir. Gösterilen her zaman iyi olmalıdır algısı bireylerde gösteremedikleri harcamalar yaptıkları sürece iyi olmadıkları algısı yaratmaktadır, bireyler de bu sebeple gösterebilecekleri harcamalar yapmaya çaba sarf etmektedirler. Reklamlar da hangi harcamaların gösterilebilir olduğu konusunda izler kitleye mesajlar verme hususunda en önemli kitle iletişim araçlarından biridir. “Gösterişçi üretimi reklamla dayatan iletişim araçlarının hızlandığı enformasyon ortamında çıtayı yükselten gösterinin sürekliliğidir” (Şirin, 2016: 55). Reklamların ve tüketimin sürekliliği, gösterinin de sürekliliğini beraberinde getirmektedir. Çünkü gösteri toplumu içerisinde birey tükettiğini gösteremezse, tükettiğinin bir anlamının da olmadığını düşünmektedir. Bu düşünce yapısı da bir döngüyü oluşturmakta ve böylece gösterinin devamı sağlanmaktadır.

Gösteri, bireylere ihtiyaç duymadıkları şeyleri bir ihtiyaçmış gibi algılatmakta, bireylere bu şekilde bir kaygı aşılamaktadır. Bu anlamda gösteri toplumu ve risk

toplumu arasında bir bağ kurmak mümkündür. Günerigök, çalışmasında bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

“... gösteri toplumu ile risk toplumu arasında bir analogi kurmak mümkündür. Alman sosyolog UlrichBeck’in ifade ettiği risk toplumunda ‘ben açım’ yerine ‘ben korkuyorum’ kaygısı görünür olmaya başlamıştır. İhtiyaç yaygınlığının yerini gösteri kaygısının yaygınlığı almış görünmektedir. Dolayısıyla gösteri toplumu aynı zamanda bir risk toplumdur. Çünkü risk toplumunu kuşatan tüm risk, belirsizlik ve tehlikeler bu konstelasyonda da mevcuttur. Yanı sıra bu sosyoloji, Beck ve Giddens gibi sosyologların ortaya koyduğu risk toplumu düşüncesine yönelik bir eleştiri olarak da okunabilir” (Günerigök, 2018: 215).

Gösteri toplumu içerisinde birey olmanın tek şartı tüketmektir. Üstelik bu tüketim bilinçli veya ihtiyaca yönelik bir tüketim değil, aksine sırf gösteriye katılmak amacıyla yapılan bir tüketimdir. Zamanın, paranın, giyim kuşamın, yiyecek içeceğin, kültürün ve hatta bilginin tüketiminin yegâne amacı gösteri yapmaktır Debord’a göre. Üstelik bu tüketim mantığın devre dışı kaldığı bir tüketim şeklidir. “Mantık eksikliği önemli olanı ve önemsiz ya da ilgisiz olanı; aykırı olanı ya da tam tersine tamamlayıcı olabilecek olanı; özel bir sonucun kapsadığı her şeyi anında idrak etme yeteneğini yitirmek demektir; bu hastalık gösterinin *anestezisi ve reanimasyon uzmanları* tarafından topluma kasıtlı olarak aşırı dozda zerk edilmiştir” (Debord, 2018: 185). Bu toplumun içinde bireyler, mantıksızca tüketmekte ve bu mantıksızlığı gösteri aracı haline getirmektedirler.

Böylelikle birey kendisini bu düzenin hizmetine sokmakta, gösterinin bir parçası olmaktadır. Bunu yaparken her ne kadar mantık devre dışı gibi gözükse de bazen bu gösteriye katılım hali bilinçli olarak da gerçekleşmektedir. Özellikle çağımızda, sosyal medya ile birlikte bireylerin gösteri toplumu içerisine bilinçli katılımları rahatlıkla gözlemlenmektedir. Tabi bu durumun ne kadar bilinçli ve mantıklı olduğu tartışmaya açık bir konudur. Zira günümüzde gösteriye katılım hem bilinçli hem de bilinç dışı hem isteyerek hem de istemeyerek gerçekleşmekte, içinde bulunduğumuz teknoloji çağının da etkisiyle kimi zaman seçeneksiz bir hale gelmektedir. Bu durumda mantık devrede olsa bile bireyin içinde bulunduğu yaşam şartları nedeniyle birey gösteriye kendi mantığı ile dahil olabilmektedir. Bu mantık ise daha önce de değinildiği gibi genel hatlarıyla toplumda kabul görme arzusunun bir getirisi olarak görülmektedir. “Yaşanılan çağlar barındırdıkları kültürel kodlar ile bireylerin yaşamı üzerine etki etmekte ve bireyleri bu kültürel kodlar ile dönüştürmektedir. Yaşanılan her çağ hem kendi kültürel kodlarını oluşturmakta hem de bu kodların taşıyıcılığını yapan iletişim araçlarını meydana getirmektedir” (Sarıkaya, 2019: 4). Çağımızda bu iletişim araçları içerisinde

en dikkat çekici olanları sosyal medya platformlarıdır. Reklamlar kadar önemli olan ve birçok kitleye hitap eden bu platformlarda tüketicilerin yaptığı harcamaları diğer tüketicilere önermeleri, memnuniyetlerini veya memnuniyetsizliklerini paylaşmaları, lüks tüketimlerini binlerce kişinin beğenisine sunmaları hem bir gösteri pazarı oluşturmakta hem de yeni kodların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

İnsanlık tarihi boyunca geçen her çağda iletişim alanında farklı şeyler anlam kazanmıştır. Örneğin yazının icat edilmediği yıllarda sözlü anlatım teknikleri önemli iken yazının icadı ile birlikte yazılı anlatım teknikleri önem kazanmıştır. Rönesans döneminde sanat eserleri ile anlam üretilmiş, teknolojinin gelişmesiyle birlikte de kitle iletişim araçları bir anlam oluşturmuş ve var olduğu çağa hizmet etmiştir. Günümüzde ise yani modernizm ile birlikte bir görsel çağ başlamış ve bu başlangıcın bir getirisi olarak da imajlar önem kazanmıştır. İmaj içinde var olduğu ekonomik sistemin gösteriye dayanan öğelerini kapsar. Debord’a göre imajı olan gösteride amaç kaybolurken gelişme devam etmektedir ve gelişme her şeydir. Bu şekilde gösteri, temsillerle gerçekliği değiştirmekte ve ekonomik bir sistem oluşturmakta bu sistem ise bir diğerini takip etmekte ve bir ekonomik döngü oluşturmaktadır. İlginçtir ki bu sistem kendini yine gösteri yolu ile korumaktadır. “.... gösteri toplumu, iletişim araçlarının biçimlendirdiği yaşantı toplumu olarak da adlandırılmaktadır. Çağdaş üretim koşullarının hüküm sürdüğü bu toplumların tüm hayatı bir ‘gösteri birikimi’ olarak görünmektedir. Gösteri toplumunda bireyin yaşayarak deneyimleyemediği her şey yerini bir temsile, görüntüye ya da imaja bırakmıştır” (Bayram, 2015: 246). Sosyal medyada çok lüks hayatlar yaşayıp hala daha elde edemedikleri imajların peşinde koşan bireyler, yaptıkları tüketimleri gösteriye dönüştürürken, bu tüketimleri yapamayan bireyleri de tüketime özendirirler. Ancak ekonomik şartları el vermeyen bireyler bu isteklerini gerçekleştiremediklerinde doğal olarak bu gösterinin imajı ile yetinmeye zorlanmaktadırlar. Gösteri toplumunun bireylere verdiği en büyük yanılsama da burada gerçekleşmektedir. Çünkü imajlar çoğu zaman gerçek deneyimleri yansıtmamaktadır.

“Görselliğin giderek öneminin arttığı günümüz toplumlarında farklı medya sistemlerinin ürettiği yeni temsil ilişkileri, toplumsal gerçeklik üzerinde çok önemli bir role sahiptir. Medyanın dayattığı sözde gerçeklik, bireyler tarafından toplumsal gerçeklik olarak kabul edilmekte, bireyler çeşitli medya kuruluşlarının ve yine çeşitli medya kanallarının oluşturduğu gerçeklik kadar yaşamaktadır. Bireyler sahte dünyada gösterilen sahte ve soyut gerçeklikler ile adeta bir gösteri toplumuna dönüşen sahte toplumun farkına varamamaktadırlar” (Döker, 2018: 36).

Gösteri kendisini kutsal olarak bireylere sunmaktadır. Bu kutsallık gerek sosyal medya gerek geleneksel medya kanalları ile olsun gerekse bireysel iletişim yoluyla

olsun daima kendini yeniden üretmektedir. “Gösteri kendi kendinin ürünüdür ve kurallarını kendisi koyar: O bir sahte-kutsaldır. Kendisinin ne olduğunu kendi gösterir...” (Debord, 2018: 41). İmajlar dünyasında bu gayet açıklanabilir bir durumdur çünkü gösteri toplumunda gösterinin, gösterenin veya gösterilenin herhangi bir sınırı ve sınırlayıcısı bulunmamaktadır. Her şey bösterinin bir parçası olabilmektedir.

3.1. GÖSTERİ TOPLUMU VE SOSYAL MEDYA İLİŞKİSİ

Günümüz iletişim araçları incelendiğinde bu araçların gösteri ile birleşmesi, hatta birbirlerine paralel olarak ilerlemesi gayet normal bir durum olarak görülmektedir. Bir gösterinin büyük kitlelere aktarılması, bunun bir şova dönüşmesi için kitle iletişim araçlarından daha iyi bir aracı kabul görmemektedir. Kitle iletişim araçları, televizyon, internet, sosyal medya platformları ve gösteri arasındaki bağlantıyı anlamak için öncelikle kısaca modernizm akımına değinmek ve modernizmi anlamak yerinde olacaktır.

En geniş anlamıyla modernizm gelenekten kopuşu temsil eden bir akım olarak karşımıza çıkmaktadır. “Bu karakteri tanımlamaya çalışma görevi edebi eleştiri, felsefe, sosyoloji, dilbilim, mimarlık, müzik ve görsel sanatlar dahil olmak üzere bir dizi kültür alanı ve akademik disiplin tarafından üstlenildi ve her disiplin modernizmi farklı tanımlayıp farklı tarihlendirdi” (Phillips, 2016: 28). “Modernleşme geleneksel kültür kodlarının yok olması ve yerine yeni kültürel kodların getirilme çabasıdır. Bu yeni çabanın en etkin unsurunu ‘akılcı tutumlar’ ile sürekli ‘ilerleme inancı’ oluşturmaktadır” (Sarikaya, 2019: 7). Modernizm geçmişin kalıplarını yıkmaktadır bunu yaparken şimdiki zamana odaklanmakta ve bu odağı da gelecek perspektifinden ele almaya çalışmaktadır. “Çağdaşlık etiketi taşımasına bağlı olarak pozitif bir odak haline gelmesi, geleceğin keşfedilmesi ve kurgulanması gibi özellikleri modernliğin şöhretini güçlendirmiştir. Modernliğin böyle bir şöhret ve kuşatıcılık iddiası taşımasında, modern kurgunun sonuç olarak ortaya çıkan sosyalizm, kapitalizm, endüstriyalizm ve ulusçuluk söylemleri belirleyici olmuştur” (Karakaş, 2015: 27). Debord’a göre gösterinin gelişmesi özellikle kapitalizmin gelişmesiyle paralellik göstermektedir. “Debord’a göre kapitalist toplum, tüm bireyleri “müşteri” sıfatıyla etiketleyen, bedensel ve zihinsel sömürülerinin boş zaman ve eğlence endüstrisi içinde “gösteri” kılığına bürünerek görünmez kılındığı bir toplumdur” (Bayram, 2015:245). Artık günümüze geldiğimizde ise modernlik kavramı tüketmeyle eşdeğer niteliktedir. Birey tükettiği ölçüde

moderndir. Modern toplumda birey imajları tüketmekte, tüketirken de bunu büyük bir gösteriye dönüştürmektedir.

“Modern dönem ile birlikte televizyonun etkin olduğu ve gösterinin kamusal alan içerisinde özel alana sızdığı ve eğlencenin başat olduğu bir gösteri anlayışı öne çıkmıştır. Televizyon, gündelik hayatın gösteri malzemesine dönüşmesi konusunda önemli bir eşik olmuştur” (Fırat, 2020: 13). Daha sonraları hızla gelişen teknoloji sayesinde internetin çok aktif bir kullanım alanı oluşturması, herkesin kolaylıkla ulaşabildiği yeni gösteri malzemelerinin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Örneğin Youtube platformunda insanlar gündelik hayatlarını binlerce kişinin beğenisine sunmakta, beğen butonu kişinin başarısı ile eş değer kılınmakta, izler kitle ise bu videolardaki hayatlara özenmektedir. Bireyler tarafından internetin böylesine etkin kullanılması da artık günümüzde televizyonun öneminin yanı sıra sosyal medya platformlarının önemine de vurgu yapar niteliktedir, hatta özellikle genç izler kitle için televizyonun yerini çoktan almış bulunmaktadır.

Sosyal medya, internet ortamındaki çeşitli gelişmeler sayesinde hayatımıza girmiş bir kavramdır. Elinin altında internet alt yapısı olan bireyleri, aynı koşullara sahip diğer bireylerle, sanal olarak yaptığı aktivitelerin çoğu sosyal medya platformlarında gerçekleşmektedir. Çeşitli yazılı metinlerin, görsellerin, videoların seslerin, hikayelerin paylaşıldığı bu platformlar çağımızda en önemli gösteri aracı olarak yerlerini almaktadır. Artık internet ve sosyal medya kullanımı çok fazla yaygın hale gelmiş durumdadır. Bu durum hakkında *We Are Social* ve *Hootsuite* şirketlerinin hazırlamış olduğu raporlar şu şekildedir;

“.... ‘Digital2021’ raporuna göre internet kullanıcılarının sayısı 4,88 milyarı buldu. Bu rakam, dünya nüfusunun yüzde 61,8’ine denk geliyor. Sosyal medya kullanan kişi sayısı ise 4,55 milyar. Bu da 7,89 milyarlık dünya nüfusunun yaklaşık yarısının en az bir sosyal medya platformunu kullandığını gösteriyor. Rapora göre son bir yıl içerisinde 400 milyon civarında kişi sosyal medya kullanmaya başladı. Günlük sosyal medya kullanım süresi 2 saat 27 dakika” (Diken. 22.05.2022).

Bu rapordaki verilerden de anlaşılacağı üzere sosyal medya platformlarında paylaşılan her türlü içerik, bireylerin kendini çok geniş topluluklara göstermesinde büyük rol oynamaktadır. Youtube, Instagram, Twitter gibi platformlarda en sıradan bireyler de dahil olmak üzere ünlüler, siyasetçiler, bilim insanları, CEO’lar vs. yani neredeyse toplumun her kesiminden bireyler içerikler paylaşmakta, fikir beyan etmekte ve büyük kitleleri etkilemektedirler. “Yeni medya olanakları yerel ve küresel ekseninde topluluklar arası etkileşimi sağlayarak, temsil edilemeyenlerin de kendilerini temsil

etmelerine, kendi gündemlerini yayabilmelerine ve en önemlisi ağlar aracılığıyla çok kısa sürede çoğalabilmelerine imkân verm[ektedir]” (Zelan, 2016: 81). Sosyal medyadaki bu temsil edilme arzusu aynı zamanda bir gösteri arzu niteliğindedir. Sosyal medya platformlarında bireyin kendini temsil etmesi ancak kendini göstermesi, kendini, hayatını, yaşadıklarını veya düşündüklerini bir gösteri malzemesi haline getirmesi ile gerçekleşmektedir. Üstelik içinde bulunduğumuz çağda bu gösteri sürekli bir akış halinde ve kesintisiz devam etmektedir. Binark bu konuyu şu şekilde özetlemektedir;

“Sabit telefonlardan cep telefonlarına ve akıllı telefonlara uzanan bir izlekte, sürekli iletişim akışı içinde olma halini deneyimlemekteyiz. Özellikle akıllı telefonların sosyal medya ortamlarındaki hesaplarımıza, profillerimize entegre olabilmeleri, kullanıcıların sürekli ağın içinde olma arzusunu gidermekte, mağazadan indirilmesine olanak sağlayan çeşitli uygulamalar ise kullanıcıları sürekli kendi içeriklerini üretmeye davet etmektedir” (Binark, 2016: 135).

Sürekli bir akış halinde kullanılan bu platformlar, bireylerin gündelik yaşamda sıkıntı duyduğu yüz yüze iletişim alanına göre, düşünce ve fikirleri yaymada daha özgür bir ortam sağlamaktadır. “.... sosyal medyanın oluşturduğu açlık hissi, sanal ilişkilerle bastırılabilir türden değil[dir]. İlişkilerin doğasının dağınık ve başarısız bir taklidi olan sosyal medya çoğunlukla, gerçek hayatta bir karakter olamamış kişilerin sonuçla yüzleşmemek ya da sonuca itiraz etmek için kullandıkları bir yol[dur]” (Kuçlu, 2016: 393). Böylelikle bireylerin sosyal medya kullanımları artmaktadır, sosyal medyanın yarattığı özgürlükçü ortam ise bireylere kendilerini göstermeleri açısından olanak sağlamaktadır.

Sosyal medyanın kullanıcılara sunduğu imkanlar, kolaylıklar, bireylere sunduğu ifade özgürlüğü gibi konular elbette önemli ve toplumsal alanda farkındalık kazanmak için değerli niteliktedir. Ancak bu noktada dikkat edilmesi gereken konu sosyal medyada gösterinin meta niteliği ve kapitalizmin bu niteliği nasıl kullandığıdır. “Kapitalizmin rolünü ihmal eden, kapitalist çıkar ilişkilerinin şekillenmesini görmeyen bir sosyal medya gerçekliği varsayılmaktadır. Fakat sosyal medya ticarileşmeyle sömürgeleştirilmektedir” (Fuchs, 2014’den akt. Fırat, 2020: 24). Kapital sistem kendisine hizmet eden her türlü olgunun devamlılığını sağlamaktadır. Sosyal medya platformları ve internet de kapital sistemin devamlılığını sağlayan, sorgulatsa bile sisteme hizmet eden önemli iletişim araçları olmakla beraber hem sistemin hem tüketimin hem de gösterinin devamlılığını sürdürmesinde önemli bir yardımcı olarak görülmektedirler.

3.2. GÖSTERİ, BOŞ ZAMAN VE TÜKETİM İLİŞKİSİ

“Sanayi kapitalizminin ilk dönemlerinde işverenler, işçileri yalnızca üretici olarak düşünmüşlerdir. XX. yüzyılın başlarında yalnızca az sayıda işveren, işçinin kapitalistlere tüketici olarak da yararlı olabileceğini fark etmiş, işçileri üzerinde tüketim ve boş zaman örgütlenmesinin gereğinin altını çizmişlerdir” (Bayram, 2015: 245). Çalışanların kendilerine ayıracakları kısacık bir zaman diliminde dahi olsa tüketme eğilimine yönelmeleri kapitalist sistem için bir kazanç demektir. “Gösteri kavramı boş zamanın ortaya çıkması ile filizlenmiş, mekânların tüketime eklemlenmesi ile gündelik pratiğe aktarılmıştır” (Kaya, 2017: 819). Bireyler çalıştıkları zamandan arda kalan vakitlerini tüketerek geçirme eğilimi göstermektedir. Kapitalist sistem bu boş zaman diliminde -zaman çok az dahi olsa değerlendirmek gerektiğini topluma bazı kodlarla aşılacaktır. Çünkü az zamanda yapılan herhangi tüketim yine sisteme hizmet etmeye ve sistemi devam ettirmeye yönelik görülmektedir.

Debord’a göre zamanın kendisi de bir tüketim metasıdır. “İleri kapitalist toplumlarda üretim zamanının dışında bireylere özgürlük olarak sunulan boş zaman alanı oluşturulmuştur. Debord’a göre üretim zamanı yerini tüketme etkinliğinin hâkim olduğu boş zamana bırakmıştır. Üretken olan toplum modern dönemde sahte bir döngüsellik içerisinde tüketen topluma dönüşmüştür” (Kaya, 2017: 822). Boş zaman aktiviteleri sırasında tüketme eğilimleri ve bu faaliyetleri gösterme isteği gösteri toplumunun temel taşları arasında nitelendirilmektedir.

Debord, tüketilebilir boş zamanı sahte-döngüsel zaman olarak adlandırmaktadır. Ona göre bu sahte-döngüsel zaman tüketimin zamanıdır ve doğanın düzenine göre değil, emekle gelişen sahte-doğanın düzenine göre tanımlanmaktadır. “Sahte-döngüsel zaman döngüsel zamanın doğal kalıntılarına dayanır ve aynı zamanda yeni türdeş bileşimler oluşturmak için onu kullanır: Gündüz ve gece, çalışma ve hafta sonu tatili, tatil dönemlerinin tekerrürü” (Debord, 2018:121). Bu şekilde aslında doğada var olmayan çeşitli zaman dilimleri yaratılmış olur, böylelikle birey sadece çalışmaya değil aynı zamanda çalışmanın bir ödülü olarak gördüğü boş zaman dilimine ulaşmaya çabalamaktadır.

Çalışmaktan arda kalan boş zamanlarda birey kendini gösteri pratiklerinin içinde bulur. Gösterinin asıl ortaya çıkmaya başladığı nokta boş zamandır. Haftada sadece bir gün izni olan bir çalışan o izin gününde boş zamanlarını çeşitli aktivitelerle geçirebilmekte özgürdür. Bu özgürlüğün tadını ise gösteriye katılarak çıkartmaktadır.

Bireylerin bir günlüğüne bile olsa gittikleri kısıcık tatillerini, zamanlarını çok kaliteli bir şekilde geçiriyorlarmış hissi vererek sosyal medya hesaplarından paylaşımları şüphesiz bu boş zaman aktivitesinin bir göstere olmasından kaynaklanmaktadır.

Boş zaman faaliyetlerinin tüketimle ilişkisi ise gayet basittir. Bireylerin boş zamanının olması onları tüketmeye sevk etmektedir. İş dışında kalan bir zaman dilimde bireyler, kazandıkları paraları harcama eğilimdedirler. Bu eğilimde olmasalar bile temel ihtiyaçları karşılayabilmek için bir tüketim faaliyeti içerisinde olmak gerekir. “Boş zaman giderek, bir dinlenme ve konfor zamanına dönüştü ve bununla birlikte zamanla da bireylerin kazandıklarını harcamayacakları ekstra durumlar ortaya çıkmıştır. Marx’ın boş zamana dair beklentisi daha sınıf bilincinin oluşmasına kaynaklık etmesi yönündeydi” (Doğanay, 2021: 36). Fakat bundan ziyade boş zaman kavramı tüketim kavramı ile birlikte ilerleme kaydetti ve tüketim aktiviteleri zamanla boş zaman aktivesi olarak toplumda yer edinmeye başladı. Üreten toplumdan tüketen topluma geçişte bazı değişiklikler yaşanmıştır ve bu değişikliklerden en önemlisi de boş zamanda yapılan aktivitelerin tarzı olmuştur. Bu yeni tarza uyum gösteren toplum boş zamanlarını tüketime dayandırarak yeni bir yaşam tarzı geliştirmiştir.

Kapitalist sistem de elbette bu boş zaman ve tüketim döngüsünü desteklemektedir. “Daha çok meta tüketimi için bireyin tüketimini artırmak isteyen kapital sistem, bireye boş zaman sunmak durumunda kalmaktadır. Üretim süreci beraberinde tüketim sürecini de desteklemektedir” (Aytaç, 2004’den akt. Sarıkaya 2004: 29). Çalışan kesime bir boş zaman bırakılması hem kapitalist sisteme hem gösteri toplumuna hem de tüketim toplumuna hizmet etmektedir. Bu kesime boş zaman aktivitesi veya boş zamanda yapılabilecek en iyi alışveriş yine reklamlarla, sosyal medya platformları aracılığı ile çeşitli kodlarla birlikte aktarılmaktadır. Topluma sadece sınırsız seçenek arasından kendisine en uygun olanı seçip bu döngünün içine dahil olmak kalmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının sadece reklamlarla değil aynı zamanda televizyon dizileri aracılığıyla da birtakım kodları aktardığını söylemek gerekmektedir. Özellikle hızla değişen ve gelişen dijital medya olanaklarının etkisiyle internetin olduğu her eve sınırsız dizi içeriği ulaşmaktadır ve böylelikle kitlelere çeşitli kodları göndermek kolay hale gelmektedir. Bir televizyon dizisinin ulaştığı kitlelere tüketme eğilimini arttırmak üzere gönderdiği kodlar genellikle ya yıldız oyuncular ya da senaryo üzerinden gerçekleşmektedir.

Örneğin Disney+ platformunda yayınlanan Wanda Vision isimli süper kahraman dizisinin ardından Wanda karakterine ait oyuncak figürler birden popüler olmuş ve hızlı bir popüler tüketim malzemesi haline gelmiştir. Bu örnek diziler yolu ile tüketime özendirme açısından başarılı bir çalışma olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca dizilerin gösteri toplumu kavramına da hizmet ettiği söylenebilmektedir. Black Mirror isimli dizinin bir uzantısı olarak çıkan Black Mirror: Bandersnatch isimli yapım Netflix platformunda yayınlanan ilk interaktif dizi olma özelliği taşımaktadır. Bu özelliği nedeniyle pek çok kullanıcı yapımı izlemiş, senaryonun gidişatını kendisi belirlemiştir. Tüm kullanıcılar senaryonun nihai halini sosyal medya hesaplarından paylaşmış böylelikle yapımın reklamını da yapmışlardır. Yayınlandığı dönem çok popüler olan yapımın senaryosu üzerinde yapılan değişikliklerin, her bir sosyal medya kullanıcısı tarafından paylaşılması, bu paylaşımı yapan kişilerin sosyal medyada yaratılan bu gösteriye dahil olma isteklerinden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda gösteri ve tüketim kavramlarının aktarmak istediği kodları geniş kitlelere aktarmasında diziler önemli birer araç olarak görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

BİR TELEVİZYON İÇERİĞİ TÜRÜ OLARAK DİZİ VE SERİYALLER

Çalışmanın bu bölümünde kitle iletişim araçlarının kısa tarihi ve televizyonun dönüşümü üzerine kısa bir araştırma sunulmaktadır. Hızla gelişen teknoloji televizyon yayıncılığını da etkilemektedir ve bu nedenle yeni bir yayıncılık türü olarak dijital medya doğmaktadır. Dijital medya platformunda yayınlanan dizilerin televizyon dizilerinden farkı içerikte özgürlük ve sansürsüz içerik izlemek olarak özetlenebilmektedir. Bu nedenle hızla popüler olan dijital yayıncılık içinde en dikkat çekici içerik türü internet dizileri olarak görülmektedir. Bu dizilerin türleri ve alt türleri çok fazla sayıda seçenek oluşturması açısından önem taşımaktadır.

1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE TELEVİZYON

Dizi ve seriye türlerinin tanımını açıklamadan önce, bu türlerin yayınlandığı mecra olan televizyona ve dolayısıyla da kitle iletişim araçlarının işlevlerine kısaca değinmek yerinde olacaktır. Bu mecralara neden kitle iletişim aracı dendiğini ve iletişimin ne olduğunu kavramak, televizyonda içerik türlerini, dizi ve seriyalleri daha iyi kavrama olanağı sunacaktır.

İletişim, insanoğlunun var olduğu ilk zamanlardan bu yana var olagelen, düşünce, davranış ve bilgilerin sözlü ya da sözsüz olarak aktarılması sürecini ifade eder (Akdağ, 2011:5). “İletişim, gönderen ve gönderilen arasında yapılan bir mesaj alışverişidir. Bu mesaj alışverişinin temelinde herhangi bir konuda tutum geliştirmek veya var olan tutumu değiştirmek veya kuvvetlendirmek maksadı yer almaktadır” (Kırtepe, 2014: 32). Bir kişiden başka bir kişiye veya kişilere giden iletilerin tamamı iletişim olarak adlandırılmaktadır.

Gönderen ve gönderilen arasındaki bu aktarımda, gönderen ve gönderilenin veya aracı olan aletlerin çoğalması, değişmesi gibi durumlar da kitle iletişimi olarak adlandırılmaktadır. Yani bir mesajı büyük kitlelere iletme ve aktarma durumunda aracı olan veya yardımcı rol oynayan unsurlar kitle iletişim aracı olarak adlandırılmaktadır. Örneğin gazete, televizyon, internet, sinema, radyo ve dergi gibi unsurlar günümüzde en çok kullanılan kitle iletişim araçlarıdır. “Kitle iletişim araçlarının ulaştırdığı mesajlar, topluma rehberlik ederek nereye bakacağını işaret etmektedir. Bu yönlendirmenin neticesinde insanların dikkatleri oluşturulan gündeme yoğunlaştırılmaktadır” (Kırtepe,

2014: 33). Kitle iletişim araçlarının bu denli etkili rol oynamasında şüphesiz teknolojinin gelişimi büyük rol oynamaktadır. Bugün baktığımızda neredeyse her evde bir televizyon, cep telefonu ve internet erişimi bulunmaktadır. “Televizyon popüler bir anlatı aracı olduğu için, toplumda yaygınlaşan, ortak kabul görmeye başlayan, kısacası toplumun ana duygu ve düşünce ırmağına bir yerlerden karışan yenilikleri ekrana getirir” (Mutlu, 2008: 224). Bu yenilikleri, gelişmeleri vs. kitlelere yaymak teknik olarak bakıldığında çok kolay bir iki adımla yapılabilir. Örneğin bir gazeteye haber yapılması, gazetenin basılması, dağıtımına çıkarılması daha sonra satıcılar aracılığı ile okuyucusuna ulaşması için belirli bir zaman geçmesi gerekirken televizyon yayıncılığında, mesela canlı yayınlarla dakikası dakikasına bir haber, izleyicisine birkaç saniye içinde aktarılabilir. Doğal olarak bu ortamda bir bilgiyi, iletiyi, mesajı büyük kitlelere ulaştırmak artık sadece saniyeler içerisinde mümkün kılınmaktadır.

“Kitle iletişim araçları, arasında en öne çıkanı televizyon hem ekonomik olarak kolay erişilebilirliği hem de okuma-yazma bilgisi gerektirmemesi nedeniyle kitlelere daha kolay ulaşmakta, böylece televizyonun etki alanı genişlemektedir” (Kutlu, 2010: 50). Ulaştırılan bu mesajlardan bir nevi yanıt alma durumuna da dönüt veya geri bildirim denmektedir. Örneğin yüz yüze iletişimde gönderen ile alıcı arasındaki sözlü diyalogda gönderen, geri dönüşünü bir cevap olarak hemen almaktadır. Ancak kitle iletişim araçları söz konusu olduğunda bu geri bildirim durumu bu kadar çabuk gerçekleşmemektedir. Özellikle televizyon söz konusu olduğunda bu geri dönütlerin niceliğinin yani izlenme oranlarının belirlendiği bir sistem vardır; reyting sistemi. “İzlenme oranı, bir program diliminde veya zaman diliminde her dakikaya düşen ortalama izleyici yüzdesini gösterir. Kısacası izleyici oranı (reyting), ortalama izlenme oranıdır” (Akdağ, 2011: 14). “Bu çerçevede reyting ölçümleri vb. gibi dolaylı yollarla alınan ‘dönüt’ler içeriğin yeniden gözden geçirilerek mesaj içeriğini etkileyebilmektedir” (Kırtepe, 2014: 34). Bu durum televizyon için geçerliken sosyal medya platformlarında, özellikle internet üzerinden yapılan canlı yayıncılık sistemlerinde geri dönüt daha çabuk alınabilmektedir. Fakat bu durumda da içeriği iyileştirmek için herhangi bir atılım gerçekleştirilememektedir.

Televizyon yayıncılığı ile ilgili olarak bir kavrama daha bu noktada değinmek yerinde olacaktır: Prime Time kavramı. “Prime time, televizyonların en çok izlendiği 20.00 – 23.00 arası saat dilimini kapsar. Bu kuşakta genellikle diziler, filmler, reality şovlar, eğlence ve maçlar yayınlanır. En fazla izleyicinin ekran karşısında olduğu

dolayısıyla reklamların da en çok yayınlandığı yayın saatleri aralığıdır” (Akdağ, 2011: 23). Her hafta veya her gün aynı saatte aynı diziyi izlemek için ekran karşına geçen kişiler, şüphesiz reklam aralarında oynatılan reklam filmlerine de maruz kalmaktadırlar. Dolayısıyla reklam verenlerin de en çok yayın yapmak istedikleri saatler prime time olarak adlandırılan bu saatlerdir. Akdağ, çalışmasında bu durumu kısaca şöyle özetlemiştir; “Prime Time kuşağının yüzde sekseni dizilerden oluşmaktadır. Prime Time’daki reklam gelirleri ise bir kanalın ticari gelirlerinin %70-80’ini oluşturmaktadır. Reklam veren her gün aynı saatte, bir dizinin içerisinde kimlere ulaşacağını öngörebildiği için ilgili reklam kuşaklarının yer aldığı saat aralıklarına yatırım yapmaktadır” (Akdağ, 2011: 23). Dolayısıyla bu saatler hem birçok tüketiciye hitap etmek için hem de şirketlerin reklam paylarını, dolayısıyla da Pazar paylarını arttırmak için altın saatler olarak değerlendirilmektedir.

2. DİJİTAL-YENİ MEDYA VE İNTERNET DİZİLERİ

Dijital – yeni medya ve internet dizileri kavramlarını bu bölümde açıklamak ve tartışmak gerekmektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde incelenecek olan dizi internet platformlarında yayınlanan bir yapımdır olduğu için, öncelikle medyanın bu yeni halinin, internet platformlarında yayınlanan dizilerin, “internet dizisi” kavramının genel özelliklerinden bahsetmek yararlı olacaktır. Teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte artık neredeyse her evde olan internet sayesinde, erişmekte olduğumuz bilgiler artmakta, bu durum kitle iletişim kanallarının da dijital ortama geçmesine, daha doğrusu dijital ortamda da devam etmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla dijital medya, yeni medya gibi kavramlar ortaya çıkmış ve hızla gelişim kaydetmiştir. Böylelikle sadece haber alma, bilgi edinme anlamında değil, eğlence ve kültür gibi alanlarda da dijital medyada atılımlar yapılmakta ve geleneksel medyanın bir unsuru olan televizyon içerikleri internet ortamına taşınmaktadır. Böylelikle kitle iletişim araçları işlevlerini dijital medya unsurlarıyla birlikte sürdürmeye devam etmektedir. Bu nedenle tüm kavramları ayrıntılı bir şekilde açıklamak gerekmektedir.

2.1. DİJİTAL- YENİ MEDYA KAVRAMLARI

“Medya, birçok kaynaktan gelen yüksek miktardaki iletiyi zaman ve mekân olarak birbirinden ayrı yerlerde olan alıcı kitlesine aynı anda ulaştırmaya yarayan ortam ve araçlar bütünü olarak tanımlanabilmektedir” (Efe, 2020: 37). Yeni veya Dijital medya kavramları geleneksel medyanın (gazete, televizyon radyo vs.), teknolojinin hızla değişip gelişmesiyle birlikte yeni uzantılara sahip olmasıyla hayatlarımıza girmiş

bir kavramdır. Bir bakıma içinde yaşadığımız bu “dijital çağa” ayak uydurarak yeni formlar kazanmış, yeni türler edinmiş ve farklılaşmış medya demek mümkündür. “Günümüzde dijital çağa, bilgi çağı, bilişim çağı veya yeni medya çağı da denmektedir. Dijital çağı, elektronik ortamda gerçekleştirilen iletişim ve paylaşımların tamamının oluşturduğu yeni bir hayat biçimi olarak tanımlamak mümkündür” (Orta, 2016: 273). “Yeni Medya kavramı 1970’lerde,....sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Ancak 70’lerde değinilen anlam, 90’larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır” (Dilmen 2007’den akt. Tuncer, 2018: 8). İletişimin ve medyanın bu devrimsel nitelikteki değişimlerinin mimarı şüphesiz internettir. Son yıllarda teknoloji alanında, çok büyük, devrimsel nitelikte değişimler hayata geçmiştir. Tüm bunların üreticisi olan insanlar iletişimde değişimin de öncüsü olmuştur. Atila bu durumu şu şekilde açıklamaktadır; “İnsanoğlu, hayatın her alanında olduğu gibi iletişim alanında da büyük ilerlemelere imza atmış, hem kişilerarası iletişim, hem de toplumsal iletişime yeni dinamikler kazandırmış ve iletişim süreçlerini büyük ölçüde değiştirmiştir” (Atila, 2018: 17). “Yeni medya, klasikleşen medyanın bilgi teknolojileri ve internet alanındaki gelişimle birlikte evrimleşmiş şekli[dir]. Yeni medya yalnızca bir gelişim süreci değil, aynı zamanda değişen medya anlayışı ve ilerlemenin de tanımına uygun olan medya yapılanmasını ifade etmektedir” (Müller, 2010’dan akt. Tuğtekin, 2020: 44). Yeni medya, geleneksel medyanın öğeleriyle harmanlanmış ancak değişen teknoloji neticesinde geleneksel medyadan farklı boyutlar kazanmaktadır.

Yeni medya tüketicilerine pratik bir kullanım imkanı sunmaktadır. Özellikle son senelerde, küreselleşmenin de katkısı ile beraber yeni medyanın gücü hızla artmakta ve bireyler artık en ufak bir problemi bile saniyeler içerisinde dünyanın diğer ucuna iletebilir hale gelmektedir. Örneğin son yıllarda büyük yankı uyandıran #blacklivesmatteretiketi ile başlayan gösteriler başta ABD olmak üzere tüm dünyada çok kısa zamanda büyük yankı uyandırmıştır. Yeni medya araçlarının bu etkisini Tuncer şu şekilde açıklamıştır; “Yeni medya araçları kilometrelerle ifade edilen mesafe kavramını değişime uğratmış; toplulukları, kültürleri ve gelenekleri birbirlerine yaklaştırarak, insanları ‘sosyal medya’ adında tek bir çatı altında buluşturmuştur” (Tuncer, 2018: 10). Bu bağlamda bu tür hareketlerin önemi özellikle yeni medya ve geleneksel medya kavramlarını birbiriyle karşılaştırırken önem arz etmektedir. Geleneksel medyaya bakıldığında, medya araçlarının daha tekeldi bir durumda olmasıyla birlikte yancı

yayıncılık yapmakla eleştirilebileceği görülmektedir. Ancak yeni medya daha çok demokratik ve çoğulcu bir yaklaşım içerisindedir. Çünkü yeni medyanın içerisinde herkes bir şekilde sesini duyurabilmekte böylelikle de farklı bakış açılarına sahip bireylerin görüşleri kitlelere aktarılabilir. “Geleneksel medyada,... izleyici, okuyucu veya seyirci konumundaki kitleye sunulan bilgiler yeni medyada etkileşim sağlayacak bir kitleye sunulmakta, sunulan bilgilere ek olarak geri dönüş alınabilmektedir” (Tuğtekin, 2020: 44). Geleneksel medyada iletişim akışı tek yönlü iken yeni medyada iletişim akışı çift yönlü şekilde ilerlemektedir.

Bir başka noktadan bakıldığında şu çıkarımı yapmak mümkündür; yeni medya demek internet demektir. Peki internet nedir? “İnternet, bireysel ya da iş amaçlı olarak küresel ölçekte bilgiye erişmek ve onu taşımak için kullanılan bilgisayarlarla birbirine bağlı devasa bir yapıdır. Bu devasa yapı ayrıca iletişim, araştırma, eğlence, eğitim ve iş amaçlı da kullanılabilir (Kraut ve ark. 1998’den akt. Şahin ve Gülnar, 2016: 6). İnternetin gelişimi genel hatlarıyla üç aşamada ele alınmaktadır, bunlar; Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 olarak isimlendirilmektedir.

- Web 1.0: Web-1’deki öncelikli amaç; sanal ortamın kişi üzerinde oluşturacağı etki ve değişimler olmuştur. Bu sistemde kişinin paylaşımında bulunması değil, sunulan paylaşımları alması ve bunun etkilerinin görülmesi önemlidir. Kullanıcıların içeriği tüketmesi esasına dayanmaktadır.

- Web 2.0: Web-2 dediğimiz ve günümüzde halen içinde yer aldığımız katılımcı ve paylaşımcı dönemdir. İkinci dönem internet çalışmalarında; karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Yani kişiler, internet ortamında bulunan paylaşımlardan etkilenmenin yanı sıra, onlara cevap verebilme ve yeni bir paylaşım üreterek diğer insanların beğenisine sunma imkanına da sahip olmuştur. Kullanıcıların, içeriği hem üretmesi, hem de tüketmesi esastır.

- Web 3.0: Henüz hazırlık aşamasında olan dönemdir. Web semantik web yani “yapay zekalı web” demektir. Web 3.0, için, içerik kontrolünün insan elinden çıkarak yazılımların kontrolüne geçeceği dünya demek mümkündür. Öyle ki birbiri ile konuşan veritabanları sayesinde, insanların neyi sevip neyi sevmediğini anlayan ve buna göre içerik üreten bir web dünyası olması planlanmaktadır. Bu dünyanın içinde internet olan tüm cihazları da kapsayacağını düşünecek olursak, Web 3.0’ı insanları anlayan robotik teknolojilerin bütünü olarak düşünmek daha doğru bir tanımlama olacaktır.(Atila, 2018: 18)

İnternetin yaygınlaşma ve gelişim hızının da geleneksel medya kanallarına göre daha hızlı olduğunu söylemek mümkündür. “Bugün 7.2 milyarlık dünya nüfusunun üç milyarı aktif internet kullanıcısı ve 3.5 milyar kişi akıllı telefon kullanıyor. 1.7 milyar kişi ise sosyal medyayı telefonda takip edebiliyor” (Ülker, 2016: 566). Hızlıca büyüyen ve gelişen bu sistemin medyanın değişimi ve gelişimi hakkında etkisi de azımsanmayacak kadar çoktur. Medya ve internet arasındaki etkileşim önceleri medya kurum ve kuruluşlarının haklarındaki haber ve reklamları internette takip etmesinden ibaretken daha sonra içeriklerini daha fazla insana iletmek amacıyla reklam verdikleri

bir ortam haline gelmekte bununla beraber artık içeriklerini internet üzerinden yayınlamaya başlamaktadırlar. Böylelikle internette bazı video yayın platformları geliştirilmiştir. Son zamanlarda ise bu platformlar inanılmaz bir gelişimle beraber geleneksel medyaya özellikle de televizyona rakip hale gelmektedir. Bunun en önemli nedenleri arasında konfor alanı ve özgürlük gösterilmektedir. Şöyle ki geleneksel medyada, televizyonda bir içeriği izlemek için, o içerik adına önceden belirlenen gün ve saatte ekran başında olmak gerekmektedir, ancak dijital medyada, internet platformlarında günün her saati tüm içerikleri istenilen yerden izlemek mümkündür. Bu durum bireye bir konfor alanı sağlamaktadır, bu sayede siz medyaya değil medya size hizmet eder durumda nitelendirilmektedir. Ayrıca geleneksel medyada hâkim olan sansür uygulamaları internet platformlarında yoktur. “Sansür mekanizmasının internetin kullanılmasından önceki dönemde rahat bir şekilde uygulanabilmesine rağmen, dijital çağda sansür uygulamalarının ve denetim yapmanın çok kolay olmadığını söylemek mümkündür” (Orta, 2016: 271). İnternet platformlarında özellikle internet dizilerinde her şey doğal akışı halinde izleyiciye sunulmaktadır. Türk medyasından örnek vermek gerekirse RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) tarafından belirlenen bazı sansür uygulamaları, örneğin küfür, alkol sigara tüketiminin olduğu sahnelerin kesilmesi ya da blurlanması (görüntünün anlaşılmayacak seviyeye gelene kadar netsizleştirilmesi, bulanıklaştırılması) birçok televizyon dizisinde kullanılmaktadır. Ancak Türkiye’deki ilk internet dizilerinden biri olan ve “Puhu TV” internet platformunda 2017 yılında yayına başlayan “Fi” dizisine bakıldığında karakterlerin alkol ve sigara tükettikleri sahneler blurlanmadan, küfrettikleri sahneler ise kesilmeden yayınlanmıştır. Bu sayede izleyici de özellikle para verip abonelik satın aldığı platformlarda görmek istediklerini almıştır; sansürsüz, daha gerçek ve inandırıcı olayların geliştiği bir dizi.

Toplumun dijital dönüşümüne sebep olan ve 2000’li yılların hemen başında ortaya çıkan iletişim teknolojileri, üretim sistemleri ve her alandaki otomasyonu geliştirmekle kalmamış, iletişim alanındaki dijitalleşmenin de en büyük itici gücü olmuştur. Böylece dijitalleştirme ile başlayıp, 2010’lu yıllar ile birlikte, endüstri 4.0 olarak kabul edilen siber fiziksel sistemlerin gelişmesi ile dijital dönüşüm çağı başlamıştır (Yankın, 2019’dan akt. Efe, 2020: 40) “İçerik oluşturma, yayına hazırlama, saklama, iletme ve dağıtma/yayınlama gibi tüm süreçler dijitalleşmiş, bu süreçte yaratıcılık artarak, her aşama daha verimli hale gelmiş, reklam uygulamaları yeni soluklardan beslenmiş ve son olarak pazar hacmi büyümüştür” (Özkent, 2019: 163).

Dijitalleşmenin yayıncılık anlamında sağladığı kolaylıklar, dijital medyaya talebin geleneksel medyaya göre daha hızlı şekilde artmasına neden olmaktadır.

Özetlemek gerekirse yeni medya, dijital medya gibi kavramların hızla gelişmesiyle farklı içerik platformları hatta içerik türleri ortaya çıkmaktadır. Bu durum da haliyle televizyon yayıncılığının hızla internet yayıncılığına kaymasına zemin hazırlamaktadır. Bugün tamamen bir değişimden, kaymadan bahsetmek söz konusu değildir elbette ama televizyonun yerini bir zaman sonra internetin alacağı gayet öngörülebilir bir varsayımdır ve bu açıdan dijital medyanın yükselişi azımsanmayacak kadar önem taşımaktadır. “Yeni medyanın yükselişi, kendi kuralları (ya da kuralsızlığı) çerçevesinde çeşitli platformların kurulmasını sağlamış, dönüşümlü bir yayıncılık süreci başlatmıştır. Bu süreçte televizyon yayıncılığından farklı olarak sıkı bir denetim ve kısıtlama olmamakla birlikte, daha özgür, içeriklerin insanların beğenileri doğrultusunda ilerlediği ve daha çok şey anlatan ürünler ortaya koymaktadır” (Tuğtekin, 2020: 68).

Bu kuralsız, sansürsüz, daha özgür ve daha dinamik yapımların özellikle de internet ortamında yayınlanması durumu dizi türleri içerisinde bir yeni kavram daha eklemiştir; internet dizileri.

2.2. İNTERNET DİZİLERİ

“Televizyon serisi olarak adlandırılan diziler; son zamanlarda bilgi teknolojilerinin gelişimi ile birlikte yeni bir yayın kanalı olan internet üzerinden izlenmeye başlanmıştır” (Efe, 2020: 41). “Özellikle artık her televizyonun temel içeriği gibi gözüken diziler, toplumun belirli bir kesimi tarafından ciddi bir rağbet görmesine karşın, diğer bölümünden çok ciddi tepkiler almakta ve izleyicinin televizyon mecrasından uzaklaşmasına sebep olmaktadır” (Atila, 2018: 24). “Televizyonun popülaritesinin düşmesi, buna karşın internete yönelme konusunda Z kuşağının tercihlerinin önemli bir payı bulunmaktadır” (Tuğtekin, 2020: 73). Dizi sürelerinin uzaması ve bununla birlikte dizi aralarında nerdeyse diziler kadar uzun olan reklam kuşaklarının yayınlanarak izleyiciye reklam izleme dayatmasının artması, bir program tutunca ona benzer birçok içeriğin sırf kâr amacıyla üretilmesi ve böylelikle birbirinin

neredeyse aynısı içeriklerin televizyonda sık sık görülmesi gibi nedenlerden dolayı Z kuşağı¹ televizyondan çok dijital platformlara yönelmektedir.

Geleneksel medyanın daha tek yönlü oluşu, buna karşın dijital medyanın ise gerek sosyal medya kanallarıyla olsun gerekse kendi içinde üretmiş olduğu algoritmalarla olsun geri dönüt alması daha kolay, dolayısıyla da çift yönlü bir etkileşime sahip olması özellikle interneti televizyona göre cazip kılan özelliklerden birisi şeklinde açıklanmaktadır. Ayrıca internetin her eve girmesi bunun getirdiği kolaylıklar da internet dizilerinin televizyona göre rağbet görmesinin altındaki bir başka neden olarak görülmektedir. “Bu artışın başlıca ve en önemli sebeplerinden biri izleyicinin seçme hakkının olmasıdır. Böylece izleyici, televizyonun o büyüklüğü ve cazip dünyasının dayatma özelliğini reddedip kendi zamansal tercihini kendi oluşturabilmektedir” (Efe, 2020: 41). Böylelikle izler kitle istediği zaman istediği içeri istediği ortamda tüketmekte özgür olmaktadır. Televizyon gibi belirli yayın kuşakları olmadan, günün belirli saatini televizyon karşısında geçirmek için ayırmadan, kısacası plan program yapmadan istediği içeriğe ulaşmak özellikle Z kuşağı izler kitlesi için de önem arz etmektedir. Hem Z kuşağının özellikleri hem de internetin böylesine hızlı yayılması da kuşkusuz internet platformlarının artmasında, internet dizilerinin izlenmesinde etkili durumdadır. “İzleyici internet sayesinde televizyondaki üretilene mecbur değil, üretilen izleyicinin talebine mecburdur ve yönlendirilmektedir” (Efe, 2020: 41). Bunlarla birlikte televizyona nazaran daha özgür bir ortama sahip olan internet, kuşkusuz dizi alanında da aynı özgürlüğü sağlamaktadır.

“Önceleri bağımsız yapımcılar veya televizyona dizi kabul ettiremeyen bazı ekipler tarafından üretilen içeriklerin internette yayınlanması ile başlayan, sonradan sadece internette yayınlanmak için üretilen içerikler ile devam eden, en sonunda ise internette bu içeriklerin düzenli bir şekilde yayınlanmasını sağlamak amacıyla kurulan internet platformları ile zirveye ulaşan bu alternatif, ‘internet dizisi’ olarak adlandırılmaktadır. Bir tanım yapmak gerekirse; televizyonda reyting getireceği düşünülmeyen tür ve konulara sahip, 140 dakikayı bulan televizyon dizilerine karşı süresi 50 dakikayı geçmeyen, yine televizyon dizilerinin ‘star’ temelli işlerine karşı tanınmamış oyuncuların da yer aldığı, maliyet açısından çok daha uygun, ön yapım ve çekim süreleri yalnızca sanatsal kaygı güdülerek planlanan içeriklere ‘internet dizisi’ demek doğru olacaktır” (Atıla, 2018: 25).

İnternet üzerinde video yayıncılığı Youtube platformu ile birlikte başlamıştır. Televizyondan ayrı olarak birbirinden farklı çeşitlilikte ve türde bir video yayınlama

¹İnsan varoluşundan itibaren çevresiyle etkileşimde bulunmuş bir varlıktır. Bununla birlikte benzer yıllarda yaşayan insanlarda davranışlarını etkileyen olaylar ile biyolojik faktörler gibi etmenlerden dolayı benzer özellikler ve olaylara gösterilen tepkilerde benzerlikler ortaya çıkmıştır. Bu durum dâhilinde belirli yıllarda doğumu ve benzer özellikler gösteren bireylerden oluşan büyük topluluklara kuşak adı verilmekte olup 1965-1979 yılları arasında doğanlar X Kuşağı, 1980 ile 1995 yılları arasında doğanlar Y Kuşağı, 1996-2010 ve üstü yıllar arasında doğanlarsa Z Kuşağı olarak sınıflandırılırlar. (Taş & Kaçar, 2019: 646-653)

platformu olan Youtube kısa süre çok geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır. Fakat izleyici evlerindeki televizyonlardan içerik izlemek dururken küçük bilgisayar ekranlarından içerikleri izlemek istemez, bu da yeni bir ihtiyacı doğurur. Çeşitli kablolar vasıtasıyla bilgisayardaki görüntüler televizyonlara yansıtılabilmektedir. Ancak tabii ki bu da belirli bir uğraş gerektirir üstelik görüntü kalitesinde bozulma vs. gibi sorunlar da peşi sıra meydana gelmektedir. Tüm bu sorunlardan sonra internet yayıncılığını televizyona aktarmayı sağlayabilecek, üstelik görüntü kalitesinde de bozulmalar yaratmayacak mecralar geliştirilmeye başlanmıştır. “Netflix, Amazon ve Hulu gibi kanallarla internet bağlantısı olan cihazlara IP üzerinden yayın hakkı tanınmıştır. Böylece gerekli altyapıya sahip son kullanıcılara yayınlara erişme imkânı verilmiştir” (Boynudelik, 2018’den akt. Özkent, 2019: 163).

Yukarıda bahsedilen tüm nedenlerden dolayı, internet platformlarında yayınlanan dizilerin, televizyon dizilerine oranla daha fazla rağbet görmesinin nedenleri genel olarak şöyle özetlenmektedir; televizyon tüketicisi ve internet tüketicisi olan kişiler arasındaki kuşak farklılıkları, internet ortamında bireylerin daha özgür olmaları, daha özgür içerikler ortaya koymaları, içeriklerin sansürsüz olması, “istediğin zaman istediğin yerde izle” mottosuna sahip olması gibi nedenlerden dolayı internet dizileri günümüzde en az televizyon dizileri kadar büyük kitlelere ulaşmaktadır.

2.3. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE YAYIN YAPAN DİJİTAL İÇERİK PLATFORMLARI

“Günümüzde, internet dizisi yayıncılığı da tüm dünyada hızla yükselen bir medya mecrası haline gelmiştir. İnternet dizileri artık kendi pazarını yaratmış bu gelişmeler ise tüm dünya ile birlikte, ülkemizde de karşılık bulmuş ve yeni yeni platformlar yayına geçmeye başlamıştır” (Efe, 2020: 43). Televizyonun yerini hızlı bir şekilde dijital platformlar almaktadır. Günümüzde pek çok evde televizyon olmasına rağmen normal TV kanallarını izlemek yerine televizyonu bir aracı olarak kullanıp dijital içerikleri izleme sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Böylelikle bu dijital platformların da sayısı hızla artma kaydetmektedir.

“Bu hususta ilk örnek 1998’de HBO kanalında yayınlanmaya başlayan Sex and [the] City adlı dizidir.... sadece abone olanların izlediği diziye yönelik oluşturulan kamuoyu, dizinin ününü artırmış,... HBO platformunun özgür içerik sunmasıyla beraber, TV’de gösterilmeyecek olan içerikler de konu anlatımıyla diziye dâhil olmuştur” (Tuğtekin, 2020: 74). Kendinden sonra gelecek bir çok diziye ve platforma

öncülük etmesi açısından HBO platformu ve Sex and the City dizisi hem ilk olması açısından hem de öncü olması açısından önem arz etmektedir.

Daha sonra farklı yayıncılar ve yapımcıların da girişimi ile bu sektör hızlıca büyümekte ve günümüzde internet üzerinde yayın yapan dev firmalar geliştirilmektedir. Bunlardan en bilineni Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ gibi platformlardır. Türkiye’de ise 2020 itibari ile Puhu TV, BluTV, Exxen, Gain gibi platformlar internet üzerinden içerik yayınlayan platformlar olarak varlıklarını sürdürmektedirler. Çalışmanın bu bölümünde hem dünyada hem de Türkiye’de öncü nitelik taşıyan bazı platformlardan ve içeriklerinin genel özelliklerinden bahsedilecektir.

2.3.1. Netflix Platformu

“Teknolojinin olanaklarına geleneksel televizyonu eklemleyen Netflix, televizyon programlarının ve filmlerinin geleneksel setin ötesinde, çok sayıda cihazda izlenilebilmesini sağlayan internet tabanlı yayıncılık türüdür” (Özkent, 2019: 167). “İlk olarak DVD satış/kiralama işi yapan şirket, 2007 senesinde izleyicilerine internet üstünden film izleme imkânları da sunmaya başlamıştır....Günümüzde, yüz doksandan fazla ülkede izlenen Netflix platformu, ülkemizde 2016 yılında yayına başlamıştır” (Efe, 2020: 45).Netflix izleyicilerinden aylık ödeme şeklinde ücret talep etmektedir. Bu şekilde bünyesine para kazandıran şirket zamanla kendi programlarının da yapımcılığını üstlenmeye başlamış ve sadece platforma özgü, özgün içerikler üretmektedir. Bugün birçok ülkede içeriklerini gösterim imkânı bulan şirket, bulunduğu ülkelere özgü yapımların da yapımcılığını üstlenmektedir. Bu sayede platformun içerisinde birçok farklı dil, kültür, coğrafya yer bulabilmekte ve en önemlisi de farklı coğrafyalardaki kişiler, yapımları kendi dillerinde izleme imkânı da bulmaktadırlar. Bununla birlikte yine farklı ülkelere birçok dilde dublaj veya altyazı özelliği de ekleyen Netflix bu başarısıyla dünya devleri arasındaki yerini korumaktadır. “Netflix’in geleneksel televizyondan en önemli farkı; izleyicinin beğeni ve zevkini ölçerek program üretmesidir. Aboneler, derecelendirme ile yayınlara oy vererek içeriği biçimlendirmektedir” (Özkent, 2019: 169).Netflix dünyadan birçok orijinal yapımı bünyesinde bulundurmakla birlikte kendi orijinal içeriklerini de üretmektedir. Örneğin “House of Cards” Netflix’in yapımını üstlendiği ilk dizi olarak bilinmektedir. Son dönemde çok ses getiren “Squid Game”, “Bridgerton”, “Stranger Things” gibi diziler tüm dünyada çok ses getirmiş orijinal Netflix içerikleridir. Sadece dizi türünde değil film ve belgesel, talk Show türünde de orijinal yapımlara imza atan Netflix Türkiye’de

ise “Hakan Muhafız”, “Atiye”, “Aşk 101”, “Bir Başkadır”, “Fatma”, “50 Metrekare”, “Pera Palas’ta Gece Yarısı” gibi yapımları bünyesinde barındırmaktadır.

2.3.2. Amazon Platformu

E-Ticaret şirketi Amazon’un bir alt kolu olarak hayata geçen Amazon Prime 2006 senesinde Amerika’da “Amazon Unbox” adıyla faaliyetlerine başlamıştır. Netflix’e rakip olarak sektörde hızla büyüyen Amazon Prime yaklaşık 200 farklı ülkede kullanıcı profiline sahip konumdadır. Amazon Prime da aylık ödeme metoduyla üye olunabilecek bir platform olup önceleri TV kanallarından veya yapımcılardan satın aldıkları filmleri yayınlarken zamanla kendi orijinal yapımlarını da bünyesine eklemektedir. “2013 yılından beri Amazon şirketi, rakibi Netflix kadar özgün içerikler yapmaya başlamıştır. Bununla beraber Amazon, orijinal içerikleri olan Alpha House ve Betas isimli diziler yapmıştır” (Erkek, 2019: 96). Prime Video, müşterileri Amazon’un e-ticaret işine çekmek için bazı çalışmalar da yapmaktadır. “Orijinal içeriklerine sadık kalarak farklı lisanslı içeriklere de yer vererek, ürün yerleştirme reklamları yaparak bu ürünlerin yine Amazon sitesinden satışını yapmayı hedefleyen şirket, kendi orijinal içerikleriyle ve reklamlarıyla birlikte televizyon kanallarının da pazarlama stratejilerini kullanmakta ve bu sayede marjinalliğini korumaktadır” (Wayne, 2018: 737). Amazon Prime üyeliği ile birlikte sadece sınırsız ve özgün içerikler değil aynı zamanda farklı ticari avantajlar da elde edilmektedir. Amazonun başarısının sırrı da biraz burada yatmaktadır. Örneğin prime üyesi iseniz, amazon sitesinde yapacağınız herhangi bir alışverişte kargo bedavadır ve diğer şirketlere nazaran daha hızlı bir şekilde elinize ulaşmaktadır. Buradan da anlaşılacağı gibi Amazon şirketi Prime’ı hayata geçirirken hem içerik üretmek ve yayınlamak hem de asıl şirketlerinin ticaret hacmini arttırmak amacı taşımaktadır. “Bazı çalışmalarda Prime üyelerinin diğer üyelere göre 4.5 kat daha fazla alışveriş yaptığı, Amazon’un Türkiye’deki ilk gününde ise 578.607 kişi tarafından ziyaret edildiği saptanmıştır” (brandingturkiye, 2021). Hem ticaret alanında hem de dijital yayıncılık alanında yaptığı başarılı hamleler şirketi son yıllarda rakipleri arasında daha dikkat çekici bir noktaya taşımaktadır.

2.3.3. Disney+ Platformu

Disney+ tıpkı diğer dijital içerik platformları gibi yayıncılık yapan bir servistir. İçeriğinde Marvel, Walt Disney ve Pixar gibi şirketlerin yapımları da yer almaktadır. 2020 itibari ile şirketin 500 film 7500 dizi gibi geniş bir içerik kataloğuna sahip olmasıyla birlikte her geçen gün içeriklerinin sayısının artması ve kendi özgün

içeriklerini de yakında platforma eklemesi beklenmektedir. Her geçen gün hizmet verdiği ülke sayısını arttırması ile birlikte Disney+ platformunun Türkiye’de de yayın hayatına başlaması planlanmaktadır. Platformda en dikkat çekici yapımlar ise “Hawkeye”, “Wanda Vision”, “Loki” gibi Marvel yapımları, National Geographic Belgeselleri olarak sıralanabilir. ([technomoji](#), 2021)

Henüz çok yeni bir platform olması nedeniyle hakkında çok fazla çıkarımda bulunmak mümkün gözükmemektedir ama ilerleyen dönemde muhakkak belli bir başarı ve izler kitle yakalayacağı beklenen bu platform da aylık belirli bir ücret ödenmesi halinde aboneliğe izin veren bir servistir.

2.3.4. Puhu Tv Platformu

Puhu TV, Doğu Medya Grubu tarafından kurulmuştur. Diğer internet platformlarına göre ücretsiz izlenen içerikler sunan platform gelirini reklamlardan sağlamaktadır. Bu reklamlar genellikle ürün yerleştirme şeklinde olup ayrıca yaklaşık 20 dakikada bir araya giren kısa ama atlanamayan reklamlar şeklindedir. “Ayrıca platforma has dizilerin ana karakterlerin elbiseleri, tükettiği yiyecekler, alış-veriş yaptığı mekanlar, kullandıkları arabalar ve diğer ürünler, dizi ile verilen anlatıya dahil edilerek etkileşimli reklamlar üretilmektedir” (Çağl ve Kara, 2019’dan akt. Efe, 2020: 44). Örneğin platformda yayınlanan Fi dizindeki Duru karakteri Samsung marka çamaşır makinası kullanmakta, makinanın özelliklerine dair çok ufak kesitler paylaşmaktadır. Yine Fi dizisindeki diğer tüm karakter Samsung marka cep telefonu kullanmakta ya da sadece Damla marka su içmektedirler. Bu şekilde de dizi ve dizideki karakterler vasıtasıyla reklamlara dair kodlar izleyicilere ulaşmaktadır. Böylelikle etkileşimli reklamlar üretilmektedir.

Puhu TV’ye üye olmadan da içerikler izlenebilmektedir ancak üye olunursa algoritma, izleyiciyi tanır ve izleyicinin zevklerine göre içerikleri sıralar. Böylece izleyici sevdiği içeriklere daha kolay ulaşmaktadır. Televizyon, tablet, telefon, bilgisayar gibi ortamlardan içeriklere ulaşılabilirdiği gibi Apple TV ve Smart TV uygulamaları aracılığı ile Puhu TV içeriklerini televizyondan izlemek de mümkündür. “Şahsiyet”, “Fi-Çi”, “Seyyar” gibi diziler Puhu TV’nin orijinal içerikleridir ve yayınlandıkları dönemde oldukça ses getiren yapımlar olmuştur.

2.3.5. BluTV Platformu

“2016 yılında ülkenin en büyük medya kuruluşu olan Doğan Holding tarafından kurulan BluTV, aynı dönemde yayına başladığı Netflix’in, Türkçe altyazı ve dublaj desteği sağlayamaması gibi problemlerini görerek bu eksiklikleri avantaja çevirmek istemiştir” (Efe, 2020: 45). BluTV de abonelikleri aylık ücretlendirme şeklinde oluşturmaktadır. Platformda hem yerli hem yabancı hem de BluTV’nin kendi orijinal içeriklerine erişmek mümkündür. Yayınlanmasıyla büyük beğeni toplayan “Masum” dizisi BluTV’nin ilk yapımıdır ve platforma büyük bir katkı sağlamıştır. “Bartu Ben”, “Yaşamayanlar”, “Dudullu Postası” gibi yapımlar BluTV için özel olarak hazırlanmış yapımlardır.

2.3.6. Exxen Platformu

Acun Medya’nın sahibi Acun Ilıcalı tarafından 1 Ocak 2021 yılında hayata geçirilen dijital içerik platformudur. İlk başlarda tanıtım amaçlı ücretsiz olarak yayın hayatına başlayan platform iki seçenek sunmaktadır; ilki belirli bir ücret karşılığı abonelik satın almak ve içerikleri reklamsız izlemek, ikincisi ise abonelik satın almayarak içerikleri reklamlar ve reklamları atlama seçeneği olmadan izlemek şeklindedir. Henüz çok yeni bir platform olmasına rağmen kendine özgü içerikler üretmeyi başarmış olan Exxen’in hedef kitlesi özellikle milenyum çağı çocuklarıdır. Youtube’da meşhur olan birçok yayıncıyı programı bünyesine katan Exxen bununla da kalmayıp Z kuşağına hitap eden sanatçılar ekseninde yapımlar yapmış, televizyonda da çok beğenilen içerikleri, örneğin TolgShow gibi halka mal olmuş yapımları bünyesine katmıştır, bu sayede de izlenme başarısını sürdürmeye çalışmaktadır. “Şeref Bey”, “Gibi”, “Hükümsüz” gibi yapımlar Exxen’in orijinal içerikleridir.

2.3.7. Gain Platformu

Gözde Akpınar tarafından kurulan 30 Aralık 2020 tarihinde yayın hayatına başlayan yeni nesil bir dijital içerik platformudur. Diğer platformlardan ayrılan en büyük farkı ise yayın hayatına başladığı ilk zamanlarda televizyonlarda kullanıma uygun olmaması ve sadece telefon veya tableten mobil uygulaması aracılığı ile izlenebilmesi idi. Bu durumun kullanıcılar açısından artı ve eksileri düşünüldükten sonra Gain platformu son zamanlarda televizyona da uyumlu hale gelmektedir. Yapımların genelde kısa olması hem orijinal yapımlara hem de bağımsız kısa filmlere yer vermesi, farklı formatları da bünyesinde barındırması açısından Türkiye’deki önemli platformlar arasında yerini kısa zamanda alan Gain’in bazı orijinal işleri şunlardır;

“Terapist”, “10 Bin Adım”, “Ahmet Mümtaz Taylan’la İstanbul Hesabı”, “Hamlet” ve “Ayak İşleri”.

3. DİZİ VE SERİAL KAVRAMLARININ TANIMI

Modern kitle iletişim araçlarının, özellikle de televizyonların format olarak en sık kullandığı ve bu kitle iletişim araçlarının “devamlı izlettirebilme” hedefine en çok uyan format kuşkusuz dizi ve seriyallerdir .Örneğin bir sinema filmi birkaç saat içerisinde tüketilen, başı sonu belli ve gün içerisinde zamansal olarak planlı gerçekleştirilebilecek bir etkinlik iken; televizyon deneyimi evlerimizde ve istemsizce kesintisiz olarak devam etmekte olan bir kitle iletişim aracıdır.“Aralıklı değil de kesintisiz yaşanan bir deneyim olduğu için, televizyonun izleyiciyle gerçeklik arasında olağanüstü bir aracılık yeteneği vardır.... Televizyon, ister tek bir günün program tarifi bağlamında olsun, isterse ona ait biçimler olan diziler ve seriyaller konusunda olsun, devamlıdır, asla bitmez. Daha da ötesi televizyon bizim zamanımızda bizim mekanımızda gerçekleşir” (Monaco, 2013: 476). Dizi ve seriyaller özellikleri gereği birbirini takip eden, bağlantılı ya da bağlantısız bölümlerden oluştuğu için belli zaman aralıklarıyla peşi sıra yayınlanması açısından televizyonun kesintisiz yayın yapma amacına fazlasıyla uymakta bu nedenle televizyon yayıncılığının vazgeçilmez birer parçası olmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde televizyon dizilerini anlamak ve yorumlamak adına öncelikle dizi kavramının, seriyal kavramının iyice anlaşılması ve bu iki kavram arasındaki farkın belirlenmiş olması gerekmektedir. Zira bu iki tür hem birbirlerinden çok farklı hem de birbirlerine çok benzeyen özelliklere sahip olmaları bakımından, özellikle günümüzde net bir şekilde tür ayrımı yapılması konusunda çeşitli kafa karışıklarına sebep olmaktadır.

Öncelikle şunu belirtmek gerekir ki her iki formatta aynı karakterlerden ve mekanlardan beslenmektedir. Her iki formatın da asıl amacı izleyicide izleme heyecanı ve izleme devamlılığı uyandırmaktır. Bu tip benzerliklerin yanı sıra her iki türün birbirinden ayırt edebileceğimiz en önemli noktaları; dizilerin biten her bir bölümünde olayların çözülmesi, seriyallerin ise her bir bölümünün çözülmemiş olaylarla bitmesi ve bu olayların bir sonraki bölüme sarkmasıdır. Kırtepe’ye göre dizi formatının diğer türlerden farklılığı şu şekildedir; “Dizi film programları birçok açıdan diğer program türlerinden farklılık göstermektedir. Belirli periyotlarda -genelde haftada bir sefer- yayınlanan ve hayatı bütünüyle içeren televizyon ürünü olarak karşımıza

çıkılmaktadır” (Kırtepe, 2014: 51). Hayata dair kesitlerin, izleyicilerin çoğu zaman bir bağ kurabileceği şekilde aktarıldı yapımlar, her hafta izler kitleyi ekrana kitleme, kendini izlettirebilme başarısı göstermektedirler.

İzleme alışkanlığı yaratmaları açısından düşünüldüğünde seriyallerin bu konuda dizilere göre daha başarılı olduğu bir gerçektir. Çünkü merak duygusu özellikle seriyallerde acaba bir bölüm sonra ne olacak, bu problemler nasıl çözülecek gibi soruları beraberinde getirmekte ve kendisine bu soruları soran izleyici cevapları bulmak için seriyalin bir sonraki bölümünü merakla beklemektedir, dolayısıyla bu durum izleyici için bir izleme alışkanlığına dönüşmektedir. Aynı durum diziler için daha zordur. Her bir bölüm sonunda olayların çözülmesi genellikle bir sonraki bölüm için herhangi bir merak duygusu uyandırmaz, dolayısıyla da izleme alışkanlığı açısından düşük bir performansla neden olmaktadır. Bununla birlikte artık günümüzde dizi ve seriyal arasında net bir ayrım yapmak git gide zorlaşmaktadır. Bunun nedenleri arasında hem izleyici kitlesinin değişen beğeni algıları hem de yapım sürecinde çalışan bireylerin daha fazla izler kitle ekrana çekmek istemesi sonucu her iki formatı da birbirine yaklaştırıp bu iki formatın en iyi yönlerini ele alıp işlemleri ve aradaki ayrıştırıcı özellikleri azaltması gösterilmektedir.

Bu iki türün tarihçesine ve kökenlerine bakıldığında iki türün de edebiyata dayandığını söylemek mümkündür. “İnsanlar, kitle iletişim araçlarından önce de anlatacaklarını zamana bölerek anlatıyorlardı. Özellikle yaşlılar evde öykü ve masal anlatıcısı konumunda idiler. Çocukları uyutabilmek veya yemek yedirebilmek için masalın devamını başka bir zamana ertelerlerdi. Yazılı edebiyat tarihine baktığımızda ise; seriyalin kökeninin romana, dizinin kökeninin ise öyküye dayandığını görmekteyiz” (Kula, 2000: 9).

3.1. DİZİ VE SERİYAL FORMATLARININ TARİHÇESİ VE ÖZELLİKLERİ

Seriyal formatı 18. yüzyıl sonları ve 19. yüzyıl boyunca özellikle gazete ve dergilerde yer alan romanlarla yaygınlık kazandı (Mutlu, 2008: 159). Eugenie Sue, Charles Dickens gibi yazarlar özellikle seriyal roman çalışmalarıyla tanınmış yazarlardır. Gazete ve dergilerin yaygın kullanılan kitle iletişim araçları arasındaki yerini almasıyla seriyal romanlar da bu araçlar içerisindeki yerlerini almaktadır. Böylelikle bu romanların etkisiyle bu kitle iletişim araçları o dönem için büyük bir reklam pazarı haline gelmektedir. Bugün nasıl ki çok izlenen dizilerin arasına giren

reklamlar, reklam veren şirketler için son derece önemliyse o dönemde de dergilerde ve gazetelerde bu reklamları sağlamak önem teşkil etmektedir.

Bu bağlamda seriyallerin kökeninin romanlarına dayandığını söylerken dizilerin ise daha çok öykülere dayandığını söylemek yanlış olmayacaktır. 1800’lü yılların sonu ile 1900’lü yılların başlarındaki dedektif öyküleri, polisiyeler, çocuk öyküleri gibi türler dizi kavramının temelini oluşturmakta ve diziler de tıpkı bu öyküler gibi başı sonu belli bir temele dayanmaktadır.

3.1.1. Dizi Ve Seriyallerde Karakterler

Tarihsel incelemelere bakılırsa bu formatların karakter yaratırken, bu karakterlerin özelliklerini radyo programlarından esinlenerek oluşturduğu söylenebilmektedir. “Radyoda dramatik dizilerin bağımlı bir dinleyici kitlesi yarattığı ortaya çıktığında, bu bağımlılığı yaratan etkenlerin neler olduğu sorusu sorulmaya başlandı. Sonunda bu etkenlerin dizi ve seriyallerdeki yerleşik ve devamlı karakterler olduğu anlaşıldı” (Mutlu, 2008: 160). Karakterlerin devamlılığının olması dinleyicilerle karakterler arasında duygusal bir bağ oluşmasına neden olmakta ve dinleyiciler çoğu zaman kendilerini o karakterlerin yerine koymaktaydılar. Bireyler karakterleri daha yakından tanımakta, onları anlamakta böylece öykünün içine daha rahat girebilmekte ve devamını merakla beklemekteydiler. Kendilerini o karakterin yerine koymakla birlikte onun gibi olmak, onun gibi davranmak, onun gibi giyinmek istemekteydiler. “Dizilerin süreklilik sahibi karakterleri yine süreklilik sahibi bir izler kitleyi kendine çekme başarısı göstermektedir. Bu durum da doğal olarak sürekliliği olan bir tüketim kitlesi oluşturmaktadır. Mutlu’ya göre izleyicilerin karakterlerle bu denli bağ kurması dizilerin, televizyonun para basma makinası haline gelmesine neden olmuş bu sayede de reklam ile dizi formatı arasında çok yakın bir ilişki kurulmasına olanak sağlamıştır” (Mutlu, 2008: 161). Böylelikle dizi ve seriyallerin bir tüketim aracı haline gelmesinde, bir pazar oluşturmada en büyük etkenlerden biri de oluşturulan bu karakterlerdir. Özellikle dizi formatında karakterin önemine Monaco şöyle değinmektedir;

“Televizyonun temel birimi program (show) değil, televizyona karakter oluşturmada belki de ırmak roman hariç diğer tüm anlatım araçları arasında avantaj sağlayan dizidir. Televizyonun öykülerin değil de ruh durumlarının ve atmosferin aracı olmasının nedeni budur. Genellikle her zaman aynı şeyler olduğundan, ne olduğunu anlamaya değil, karakterlerle zaman geçirmeye dikkat ederiz. 1990larda Seinfeld sanki eşi benzeri yokmuş gibi “hiçbir şey üzerine” bir program olarak tanıtıldı. Bütün durum komedileri “hiçbir şey” üzerinedir, karakter hariç hiçbir şey üzerine” (Monaco, 2013: 459).

Özellikle pembe dizi olarak adlandırılan türlerde yakışıklı ve genç erkek karakterli çokça görülmektedir. Bireylerde de bu karakterlere özenme ve bu karakterler gibi davranma dürtüsü gelişmektedir. Birçok dizide bir karakterin giydiği herhangi bir kıyafet kısa süre içerisinde moda haline getirilip tüketilmektedir.

3.1.2. Dizi Ve Seriyallerde Yapım Aşaması

Dizilerde veya seriyallerde yapım aşamaları bazen televizyon kanalının istek ve beklentilerine göre şekillense de çoğu zaman süreç aynı işlemektedir. Kaba bir şekilde ele alınacak olursa süreci yapım öncesi, yapım aşaması ve yapım sonrası şeklinde ele almak gerekmektedir.

Yapım öncesi aşama genellikle ortaya bir fikrin atılması, bu fikrin senaryolaştırılması, bu senaryonun hayata geçmesinde kamera arkasında görev alacak çalışanların belirlenmesi, karakterlere uygun oyuncu seçimi yapılması ardından çekim mekanlarının, dekor kostüm gibi parçaların ve çekim zamanlarının belirlenmesi gibi aşamalar şeklinde ilerlemektedir.

Yapım aşaması ise tahmin edilebileceği gibi çekimlerin gerçekleştirildiği aşamadır. Bu aşamada tüm ekibin titizlikle çalışması gerekmektedir. Ayrıca bir dizi veya film çekimde en önemli unsurlardan birisi çalışanların bir ekibin parçası olduğunun farkında olması ve ekip çalışmasına ayak uydurmasıdır. Reji ekibinin işini iyi yapması, sanat ekibinin konsepte uygun çalışması, görüntü ışık ve ses gibi unsurların yapıma uygun olması ve izleyicinin dikkatini çekecek şekilde geliştirilip uygulanması bu aşamada gerçekleşmektedir.

Yapım sonrası ise kurgu işlemlerinin tamamlanması yani pratikte dizinin en az bir bölümünün bitirilmesi aşamalarını kapsamaktadır. Bu aşama; dizinin ritmi, renklerin belirlenmesi ya da değiştirilmesi hatta belki kurgusal olarak bazı sahnelerin uzatılıp kısaltılması gibi karaların alınıp uygulandığı, kısacası diziye son halinin verildiği aşamadır. Tüm bu aşamalardan sonra ise dağıtım ve reklam çalışmaları gelmektedir.

Sürecin temelini oluşturan unsurlara biraz daha ayrıntılı değinmek gerekirse öncelikle en önemli ve olmazsa olmaz fikir ve kavram üretme aşaması gelmektedir. “Kavram bir televizyon dizisinin en önemli unsurudur. Çünkü atmosfer, karakterler, görsel özellikler, gerçeğe benzerlik, konunun birden çok bölümü kaldırabilecek dişiliğe sahip olup olmadığı, tüm bu sorular dizinin kavramıyla ortaya konur” (Mutlu, 2008: 167). Program yaratılırken en önemli sorulardan biri yapımın ilgi çekici olup

olmayacağıdır. Genellikle bunu ön görmek için yapımcılar “pilot bölüm” olarak adlandırılan bir bölüm çekmektedirler ve bu bölüm ile izleyicinin nabzını ölçmeye çalışmaktadırlar, çıkan sonuçlara göre de dizinin devam edip etmeyeceğine karar verilmektedir. Bu aşamada pilot bölüm çekmenin artıları olduğu gibi eksileri de olmaktadır. Çünkü genellikle pilot bölüm her şeyin en iyisinin bir kerede kullanıldığı bölümdür ve en çok paranın da harcandığı bölümdür. Daha sonra dizinin devam etmesine karar verilse bile dizi aynı ivme ile devam etmeyebilir. Yapımcı artık o kadar para harcamak istemeyebilir ya da hikâye sadece tek bölümlük bir yapıma uygundur ancak bölümler boyu hikâyenin anlatılması hikâyeyi çok farklı yerlere çekebilir, daha doğrusu bir televizyon filmi olmaya uygun olabilir ancak yapımın dizi olarak devam etmesiyle dizinin kavramından uzaklaşıp konunun artık ilgi çekici olmayan farklı bir aşamaya geçilmesi gerçekleşebilir. Bu gibi sebeplerden dolayı pilot bölüm yerine farklı yöntemler de geliştirilmektedir. Örneğin tanıtım filmleri. Ancak tanıtım filmlerini çekerken de dikkat etmek gerekmektedir. Genellikle tanıtım filmleri de bir reklam aşaması olarak görüldüğünden yapımın en ilginç veya en dikkat çekici yanı tanıtım filminde kullanılabilir böylelikle asıl yapımı izleyen kişiler yapımdan almaları gereken hazzı alamayabilir. Dolayısıyla tanıtım filmini, içeriği çok ele vermeden sadece merak uyandıracak şekilde çekmek daha uygun olmaktadır.

Kavramın belirlenmesinden sonraki aşama senaryo yazma aşamasıdır. Televizyon ya da sinema fark etmeksizin bir yapımın en belirleyici unsuru kuşkusuz senaryodur. Eğer senaryo olmaz ise yönetmen, görüntü yönetmeni, sanat yönetmeni, kurgucu ve hatta tüm ekip işlerini icra edemezler çünkü neyi filme alacaklarını bilemezler. “Senaryo yazarının görevi tüm bu insanları projeyi gerçekleştirmeye teşvik edecek bir başlangıç noktası sağlamaktır. Yapımcılar kazanç sağlayan ticari bir ürün, yönetmenler merak uyandıran bir drama ve oyuncular söyleyecekleri muhteşem cümleler ve canlandıracakları güçlü karakterler isterler” (Edgar-Hunt, Marland, & Richards, 2012: 15). Dolayısıyla televizyona bir proje hazırlanırken daha önce bahsedilen aşamalara ek olarak son masa başı işlerden biri olan senaryo yazım aşaması oldukça önem taşımaktadır. Senaryo yazımında Mutlu’nun Philip Elliot’tan da aktardığı gibi iki zıt biçim vardır, bunlar; “yaratıcılık, özgün olma isteği, farklı olma isteği ile televizyon örgütünün siyasal ekonomik yapısından kaynaklanan kurumsal baskılardır ve bunlar birbiriyle sürekli çatışma halindedirler” (Mutlu, 2008: 169). Bu durum bir bakımdan anlaşılabilir bir durumdur. Zira televizyonun inanılmaz büyük bir kitle

iletişim aracı olduğu, neredeyse her evde bir televizyonun olduğu ve her bir bireye ulaştığı varsayılınca, şüphesiz ki ideolojik dűřüncelerini televizyonu bir propaganda aracı olarak kullanıp yayma dűřüncesindeki kişiler dizi, televizyon programı vs. gibi unsurlarla kişilere bu görűřlerini kolayca dayatabilmektedirler. Bu nedenle yazılacak senaryolar üzerinde belki de denetim mekanizması oluşturmak bu kişiler için mantıklı olmaktadır. Dizi formatının yapısı gereği senaristler senaryoları yazarken önceden belirlenmiş kriterlere uygun şekilde senaryolarını kaleme alma mecburiyetindedirler. Mutlu, bunun nedenini basitçe şöyle özetlemiştir; “Dizilerde karakterler bellidir. Bu parametreler içinde kalma zorunluluğu esnekliğe asla izin vermez” (Mutlu, 2008: 170). Bununla beraber bir televizyon dizisi seyircilerinden gelen talepler doğrultusunda şekillenebilmektedir. En nihayetinde televizyon, bir reyting yarışı içerisinde en başarılı olanlara öncelik tanıyan bir oluşumdur ve bu sebeple eđer daha fazla reyting getirecekse seyircinin taleplerini göz ardı etmek özellikle yapımcılar için kabul edilebilir bir durum olmaktadır. Bu şartlar altında da senaryo yazarı özgünlüğünü veya yaratıcılığını bir kenara bırakıp, istekler doğrultusunda mesleğini icra etmek durumunda kalabilir. Bununla beraber senarist veya yapımcı ekibi de her hafta bölümleri izleyip öz eleştiri yapabilir, hatalarını görebilir ve böylelikle senaryoda değişikliğe gidebilir. Bu da dizi formatının bir getirisidir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken önemli bir husus bulunmaktadır; projenin kavramı. Eđer bu durum gereğinden fazla yaşanırsa veya dozu kaçırılırsa proje kavramından uzaklaşabilir. “bu tür onarımların, dizinin kavramından uzaklaşmaya yol açacak ölçüde olmaması gerekir. Zira bu dizinin niteliksel değişmesi anlamına gelecektir. Ayrıca hiçbir dizi böylesine köklü bir değişikliğe uğrayacak kadar uzun süre ekranda kalmaz. Köklü bir değişiklik gereksinimi duyuluyorsa bu dizinin başarısız olması demektir” (Mutlu, 2008: 171). Söz konusu değişiklikler dizinin kavramından uzaklaşmadan yapılmak zorundadır, çünkü eđer dizinin kavramı değişirse izler kitle de değişebilmekte ve böylelikle izlenme oranı da dűřme tehlikesi altına girebilmektedir. İzlenme oranının dűřmesi ise bir televizyon yapımı için kabul edilebilir bir durum olarak görülmemektedir.

Tüm bunların dışında senaryo yazımında istikrarı sağlamak için bir diğer önemli unsur ise karakterlerin devamlılığıdır. Elbette hikâyenin işleyişi bakımından karakterler baştan sonra aynı tempoda gidemez, onlar da süreç içerisinde değişecek ve evrilecektir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken bir durum var; başkarakterlerin bir süre sonra ikinci karaktere dönüşmemesi gerekmektedir. İzleyici bağ kurduğu ve sevdiği bir

karakterin başına gelecekleri izlemek için vaktinden ayırıp televizyonun karşısına geçiyorsa onu fazlaca görmek ister. Eğer istediğini bulamaz ise artık bir bağ kuramaz ve zamanla diziden uzaklaşabilir. Bu çerçeve içerisinde karakterlerin yazımında devamlılığın önemli olduğu söylenmektedir.

Tüm bu aşamaların ardından son aşama ise oyuncuların seçilmesi aşamasıdır. Karakterlerin özelliklerine göre bir oyuncu seçmesi yapılır. Yaş, kilo, yüz tipi vs. gibi dış görünüş unsurları belirleyici niteliklerden biridir. Örneğin bir aile babasını 20li yaşlarında genç bir erkeğin canlandırması beklenmemektedir. Senaryoya göre oyuncu seçimleri de yapıldıktan sonra yapım öncesi aşama biter ve artık yapım aşamasına geçilir.

“Buraya kadar olan saptamalardan anlaşılacağı üzere, televizyon dizilerinin üretim süreçleri, belli kuralları, zamansal ve maddi kısıtlamaları, geniş bir iş bölümü ve uzmanlaşmayı, nihayet belirli bir nicel üretim sürecinin tutturulmasını gerektirdiği için yığinsal üretim yapan bir fabrikanın işleyişini andırır” (Mutlu, 2008: 17). Çok fazla çalışanın çok farklı alanlarda emek verdiği dizi sektörü eğer izler kitle karşısında beklentiyi gideremezse hemen unutulmakta ve yerini bir yenisi doldurmaktadır.

3.2. DİZİ VE SERİYALLERİN ALT TÜRLERİ

Dizilerin alt türlerinin ayrımı yapılırken birçok farklı kuramcı birbirine çok benzeyen, sadece ufak noktalarda birbirinden ayrılan kuramlar geliştirmişlerdir. Genellikle bir dizinin türünü ana karakterlerin mesleklerine, aile ilişkilerine, aşk ilişkilerine, arkadaşlık ilişkilerine göre sınıflandırmak mümkün olabileceği gibi, dizinin ana karakterlerinin yaşına, cinsiyetine hatta medeni durumuna göre bile sınıflandırmalar yapmak mümkündür.

Fakat en yaygın ve kabul gören bir gerçek şudur ki dizi formatının en yaygın alt kategorileri başlıca karakterlerin mesleklerine göre ayrıldığı diziler olarak tanımlanmaktadır. Örneğin ana karakterlerinin polis veya dedektif olduğu, bir şekilde suçluları yakalamaya çalışan kişilerin hikayelerinin anlatıldığı polisiye dizileri, dizi türünün bir alt örneğidir. Meslek grupları söz konusu olduğunda, öğretmenlerin hikayeleri, avukatların hikayeleri, doktorların hikayeleri gibi farklı meslek gruplarından insanların yaşamına, iş koşullarına odaklanıldığında dizi formatının bir alt türündeki en önemli ayrımlardan biri mesleklere göre ayrımdır. Tüm bu meslek gruplarının ele alındığı dizilerin bazı ortak yönleri vardır; “genellikle iyi-köyü karşıtlığı üzerine

kurgulanırlar” (Mutlu, 2008: 175). Örneğin polisiye dizilerinde bunun matematiği çok açıktır: “suçlu kişi kötüdür ve onu yakalayıp adalete teslim etmeye çalışan polis ise iyidir” şeklinde gerçekleşmektedir.

3.2.1. Durum Komediteleri

“Gülünç olanı karakterden değil, durumlardan çıkarıp geliştiren komedya biçimi. Toplumsal konular ele alındığında yoğun bir içeriğe sahip olabileceği gibi, salt güldürmek amacıyla işlendiğinde daha çok düşülen durumları kurgulama ustalığıyla belirir” (Abisel, 2014: 92). “Televizyon durum komedilerinin dolaysız kaynağı radyodur. Ama radyo öncesi kökleri vodvil² skeçlerindedir” (Mutlu, 2008: 184). Durum komedilerinde bu skeçlerin, vodvil tiyatrosunun yarattığı o teatral etkinin izleri hala daha devam etmektedir. Örneğin durum komedilerinde sıkça görülen, komik anlarda gerek o an çekimde bulunan gerçek izleyiciden gelen kahkaha sesleri gerekse sonradan dijital ortamda eklenen gülme efektleri bu etkiyi sürdürmektedir. Sanki izleyici o an bir tiyatro oyunu izlemekte ve buna tepki vermektedir. Televizyon başındaki izleyici de bu sayede izlediği komedide nerede gülmesi gerektiğini bilecek, durumun içerisinde komiği fark etmese bile arayıp bulmaya şartlanacaktır.

Durum komedileri genellikle bir stüdyoda, kurulu dekor önünde, bazen izleyici katılımı ile bazen de izleyicisiz olarak, toplamda üç kamera kullanılarak çekilmektedir. Bu kameralar oyunu en iyi görecektik açılara yerleştirilmekte ve daha sonra kurgu aşamasında kameralardan en iyi açıyı hangisi yakaladıysa çeşitli kurgu yöntemleriyle görüntüler birbirine bağlanmakta ve o şekilde yayına verilmektedir. Yakın dönemde çok popüler olmuş ve bu bahsi geçen yöntemlerle çekilen durum komedilerine örnek olarak *Friends* ve *How I Met Your Mother* gibi yapımlar örnek gösterilmektedir.

Durum komedilerinin olay örgüsü dışında iki temel unsuru daha vardır bunlar karakterler ve dekordur. Bu unsurların her ikisi de dizilerin başından sonuna kadar vardır ve işlevseldir. Dekor dizinin yayınlandığı süre boyunca arka planda olduğundan ve sürekli görüneceğinden önemi tartışmasızdır. “Dekor sadece eylemin geçtiği yer değildir. Aynı zamanda karakterler ve dizinin tümüne ait öyküyü temel alan anahtar temaları göstermesi, yansıtması için merkez oluşturur” (Yaktıl Oğuz, 2002: 12). Durum komedilerinde karakterler de çok önemlidir. Bir hikâyeyi ya da durumu izleyici aktör ve aktrislerin canlandırmasıyla beraber karakter vasıtasıyla izler ve anlamlandırır.

²Vodvil: Hareketli, eğlenceli bir konuya dayanan, şarkılara da yer verilen hafif güldürü. (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 2021)

Dolayısıyla izleyicinin bir durum komedisini izlerken, kendinden bir parça bulması, belki çevresindeki bir başka bireye benzeyen karakteri görmesi, diziyi izlerken bir bağ kurmasını sağlamaktadır. Burada önemli olan karakterin samimiyeti, inandırıcılığı ve karakter ile izleyici arasındaki sıcak bağıdır. Bunun için aktörün yıldız bir oyuncu olması gerekmez, eğer bir sıcaklık varsa izleyici bunu hemen yakalamaktadır. Reiner bu durumu şu cümle ile özetler; “sıcak(lık) önemli bir kelimedir. Komik şeyler iyi, hoşlanılan kişiler tarafından yapılıncı daha çok gülersiniz” (Mintz, 1985’den akt. Yaktıl Oğuz, 2002: 12). İzleyicinin izlediği karakterle bir bağ kurması, izlediği yapımdan zevk almasıyla dolayısıyla da izlemeye devam etmesiyle paralellik göstermesi açısından önemli bir kavram olarak nitelendirilmektedir.

Genel olarak durum komedilerinde olay örgüsü ise; “karakterlerden birinin (genellikle ana karakterin) yaptığı iyi niyetli bir hatanın var olan düzeni (durumu) sarsması, karakterin durumu düzeltmeye çalışırken işleri daha da arapsaçına çevirmesi, sonuçta ya şansın yardımıyla ya da diğer karakterlerin yardımıyla hatanın giderilmesi ve durumun yeniden normale dönüşü” (Mutlu, 2008: 186) şeklinde gerçekleşmektedir. “Açıkça tanımlanabilen bir başlangıç, gelişme ve sonuç vardır. Bu karışıklık-çatışma-çözüm modeli tüm sorunların var olan düzen içerisinde çözümlenebileceğini ima [etmektedir]” (Yaktıl Oğuz, 2002: 11). Eğer olay örgüsü içerisinde bir karışıklık veya çatışma gerçekleşmezse, seyircide merak unsuru uyandıracak farklı konular geliştirilmelidir ancak bu kolay bir aşama olarak görülmemektedir. O nedenle iyi bir durum komedisinin içerisinde her zaman bir karışıklık veya çatışma ögesi olmak durumundadır.

Bu türün ele aldığı konulara değinecek olursak; “İlk yıllarında ahlak dersleri vermek için yazılan durum komedileri değişen dünyanın kurallarına uymuş ve tek ebeveynli aileler artmıştır, özellikle çalışan yalnız kadını konu alan feminist durum komedileri ortaya çıkmıştır” (Kula, 2000, s. 17). Kürtaj, kadın hakları, eşcinsellik gibi konular değişen toplumsal değerlerle beraber yavaş yavaş durum komedilerinin işlediği konular arasında yer almaya başlamaktadır. Örneğin yukarıda örnek olarak verilen Friends dizisinde ana karakterlerden biri olan Ross eşi Carol’un lezbiyen olduğunu fark etmesi ve Ross’a itiraf etmesiyle beraber eşinden boşanmıştır ancak tam bu sırada Carol hamile olduğunu öğrenir. Dünyaya gelen çocuk yetişirken annesi Carol ve annesinin kadın partneri Susan ile birlikte yaşar ancak Ross her zaman yanlarındadır ve oğlu için çaba gösteren bekar bir babadır. Yine aynı dizide Rachel karakteri başlarda hayatını

kurtarmak için zengin bir doktorla evlenme planları yapan, en büyük derdi tektaşının büyüklüğü olan bir karakter iken değişen toplum yapısına ayak uydurarak iş sahibi, kendi ayakları üzerinde durabilen, bağımsız bir kadına dönüşmüştür ve o da bekar bir annedir. Bu örnekten yola çıkarak durum komedilerindeki karakterlerin de gerçek yaşamdan izler taşıdığını söylemek mümkündür. “Durum komedilerinde görülen karakterler bizim gibidirler. Hem idealize hem de karikatürize edilmiş adaptasyonlarımız, karakter ile ilgili bir tanımlama yapmamızı sağlar” (Yaktıl Oğuz, 2002: 13). Karakterler ne kadar gerçek hayattan kesitler taşır ve izler kitleye benzer nitelikte olursa, izleme devamlılığının sağlanması da o kadar sürekli hale gelmektedir.

Durum komedileri genellikle yarım saat sürmektedir. 15 dakika ya da bir saate yakın olan durum komedileri de mevcuttur. Bölümler genellikle jenerik ile başlar, ardından reklam arası girer, sonra dizinin ilk kısmı ardından yine reklam ve daha sonra dizinin ikinci kısmı ve yine bir reklam arasından sonra bölümün olaylarının sonuca bağlandığı bir son kısımla beraber kapanış jeneriği akar ve bölüm tamamlanmış olur. Durum komedilerinde bu kadar çok reklam arasının verilmesinin bir sebebi vardır. Genellikle iyi durum komedileri özellikle prime time saatinde verilir. Bu da ne kadar çok izleyici o kadar hedefine ulaşan reklam ortamı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla iyi bir durum komedisinin izleyicisi ile etkin bir bağ kurması gerekmektedir. Bu sebeple durum komedilerinin toplumsal olaylardan da beslenmesi gerekmektedir. “Durum komedilerinin olay dizileri ister istemez güncel olaylar çerçevesinde döner dolaşırlar. Böylelikle bizi tartışmaların içine çekerler; tartışmalarda ise zorunlu olarak kazanan ve kaybeden taraflar vardır” (Berman’dan akt: Mutlu, 2008: 183). İster güldürme ister tartışma ister sorgulama yönüyle olsun iyi bir durum komedisi izleyicisinin yapımla bağ kurabildiği veya tartışabildiği durum komedisi olarak nitelendirilmektedir.

Olay örgüsünde rastlantı ve yanılmanın ağırlıklı olduğu, konu bakımından genellikle sıra dışı olayların/durumların ve tesadüflerle devam eden olayların olduğu durum komedileri, televizyon sektöründeki gelişmeler ve toplumun dolayısıyla izlerkitlenin de değişmesiyle beraber farklı kategorilerde sınıflandırılmışlardır. Durum komedilerini işledikleri konular, karaktere, geçtikleri mekan gibi unsurlara göre sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmaların başlıcaları “*aile, kadın-erkek, anababa-çocuk, bekar erkek, bekar kadın, profesyonel/askeri, azınlık, kırsal kesim, düşlemsel, kentsel ve parodiler*” (Kula, 2000: 17) olmak üzere Jhon Brynat tarafından sınıflandırılmış olan on bir alt kategoridir.

Bundan farklı olarak Rick Mitz durum komedilerini söyle sınıflandırmaktadır;

Doncoms: Aile yaşamını ve aile içinde gelişen durumları işler.

Kidcoms: Ana karakterleri çocuklardır ve bu çocukların başından geçen komik durumları işler.

Couplecoms: Genellikle iki kişi arasında geçen ilişkileri işler.

SciFicoms: Adından da anlaşılacağı üzere Bilim-kurgu temalı komedileridir.

Corncoms: Kırsal kesim merkezli durum komedileridir.

Etnicoms: Azınlıkların yaşamını işler.

Careercoms: Meslek hayatı üzerine kişilerin başından geçen durumları ele alan komedileridir.

3.2.2. Soap Operalar

“Soap operaların kökeni, Chicago’daki WGN adlı bir radyo istasyonunun, 1930 yılında kadın izleyicilere yönelik dramatik bir programın metnini yazmak üzere Ohio’lu öğretmen Irma Phillips’i işe almasına dayanır” (Mutlu, 2008: 226). Televizyonda yayınlanan ilk soap opera ise NBC tarafından yayınlanmış, 1950 tarihli The First Hundred Years isimli yapımdır. Bundan sonra birçok farklı ülke de kendi soap operalarını hayata geçirmeye başlamışlardır, örneğin bu soap operalar arasında en bilinen ve yayın ömrü en uzun olan yapımlardan bazıları şöyledir;

-Days of Our Lives: 1965 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde yayınlanmış ve Haziran 2020 itibari ile 54 sezona ulaşmıştır.

-The Bold and the Beautiful: 1987 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde yayına giren bu dizi ise Haziran 2020 itibari ile 33 sezon sürmüştür.

-Neighbours: 1985 yılında Avustralya’da yayın hayatına başlamış ve Haziran 2020 itibariyle 8,384 bölüme ulaşmıştır.

-East Enders: 1985 yılında İngiltere’de yayın hayatına başlayıp Haziran 2020 itibari ile 6,122 bölüme sahip bir soap operadır. (Oldest.com, 2020)

Bu listedeki yapımlar ve yayın sürelerinden yola çıkarak soap operaların aslında seriyal türünde olduğunu ve neredeyse bitmek tükenmek bilmeyen uzunluklarda devam ettiğini söylemek mümkündür.

Bu yapımların isminin soap opera olarak anılmasının nedeni ise çoğunlukla kadın tüketicilere yönelik ürünler üreten deterjan üreticilerinin reklamlarını, soap operaların yayın aralarında yayınlaması ya da özellikle bu yapımlara sponsor olarak bilinirliklerini ve pazar paylarını arttırma çabaları nedeniyle “soap” yani “sabun” olarak bilinmesine neden olmaktadır. “Bu programların gündüz saatlerinde yayınlanması ve sponsorluğunun kadınlara yönelik tüketim malları üreten firmalarca yapılması, hedef izleyici kitlenin kadınlar, özellikle de ev kadınları olduğunu ortaya koyuyor” (Mutlu, 2008: 227). Vaktinin çoğunu evlerinde geçiren kadınların, ev içindeki vakitlerinde de televizyon izleme alışkanlıklarının olması, ev kadınlarına hitap eden bu ürünlerin reklamlarının, yine ev kadınlarına hitap eden içeriklerin yayınlandığı saatte yayınlanması, şirketler ve reklamcılar açısından karşı konulamaz saat dilimlerinin oluşmasına neden olmaktadır.

Hedef kitlesinin kadınlar olması da soap operaların içerikleri ve biçimi üzerinde etkin rol oynamıştır. Bu seriyallerin maksimum izleyiciye sahip olması, izleyicilerde bir izleme alışkanlığı yaratması için çeşitli uygulamalar yapılmaktadır. Örneğin bu programların her gün yayınlanması, aynı saatte yayınlanması gibi etkenler seyircide devamlı izleme alışkanlığı kazanılması açısından önemli niteliktedir. Hikâyenin gidişatı ne olursa olsun soap operalarda asıl amaç kendini izlettirebilme, bunun için de neredeyse gerçek yaşamla eş zamanlı olabilme çok önemlidir. Hikâyeler sürekli gelişir, değişir, uzar ancak neredeyse bitimsizdir. İzleyici de soap operalarda gördükleri kraterlerle aynı zamanda yaşadıklarını veya benzer olaylar yaşadıklarını düşünebilmekte bu nedenle soap operalara bağlanmaktadır. “Soap Operaların izleyiciye her günlük işlerinden biran olsun uzaklaşma ve rahatlama imkânı sağlaması gerekirken, kendisi o işlerden biri haline gelmektedir” (Çetin, 1994: 148). Bu anlamda soap operaların bir seriyal türü olduğunu söylemek mümkündür.

Soap operaların izleyici kitlesini arttırmak amacıyla tasarlanmış olmaları sebebiyle konudan ziyade bu hedef kitlenin talepleri ön plandadır. Mutlu’ya göre hedef kitle olarak kadınların seçilmiş olması ise, bu türün biçim ve içeriği üzerinde belirleyici bir unsurdur, “bu kitle özellikle dayanıklı tüketim mallarından çok, hızla tüketilen maddeleri alımında söz sahibidir: yiyecek, temizlik ürünleri, giyim kuşam” (Mutlu, 2008: 232). Bu sebeple soap operalar aracılığıyla bu ürünleri üreten şirketler reklamlarını daha geniş kitlelere ulaştırabilmişlerdir.

Soap operaların genel özelliklerini Çetin şu şekilde sıralamıştır:

“1- Saop operalarda çok sayıda yan olay dizisiyle kurulan bir anlatı yapısı vardır. Söz konusu yapı türün çekiciliğini artırır. Anlatı yapısı tamamlanmamış bir mozağe benzer ve bu yapı izleyicinin programa etkin katılımını zorunlu kılar.

2- Olaylar çok yavaş, gündelik yaşam hızıyla ilerlemektedir.

3- En önemli ayırıcı özelliği her bölümün kapanışında olay dizilerinden birinin can alıcı noktaya ulaştırılması, bunun çözümsüz bırakılmasıdır.

4- Saop operalarda aksiyon konuşma örgüsü aracılığı ile aktarılmakta, konuşmalar genellikle iç mekana uygun bir edinim niteliği taşımaktadır. Anlatısının ağırlıklı olarak konuşmaya dayanması nedeniyle “resimli radyo” da denmektedir” (Çetin, 1994:149).

“Seriya anlatısının en önemli özelliği, kırılmalara, kesintilere ve tehlikelere açık bir şekilde sürdürülmesidir. Saop operaların olay örgüsünün geliştirilmesinde ‘belirsizlik’ ilgiyi canlı tutmada başvurulan önemli bir öğedir” (Tan Akbulut, 1994: 99). 1970’li yıllardan itibaren seriyallerin izler kitlesinin profili değişmeye başlamıştır. “İzleyici kitlesinin değişmesiyle birlikte, içerik özellikleri de değişmeye başlamıştır. Alkolizm, uyuşturucu bağımlılığı, çalışan kadın, feminizm, evlilik dışı kadın-erkek ilişkileri, cinsel devrim gibi toplumsal konulara yer verilmiştir” (Kula, 2000: 49). İzler kitlenin değişimi içeriklerin değişimini de beraberinde getirmektedir. Çünkü eğer bir yapım yeteri kadar kitleye hitap etmiyorsa devam ettirilmesinin bir mantığı yoktur. O nedenle tüm yapımcılar izler kitleye göre yapımlar üretmeye çabalamaktadır.

Sonuç olarak saop operalar dramatik anlatı yapısına sahip yapımlardır. “Saop opera türü, eskinin halk masallarının günümüzdeki modern bir versiyonu gibidir” (Mutlu, 2008: 257). İzleyiciler gerçek hayatın kaygılarından ve sıkıntılarından bir nebze de olsa saop operadaki dünyalarla bağ kurarak uzaklaşabilmektedirler. Bu bağın kurulması açısından, izler kitlenin gerçeklerinin dramatik bir şekilde yeniden izler kitleye aktarılması önemli nitelik taşımaktadır.

3.2.3. Bilim-Kurgu Dizileri

Bir tür olarak bilim-kurgunun ilk ortaya çıkışı öncelikle romanlarla olmuştur. Ardından sinema filmlerinde ve en nihayetinde televizyon dizilerinde varlığını sürdüren bu türün belli başlı özellikleri vardır. Tez çalışmasında ele alınan dizinin de bir bilim-kurgu dizisi olmasından dolayı bu türün ortaya çıkışı ile alakalı olarak kısaca tarihsel sürecinden ve özelliklerinden bahsetmek yerinde olacaktır.

“Fransızca kökenli genre’in karşılığı olarak kullanılan tür/janr sözcüğü, ortak özellikler gösteren varlıkların ya da nesnelerin, sınıflanıp belirli başlıklar altında bir araya getirilmesiyle oluşan grupları tanımlamaktadır” (Gökçem, 2019: 11). Sinemasal olarak tür terimi incelendiğinde ise Özden bu kavramı şu şekilde ele almıştır; “...benzer

temaların, benzer psikolojik ya da toplumsal çatışmaların dışavurumu sağlayan, temel bazı değişmez karakterleri barındıran, belirli tarihsel dönemler ve mekanlar içinde yer alan; hemen teşhis edilebilen görsel betimleme kalıplarına sahip olan filmlerdir” (Özden, 2014: 211). Bu tanım özellikle bilim-kurgu dizilerini açıklamak için de önemlidir. Dizi filmlerin sinema filmleri gibi olduğunu, sadece başı sonu belirli saatler dilimde olmak yerine haftanın günlerine bölünmüş ve devamı daima bir bölüm sonra gelecek olan birbirinin peşi sıra yayınlanan formatlardır. Bilim-kurgu dizilerinin de tür olarak, ele aldığı temaların sinema ile aynı olduğu söylenebilmektedir. Bu bağlamda bilim-kurgu türü için şunları söylemek yanlış olmaz; teknolojik gelişmeler ve bilimsel verilerin birlikte kullanıldığı, zaman ötesi, paralel evrenler, zaman yolculuğu gibi konuların işlendiği, bilgisayar, yapay zeka, yapay gerçeklik konularını barındıran, uzay, uzay yolculuğu gibi konular üzerine geçmişin tarihselliğine ve geleceğin ihtimallerine hikayelerinde yer veren, bunlara bağlı olarak da çeşitli görsel efektleri ve özel efektleri kullanan dizi türüne bilim-kurgu dizisi denmektedir.

Bilim-kurgu türü bilimsel olan gerçeklerden yola çıkarak ilerde olabilecek, yaşanması muhtemel veya yaşanması hayal edilen durumları da içinde barındırmaktadır. Nitekim bilim-kurgudaki kurgu sözcüğü de buradan gelmektedir. Oskay’ın konu ile ilgili açıklayıcı görüşü şu şekildedir; “...bilim-kurgu terkindeki bilim sözcüğü ile algılama, bilme, idrak etme sürecini; kurgu (fiction) sözcüğü ile yabancılaştırım olgusunu ifade etmekteyiz...” (Oskay, 2018: 40). Bilim-kurgu türünü diğer türlerden ayırmak için çok net ve kesin ayrımlar söz konusu olmamakla birlikte en azından türün içinde var olduğu zaman alıcının hemen anlayıp yorumlayabileceği çeşitli kodlar da mevcuttur. Örneğin bir dizide perilerin olması o diziyi tek başına bir bilim-kurgudizisi yapmaz çünkü ortada söz edilebilecek bilimsel bir öge yoktur, ancak dizinin içerisinde herhangi bir bilimsel kod ile birlikte, örneğin zamanda yolculuk kavramı ile birlikte periler de mevcutsa o zaman bu dizi kesinlikle bir bilim-kurgudizisi değildir demek yanlış olmaktadır. Bu nedenledir ki tür ayrımları yapılırken bir çok tür iç içe geçmektedir. Özellikle bilim-kurgu ve fantastik gibi. Burda ayrımı yapılması gereken önemli nokta şudur: “Bilimkurgu, bilimsel gelişmelerden, bilgi verilerinden yararlanılarak ortaya konan bir eserdir. Eğer bir eser bilimsel verilere dayanmıyorsa istendiği kadar hayal gücü ile süslenmiş olsun, hiçbir zaman için bir bilimkurgu eseri olma[maktadır]” (Alperen, 1996: 262). Kısacası yapımın içerisinde fantastik öğeler olması bir diziyi bilim-kurgu dizi yapmamakta, içinde bilime dair veriler varsa bilim

kurgu dizisi olarak adlandırılmasına olanak sağlamaktadır. Bilimsel herhangi bir yapının içerisinde de doğaüstü güçlerin bulunması aynı şekilde yapının sadece fantastik olduğunu gösterir nitelikte değildir. Yapının bilim-kurgu türü içerisinde değerlendirilmesi için mutlaka anlatı yapısında bilimsel gerçekliklere veya ihtimallere yer vermesi gerekmektedir.

Tarihsel süreç içerisinde 1900'lü yıllardan itibaren sanayi ve teknolojiadaki değişim, gelişim ve giderek artan hız gibi faktörler elbette hem bilim kurgu türünü kendi içinde geliştirmekte ve çeşitlendirmekte hem de bu türün sinema ve televizyona uyarlanması etkili olmaktadır. Daha önce sinema perdesinde çekimi zor hatta imkansız sayılan bir çok olgu, teknolojinin gelişmesi, görsel efektlerin gelişmesi, çeşitli kamera hareketlerinin adeta bir hile gibi gösrel ilüzyon yaratması gibi durumlarla birlikte zaman içerisinde çekilmesi mümkün hale gelmiştir ve sinemanın ardından televizyon da bu gelişmelerden etkilenmiş böylelikle bilim-kurgu dizilerinin çekimi de kolay hale gelmiştir. Sinema ve televizyon alanında hayata geçirilen ilk bilim-kurgu eseri 1902 yapımlı Ay'a Seyahat filmidir. Jules Verne ve H.G Wells'in romanlarından uyarlanma olan bu film Geoge Melies tarafından çekilmiştir. Abisel'e göre bu film Jules Verne'den esinlenmiş ancak bunu bir parodiye dönüştürmüştür. Ona göre bu film; "Yeni yüzyılın bilime ve teknolojiye yönelik yoğun ilgisini hafifçe alaya alırken, astronot, politikacı ve profesörlerle, onların aya ilişkin hayalleriyle zekice eğleniyordu" (Abisel, 2014:41). Bu ilk örnekten itibaren bir çok bilim-kurgu dizisi ve filmi hayata geçmiştir. "Tarihte iyi tür bilim kurgu yapıtlarının hep verili toplumun yerine daha gelişgenini kurmaya kararlı yeni sınıfların ortaya çıkış dönemlerinde ve bu sınıfların gelişkin üretici güçlere ve idrak yeteneğine sahip olmaya başladığı dönemlerde ortaya koyulduğu görülmektedir" (Kaplan ve Terek Ünal, 2011: 47). Tematik olarak benzer kodlara sahip olan ve yukarıda bahsedilen konuları işleyem bazı bilim-kurgu dizilerine ait örnekler aşağıda verilmektedir;

Savaş Yıldızı Galactica (Battlestar Galactica): Amerika'da ilk olarak 17 Eylül 1978 yılında ABC kanalında gösterime girmiştir. Yayınlandığı tarihlerde döneminin en pahalı yapımlarından birisi olmasına rağmen düşük reyting oranları sebebiyle yayın hayatı kısa sürmüştür. Dizinin konusu ise insan ırkı ile Cylon adı verilen robot ırkının savaşları üzerine kurulmuştur. "Yaşadıkları 12 gezegen, Cylon kolonileri tarafından yok edilen insanlar ağır kayıplar verir. Kaçıp kurtulabilenler liderliğini Galactica gemisinin yaptığı bir uzay gemisi filosuyla uzayda yolculuğa başlar" (Batum, Öteki Sinema,

2014). Bu yolculuk sırasında yapılan savaşlar ve yaşanılır olan dünyayı bulmak için gerçekleştirilen yolculuklar dizinin ana temasıdır.

Uzay Yolu (Star Trek): 1966 Yılında yayınlanmaya başlanan bu dizi de düşük reytinglerden dolayı 3. Sezonun ardından yayından kaldırılrsa da belirli kitleler üzerinde öyle büyük etkiler yapmıştı ki ardından sinema filmleri, çizgi romanlar ve çizgi filmlere dahi konu olmuştur. Çekildiği dönem itibariyle kullanılan özel efektlerin pahalılığı nedeniyle yayın hayatına son verilen dizi Kaptan Kirk, Spock, Sulu gibi karakterlerin bilim kurgu dünyasına kazandırılmasını sağlamış akıllarda yer eden bir yapımdır. Konu olarak yine uzay ve uzay yolculuğu, uzay savaşları, ışınlanma gibi hem bilimsel dayanağı olan hem de merak uyandıran konulara yer veren yapım en akılda kalan bilim-kurgu dizilerinden biri olarak nitelendirilmektedir.

25. Yüzyıl (Buck Rogers):1981 yılında yayınlanan bu dizi bir NASA astronotunun uzay macerasını ele almaktadır. 1987 yılından çok uzak bir zamana gönderilen Rogers isimli astronot bir kaza sonu komaya girer ve uyandığında kendisini 25. Yüzyılda bulur. Döneminin büyük bütçeli yapımlarından olan dizi aynı zamanda dönemin yıldız oyuncularına da yer vermiştir. Zamanda yolculuk, uzay yolcuğu gibi konular bu dizinin de ana konusunu oluşturmaktadır.

Uzay, uzay yolculuğu, uzay savaşları gibi kavramların hem sinemada hem televizyonda kendisine bolca yer bulduğu 1960-1980’li yılların ardından meydana gelen teknolojik yenilikler ve devrimler de hiç kuşkusuz bilim-kurgu dünyasında da yerini almıştır. 2000’li yıllarla birlikte girdiğimiz milenyum çağı bilgisayarlar, cep telefonları, internet, yapay zekâ gibi kavramların geliştiği ve hızlıca popüler olduğu bir çağdır. Dolayısıyla yakın döneme geldiğimizde artık bilim-kurgu dizilerinin uzay ve uzay yolculukları ile birlikte robotlar, yapay zekaya karşı savaş, distopik gelecek dünyaları, post-human, teknolojik felaketler karşısında yalnızlaşan insanlar, yarı robot yarı insan yaratıklar gibi konuları işlemeye başladığı görülmektedir. Örneğin çalışmanın ilerleyen bölümlerinde incelenecek dizi Black Mirror gelişen teknoloji karşısında insanların yalnızlığı, bireyselliği, çaresizliği, akıllı robotlar karşısında insanların zayıflığı vs. gibi konulara bölümlerinde yer vermektedir. West World isimli dizi ise yakın bir gelecekte gelişen teknoloji ile birlikte insanların (özellikle zengin ve ayrıcalıklı kesimin) yaşamak istedikleri hayatları çok büyük platolar içerisinde ultra-gerçek robotların arkadaşlığı ile birlikte istedikleri gibi yaşayabildikleri bir düzeni anlatmaktadır. Zamanla bu robotların da duyguları hissetmeye başlamasıyla birlikte gerçeklik algısı kırılmakta ve insanın

içinde var olan şiddet güdüsü ortaya çıkmaktadır. Böylesine büyük ve gelişmiş teknolojik dünyaların içinde dahi insanın içgüdülerini korumaya çalışmasını ve bunu, yaşanması muhtemel olan bir geleceğin içerisinde başarıyla anlatan yapım yakın döneme damga vuran işlerden birisi olmuştur. Love, Death, Robots isimli yapımda yine yakın dönemde hayata geçen ileri teknolojik dönemlerin anlatıldığı her biri farklı bölümlerden oluşan bir yapımdır. Genel teması ise ileri seviye teknolojinin insanlarla asla uyum içerisinde olmadığını, bir şekilde insanların yalnızlaştığını aktaran yapay zekâ ve insan çatışması olmakla birlikte zamanda yolculuk, post-human, distopik gelecek gibi konuları işlemektedir.

3.2.4. Bilim-Kurgu Dizilerinin Alt Türleri

Bilim kurgu dizileri her ne kadar teknoloji ve bilim ile ilgili konuları tema olarak kullansa da bu temalarla birlikte, özellikle gelecek temalı yapımlar üretilirken ütopya ve distopya gibi kavramları da kullanmaktadır. Teknoloji, zamanda yolculuk, ışınlanma, uzay vs. gibi konular bir bilim-kurgu dizisinin öz hikayesini oluşturmakta temel nokta olarak alınsa dahi bu hikayelerin genel temaları, konuları ele alış şekilleri, bu konulara karşı genel tutumları ve yaklaşımları da bilim kurgu dizilerinde genellikle iki anlatım türü ile gerçekleştirilmektedir. Gelecek temalı bilim-kurgu dizilerinde, eğer daha karamsar ve kötücül bir dünya düzeni anlatmak hedefleniyorsa ise distopya anlatı türü, daha iyicil bir düzen anlatmak isteniyorsa da ütopya anlatı türü kullanılmaktadır.

3.2.4.1. Bilim-Kurgu Dizilerinde Ütopya Kavramı

Ütopya kavramı genel itibari ile, ideal toplum düzeninin nasıl olması gerektiğine dair yöneltilen sorulardan doğan ve bu sorulara çözüm arayan, ideal olan yönetim şekillerinin, toplumun, hiyerarşik sistemlerin tasarlanması fikrinden oluşmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde 1516 yılında Thomas More'un kaleme aldığı "Ütopya" isimli eser, bu türün yazınsal ilk örneği olarak gösterilmektedir. "More'un çalışmasından sonra 'ütopya' sözcüğü edebi/felsefi bir türün adı haline gelmiş ve More'un eserinden önce ya da sonra yazılması fark etmeksizin, ideal bir devlet ya da toplum kurgulayan her eser, türü bakımından ütopya olarak değerlendirilmiştir" (Kurtıylmaz, 2020: 17). More'un Ütopya isimli eseri daha iyi yaşama, ideal olana karşı duyulan merak, beklenti, istek ve önerilerle şekillenmektedir. Bu iyicil yaklaşımın kendisinden önce verilmiş benzerlerinden farkı ise More'un bu ideali ararken beslendiği kavram olan sosyalizm ideolojisine dayanması olarak görülmektedir. "İnsanların eşit ve kardeşçe yaşama sevinçlerini deneyimleyebilecekleri toplumun kurgulanarak siyasetle birleştirilmesi,

ütopyacı arzusunun daha önceki kristalleşmelerinden farklı şekilde o döneme kadarki edebiyatta yapılmamış bir durumdur” (Bayraktar, 2018: 6). Bu nedenle Thomas More’un Ütopyası ilk olarak nitelendirilmektedir. İlerleyen dönemlerde de Ütopya kavramı hem edebi metinlerde kullanılmaya başlanmakta hem de felsefî bir kavram olarak boyut kazanmaktadır. Ütopya temasına ait eserlerden; “Devlet” (Platon), “Güneş Ülkesi” (Campanella), “Yeni Atlantis” (Francis Bacon) gibi eserler en bilindik ütopyalar olarak gösterilmektedir.

Ütopya kavramının ortaya çıkışına bakıldığında en önemli gelişmenin, Rönesans döneminin yaşanması olduğu düşünülmektedir. “İtalya’da ortaya çıkan ‘yeniden doğuş’ hareketi tüm Avrupa’yı kısa sürede etkilemiş bireyselliğin merkezde tutulduğu hümanizm düşüncesi, coğrafi keşifler, sanat ve bilim dünyasındaki gelişmeler ve usçu düşüncenin hakimiyeti insanoğlunu bir ütopya arayışına sokmuştur” (Civelekoğlu, 2017: 17). “Ütopyacılık düşüncesi genelde Batı edebiyatına atfedilse de birçok kültürün edebiyat ve düşün geleneğinde ütopya düşüncesi bulunmaktadır. İnsanoğlu, geçmişten günümüze ideal toplum düzeninin peşine düşmüştür” (Atasoy, 2017: 55). Ütopyalardaki hayali ve ideal düzen bir gerçeklik olarak var olmamaktadır. Gerçeklikten ziyade bir kurmaca veya bir öngörü olarak nitelendirilmektedir. “Ütopyalar, çoğunlukla geçmişe dönük bir özlem, asla ulaşılamayan altın çağ, yeryüzüne yeniden dönüş gibi temalara yer vermektedirler” (Yürür, 2017: 87). Dolayısıyla ütopyanın tanımı geleceğe dair bir iyimser öngörü şeklinde yapılmaktadır, çünkü gelecek insanlık için bilinmez bir zaman dilimidir ve gelecek ile ilgili kesin verilerden bahsetmek olanaksız görülmektedir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte Ütopya kavramı Bilim-kurgu türü içerisinde de yerini almaktadır. Yazınsal olarak ilk başlarda gezi edebiyatıyla birlikte bir tür olarak kullanılmakta olan Ütopya kavramı zamanla gezi edebiyatının serüven temalarının bilim-kurgu türü ile birleşmesiyle birlikte, bilim-kurgu türünün de yer verdiği temalardan biri haline gelmektedir.

“Ütopya, ilk olarak yolculuk ve serüven anlatılarına olan hayalci etkileri gibi, bilimkurgu türünün sadece bilimsel ve teknolojik yenilikleri ön planda tuttuğu ilk dönemlerini de etkilemiştir. Gezegenimiz dışında ya da sular altında gerçekte var olmayan yerlerin yeni icatlar vasıtasıyla ya da geleneksel yöntemlerle veyahut da başka şekillerdeki keşfinin, dönemine alternatif sunması bakımından ütopya türünün bir özelliğidir. Bu iki türün kesişimi, geleceğe yönelik umut ve korkularımızı bilim ve teknolojiyle ilintileyerek yansıtabilme becerisiyle başlamıştır” (Bayraktar, 2018: 8).

Ütopya kavramı tarih boyunca her zaman merak edilenin araştırılmasıyla da ilinti bir kavram olarak var olmaktadır. “Ütopya düşüncesinin cazip olmasının, insanlara

mutluluk vaadini sunması ile ilişkili olmasının yanı sıra, ulaşılabilir olanın peşinden gitme isteği de insanların ütopyalara karşı ilgisini artırmıştır. Ortaya çıktığı andan itibaren ütopya kavramı insanlara hep uzaklarda iyi ve arzulanan bir hayatı vaat etmiştir” (Kavas, 2019: 9). Bilinmeyen her şey merak uyandırmaktadır ve insanlık tarih boyunca merak ettiği şeyin peşinden gitmiştir. Dolayısıyla ütopya da merak edilen gelecek öngörülerinin iyimser yansımaları olarak sunulmaktadır.

Birçok kuramcıya göre Ütopyanın doğuşu dinsel temellere dayanmaktadır. Din öğretilerinde her zaman iyi, güzel ve bilinmez olan cennet kavramı, ütopya ile birlikte gelecekte dünyanın düzeninin ideal versiyonu olarak görülmekte ve ütopya dünya üzerindeki cennet çağrışımı yapmaktadır. Zamanla bu yaklaşım da yerini daha gerçekçi boyutlara bırakmaktadır. Çünkü “Dinin öteki dünyaya dair bir kaygısı varken ütopyanın ilgisi bu dünyadadır” (Kurtyılmaz, 2020: 22). Dolayısıyla ütopya kavramı dünyadaki cennet fikrini, yani ideal olan yaşam düzenini gelecekte fakat yine insanlığın yaşamını sürdürdüğü salt dünya üstünde aramaktadır.

Sinema ve dizi türleri için söz edilmesi gerekir ise, bu türün ekranlara taşınmasında bilim-kurgu türü ile paralellik olduğu görülmektedir. Bilim-kurgu türü genel itibarı ile gelecek temalarını teknoloji ile birleştirerek çeşitli öngörülerde bulunmaktadır. Bu öngörülerin iyi ve ideal olanı anlatması ise sinema ve televizyonda ütöpik eserlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Sinema ve dizi sektöründe net bir şekilde Ütöpik bir film ve dizinin varlığından söz edilememektedir. Yapımların çoğu ütöpik öğeler barındırır da geleceğe dair bir karamsarlık ve korku temasını daha yoğun kullandıklarından dolayı aslında distopya türüne örnek teşkil etmektedirler. Fakat yine de örnek vermek gerekirse son yıllarda popüler olan dizilerden Westworld isimli yapımın içindeki ideal dünya düşünceleri ütopya olarak tanımlanmaktadır. Zira dizide ne zaman olduğu bilinmeyen bir gelecekte çok ileri teknolojik yöntemler kullanılarak oluşturulmuş bir sanal gerçeklik dünyası bulunmaktadır. Western temasının kullanılarak oluşturulduğu bu dünyada tüm insanlar aslında birer yapay zekâ ürünüdür. Kendi yaşamından bunalmış, sıkılmış “gerçek” insanlar ise belirli ücret karşılığında bu dünyaya adım atma şansına sahip olmaktadırlar. Kusursuz şekilde yaratılmış bu nostaljik dünyaya giriş yapan bireyler ne isterlerse elde edebilmekte, beğenmedikleri bir olay örgüsü ile karşılaştıklarında ise bunu tamamen değiştirebilmektelerdir. Bireysel olarak kendi ideal dünyalarını yaratmaktadırlar. Dolayısıyla burada yapım içinde bir ütopya bahsetmek mümkündür çünkü dizide bu dünya her bir birey için ideal olanı temsil eden

unsurlar bulunmaktadır. Zamanla hikâyenin akışı distopik bir hal almaktadır, fakat teknoloji sayesinde üretilen bu sanal gerçeklik dünyası içerisinde, bireylerin hedeflediği şekilde yaratılan dünyanın veya dünyaların birer ütopya olması, dizinin temalarından birinin ütopya olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak ütopya kavramı gelecek temalı “ideal” yaşam biçimlerini, dünya tasvirlerini tasarlamaktadır. Bunun gelecek ve teknoloji kavramlarıyla birlikte harmanlanması da ütopya kavramının bilim-kurgu türü ile paralellik göstermesine, zamanla da bilim-kurgu türünün bir alt türü olarak gösterilmesine sebep olmaktadır.

3.2.4.2. Bilim-Kurgu Dizilerinde Distopya Kavramı

“Ütopya sayesinde, insanoğlu umudunu ve iyimserliğini kaybetmemeye çalışmıştır. Ancak, 20.yüzyıldaki savaşlar, ekonomik krizler, çevresel etmenler, teknolojik gelişmeler ve insanlık dışı olaylar, ütopya düşüncesinin sarsılmasına yol açmıştır” (Atasoy, 2017: 55). Bu gibi nedenler, ütopyan düşüncüyü sarsarak yerine, ütopyanın zıttı olarak görülen distopya kavramının hayat bulmasında etkili olmaktadır.

“Ütopya, yaşanılan dönemde var olan sorunlara alternatif olarak tasarlanan yeni bir dünya yapısı çizerken iyiye odaklanmasıyla öne çıkmaktadır. Distopya; siyasi yozlaşma, kadın haklarının yok edilmesi, yabancılaşma, totaliter yapı, bürokrasi, toplumsal tabakalaşma, teknolojik ve sosyal kontrol gibi konuların ne gibi sonuçlar doğurduğunu ve gelecekteki boyutunu öne çıkaran kurgusal bir dünya tasviridir” (Ülger, 2018: 13).

Geleceğe dair tüm korku ve endişeler, teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte yerini dönüşmeye başlayan birer gerçekliğe bırakmaktadır. Dolayısıyla hem bu tarihsel arka plan hem teknolojiadaki inanılmaz değişim hem de geleceğe dair korku ve merak ortamı distopya kavramının temelini oluşturmaktadır. “Kelimenin kökenine bakacak olursak; Yunanca “kötü, istenmeyen” anlamındaki “dys/dis” ön eki ile “toprak, vatan, ülke, yer” anlamlarına gelen “topos” kelimesinin bir araya getirilmesi ile oluşturulan distopya kelimesinin ilk defa John Stuart Mill tarafından 1868 yılında Avam Kamarası’nda yaptığı bir konuşmada kullanıldığı ifade edilmektedir” (Vural, 2011: 17).

Distopya terimi, ütopya teriminin zıttı, karşıt düşüncesi olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlarla birlikte distopya kavramı aynı zamanda karşı-ütopya, kakotopya gibi isimlerle de anılmaktadır. Genel olarak distopya türünün en belirgin özelliği, geleceğe dair yaşanması beklenen, yaşanma ihtimali yüksek olan karamsar ve kötücül öngörülerini anlatarak, topluma bir ayna tutmak olarak görülmektedir. Distopya, çeşitli tehlikeleri önceden görerek, yorumlayarak, ihtimalleri sıralayarak topluma bir korku, bu korkuyla beraberde bilinç aşılama amacı taşımaktadır. “Bu tehlike[ler] bazen, makineleşen bir

toplumda insanın duygu, düşünce ve değer sistemlerine; kısacası kendine yabancılaşarak bildiğimiz insanlığın yok olup gitmesi, bazen de insan özgürlüklerinin, demokratik hakların kurulacak bir despotik devlet tarafından yok edilmesidir” (Yumuşak Canbaz, 2012’den akt. Kurtyılmaz, 2020: 44). “Bu sebeple distopik anlatılar ütopyaların aksine gerçekleşmesi daha muhtemel, gündelik kaygıları daha net bir biçimde yansıtan anlatılardır” (Yürür, 2017: 89). Doğal olarak buradan şu çıkarımı yapmak mümkündür; distopya kavramı genel hatları itibarı ile kötücül, negatif, denetimli bir sosyal yapılanmanın gelecekteki etkileri, teknolojinin insan varlığına etkileri gibi konuları düşünce sistemi içinde barındırmaktadır.

“Distopyaların, başarısızlıkla sonuçlanan ütopyaların bir sonucu olduğunu söylemek veya bunun imasında bulunmak, aynı zamanda onların ütopya ile dirsek teması içerisinde olduğunu da kabul etmektir. Burada, bir neden sonuç ilişkisi söz konusudur ve bu neden sonuç ilişkisinde, distopyaların varlık nedeni olarak ütopyaların varlığı gösterilmektedir” (Soysal, 2018: 17). Bu bağlamda distopyalar çıkış noktalarını ütopyaların temalarına bir karşı çıkış, başkaldırış veya kendine özgü bir yorumla biçimi olarak şekillenmektedirler.

Distopyanın bilim-kurgu türünün alt türü olmasındaki nedenler de benzerdir. Bilim-kurgu türü, bilimsel olanı ele alırken geleceğe dair teoriler üretmekte ve bunu izleyicisine sunmaktadır. Bu teoriler genellikle; teknoloji karşısında yok olan insan, insan karşısında yok olmakta olan doğa, insan ve uzaylı savaşları, yok olmak üzere olan dünyada bir insanın ya da küçük bir azınlığın yeni bir yaşanılır dünya yaratma çabası, değişen siyasal rejimler sonucu toplumsal iç karışıklıklar vs. gibi, çoğu zaman, teknolojinin de büyük etkisiyle daha karamsar hikayelerin anlatıldığı dizi ve filmler distopik dizi ve filmler olarak nitelendirilmektedir. Distopyaların genellikle içinde bulundukları topluma mesajları bu toplumun zayıf taraflarını eleştiren, sorunlara çözümler üreten, izleyiciye eleştirel bir bakış açısı kazandırmaya çalışan yönleri bulunmaktadır. Özellikle film ve dizi sektöründe bu bakış açısı çeşitli distopik bilim-kurgu film ve dizileri ile aktarılmaktadır.

Bu yapımlarda hikâye genel olarak “hayali bir toplum düzeninde genellikle birey/ana karakter ve sistem arasındaki çatışmadan [doğmaktadır]” (Atasoy, 2017: 61). Birçok yapımın ortak özelliği makinelere karşı veya teknolojiye karşı savaşan insanların dünyasından oluşmaktadır. “İnsanlar yalnızca belirli bir sonucu elde etmek ya da öngörmek üzere bilgi işleyen makineler olarak görülmeye başlandığında sözde ‘nihai

ürün', çoğunlukla distopik bir toplum olacaktır" (Dima-Laza, 2017: 258). Bu bağlamda birey ve sistem arasındaki çatışmanın, makinaların hâkim olduğu bir dünyada bir de makinalar ve birey arasındaki savaşın görüldüğü yapımlar distopik bilim-kurgu türü altında incelenmektedir. Çoğu distopik yapımda kapitalist sistemin, yöneticilerin, iktidarın bir şekilde bireyin bilgiye ulaşma hakkına gasp ettiği de görülmektedir. "Distopyalarda kurgulanan iktidarlar -ki bu kurgularda gerçeklikler yol gösterici olmuştur bilgiyi üretmeyi, var olan bilgiyi kendi istediği gibi denetlemeyi ya da ortadan kaldırmayı hedefler" (Kocabey Şener, 2017: 283). Dolayısıyla bazı distopik eserlerde de bireyin iktidarla mücadelesi, bilgiye ulaşmadaki zorluklar, bilgiyi değiştirebilme gücü ve bilgi sayesinde kitleleri etkileme gücü çerçevesinde şekillenmektedir. Bilgiye sahip olmak, özellikle teknoloji çağında güce sahip olmakla eşdeğer niteliktedir.

Sinema ve televizyonda bilim-kurgu türü de geleceğin dünyasını ve o dünyada varlığını sürdüren insanların yaşantılarını konu edinmektedir.

"Esasen şimdiki zamanı eleştirmek için yola çıkan bilimkurgu, kimi zaman şimdiki zamanın acılarını geleceğin dünyasına da taşıyarak karamsar (distopyan) bir gelecek tasavvurunda bulunur; kimi zaman da bu eleştireliliğini şimdiki zamanı aşmanın yollarını arayarak, deneyimlenmemiş olanın peşinde koşarak ve böylece 'mutlu bir gelecek kurabilme potansiyelinin' olduğuna işaret ederek iyimser bir betimlemeyle (ütopyan) yapar" (Kaplan ve Terek Ünal, 2011: 44).

Her şekilde bilim-kurgu türünün ütopyan anlatımdan da distopyan anlatımdan da beslendiğini söylemek mümkündür. Bu yönetmenin veya senaristin film ve dizide işlenen temaya bakış açısıyla da doğru orantılı olarak şekillenmektedir. Ele alınan konuya ütopyan ya da distopyan yaklaşmak yönetmen ve senaristin tercihi olabilmektedir. Bu bağlamda her iki türün de birbirini destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Distopik eserlerin "Sinema için başlangıç noktası Frietz Lang'ın 1927 yapımı Metropolis filmidir. Bu öykülerin çoğunu bulunduğu dönemin politik atmosferi ile ele almak gerektiği açıktır Ancak türün özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde çok yaygınlaştığını söylemek hata olmaz" (Saygılı, 2020: 57). Bu dönem savaşlar, soykırımlar, ekonomik sıkıntıların olduğu bir dönem olarak nitelendirilmektedir. Böylesi iç karartıcı bir ortamda geleceğe dair tasvirler yapılırken veya geleceğe dair beklentiler düşünülürken karamsar ve umutsuz olmak kaçınılmaz görülmektedir. Bu bağlamda her distopik eserin içinde bulunduğu çağın sosyolojik gerçekliğine göre şekillendiğini belirtmek gerekmektedir. Sinemada Metropolis bir başlangıç niteliği taşımakla beraber kendinden sonra gelen başka önemli yapımlara da öncülük

etmektedir. Sinemada var olan bu önemli yapımlardan bazıları; “Fahreheit 451”, “Otomatik Portakal”, “1984”, “Blade Runner”, “Matrix”, “Son Umut”, “Açlık Oyunları” gibi yapımlardır ve her bir yapım içinde bulunduğu çağın ve toplumun izlerini taşıması açısından ayrı ayrı öneme sahip olmaktadır.

Distopik temaları işleyen bilim-kurgu dizilerine ise “Damızlık Kızın Öyküsü”, “Love, Death&Robots”, “Stranger Things”, ve bu tezin konusu olan “Black Mirror” gibi yapımlar örnek teşkil etmektedir. Aynı sinemada olduğu gibi dizi sektöründe de genellikle gelecek temalı olan bu yapımlar, geleceğe dair karamsar, korku dolu portreler çizmektedir. Bazıları günümüzde geçmekte fakat günümüz toplumunu da karamsar ve kötücül bir bakış açısıyla anlatmaktadır. Örneğin Love, Death&Robots isimli yapımın her bir bölümü farklı hikâye ve konuları ele almakta, kimi gelecekte kimi ise şimdiki zamanda geçen senaryolara sahiptir. Fakat genel hatları itibarı ile bölümlerin çoğu farklı bir zamanda veya gelecekte geçmekle birlikte, aşırı gelişmiş bir teknoloji çağını tasvir etmektedir. Bu çağda bireyler makinalar karşısında genellikle güçsüz veya yok olmuş olarak gösterilmektedir. Bazı bölümler şimdiki zamanda geçmekle birlikte yine teknoloji ve teknolojinin bireyi yalnızlaştırmasını konu edinmektedir. Bazı bölümler ise çok uzak olmayan ve gerçekleşmesi muhtemel gelecek tasvirleri yaparak iklim krizi, su sorunu, dünyanın yok oluşu gibi sorunlara dikkat çekmektedir. Tüm bu öğeler birleştirildiğinde de hem bu dizinin hem de benzer temalar işleyen diğer yapımlar gibi “Black Mirror” dizisinin de birer distopya örneği olduğu görülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖSTERİ TOPLUMU KURAMI BAĞLAMINDA BLACK MIRROR DİZİSİ İNCELEMESİ

1. ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ

Modernizm, sanayi devrimi, üretimde makineleşme, kentleşme, teknoloji ve internet gibi kavramların gelişmesi ile, bireylerin sosyal yaşam pratiklerinin değişime uğradığı gözlemlenmektedir. Bu değişikliklerde tüketim toplumu ve gösteri toplumu gibi kavramların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Günümüzde hızla değişen ve gelişen teknoloji, internet, sosyal medya gibi platformlar sayesinde bu değişim hiç bitmeden, çeşitli şekillerde evrilerek devam etmektedir. Tüketim ve gösteri kavramlarının, özellikle sosyal medya platformları ile paralel şekilde ilerlemesi ve gelişmesi, bu kavramların dizilerde ana tema olarak kullanılmasına da zemin hazırlamaktadır. Bu temaları bünyesinde barındıran Black Mirror isimli dizi, bu kavramlara bakış açısı, bu kavramları ele alış şekli ve vermek istediği mesajlar yönüyle, tez konusunun genel çerçevesini oluşturmaktadır.

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmada “Gösteri Toplumu” kavramının, “Tüketim Kültürü” ve “Tüketim Toplumu” ile ilişkisi üzerinde durularak, Black Mirror isimli dizide bu kavramların izler kitleye ne gibi göstergesel kodlarla aktarıldığı, tüketim ve gösteri kavramlarının birey ve toplumun nezdinde nasıl bir konumda olduğu, Black Mirror dizisinin bakış açısıyla bu kavramların aslında ne ifade ettiği açıklanmaya çalışılmaktadır.

Daha önce televizyonda ardından da dijital platformlarda yayın yapan hiçbir bilim-kurgu dizisi Black Mirror kadar tüketim ve gösteri kavramlarını bünyesinde barındırmamıştır. Bu anlamda Black Mirror dizisi bir ilk niteliği taşımaktadır. Dizinin bölümlerinin gösteri ve tüketim çerçevesinde incelenmesine dair daha önce bir çalışma bulunmadığından bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ VE ÖRNEKLEMİ

Bu çalışmanın genel hipotezi “Black Mirror dizisi gösteri ve tüketim toplumu içerisinde bireyin tüketim alışkanlıkları ve davranış biçimleri ile ilgili kodlar içermektedir” şeklinde oluşturulmaktadır. Alt hipotezlerini ise “Black Mirror dizisi gösteri toplumu ve tüketim toplumu kavramlarını distopik bir bakış açısıyla ele

almaktadır” ve “Black Mirror dizisi ele aldığı konular bağlamında günümüz toplumuna ayna tutmaktadır” önermeleri oluşturmaktadır.

Tez çalışmasının evrenini Black Mirror dizisinin toplam 22 bölümü; örneklemini ise, Black Mirror dizisindeki tüketim ve gösteri unsurlarını içeren; dizinin beş sezonunda bulunan beş farklı bölüm oluşturmaktadır. Bu konuda bir sınırlandırılma yapılmasının en önemli nedeni dizinin bölümlerinin fazla olmasıdır. Bu çalışma için açıklanmak istenen bulgulara dair örnek teşkil etmesi açısından her sezon içerisinde bir bölümün amaca yönelik örneklem çerçevesinde seçilmesi uygun görülmektedir. Bu bölümler sırasıyla şu şekildedir;

- On Beş Milyon Hak (1.Sezon 2.Bölüm)
- Beyaz Ayı (2.Sezon 3.Bölüm)
- Dibe Vuruş (3.Sezon 1.Bölüm)
- Arkangel (4. Sezon 2.Bölüm)
- Rachel, Jack ve Ashley Too (5.Sezon 3.Bölüm)

1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE METODOLOJİSİ

Black Mirror dizisinde yer alan gösteri ve tüketim kavramları genel olarak; bireyin tüketme ve tüketimi gösterme eğilimleri üzerinden araştırılacağından, anlamı çözümlmek için daha uygun olduğu düşünüldüğünden, çalışmanın temel yöntemini “göstergebilimsel çözümleme” oluşturmaktadır.

Bu bağlamda Black Mirror dizisinin incelenecek bölümlerine dair yapılacak olan yorumlar, kodlar, gösterge/gösteren/gösterilen ve yan anlam/temel anlam kavramları, Black Mirror dizisinin, tüketim ve gösteri olgularına bakış açısını incelemek açısından önem taşımaktadır. Bununla birlikte, belirlenen kuramsal çerçeve doğrultusunda bazı bölümleri incelenecek olan Black Mirror dizisine dair, göstergebilimsel kavramlar doğrultusunda, karşıtlıklara, zıtlıklara da yer verilerek, dizisel çözümleme yapılacaktır.

Göstergebilim en genel tanımı itibari ile bir şeyin yerini alabilecek bir nesne, olay, olgu, varlık vs. gibi adlandırılan çeşitli göstergelerin iletişimde anlama ve anlamlandırmayı sağlayan boyutunu inceleyen bir bilim dalıdır. “Diğer bir anlatımla: Özellikle “şey”leri anlamlandırmada ve çözümlemede yararlanılan göstergebilim; bir metin içinde var olan anlamlı dizgeleri göstergeler aracılığıyla okumak, kodları anlamlandırmak, dizi, dizim, metafor ve metonimi ile metinler arası ilişkileri

değerlendirmek, ima edilen anlamların altında yatan ideolojiyi ve kültürü arama yaklaşımlarıdır den[mektedir]” (Yıldız, 2021: 13). Çağdaş göstergebilimin kurucusu Saussure olarak görülmekte ve Saussure göstergebilimi açılarken semiyoloji kavramını kullanmaktadır. Bu kavram Türkçe’ye göstergebilim olarak aktarılmaktadır. “Saussure göstergeyi, gösteren ve gösterilen olmak üzere ikili bir yapı çerçevesinde ve kültürün de etkisini göz önünde bulundurarak ele alm[aktadır]” (Kırdar, 2021:104). “Her gösterge görüntü, nesne ve ses ‘gösteren’ (göstergenin fiziksel boyutu) ile temsil ettiği kavram yani ‘gösterilen’den (göstergenin kavramsal boyutu) oluşmaktadır. Göstergebilimde ‘gösterge’ sözcük, görüntü ya da anlam üreten herhangi bir şey olabilir. Her gösterge, ‘gösteren’ yani göstergenin maddesel, fiziksel varlığı ve ‘gösterilen’ denilen kavramdan meydana gelmektedir” (Parsa ve Parsa, 2004: 8).

Bu çalışmada gösteren ve gösterilen kavramlarının birlikte oluşturduğu yan anlamlar incelenecektir. “Yananlam, anlamın ikinci düzlemine gönderme yapmaktadır. Buna çağrışımsal anlam da denilebilir. Göstergede yananlam, onu kullananların duyguları ve kendi kültürel değerleriyle karşılaştığında oluşan etkileşim de yine bu süreçte yer almaktadır” (Parsa ve Parsa, 2004: 59). Bu noktada göstergebilimsel çözümleme yapılırken, göstergelerin oluşturduğu yan anlamları inceleyerek dizinin vermek istediği mesajlar üzerinde çıkarım sağlanabilmektedir. “Ancak göstergebilim temel anlamsal malzemeyi sağlamaktadır, yan anlamları çözümlemek içinse; ideolojilere, mitlere, antropolojiye ve psikanalize yönelmek gerekmektedir” (Kula Demir, 2004: 180). Bu bağlamda göstergebilimin inceleme alanının geniş olduğu ve disiplinler arası kullanılan bir metot olduğu görülmektedir. Bu nedenle incelenecek olan Black Mirror dizisindeki yan anlamlar ve göstergeler, tüketim ideolojisi ve gösteri toplumu kavramları çerçevesinden ele alınmaktadır.

2. BLACK MIRROR DİZİSİ

Çalışmanın bu bölümünde Black Mirror dizisine dair tanıtım yapılacaktır. Daha önce bahsedilen kuramsal çerçeve dahilinde anlatılan tüm konu ve temaların ortak olarak var olduğu bir yapı olan Black Mirror dizisi, hem bir bilim-kurgu örneği olması açısından hem distopik temalar işlemesi hem de tüm bunların alt metninde tüketim ve gösteri kavramlarını işlemesi açısından, türünün belki de tek örneği olarak önem taşımaktadır. Tüm bu özellikleri sayesinde de gelecek temalı diziler arasında en dikkat çekici yapımlar arasında yerini almakta ve başarısını sürdürmeye devam etmektedir.

2.1. BLACK MIRROR DİZİSİNİN TARİHÇESİ

Black Mirror dizisi, ilk olarak 4 Aralık 2011 tarihinde Channel 4 isimli televizyon kanalında yayınlanmaya başlayan bir Birleşik Krallık yapımıdır. 2016 tarihinden itibaren dijital içerik platformu Netflix tarafından yayınlanmaya devam etmektedir. 2022 yılına kadar toplamda 5 sezon ve 22 bölümden oluşmaktadır ve hala daha yeni sezonların çekimleri devam etmektedir. Dizinin yapımcılığını Barney Reisz, Yönetici yapımcılığını ise Charlie Brooker ve Annabel Jones üstlenmektedir, her bir bölüm ise genellikle farklı yönetmenler tarafından yönetilmektedir.

2.2. BLACK MIRROR DİZİSİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ

Black Mirror dizisi genel olarak ileri teknoloji karşısında bireyin tutum ve davranışlarını, bu tutum ve davranışların nasıl birer tüketim ve gösteri malzemesi haline geldiğini irdelemektedir. Geleceğe dair kurduğu akıl almaz dünyalar ile aslında günümüz toplumuna ayna tutma amacı gütmektedir. Dizinin temalarında var olan tüm varsayımlar, aslına ilerde gerçekleşmesi ihtimali hiç de zayıf olmayan olay ve durumlardan seçilmektedir. Tüm bu anlatı yapısını ise bilim-kurgu türü altında ele almaktadır. Dizinin bilim-kurgu türünde değerlendirilmesinin nedeni ise; teknolojinin bu denli yoğun bir şekilde gelişmesi, insan hayatına etki etmesi, bireyleri giyilebilir teknolojik ürünlerle veya yapay zekâ sistemleri aracılığı ile teknolojinin kanlı canlı bir parçası haline getirmesi gibi sebeplerden dolayı bilim-kurgu türü içerisinde değerlendirilmektedir.

Ayrıca dizinin genellikle geleceğe yönelik bulunduğu varsayımların birçoğu karamsar bir atmosfer sunmaktadır. Günümüze ayna tutarken aslında hem şimdiyi hem de geleceği sorgulamaya, şimdiki zamandan ve gelecekte korkmaya zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda dizinin bilim-kurgu alt türü olarak da distopik bir tarafı olduğu söylenebilmektedir. Sosyal medya, sosyal medyada gösteri, toplum içinde kendini gösterme ve kendini gerçekleştirme çabası, bireyin teknoloji karşısındaki acizliği, dijital çağda tüketimin seyri ve gelişimi, bireyin toplum içindeki yalnızlığı gibi konuları bir çıkış noktası olarak temel alan Black Mirror dizisi hem kullandığı temalar hem de bu temaları işleyiş tarzı açısından yayınlandığı ilk günden itibaren başarısını koruyarak sürdürmektedir.

3. BLACK MIRROR DİZİSİNİN GÖSTERİ TOPLUMU KURAMI ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

Çalışmanın bu bölümünde Black Mirror isimli dizi gösteri toplumu kuramı çerçevesinde incelenecektir. Bununla birlikte gösteri toplumu kuramının ilintili olduğu tüketim ve gösterişçi tüketim gibi kavramların da dizinin incelenecek olan bölümlerinde, ne şekillerde ele alındığı üzerine inceleme yapılacak, Black Mirror dizisinin bu kavramları ele alış şekli ve bu kavramlara olan bakış açısı incelenecek ve bulunan sonuçlar gösterebilimsel çözümleme yöntemiyle desteklenerek açıklanacaktır.

3.1. “ON BEŞ MİLYON HAK” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ

Black Mirror dizisinin 1. Sezonunun 2. bölümü olarak gösterilen On Beş Milyon Hak bölümü, hem teknoloji çağının birey üzerindeki etkisine hem gösteri toplumuna hem de tüketim toplumuna atıfta bulunan bir bölüm olarak nitelendirilmektedir.

Dizinin bu bölümünün yönetmeni Euros Lyn, senaristi Charlie Brooker ve Kanak Huq, Yapımcısı Barney Reisz, Uygulayıcı Yapımcısı ise Annabel Jones ve Charlie Brooker’dır. Bu bölümde rol alan oyuncular ise Daniel Kaluuya, Jessica Brown Findlay, Rupert Everett’dır. On Beş Milyon Hak bölümünün süresi ise 1 saat 1 dakikadır.

3.1.1. “On Beş Milyon Hak” Bölümünün Özeti

Black Mirror dizisinin kurguladığı olduğu bu distopik gelecekte karakterler ultra lüks ve teknolojik bir binada yaşamaktadır. Hayatlarını bisiklet pedalı çevirerek kazanmakta ve puanlar biriktirerek geçirmektedirler. Dış dünya ile iletişimleri olmayan bu insanların tüm dünyaları bu bisikletler, puanlar ve devamlı her yerde ve her noktada yayınlanan şovlardan, reklamlardan ibarettir. Bu şovlardan en önemlisi ise 3 farklı yargıcın oy hakkının olduğu bir yetenek yarışmasıdır. Bu yarışmanın vaadi, kazananlarına çok farklı ve cazip hayatlar sunmaktır; yarışmayı kazanan kişi bir daha asla pedal çevirmeyecek ve herkesten daha iyi daha üstün bir yaşama sahip olacaktır. Bu nedenle bu dünyada varlığını sürdüren herkesin amacı ortaktır ve bu amaç; yeteri kadar pedal çevirerek bu gösteriye katılmak ve hayatlarını değiştirmekten ibarettir.

Kurgulanan bu dünyada herkesin kıyafeti aynı renktir ve başka bir renge yer yoktur. Toplumdan farklı giyinen tek grup öncelikle yargıçlar olarak adlandırılan jüri, ardından da yarışmaya katılabilen ve jüri tarafından onaylanan kişilerden oluşmaktadır. Herkesin tek bir renk giymesi aslında herkesin içinde bulundukları sisteme hizmet eden köleler olarak görülmesindendir. Bu kölelikten kurtulan bireyler de hemen dış

görünüşlerini değiştirmekte ve artık köle olmadıklarının mesajını vermektedirler. Bununla birlikte her bir bireyin kendi avatları bulunmakta ve hayallerini bu avatları üzerinden gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Kazandıkları puanlar doğrultusunda avatlarına giyemedikleri kıyafetleri giydirmekte, yapamadıkları saç modellerini seçmekte ve avatlarını özgürce hareket ettirebilmektedirler. Bu sayede bir nevi kölelik olarak adlandırılan yaşantılarından uzaklaşma ve hayallerindeki gibi olma imkânı bulmaktadırlar.

Bu bölümde ise baş karakter Bing isminde bir erkektir. Bing bu dünya içinde varlığını sürdürmeye çalışmakta ve kendine ait bir yaşam standardı olan bir karakter olarak görülmektedir. 15 milyon puanı vardır ve bu puanları kullanarak içinde bulunduğu dünyada yeme içme gibi temel alışverişlerini ve kişisel bakımını gerçekleştirebilmektedir. Bunun dışında da zaten yapabileceği bir aktivitesi bulunmamaktadır. Kardeşinden kendine miras kalan puanlarla belli bir hayat kalitesini tutturabilmiştir. Fakat hikâyenin dönüm noktası olarak nitelendirilebilecek bir olay karşısında puanlarını harcamaktan çekinmemektedir.

Tesadüfen şarkı söylerken duyduğu bir kadın olan Abi'nin hem sesinden hem de kendisinden öyle çok etkilenmektedir ki Abi'yi yetenek yarışmasına katılması konusunda ikna etmektedir. Fakat Abi'nin yetenek yarışmasına katılmaya yetecek kadar puanı bulunmamaktadır. Yetenek yarışmasına katılmak isteyen her bir katılımcı bir "altın bilet" almak durumdadır ve bu altın bilet 15 milyon puandır. Bing hiç düşünmeden puanını Abi'ye vermekte ve onun yarışmaya katılmasına neden olmaktadır. Yargıçlar ve gösteriyi izleyen halk Abi'nin performansını beğenmekte ancak yarışmada ilerleyecek kadar iyi bulunmamaktadır. Bu nedenle Yargıçlardan birinin cazip bir teklifini değerlendiren Abi artık bir nevi kölelik olarak görülen pedal çevirme işinden cinsel içerikli bir şovda görev alacak ve bu şov bireylerin istediği her an gösterimde olacaktır. Eski hayatına dönmek istemeyen Abi hem toplum baskısı hem de jürinin baskısı neticesinde bu teklifi kabul etmektedir. Bu durum Bingin hiç hoşuna gitmemekte ve canını dişine takarak bir altın bilet daha alıp kendisi de bu yetenek yarışmasına katılmaktadır.

Gösterinin geldiği boyuttan, insanların köleleştirilmesinden duyduğu rahatsızlığı yaptığı dans gösterisinin ardından dile getirmekte ve herkes bunu bir şovun parçası olarak değerlendirmektedir. Jüri ise bir cazip teklifte daha bulunmaktadır. Eğer bu şovu devam ettirirse, gösterinin bir parçası olmayı sürdürürse artık pedal çevirmeyecek ve

herkesten farklı bir statüde yaşamını sürdürecektir. Bing bu teklifi kabul eder ve bir motivasyon konuşmacısı gibi şovunu sürekli gerçekleştirir. Artık çok daha büyük ve gerçek manzaraya sahip bir odası, istediği yiyeceği alabilecek kadar gücü ve statüsü bulunmaktadır, kendinden ve düşüncelerinden verdiği ödün neticesinde artık bir şovun, gösterinin parçası olmuş şekilde hayatını devam ettirmektedir.

3.1.2. “On Beş Milyon Hak” Bölümünün Birey Ve Gösteri Kavramları Çerçevesinde İncelemesi

Çalışmanın bu bölümünde Black Mirror dizisinin On Beş Milyon Hak bölümü, içinde geçen gösteri, gösteri toplumu ve tüketim gibi kavramlar göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmektedir. Dizinin gösteri ve tüketim kavramlarını ele alış şeklinin ne gibi kodlar ve göstergeler yoluyla aktarılmakta olduğu incelenecek ve bu göstergelerin yan anlamları üzerinden dizinin vermek istediği mesajlar yorumlanmaya çalışılacaktır.

3.1.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamların Üretilmesi

On Beş Milyon Hak bölümü bir kapsül odanın içinde Bing karakterinin uyanmasıyla başlamaktadır ve daha başlar başlamaz kurgulanan bu dünyadaki karakterlerin içinde yaşadıkları sahte gerçeklik göze çarpmaktadır. Bing’in yaşadığı odada hiç pencere bulunmamakta ve sabah olduğu, artık uyanması gerektiği odasının her yanında olan ekranlar vasıtasıyla bir animasyon filmi ile verilmektedir. Gerçek güneş ışığı olmadan sahte bir ışıqla, gerçek horoz sesi olmadan sahte bir horoz sesiyle uyandırılmaktadır.

Şekil 1. Bing’in Uyandığı Oda



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Tek bir el hareketini algılayan sensörler sayesinde horozu ittirip susturmakta, ardından uyanıp ileri teknolojik odasında ekranlara bakarak puanını kontrol edebilmekte, çeşitli reklamları izleyebilmekte, oyun oynayabilmekte ve en önemlisi yetenek yarışmasını izleyebilmektedir.

Tablo 1. Şekil 1’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Uyuyan insan	Yorulmuş ve dinlenmeye çalışan birey	Gösterinin bir parçası olmak için verdiği efordan dolayı bitkin düşmüş birey
Horoz	Uyandırıcı bir alarm	Sabah olması ve iş vaktinin gelmiş olması, bir an önce çalışmaya başlamanın gerektiği
Doğa tasviri	Dinlendirici bir görsel	Gerçek olmayan sadece gerçekliği yansıtan bireyin doğa özlemini gidermek için oluşturulmuş sanal gerçeklik
Sadece yatağın olduğu bir oda	Başka bir eşyaya gerek olmaması	Kurgulanan bu dünyada ihtiyaç olan hiçbir şeyin olmaması, her şeyin otoriteler tarafından temin edilmesi ve sadece bir yatağın kişiye yetmesi gerektiği algısı
Sanal gerçeklik	Gerçek olmayan bir dünya	Bireylerin içinde yaşadıkları dünya haricinde istedikleri ve özledikleri gerçek yaşamları bireylere teknolojik imkanlarla birlikte yapay bir şekilde sunmak

Bing, odada vakit geçirmek yerine bir an önce güne başlamak, kişisel bakımını yapmak ve herkesle aynı olan kıyafetlerini giyerek puan kazanabilmek için, bisikletinin olduğu alana gitmek için, oda olarak adlandırılan bu “teknolojik hücreden” çıkmakta ve görevinin başına gitmektedir.

Gittiği yer herkese özel olarak ayrılmış sayısız bisikletin olduğu büyük bölümlerden oluşan bir çalışma alanıdır. Burada insanlar hareket etmeyen bisikletleri kullanarak çevirdikleri pedal sayısı kadar puan kazanmaktadırlar. Önlerinde bulunun dev ekranlardan kesintisiz bir şekilde çeşitli şovları izleyebilmekte, gösterileri takip edebilmektedirler.

Şekil 2. Bing ve Diğerlerinin Puan Kazandıkları Oda



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu distopik dünyada insanların ekranlarına yansıtılan şovlardan başka pedal çevirmekten dikkatlerini hiçbir şeye verecek durumları yoktur. Bu sayede pedal çevirirken canları sıkılmamakta, avatarlarını istedikleri dünyalara sokup sanki oradaymış gibi hissedebilmekte ve sürekli yayınlanan yetenek yarışmasını takip edebilmektedirler.

Her yerde ve her dakika yayınlanmakta olan yarışma programı bireylere yetersizliklerini, hırslarını, istek ve amaçlarını hatırlatmakta bu nedenle de bireyler motive olmaktadır. Hayal ettikleri düzene ve yaşam standardına kavuşmak için durmadan pedal çevirmeyi öylesine içselleştirmiş ve benimsemişlerdir ki yeri geldiğinde yeme içme faaliyetlerini bile bu bisikletlerin üstünde gerçekleştirmekte çöplerini ise hemen yere atmaktadırlar çünkü pisliklerini çöpe atmak için kalkmaları demek zaman kaybı demektir ve bu da puan kaybı ile eşdeğer görülmektedir. Bu nedenle bu insanların çöplerini düzenli olarak temizleyen görevliler bulunmaktadır ve onlar da diğerlerinden ayrılmak için duvarların ve kıyafetlerin gri olduğu bu ortamda farklı bir renk olan sarı rengi kullanmaktadırlar.

Tablo 2. Şekil 2’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Avatar	İnsanların yarattığı kişilikler	Bireylerin olmak isteyip de olamadığı karakterleri yaratması, gerçek olmayan bir dünyaya gerçekmiş gibi inanması
Bisiklet odası	Topluca bisiklet süren insanlar	Sisteme kesintisiz bir şekilde hizmet eden ve gösterinin bir parçası olmuş grup
Seçenek ekranı	Seçimlerde bulunabilme özgürlüğü	Bireylere özgürce karar verme yetkisinin verilmesi ama aslında seçeneklerin de sistem tarafından belirleniyor olması, dolayısıyla bireylerin gerçek anlamda özgürlüğü yaşayamaması
Bing’in simülasyon ekranı	Bing’in avatarının doğada bisiklet sürmesi	Bing karakterinin aslında yaptığı bu aktiviteyi gerçek bir yolda, doğada yapmak istemesi
Gri renk kıyafetler	Nötr olma durumu	Bireylerin varlığının önemsenmemesi ve hepsinin değersizleştirilmesi, varlıklarının ve yokluklarının eşit durumda olduğu algısı

Şekil 2’deki sahne ve Tablo 2’deki çözümlemeden de görüleceği üzere On Beş Milyon Hak bölümü izleyicisine distopik bir gelecek sunmaktadır. Üstelik bu gelecekte gerçeklik algısı değişmiş durumda tasvir edilmektedir. Bireyler adeta bir makine gibi çalışmaktadırlar ve bu noktada birbirlerinden hiçbir farkları görülmemektedir. Giydikleri kıyafetler bile aynıdır. Yaşadıkları odaların rengi, kullandıkları sınırlı sayıda eşyalar, yiyecek içecek almak için kullandıkları otomatlar hem gri renktedir. Gri renk siyah ve beyazın karışımı olan bir renktir ve genellikle bu nedenle nötr bir renk olarak tanımlanmaktadır. Ne tamamen siyaha ait bir tondur ne de beyaza, bu nedenle On Beş Milyon hak bölümünde bu rengin kullanılması, dizinin ana fikrinin vermek istediği mesajla örtüşmektedir. Bu mesaj ise kurgulanan bu dünyada “kimsenin varlığının önemsenmediği algısı” olarak görülmektedir.

Bununla birlikte bireylerin her birinin bir avatarının olması ve bu avatarla yaratılan sanal dünyada varlıklarını sürdürmesi de bu dizi tarafından gösteri toplumu kavramına yapılan bir gönderme niteliği taşımaktadır. Bireylerin gerçek hayatta sahip olamadıkları kıyafetleri, mekanları, vücut tiplerini vs. var olmayan bir dünyada

gösterme çabaları, varlıklarını bu şekilde sürdürme çabaları sonucu yarattıkları imajlar, gösteri toplumunun temel prensiplerinden biri olarak görülmektedir. Gösteri toplumu imajlardan oluşan bir toplumdur ve On Beş Milyon hak bölümündeki tüm karakterler de bu gösterinin birer imajı olma niteliği taşımaktadırlar.

Tüketim ve gösteri toplumu içinde yaşayan bu bireyler vakitlerinin çoğunu bisiklet sürerek geçirmektedirler. Bu bisikletler dizi tarafından bir sistemin çarkı gibi kullanılmaktadır ve “kesintisiz bir şekilde sisteme hizmet etme” mesajını vermektedir. Aynı zamanda bu dünyada para geçerli bir alışveriş aracı değildir, bunun yerine biriktirilen puanlar birer alışveriş araçlarıdır ve bu alışveriş birimini kazanmak için yapılması gerek tek şey ise durmadan bu bisikleti kullanmaktır. Bu bağlamda bisiklet ögesi çalışmak durumunda olunan işleri veya meslekleri temsil etmektedir. Bisiklet sürme eylemini gerçekleştirirken neredeyse her yerde olan ekranlar daima insanların karşısındadır ve insanlar mutlaka bir şey izlemek zorunda bırakılmaktadır. Eğer beğenmedikleri bir reklam çıkarsa bu reklamı izlememek için geçme hakları bulunmakta ancak bu hakkı kullanırlarsa puanları belli miktarda azalmaktadır. Yani bir reklamı geçme seçeneği için bile bireylerin puan kazanmaları ve bunu harcamaları gerekmektedir. Dolayısıyla herkesin amacı puan biriktirmek olduğu için reklamı geçme seçeneği kullanarak puan harcamak lüks tüketim olarak görülmektedir.

Bu ekranlardan insanlara sunulan seçenekler sınırlı olmakla birlikte, “seçenek” kavramının var olması bireylere bir özgürlükmüş gibi gözükmektedir. Bisikletlerine oturdukları andan itibaren istedikleri içerikleri izleyebilmeleri bireyleri bisiklet üstünde geçirdikleri zaman boyunca motive etmek ve zamanın nasıl geçtiğini anlamamalarını sağlamak üzerine kurulmuş bir sistem olarak görülmektedir. Bu sistemin de asıl amacı bireyleri gösterinin dışına çıkarmamak ve gösterinin bir parçası olarak kalmalarına olanak vermek şeklindedir. Ayrıca yaratılan sahte dünyalar içinde mutluluk arayan bireyler avatarlarını çeşitli şekillere sokarak bisiklet üstünde vakit geçirmeye devam etmektedirler. Bölümün ilk sahnesinden itibaren görüldüğü gibi Bing karakterinin bir doğa özlemi bulunmakta ve bu nedenle her sabah sahte bir doğa manzarası eşliğinde uyanmaktadır. Aynı şekilde bisiklet kullanırken de gördüğü içeriklerin hiçbirinin ilgisini çekmemesi sonucu kendisini en çok rahatlatan seçeneği yani doğada bisiklet sürüyormuş algısının yaratıldığı sahte seçeneği kullanmaktadır. Bu sayede kendini doğada bisiklet sürüyormuş gibi hissetmeye çalışan Bing kurgulanan bu sahte dünyada avatarı ile var olmaya çabalamaktadır.

Bireylerin yeme içme alışkanlıkları bisiklet sürerken eforlarını kaybetmemek için sağlıklı ve enerji verici yiyeceklerden oluşmaktadır. Şekil 3'te görüldüğü gibi bu sağlıklı yiyeceklerin önemi dev ekranlardan kişilerin beğeni algısına göre tüm topluma aktarılmaktadır.

Şekil 3. İnsanların Beğenileri ve Gerçeklik Üzerine Geçen Bir Sahne



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu bağlamda gösteri toplumu içinde reklam filmlerinin, reklam öğeleri içeren dizi ve filmlerin ne denli etkili olduğuna dair çıkarımda bulunmak mümkündür. Çeşitli kodlar, görseller ve mesajlar içeren bu tarz reklamlar ve dizi filmler tüketim toplumunda bireylerin tüketim alışkanlıklarına yön vermek açısından kullanılmaktadır. Bu durumun en belirgin nedeni ise dizi, film ve reklamların birer kitle iletişim aracı olmalarından ve birçok kitleye aynı anda ulaşmaları, verilmek istenen mesajların geniş kitlelerce kısa sürede alınmasını sağlamalarından kaynaklanmaktadır.

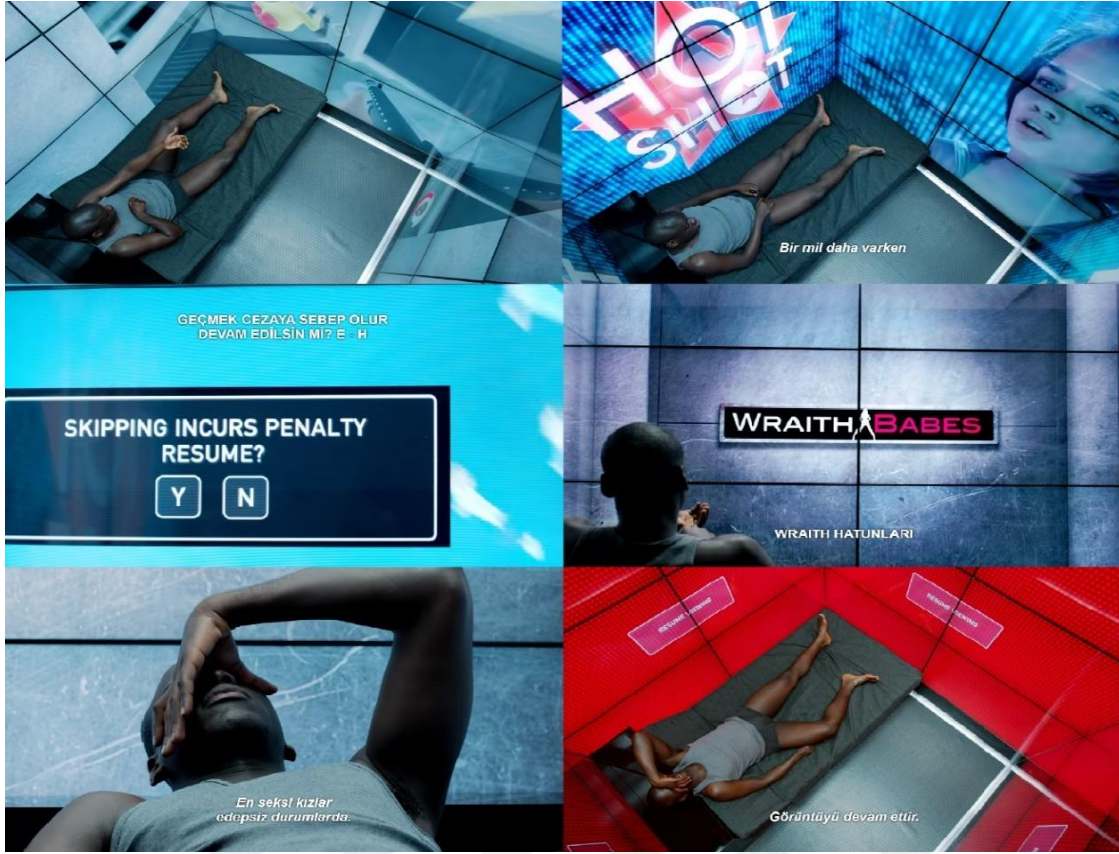
Tablo 3. Şekil 3'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Meyve	Yiyecek	Yaratılan bu sahte ve gerçeklikten uzak dünyada hala gerçek varlığını koruyabilen nesne
Elma ve muz simgesi	Beğenilerin görünür olması	Tüketim toplumu içinde bireylerin tüketim alışkanlıklarının toplumun beğeni ve tüketim alışkanlıklarına göre şekilleniyor oluşu
Konuşan bireyler	İletişim kuran insanlar	Herkesin avaturları ile iletişim kurup bireysel iletişimden kaçındıkları ortamda yüz yüze iletişimin dikkat çekici ve ilgiye değer olması

Tüketim toplumu içinde bireyler sık sık gösterişçi tüketim sergileme eğilimi göstermektedirler. On Beş Milyon Hak bölümünde bireylerin yeme içme gibi tüketim alışkanlıklarını seçtikleri büyük görseller vardır ve yaptıkları seçimler herkes tarafından görülmektedir. Ayrıca yine bu dev ekranlarda topluluğun en çok tercih ettiği meyveler “insanların sevdikleri” adı altında gösterilmektedir. Dolayısıyla bu durum da tüketim alışkanlıklara bir müdahaleyi doğurmaktadır zira insanlar diğer insanların beğendiği şeyleri tüketerek hem tüketim zincirinin hem de gösteri zincirinin bir parçası olarak kalmaya devam etmektedir. Ayrıca bu meyveler içinde bulundukları dünyada gerçekliğini korumayı başarmış nadir nesnelerden biridir ve karakterler Şekil 3’te verilen sahnede olduğu gibi bunun bilincindedirler. Onlara göre bu meyveler “nerdeyse buradaki tek gerçek şey” olarak nitelendirilmektedir. Yeme içme dolayısıyla da enerji üretme döngüsünün devamlılığı için zorunlu hale gelen yemekler gerçekliği korumaktadırlar çünkü bu yemekler, tüketimin, gösterinin ve sistemin devamlılığına hizmet etmektedirler. Eğer bireyler yeteri kadar iyi ve sağlıklı besini alamazlarsa bisiklet üstündeki eforları düşecek ve dolayısıyla sistemin bir çarkı bozulmuş olacaktır.

Ayrıca kurgulanan bu dünyada iletişim kopukluğu da göze çarpmaktadır. Asansörde, tuvalette, yemekhanede bir araya gelen insanlar birbirleriyle neredeyse konuşmamakta ve iletişimlerini minimumda tutmaktadır. O nedenle insanların arkadaşlıklar kurması, dertlerini, sevinçlerini, hayallerini bir başkasına anlatması çok nadir rastlanan bir durumdur ve bu iletişim sırasında her iki taraf da kendini rahatsız hissetmektedir. Bing karakteri de çevresindeki kişilere karşı bu tutumda davranmaktadır, kimsenin kararlarını sorgulamamakta, yorum yapmamakta, kendisine iyilik yapan kişileri de basitçe bir teşekkür ederek geçiştirmektedir. Bireyler vakitlerinin çoğunu ya bisikletleri üstünde ya da hücrelerinde geçirmektedirler, zaten bu dünyada yapabilecekleri başka bir aktivite de bulunmamaktadır. Hücrelerinde geçirdikleri zaman boyunca yine oyunlar oynayabilmekte ve çeşitli şovlar izleyebilmektedirler. Ancak sistemin kuralları bireylere tanınan bu küçük özel alanda bile geçerlidir. Bireyleri yetenek yarışmasına katılmaya teşvik etmesi açısından sürekli bu yarışmanın reklamları veya cinsel içerikli şovların reklamları yayınlanmakta ve farklı bir hayatın mümkün olduğuna dair fikirler medya yoluyla her bir bireye aktarılmaktadır.

Şekil 4. Bing'in Hücresi



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu farklı hayatlara gidiş yolu ise yetenek yarışmasından geçmektedir ve tüm toplumun ortak amacı bu yarışmaya girmeye yetecek kadar puan biriktirip altın bileti satın almaktır. Dolayısıyla bu yarışmanın reklamlarının sık sık ekranlardan izlettirilmesi, bireylerin amaçları doğrultusunda çevirecekleri her bir pedal için motive olmalarını ve sistemin devamlılığını sağlamak amaçlı görünmektedir. Bununla birlikte farklı bir hayat yaşamak için tek seçenek yetenek yarışması değil ondan daha alt statüde olan bir cinsel içerikli şov olarak tasvir edilmektedir. Bu şova katılmaya hak kazananlar da pedal çevirenlerden daha farklı bir yaşama sahip olabilmektedirler.

Toplumsal statünün, yaşam tarzının, tüketim alışkanlıklarının değişme ihtimali sadece bu şovlara katılmak ile gerçekleşebilmektedir. Bireylerin statüsünü farklı boyutlara taşımaları, ancak bir gösterinin parçası olmalarıyla gerçekleşebilecek bir durum olarak tasvir edilmektedir. Eğer gösteriye katılmazlarsa ya dışlanmaktadır ya da bulundukları bir nevi kölelik olan konumda yıllarını geçirebilmekte ve hiçbir ayrıcalıktan faydalanma hakkı elde edememektedirler.

Tablo 4. Şekil 4'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Hücresinde oyun oynayan karakter	Can sıkıntısını bir boş zaman aktivitesiyle geçiren Bing karakteri	Boş zamanlarını değerlendirmek için bireylerin seçeneklerinin neredeyse olmaması, eğlenceli tek şeyin sanal gerçeklik oyunları olması
Reklam	Tüketime ve gösterinin göstergesi	Bireylerin kendine ayırdıkları zamanlarda dahi sistemin bu zamana dahil olması ve bireyleri tüketme eğilimlerine, gösteriye katılma eğilimlerine yöneltmesi
Reklamı atlayamamak	Reklamı atlamak isteyen bireylere seçenek sunulması	Reklamı geçmeyi istemenin bir cezasının olması, eğer reklam geçilirse biriktirilen puanlardan eksiltme yapılacağı, yani ya puanı ya da zamanı feda etmek zorunda kalındığı
Cinsin içerikli şov reklamı	Bireyleri gösteri içinde tutmaya, bastırılmış duygularını gidermeye teşvik etme	Yaşanılan bir nevi kölelik hayatının, reklamlarda gösterilen şovlara katılarak gerçekleştirilmesi, insanları buna teşvik etmek ve bu programları insanların gözüne sokmaya çalışmak
Görmemek için gözlerini kapatan karakter	Reklamı izlemek istemeyen karakter	İçinde yaşadığı bu sahte dünyadan bunalan ve sıkılan, sürekli maruz kaldığı reklamlardan kurtulmaya çalışan, sıkışmış ve bunalmış bir insan.
Reklamın zorla gösterilmesi	Topluma seçme hakkının tanınmaması	Puanını gözden çıkarsa dahi 2. bir reklamı geçme şansının olmaması ve bu reklamların bireylere zorla izlettirilmesi

Tablo 4'te görüldüğü üzere, kurgulanan bu dünyada bireylerin çok fazla seçeneği bulunmamaktadır. Devamlı ve her yerden çıkan reklamlar ve şovlar bireyleri sürekli gösteriyi izlemeye ve gösteriye katılmaya teşvik eder niteliktedir. Kendilerine ait zamanları olmayan bireyler bu durumdan bıksa dahi bir gün içerisinde bir reklamı puan karşılığında bile olsa birden fazla kez geçememektedirler. Eğer yine de izlemek istemiyorlarsa sistem onlara bir şekilde bu reklamları izletmeyi zorunlu kılmaktadır. Şekil 4'te görülen sahnede olduğu gibi Bing, sürekli karşısına çıkan bu cinsel içerikli şovdan nefret etmekte ve reklamlarını görmek istememektedir. Ama daha önce bir reklamı geçtiği için bu reklamı geçme hakkı bulunmamaktadır ve izlemek zorunda kalmaktadır. Bunun karşılığı olarak Bing gayet doğal bir tavır sergilemekte ve gözlerini

kapatmaktadır ancak ileri teknolojik donanıma sahip sistem Bing'in gözlerini kapattığını ve reklamı izlemediğini anında algılamakta ve Bing'in odasını adeta bir uyarı kapsülüne dönüştürerek reklamı izlemeye zorlamaktadır. Yaratılan bu gri dünyada ilk defa griden başka bir renk görünmektedir; birçok kültürde tehlikenin bir işareti olarak kodlanan "kırmızı" renk odanın her yerini kaplamıştır. Adeta bir tehlike mesajı verir niteliktedir. Bu uyarının ardından Bing'in reklamı izlemeye mecburen devam etmesi ise uyarının aslında ne derece ciddi olduğunun göstergesidir.

Tüm bunlardan sıkılan Bing'in hayatında bir dönüm noktası yaşanmak üzeredir ve bunun başlangıcını ise Abi ile tanışması sağlamaktadır. Tuvaletten tesadüfen şarkı söylerken gördüğü ve sesine hayran olduğu Abi karakteri o noktadan itibaren Bing için önemli bir insan olarak tasvir edilmektedir. Bing, Abi'nin bu hayatı yaşamaması gerektiği savunmakta ve onun derhal yetenek yarışmasına katılmasını istemektedir. Abi için bu çok zordur çünkü yarışmaya katılmak için gerekli olan puanı henüz biriktirememiştir. Bu noktada Bing çok önemli bir karar verir ve altın bileti Abi'ye hediye edeceğini söyler. Bu noktadan sonra iki karakter için de yaşadıkları dünyada değişim başlamak üzeredir.

Şekil 5. Bing'in Abi'ye Hediye Yollaması



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bing, On Beş Milyon puan karşılığında altın bileti satın almakta ve Abi'ye göndermektedir. Artık her iki karakter için önemli olan şey Abi'nin yarışmaya katılması, kazanması, gösterinin yıldızı ve bir parçası olarak yaşamayı sürdürmesidir. Bunun için çok fazla çalışan ve emek veren bireyler bulunmaktadır, yıllarını bisiklet

üzerinde geçiren ve hala daha altın bilete sahip olamamış olan insanlar vardır. Böyle bir dünyada Bing'in bu yaptığı jest önemli bir davranış olarak görülmektedir ve Abi tarafından şaşkınlıkla karşılanmaktadır.

Kurgulanan bu dünyada böyle şaşkınlıkların yaşanması normaldir çünkü sistem içinde bireylerin tek yapması gereken altın bileti satın almak ve gösteriye katılıp gösterinin devamlılığını sağlamaktan geçmektedir. Bunun içi durmadan pedal çeviren insanlar Bing'in yaptığı fedakârlık gibi bir fedakârlık örneği doğal olarak göstermemektedir. Sistem bu insanları bencil olmaya ve önce kendilerini düşünmeye zorlamaktadır.

Tablo 5. Şekil 5'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Dev ekrandan seçim yapan karakter	Altın bileti satın almayı istemek	Dev ekranda sınırsız seçenek arasında kendisi için değil bir başkası için puan bakımından en değerli şeyi seçen Bing
Bilet	Altın renkte büyük bir bilet	Biletin ne kadar güzel kapılar açabileceği algısı ve çok değerli olduğu algısı
Abi ve diğerlerinin Avatarları	Gösteri toplumunda bireylerin yarattıkları imajlar	İletişim kurmak için yüz yüze gelmeye gerek olmaması, istediğin kadar insanla avatarlar yardımıyla iletişim kurabilmek
Bing'in avatarı ve altın bilet	Altın biletin Bing tarafından gönderilmesi	Odasında uzanırken Abi'nin ekranlarına birden Bing'in avatarının düşmesi ve altın biletin ona Bing tarafından gönderildiğinin, dolayısıyla da bu modern kölelikten onu Bing'in kurtaracağının göstergesi
Yargıçların dev ekranda görüntüsü	Karakteri izleyen ve yargılayan gözler	Karakterlerin özel hücrelerinde olsalar dahi, sistem tarafından sürekli gözetlendiklerinin, jürinin ise sürekli yargılayıcı ve değerlendirici bir bakış açısından bireylere yaklaştığının göstergesi

Şekil 5'te verilen sahnede açıkça görüldüğü gibi bu kurgulanan dünyada kişiler arası iletişimin yerini, bireylerin olmak istedikleri karakterler doğrultusunda oluşturdukları imajlar almaktadır. Bu imajlar, avatarlar diğerlerine hediye yollayabilmekte, beğeniler yapabilmekte ve iletişim kurabilmektedirler. Bu iletişim için bireylerin hücrelerinden çıkmalarına bile gerek yoktur. Bing'in Abi'ye hediye ettiği altın bilet bile gerçek anlamda var olmayan bir sanal gerçeklikten ibarettir. Bu bileti vermek için Bing, Abi'nin odasına gitmeye zahmet bile etmez, avatarlar arasından seçtiği Abi'nin imajına, bileti yollar ve Bing'in avatarı da Abi'nin odasında görünür hale gelir. Bu bağlamda göstergelerin önemli olduğu bir dünya yaratıldığını söylemek mümkündür ve tüm göstergeler gösteri toplumunun devamlılığını sağlamaktadır.

Bununla birlikte bu sahnede en dikkat çekici göstergelerden biri de Bing'in odasındaki büyük ekranlarda üç yargıcın da büyük portrelerinin adeta odadaki Bing'i izler şekilde konumlandırılmasıdır. Bu da açıkça sistemin herkesi ve her olayı devamlı izlediğinin, bireylerin her hareketinin bir kaydının tutulduğunun göstergesidir. En nihayetinde büyük şov başladığı zaman bireylerin yetenekleri herkes tarafından görünür olmakta ve bu yetenekler jüri tarafından değerlendirilmektedir.

Şekil 6. Abi'nin Yetenek Yarışmasına Katılması



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Abi'de şarkı söyleme yeteneğini göstermek için bu gösteriye katılmış ve binlerce "sahte" insanın, yani avatarların ve o an ortamda Abi'den başka gerçek halleriyle var olan jürinin yani yargıçların karşısında performansını sergilemektedir.

Performansı beğeni toplamakta ve jüri de bu performanstan etkilenmektedir. Ancak jüri performansın yeteri kadar iyi ve dikkat çekici olduğunu düşünmez bu nedenle de Abi'ye hiç aklında olmayan başka bir teklif sunarlar; her yerde reklamları dönen bir cinsel içerikli şovda gösteri metası olarak varlığını sürdürmek, şimdi yaşadığı bu kölelik hayatından kurtulmak ve kesintisiz devam eden gösterinin bir parçası olmak.

Binlerce kişinin de avatırıyla bu teklifi alkışlayarak onaylaması, yaşadığı hayattan terfi edip bir üst statüye yerleşmenin getireceği avantajlar ve yargıçların manipüle edici konuşmaları sebebiyle Abi bu teklifi kabul etmektedir.

Tablo 6. Şekil 6’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Topluluk önünde bir kadın	Binlerce kişiye karşı mücadele veren yalnız bir kadın	Gösteri toplumunun bir parçası olmak için çaba gösteren, herkes tarafından görünür olmak isteyen, toplum karşısında yalnızlaşan bir karakter
Avatarlar	Bireylerin toplum içinde görünmek istediği imajlar	Gösteri toplumu içinde varlıklarını bedenleri ile değil yarattıkları avatarları ile gösteren ve gösteriye katılan topluluk
Sevinçli bir adam ve onun avatırı	Avatarların, gerçek bireyler ne yapıyorsa aynı şekilde davranması	İleri teknolojik bir dünyada bireylerin her davranış ve hareketinin gözlemlenmesi, kaydedilmesi ve bunların avatarlarına da işlenmesi
Yargıçlar	Eleyici ve karar verici grup	Toplumsal statüleri anlamında toplumun geri kalanından farklı bir noktada olan, giydikleri kıyafetlerden konuşma tarzlarına her şeyleri ile toplumdan sıyrılan, yüksek statü sahibi küçük bir grup
Ayakta alkışlayan toplum	Takdir eden ve beğenisini dile getiren insanlar	Abi’nin verdiği kararın doğru bir karar olduğunu düşünen, onun kölelikten kurtulup cinsel içerikli şova katılmasını merakla bekleyen, bu şovu bir çırpıda tüketmek isteyen insanlar
Ayakta alkışlayan yargıçlar	Verilen karardan duydukları memnuniyeti belirten jüri	Jürinin manipüle ettikleri karakter karşısında, karakterin verdiği kararı onaylamaları, toplumdan üst bir statüde olduklarının ve karar alıcı merciinin kendileri olduklarının bilincinde olan üstün kişiler olarak görülmeleri

Bu bağlamda verilen kararın ne derece kişisel bir karara bağlı olduğu tartışılabilir niteliktedir.

Abi’nin bu kararı vermesinde birçok etken bulunmaktadır. Bunlardan ilki karakterin büyük bir topluluk önünde yalnız kalması, toplumun kararlarına ayak

uydurma ve gösterinin bir parçası olarak kalma zorunluluğu hissetmesinden doğan çabadır. Gösteri toplumu kendisine hizmet etmeyen, varlığını göstermeyen bireyleri toplumdan dışlama veya yok sayma eğilimi göstermektedir. Bu nedenle Abi, toplumun gözü önünde olma ve gösterinin parçası olma gibi durumları, bu derece bir yok sayılmaya tercih etmektedir. Toplumdan dışlanmamak, hatta herkesten daha farklı bir sosyal statüde yaşayabilme imkanının olması, Abi için kaçırılmaması gereken bir fırsat olarak görülmektedir.

Yargıçların ise toplumdan farkı bir noktada oldukları, statülerinin çok yüksek olduğu ilk bakışta hemen göze çarpmaktadır. Onların bir avatarı bulunmamaktadır, gösteriye kendi kimlikleri ile katılmaktadırlar. İletişim kurmak ve toplumda ön plana çıkmak için avatarlara ihtiyaç duymamaktadırlar. Öte yandan statüleri gereği bulundukları konum giydikleri kıyafetlerden de anlaşılmaktadır, herkes gibi gri renk ve bir örnek kıyafet giymezler, kendi zevk ve beğenilerine uygun kıyafet alabilme ve giyebilme lüksüne sahiptirler ve bu durum da onların toplumsal statülerin diğer herkese göre üstün bir konumda olduğunun göstergesi niteliğindedir.

Kurgulanan bu dünyada gerçeklik algısı farklı boyutlara taşınmaktadır. Fiziksel olarak bir yerde bulunma zorunluluğunun olmadığı bu dünyada bireyler tüm beğenilerini, benliklerini, olmak istediği kişileri yarattıkları imajlar ve avatarları yolu ile aktarmakta, varlıklarını bu şekilde sürdürmektedirler. Şekil 6'da görüldüğü üzere Abi'nin gösterisini izleyen binlerce kişi vardır ama hiçbirisi fiziksel olarak orada değildir, orada olan bu kişilerin avatarlarıdır. Kendileri odalarında ne yapıyorlarsa avatarları da o an o gösteride aynı şeyleri yapmaktadırlar. Fiziksel olarak orada olmasalar bile hem avatarları sayesinde hem de hücredeki dev ekranlardan gösterinin her bir dakikasının onlara aktarılması, bu kişileri gösteri toplumunun ayrılmaz bir parçası haline getirmektedir.

Bu gösterinin olmazsa olmaz parçası yargıçlar da yine herkesten önde, herkes daha gerçek ve herkesten iddialı halleri ile varlıkları sürdürmektedir. Abi'yi bir şekilde manipüle ederek onun gösterinin içinde kalmalarını sağlamaları bu sahnedeki asıl görevleridir ve Abi, bu teklifi kabul ettiğindeyse ayağa kalkıp alkışlamaları aslında Abi'nin performansına gösterdikleri bir beğeni değil, kendi performanslarına, kendi ikna yeteneklerine ve konumlarına gösterdikleri beğenin bir göstergesidir. Asıl görevleri olan gösterinin devamını sağlama işini hakkıyla yerine getiren jüri bu alkışla aslında kendi başarılarını kutlamaktadırlar.

Hikâyenin devamında Abi teklifi kabul ettikten sonra Bing için hiçbir şey eskisi gibi olmaz, yaşamdan, içinde bulunduğu koşullardan bıkmış ve boş vermiş bir tavırla varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

Şekil 7. Abi'nin Kararından Sonra Bing'in Yaşamı



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Onun için uğurunda emek verilebilecek bir amaç kalmamıştır ve altın bileti aldığı için azalan puanları nedeniyle yaşam standardı düşmektedir. Eskisi gibi sağlıklı besinler tüketemez, istediği kadar dış macunu alamaz ve istediği zaman görmek istemediği reklamları geçemez hale gelmektedir. Bu yeni yaşamına uyum sağlamakta güçlük çeken Bing, odasında oyun oynarken karşısına birden Abi'nin cinsel şovunun reklamı çıkınca çılgına döner ve olay örgüsü içerisinde ikinci kırılma noktası bu sahnenin yaşanmasıyla başlamaktadır.

Tüketim toplumu, bireylere daima “tüketme” ve “tüketme eylemi içinde kalma” fikrini aşılarmaktadır. Eğer bu fikri aşılarmakta başarısız olunursa ortada herhangi bir tüketim toplumundan bahsetmek olanaksız görülmektedir. Bu nedenle Bing'in içinde bulunduğu durum bir süre sonra patlak vermeli ve Bing bir şekilde eski, “tüketen” yaşatışına geri dönmelidir. Tüketim toplumu, bireylerin çerçevesinden de olsa daima tüketimin devamlılığını sağlamayı amaçlamaktadır ve bu noktada ise ana karakter olan Bing'in bir şekilde eski döngüsüne geri gelmesi sağlanmaktadır.

Tablo 7. Şekil 7’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Analizi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Sağlıksız yiyecekler tüketen karakter	Hayata karşı özen göstermeme durumu	Bing’in içinde bulunduğu durumdan memnuniyetsiz olması, artık bu sistemin içinde kalmak gibi bir isteğinin olmaması, sağlıklı yiyecekler yerine sağlıksız yiyeceklerle yönelmesinin bir göstergesidir
Abi’nin şovunun reklamı	Abi’nin yeni işi, gösterisi	Bing için acı verici olan bu durumda Abi’nin halinden memnun görünmesi, artık onun gösterinin bir parçası olması
Abi’nin reklamını geçememe	Şovun izlenmesi zorunluluğu	Bing’in gösteri toplumu sistemi tarafından şovun reklamını izlemek zorunda bırakılması
Hücresindeki ekranları kıran Bing	Reklama olan sinirini ekranları kırarak geçirmesi	Reklam geçme hakkının kalmaması ve Abi’nin cinsel şovunu izlemek zorunda bırakılmasının yarattığı baskıya daha fazla dayanamayan Bing’in sabrının taşıdığının ve sisteme meydan okumaya başladığının göstergesi

Artık hayata karşı boş vermiş bir tavır sergileyen ve mutsuz olarak tasvir edilen Bing, Abi’nin şovunun reklamını görmeye daha fazla dayanamamakta, puanı çok azalmasına rağmen reklamı geçmek istese de gösteri toplumu buna izin vermemekte ve bu reklamı Bing’e zorla izlettirmektedir. Odadan çıkmak istese de sistem tüm çıkış yollarını otomatik olarak kapatmıştır ve Bing’i gösteriyi izlemeye zorlamaktadır. Bu duruma daha fazla dayanamayan Bing için ilk meydan okuma başlamak üzeredir. Kullanabileceği hiçbir alet olmadığı için bedenini kullanarak hücrendeki dev ekranları kırmaya çalışmaktadır. Bir süre denedikten sonra ekranlardan birini çatlatır ve görüntüler bozulmaya başlar ama asla tamamen yok olmaz. Bu bağlamda sisteme ne kadar zarar verilmeye çalışılırsa çalışılsın sistemin her şeyi tolere edebildiği ve ne şartlar altında olunursa olunsun gösterinin devamlılığının esas olduğu söylenebilmektedir.

Bu noktadan sonra Bing’in artık bir planı bulunmakta ve bu plan için hiç durmadan çalışmaya başlamaktadır. Öncelikle yaşam kalitesini iyice düşüren Bing kişisel bakımı için minimum harcama yapmakta, yeme içme gibi temel tüketim faaliyetleri için puan harcamak yerine başkalarının yemek artıklarını yemekte ve

neredeyse dur durak bilmeden uyuduğu saatlerin dışında kalan tüm zamanında bisiklet çevirmektedir. Tüm bu davranışlarının nedeni, bir an önce on beş milyon puan biriktirmek ve bir altın bilet satın alarak gösteriye katılmak olarak görülmektedir.

Tüm çabalarının ve uzun süren uğraşlarının sonucunda altın bileti satın alıp büyük gösteriye katılmaya hak kazanan Bing, gerçekleştirdiği dans gösterisinin ardından sisteme karşı bir başkaldırı gerçekleştirmektedir.

Şekil 8. Bing'in Şovunu Gerçekleştirdiği Sahne



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Şekil 7’de gösterilen sahnede Bing büyük bir sinirle hücreindeki dev ekranları kırarken yere düşen parçalardan birini saklamıştır. Dans gösterisini gerçekleştirdikten hemen sonra sakladığı bu cam parçasını alıp boynuna dayamakta ve konuşmasını bitirmek için zaman istemekte, eğer bu zamanı tanımazlarsa da bu cam parçasıyla kendisini keserek öldüreceğini söyleyerek yargıçları tehdit etmektedir. Yargıçlar için ilk şok geçtikten sonra Bing’in konuşma yapmasına izin vermelerinin tek nedeni, Bing’in acınası durumunun dahi gösterinin bir parçası olarak kullanılabilme niteliği taşımasından kaynaklanmaktadır. Yargıçlar için daima gösteri devam etmeli, gösteri toplumuna bir şeyler sunulmalı ve halk gösteri yoluyla dizginlenmelidir. Bu sebeple önce Bing’in konuşmasını yapmasına izin vermekte, ardından da bu konuşmadan nasıl faydalanabileceklerinin yollarını düşünmektedirler.

Tablo 8. Şekil 8’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Canına kasteden karakter	Gerçekten dinlenmek için canını hiçe sayma	Bing karakterinin gösteri toplumu içinde kimsenin gerçekten kimseyi dinlemediği ve anlamadığını düşünmesi ve anlaşılmak için yargıçların dikkatini canı pahasına çekmek istemesi
Yargıçlar	Konuşmayı dinleyen ve etkilenen jüri	Jürinin, Bing karakterinin farkındalığının artmasıyla yaşadıkları korkuyu bastırmak için Bing’i dinliyormuş gibi davranmaları ama aslında gösteriye hizmete devam etme çabaları
Şaşkın avatarlar	Konuşmadan etkilenen topluluk	Bing’in konuşmasını izleyen tüm gösteri toplumu bireylerinin kendilerini sorgulamaya başlaması ve düşünmeye başlamaları
Yargıçların lideri	Herkesin ve her şeyin lideri olma	Yargıçların liderinin büyük bir karar otoritesi olarak, Bing’in davranışına ne kadar kızsada da bunu bir gösteri parçası haline getirmek için çabalaması

Bing çok etkileyici bir konuşma gerçekleştirmiştir. Sistemin büyük oyununun, kimseyi önemsememesinin, insan gibi görmemesinin, yaratılan sahte dünyalar içinde bireylerin kaybolmasının, bu dünyada gerçek olan hiçbir şeyin olmamasının nedenini ve hesabını sormaktadır. Ancak alabileceği herhangi bir cevap bulunmamaktadır. Öncelikle yargıçlar başta olmak üzere Bing’in konuşmasını dinleyen herkes büyük bir şaşkınlık içerisinde. Avatarların şaşkın, üzüntülü mimikleri herkesin hücrelerinde bu duyguları hissettiğinin bir göstergesidir. Ancak yargıçlar böyle bir şeye asla müsaade etmez. Onlar gösteri toplumunun o zamana kadar alışlagelmiş bilinçsiz ve gerçek yaşamdan kopuk hallerinin devamını sağlamakla sorumludurlar ve görevlerinin en iyi şekilde gerçekleştirmektedirler.

Jüri lideri durumu toparlamak ve Bing’i sakinleştirmek adına, sadece gösteri toplumunun kurallarının devamlılığını sağlayabilmek için Bing’e bir teklif sunmaktadır. Bing’in konuşmasından çok etkilendiğini ve her zaman dinlemek istediğini dile getiren yargıç, eğer kabul ederse programları arasında bir boşluk olduğunu ve Bing’in bu

boşluklarda konuşmasını geniş kitlelere iletmeye devam edebileceğini söylemektedir. Bu Bing'in gösteri toplumunun bir parçası olması için sunulmuş bir tekliftir. Onun acılarından ve öfkesinden beslenerek yaptığı bu konuşma, jüri için hiçbir anlam ifade etmese de gösteri toplumu içinde oldukça dikkat çekici ve izlenme potansiyeli yüksek bir içerik oluşturmaktadır. Şimdi karar verme sırası Bing'e geçmiştir. Ya isyan ettiği bu gösteri toplumunun uzağında kalacak ve toplumdan ayrılacaktır, ya da tüm kişiliğini bir yana bırakıp gösteriye dahil olacak ve gösteri toplumunun devamlılığını sağlayacaktır.

Şekil 9. Bing'in Kararını Verdikten Sonra Gösterinin Bir Parçası Olması



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bing kararını gösterinin bir parçası olma şeklinde vermektedir. Gösteri toplumu Bing ve Bing gibi düşünenleri, isyan edenleri içinde barındırmamaktadır. Gösteri toplumun asıl kurallarından biri gösterinin devamlılığıdır ve bu devamlılığın sağlanmasına engel olan kişiler ya toplumdan çıkarılmakta ya da Bing'e yapıldığı gibi çeşitli manipülasyonlarla gösteri toplumu içinde kalarak hizmet etmeleri sağlanmaktadır. Şekil 9'da görüldüğü gibi Bing artık bisiklet odasında pedal çevirmez, pedal çevirenlerin ekranlarında, tıpkı büyük şovda yaptığı gibi boğazına dayadığı bir cam parçasıyla canlı yayın gerçekleştirmektedir. Burada dikkat çeken önemli detaylardan biri de artık avatarların dolaplarına ekleyebilecekleri, Bing'in kullandığı cam parçası olarak görülmektedir.

Tablo 9. Şekil 9’da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Bisiklet süren kişi	Sistemin işlemesine katkı sağlamak	Sorgulayıcı konuşmadan sonra değişen hiçbir şeyin olmaması, bireylerin hala kendi istekleriyle gösteri toplumunun devamlılığına hizmet etmesi
Bisiklet süren kişinin avatari	Kurgulanan sahte dünyalar	Bireylerin elde edemedikleri her ürünü ya da gerçekleştiremedikleri her davranışı gerçekleştirebildiği sanal bir dünyanın olmasının bireylere verdiği özgürlük hissi ve gösteri toplumunun devamlılığına hizmet etmesi
Çeşitli ürünler	Tüketim malzemeleri	Fiziksel veya gerçek anlamda olmasa bile bireyleri tüketme eylemine teşvik etmek ve tüketme eylemlerinin devamlılığını sağlamak
Cam parçası	Bing ile özdeşleştirilen nesne	Gösteri toplumu içerisinde gösterinin parçası olan her bir bireyin veya ürünün metalaştırılması ve birer tüketim malzemesi haline dönüştürülmesi
Bing’in canlı yayını	Gösteriye katılan kişi	Duygu ve düşünceleri manipüle edildikten sonra bireylerin gösteri toplumunun dışına çıkmaktansa içinde kalarak kendilerine dayatılan sahte dünyaların tadını çıkarmaları ve gösteri toplumunun devamlılığını sağlamaları

Gösteri toplumu ile bütün bir hale gelen Bing bu noktadan sonra yaptığı konuşmalarla daha önce kendisinin de aralarında bulunduğu statüden insanlara ulaşmakta, onların boş zamanlarını geçirdiği aktivitelerden biri olmaya başlamaktadır. Gösteri toplumu Bing’in duygu ve düşüncelerini önemsemeden onu aralarına almıştır, Bing ise benliğini ve kişiliğini bir kenara bırakarak bu toplumun bir parçası olmaya başlamıştır.

Gösteri toplumu içerisinde ürünlerin metalaşması ve böylelikle tüketimin artması, gösterişçi tüketim faaliyetlerin hızlanması gibi durumlar da Bing’in kullandığı

cam parçası üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu cam parçası önceden bir tehdit, sisteme bir başkaldırı niteliği taşımaktayken zamanla gösterinin bir parçası haline gelmekte, tüketim nesnesi haline dönüşmekte ve metalar dünyasındaki yerini almaktadır.

Şekil 10. Bing'in Yeni Yaşamı



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu noktadan sonra artık Bing seçiminin verdiği sonuçlarla ödüllendirilmektedir. Şekil 10'da görüldüğü üzere bambaşka bir hayata sahip olma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir. Gösteri toplumu, kendisine hizmet edildiği sürece bireylere iyi statüler, izlenmeye değer hayatlar vadetmektedir. On Beş Milyon hak bölümünde hikayenin gidişatı da bu açıdan şekillenmekte, Black Mirror dizisi, gösteri toplumu kavramını bireyi etkileme açısından bu noktada ele almaktadır. Bing gösteri toplumuna hizmet etmeye karar verdiği andan itibaren onu artık eski hayatının zıttı olan, daha lüks daha konforlu bir hayat beklemektedir. Şimdi Bing'e düşen bu hayatın tadını çıkarmak ve bununla birlikte gösterinin devamlılığını sağlamaya gayret göstermektedir. Gösteri toplumu bu bağlamda çıkar sağlamaktadır ve eğer bir bireyden çıkar sağlayamazsa onu toplumdan uzaklaştırma ve yok sayma eğilimi göstermektedir.

Sistem isyanı bile etkisizleştirerek, kendine ait hale getirmekte ve isyanın göstergesini de tüketim nesnesi olarak puan karşılığı satın alınabilir düzeye getirmektedir. Böylelikle Bing'in şovu, içten içe sisteme öfke duyan bireyler için bir nevi emniyet sibobu işlevi görebilmektedir.

Tablo 10. Şekil 10'da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Geniş bir oda	Değişen toplumsal statü	Bing'in verdiği kararın ödülleri alıyor olması
Beyaz renk mobilyalar	Herkesten farklı bir konumda olma	Hâkim renk olan gri renk yerine herkesten farklı ve saflığı temsil eden beyaz rengin kullanılması Bing'in herkesten farklı olduğunun mesajının verilmesi
Çiçekler	Doğal ve gerçek ürünler	Bing'in özlemini duyduğu doğal dünyaya yaklaşması
Portakal suyu	Doğal ve sağlıklı bir içecek	Bing'in Puanlara ihtiyaç duymadan istediği yiyecek ve içeceği tüketebilmesi, statü atlamış olması
Manzara	Gerçek, sahte olmayan bir manzara	Bing'in sevdiği ve gerçek olan doğaya bakması hayallerine adım adım yaklaşması
Yalnız birey	Toplumdan kendini soyutlamış insan	Toplumsal statüsü değişmiş ve artık toplumdan üstün konumda olan karakter

Bing artık kendine ait geniş bir odada yaşamaktadır. Beyaz mobilyalar kullanmakta, odasını çeşitli çiçeklerle dekore etmekte, istediği şeyleri yiyip içebilmektedir ve en önemlisi canlı yayın şovlarını da bu odadan gerçekleştirmektedir. Bu şovlar sayesinde artık ünlü, toplum tarafından bilinen ve görünen biri olmuştur. Yani gösteri toplumu farklı düşünen farklı hisseden bir karakteri bile kendi içine çekebilme başarımıştır.

Bu yeni dünyasında Bing artık herkesten farklı bir statüdedir. Artık sistemin bir çarkı değil, sistemin nimetlerinden kısmen de olsa faydalanan bir bireydir. Bulunduğu bu yeni statüde sadece geniş bir odada yaşamakla kalmaz aynı zamanda zenginliğinin bir göstergesi olarak herkesten farklı renk ve tasarıma sahip mobilyalar kullanmaya başlar. Artık sağlıklı yiyecekler yemek için puan kazanmasına veya pedal çevirmesine de gerek yoktur, istediği birçok şey elinin altındadır. Zahmetsizce elde ettiği ve birçok içeceğe göre daha sağlıklı olan portakal suyunun odasında büyükçe bir sürahide olması, Bing'in hiç acele etmeden bu içeceği tüketmesi bunun bir göstergesidir. Daha önceleri yaşadığı sahte dünyanın içinde Bing sürekli ekranlarına doğa görselleri yansıtmakta, pedal çevirirken sanki doğanın içindeymiş gibi avatarını kullanmaktayken artık yeni statüsünün de vermiş olduğu güçle hem odasını çiçeklerle süslemiş hem de çok büyük

bir pencereden gerçek bir orman manzarası izleme lüksüne kavuşmuştur. O bu noktadan sonra artık hem gösterinin bir parçası hem de hayallerine bir adım daha yaklaşmış bir kazanıdır. Fakat tüm bu lüks eşyaların, geniş odanın, gerçek ve sağlıklı içeceklerin yanında da yalnız kalmış bir birey olarak görülmektedir. Odasından canlı yayın yaptığı küçük kamerasından başka kendisine eşlik edecek bir başka kimse bulunmamaktadır. Gösteri toplumu, onu toplumdan ayırıp daha üstün bir statüye koyarken aynı zamanda da onun yalnızlaşmasını sağlamaktadır.

Bu bağlamda Black Mirror dizisinin On Beş Milyon Hak bölümünün gösteri toplumu kavramını, bireylerin duygu ve düşüncelerini hiçe sayan, bireyleri yalnızlaştıran, bunu yaparken de teknolojinin nimetlerinden ve görünür olmanın faydalarından yararlanarak insanları manipüle edebilen bir sistem olarak yansıttığını söylemek mümkündür. Gösteri toplumu için bireyler gösterinin devamlılığını sağlamakla yükümlü büyük bir makinenin parçası gibidirler ve eğer bu makinenin en ufak parçası dahi bir gün çalışmayı bırakırsa uzun süredir varlığını koruyan bir sistem çökme tehlikesi altında demektir. On Beş Milyon Hak bölümünde de olduğu gibi, gösteri toplumu içinde böyle bireyler ya toplumdan çıkarılmakta ya da var olan halleriyle gösterinin bir parçası, kuklası olmaya devam ettirilmektedirler. On Beş Milyon Hak bölümü tüm bunlar çerçevesinde gösteri ve birey arasındaki iletişimi veya iletişimsizliği konu edinmiş ve bu konuya distopik bir bakış açısıyla yaklaşmış bir yapım olarak görülmektedir.

3.1.2.2. Dizisel Çözümleme

Çalışmanın bu bölümünde On Beş Milyon Hak bölümünün dizisel çözümlemesinin yapılmasının, bölüm içindeki çeşitli karşıtlıklara yer verilmesinin, dizinin vermek istediği mesajları pekiştireceği düşünülmektedir. Bu nedenle bu bölüme ait baştan sona önemli görünen karşıtlıklar aşağıda verilmektedir.

Tablo 11. On Beş Milyon Hak Bölümündeki Karşıtlıklar

Karşıtlıklar	
İnsanlar	Avatarlar
Sağlıklı ve pahalı yiyecekler	Sağlıksız ve ucuz yiyecekler
Pedal çevirenler	Gösteriye katılanlar
Yargıçlar	Sıradan İnsanlar
Gerçek manzaralar	Sahte manzaralar
Gri renk	Beyaz renk
Hücre	Geniş bir oda
Bir örnek giysiler	Farklı ve ilgi çekici giysiler
Yetenekliler	Yeteneksizler
Sisteme başkaldıranlar	Sisteme boyun eğenler

Tablo 11’de görüldüğü gibi Black Mirror dizisinin On Beş Milyon Hak bölümü birçok karışıklık ve zıtlığı içine barındırmaktadır. Bunlardan en dikkat çekenlerden biri kurgulanan bu dünyada nerdeyse hiç renk olmayışıdır. Herkesin sanki büyük bir hapishanedeymiş gibi bir örnek ve gri renk kıyafetler giymesi, bunun dışında bireylerin başka kıyafetlere sahip olmamaları, içinde bulundukları toplumda aslında ne kadar değersiz görüldüklerinin bir göstergesidir. Ayrıca bu bölümde, aynı şekilde renkler yolu ile toplumsal statüler arasındaki farklar da anlatılmaktadır. Örneğin gri gibi nötr bir rengi sadece toplumun alt sınıfındaki, durmadan pedal çeviren insanlar kullanmaktayken, kırmızı, siyah ve beyaz gibi renkleri sadece yargıçlar, toplumun üst statüsünde sayılan cinsel içerikli şov yıldızları gibi insanlar giyebilmektedirler. Yani renkler yoluyla toplumsal statü ve gösteriye katılabilenler ve katılamayanlar arasındaki farklar verilmektedir.

Kurgulanan bu dünyada, gösteri toplumunun içinde varlığını sürdürebilmek ve görünür olmak her şeyden daha önemlidir. Bireylerin tüm çabaları da bu yüzdendir. Tüm amaç altın bileti olarak gösteride başarı kazanmak ve toplumsal statüsünü arttırmaktır. Bu nedenle pedal çevirme işinde ne derece başarılı olurlarsa o derece yükselme şansları artmaktadır. Bunun için de gereken en önemli şey sağlıklı bir vücuttur. Dizideki en büyük karışıklıklardan birisi de sağlıklı bir vücuda sahip olmak için gerekli besinlerin pahalı olması ve zararlı olanları ucuz olmasıdır. Gösteriye sorunsuz bir şekilde katılmak isteyen herkes sağlıklı meyveleri seçer, seçmeyenler için de bunların ne kadar çok tüketildiğine dair reklamlar ve görseller her yerdedir ve bu görseller sayesinde bireylerin tüketim alışkanlıkları şekillendirilmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda gösteri toplumu içinde bireyin tüketim alışkanlıklarının şekillenmesi ve değişmesi durumuna dizi, karamsar bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır.

Bireylerin kendi varlıklarıyla değil olmak istedikleri kişiliklerin avatarlarıyla sosyal çevre edinmeye çalışması, yetenek yarışmasına konuk olarak bile avatarları aracılığı ile katılması ise gösteri toplumu içinde teknolojik etkilerin ve bu etkilerin bireyin gerçeklik algısıyla nasıl oynadığının bir göstergesi olarak verilmektedir. Bireyler gösteriye katılmak pahasına kendi benliklerinden ödün vermekte ve gösterinin devamlılığını sağlamak için mükemmel olarak gördükleri avatarlarını kullanmaktadırlar. Bu avatarlar aslında kendileridir ama sistem onların gerçek varlığını görünür kılmalarına asla izin vermemektedir.

Bu toplumdaki karşıtlıklardan bir diğerini de sıradan insanlar ve yargıçlar oluşturmaktadır. Yargıçlar toplumda karar verici bir konumdadırlar ve söyledikleri her bir söz koca bir toplum için büyük değer taşımaktadır. Yetenek yarışmasına çıkan herkes kendilerini yargıçlara beğendirmek zorundadır. Bu uğurda yargıçların onlarla dalga geçmesine, onları aşağılamasına katlanmak zorunda olanlar ise statülerini yükseltmek için başka çareleri olmayan alt tabakadan insanlar olarak görülmektedir. Fakat her iki grubun da derdi gösterinin devamlılığını sağlamak olarak nitelendirilmektedir.

Sonuç olarak, gösteri toplumu kavramını distopik bir bakış açısıyla ele alan On Beş Milyon Hak bölümü, yakın bir gelecekte teknolojinin hızla artmasıyla birlikte yaşanabilecek olası bir dünya kurgusu yaratmaktadır. Gösteri toplumunun devamlılığının önemini, bu toplumun bireyleri nasıl içine çektiğini, gösteri dünyasında metalaşmanın ne kadar kolay olabileceğini, toplumsal statü kazanmak için bireylerin nelerden vazgeçip ne gibi ödünler verebileceğini, gösteri toplumunun bireylerin tüketme alışkanlıkları etkileyebilme özelliğini, yıkılması an meselesi olan ama asla yıkılmayan büyük bir manipülatif sistem olduğunu Black Mirror dizisi iğneleyici bir üslupla ele almaktadır.

3.2. “BEYAZ AYI” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ

Black Mirror dizisinin 2. Sezonunun 2. bölümü olarak gösterilen Beyaz Ayı bölümü, hem teknoloji çağının birey üzerindeki etkisine hem de gösteri toplumuna atıfta bulunan bir bölüm olarak nitelendirilmektedir.

Dizinin bu bölümünün yönetmeni Carl Tibbetts, senaristi Charlie Brooker, Yapımcısı Barney Reisz, Uygulayıcı Yapımcısı ise Annabel Jones ve Charlie Brooker’dır. Bu bölümde rol alan oyuncular ise Lenora Crichlow, Michael Smiley, Tuppence Middleton’dır. Beyaz Ayı bölümünün süresi ise 42 dakikadır.

3.2.1. “Beyaz Ayı” Bölümünün Özeti

Beyaz Ayı bölümü, Victoria isimli genç kadının bir evde uyanmasıyla başlamaktadır. Oldukça sersemlemiş şekilde uyanan bu kadın çevresine şaşkınlıkla bakmakta, kendini bulunduğu ortama yabancı hissettiğini belli eden davranışlar sergilemektedir. El bileklerinde sargılar ve ayak ucunda da bir sürü hap olduğunu gören kadın bir şeylerden şüphelenerek evi incelemeye başlamaktadır. İlk dikkatini çeken şey ise açık bırakılmış, sürekli cızırdayan ve ekranında sadece bir sembolün görüldüğü

televizyondur. Panikle evi incelerken bulduğu bir kız çocuk fotoğrafı ve kendisiyle birlikte bir başka adamın, birbirine sarıldıkları fotoğrafları görmesi ile de bazı anılar zihninde canlanmaya başlamaktadır. Bu kızın kendi çocuğu olup olmadığını bir türlü hatırlayamayan kadın çareyi evden dışarı çıkıp birilerinden yardım istemekte bulmaktadır.

Evden ilk çıktığında sokakta kimseyi görememekte ve çevreye bakınmaya başlamaktadır, bir terslik olduğunu hissetmektedir. Ardından evlerin pencerelerine dikkatli baktığında kendisini izleyen ve onu cep telefonlarına kaydeden insanlar olduğunu fark etmektedir. Bu noktadan sonra Victoria için işler iyice garipleşmeye başlamaktadır. Penceredeki insanlara sorular yöneltmekte, yardım istemekte ama onlar adeta Victoria'ya karşı kör olmuş gibi davranmaktadır. Hiçbir soruyu cevaplamamakta, hiçbir şekilde Victoria'ya yardım etmemektedirler. Kadın çaresizlik içinde yardım dilenirken kendisine yaklaşmakta olan bir araba görmektedir. Bu arabanın içinden çıkan adamın üstünde bir maske vardır. Victoria'nın televizyon ekranında gördüğü sembolün aynısından maskesi olan adam birden arabasının bagajından bir tüfek çıkartmakta ve Victoria'yı kovalamaya başlamaktadır.

Bu noktadan sonra Victoria için büyük bir kaçış başlamaktadır, daha ne olduğunu bile anlayamadan hayatına kasteden bu insandan olabildiğince uzaklaşmaya çalışırken yolda gördüğü, evlerinin pencerelerinden bakan insanlardan yardım dilenir ancak kimse Victoria'ya yardım etmemekte, sadece ve sadece ellerindeki cep telefonları ile Victoria'yı kayıt altına almakta veya fotoğraflarını çekmektedirler. Üstelik bunu devamlı bir şekilde, Victoria nereye giderse gitsin onu takip ederek yapmaktadırlar. Tam bu noktada Victoria'nın yolu bir adam ve kadınla kesişir. Onlar Victoria'ya yardım etmektedirler ve her şeyin bilincinde gibi davranmaktadırlar. Böylelikle Victoria içinde bulunduğu durumla ilgili ilk gerçeği öğrenmektedir. Kadının anlattığına göre, televizyon ekranlarında verilen o sinyalden sonra herkes sadece “izleyici” olmuştur, kimse kimseyle konuşmamakta, sadece cep telefonu ile görüntü yakalamanın peşine düşmektedir. Durumun ne kadar dehşet verici olduğunun bir öneminin olmadığını, önemli olan tek şeyin güzel video görüntüleri veya fotoğraf kareleri yakalamak olduğunu söyleyen yardımsever kadın, ana verici merkezine gidilip oraya zarar verilirse bu durumun çözüleceğine inanmaktadır. Bu nedenle kadınla birlikte ana verici merkeze giderek bu işi halletmeyi kabul eden Victoria, merkeze geldiğinde büyük bir hayal kırıklığına uğramaktadır.

Bu merkez önceden gerçek bir merkez gibi görünse de Victoria'ya zarar vermek isteyen kişilerin de gelmesiyle birlikte birden bir tiyatro sahnesine dönüşmektedir. Victoria olanların şaşkınlığını yaşarken ona yardım edeneler ve ona zarar vermek isteyenler sahne önünde selamlarını vermektedirler. Tüfekte Victoria'yı öldürmek isteyen adam tüm gerçekleri anlatmaya başlamaktadır. Victoria'nın işlediği suç herkes tarafından görülür ve bu suçun cezası olarak, Victoria'ya halk tarafından daha önce kendisinin de yaptığı gibi yaşanan vahşet karşısında sadece izlemek ve görüntüye çekmekten ibaret olan bir davranış biçimi gerçekleştirilmektedir. Üstelik Victoria bu cezayı, yaşadığı bir önceki gün unutturularak her gün yeniden yaşamaktadır. Bu ceza ise gösteri toplumu bireyleri tarafından büyük bir şova dönüştürülmekte, insanlar bu şova katılıp Victoria'ya ceza verebilmek için biletler almaktadırlar. Black Mirror Dizisi, Gösteri toplumu kavramını bu kez de birey, ceza, empati, eğlence kavramları üzerinden işlemektedir.

3.2.2. “Beyaz Ayı” Bölümünün Birey Ve Gösteri Kavramları Çerçevesinde İncelemesi

Çalışmanın bu bölümünde Black Mirror dizisinin Beyaz Ayı bölümü, içinde geçen gösteri ve gösteri toplumu gibi kavramlar çerçevesinde göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmektedir. Dizinin gösteri kavramını ele alış şeklinin ne gibi kodlar ve göstergeler yoluyla aktarılmakta olduğu incelenecek ve bu göstergelerin yan anlamları üzerinden dizinin vermek istediği mesajlar yorumlanmaya çalışılacaktır.

3.2.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamların Üretilmesi

Sanki daha önce yaşamadığı bir evde uyandığını hisseden Victoria çevresinde pek çok gariplik görmektedir. Kendini ait hissetmediği bu evde bir gariplik vardır ve başının arkasında sürekli bir ağrı hissetmektedir, bazen çevresini bulanık görmektedir.

Şekil 11. Victoria'nın Uyandığı Sahne



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Ne olduğunu çözmeye çalışırken etrafında gördüğü her şey ona garip gelmektedir ve bu şeylere olan bakışından ötürü geçmişi çok da hatırlamadığı görülmektedir. Uyandığı odanın penceresindeki perdeleri açıp etrafına bakarken bile ilk defa gördüğü bir yere bakıyor gibi bir izlenim uyandırmaktadır. Uyandığı dakikadan itibaren neredeyse tüm davranışlarında bir gariplik olan Victoria, televizyon ekranında verilen simgeyi gördüğü an çeşitli kısa sahneleri zihninde canlandırmakta fakat kopuk kopuk olan bu sahneleri anlamlandırmakta güçlük çekmektedir.

Tablo 12. Şekil 11’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Bileklerin sarılı olması	Bileklerin yaralı olabilme ihtimali	Geçmişi hatırlayamadığı için, Victoria’nın daha önceden intihar girişiminde bulunmuş olabilme durumu
Televizyonda bilinmeyen bir simge görüntüsü	İletilmek istenen bir mesaj	Çevrede sorgulanması gereken, cevapsız sorular olduğu algısı, Victoria’nın içinde bulunduğu duruma karşı yabancı, bilinçsiz oluşu
Yerde haplar ve kutuları	Olası bir intihar girişimi	Victoria’nın önceki gece intihar girişiminde bulunmuş olma ihtimali
Aynada kendine bakan kadın	Başına ne geldiğini anlamaya çalışan kadın	İçinde bulunduğu duruma ve yaşadığı fiziksel acıya karşı hiçbir fikri olmayan ve bu durumu anlamaya çalışan birey

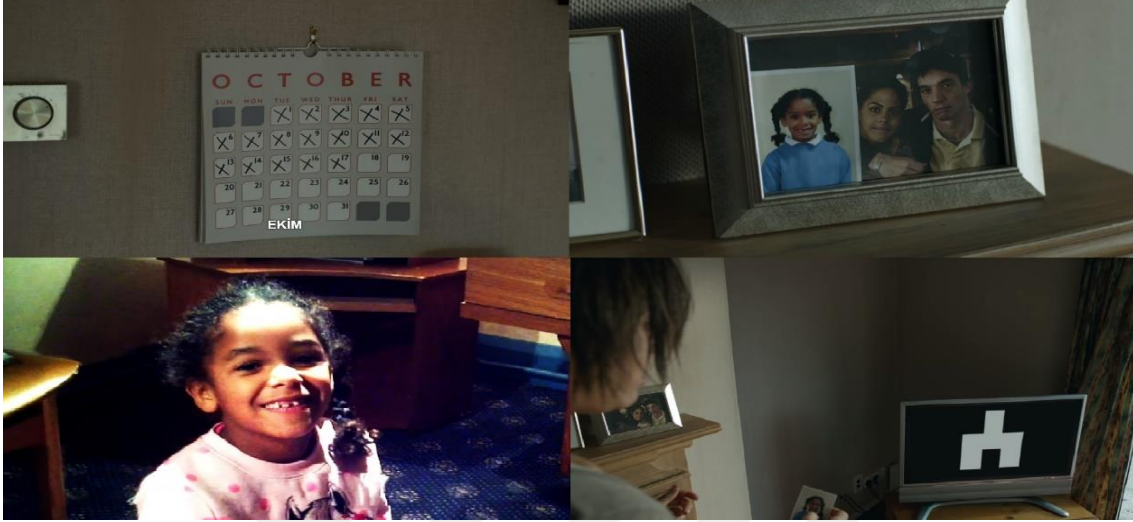
Victoria’nın uyanır uyanmaz gördüğü ilk şey bileklerinin sargı bezi ile sarılmış olmasıdır. Bunu gören Victoria bir şeylerin ters gittiğini anlamaktadır, çünkü bu durum onun olası bir intihar girişiminde bulunup başarısız olduğunun bir göstergesidir. Aynı şekilde yerdeki haplar da bu başarısızlıktan sonra bir kez daha intihar girişimini yinelemeye çalıştığının bir göstergesidir.

Bununla birlikte Victoria’nın uyandığı odada sürekli sinyal sesi ile rahatsızlık veren ve ekranında Victoria’nın bilmediği bir sembol olan televizyon bulunmaktadır. Bunun ne olduğunu anlayamaması, sesinden rahatsız olup televizyonu kapatması ise Victoria’nın içinde bulunduğu yer ve durum hakkında bir fikrinin olmamasının göstergesidir, çünkü bu sembol onun için hiçbir anlam ifade etmemektedir.

Çevresini tanınamaması ve başındaki, ensesindeki ağrılar nedeniyle acı çeken Victoria aynada kendine bakarak olanı biteni anlamaya çalışmaktadır. Başına gelmiş

olan durumlarla ilgili çıkarımda bulunmak için vücudunu incelemektedir bu da Victoria'nın geçmişe dair bir şeyler hatırlamadığının göstergesidir. Tüm bunların ardından ne olduğunu anlamak için evi keşfe çıkar ve salona geldiğinde benzer gariplikler devam etmektedir.

Şekil 12. Victoria'nın Evi Dolaştığı Sahne



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Tablo 13. Şekil 12'de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Takvim	Zamanın geçişi	Victoria'nın bu evde geçirdiği zamanın ve içinde bulunduğu ayın göstergesi
Fotoğraflar	Geçmişteki hatıralar	Victoria'nın geçmişte fotoğraflardaki kişilerle bir bağının olması
Kız çocuğu	Victoria'nın anısı	Victoria'nın kız çocuğunu görmesiyle birlikte zihninde bu çocukla geçirdiği zamanların canlanması
Televizyondaki simge	Bilinmeyen bir anlam	Her yerde gördüğü ama anlamını bilmediği simgenin bir kez daha karşısına çıkması, durumun hala belirsizliğini korumasının göstergesi

Victoria evi dolaştığı sırada bir takvim görmektedir ve bu takvimin, on yedi adet günü geçmiş olduğu için üstleri çarpı ile işaretlenmiştir. Dolayısıyla bu da Victoria'nın ya da bir başka kişinin bu takvim üzerinde geçen günleri işaretlediğinin, bu evde geçirilen zamanının ne kadar olduğunun göstergesi olarak yorumlanmaktadır. Ayrıca yine Victoria hem kendisinin hem de bir adamın yan yana olduğu bir fotoğrafı görür, ikisinin yan yana bir fotoğraf çektirmiş olması birbirlerini tanıdıklarının göstergesidir,

bu durumda bu adam ile Victoria'nın bir bağlantısı bulunmaktadır. Kız çocuğunun fotoğrafında ise sadece kız çocuğu vardır ve Victoria bu yüzden bu çocukla arasında bir bağ olup olmadığını anlayamamaktadır. Ancak fotoğrafa baktığından zihninde canlanan kız çocuğuna ait anılar, Victoria ve bu çocuğun geçmişte bir bağlantısının olduğunu gösterir niteliktedir.

Şekil 13. Victoria'nın Dışarı Çıktığı Sahne



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Tüm bu kafa karışıklıklarının ardından Victoria yardım aramak için dışarı çıkar ve gariplikler dışarda da Victoria'nın peşini bırakmamaktadır. Anlayamadığı ve tanımlayamadığı bu dünyada Victoria'nın paniklemesini ve korkmasını sağlayan birçok gariplik yaşanmaktadır. Herkesten yardım istemesine rağmen insanlar sadece ve sadece “izleyici” ve “kaydedici” durumdadırlar. Zor durumda olan birine yardım edebilecek olanakları olsa da bu insanlar için önemli olan tek şey olanı biteni kaydetmekten ibarettir.

Black Mirror dizisinin Beyaz Ayı bölümü, özellikle günümüzde de var olan bir probleme bu bakış açısından yaklaşmaktadır. Artık insanlar müdahale etmekten, ses çıkarmaktan veya yardım etmekten ziyade olanı biteni izleyip kaydeden robotlar

gibidirler. Tüm kayıtları sosyal medya hesaplarından paylaşmak ise pop laritelerinin artmasına olanak sağlamaktadır. İşte tam da bu robotlaşmanın hâkim olduğu çağ, gösteri toplumu kavramı ile birlikte harmanlanarak Beyaz Ayı bölümünün ana fikirlerinden birini oluşturmaktadır.



Tablo 14. Şekil 13'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Fotoğraf ve video kaydı yapan insanlar	Önemli bir şeyi ölümsüzleştirmek isteyen kişiler	Gösteri toplumu içinde, gösteriye hizmet edebilecek, beğenilip paylaşılabilecek, meta ve imaj değeri yüksek her durum ve olayın kaydedilip gösterilmesinin öncelikli olması
Maskeli adam	Gizlilik için yüzünü saklayan biri	Kötü amaçlara sahip olduğunu belli edeni birinin bunu yaparken yüzünü saklaması üstelik de maskesinde televizyonda da olan simgeyi kullanması, Victoria'yı hedef aldığıının göstergesidir
Tüfek	Eril ve tehditkâr nesne	Bir erkek olarak tüfeğe sahip olmasının, kötü amacını gerçekleştirme yolunda adama tanıyacağı üstünlük duygusu
Koşan Kadın	Tehliken kaçma	Ne olduğunun bilincinde olmayan, ölüm korkusuyla yüzleşen kadının doğal eylemi, kaçıp kurtulma isteği
Tepkisiz bir şekilde kayıt almaya devam eden toplum	Önceliği yardım etmek değil video çekmek olan insanlar	Olaya ya da duruma müdahale edip birini zor durumdan kurtarmak yerine, bu durumdan eğlence çıkaran, videosunu çeken, en iyi açıyı yakalamaya çalışan gösteri toplumu

Birden elinde silah ve yüzünde televizyondaki simgenin basılı olduğu bir maske ile bir adam Victoria'yı kovalamaya başlamaktadır. Bu noktadan sonra Victoria için hiç bitmeyecek bir kaçış başlamak üzeredir. Burada garip olan durum insanların adeta birer robot gibi sadece telefonları ile görüntü kaydetmesi olarak görülmektedir. Sanki gerçekten olayı görmüyor, telefon ekranlarının çerçevelerinden dünyayı izliyor gibidirler. Bu insanlar için ekranlarından gördükleri her şey bir şovu temsil ediyor gibidir, olaylara gerçekten şahit olmuyor sadece telefon ekranlarından izliyor gibi görünmektedirler. Gösteri toplumunun oluşturmak istediği birey profili de bu şekilde gerçekleşmektedir. Sorgulamayan, düşünmeyen, itaat eden, gösteren, gösterilen, kaydeden ve en önemlisi de tüm bunları “izleyen” bir insan topluluğu yaratmak özellikle bu toplumu yönlendirme ve zihinlerine müdahale etmek için önem arz etmektedir.

Şekil 14. Victoria'nın Çaresizliği



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Victoria tüm bu keşmekeşin içinde diğerleri gibi olmayan, ellerinde cep telefonu olmayan iki insanla karşılaşmakta ve onlardan yardım istemektedir. Bu insanlar diğerleri gibi olmadıkları için Victoria'ya yardım etmektedirler. Fakat bu yardım sırasında gördüğü dehşet Victoria'yı daha korkutmaktadır. Çünkü saldırgan adamlar birlikte onlarca kişi Victoria'yı takip etmiş ve hala kayıt almaya devam etmektedir.

Kimse olayın ciddiyetini idrak etmiş gibi görünmemektedir. Sanki bir eğlence veya bir şovun parçası gibi vakit geçirmekte, kayıt almaktadırlar, gerçek bir dünyada gerçek bir olay karşısında tavır alıyor gibi görünmemektedirler.

Tablo 15. Şekil 14'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Eğlenen insanlar	Gördükleri dehşet verici olaylar karşısında gülmek ve eğlenmek dışındaki tüm korkularını yitirmiş insanlar	Gösteri toplumu içinde bireylerin eğlence anlayışlarının değişmesi, artık sadece iyi, güzel, komik olanın değil dehşet verici ve korkutucu olanın da eğlencenin ve gösterinin bir parçası olması
Saldırgan kişi	Toplumda tavırlarıyla öne çıkmış kişi	Gösterinin devamlılığını sağlayan bireylerin ön planda tutulması ve bu bireylere saygı duyulması
Görüntü kaydedenler	Ne olursa olsun kayıt alma “görevlerini” yerine getiren kişiler	Gösteri toplumunda gösteri değeri taşıyan her durum ve olayı kaydetmenin, toplumda insanları getirmiş olduğu nokta
Ölmüş birinin görüntüsünü çekenler	Her olay ve olgudan faydalanmak isteyen kişiler	Etik ve ahlaki değerlerin gösteri toplumu içinde bireyler tarafından yok sayılması veya bireylere unutturulması

Kurgulanan bu dünyada Victoria karakteri gerçek anlamda yabancılık çekmektedir. İnsanların böylesine umursamaz olmasına hiçbir anlam verememekte ve yardım istediği kişiler ne söylerse yapmaya hazır bir ruh halinde içinde hareket etmektedir. Bu kişilerden biri, saldırgan tarafından öldürüldüğünde büyük bir şok yaşayan Victoria, saldırgan ve peşindeki kişilerin ölen insanın görüntülerini çekmesiyle birlikte iyice allak bullak hissetmektedir. Bu insanlar Victoria'ya yardım etmedikleri gibi ölen birilerinin videolarını büyük bir eğlence duygusu içinde çekecek kadar duyarsızlaşmışlardır. Bu bağlamda Beyaz Ayı bölümü gösteri toplumunun bireyleri duyarsızlaştırmasına ve bireyleri gösteriye katılım uğruna kitleler halinde, herkesin davrandığı gibi davranmaya itmesini ele almaktadır.

Bu noktadan sonra Victoria ve yanındaki kadın kaçmaya devam etmektedirler. Bu sırada da Victoria kadından bazı şeyleri öğrenmektedir. Elinde silahlar olup Victoria'nın peşine düşenlerden “avcı”, elinde telefon olup olanı biteni çekenlerden de “izleyiciler” diye bahsedilmektedir. Bu Victoria için deliliktir ve insanların neden böyle yaptıklarını anlayamamaktadır. Kadın, ona bunun televizyon sinyallerinden dolayı olduğunu söylemektedir. Ona göre Victoria'nın en başta evindeki televizyonlarda da gördüğü bu sinyal insanların beyinlerini bu şekilde etkilemekte, konuşma cevap verme,

yardım etme gibi özelliklerini yok etmekte ve sadece video ve fotoğraf çekmelerini sağlamaktadır. Yardımsever kadın olayların başladığından beri birçok insanın bu duruma dayanamayıp kendini öldürdüğünü de belirttikten sonra Victoria'nın elindeki sargıları da göstererek belki de Victoria'nın da bu yolu denediğini ima etmektedir. Victoria bu sırada başından geçenleri hatırlamaya çalışırken zihninde belli belirsiz sahneler canlanmaya başlamaktadır. Kadının ve kendisinin neden bu sinyallerden etkilenmediğini sorgulamaya başlarken, kadın bu durumu düzeltmenin tek yolunun ana verici merkeze giderek orayı yok etmek olduğunu düşünmektedir, bu verici de Beyaz Ayı olarak adlandırılan bir alanın içinde bulunmaktadır. Tam bu noktada “beyaz ayı” kelimesini duymasıyla birlikte Victoria'nın zihninde beliren sahneler artmaya başlamakta ve Victoria bir şeyleri hatırlamaya başlamaktadır.

Şekil 15. Victoria'nın Anısı



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Kopuk kopuk bazı sahneler Victoria'nın aklına gelmeye başlamaktadır, bu sahnelerden biri daha önce fotoğrafımı gördüğü kız çocuğu ile birlikte yaşadığı bir sahnedir. Oyun oynamakta olan küçük çocuk Victoria tarafından video kaydına alınmaktadır. Çocuğun huzurlu veya mutlu olduğu bir ortamda, Victoria'yı oyuna davet ettiği görülmektedir. Çocuğun oynadığı oyuncaklar arasında bir de pelüş bir Beyaz Ayı oyuncağı bulunmaktadır.

Victoria'ya yardımcı olan kadının verici merkez hakkında konuşurken “beyaz ayı” demesi ile Victoria'nın zihninde hemen bu sahne canlanmaktadır. Böylelikle bu anının, Victoria'nın geçmiş yaşamıyla ilgili önemli bir nesne olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 16. Şekil 15'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Analizi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Video çeken kadın	Victoria'nın bir çocuğun oyun oynarken videosunu çekmesi	Oyun oynayan çocuğun eylemlerine şahit olma ve ona katılma, çocukla iletişim kurma
Videoya çekilen çocuk	Oyun oynayan küçük bir kızın kendisi çeken kişiyle bağ kurması	Çocuğun videosunu çeken kişi ile iletişim kurması, ona oyununu anlatması, o kişiye güvenmesi
Oyuncaklar	Çocukluk çağının göstergesi	Çocuğun henüz yaşının çok küçük olması

Victoria'nın hatırladığı bu sahne ona çok garip gelmektedir. Kendi çocuğu olup olmadığını bile bilmediği bu çocukla aralarında bir bağ vardır ve bunu çözmek şu an için çok zordur. Ama birden hatırladığı bu sahnede dikkat çekici detay çocuğun oynadığı oyuncaklar arasında bir “beyaz ayı” olmasıdır. Ana verici merkezin de “beyaz ayı” diye adlandırılan bölgede olması Victoria'nın bu anıyı hatırlamasına neden olmuş gibi görünmektedir. Tüm bunların sonucunda Victoria ve ona yardım eden kadın, yine birilerinden kaçarak ana merkezin yolunu tutmaktadırlar. Bu süreç içinde başlarına türlü türlü olaylar gelen ikili hepsinden bir şekilde kurtulmayı başarmaktadır. Bu yolculuk sırasında Victoria bazı anıları hatırlamaya devam etmektedir.

Çeşitli semboller, duyduğu bazı kelimeler Victoria'nın anılarının canlanmasına neden olmaktadır. Bu onun için oldukça rahatsız edici bir durumdur zira bu noktada Victoria hem geçmişini hatırlayamayan hem içinde bulunduğu durumu anlamlandıramayan hem de herkes tarafından izlenen, görüntüleri durmadan video kaydı altına alınan bir kadın olarak hayat mücadelesi vermektedir.

Tüm bu mücadele sırasındaysa geçmişine dair hiçbir şey hatırlayamamakta ve içinde bulunduğu dünyaya kendini çok yabancı hissetmektedir. Kimsenin, kötü giden durumlara karşı herhangi bir eylemde bulunmaması, yardım etmemesi gibi durumlar Victoria'nın algılayamadığı durumlardır ve içinde bulunduğu topluma bu anlamada kendini ait hissedememektedir. Bireylerin eğlence veya kişisel haz için, başka bireylerin acılarından ve korkularından besleniyor oluşları, Victoria için çılgınlık olarak adlandırılabilir bir durum olarak görülmektedir.

Şekil 16. Victoria'nın Hatırladığı Başka Bir Anı



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Tablo 17. Şekil 16'da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Bir şey yakan adam	Victoria'nın anılarındaki adamın tehlikeli bir şeyler yapmış olması	Victoria'nın hem evde fotoğraflarını gördüğü hem geçmişindeki anılarında gördüğü bu adam ile bir ortak geçmişe sahip olduğunun göstergesi
Yanan şeyi izleyen Victoria ve bir adam	Victoria ve bu adamın bu eylemi ortaklaşa bir şekilde gerçekleştirmesi	Geçmişte yaşanan eylem her ne ise, bu korkutucu eylemi Victoria'nın bu adam ile birlikte gerçekleştirmiş olması, Victoria'nın sadece "izleyici" konumunda olması

Şekil 16 ve tablo 17’de görüldüğü üzere Victoria’nın hatırladığı anılar genellikle olumsuz çağırışımlar yapmaktadır. Kim olduklarını bilmediği ve hatırlayamadığı bu insanlarla olan geçmişinde birçok soru işaretiyle karşılaşan Victoria hatırladığı son anı ile birlikte iyice huzursuz olmaya başlamaktadır. Anılarında yanan bir şeye karşı sadece “izleyici” konumda olması, tedirgin bakışlarla olanı biteni izlemesi, daha sonra adamın da ona katılması bu ikilinin yanlış bir şeyler yapmakta olduğunun bir göstergesidir. Dizi bu noktada yine gösteri toplumu içinde bireyin karşılaştığı her durumda izleyici olarak kalmasını, müdahale etmemesini ve bireyin bu nokta takındığı umursamaz tarafı eleştirmektedir.

Victoria ve ona yardım eden kadının yolculuğunun sonunda vardıkları beyaz ayı bölgesindeki merkezde tam her şeyi yakmaya hazırlanırken avcılar merkezi basmakta ve Victoria’ya engel olmaktadır. Avcılarla aralarında kısa süreli bir arbede yaşandıktan sonra Victoria bir şekilde ele geçirdiği tüfekle Avcıyı vurmaya kalkışır ama işler umduğu gibi gitmez. Bu noktadan sonra Victoria acı gerçeklerle yüzleşmeye başlamaktadır. Ateşlediği silahtan kurşun yerine sadece bir konfeti çıkması, ardından büyük kapıların, duvarların açılmasıyla birlikte merkezin birden bir tiyatro sahnesine, yaşadıkları durumun da bir gösteriye dönüşmesiyle birlikte iyice şaşırان Victoria artık gerçekleri öğrenmek üzeredir.

Şekil 17. Gösteri Toplununun Ortaya Çıktığı Sahne



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

İçinde bulunduğu durum birdenbire bambaşka bir hal alan Victoria, yavaş yavaş geçmişi hatırlamaya başlamaktadır. İçinde bulunduğu “gösteri” hatırlayamasa bile ona hatırlatmak için elinden geleni yapmaktadır.

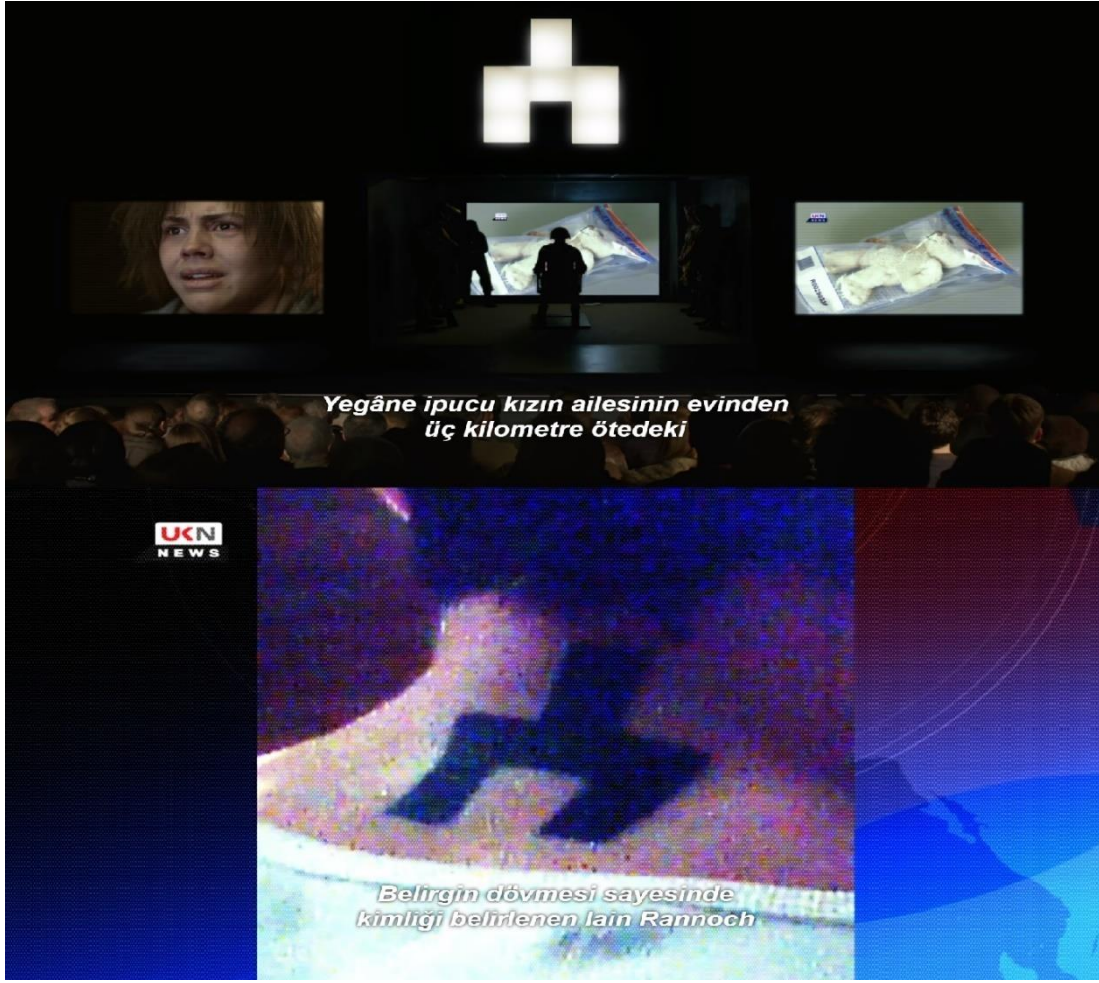
Tablo 18. Şekil 17’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Tüfekten konfeti çıkması	Gerçeklik algısının yok edilmesi, kandırılma	Şimdiye kadar tehdit unsuru olan şeylerin aslında tehlikeli olmadığı ve hepsinin gösterinin bir parçası olduğu algısı
Avcıların selam vermesi	Gösterinin bitişi	Performansın ustalıkla bitirilmesi ve hepsinin bir “tiyatro” olduğu algısı
Tiyatro sahnesi ve oyuncular	Gerçek olmayan olayları gerçekmiş gibi canlandıran kişiler ve canlandırılan yer	Başından sonuna kadar Victoria ile iletişim kuran herkesin aslında rol yapması, gerçek kişiler olmaması
Seyirciler	Gösteriyi izlemeye gelenler	Eğlenmek için, kurgulanmış büyük bir gösteriye katılan, tüm gerçeklerin bilincinde olan topluluk
Simge	Verilmek istenen bir mesaj	En başından beri Victoria ile bir bağlantısı bulunan ve onun hatırlaması için her yere konumlandırılan sembol
Dev ekranlar	Gösterinin herkes tarafından görünür kılınması	Gösterinin sahneden değil aynı zamanda büyük ekranlar vasıtasıyla herkes tarafından ulaşılabilir olması

En başından beri Victoria’yı kovalayan avcılardan biri birdenbire gösterinin sunucusu haline gelmekte ve Victoria’ya olanı biteni anlatmaktadır. Buna göre Victoria’nın geçmişte kızı sandığı çocuğun kaçırılmasında ve daha sonra öldürülüp cesedinin yakılmasında o zamanki nişanlısı ile iş birliği içinde olduğu ve tüm bunlar yaşanırken, bu vahşete ses çıkarmadığı ve sadece izleyici konumunda olduğu hatırlatılmaktadır. Victoria kendine ve yaptıklarına inanamaz durumdadır ama avcı, yani sunucu söylediği her şeyi çeşitli videolarla, haberlerle ve fotoğraflarla kanıtlamaktadır.

Victoria’nın tüm geçmişi gözler önüne serilmektedir ve Victoria her şeyi, kendi hayatını bir yabancı gibi izlemektedir. Yaptıklarına inanamamakta ama gördüğü her bir video, fotoğraf, haber vs. ile de geçmişini hatırlamaya başlamakta ve bunun sonucunda ise kendisinden utanmaktadır. Tüm bu süreç onun için bir ceza mekanizmasına dönüştürülmekte ve bu ceza da tüm toplumu rahatlatmak amacıyla herkese açık bir şekilde ve büyük bir gösteri olarak sunulmaktadır.

Şekil 18. Victoria'nın Geçmişine Dair Haberlerde Yer Alan Simgeler



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu haberleri izleyen Victoria'nın zihninde her şey yavaş yavaş oturmaktadır. Tüm olanı biteni hatırlamaya başlayan ve kendinden utanan Victoria gözyaşlarına hakim olamamaktadır. Yaşadıklarının hepsi büyük bir gösterinin parçasıdır ve en başından beri her şey planlı bir şekilde devam ettirilmiştir. Her yerde gördüğü sembol aslında geçmişinde nişanlı oldukları adama ait bir dövmedir ve diziyi ismini veren beyaz ayı ise kaçırdıkları çocuğun oyuncuğudur.

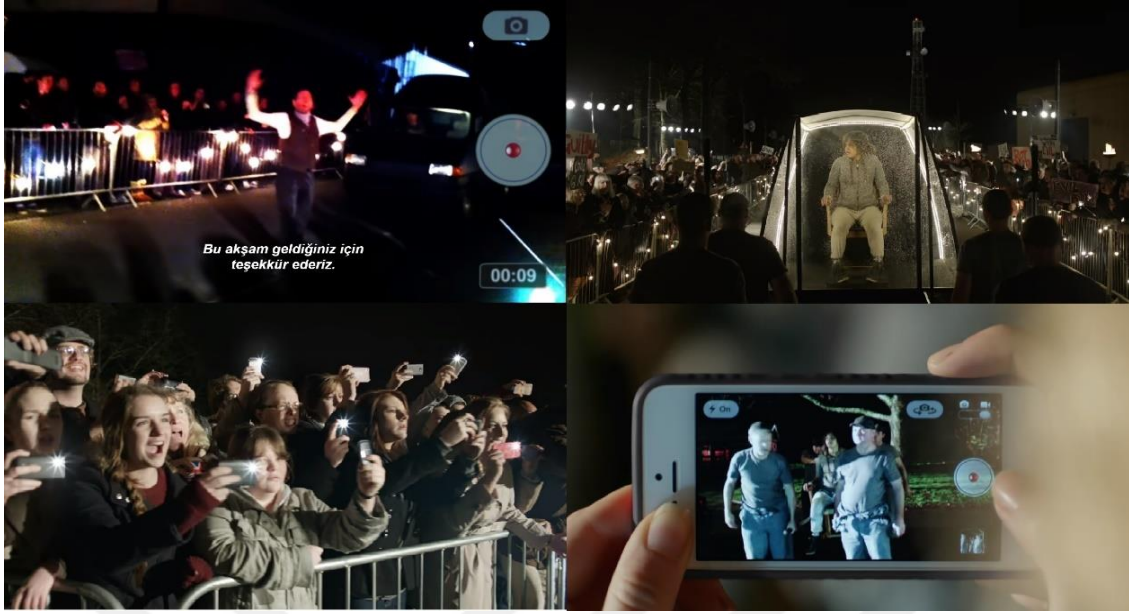
Bu oyuncak daha önce, çocuğun videosunu çekerken de gördüğü oyuncaktır. Dolayısıyla, bu büyük gösteriyi tasarlayan kişilerin, gösterinin her detayını en ince ayrıntısına kadar düşünüp tasarladığını söylemek mümkündür. Bu kusursuz tasarım, aynı zamanda bir ceza işlevi olan bu gösterinin de kusursuz şekilde devam ettirilmesini destekler nitelik taşımaktadır.

Tablo 19. Şekil 18’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Dev ekranda haber görseli	Geçmişte yaşanan olayların objektif bir şekilde aktarılması	Victoria ve nişanlısının işledikleri suçların, çekecekleri cezaların tüm ülke tarafından bilinmesi, Victoria’nın yaptıklarını haberlerden öğrenmesi
Dev ekranda Victoria’nın görseli	Victoria’nın durumunun herkesçe görülür olması	Gösterinin bir parçası olarak Victoria’nın da izleyiciler tarafından aslında “oyuncu” gibi algılanması ve ona karşı duyulan merak unsurunun giderilmek istenmesi
Dizinin simgesi	Her yerde görülen ve Victoria ile özdeşleşen sembol	Bu sembolün Victoria’nın anılarını hatırlamasını sağlamak için Victoria’nın nişanlısına ait olan bir dövme olması
Victoria’nın nişanlısının dövmesi	Sembol olarak bu dövmenin seçilmiş olması	Victoria’nın her yerde bu sembolü görerek her şeyi yavaş yavaş hatırlaması, nişanlının varlığına ait bir şeyin onun yokluğunda metalaşması
Beyaz ayı	Kaçırılan çocuğun oyuncacı	Çocuğun kaçırıldığı yerden biraz uzakta bulunan bu oyuncacığın zamanla onu arama çalışmalarının sembolü haline gelmesi, gösteri toplumunun her şeyi metalaştırması

Gösteri toplumu Victoria’nın çok büyük ve ağır bir ceza çekmesi için ona her yaşananları bir gece önceden unutturarak, tekrar tekrar bu döngüyü yaşamasını sağlamaktadır. Onun küçük çocuğa yaptığı gibi, sadece Victoria’ya karşı izleyici olarak kalan toplum, Victoria’nın küçük çocuğun başına gelenlerin aynısını yaşamasını istemektedirler. Bu nedenle her şey baştan aşağı düşünülmüştür. Örneğin ana verici merkezin bulunduğu yerin ismi özellikle beyaz ayı olarak seçilmektedir. Çünkü bu ayı daha önceden küçük kızı arama çalışmalarının bir simgesi haline gelmiştir. Dolayısıyla gösteri toplumu, bir simge haline gelmiş, meta değeri taşıyan bu nesneyi kullanmakta sonuna kadar hak sahibi olduğunu düşünerek bu nesnenin, gösterinin bir parçası olmasını sağlamaktadır. Gösteri toplumunun yapacakları bununla da sınırlı kalmamaktadır, toplum iyice gözü kararmış bir şekilde Victoria’nın ceza almasını istemektedir. Her şeyin başladığı eve, bir sonraki gün için yeniden yollanan Victoria bu yolculuk sırasında sergilenmesi gereken bir “nesne” gibi cam bir kutunun içinde görülmektedir. Tüm bu süreç gösterinin bir parçasıdır ve herkes tarafından kayıt altına alınmaya devam edilmektedir.

Şekil 19. Victoria'nın Her Şeyin Başladığı Yere Götürülmesi



Kaynak: Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Yolculuk boyunca ibret alınması gereken bir nesneymiş gibi Victoria kalabalıkların arasından götürülmekte ve bu sırada türlü hakaret ve sözel tacize maruz bırakılmaktadır.

Tablo 20. Şekil 19'da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Cep telefonu ekranı	Daima bir şeylerin videoya çekilebilir olması	Gösteri toplumu içinde yapılan her eylemin kaydedilmesi ve daha sonrasında herkese gösterilmesi
Kalabalık	Gösteriyi seyreden topluluk	Gösteri toplumunun kendisi, ahlaki düşünce değerini kaybetmiş kişiler
Cam kutuda sergilenen kadın	Herkese gösterilen meta	Gösteri toplumunda kişilerin duygu ve düşüncelerinden bağımsız birer nesne olarak görülmesi
Video kaydı yapan kalabalık	Sanki eğlenceli bir şeyi çekiyor gibi görünen insanlar	Gösteri toplumunda kişilerin her durumdan ya da olaydan eğlenebilecek şekilde kendilerine pay çıkarmaları

Bu bağlamda artık Victoria bir gösteri nesnesi haline gelmektedir. Gösteri toplumu, kendi içinde Victoria'yı yargılamakta ve cezasını kesmektedir, bunu da büyük bir şova dönüştürerek yapmaktadır. Herkesin elinde bir cep telefonu bulunmakta, herkes hayata bu telefon ekranlarından bakmaktadır. Gerçeğin, duygu ve düşüncelerin, mantığın saf dışı bırakılabileceği, önemli olan tek şeyin gösterinin devam etmesi ve

herkesin de bu gösterinin izleyici olarak kalması gerektiği algısı toplum tarafından benimsenmektedir. Bu bağlamda Black Mirror dizisi beyaz ayı bölümü ile, gösteri toplumu içindeki ahlaki değerleri sorgulamakta, toplumun her türlü olay ve olguyu bir gösteri parçası haline dönüştürmesine, nesneleri metalaştırmasına, bireylerin cezalarının bir tiyatro oyunu gibi verilerek bir eğlence malzemesi haline dönüştürülmesine, toplumun bu eğlenceden zevk almasına eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmaktayken aynı zamanda da günümüz toplumunda insanların sokakta olan olaylara müdahale etmek yerine kameraya almasını da eleştirmektedir.

3.2.2.2. Dizisel Çözümleme

Çalışmanın bu bölümünde Beyaz Ayı bölümünün dizisel çözümlemesinin yapılmasının, bölüm içindeki çeşitli karşıtlıklara yer verilmesinin, dizinin vermek istediği mesajları pekiştireceği düşünülmektedir. Bu nedenle bu bölüme ait baştan sona önemli görünen karşıtlıklar aşağıda verilmektedir.

Tablo 21. Beyaz Ayı Bölümündeki Karşıtlıklar

Karşıtlıklar	
Mağdur	Haklı
Suçlu	Suçsuz
Avcı	Avlanan
Yetişkin	Çocuk
Gerçek	Sahte
Bireysel değer	Meta değeri
Gösteri/Şov	Gerçek olaylar/durumlar
Haklı	Haksız
İzlenen	İzleyen
Olayları yaşayan	Olayları kaydeden

Tablo 21’de görüldüğü gibi Beyaz Ayı bölümünde karşıtlıklar genel anlamda birey ve toplum arasındaki farklardan, suçlu ve suçlayanlardan, gerçek ile sahte olanlardan, gösteriyi kaydedenler ve gösterinin ta kendisi olanlardan oluşmaktadır. Bölümün en başından beri Victoria hiçbir gerçeği bilmezken, ona yardım eden kadın tüm gerçekleri bilmektedir. Buna rağmen gösteri sorunsuz bir şekilde devam etsin diye Victoria’ya hiçbir açıklama yapmamakta ve rolünü en iyi şekilde gerçekleştirmektedir. Bununla birlikte Victoria’nın yaşadığı tüm korku dolu dakikalarda çevresinde duran ve sadece izleyen kişiler de bunun bir gösteri olduğunu bildiklerinden hallerinden memnun gözükmekte, video kaydı yapmaya devam etmektedir. Bu açıdan Black Mirror dizisi, bireyleri bu şekilde göstererek, gösteri toplumu içindeki bireylerin ne derece umursamaz olabileceklerinin altını çizmektedir. Bununla birlikte bu toplumun aynı zamanda ceza verici ve yargılayıcı özellikleri de bulunmaktadır. Onlar tüm olaya hâkim

olarak Victoria'nın cezasını belirlemiş, bu cezanın gerçekleşmesine ve gösteriye dönüşmesine olanak sağlamış olarak gösterilmektedirler. Bu bağlamda gösteri toplumu için esas olan şeyin gösterinin sürekliliği ve devamlılığı olduğunu söylemek mümkündür.

Beyaz ayı bölümündeki karşıtlardan biri de masum olan bir çocuk ve yetişkin olan suçlular üzerinden verilmektedir. Her türlü güce ve imkana sahip olan bir yetişkinin, henüz bilinçsiz olan bir çocuğun üzerinde kurabileceği kontrol ve çocuğa verebileceği zarar gözler önüne serilirken, çocuğun mahremiyetine saygı duyulmadan, bu kişiler arasında nasıl bir muameleye maruz kaldığı herkes tarafından görülmektedir. Bu bağlamda mağdur olan çocuk da suçlu olan kişiler de büyük gösterinin nesnesi haline gelmektedir.

Ayrıca bu bölümde en çok kullanılan karşıtlık gerçek ve sahte arasındaki karşıtlıktır. Dizinin başından sonuna kadar yaşanan her şey Victoria için gerçekmiş gibi görünmekte ve bu yüzden Victoria çok korkmaktadır. Fakat dizinin sonuna gelindiğinde izleyici de Victoria'da aslında her şeyin bir kurgudan ibaret olduğunu anlamaktadır. Gösteri toplumu böylelikle gerçeklik algısını ortadan kaldırmakta ve bireye gördüğü şeylerin gerçek olduğu algısını dayatmaktadır. İzleyici olarak gösteriye katılan ve bu izleyicilik durumlarını cep telefonu ekranlarından takip eden insanlar tüm bu kurgunun farkındadırlar ama yine de gösteriyi izlemekten kendilerini alamamaktadırlar. Çünkü gösteri toplumu bireylere daima görevler yüklemektedir. Bu görevler; gösterinin devamlılığını sağlama, gösterinin bir parçası olma, gösteriyi daima izleme gibi durumlardan oluşmaktadır ve Victoria hariç herkes bu görevleri layığıyla yerine getirmektedir. Victoria ise bu toplumda sadece bir nesne, eğlencelik bir konu olarak görülmektedir. Onun duygu ve düşünceleri, içinde bulunduğu psikolojik durumun gösteri toplumu bireylerinin nezdinde bir önemi bulunmamaktadır.

Sonuç olarak Beyaz Ayı bölümü, gösteri toplumu içinde bireylerin duyarsızlaşmasına, kişilerin de bir meta değeri olarak görülebilmesine, herkesin elinde bulunan o telefonların minik ekranlarından olaylara şahit olmasına, yorumlamasına, kayıt altına almasına, bunu yaparken de etik ve ahlaki değerleri bir kenara bırakmasına eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır. Ayrıca gösteri toplumunda iyi veya kötü her şeyin izlenebilir kılınmasına, izlenebilir her şeyin de büyük bir hünerle gösteriye dönüştürülmesine eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşırken, günümüz toplumunun sosyal

medya ve gösteri bağlamında gerçekleştirdiği eylemlere ve duyarsızlıklara da ayna tutmaktadır.

3.3. “DİBE VURUŞ” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ

Black Mirror dizisinin 3. Sezonunun ilk bölümü olarak gösterilen Dibe Vuruş bölümü, hem teknoloji çağının birey üzerindeki etkisine hem gösteri toplumuna hem de tüketim toplumuna atıfta bulunan bir bölüm olarak nitelendirilmektedir.

Dizinin bu bölümünün yönetmeni Joe Wright, öykü yazarı Charlie Brooker, Yapımcısı Laurie Borg, Uygulayıcı Yapımcısı ise Annabel Jones ve Charlie Brooker’dır. Bu bölümde rol alan oyuncular ise Bryce Dallas Howard, Alice Eve, Cherry Jones, James Norton’dır. Dibe Vuruş bölümünün süresi ise 1 saat 2 dakikadır.

3.3.1. “Dibe Vuruş” Bölümünün Özeti

Dibe Vuruş bölümü çok uzak olmayan bir gelecekte, teknolojinin günümüz şartlarından çok daha fazla geliştiği ve hayatın birçok alanına nüfus ettiği bir zamanda geçmektedir. Bireylerin gözleri içine yerleştirilen ileri düzey, teknolojik lensler sayesinde insanlar iletişimde bulundukları diğer insanların yüzlerine bakarak o kişilerin tüm sosyal bilgilerine erişmekte, daha da ilginç insanlara puan vermekte ve puan almaktadır. Bu puanlar ise bireyin sosyal yaşamdaki konumunu ve statüsünü belirlemektedir. Bu puanlama sistemi sayesinde sözde ideal bir toplum oluşturulmakta, toplumda statüsü iyi olanlar ve olmayanlar arasında sınırlar çizilmektedir.

Dizinin ana karakteri Lacie ise bu düzen içerisinde varlığını sürdüren, puanı da yeterli miktarda olan, puanını korumak için elinden geleni yapmaktan kaçınmayan bir karakter olarak tasvir edilmektedir. Çevresindeki herkese gülücükler saçan, kendisine iyi davranan insanlara anında puanlar veren ve bu insanlardan puan bekleyen bir karakter olarak Lacie; içtiği kahveden yediği kurabiyeye, yaptığı spordan çalıştığı mekâna kadar birçok şeyin fotoğrafını çekip bunu sosyal medya hesaplarından çevresinin beğenisine sunmaya devam etmektedir.

Erkek kardeşiyle yaşadığı evden ayrılmaları gerektiğine kendisi için yeni bir ev bakmaya başlayan karakter, beğendiği evi alabilmek için yeteri kadar puana sahip olmadığını öğrenir öğrenmez bir sosyal medya danışmanı tutar ve toplumda daha fazla kabul görebileceği aktiviteler yapmak ister böylelikle puanını arttırabilecektir. Bu nedenle puanı kendisinden yüksek olan eski bir arkadaşıyla bir şekilde etkileşimde bulunur ve bu arkadaşının düğününe konuk olarak davet edilir. Davetlilerin hepsi

yüksek puana sahip elit insanlardır ve Lacie orda hayal ettiği konuşmayı gerçekleştirebilirse tüm yüksek puanlı insanlardan alacağı puan onu da toplumda daha ayrıcalıklı bir noktaya getirecek ve en nihayetinde istediği evi, ev ile birlikte gelen toplumsal statüyü satın alabilecektir. Ancak işler umduğu gibi gitmez ve düğüne varmak için çıktığı yolda başına türlü aksilikler gelir. İnsan olmanın da getiresiyle birlikte artık o güler yüzlü kadın gitmiş yerine daha sinirli ve agresif bir kadın gelmiştir. Dolayısıyla toplum tarafından kabul görmez ve karşılaştığı neredeyse herkes tek tek puanını düşürmeye başlar. En sonunda toplumda neredeyse kabul görmeyecek bir puanla kalakalır ve herkes tarafından dışlanır. Bu süreç içerisinde de yavaş yavaş sistemi sorgulamaya başlayan Lacie, en sonunda kendini bir hücrede kendisi gibi olan başka bir insanla karşı karşıya gelmiş şekilde bulur. Bu noktadan sonra artık toplumsal statüsü, puanı ve düşlediği ev umurunda değildir. Artık ağzına geleni söylemekten çekinmeyen dürüst bir kadın olarak varlığını sürdürmektedir.

3.3.2. “Dibe Vuruş” Bölümünün Sosyal Medya, Gösterişçi Tüketim Ve Gösteri Toplumu Kavramları Çerçevesinde Göstergebilimsel İncelemesi

Çalışmanın bu bölümünde Black Mirror dizisinin Dibe Vuruş bölümü içinde geçen gösteri, gösteri toplumu, sosyal medya gibi kavramlar göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmektedir. Dizinin gösteri ve tüketim kavramlarını ele alış şeklinin ne gibi kodlar ve göstergeler yoluyla aktarılmakta olduğu incelenecek ve bu göstergelerin yan anlamları üzerinden dizinin vermek istediği mesajlar yorumlanmaya çalışılacaktır.

3.3.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamların Üretilmesi

Dibe vuruş bölümü modern görünümlü bir kadının (Lacie) sabah koşusu yaptığı sahne ile başlamaktadır. Bu sahnede Lacie, odağı cep telefonunda olacak şekilde sporunu yapmaktadır. Bir yandan koşusunu yaparken bir yandan da cep telefonundan sosyal medyada paylaşılan içerikleri takip etmekte ve insanlara puanlar vermektedir. Bu sayede koşusunu yaparken bile, sosyal medya üzerinden diğer insanlarla ve hatta tanımadığı bireylerle etkileşim halinde kalabilmektedir. Daha sonra işe hazırlanmak üzere eve dönmekte ve ayna karşısında prova yapmaktadır. Bu prova ise, gün içinde karşılaştığı bireylere karşı takınacağı tavırları belirlemek içindir. Yüzünde her zaman güzel bir gülümsemenin olması demek, karşılaştığı her bir farklı kişiden iyi puanlar alması anlamına gelmektedir.

Şekil 20. Güne Hazırlık Yapmakta Olan Lacie



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Şekil 1’de ilk defa bu sahnede gözlerindeki lensler sayesinde, aynaya baktığında Lacie’nin yansımasının lenslere yansıdığını ve böylelikle Lacie’nin puanın görülebilir olduğu göze çarpmaktadır. Puanı 4.2’dir ve bunu korumak için çevresindeki herkesin yüzüne gülmeye hazır bir kadındır. Tüm gün takınacağı bu tavrı prova yapmak Lacie için bir şekilde güne hazırlık rutini haline gelmektedir. Göstergebilimsel açıdan bu sahnenin verdiği mesajlar ise aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.

Tablo 22. Şekil 20’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Gülen kadın	Mutlu bir kadın	Mutlu rolü yapan ve rolüne hazırlanan bir kadın
Bornoz ve havlu	Hazırlanmak, yenilenmek	Yeni bir başlangıç için motive olmanın gerekliliği
Puan yazısı	Kadının sahip olduğu puan	Kadının sosyal statüsü, toplumda varlığını belirleyen skor

Lacie toplumdaki statüsünü korumak için her sabah kendini motive etmektedir çünkü bu statüyü korumak hayal ettiği yaşama ulaşmak için önem arz etmektedir. Lacie’nin hayal ettiği yaşam, ayrıcalıklı konutların olduğu bir evde yaşamaktır ve bu evi satın alabilmek istiyorsa sadece var olan puanını koruması değil aynı zamanda puanını da yükseltmesi gerekmektedir. Bu durum günümüz tüketim toplumuna dair bir göndermedir. İhtiyaç olandan fazlasını istemek, üstelik bu isteği toplumsal statü için hayata geçirmeye çalışmak tüketim toplumuna ait bir davranış olarak nitelendirilmektedir.

Karakterin içinde yaşadığı toplum hem tüketime hem de gösteriye öylesine meraklıdır ki yolda yürürken, bir şeyler yiyip içerken, hatta arkadaşlarıyla sohbet ederken bile çoğu zaman ellerindeki cep telefonları aracılığı ile yedikleri içtikleri şeyleri paylaşmakta, sosyal medyadaki insanların hayatını gözetlemekte ve puan alışverişinde bulunmaktadır. Dibe Vuruş bölümü bu anlamda günümüz toplumuna da ayna tutar niteliktedir.

Şekil 21. Gösteri Toplumu İçinde Umursamaz İnsanlar



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Gösteri toplumu içerisinde birey, yaptığı her aktiviteyi, tükettiği her ürünü, gezip gördüğü her yeri gösterme çabası içerisinde. Eğer yeteri kadar gösteremiyorsa, bu bireyin toplum içindeki varlığından söz edilememektedir. Yapılan tüm aktivitelerin sosyal medya vasıtasıyla küresel bir gösteriye dönüşmesi, tüketim çağı ile de ilişkilendirilmektedir. Bu bağlamda Dibe Vuruş bölümünün Şekil 2'deki görseli de gösteriyor ki Lacie karakteri tıpkı diğerleri gibi, tüketim ve gösteri toplumu içerisinde var olma çabası göstermektedir. Black Mirror dizisi bu konuyu ele alırken günümüz şartlarından esinlenmektedir.

Bu bağlamda bu tüketim eğilimlerinin aynı zamanda gösterişçi tüketim türüne de örnek teşkil ettiğini söylemek yerinde olacaktır. Bu tarz tüketimlerin yapılmasının tek sebebi, bireye tüketim, gösteri ve gösterişçi tüketim kavramları içinde yol açmak olarak yorumlanmaktadır. Bu noktada ise, gösteri toplumu içinde bireylerin yaptıkları tüketimleri hem statülerini belirlemede yardımcı olacak hem de gösteri toplumu içinde varlıklarını devam ettirmeye yardımcı olacak şekilde gelişme göstermektedir.

Tablo 23. Şekil 21’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Kalabalık	Sosyalleşmek için bir araya gelmiş insanlar	Kalabalık ortamda sosyalleşmek için bir araya gelen ama sosyalliği, sosyal medya ortamında arayan bireyler
Telefona bakan insanlar	Toplumdan soyutlanmak, çevreye ilgisizlik	Telefondaki dünyaya kendini kaptıran ve bu nedenle gerçek dünyada varlığını korumakta zorluk çeken insanlar
Alışveriş yapan kadın	Bir şeyler almaktan dolayı mutlu olma hali	Tüketme eğiliminin toplum içinde yapılmasının ve bir gösteriye dönüşmesinin temsili
Sosyalleşen topluluk	Sosyalleşmeyi yanlış ya da farklı yorumlamak	Sosyalleşme kavramının dönüştüğü noktanın artık sadece bireylerin sosyal medya profilleriyle gerçekleşmesi

Bu bağlamda bireylerin sosyal olma ve sosyalleşme anlayışlarının değiştiğini söylemek mümkündür. Artık yüz yüze iletişimin yerini mesajlar, emojiler, yıldızlar ve puanlama sistemi almaktadır. Lacie de bu toplumun bir parçası olarak topluma ayak uydurmaya çalışmaktadır. Eğer yanlış bir şey yaparsa puanının düşmesinden endişe etmekte, sosyal çevresi ona yüksek puan verdiğinde ise sevincini gizlemekte zorluk çekmektedir. Çevresinden yüksek puanlar alabilmek için çeşitli yollara başvurmaktan sakınmamaktadır, örneğin yüzüne baktığı kişilerin anında derinlemesine bir profil analizini yapmakta, bu sayede hayatları hakkında fikir sahibi olmakta ve bu insanlara sorular sorarak onlarla ilgileniyormuş gibi davranmaktadır. Tüm bu sahte davranışlarının amacı puanını, statüsünü korumak, yani sistemin ve gösterinin bir parçası olmak adına yapmaktadır. Ayrıca kullanılan renk tonlarının genel anlamda pastel tonlarda ve açık renk olması da bu tonların izler kitleye vereceği mutluluk hissi ile ilişkilendirilebilmektedir. Böylelikle tüketim toplumu içinde bireylerin daima mutlu ve huzurlu oldukları algısı Black Mirror dizisi tarafından renk tonlarının kullanımı ve renk tonlarının anlamları aracılığı ile aktarılmaktadır.

Şekil 22. Gösterişçi Tüketim ve Gösteri Toplumuna Dair Davranışlar



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Şekil 22’de gösterilen sahne; Dibe Vuruş bölümünde en dikkat çekici sahnelerden biri olarak görülmektedir. Bu sahnede ana karakter, bir kafe çalışanı tarafından kendisine verilen kurabiyeği almaktadır, burada bu alışverişin sağlanmasındaki asıl amaç her iki tarafın da birbirine yüksek puan vermesinin önünün açılması olarak yorumlanmaktadır. Lacie kurabiyeği alır masasına geçer ve kurabiyesinden mutlu bir şekilde bir ısırık alır ve ısırıldığı parçayı yutmadan tükürür. Burada amaç kurabiyeği yemek değil, kendisine ikram edilen kurabiyeği yemiş gibi gözükmek ve puanına puan katmak için bunu sosyal medya hesabından paylaşılabilir hale getirmektir. Güzel bir fotoğraf açısı bulduktan sonra da yarısı ısırılmış kurabiye ve kahvesinin fotoğrafını çeker ve sosyal medya hesabında paylaşır. Tükettiğini gösterme çabası burada da açık bir şekilde görülmektedir. Kahvesinin tadını bile çıkaramadan, cep telefonlarına gelen bildirimlere odaklanan karakter, paylaştığı fotoğrafa gelen yıldızlar karşısında mutluluğunu gizleyememektedir. Çünkü bu davranışı ile amacına ulaşmış bir birey olarak görülmektedir. Hem tüketim toplumunun bir parçası olmakta, hem de ihtiyacının ötesinde tüketim faaliyeti gerçekleştirmekte, sevmese bile bu tüketimden zevk alıyormuş gibi gözükmekte, hem de orada geçirdiği vakti ve yaptığı tüketimi sosyal medyadan paylaşarak tüketim faaliyetinin gösterisini gerçekleştirmektedir. Bu sahnede kullanılan göstergeler de dikkat çekici niteliktedir. Örneğin Lacie’ye ikram edilen kurabiyeğin gülün bir surat şeklinde olması, kurabiyeği yemekle birlikte gelecek mutluluğu simgelemektedir. Dolayısıyla bu tüketim faaliyeti de Debord’un dedi gibi tüketimin mutlulukla doğru orantılı bir faaliyet olmasını açıklamaktadır.

Tablo 24. Şekil 22’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Gülen suratlı kurabiye	Kurabiyeden alınacak haz	İhtiyaç dışı bir tüketim olmasına rağmen o kurabiye yemenin bireye vereceği mutluluk hissi, tüketimin getireceği tatmin
Kurabiye tüküren kadın	Sevmediği için kurabiye yemekten vazgeçen kişi	Tüketim toplumu içerisinde dışlanmamak için sevmediği şeyleri bile sever gibi görünmeye çalışan, rol yapan birey
Kurabiye ve kahvenin fotoğrafının çekilmesi	Keyifli dakikaların ispatı	Yapılan tüketimin gösteri parçası haline gelmesi ve gösterişçi tüketime dönüşmesi
Mutlu bir kadın	Yaptığı tüketimden dolayı mutlu görünen kişi	Toplum içerisindeki beğenilme potansiyelini arttırdığı için kendini mutlu sanan birey

İncelemesi yapılan bu sahne tüketim toplumu içerisindeki bireyin tipik tüketici davranışını gösterirken aynı zamanda gösteri toplumu içerisinde bireyin tüketme eğilimlerini ve bu eğilimlerini gösterme çabasını vurgulamaktadır. Mutluluğun tüketime dayalı bir duygu olarak ön plana çıktığı tüketim toplumu içerisinde Lacie’nin mutluluğu da tıpkı tükürüp attığı kurabiye gibi anlık olarak değişmektedir. Çünkü artık o, teknoloji çağının da yaratmış olduğu etki ile birlikte sosyal medya üzerinden bir hız yarışı içerisinde bulmaktadır kendisini. Herkes gibi yaşadığı hayatı kaliteli gösterme çabası içerisindeyken, tanıdığı ve tanımadığı birçok kişinin sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımlarla kendisini kıyaslamaktadır. Kiminin yaşadığı lüks evler kiminin ise akşam yemeği için hazırladığı yemek Lacie’yi etkilemekte ve Lacie’de onlar gibi olma gayreti içine girmektedir, böylelikle toplum içinde statüsünü koruyacağını düşünmektedir.

Toplumsal statü her zaman bireyler için önemli bir nitelik taşımaktadır. Günümüzde pek çok insan, toplum içerisinde var olan konumunu korumak ve devam ettirmek için hırsla bir gayret içerisinde görünmektedir. Black Mirror dizisinin bu bölümünde bu konu mükemmel hayatların tasviri ve insanların bu mükemmel hayata ulaşma istekleri ile açıklanmaktadır. Örneğin Laice karakterinin puanını yükseltmek için verdiği çabaların hepsi en nihayetinde o mükemmel hayata kavuşmak içindir.

Şekil 23. Dibe Vuruş Bölümünde Vaat Edilen Mükemmel Hayat Görseli



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu mükemmel hayatlar tüketim kültürü içerisinde her yerde bireylerin karşısına çıkmaktadır. Şekil 4’te verilen örnekte olduğu gibi reklamlarda, billboardlarda, sosyal medyada kısacası hem bireysel etkileşim alanlarında hem de kitlesel etkileşim alanlarında çeşitli kod ve mesajlar tüketim toplumuna aktarılmaktadır. Böylece bireyler durmadan tüketme, ihtiyaç dışı tüketim gibi eğilimler göstermektedirler. Laice karakteri almak istediği evi görüp beğendikten sonra dışarıya çıktığında gördüğü ilk reklam koskocaman bir fotoğrafta mutlu bir çiftin geçirdiği güzel dakikaları içermektedir. İşin ilginç yanı mutlu çift fotoğrafındaki kişinin Lacie olmasıdır. Dizinin kurguladığı bu dünyada tüketim kültürü öyle bir hale gelmiştir ki bireylerin yaptığı her hareket izlenmekte ve çeşitli yapay zekalar ve teknolojik araçlar sayesinde bireylerin tüketim alışkanlıkları çözümlenmekte, daha da fazlası olsun diye çeşitli taktikler denenmektedir. Lacie’nin başına gelen de budur. Evi alma potansiyeli artsın diye anında sadece ona özel bir reklam afişi hazırlanmaktadır. Bu aynı zamanda tüketimin gösteri haline gelmesine de bir gönderme niteliği taşımaktadır. Çünkü bu sayede karakter kendini önemli ve gösterilemeye değer bir kişilik olarak anlamlandırmaktadır. Bununla birlikte gelişen teknolojik imkanların da toplumu etkilemek adına ne derece ileri seviyelerde kullanıldığı gözlemlenmektedir. Sadece birkaç dakika vakit geçirdiği evin içinde Lacie’yi etkilemek için onun hologramının kullanılması veya çok hızlı bir yapay zekâ programı ile Lacie’nin yüzünün reklam panosuna iliştilmesi gelişen teknolojik

imkanlar sayesinde yapılmaktadır. Dolayısıyla bu sahnede tüketim ve teknoloji arasındaki etkileşim de gözlemlenmektedir.

Tablo 25. Şekil 23'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

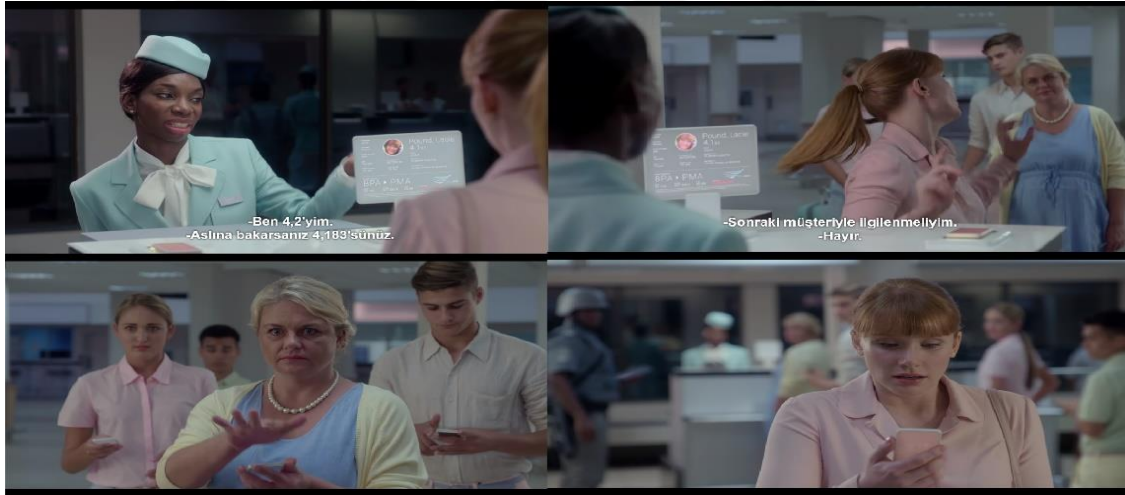
Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Reklama bakan kadın	Hayal ettiği yaşama bakan birey	Toplumda kendini gerçekleştirmeki için reklamdaki gibi bir hayat sürmenin zorunlu olduğu algısı
Mutlu bir çift	Toplumda kendini ispat etmiş iki birey	Mutluluğun, güzel konutlarda yaşamak, dolayısıyla toplumsal statü ile birlikte geldiğini vurgulamak
Romantik bir masa	Üst sınıftan insanların yaşayabileceği bir durum	Romantizmin, aşkın ve hak edilmiş tüm duyguların yaşanabileceği yerin reklamı yapılan konutlar olduğu algısı
Şehir manzarası	Topluma uzaktan bakma	Bu konutların içinde olan azınlığın içinde yaşamak ve böylelikle geri kalan insanlardan ayrıcalıklı bir konumda olmak, bu durumun da mutluluk ve üstünlük getireceği algısı
Reklam panosu	Tüketime özendirme Tüketimin gösterilmesi Tüketim ile birlikte gelen ayrıcalıklar	Yapılan her tüketimin reklamın gücü ile birleştirilmesi ve bir gösteriye dönüşmesi, bu gösterinin bir parçası olarak karakterin rolünün öneminin vurgulanması

Bu anlamda tüm bu göstergelerin tüketime özendirmeye ve gösterişçi tüketim eylemlerini devam ettirmeye zemin hazırladığı söylenebilmektedir. Dibe Vuruş bölümünün vermek istediği mesaj da bu yöndedir. Toplumda üst kademelerde yaşamak, alt kademelerde yaşayan bireyler için her zaman daha büyük önem taşımaktadır, bununla birlikte üst kademede yaşayan insanlar için birinci öncelik ise konumunu korumak olarak görülmektedir. Dizide her bir karakterin birbirlerine puanlar verme sebepleri de bu bakış açısından kaynaklanmaktadır. Hem kendileri gibi ayrıcalıklı bir kesimle vakit geçirmek, hem de statülerini korumak adına en ufak olayda dahi birilerine artı birilerine de eksi puan verebilmektedirler. Black Mirror dizisinin kurgulamış olduğu bu dünyada puan sistemi adeta para birimi gibi önem taşımaktadır. Puan yeteri kadar yüksek değilse bazı ayrıcalıklardan faydalanamamak, istenilen evde oturamamak, bir

arkadaş grubunun içine dahil olamamak gibi bir sürü etken bir puanın bile bu sistem içerisinde çok etkili olduğunu göstermektedir.

Dizideki ilk kırılma noktası da burada başlamaktadır. Çocukluk arkadaşının düğününe nedime olarak katılacak olan Lacie; bunu sadece o düğüne gelecek yüksek puanlı kişilerden alabileceği puanlar için, yani sosyal statüsünü arttırmak için istemektedir. Ancak düğüne yetişmek için acele ederken yaşadığı ilk aksilikte erkek kardeşi ile girdiği tartışma sonucu, erkek kardeşi Lacie'nin puanını düşürmektedir. Buna çok sinirlenen Lacie de aynı şekilde kardeşinin puanını düşürerek ona bir ceza vermektedir. Bu noktadan sonra risk başlamaktadır ve Lacie için bir puan bile, var olan statüsünü korumak için önem teşkil etmektedir. İsteddiği evi alabilmek, düşlediği hayata kavuşabilmek için bir puan bile kaybetmeden üstüne puan eklemesi gereken yerde, puan kaybediyor oluşu Lacie karakteri için bir dönüm noktasının başlangıcını sağlamaktadır.

Şekil 24. Lacie'nin Puanının Topluca Düşürüldüğü Sahne



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Kardeşiyle yaşadığı tartışmadan sonra, düğüne gitmek için bilet aldığı uçuşun da iptal olmasıyla Lacie çaresizlik içinde kalmaktadır. Yerine hemen bir başka uçuş olduğunu öğrenir ama o uçuşa bilet alabilmek için 4,2 puan veya üzerinde olması gerekmektedir. Oysa önce kardeşi ardından da sebepsiz yere, kullandığı taksinin şoförü Lacie'nin puanı düşürmektedir, bunun sonunda ise Lacie'nin puanı 4,183'e gerilemektedir. Tatlı dille konuşması, arada çok az bir puan farkının olduğunu hatırlatması hiçbir şekilde işe yaramamaktadır, çünkü az bir fark olsa bile eksik eksiktir ve bu uçuşun biletleri sadece özel müşteriler için satılmaktadır. Düğüne yetişememe korkusuyla panik yapan Lacie sesini yükseltmekte, görevliyle tartışmakta ve toplum

içerisinde hoş karşılanmayan sözcükler kullanmaktadır. Tüm bunların sonucunda ise hem hava alanı güvenliği tarafından puanı geçici bir süreliğine fazlaca düşürülmekte, hem de çevredeki insanların rahatsızlığının bir göstergesi olarak, olaya şahit olan bireyler Lacie'nin puanını düşürmektedir. Lacie için yapacak pek fazla bir şey görünmemektedir çaresizce havaalanını terk etmek zorunda kalmaktadır.

Tablo 26. Şekil 24'te Verilene Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Puan çizelgesi	Toplumsal Statüyü Belirleyen Çizelge	Bireylerin toplumsal statüsünün belirlenmesi ve bunun herkes tarafından görülüyor olması, bireyin faydalanabileceği ayrıcalıkların belirlenmesi
Tartışma çıkaran bir kadın	Puanını korumak ve yükseltmek için mücadele veren bir kadın	Toplumsal saygınlığı ve statüyü korumak, uğruna tartışılması gereken önemli bir olgudur ve asla kaybedilmemesi gereklidir
Puan düşüren insanlar	Toplumsal kurallara karşı çıkan bireyi yargılayan insanlar	Kendileri gibi olmayanları çevrelerinde istemeyen, onları onaylamayan, statüsünün düşmesini istemeyen ve buna neden olabilecek kişileri kendilerinden uzaklaştıran, onlara cezalar veren bireyler
Herkesin tek bir kişiye bakması	Toplum içerisinde yalnızlaşma, dışlanma	Toplum kurallarına göre hareket edilmediğinde bireyi destekleyecek kimsenin olmaması, toplumda kabul görememe ve toplumun parçası olamama
Mevcut puanına bakan kadın	Çaresizlik içine kabulleniş	Toplumsal statüsünün biraz bile tehlikeye girmesinin vereceği üzüntü ve buhran

Yaşanılan en ufak bir krizde çevredeki herhangi bireyin puanını düşürebilme yetkisine sahip olmak, dizinin kurguladığı gösteri toplumu içerisinde önemli bir görev gibi görülmektedir. Bu sayede bireyler hem kendi statülerini korumakta hem de başkalarının statüleri hakkında karar verme hakkına sahip olmaktadır. Dolayısıyla bu toplumda iyi ilişkiler kurmak, iletişimin daima olumlu yönde akması, nazik ve kibar olmak, en azından öyle gibi davranmak önem teşkil etmektedir. Bu durum da bireyleri yapmacıklığa sürüklemektedir. Yaşanılan bu kötü durumun ardından Lacie düğüne gidebilmek ve bu düğünde alacağı puanların verdiği motivasyonla bir araba kiralamaya ve bir şekilde düğüne yetişmeye karar vermektedir. Bu noktada onun için önemli olan ne pahasına olursun olsun o düğüne gitmektir. Bu nedenle Lacie'nin bir sonraki durağı

araba kiralama şirketi olur. Bu düğüne gitmek gece boyunca araba kullanmanın vereceği yorgunluğa değer niteliktedir.

Şekil 25. Araba Kiralama Sahnesi



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Tablo 27. Şekil 25'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Kalabalık sıra	Sırada bekleyen insanlar	Toplumsal sınıfları yüzünden, zamanlarından ödün vererek sıra bekleyen insanlar
Tenha sıra	Beklemeden işlerini hemen halleden insanlar	Toplumsal sınıfları daha üst statüde olan insanların zamanlarından tasarruf etmeleri işlemlerini hemen bitirebilme ayrıcalığına sahip olmaları
Uyarı tabelası	Puan sistemine göre çizilen sınırlar	Toplumda sınıflaşma olması ve bu sınıflaşmaya göre her bir bireyin alacağı hizmet kalitesinin belirlenmesi
İki farklı grup	Toplumun iki farklı kesimi	Toplumsal statüleri birbirinden farklı olan bireylerin aynı amaç için olsa bile farklı alanlarda beklemeleri, toplumda ayrışmanın olması

Ancak puanlama sistemin getirmiş olduğu sosyal ayrımcılık havaalanından sonra, araba kiralama şirketinde de yaşanmaktadır. Araba kiralamak için sıra oluşturan iki topluluk göze çarpmaktadır. Biri 4,0 ve üzeri puana sahip kişilere özel sıra, diğeri ise normal sıradır. Bu sıralardan 4,0 puan ve üzerine hizmet eden sıra çok hızlı ilerlemektedir ve sıra neredeyse yok gibidir, 4,0 altı puana sahip bireylerin toplumda daha fazla olması nedeniyle diğeri ise daha yoğundur ve yavaş ilerlemektedir. Böylelikle bir kez daha toplumsal statünün durumunun, bireylere sunulan hizmetin kalitesinin belirlenmesine olan etkisi aktarılmaktadır.

Kurgulanan bu toplumda önemli olan tek şey yüksek bir sosyal puana sahip olmaktan geçmektedir. Yeteri kadar iyi bir puana sahip olmak demek toplumdaki ayrıcalıklı bir konuma yerleşmek ile paralel olarak gelişmektedir. Bu durum tüketim toplumu içinde bireyin karşı karşıya kaldığı ötekileşme, toplumdaki dışlanma gibi durumlara neden olabilmektedir. Bu sahnede dikkat çekici bir diğer kısım ise araba kiralama şirketinin de yüksek puanlı müşterilerine son model arabalar kiralaması iken düşük puanlı müşterilerine eski model arabalar kiralamasıdır. Bu bile toplumsal statünün, toplumdaki ayrımcılığın ne derece fazla olduğunun göstergesi niteliğindedir.

Puanı gittikçe düşen Lacie ise bunun bir sonucu olarak eski tip bir araba kiralamak zorunda kalmaktadır, elektrik enerjisi ile çalışan bu arabanın yolda pili bitince bir elektrikli şarj istasyonuna giden Lacie arabasını burada şarj edememektedir. Çünkü kiraladığı araba çok eski olduğu için uygun adaptör bulamamaktadır. Sonunda yardımsever bir kadın tır şoförü Lacie'ye yardım teklifinde bulunmaktadır fakat Lacie kadının sosyal puanının çok düşük olması sebebiyle çekimser kalmaktadır. Kadının güvenilir ve ikna edici tavrı ile Lacie'nin acınası durumu sonucunda, Lacie çaresizce kadının yardım teklifini kabul etmekte ve yolculuğuna yeni tanıştığı bu yabancı ile devam etmektedir. Bu hikâyenin gidişatı açısından önemli bir sahnedir, çünkü hikâyeye bu noktada dahil olan kadın kurgulanan bu dünyada gerçekliği temsil etmektedir.

Şekil 26. Lacie'nin Yardımsever Kadını İlk Görüşü



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Lacie'nin kadının yardım teklifini bile değerlendirmeden önce kadının sosyal puanını kontrol etmesi ve hemen kadın hakkında olumsuz bir fikre kapılması, gösteri toplumunda bireyin, diğer bireylerin imajlarına olan bakış açılarına ve yaklaşımlarına bir gönderme niteliğindedir. Çalışmanın daha önceki bölümlerinde de açıklandığı gibi gösteri toplumunda birey için imajlar büyük bir önem arz etmektedir. Bu örnekte olduğu gibi, yardımsever kadının ilk görüşte çizdiği imajın hiç de olumlu görünmemesi, onunla ilk defa tanışan insanların hemen bir önyargıya sahip olmasına sebebiyet vermektedir.

Tablo 28. Şekil 26'da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Yaşlı bir kadın	Tecrübeli ve kendinden emin bir kadın	Toplumdan kendini soyutlamış bilgi ve tecrübesi ile toplumdan farklı bir noktada bulunmayı tercih eden bir kadın
Sosyal puan	Kadının ait olduğu statü	Yaşam tarzı nedeniyle sosyal çevreden alınan puanların düşmesiyle birlikte kadının toplumda bulunduğu düşük konum
Tır	Eril bir araç	Toplum standartlarına göre yaşamayan, toplumda kabul görmeye çalışmayan, kendi ayakları üzerinde durabilen kadın

Yolculuk boyunca kadının tavırları, hayata bakış açısı ve yaşadıkları, neden puanının düşük olduğunu açıklar niteliktedir. Yaşadığı kayıplardan sonra hayata karşı bir boş vermişlik haline giren kadının içinden geldiği gibi davranmaya başlaması, sahte ve yapmacık olan toplum tarafından hoş görülmemekte ve hemen dışlanmaktadır. Gösteri toplumu, mutluluk imajı çizmeyen, toplumun huzurunu bozan her türlü olay ve olguyu hemen dışlayarak, ayıplayarak uzaklaştırma ve yok sayma eğilimi göstermektedir. Bu toplum için önemli olan “iyi ve güzel imajı sergilemek ve bu gösterinin sorunsuz bir şekilde devam etmesini sağlamak” şeklinde gelişmektedir.

Lacie'nin bu kadınla olan yolculuğu bir noktada bitmekte ve Lacie yola başka bir grup bulup devam etmektedir. Bu grubun karavanına binebilmek için türlü yalanlar söyleyen Lacie için önemli tek şey artık düğüne yetişmektir. Ancak bu karavan yolculuğu sırasında beklenmedik bir durumla karşılaşır. Kendisini düğüne davet eden arkadaşı, Lacie'nin puanının çok düşük olması sebebiyle düğüne gelmesini istememektedir. Bu isteğe karşı çıkan Lacie beklenmedik bir tavırla karşılaşmaktadır; arkadaşı onu sadece sosyal puanını arttırmak için davet etmektedir ama artık Lacie'nin puanı, arkadaşının puanını arttırmak için yeterli değildir, düğüne katılacak herkesin

puanının en az 4,5 olmasıyla beraber Lacie'nin bu düğüne katılması düğünün ve dolayısıyla düğün sahiplerinin de puanını düşürme tehlikesi yaratmaktadır.



Şekil 27. Düğüne Hazırlık Yapan Lacie'nin Eski Dostu

Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Toplumsal statüsünü iyi bir konuma getiren ve bunu korumaya çalışan Lacie'nin arkadaşı, geçmişte ne kadar yakın olurlarsa olsunlar bu statüsünü korumak adına Lacie'nin düğüne gelmesine kesinlikle karşı çıkmaktadır. Lacie'nin arkadaşının toplumsal statüsü onun düğüne hazırlık yaptığı odada bile fark edilmektedir. Ona hizmet eden birçok kişinin olması, toplumun büyük bir kesimine göre yüksek puanla elde edilmiş bir evde oturuyor olması, evleneceği kişinin puanının kendisiyle aynı olması hatta arkadaş çevresinin puanının bile kendisiyle aynı olması gibi nedenlerden dolayı hem sosyal statüsü anlaşılmakta hem de düğününe katılacak insanlar, onun puanını arttırabilecek konumda görünmektedir. Bu nedenle Lacie'nin arkadaşı puanı biraz da düşük olsa Lacie'yi düğününe sırf kendi puanını yükseltmek için çağırmaktadır.

Gösteri toplumu içinde bireylerin daha fazla öne çıkma gayretleri, kişilerin bireysel ilişkileri çıkarıcı bir açıdan değerlendirmesine neden olmaktadır. Kişilerin birbirleri üzerinde bir fayda sağlamayacağı bir iletişim şekli gösteri toplumu bireyleri tarafından düşünülemez ve kabul edilemez bir iletişim şeklini oluşturmaktadır. Bu nedenle Dibe Vuruş bölümünde görünen bireysel iletişimlerin çoğu sahte ve daha fazla puan kazanmak uğruna gerçekleştirilen yapmacık davranışlardan oluşmaktadır.



Tablo 29. Şekil 27’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Kalabalık bir oda	Özel bir gün için hazırlanmakta olan gelin ve davetliler	Bir arada olma amacının düğün değil, sosyal statüyü arttırmak olduğu bir grup insan
Nedimeler	Geline yardımcı olan gelinin arkadaşları	Puanları düğüne katılmaya değer olduğu için geline yardım eden, gelinin yakın arkadaşı gibi davranan, statülerinin korumaya ve arttırmaya çalışan kadınlar
Gelin	Günün odak noktası, planlayıcısı	Tüm ilginin kendisinde olmasını bekleyen, düğününde hiçbir aksiliğin olmasını istemeyen, imajına ve görüntüsüne çok önem veren, sosyal puanını korumaya çalışan bir kadın
Lüks mobilyalar	Zenginliğin göstergesi	Toplumsal statünün vermiş olduğu zenginlikle yapılan harcamaların büyüklüğü ve gereksizliği, bu harcamaların gösterişli hale bürünmesi
Vazoda güller	Romantik bir ortam	Düğün gününe anlam katan, burjuvazi bir aksesuar, evliliğin gerçekliğine yapılan vurgu
Güzellik uzmanları	Geline hizmet eden, onu hazırlayan kişiler	Statüsü yüksek olan bireye hizmet etme ve bu sayede sosyal puanını artırma çabasında olan, çalışmak zorunda olan düşük sınıftan bir kesim

Uzun bir süredir puanı 4,7’nin altına düşmeyen Lacie’nin arkadaşı için, düğüne puanı çok düşük birinin katılması tam bir skandal niteliğindedir. Toplumda sahip olduğu ayrıcalıklı konumu, zenginliği ve popülerliği kaybetmek istemeyen Lacie’nin arkadaşı bu yüzden çok net bir tavırla Lacie’nin gelmesini istememektedir. Fakat hâlihazırda puanı çok düşük olan Lacie bu durumu kurtarmak için ne pahasına olursa olsun düğüne gitmekte diretmektedir. Otoyolda yürümek zorunda kalan Lacie’nin etrafından geçen insanlar sebepsiz yere Lacie’nin puanını düşürmektedirler. Otoyolda elinde valizle yürüyen ve puanı çok düşük olan bu kadın, arabasıyla seyahat etmekte olan herkes için kötü bir imaj çizmektedir. İçine düştüğü durumdan dolayı artık mantıklı düşünme yeteneğini kaybetmekte olan karakter çeşitli zorlukları, engelleri, bataklıkları yürüyerek aşmakta ve gizlice düğünün yapıldığı yere girmektedir. Yüksek güvenlikleri aşarak, alelacele nedime kıyafetini giyerek düğünün tam ortasında mekâna giriş yapmakta ve günlerdir hazırladığı konuşmasını gerçekleştirmektedir.

Şekil 28. Düğün Sahnesi



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu noktadan itibaren Lacie için artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacaktır, tüm hal ve tavrıyla, yüksek statüdeki insanların öfkesini kazanmakta ve bu insanlar tarafından kınanmaktadır. Bu da doğal olarak sosyal puanının iyice düşmesine neden olmaktadır. Kurgulanan bu gösteri toplumu içinde bireyler kendileri için risk teşkil eden başka bireyleri istemez, puanlarını düşürür, yok sayar ve toplumdan uzaklaştırmaya başlar. Lacie tüm bunların bilicinde olan bir kadın olarak hem durumu kurtarmak istemektedir hem de toplumun bir parçası olarak kalmak istemektedir. Ancak içinde bulunduğu durum itibari ile bu artık onun için çok güç bir durum olarak görülmektedir.

Tüm hali tavrı, kıyafetleri, konuşma tarzı onun bu toplumun bir parçası olmadığını göstergesi niteliğindedir. Lacie'nin bu haline bakan herkes şaşkınlıkla böyle bir kadının, böyle elit bir düğünde olan varlığını sorgular şekilde görülmektedir. Gösteri toplumu bireylerine göre Lacie'nin bu hal ve hareketleri toplumdan uzaklaştırılması ve iletişim kurulmaması gereken bir karakter olarak tasvir edilmektedir. Düğünde bulunana herkesin belli bir sosyal statüye ait olması ve bu konumlarını koruma istekleri de Lacie'nin bu düğünde istenmemesinin sebepleri arasında görülmektedir.



Tablo 30. Şekil 28’de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Makyajı akmış, pis bir kadın	Verdiği mücadele yüzünden yorgun düşmüş, umursamaz bir kadın	Laice’nin geçirdiği karakter değişiminin dışavurumu, toplumun kendisi hakkında düşüncelerini önemsememeye başlaması
Darmadağınık kıyafetler	Toplum normlarının dışına çıkmış bir kadın	Karakterin artık dış görünüşünü önemsememesi, sosyal çevresini boş vermesi,
Çocukluk hatırasının boynuna bıçak dayanması	Tehdit etme, geçmişe yönelik ima	Karakterin artık bulunduğu durumda geçmişe dair anılarının bir öneminin kalmaması, buna rağmen arkadaşını, geçmiş güzel anılarla tehdit etmesi
Toplum önünde konuşan kadın	Toplumda dikkat çekmeye çalışan bir kadın	Amacına ulaşmak için her yolu denedikten sonra içinde bulunduğu durumu umursamayan ve konuşmasına devam eden, sosyal statüsünü korumak için hala umudu olan karakter
Güvenlik tarafından zorla dışarı çıkarılan kadın	Toplumda istenmeyen, varlığından rahatsızlık duyulan kişi	Sosyal puanının düşük olması ve düğünde rezillik çıkarması sebebiyle düğündeki geri kalan herkes tarafından aşağılanan ve dışlanan karakter
Kendilerinden olmayan bir bireye bakan topluluk	Toplumda sınıflaşma ve öteki olanı dışlama	Sosyal statüsünü korumak isteyen bireylerin düşük statüden başka bir bireyi aşağılaması, hor görmesi, onu çevrelerinde istememesi, kendi itibarlarını koruma çabası

Düğünde gerçekleştirdiği ve kimse tarafından hoş karşılanmayan davranışlarından sonra Lacie kendini hiç tanımadığı bir adamla birlikte bir hücrede bulmaktadır. Yaptığı hoş karşılanmayan her hareketin sonucunda sosyal puanı düşürülerek cezalandırılan Lacie, en sonunda sosyal puanının neredeyse yok olmasıyla birlikte kendini modern bir hapisanede bulmaktadır. Buraya girerken gözündeki lenslerin çıkartılmasıyla birlikte artık Lacie bu toplumun bir parçası olmaktan çıkarılmaktadır. Lensleri olmadan kimsenin sosyal puanını göremeyen Lacie için artık çevresinde göreceği herkes istemsizce eşit bir konuma düşmektedir.

Şekil 29. Lacie'nin Farkındalığının Arttığı Sahne



Kaynak: Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu noktadan itibaren artık Lacie için ne statüsü ne puanı ne de düğünde yapacağı nedimelik bir anlam ifade etmemektedir. Artık tamamen toplumdan dışlanmış bir karakter olarak tasvir edilmektedir. Yaptıklarının cezasını çekmek için yollandığı hapisshanede kendisi gibi toplumdan soyutlanmış bir adam ile karşılaşmakta ve içinde bulunduğu durumu sorgulamaya başlamaktadır. Artık hiçbir şeyin öneminin kalmadığının farkında olan karakter büyük bir boşalmışlık hissiyle birlikte daha önce kimseye olmadığı kadar öfkeli ve dürüst davranmaktadır. Kendisine bakan adama kızmakta, ona hakaretler etmekte, çevresini umursamamaktadır. Artık gösteri toplumundan uzaklaştırılmış, sahici bir karakter olarak görülmektedir.

Karakterin geldiği bu nokta, aslında bölümün ilk dakikalarından beri Lacie'nin kurduğu sahte ve yapmacık dünyanın tamamen zıttı bir konumdadır. Daha önceleri herkes tarafından sevilme ve beğenilmek için yüzünde daima var olan sahte gülümsemesinin yerini tamamen gerçek gözyaşları ve asık bir surat almaktadır. İnsanlardan iyi puanlar almak için söylediği güzel sözlerin yerini ise gerçek düşünceleri almaktadır.

Tablo 31. Şekil 29'da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Hücreye kapatılan kadın	Karakterin toplumdan soyutlaştırılması	Gösteri toplumu içinde toplumsal kuralların dışına çıkan bireylerin cezalandırılması ve yalnızlaştırılması
Nedime kıyafetlerinin yere atılması	Uğuruna savaşılan şeyin bir öneminin kalmaması	Statüyü korumak ve gösterinin bir parçası olmak adına geçmişte önemli olan her şeyin artık bir öneminin kalmaması
Olmayan telefonla oy vermeye çalışmak	Alışkanlıkların bırakılamaması	Gösteri toplumunda varlığını sürdüren karakterin bir anda toplumdan dışlanmasıyla birlikte alışkanlıklarından vaz geçememesi, çevresindeki bireyleri puanlanması gereken birer imaj olarak görmesi
Hücrede iki farklı insan	Aynı konumda olmalarına rağmen birbirinden farklı olan bireyler	Sosyal puanları yok olduğu için hücreye kapatılan bireylerin aralarında hala bir fark ve sınır olması

Bu bağlamda gösteriye hizmet etmeyen bireyin toplumdan dışlandığı söylenebilmektedir. Hayatının tamamını kurgulanan bu distopik dünyada geçiren bir karakter için birden bu dünyanın dışına çıkmak demek hem büyük bir yıkım hem de zamanla gelecek olan farkındalığın bir işareti olarak nitelendirilmektedir. Şekil 10'da verilen sahnede bu durum açıkça görülmektedir. Hücreye kapatıldığı ilk andan itibaren üzgün, mutsuz ve çaresiz bir tavırda olan Lacie artık her şeyini kaybetmiş bir karakter olarak varlığını sürdürürken kendisini izleyen adamı görmektedir. Bundan rahatsız olan Lacie belki de hayatındaki ilk gerçek tepkisini göstererek adama kızmaktadır. Bu kızgınlık Lacie için gerçek bir duygu olarak anlam bulmakta ve bundan hoşlanan karakter artık yapmacık tavırlardan ziyade gerçek tavırlar sergilemeye, olduğu gibi görünmeye başlamaktadır. Karakterin geldiği son nokta, artık gösteri ve tüketim toplumuna hizmet eden bir karakterden ziyade, gösteri ve tüketim toplumu tarafından dışlanmış, ötekileştirilmiş bir kadın imajından oluşmaktadır. Artık sosyal medyadan, sosyal skorlardan, gösteriştten tamamen uzak ve sadece gerçek duygularını dillendiren, gerçekçi bir kadın olarak varlığını sürdürmektedir.

Bu bağlamda Dibe Vuruş bölümünde verilmek istenen en büyük mesajlardan birinin, bireyin ne kadar çabalarsa çabalasın, kendisini ne kadar topluma adarsa adasın, eğer gösteri toplumuna hizmet edemez ise hemen toplum tarafından ötekileştirilmesi, yok sayılması olduğu söylenebilmektedir. Toplumsal statüyü korumak gösteri toplumu

bireyleri için çok büyük bir önem arz etmektedir ve bu statünün gösteri ve tüketim kavramları ile birlikteliği esastır ve bu kavramlar birbirlerine bir zincirin parçası gibi bağlı bir şekilde varlıklarını sürdürmektedir.

3.3.2.2. Dizisel Çözümleme

Çalışmanın bu bölümünde Dibe Vuruş bölümünün dizisel çözümlemesinin yapılmasının, bölüm içindeki çeşitli karşıtlıklara yer verilmesinin, dizinin vermek istediği mesajları pekiştireceği düşünülmektedir. Bu nedenle bu bölüme ait baştan sona önemli görünen karşıtlıklar aşağıda verilmektedir.

Tablo 32. Dibe Vuruş Bölümündeki Karşıtlıklar

Karşıtlıklar	
Gösterinin parçası abla (Lacie)	Gösterinin dışında kalan kardeş
Gösterişçi tüketim yapma eylemi	Beğenilmeyen şeyin tüketilmemesi
Yüksek sosyal puanlı birey	Düşük sosyal puanlı birey
Rol yapan sahte kadın	Gerçekçi erkek
Yeni model araba kiralamak	Eski model araba kiralamak
Genç kadın	Yaşlı kadın
Kendine güveni olmayan kadın	Kendine güvenen erkek

Tablo 32’de görüldüğü gibi Dibe Vuruş bölümünde karşıtlıklar daha çok birey ve bireyin içinde bulunduğu durum ve statü üzerinden verilmektedir. Bölümün en başından itibaren gösteri toplumunun bir parçası olmaya çalışan Lacie ve onun umursamaz ve puanı düşük kardeşi hem tavırsal olarak hem de sosyal puanları açısından zıtlıklardan ilkinin oluşturmaktadır. Lacie’nin kurabiye tüketme davranışını istemeyerek yapması, ama aynı zamanda istemediği ürünü “tüketmiş” olarak gözükme çabası da bir diğer önemli karşıtlıktır. Burada onun amacı sadece gösterinin ve tüketimin bir parçası olmak bunu da bir gösterişçi tüketim eylemi ile sosyal medyasından çevresine ilan etmekten geçmektedir. Ayrıca bölüm içindeki en büyük karşıtlığı şüphesiz yüksek puanlı insanlar ve düşük puanlı insanlar oluşturmaktadır. Dibe Vuruş bölümünün vermek istediği mesaja göre bu insanların sosyal yaşamdaki ayrıcalıklardan faydalanma anlamında sürekli karşı karşıya kalmaları tüketim toplumu içinde bireyin tüketme eğilimlerinin değişmesine neden olmaktadır. Lacie’nin uzun bir süre yapmacık şekilde insanlara gülmesi ve düğünde yapacağı konuşma için hazırlanırken zorla ağlamaya çalışması karşısında kardeşinin onunla dalga geçmesi ve onu yapmacık bulması da bir diğer karşıtlık olarak görülmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken önemli konu her iki kişi arasındaki sosyal puan farkıdır. Yapmacık olan Lacie’nin puanı yüksekken gerçekçi olan kardeşin puanı düşüktür. Bu bağlamda Dibe Vuruş bölümüne göre gösteri toplumunun gerçekçi ve dürüst bireylerden

hoşlanmadığı, onun yerine gösterinin devamına hizmet edebilecek yapmacık bireyleri içinde barındırdığını söylemek gerekmektedir. Karakterin ilerleyen süreçte kiraladığı arabanın düşük bir model olması ve aslında karakterin asıl puanın yüksek bir araba kiralamaya yetiyor oluşu da başka bir karşıtlık olarak görülmektedir. Burada verilmek istenen mesaj bireyin sosyal statüsünü koruyamaması durumunda, ona hiçbir ayrıcalık sağlanmayacağı ve eski, kötü olanla yetinmesi gerektiği şeklinde açıklanmaktadır. Lacie'nin yardımsever yaşlı kadınla arasındaki fark da önemli bir karşıtlığı oluşturmaktadır. Yaşlı kadın kendini toplumdan soyutlamış, yaşadığı hayatı kendisi seçmiş, kendine ait seçimleri olan, özgür bir kadın olarak görünmekteyken; Lacie aldığı kararları kendisi için değil topluma yaranmak için alan, kendini her zaman toplumdan dışlanmamak için dizginleyen, sosyal puanına bağlı yaşayan bir karakter olarak görülmektedir. Son sahnede Lacie ve hapisane hücresinde tanıştığı erkek arasında da bir karşıtlık söz konusudur. Henüz içine yeni girdiği bu dünyaya uyum sağlamaya çalışırken karşısında birden bu dünyaya çoktan uyum sağlamış birinin çıkması, Lacie için hem şaşırtıcı hem de cesaret verici niteliktedir.

Sonuç olarak Black Mirror dizisinin dibe vuruş bölümü; gösteri, tüketim ve gösterişçi tüketim kavramlarını, bu kavramların sosyal medya aracılığı ile bireylere olan etkisini, statüsel farklılıkların bireylerin tüketme eğilimine olan etkisini, toplumsal statünün bireyin imaj oluşturmaya olan etkisini, teknoloji çağında tek bir parmak hareketiyle bir kişinin nasıl yüzlerce hayatı etkileyebileceğini bilim-kurgu dizisi alt türleri arasından distopik bir bakış açısıyla ele almaktadır.

3.4. “ARKANGEL” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ

Black Mirror dizisinin 4. Sezonunun 2. bölümü olarak gösterilen Arkangel bölümü, hem teknoloji çağının birey üzerindeki etkisine hem gösteri toplumuna hem de gösteri toplumu ve teknolojinin birleşmesiyle bireyler üzerinde kurulan kontrol mekanizmalarına atıfta bulunan bir bölüm olarak nitelendirilmektedir.

Dizinin bu bölümünün yönetmeni Jodie Foster, öykü yazarı Charlie Brooker, Yapımcısı Nick Pitt, Uygulayıcı Yapımcısı ise Annabel Jones ve Charlie Brooker'dır. Bu bölümde rol alan oyuncular ise Rosemarie Dewitt, Brenna Harding, Owen Teague'dur. Arkangel bölümünün süresi ise 52 dakikadır.

3.4.1. “Arkangel” Bölümünün Özeti

Arkangel bölümü Marie ve kızı Sara’nın ilişki üzerinden ilerleyen, kızı üzerinde bir kontrol uygulamaya çalışan Marie’nin, kızının her adımını takip etmesinden, gördüğü her şeyi görmesinden, kızının görebileceği şeylere müdahale etmesinden oluşan baskılarla şekillenmektedir. Henüz doğumundan itibaren kızının üstüne titreyen Marie, onun başına bir şey gelmemesi için çabalamaktadır. Bekar bir anne olarak yaşadığı korkular, kızı Sara’nın bir gün parkta kaybolmasıyla artar. Kızını bulur bulmaz da onu Arkangel isimli bir teknoloji şirketine götürerek, kızının kafasına yerleştirilecek minik bir çip sayesinde, kızı üzerinde kontrol kurmaya başlamaktadır. Sistem öylesine gelişmiş bir sistemdir ki kızının konumunu, ne yiyip içtiğini, anlık sağlık durumunu, kızının kalp ritminin nelerden dolayı değiştiğini ve en önemlisi kızının neleri gördüğünü şirket tarafından kendisine verilen bir tablet sayesinde görebilmektedir. Bu teknolojinin sağladığı imkân bununla da sınırlı değildir, eğer Marie isterse kızının görmesini istemediği şeyleri blurlayarak (görüntüyü bulanıklaştırarak veya karartarak) kızının psikolojik durumunu ve sağlık durumunu korumaya çalışmaktadır.

Küçük yaşlardan itibaren olumsuz hiçbir şeyi göremeyen Sara, yaşı büyüdükçe çevresini ve kendisini sorgulamaya başlamaktadır. Akranları tarafından Sara ile “çipli” diye dalga geçilmekte, onların konuştuğu konuları Sara yakalayamamaktadır. Bu yaş grubundaki çocuklar genellikle bir çocuk için uygun olmayabilecek zararlı konulardan konuşsalar da bir yandan da hayatı normal seyrinde öğrenmektedirler. Ama bu durum Sara için geçerli değildir. Örneğin yaşının büyümesine rağmen hayatında hiç kan görmeyen Sara, bir gün resim yaparken kalemin sivri ucu ile kendini bilinçli olarak yaralar ama yine de kendi kanını göremez. Bunun üzerine sistem Marie’nin tabletine kızının tehlikede olduğu mesajını yollar ve Marie, Sara’nın gözlerinden görerek onun yaptığı eyleme şahit olur. Bunun üzerine kızını psikoloğa götüren Marie yaptığı tüm bu davranışlarla aslında kızına zarar verdiğinin farkına varmaktadır ve sistemi kapatmaya karar verir. Tabletini çatı katına saklayarak kızını her dakika takip ederek kızı üstünde kontrol kurmayı bırakmakta ve kızına güvenmeye çalışmaktadır.

Sara’nın genç bir kız olmasıyla birlikte istediği kadar Sara üzerinde etki kuramayan Marie, kızını çok merak ettiği gecelerden birinde tabletteki sistemi tekrar aktifleştirmekte ve kızını yeniden izlemeye başlamaktadır. Sara’nın bulunduğu ortamı, kızının gözlerinden, onun bakış açısından izleyen Marie gördüklerine inanamaz ve bu noktadan sonra daha baskıcı bir şekilde kızı üzerinde kontrol uygulamaya

başlamaktadır. Zamanla Sara’da bu durumun farkına varmakta ve kendisi üstünde kurulan baskıya katlanamaz hale gelmektedir. En sonunda da çok şiddetli bir kavganın ardından Sara evi terk etmektedir. Kızına karşı hiçbir zaman tam olarak güvenemeyen Marie artık tamamen kızının olmadığı, onu izleyip takip edemediği yalnız bir hayata başlamak üzeredir.

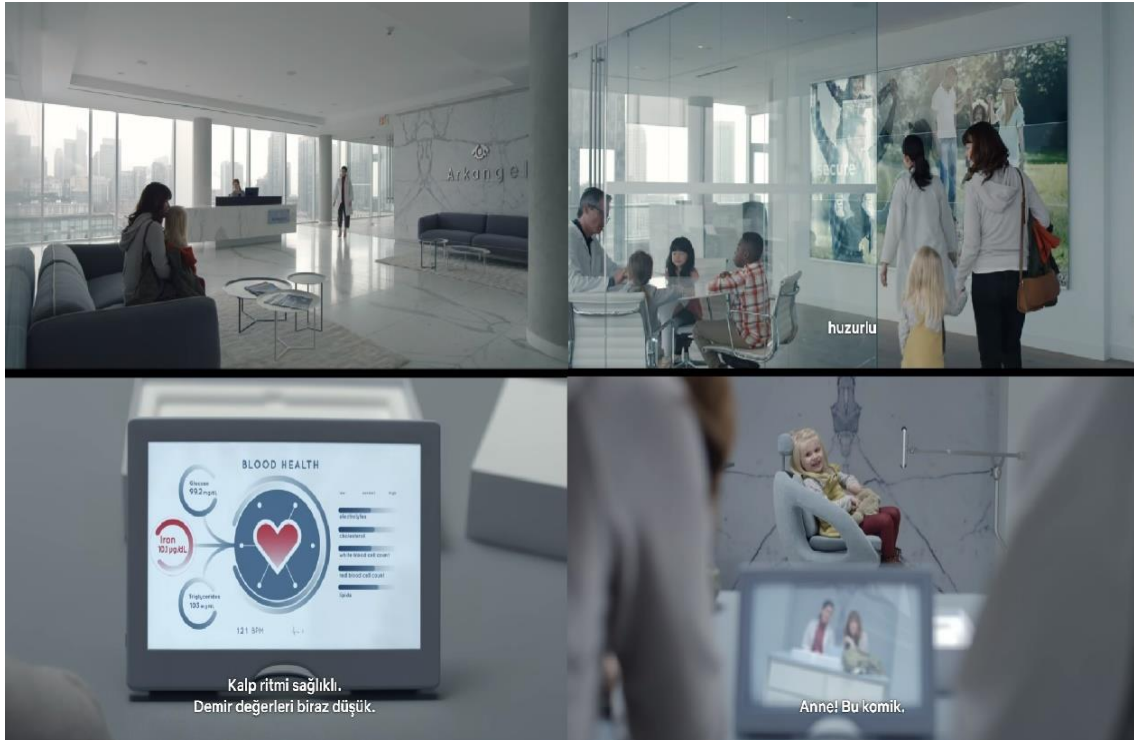
3.4.2. “Arkangel” Bölümünün Aile, Gösteri Ve Kontrol Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi

Çalışmanın bu bölümünde Black Mirror dizisinin Arkangel bölümü, içinde geçen gösteri, gösteri toplumu, kontrol mekanizmaları gibi kavramlar çerçevesinde göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmektedir. Dizinin gösteri kavramını ele alış şeklinin ne gibi kodlar ve göstergeler yoluyla aktarılmakta olduğu incelenecek ve bu göstergelerin yan anlamları üzerinden dizinin vermek istediği mesajlar yorumlanmaya çalışılacaktır

3.4.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamların Üretilmesi

Arkangel bölümü Marie’nin Sara’yı doğurdu bir sahne ile başlamaktadır. Daha sonra Sara’nın küçüklüğü ve parkta bir kedinin peşinden koşarken kaybolduğu, Marie’nin de paniklediği sahnelerle devam etmektedir. Bunun üzerine Marie kızını Arkangel isimli bir ileri teknoloji şirketine götürmekte ve başına bir çip yerleştirmektedir.

Şekil 30. Marie'nin Sara'yı Götürdüğü Arkangel Şirketi



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Fostert, J. (Yönetmen). (2017). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Şirket büyük ve geniş oluşu ile, profesyonel çalışanları ile ilk baştan itibaren bir güven duygusu aşılacaktır. Şekil 30' da görüldüğü üzere bunu da şirketin içinde bulunana dev ekranlardan yansıttıkları reklamlarla gerçekleştirmektedirler. Bu reklamlar Tablo 33'te de açıklandığı gibi, kişilerin tüketme alışkanlıklarını etkilemekte ve yönlendirmektedir. Öyle ki şirkete gelen Marie gördüğü bu reklamlardan etkilenmekte ve reklamın vermiş olduğu güven ve huzur mesajlarından etkilenerek, kızına yaptıracağı işlem üzerine fazla düşünmemektedir. Bu işlemin güvenli olduğu, Marie ve kızı Sara'ya güvenli ve huzurlu bir hayat sunacağı algısı reklamlarla birlikte aşılanmaktadır.

Bununla birlikte şirketinin isminin yazılı olduğu yerdeki şirkete ait logo da şirketin amaçlarını açıklar bir nitelik taşımaktadır. Sadece bir gözden oluşan bu logo, şirketin teknolojisinden faydalanan herkesin her an gözlenebilir olduğu algısını yaratmaktadır. Gösteri toplumu içinde bireylerin her an gözlenebilir olmaları önem arz etmektedir. İster eğlence ister güvenlik amaçlı olsun, birilerinin hayatını devamlı olarak izleme çabası gösteri toplumunun bir ürünüdür. Bu bağlamda Arkangel bölümünün, gösteri toplumunun gösteriyi izleyen "izleyici" kitle üzerindeki davranış biçimlerini eleştirdiğini söylemek mümkündür.

Bu sahnede bulunan çocuklar ve bilim insanları da Marie için bazı anlamlar oluşturmaktadır. Çocukların huzurlu bir şekilde bilim insanlarını dinlemesi, bilim insanlarının sakin ve cana yakın tavırları Marie'yi etkilemekte, ona burasının güvenli bir yer olduğu, yapılan işlemlerin tehlike arz etmediği, kızının daima güvende olacağı algısını dayatmaktadır. Bu güven her ne şart ve koşulda olursa olsun kesintisiz devam etmektedir. Zira Sara'nın başına yerleştirilen çip sayesinde Sara o an ne görüyorsa annesi de aynı şeyleri görebilmektedir. Bu sahnede Sara'nın izlediği çizgi filmi, ardından başını çevirip annesine baktığında tablette Marie'nin kendisini görüyor olması, sistemin sorunsuz çalıştığının ve kızının her hareketini sorunsuz bir şekilde izleyip takip edebileceğinin bir göstergesidir.

Tüm bunlar, kızı üzerinde daima kontrol sağlamak isteyen, kızının her adımı takip etmek isteyen ve kızının gördüğü her şeyi eş zamanlı olarak görebilmek isteyen Marie tarafından şaşkınlık ve büyük bir merak duygusu içinde karşılanmaktadır. Tüm bu avantajlar ise bu ileri teknoloji ürününün hemen tüketilmesini de beraberinde getirmektedir. Böylelikle tüketim toplumu içinde, bireylerin hem gerçek anlamdaki

ihtiyaçlarına hem de sahte ihtiyaçlarına yönelik geliştirilen bir ürün çeşitli reklam ve kodlarla alıcılarına ulaştırılmaktadır.

Tablo 33. Şekil 30'da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Geniş ve ferah mekân	Zenginlik ve profesyonellik algısı	Arkangel şirketinin profesyonel bir şirket olduğu ve elde ettiği kazancın oldukça fazla olduğu algısı
Markanın logosu	İsmin üstüne bulunan bir göz	Şirketin olanaklarıyla birlikte her zaman her yerde çipe sahip olan kişilerin yaşamının gözlemlenebileceği, izlenebileceği algısı
Reklamlar	Tüketim algısı oluşturulması	Reklamlarda var olan güven teması ile müşteri çekmek ve müşterileri ikna etmek
Çocuklar	Bulundukları ortamda kendilerini güvende hisseden çocuklar	Yapılacak olan işlemin çocukların güvenliği açısından önemli olduğu algısı
Bilim insanları	Bilimsel bir ortam	Çalışmaların bilimsel kavram çerçevesinde iletildiği ve zararsız olduğu algısı
Anlık sağlık durumu görseli	Sara'nın sağlık bilgilerinin sürekli paylaşılıyor olması	Sistemin bir çocuğun güvenliği açısından ona ait özel olabilecek her türlü bilgiyi paylaşabilir ve gösterebilir nitelikte olduğunun göstergesi
Sara'nın gözlerinden gördükleri	Saranın bakış açısıyla o an yaşadıkları ve gördükleri	Marie'nin Sara'nın özel hayatına ve yaşamına saygı duymaksızın onu gözlemleyebilme ve yönetebilme gücünün olması ve gösteri toplumunda bir annenin kızının yaşadıklarını açıkça görmesinin olumsuz bir durum olmaması algısı

Marie eve dönüp yapılan işlemi babasına anlattığında bu durum babası tarafından şüphe ile karşılanmakta ve babası sisteme güvenmemektedir. Ama Marie sistemin güvenli olduğunu düşünmektedir ve bunun doğru bir karar olduğunu savunmaktadır. Böylece Marie'nin Sara üzerindeki gözetleme denetimi başlamıştır. Marie evde, parkta, yolda, oyun oynarken her yerde ve her an dünyaya kendi gözlerinden değil, Sara'nın gözlerinden bakmaya başlamaktadır.

Devam eden süreçte kızını gözlemleyen Marie onun korktuğu ve ürktüğü şeylerin görsellerini blurlama kararı almaktadır. Böylece Sara onu üzecek, korkutacak kalp atışını hızlandıracak hiçbir şeyi göremeyecek dolayısıyla da sağlık durumu her zaman iyi olacaktır.

Şekil 31. Sara'nın Güvenliği İçin Bazı Anların Blurlanması



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Fostert, J. (Yönetmen). (2017). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Şekil 31'de görüldüğü üzere, zamanla yaşı büyüyen Sara göremediği bazı görüntüleri sorgulamaya ve hayatı öğrenmeye başlamaktadır. Annesi, Sara üzerindeki kısıtlamayı sadece görseller üzerinden değil sesler üzerinden de gerçekleştirmektedir. Örneğin argo kelimeler kullanan bir çocuğun söylediği şeyleri Sara duyamaz ve algılayamaz durumdadır.

Tablo 34. Şekil 31'de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Blurlanmış bir köpek	Köpeğin korkutucu olması	Sara'nın köpektan korkuyor olması ve Marie'nin Sara korkmasını diye ona müdahale etmesi
Blurlanmış bir insan	İnsanın zor durumda olması	Marie'nin babasının rahatsızlanması ama bunu Sara'nın görememesi, Marie'nin aşırı korumacı tavra sahip olması
Blurlanmış bir çocuk	Çocuğun jest mimik ve sözlerinin zararlı olması	Sadece görsel mecrada değil işitsel mecrada da Marie'nin kontrol kurma çabası ve Sara'nın arkadaş çevresinden farklı bir çocuk olarak yetişmesi
Blurlanmış bir parmak	Parmakta görülmemesi gereken bir şey olması	Sara'nın merak duygusunun dizginlenemez oluşu ve sırf kötü şeyleri merak ettiği için kendine zarar vermesi

Tablo 34'te de görüldüğü gibi Marie çeşitli görselleri, sözleri, davranış biçimlerini vs. blurlayarak kızına daha güvenli bir hayat sunduğunu düşünmektedir.

Kızının neyi görüp neyi göremeyeceğine, dolayısıyla da kendisinin görmek istediği veya istemediği şeylere karar veren, karar verici konumda olan Marie, aslında kızının hayata karşı bilinçsiz, savunmasız, ön yargılı olmasını sağlamakta, arkadaş çevresi tarafından onları anlayamadığı için dışlanmasına neden olmaktadır. Bu nedenle dizi daima gösterinin bir parçası olmanın veya izleyici konumda olmanın bireyler üzerindeki olumsuz etkileri üzerinde durmaktadır.

Bu bağlamda gösteri toplumu içinde bir anne olan Marie'nin yaptığı davranışların ne gösterişçi tüketime yönelik olduğunu ne de gösteri toplumuna katılan bir bireyin davranışları olduğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Onun tüm davranışları gösteri toplumundan tamamen bağımsız olarak, kendi gösterisini oluşturmak ve bunu izlemeye yönelik davranmaktan gerçekleşmektedir. Bu bağlamda Black Mirror dizisi gösteri toplumu kavramını daha ziyade bir anne kız ilişki üzerinden irdelemektedir. Bu bağlamda Sara'nın istemeden de olsa gösteren, gösteriyi gerçekleştiren kişi olduğu, Marie'nin de gösteriyi izleyen, gösteriye dahil olan kişi olduğu çıkarımını yapmak mümkündür.

Zamanla yaşı büyüyen Sara bu durumdan rahatsızlık duymakta ve bir şeyleri keşfetmek için kendine zarar vermektedir. Bu duruma üzülen Annesi Marie onu önce bir psikoloğa götürmekte, ardından da kademeli olarak sistemi kullanmayı bırakmaktadır. Kızına güvenmesi başta çok zor olsa da sistemi bırakması zamanla azalmaktadır ve sonunda kızına güvenmeyi, onu özgür bir birey olarak kabul etmeyi başarmakta, sistemin kullanımını tamamen bırakarak tabletini çatı katına saklamaktadır. Bu noktadan sonra Sara daha özgür ve mutlu bir şekilde büyümektedir. Artık gördüğü köpekten bile korkmamakta, onu sevmektedir. Aradan geçen zamanda genç ve güzel bir kadın olan Sara, ilk aşkını yaşamakta ve gençliğinin de verdiği heyecanla annesine küçük yalanlar söylemeye başlamaktadır. Bu durumlardan şüphelenen Marie'nin tableti geri çıkarıp sistemi yeniden etkinleştirmesi uzun sürmemektedir.

Bu noktada Marie, kızına güvenen anne profilinden yeniden uzaklaşmakta, onun hayatını gözlemleyebilme ve etkileyebilme gücünü kendinde bulan bir karakter olarak her şeyi izleme hakkına sahip olduğunu düşünmektedir. Bunun içi kızından izin veya onay almaya bile gerek duymadan, bir hareketi ile sistemi yeniden aktifleştirme ve kızının hayatını yeniden izlemeye başlamaya devam etmektedir.

Şekil 32. Marie'nin Sara'nın Hayatına Yeniden Karışması



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Fostert, J. (Yönetmen). (2017). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Tablo 35. Şekil 32'de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Harita	Sara'nın konumu	Marie'nin Sara'nın bulunduğu konumu takip edebilmesi, kızının sınırlarına saygı duymaması
Sara'nın gördükleri	Sara'nın özel anları	Marie'nin tabletten olanı biteni kısa süreliğine de olsa izlemesi, gösteri toplumu içinde bireyin özel sınırlarının olmaması algısı
İzleyici kadın	Sara'nın özel anlarını seyreden kişi	Bazı özel anların bile gösteri toplumu bireyleri tarafından tüketilebilir hale gelmesi, gösteri malzemesi yapılması

Bu bağlamda gösteri toplumu içinde bireysel sınırların olmadığını söylemek mümkündür. Kişiye özel olarak kalması gereken anlar, teknolojinin gelişmesiyle paralel olarak, sosyal medyanın da etkisiyle milyonların gözü önünde sergilenebilmektedir. Arkangel bölümündeki kurguda ise bu durum kişiler özelinden metaforlandırılarak aktarılmaktadır. Bu hikâyede gösteri toplumunu, gösteri toplumunun izleyenlerini Marie, Gösteri toplumunun izletenlerini de Sara karakteri temsil etmektedir. Koşullar ne olursa olsun, bir annenin kızına ait özel dakikaları izlemesi, onun konumunu takip etmesi kızının yaşamını sınırlandırmak anlamına gelmektedir. Bu sınırlandırmalar ise

öyle bir kontrol etme hastalığını beraberinde getirmektedir ki, Marie, kızının hamileliğini bile tablete gelen bildirimden öğrenmekte ve bebeğinin düşmesi için Sara'ya gizlice bir hap içirebilmektedir. Bu derece bir başkasının hayatına müdahil olmak, karışmak, gösteri toplumu içinde bireylerin çoğu zaman sergilemekte oldukları davranışlardan biridir. Örneğin sosyal medyadan herhangi bir fotoğrafını paylaşan bir kadına kısa süre içerisinde birçok kişi yorum yapma, eleştiri yapma, kötü söz söyleme ve aşağılama hakkını kendilerinde görmektedirler. Tüm bu yorumlar çerçevesinde pasif de olsa kişilerin hayatına karışmış olmaktadırlar. Arkangel bölümünde ise bu durum, anne kız arasında geçen hikâyede, annenin hem pasif hem de aktif olarak kızının hayatına müdahale etmesi olarak görülmektedir. Nitekim bu durumun da sonu yaklaşmaktadır. Okulda rahatsızlık geçiren Sara, okulun revirinde muayene olduğu sırada rahatsızlığının, içtiği hamilelik sonlandırıcı ilaçtan kaynaklandığını öğrenmektedir. Kendisi bu hapi kullanmadığı için önce çok şaşırır da daha sonra eve gittiğinde çöprü karıştırarak hapi annesinin ona gizlice içirdiğini fark etmektedir.

Bu noktadan sonra artık genç kız için bir dönüm noktası başlamaktadır. Kendisine yapılan müdahalelere daha fazla dayanamayan Sara, evi terk etme kararı alır. Eşyalarını toplamadan önce annesinin tabletini eline alan genç kız gördükleri karşısında yıkılmış durumda görünmektedir. Sara'nın tüm geçmişi, anıları, özel anları vs. hepsi tablette kayıtlı ve izlenilebilir durumdadır.

Şekil 33. Sara'nın Tableti İncelediği Sahne



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Fostert, J. (Yönetmen). (2017). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Tabletteki zaman çizgisinden geçmişe doğru gittiğinde annesinin her anını izlediğini, bir şekilde onun hayatına müdahil olduğunu anlayan Sara için artık geri dönülemez bir yol başlamak üzeridir. Sara, tüm bu yaşadıklarına karşı çıkmaya ve isyan etmeye başlayacağı bir döneme girmektedir ve geçmişte kendisine yapılan her bir müdahalenin hesabını sormak istemektedir.

Tablo 36. Şekil 33'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Tablet	Sara'nın tüm bilgilerinin saklı olduğu cihaz	Sara'nın devamlı bir şekilde gözlemlendiği ve kendisinin de bilinçsiz bir şekilde gösteren kişi konumunda olması
Zaman çizgisi	Sara'nın tüm geçmişine ait tarihler	Çipin takıldığı andan itibaren Sara'nın bir gösteri malzemesi haline dönüştürülmüş olması ve tüm anlarının sistem tarafından kaydedilmesi
Özel anlar	Sara'nın kendisine özel olması gereken bazı anlar	Gösteri toplumunda özel hayatın sınırlarının değişmesi, Sara'nın neredeyse tüm yaşamına ait görsellerin başkaları tarafından ulaşılabilir olması

Bu noktada Sara kendisine ait bir özel hayatın kalmadığını kesin olarak anlamaktadır. Bu durum karşısında büyük bir öfke ve hayal kırıklığı yaşamaktadır. Kendisinin bile unuttuğu bazı anların tablette kayıtlı olması, istenilen her an izlenebilir durumda olması, Sara'nın hayatının sanki bir filmmiş gibi algılanmasına neden olmaktadır. Üstelik kendisinin hiçbir onayı ve isteği olmadan kayıt altına alınmış bir film, Sara için sadece özel hayatına müdahale ve özel hayatın sınırlarının ihlali olarak yorumlanmaktadır. Kendisine ait olarak kalması gereken en özel anların bile annesi tarafından izlenmiş olması, Sara'nın aslında geçmişte yaşadığı neredeyse her şeyde annesinin payının olduğunu anlamasına neden olmaktadır. Sanki hayatına dair çekilmekte olan bir filmin başrolünde oyuncu olarak görev almakta, tüm senaryo ise annesi tarafından yazılmaktadır.

Yaşadığı her şeyin annesi tarafından izlendiğini fark eden, annesinin hayatına müdahale ettiğini hatta hayatını istediği gibi değiştirebildiğini fark eden Sara evi terk etme karar almaktadır. Toparlandığı sırada eve annesi Marie gelir ve dağınıklık karşısında şaşırır. Bir aksilik olduğunu anlayan Marie kızına seslenir ama cevap gelmeyince derhal tabletine koşup kızını kontrol etmeye başlar.

Şekil 34. Sara'nın Her Şeyi Değiştirdiği Sahne



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Fostert, J. (Yönetmen). (2017). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Kızı da evde olduğu halde, onun nerede olduğunu anlamak için tabletten Sara'nın bakış açısını izleyen Marie, tablette kendisini görünce Sara'nın onu izliyor olduğunu ve arkasında olduğunu anlamaktadır. Kendisinin her özel anını izlediği için annesine karşı olan kızgınlığını dile getiren Sara, Marie'nin "her şeyi senin için, seni korumak için yaptım" demesine iyice sinirlenerek tableti eline alır ve kapatmaya çalışır. Ancak bu sırada annesinin müdahale etmeye çalışmasına iyice sinirlenen Sara tabletle annesine vurmaya başlamaktadır. Büyük bir sinirle hiç durmadan vurmaktadır ancak olayın ciddiyetini anlayamamaktadır, çünkü sistem hala onun korkabileceği bir içerik olduğunu algıladığı için kan görüntülerini blurlamaktadır.

Tablo 37. Şekil 34'te Verilen Sahneni Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Tablet	Sara'nın bakış açısından Marie	Marie'nin ısrarla Sara'nın yaşamına dahil olma çabası, yaşadıklarını görme arzusunun nesnel hali
Şiddete uğrayan kişi	Marie'nin kızı tarafından dövülmesi	Marie'nin kızının kişisel alanına saygı duymaması sonucu, kızından da saygı görememesi ve şiddete maruz kalması, müdahaleci tavrının sonucu
Şiddetin blurlanması	Sistemin şiddet unsurunu yok etmesi	Tabletin aktif olması ve genç bir kadın olan Sara'nın seçimlerine karışılıyor olması, hayatının gösteri malzemesi halinde devam ediyor olması.

Sara tüm hıncını annesinden çıkarırken yüzü gözü kan içinde kalan kadının görüntüsü blurlanmış olduğundan, Sara eylemlerine devam etmektedir. Vurmalarının şiddetiyle tablet bozulup da annesinin yüzünün kanlar içindeki halini görünce yaptığı davranışın sonuçlarıyla yüzleşmektedir. Yine de hayatına karşı yapılmış olan bu müdahalelere sessiz kalmamayı tercih ederek evden ayrılır ve en sonunda gerçek anlamda bir özgürlüğe kavuşmaktadır. Marie uyandığında her yerde, tıpkı küçük kızının kaybolduğu zamanda olduğu gibi Sara'yı aramakta ancak bulamamaktadır, tablet de artık kırılmış olduğu için kızını takip edip nerede olduğunu, neler yaşadığını göremez hale gelmektedir. Artık kızı ve kendisi arasında senelerdir süregelen mini gösteri sonlanmış, gösterinin baş kahramanı gösteriden ayrılmıştır. İzleyici konumunda olan Sara'nın artık hayatını izleyebileceği kimse kalmamıştır.

3.4.2.2. Dizisel Çözümleme

Çalışmanın bu bölümünde Arkangel bölümünün dizisel çözümlemesinin yapılmasının, bölüm içindeki çeşitli karşıtlıklara yer verilmesinin, dizinin vermek istediği mesajları pekiştireceği düşünülmektedir. Bu nedenle bu bölüme ait baştan sona önemli görünen karşıtlıklar aşağıda verilmektedir.

Tablo 38. Arkangel Bölümündeki Karşıtlıklar

Karşıtlıklar	
İzlenen	İzleyen
Anne	Çocuk
Yetişkin kadın	Genç kız
Yeni jenerasyon	Eski jenerasyon
Sevgi	Nefret
Sansürlenene	Sansürlenmeyen
Kontrol eden	Kontrol edilen

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere Arkangel bölümündeki başlıca karşıtlıklar anne kız ilişki üzerinden oluşturulmaktadır. Sara ve Marie'nin yaş farklılıkları, Sara'nın küçük bir çocukken Marie'nin anne statüsünde olması, daha sonra Sara'nın genç bir kız olduğunda Marie'nin yetişkin bir kadın olması dizideki hikâyenin kahramanlarının sahip oldukları karşıtlıklardan bazılarıdır. Bununla birlikte dikkat çeken bir başka karşıtlık ise Marie ve babası arasında yaşanan jenerasyon farkıdır. Marie'nin babasına göre Arkangel teknolojisi gereksiz bir ürün iken Marie'ye göre oldukça önemlidir ve Marie'ye kalsa çocukken kendisinin de bu teknolojiye sahip olması gerekmektedir. Çocuklar üzerinde kontrol kurmanın zaman içindeki evrimi baba kız ilişkisi ve jenerasyon farkı üzerinden verilmektedir.

Ayrıca bölümün başından sonuna kadar Sara'nın seyredilen kişi Marie'nin de izleyen kişi olması, seyreden ve seyredilen arasındaki karşıtlık da dizinin kullandığı başlıca karşıtlardan bir diğerini oluşturmaktadır. Kendi seçimi olmasa bile Sara her zaman annesi tarafından izlenebilir konumdadır ve yaptığı her davranış görülür bir vaziyettedir. Marie ise adeta bir film izler gibi kızının hayatını ve yaşadıklarını, kızının gözlerinden izlemekte, onun sınırlarını çiğnemektedir. Bu bağlamda anne kız arasındaki kontrol etme ve edilme karşıtlığının, izlenen ve izleyen karşıtlığı ile paralel şekilde geliştiğini söylemek mümkündür.

Kurgulanan bu dünyada, bir annenin, kızının daha iyi bir yaşam sürmesini, güvenli olmasını arzuladığı için edindiği bir teknolojinin, zamanla kızın hayatını nasıl kötü ve olumsuz etkilediği de sansür mekanizması üzerinden verilmektedir. Bu sansür mekanizmasındaki karşıtlıklarda sansürlenmesi gereken olay ve durumlarla sansürlenmesi gerekmeyen olay ve durumlardan oluşturulmaktadır. Neyin sansürlenip sansürlenmeyeceğine karar veren kişinin, o hayatı yaşayan Sara değil de annesi Marie olması ise yine bir annenin kızı üzerinde kurabileceği kontrolün sınırlarına bağlı olarak gelişmektedir.

Sonuç olarak Arkangel bölümü, gelişen teknoloji ve sosyal medya gibi kavramların, bireylerin özel hayatlarına dair sınırların ortadan kaldırılmasına, kişinin yaşamına dair her anın her zaman görünür kılınmasına, gösteri toplumunda her zaman bir gösterenin ve izleyeninin olmasına, bu durumun ise her zaman geniş kitlelerce değil, iki kişi arasında dahi yaşanabilir hale gelmesine eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır.

3.5. “RACHEL, JACK VE ASHLEY TOO” BÖLÜMÜNÜN İNCELEMESİ

Black Mirror dizisinin 5. Sezonunun 3.bölümü olarak gösterilen Rachel, Jack ve Ashley Too bölümü, teknoloji çağının birey ve gösteri toplumu üzerindeki etkisine, gösteri toplumunun eğlence anlayışına, gösteri toplumu içinde metaların üretilme ve tüketilme süreçlerine ve tüketim toplumuna eleştiride bulunan bir bölüm olarak nitelendirilmektedir.

Dizinin bu bölümünün yönetmeni Anne Sewitsky, öykü yazarı Charlie Brooker, Yapımcısı Nick Pitt, Uygulayıcı Yapımcısı ise Annabel Jones ve Charlie Brooker'dır. Bu bölümde rol alan oyuncular ise Miley Cyrus, Angourie Rice, Madison Davenport, Susan Pourfar'dır. Rachel, Jack ve Ashley Too bölümünün süresi ise 1 saat 7 dakikadır.

3.5.1. “Rachel, Jack Ve Ashley Too” Bölümünün Özeti

Black Mirror dizisinin bu bölümü ünlü şarkıcı Ashley’nin trajik hikayesi ile, Ashley’ye çok hayran olan Rachel ve ablası Jack’in ilginç bir şekilde yollarının kesişmesiyle şekillenmektedir.

Rachel ve Jack annelerini kaybetmiş, babalarıyla birlikte yaşayan iki kız kardeşirler. Jack annelerinin ölümünden sonra karamsar ve içine kapanık bir kız olarak yaşamına devam ederken Rachel daha cana yakın ama kolay arkadaş edinemeyen çekingen bir kız olarak görülmektedir. Okulda çok fazla arkadaşı olmayan, ablasıyla rahat iletişim kuramayan Rachel’in en büyük tutkusu ise Ashley ve Ashley’nin müziğidir. Öte yandan Ashley çok genç yaşta şöhret olmuş, özellikle genç kızlar tarafından çok sevilen, devamlı neşeli ve olumlu şarkılar seslendiren ve tüm kariyeri, hayatı teyzesi tarafından yönetilen genç bir kadındır. Çok popüler olmasının bir getirisi olarak, daha fazla para kazanma amaçlı, teyzesi Ashley’nin oyuncak bebeğinin üretimini gerçekleştirmekte ve satışlarından kar elde etme gayreti içine girmektedir. Bu bebekler Ashley’ ye benzer bir görüntü sergilemekte, aynı onun gibi konuşmakta, ileri derece bir yapay zekaya sahip olarak kişilerle arkadaşlık kurabilmektedirler. Bu bebeklerden birine sahip olan Rachel ise ablası ile olan iletişimsizliğini bu bebekle gidermekte, onunla çok yakın arkadaşlık kurmaktadır.

Ashley, içinde bulunduğu dünyayı sorgulamaya ve kariyerini değiştirmeye karar verdiğinde ise, teyzesi çıkarları uğuruna bilerek Ashley’yi komaya sokarak, üstün teknolojik ürünlerin yardımıyla komadayken bile onun bestelerinin milyonlara ulaşmasına aracılık etmektedir. Uzun bir süre komada kalan Ashley’nin beyninin sadece %4’ü çalışmaktadır ve bu kısım da yaratıcılığının olduğu kısımdır. Bu kısımdaki beyin dalgalarının teknoloji yardımıyla bestelere dönüştürülüp satılması ise milyonların sevgilisi Ashley’nin komada olmasına üzülen hayranları için mükemmel bir tüketim malzemesi haline dönüşmektedir. Onun uzun süre komada kalmasının ardından bir gün Rachel’in evindeki Ashley Too bebeği tesadüfen gerçek Ashley hakkında çıkan haberleri görmektedir. Yapay zekâ teknolojisi Ashley’nin beyninin tamamını kopyalayıp bu bebeğe aktardığı için, bebeğin haberleri görmesiyle birlikte bir şekilde yapay zekâ teknolojisi komada olan ve beynine çeşitli çipler yerleştirilen gerçek Ashley ile bağlantı kurabilmektedir. Bunun ortaya çıkmasıyla birlikte Ashley başına gelen her şeyi Rachel ve Jack’e anlatır ve onların yardımları sayesinde komadan çıkarak

teyzesinden hesap sormakta ve hem kendi hayatına hem de kendi kariyerine yön vermeye başlamaktadır.

3.5.2. “Rachel, Jack Ve Ashley Too” Bölümünün Sosyal Medya Ve Gösteri Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi

Çalışmanın bu bölümünde Black Mirror dizisinin Rachel, Jack ve Ashley Too bölümü, içinde geçen gösteri, gösteri toplumu, tüketim toplumu gibi kavramlar çerçevesinde göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmektedir. Dizinin gösteri kavramını ele alış şeklinin ne gibi kodlar ve göstergeler yoluyla aktarılmakta olduğu incelenecek ve bu göstergelerin yan anlamları üzerinden dizinin vermek istediği mesajlar yorumlanmaya çalışılacaktır

3.5.2.1. Göstergeler Yoluyla Anlamların Üretilmesi

Rachel kendi halinde, içine kapanık hem tüketim toplumu hem de gösteri toplumunun dayattığı ürünleri izleyip beğenen ve tüketme eğilimleri gösteren bir genç kızdır. Bu bölüm onun okulda vakit geçirdiği bir sahne ile başlamaktadır ve Rachel, yemekhanede arkadaşlarıyla sosyalleşmek yerine cep telefonundan bir şeyler izlerken görülmektedir. Rachel’in içinde bulunduğu dünyada sosyalleşmenin iki yolu bulunmaktadır. Bunlar; bireylerle yüz yüze iletişimde kalarak sosyalleşmek ve sosyal medya yoluyla, beğeniler ve paylaşımlar aracılığıyla sosyalleşmek. Kolay arkadaş edinemeyen bu karakter de çevresindekilerin aksine zamanının çoğunu cep telefonuna bakarak ve oradaki sosyal medya hesaplarını kullanarak geçirmektedir.

Şekil 35. Rachel'in Okuldaki Yalnızlığı



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

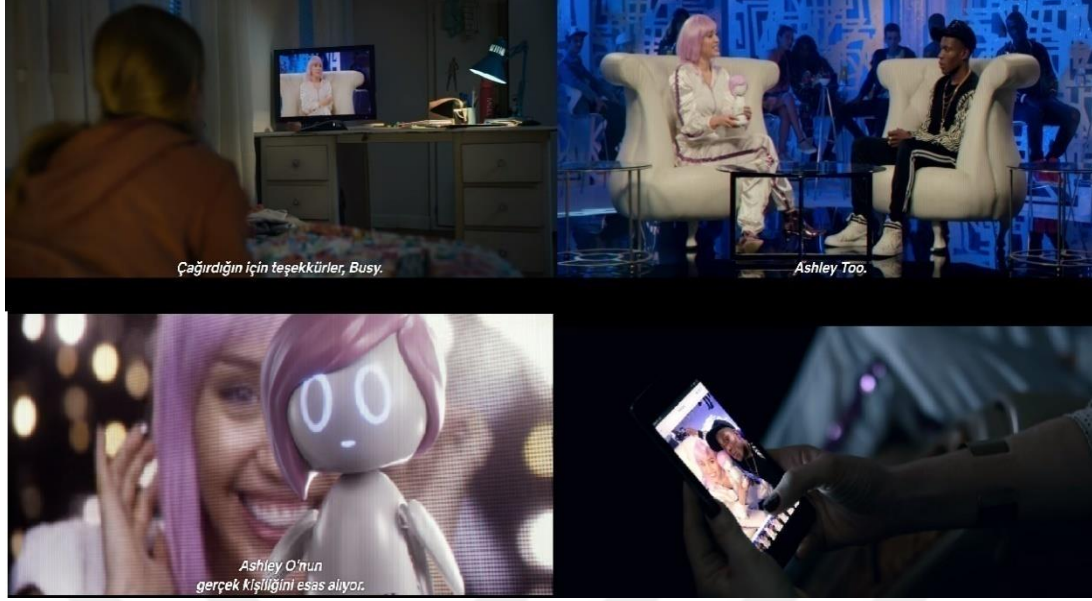
Tüketim toplumunun, gösteri toplumu dayatmaları ile birleşerek, kişilerin beğeni ve eğlence algılarını yönetmesi ve kişileri yalnızlaştırması durumuna örnek olması açısından bu sahnedeki göstergesel kodlar önem taşımaktadır.

Tablo 39. Şekil 35'te Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Kalabalık	Okul yemekhanesindeki öğrenciler	Bir arada olmayı ve bir arada tüketmeyi tercih eden toplum
Yalnız kişi	Yemekhanede tek başına olmayı tercih eden Rachel	Kendini topluma ait hissetmeyen birey
İzleme eylemi	Vakit geçirmek için bir şeyler izlemek	Boş zaman aktivitesi olarak gösteri toplumu tarafından yüceltilen birine ait videoların tüketilmesi
Ünlü birinin video klibi	Ashley'nin şarkısı ve klibi	Ashley'nin bir bireyden ziyade tüketim ve gösteri toplumu içinde boş zaman geçirmek için tüketilen bir objeye dönüşmüş olması

Rachel, kendini içinde bulunduğu topluma ait hissetmemektedir, onlarla aynı düşünceleri paylaşamamakta, aynı şekilde davranamamaktadır. Bu nedenle hem kendisi toplumdan ayrı durmayı tercih etmektedir hem de toplum onu içinde barındırmayı istememektedir. Tüketim toplumu bireyleri benzer davranış kalıplarını benimsemekte ve farklı davranış kalıplarına sahip kişileri toplumdan uzaklaştırma eğilimi göstermektedir. Tüketim toplumunun bu yönüne Black Mirror dizisi lise öğrencileri ve Rachel karakteri üzerinde yaklaşmaktadır. Ayrıca Rachel'in boş zamanını geçirmek için ünlü ve göz önünde olan birinin videolarını izlemesi ise gösteri toplumu bireylerine özgü bir davranış olarak görülmektedir. Kişi ünlü bir isim olduktan sonra toplum tarafından metalaştırılmakta ve her çeşit görseli veya ona benzeyen ürünü üretilmekte ve tüketilmektedir. Bu sahnede ise Ashley'nin bir video klibi yemekhanede yalnızlık çeken ve boş zamanını değerlendirmek isteyen Rachel tarafından tüketilmektedir. Üstelik bu tüketim sadece okulda değil evdeki boş zamanlarında da devam etmektedir.

Şekil 36. Gösteri Tüketiminin Her Yerde Oluşu



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Her an her yerde gösteri dünyasına ait kişilerin veya bu kişilerin metalaşmış ürünlerinin görsellerinin ve reklamlarını görmek mümkündür.

Tablo 40. Şekil 36'da Verilen Sahnenin Göstergebilimsel İncelemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlar
Televizyon izleyen kişi	Boş zamanını değerlendiren birey	Kişinin boş zamanını değerlendirmek için televizyondaki malzemeleri tüketmesi, tüketim kültürünün kodlarına göre hareket etmesi
Televizyon yayınında ünlü biri	Televizyonun geniş kitlelere hitap etmesi	Geniş kitlelere hitap ettiği için televizyon gibi mecraların, ünlü kişilerin göndereceği tüketim ve gösteri kültürüne ait kodları kitlelere aktarması
Televizyonda reklam	Kişilerin kendi reklamlarını yapması	Tüketimin içinde tüketime özendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, ünlü kişinin oyuncak bebeğinin satışa sunulmasını aynı kişinin gerçekleştirmesi ve tüketime özendirme
Sosyal medya kullanıcısı	Sosyal medyada gelişmeleri takip eden kişi	Ashley'nin yaptığı reklam sayesinde oyuncak Ashley'nin ne kadar popüler olduğunu sosyal medyadan takip etmek
Oyuncak Bebek	Ünlü birinin kopyası	Gösteri toplumunun, kişiler de dahil olmak üzere her şeyi metaya dönüştürebilecek güçte olması

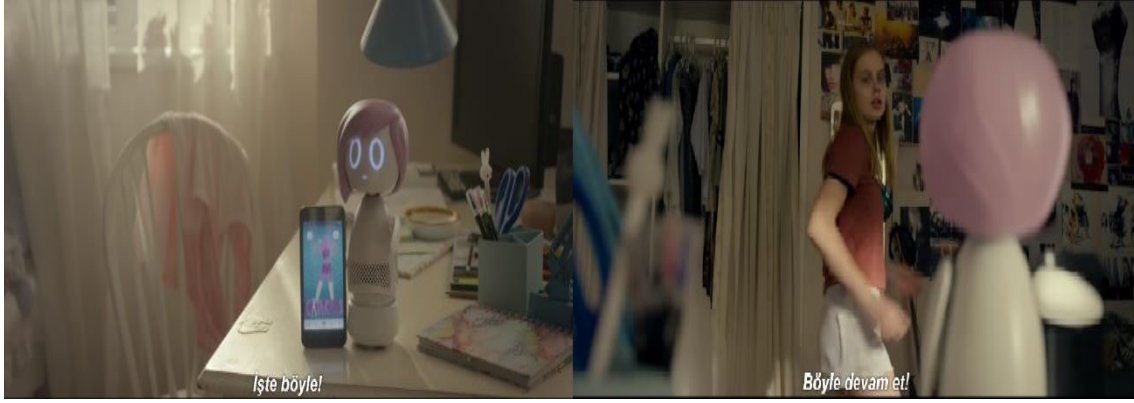
Gösteri toplumu içinde var olan bireyler, daima gösterme ve izleme eylemi sergilemektedirler. Bu eylemleri gerçekleştirmedeki en önemli adım tüketme adımdır.

Bu nedenle gösteri dünyasına dair ne varsa hızla metalaştırılarak tüketim malzemesi haline getirilmektedir. Ashley gibi çok ünlü bir şarkıcının tamamen yapay zekâ teknolojisi ile desteklenen, akıllı ve birebir kendisine benzeyen oyuncak bebeği Ashley Too bu eğilimlerin bir ürünü olarak görülmektedir. Ashley'nin metalaşmış versiyonu olan Ashley Too, milyonlarca insanın beğenisine sunulmakta, bir gösteri malzemesi haline getirilmekte ve piyasaya sürüldüğü andan itibaren satış rekorları kırarak tüketim toplumunun elde etmek isteyeceği nesnelerden biri haline gelmektedir. Bu toplumun bir bireyi olarak Rachel da çok geçmeden Ashley Too bebeğini edinmektedir.

Ayrıca tüketim toplumu içinde sosyal medyanın da ne kadar aktif kullanıldığı ve ne denli fazla kitlelere hitap ederek reklam alanında da öncülük ettiğini söylemek mümkündür. Tablo 40'ta da görüldüğü üzere Ashley'nin kopyası olan bebek Ashley Too, satış rekorları kırarken tüm bunlar sosyal medya mecralarında paylaşılmakta, insanlar edindikleri Ashley Too bebekleri ile fotoğraflarını paylaşmakta ve böylece bu bebek hızla bir tüketim nesnesi haline getirilmektedir. Bu durum aynı zamanda gösterişçi tüketime de örnek teşkil etmektedir. Tüm gösterişçi tüketim eylemlerinden ve gösterişçi tüketimin bireylere dayattığı tüketim çılgınlıklarından etkilenen Rachel'da çok geçmeden hayranı olduğu Ashley'nin oyuncak bebeği Ashley Too'dan bir adet edinmektedir. Ablasıyla olan iletişimsizliği, okulda popüler olmayan bir kız olması vs. gibi nedenlerden ötürü Rachel, tüm arkadaşlık ilişkisini bu bebekle kurmaya başlamaktadır. İleri derecede yapay zekaya sahip olan bu bebek sanki Rachel'ın karşısında gerçek bir insan varmış ve Rachel da bu insanla konuyormuş izlenimi vermektedir.

Gösteri toplumu içinde daha çok yer edinmek isteyen ve daha fazla görünür olmak isteyen Rachel, bir gün okuldaki yetenek yarışmasına katılmaya karar verir ve aynı Ashley gibi giyinerek onun bir şarkısıyla bir dans gösterisi hazırlamaya karar verir. Ancak daha önceden böyle bir eğitimi olmadığı için öncesinde çok çalışması gereken Rachel, onu çalıştıracak kişiyi de çoktan bulmuştur; Ashley'nin yaptığı dans hareketlerini birebir öğreten bir mobil uygulama ve Ashley Too bebeği. Rachel bütün dans hareketlerini bu uygulama ve Ashley Too bebeğinden öğrenmektedir, hatta Ashley Too bebeği, Rachel dans ettikçe ona özgüven aşılayacak cümleler kurmakta, harika olduğunu söylemekte ve bir şekilde gösteriye ikna etmeye çalışmaktadır

Şekil 37. Ashley Too ve Rachel'in İletişimi



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Her zaman çekingen ve kendine güvensiz olan Rachel ise Ashley Too bebeğini adeta bir hoca gibi dinlemekte ve ona inanmaktadır.

Tablo 41. Şekil 37'de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Oyuncak bebek	Gerçek Ashley'yi kopyalayan ürün	Tüketim toplumu ve gösteri toplumunun ürettiği, gerçek bir insana ait metalaşmış değerlerin ve imajların temsili
Dans eden kız	Dans figürleri öğrenmeye çalışan Rachel	Gösteri toplumu içinde kendine yer edinmeye çalışan, görünür ve popüler olmak için uğraşan birey
Cep telefonu	Öğretici içeriğe sahip ürün	Gelişen teknoloji ile birlikte eğitim aktivitelerinin kişilerle değil teknolojik aletler ve yapay zekâ teknolojileri ile gerçekleştirilebileceği algısı

Rachel'in Ashley Too bebeği ile olan iletişimi aslında tüketim toplumu içinde bireyin yalnızlığını ve gösteri toplumunun bireyleri popüler olabilmek, görünür olabilmek için soktukları durumları temsil eder niteliktedir. Sırf okulda daha fazla popüler olabilmek için bir dans gösterisine katılmak, bu dans gösterisi için bir yapay zekadan eğitim almak bu durumun göstergesi olarak yorumlanmaktadır. Fakat yetenek yarışmasında işler Rachel'in umduğu gibi gitmemekte, Rachel sahnede düşerek gösterisini tamamlayamamakta ve toplum tarafından bir alay konusu haline gelmektedir. Sırf daha popüler olmak için katıldığı bu aktivite onu toplumdan daha da dışlamış, gösterinin bir parçası haline gelebilme şansından uzaklaştırmıştır. Bu durum Rachel için tam bir hayal kırıklığı yaratmakta ve toplumdan daha da uzaklaşmasına neden olmaktadır. Bu durum Rachel'in ablası Jack'i de üzmemekte ve Jack, Ashley Too bebeği ile kardeşinin arasındaki iletişimi anlamsız bulmakta, kardeşine bunun sağlıksız

bir durum olduğunu, Ashley Too'nun gerçek Ashley olmadığını anlatma gayreti içine girmektedir. Bu bağlamda iki kardeş arasındaki karakter farkı da iyice belirgin hale gelmektedir. Birbirlerinden farklı beğenileri olan, ilgi alanları farklı olan, hayata bakış açıları farklı olan bu iki kız kardeşin iletişimsizliği aile içinde başka sorunları da beraberinde getirmektedir.

Şekil 38. Rachel ve Jack Arasındaki Farklılıklar



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Bu farklılıklar Rachel ve Jack'in aynı odayı kullansalar bile odanın her iki tarafını nasıl dekore ettiklerinden, kıyafetlerinden bile anlaşılmaktadır.

Tablo 42. Şekil 38'de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

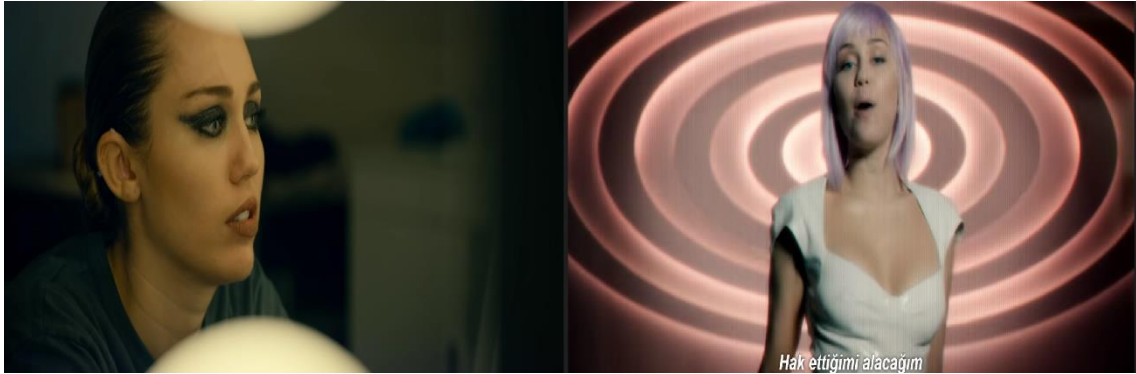
Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Koyu renk eşyalar	Depresif ruh halinde olma	Jack'in Toplumdan kendini soyutlamış, kendine has tarzı olan bir genç kız olması, herkes gibi olmaması
Açık renk eşyalar	Pozitif ruh halinde olma	Rachel'in toplumun kabul gördüğü gerçekleri benimsemiş olması, herkes gibi olma çabası
İkiye bölünmüş oda	İki farklı insanın bir odada özel alanlarda olması	Kardeş bile olsalar, her ikisinin de karakterinin ve beğenilerinin farklı olması, birey olarak özel alana ihtiyaç duymaları
İki kız kardeş	Farklı iki insan	Birbirine zıt karakterlere sahip olsalar da bir arada yaşamaya çalışan kardeşler

Bu bağlamda her iki karakterin olaylara yaklaşımlarının ve bakış açılarının birbirinden farklı olduğu çıkarımını yapmak mümkündür. Tablo 42'de verilen

farklılıklarla birlikte, kıyafetlerindeki değişik tarz ve stil, dinledikleri müziklerin farklı tarz oluşu gibi durumlar da iki kardeş arasındaki farklılığı ve zıtlığı destekler niteliktedir.

Tüm bunların dışında Ashley'nin de hayatında yolunda gitmeyen olaylar gelişmektedir. İçinde bulunduğu durumdan, bir tüketim nesnesi ve gösteri malzemesi olarak kullanılmasından sıkılan Ashley'nin davranışlarının değişmesiyle birlikte, her şeyin yolunda gitmesi için ve daha çok para kazanmak için çabalayan hem menajeri hem de teyzesi olan kadın ile aralarındaki iletişim bozulmaya başlamaktadır. Teyzesi Ashley'nin sağlıklı düşünmesini engelleyen, söylediklerine karşı çıkmasını engelleyen bir çeşit psikolojik ilacı her konser öncesi Ashley'ye vermekte ve onun gücünü böylelikle elinde tutmaktadır. Bu durumu fark eden Ashley, bu gidişatı durdurmak adına bazı kararlar almaktadır. İmajını değiştirmeyi planladığını teyzesine söylediğinde teyzesi bunun bir felaket olacağını düşünmekte, Ashley ile yaratılan imajın zedeleneceğini hatta yok olacağını düşünmektedir. Bu nedenle elinden gelen her şeyi yapmaya hazır bir tavır sergilemektedir.

Şekil 39. Ashley'nin İmajı ve Asıl İsteddiği İmajı Arasındaki Fark



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Yaşadığı hayattan sıkılan ve bunalan, kendisini o kostüm, saç ve makyaj içinde kendisi gibi hissedemeyen Ashley, gerçek ruh durumunu yansıtan farklı bir imaj arayışına girmektedir. Normal görüntüsünün aksine daha abartılı makyajların olduğu, daha karamsar kıyafetlerin tercih edildiği bu görünüm aslında Ashley'nin içinde kendinin en rahat hissettiği ve kendi gibi olabildiği görünüm olarak nitelendirilebilmektedir.

Tablo 43. Şekil 39'da Verilen Sahnelerin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Renkli ve hareketli bir kadın	Ashley'nin menajeri tarafından yaratılan imajı	Toplumu etkileyebilecek güce sahip ünlü bir kadının, gösteri toplumunun kuralları dahilinde, toplum tarafından belirlenen imajı içinde mutlu görünmesi
Koyu renk tercih eden depresif bir kadın	Ashley'nin gerçek kimliği	Gösteri toplumunun yarattığı imajdan sıkılan ve kendisini gibi davranmaya çalışan bir kadının sıkılmış ve bunalmış ruh hali, topluma karşı çıkışı

İki imaj arasındaki bu farklılıklar Ashley'nin hayatının aslında ona ne derece acı verdiğinin göstergesidir. Gösteri toplumu içinde metalaşmış bir nesneye dönüşmeye başlayan bu karakterin, kendisine benzeyen oyuncu her ne kadar çok satılsa da şarkıları satış rekorları kırsa da aslında hayal ettiği haya bu değildir. O sanatını kendi bakış açısıyla yansıtmak, kendi istediği gibi giyinmek ve kendi istediği gibi davranmak istemektedir. Ancak gösteri toplumu buna asla izin vermez. Öyle ki, bu gösteri toplumunu temsilen Ashley'nin teyzesi ona çeşitli haplar vermekte ve onun bu durumu kabullenmesini beklemektedir. Ama Ashley, içinde bulunduğu durumu çoktan çözmüş ve bu durumun değişmesi için çabalamaya çoktan başlamış bir karakter olarak görülmektedir.

Şekil 40. Ashley'nin İlk Başkaldırıları



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Teyzesi tarafından içmeye zorlandığı hapları, teyzesi ve doktorları odadan çıktıktan sonra bir kutunun içinde biriktiren Ashley bu şekilde içinde bulunduğu sisteme karşı gelmeye çalışmaktadır.

Tablo 44. Şekil 40'ta Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Hap içen kadın	Ashley'nin teyzesinin zoruyla hapları içmesi	Karakterin gösteri toplumunun dayatmalarına boyun eğmesi
Ashley'nin başında dikilen teyze	Ashley üzerinde etkisi olan menajer	Gösterinin devamlılığının sağlanmasının esas oluşu ve bu uğurda yapılabileceklerin sınırının olmaması
Hapların kutuda biriktirilmesi	İstenmeyen davranışın sonucu	Karakterin toplumun kurallarına göre hareket etmek istememesi ve bunu gizlice yapmak zorunda kalması

Onun yaptığı bu davranışların ortaya çıkmasıyla birlikte teyzesi Ashley'nin komaya girmesine neden olacak bazı hapları ona gizlice içirmekte ve o komadayken beynine yerleştirdiği çeşitli cihazlar sayesinde onun beste yeteneklerinden faydalanmaya devam etmektedir. Teyzesinin bunu yapmaktaki amacı; Ashley'nin gösteri toplumu önündeki imajını korumak, Ashley'nin komada olduğunu söyleyerek ajitasyon yapıp yeni albümlerinin daha fazla satmasını sağlamaktır. Çaresizce yatakta yatan Ashley'nin başına yerleştirilen çeşitli aletler sayesinde onun beste yeteneğinden faydalanılmakta, bu besteler daha önce Ashley Too oyuncaklarında olduğu gibi, Ashley'nin gerçek sesinden alıntılar yapılarak tamamen bilgisayar ortamında oluşturulmaktadır. Bu albümü ismi ise “Ashley Sonsuz” olarak isimlendirilmekte, reklam çalışmaları her yerde yapılmaktadır. Büyük bir tanıtım partisi organize eden Ashley'nin teyzesi, yeğeninin komada olmasını fırsata çevirerek, onun hologramını oluşturmakta ve bu hologramın artık konserlerde Ashley'nin yerini alacağını duyurmaktadır.

Şekil 41. Ashley'nin Hologramının Tanıtımı



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Ashley komada olsa bile teknoloji yardımıyla hem yeni şarkılar besteleyebilecek hem de hologramı sayesinde konserler düzenleyip görünür kalmaya devam edebilecektir. Bu teknoloji sayesinde hem hayranları tarafından unutulmayacak, konserler dolup taşacak, hem de Ashley'nin tüm ekibi para kazanmaya devam edebilecektir. Birçok özelliği olan bu hologram boyutlarının ayarlanabilmesi, anında kıyafet değiştirebilmesi, herkes tarafından eşit şekilde görünür olabilme özellikleri ile önce çıkmaktadır. Gösteri toplumu, gerçek bir kişiliği olan Ashley'nin duygu ve düşünceleri önemsememekte, onun yerini hemen doldurabilecek güce sahip olabilmektedir. Bu sayede de gösteri toplumunun devamlılığı sağlanmakta, bu durumdan herkes payını almakta, Ashley ve ona ait olan her şey aynı zamanda tüketim toplumunda birer tüketim nesnesine dönüşmektedir.

Tablo 45. Şekil 41'de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Sahnede gerçek kadın	Ashley'nin reklam yapan teyzesi	Ünlü ve görünür olma durumlarını kendin lehine çeviren, gösterinin devamlılığını sağlayan ve gösteri toplumunun isteklerine hizmet eden karakter
Sahnede hologram sanatçı	Ashley'nin yerine geçen hologram	Gerçek anlamda sahnede olamayan sanatçının yerine onun devamlılığını sağlayan üstün teknoloji ürünü, gösteri toplumu için meta değeri taşıyan tüketim nesnesi
Sahne	Gösteri yapılan alan	Gösteri toplumunda izleyen ve izleteni ile herkesin bir arada olduğu gösteri ve teşhir alanı

Tüm bunların bitişi ise aslında arka planda yine teyzesi sayesinde gerçekleşmektedir. Ashley'nin beynine teyzesinin talimatlarıyla taktıkları çipler, Ashley'nin beyninin neredeyse tamamının kopyalandığı Ashley Too oyuncaklarından biri ile iletişim kurabilmektedir. Bu oyuncak Rachel'in sahip olduğu oyuncaktır. Ashley Too bebek birden garip hareketler sergilemeye başlayınca Jack ve Rachel onu babalarının fare beyinleri üzerine araştırmalar yaptığı bilgisayarına bağlamakta ve bir şekilde durumu anlamaya çalışmaktadırlar. Bu sırada bilinçsizce yaptıkları bir hareket gerçek Ashley'nin beynindeki sınırlandırıcının aktifliğini yitirmesine neden olmakta ve o an gerçekleşen tüm beyin fonksiyonlarının Ashley Too bebeğinde canlanmasına neden olmaktadır. Ashley Too bebeğin, yani aslında gerçek Ashley'nin anlattıklarına önce inanamayan Jack ve Rachel, oyuncak bebeğin söylediklerine güvenerek gerçek Ashley'yi kurtarmaya karar verirler. Yapay zekâ, beyin fonksiyonlarının tamamen aktarılması ve Ashley Too bebeğin yardımlarıyla Jack ve Rachel uzun uğraşlar sonucu gerçek Ashley'yi kurtarmaktadırlar. Bu üçlünün yaptıkları ilk iş ise Ashley'nin teyzesinin yarattığı şovu sonlandırmak ve büyük oyunu bitirmektir. Tüm bunların ardından Ashley hep olmak istediği gerçek kişiliğine kavuşmakta, kendine has özgün müziklerini, istediği gibi, özgürlük içinde hayata geçirebilmektedir. Rachel ve Jack'in yardımlarını da unutmaz ve Jack'i gitaristlerinden biri yapar, Rachel ise en yakın arkadaşlarından biri olarak konserleri izlemeye devam etmektedir.

Şekil 42. Ashley ve Yeni Hayatı



Kaynak: Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix

Kendi tarzına kavuşan Ashley'nin tarzının değişmesiyle birlikte, artık konser verdiği alanlar da değişmekte, hitap ettiği kitle de farklılaşmaktadır.

Tablo 46. Şekil 42'de Verilen Sahnenin Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Konser	Ashley'nin değişiminden sonraki konseri	Gösteri toplumunun dayattığı standartlardan uzaklaşmayı başaran karakterin, kendine ait özgür bir hayat yaşamaya başlaması
İzleyiciler	Ashley'nin yeni hayran kitlesi	Gösteri toplumunun dışında kalarak, müzik zevkleri ile kendilerine ait bir beğeni oluşturabilmiş topluluk
Şarkıcılar	Ashley ve Jack	Ashley'nin özgürlüğüne kavuşmasıyla birlikte ona yardım eden Jack'in de kendi hayat tarzına göre yaşamaya devam etmesi ve gösteri toplumunda kendi kurallarıyla var olmaları

Tüm bu gelişmelerden sonra artık Rachel, Jack ve Ashley hayal ettikleri hayatı yaşamaya başlayan karakterler olarak görülmektedirler. Gösteri toplumunun yaratmış olduğu “ideal” kişiliklerden uzak, kendi kişiliklerine kavuşmuş şekilde mutlu olarak görülmektedirler. Bununla birlikte kendileri gibi olan ve hissedenen, gösteri toplumunun dışına itilmiş karakterler de Ashley'nin yeni hayran kitlesinin oluşturmaya başlamaktadır.

3.5.2.2. Dizisel Çözümleme

Çalışmanın bu bölümünde Rachel, Jack ve Asley Too bölümünün dizisel çözümlemesinin yapılmasının, bölüm içindeki çeşitli karşıtlıklara yer verilmesinin, dizinin vermek istediği mesajları pekiştireceği düşünülmektedir. Bu nedenle bu bölüme ait baştan sona önemli görünen karşıtlıklar aşağıda verilmektedir.

Tablo 47. Rachel, Jack ve Ashley Too Bölümündeki Karşıtlıklar

Karşıtlıklar	
Gösteri dünyası	Gerçek hayat
Oyuncak bebek	Gerçek kişi
Ünlü	Hayran
Pop müzik	Rock müzik ve eski tarz müzikler
Abla	Kardeş
Kontrol eden	Kontrol edilen
Gerçek	Sahte

Bu bölümdeki temel karşıtlıklardan biri, gösteri dünyası ve onun arka planında yaşanan olaylarla şekillenmektedir. Bu bağlamda Ashley'nin depresif ruh halinin gösterileri sırasında bilinmemesi, sevmediği, kendini ait hissetmediği kostümleri sırf şov amaçlı giymesi, inanmadığı düşünceleri inanıyormuş gibi dillendirmesi gibi durumlar onun gösteri toplumu içinde bir imaj olduğunun, gösterinin devamlılığı için rol yapmak zorunda olduğunun, bu durumdan memnun olmasa bile başarısının devamı için bu oyunlara devam etmek zorunda olduğunun göstergesidir. Bu noktada gösteri dünyasının ön planı ile arka planı arasındaki farklılıklar net bir şekilde görülmektedir.

Bir diğer karşıtlık ise Ashley'nin ünlü olması ve karşısında Rachel da dahil olmak üzere hayranlarının varlığı olarak gösterilmektedir. Bu anlamda Ashley'nin aslında bir popüler kültür ürünü olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Ashley'nin hayranları da gösteri toplumunun dayattığı bu popüler kültürü sömürmekte ve toplum içindeki bireyler de herkesin sevdiği, seveceği ya da beğeneceği kişileri severek gösteri toplumunun bir parçası olma eğilimi göstermektedirler. Tüm bu süreç tüketim toplumu faaliyetlerini de etkilemektedir. Ashley'nin oyuncaklarının yapılıp dakikalar içinde milyonlarca tüketilmesi ise gösterişçi tüketim faaliyeti olarak değerlendirilmektedir. Gösteri dünyasında sevilen ve beğenilen her şeyin birer metaya dönüşmesi ve bu metaların, ürünlerin vs. tüketim toplumu içinde varlığını sürdürmesi, sonuç olarak gösterişçi tüketim faaliyetlerini de beraberinde getirmektedir.

Tüm bu sürecin kahramanı olan Ashley'nin kariyeri ise teyzesi tarafından yönetilmektedir. Dizinin kullandığı karşıtlıklardan biri de bu durumdur. Bir tarafta kendi hür iradesi ile kararlar almak isteyen bir pop yıldızı, diğer tarafta ise hayatını

yeğenin kariyerine adan ve başarısı için yeğenin kendisini bile gözden çıkarabilen menajer teyze vardır. Bu iki karakter arasındaki çatışma ve zıtlık dizinin ana öyküsünün temelini oluşturmaktadır. Ashley'nin teyzesindeki para ve başarı hırsı, göz önünde kalma, popüler olma, gösteri toplumunun parçası olarak varlığını sürdürme gibi arzularla birleşince başarısızlığa asla tahammülü olmayan bir kadın profili ortaya çıkmaktadır. Gösteri toplumu başarısız olan kişileri içinde barındırmamakta, onları toplumdan dışlama eğilimi göstermekte, Ashley'nin kariyerinde yapacağı en küçük bir stil değişikliği bile kabul edilebilir görülmemektedir. Çok büyük risk taşıyan bu eylemler, Ashley ve dolayısıyla teyzesinin gözden düşmesine ve gösteri toplumundan uzaklaştırılmalarına neden olabilecek eylemler olarak görülmektedir.

Sonuç olarak Black Mirror dizisinin Rachel, Jack ve Ashley Too bölümü, gösteri toplumu içinde varlığını sürdüren iki farklı ailenin ortak bir amaç uğuruna birleşmesini konu almaktadır. Gösteri toplumunun izleneni olarak Ashley ve teyzesi, gösteri toplumunun izleyeni olarak da Rachel ve Jack bu toplum içinde var olma çabası göstermektedirler. Black Mirror dizisinin bu bölüm ile parmak bastığı nokta ise şu şekilde özetlenebilmektedir; gösteri toplumu beraberinde, yaratılan imajlar, üretilen metalar, ürünler vs. gibi olgular da tüketim toplumunu oluşturmakta ve bu toplum içinde popüler olma çabasıyla yapılan eylemlerde gösterişçi tüketim faaliyetlerini doğurmaktadır. Bu bağlamda gösterinin bir parçası olarak kalabilmenin, toplum içinde var olabilmenin ne derece önemli olduğu da vurgulanmakta, toplum içindeki varlığın tehlikeye düşmesinin ise bireyleri itebileceği olumsuz duygular yansıtılmaktadır. Rachel, Jack ve Ashley Too bölümü, tüm bunlar çerçevesinde, gösteri toplumunun bireyler üzerinde oluşturduğu baskıyı aktaran bir bölüm olarak değerlendirilmektedir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME

Black Mirror dizisinin incelenmesinde örnekleme dahil edilen beş sezondan seçilen birer bölüm olan “On Beş Milyon Hak”, “Beyaz Ayı”, “Dibe Vuruş”, “Arkangel”, “Rachel, Jack ve Ashley Too” bölümlerinin incelemeleri göstergibilim yöntemi ile çözümlenmiş, elde edilen göstergeler incelenerek, Black Mirror dizisinin vermek istediği mesajlar saptanmıştır. Bununla birlikte dizisel çözümle yöntemi kullanılarak da Black Mirror dizisinde yer alan karşıtlıklar bulunmuş ve bu karşıtlıkların oluşturduğu anlamlar üzerinden dizinin ikililerden hangisinin tarafını tuttuğu incelenmiştir.

Bu bağlamda çalışmada incelenen ilk bölüm olan “On Beş Milyon Hak” bölümünde en çok kullanılan göstergelerin; sanal gerçeklik, teknoloji, üretim, tüketim, reklamlar ve görsel iletişim ürünleri, gösteri ve gösteri toplumuna dair görseller, her yerde varlığını koruyan ve mesajlar ileten dev ekranlar, toplum ve topluluklar gibi kavramlardan oluştuğu saptanmıştır. Tüm bu kavramlar arasında en sık kullanılan gösteri kavramı ise varlığını hem gerçek anlamda bir yetenek yarışmasında kendini gösteren kişi olarak, hem de ekranlardan çeşitli şovlarla sanal olarak gerçekleştirilen gösterilerin kitlelere ulaşması yoluyla oluşturulmuştur. Dizide en çok kullanılan karşıtlıkların ise; izlenen/izleyen, kadın/erkek, sıradan insan/ üstün insan, gerçek/sahte gibi kavramlar arasında gerçekleşen karşıtlıklardan oluştuğu görülmüştür. Bu yapımın izlenen, kadın, sıradan insan ve gerçekten yana bir bakış açısı oluşturduğu düşünülmektedir. Bu noktada ise bu bölümün, gösteri toplumu, tüketim toplumu ve gösterişçi tüketim kavramlarını ele alarak, çeşitli göstergeler yoluyla vermek istediği mesajları verdiği, bu kavramlara eleştirel bir bakış açısıyla yaklaştığı saptanmıştır.

İncelemesi yapılan ikinci bölüm ise “Beyaz Ayı” bölümüdür. Bu bölümde en çok kullanılan göstergeler; dizinin gidişatı açısından anlam ifade eden semboller, cep telefonları, dev ekranlar, topluluklar, durmadan video ve fotoğraf kaydı yapan insanlar, gösteri ve gösteri karşısında seyirci konumunda olan toplum gibi olay ve durumlardan oluşturulmuştur. Bu olaylardan en çok kullanılan ise, içinde bulundukları durum ne kadar kötü olursa olsun bunların sadece videosunu çeken ve başka hiçbir şey yapmayan insanların olmasıdır. Beyaz Ayı bölümünde en çok kullanılan karşıtlıklar ise gerçek/sahte, gösteri dünyası/gerçek dünya, sergilenen/izleyen, olayları yaşayan/olayları kaydeden gibi olay ve durumlardan oluşturulmaktadır. Bu bölümde sahte, gösteri dünyası, sergilenen ve olayları kaydedenden yana bir tavır alındığı görülmektedir. Tüm bu karşıtlıklar ve göstergeler de Beyaz Ayı bölümünün doğrudan gösteri toplumunu eleştiren ve eksi yönlerini ortaya koyan bir bölüm olduğunu doğrular niteliktedir.

Çalışmada incelenen üçüncü bölüm “Dibe Vuruş” bölümüdür. Bu bölüm direkt olarak gösteri toplumuna dair bir eleştiri ve yergi niteliği taşımaktadır. Bölümde kullanılan tüm göstergelerde ve karşıtlıklarda verilmek istenen mesajlar bu durumu doğrular niteliktedir. Bu göstergelerden en sık kullanılanlar şu şekildedir; bireylerin başka bireylerden puan alıp puan verebilmeleri, cep telefonları, fotoğraf ve video çekip paylaşma, puanlama sistemi, sosyal medya ve sosyal medyada gösteri, toplumsal statüler ve bu statülerin sistemdeki puanlar aracılığı ile farklılaşmasıdır. Dibe vuruş

bölümünde kullanılan karşıtlıklar ise dizinin vermek istediği mesajları pekiştirir niteliktedir. Gösterinin parçası olma/gösterinin dışında kalma, toplumun parçası olma/toplumun dışında kalma, yüksek puanlı birey/düşük puanlı birey, rol yapma/gerçek kişiliğe sahip olma gibi olay ve olgular, Dibe Vuruş bölümündeki temel karşıtlıkları oluşturmaktadır. Gösterinin parçası olma, toplumun parçası olma, yüksek puanlı birey olma, puan almak için rol yapma dizinin izleyenlere sunduğu bakış açısı olarak gösterilmektedir. Tüm göstergeler ve karşıtlıklar da Dibe Vuruş bölümünün gösteri toplumu kavramını toplumsal statüler çerçevesinden ele alarak eleştirdiğini doğrular niteliktedir.

“Arkangel” bölümü ile Black Mirror dizisi gösteri toplumu kavramını diğer bölümler gibi birey ve toplum ilişkisi üzerinden değil, anne kız ilişkisi üzerinden ele almaktadır. Bu iki karakter gösteri toplumunda izlenen ve izleyen kitleyi temsil etmektedir. Bu açıdan dizinin ele aldığı göstergeler şu şekildedir; teknoloji ve teknolojik ürünler, kişilerin hayatının gözlemlendiği tabletler, gözetleme, izleme, sansür, bireyin tüm yaşamının kaydedilebilir ve her an gözlenebilir olması. Bununla birlikte Arkangel bölümündeki karşıtlıklarda anne kız ilişkisi üzerinden verilmekte ve hikâyenin gidişatını destelemektedir. İzleyen/izlenilen, kontrol eden/kontrol edilen, genç/yaşlı gibi karşıtlıklar Arkangel bölümünde görülen karşıtlıkları oluşturmaktadır. Bu bölümün izlenilen, kontrol edilen ve genç olan bireyden yana tavır aldığı ve bu bireyin sonunda tableti kırarak özgürleştiği görülmektedir. Gösteri toplumuna iki karakterin ilişkisi üzerinden yaklaşan bölüm, daima gösteri içinde kalmanın, gösteriyi izlemenin ve bu şekilde kişiler üzerinde kontrol kurmanın sakıncalarından bahsetmektedir. Bu anlamda kullanılan göstergeler ve karşıtlıklar hikâyeyi destekler niteliktedir.

Black Mirror dizisinin incelenen son bölüm ise “Rachel, Jack ve Ashley Too” bölümüdür. Bu bölümde de gösteri toplumu ve tüketim toplumuna dair eleştiriler ve verilmek istenen mesajlar çeşitli göstergeler aracılığı ile verilmektedir. Bu göstergelerden en sık kullanılanlar; kalabalık, yalnız birey, gösteri, şov, sahne ve izleyiciler, sosyal medya kullanımı ve ileri teknoloji ile teknolojik ürünlerden oluşmaktadır. Bu göstergeler aracılığı ile verilmek istenen mesajların pekiştirilmesi içinde kullanılan karşıtlıklar şunlardır; gösteri dünyası/gerçek hayat, izlenen/izleyici, gerçek/sahte. Dizinin söz konusu bölümü, gerçek hayat, izlenen ve gerçekten yana tavır almaya izleyicileri de yönlendirmektedir.

Bu bağlamda Black Mirror dizisinin incelenen bölümlerinde en sık kullanılan göstergeler ve karşıtlıkları genellemek gerekirse bunların, “izlenen kişiler” ve “izleyen kişiler”, “teknolojik ürünler” ve “ileri teknoloji sistemleri” gibi olay ve olgulardan oluşturulduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Ayrıca “gösteri toplumunun dayattığı gösterişçi tüketim eğilimleri”, “topluluklar”, “topluluklara konuşma veya canlandırmalar yapan, performans sergileyen ve beğenilme güdüsü bulunan insanlar” şeklinde bazı kavramların da gösterge olarak kullanıldığını ve bu göstergelerden de karşıtlıklar oluşturulduğunu söylemek mümkündür. Bu kavramlar neredeyse her bölümde farklı şekillerde ele alınmıştır.

Dizinin incelenen beş bölümü genellendiğinde tekrar eden göstergelerin; teknoloji ve ileri teknoloji ürünler, tüketim, reklamlar ve görsel iletişim ürünleri, cep telefonları, gösteri ve gösteri toplumuna dair görseller, her yerde varlığını koruyan ve mesajlar ileten dev ekranlar, durmadan video ve fotoğraf kaydı yapan insanlar, fotoğraf ve video çekip paylaşma, gözetleme, izleme, puan sistemi, sosyal medya ve sosyal medyada gösteri, kişilerin hayatının gözlemlendiği tabletler, gösteri, şov, sahne ve izleyiciler olduğu görülmektedir. Bu durum ise dizinin gösteri toplumuna ilişkin göstergeler içerdiğinin ve tüketim toplumuna izleyicilerini yönlendirdiğinin kanıtı niteliğindedir. Dolayısıyla “Black Mirror dizisi gösteri toplumu ve tüketim toplumu içerisinde bireyin tüketim alışkanlıkları ve davranış biçimleri ile ilgili kodlar içermektedir” hipotezi doğrulanmıştır.

Tüm bu değerlendirmeler sonucunda Black Mirror dizisinin, gösteri toplumu, tüketim toplumu ve gösterişçi tüketim kavramlarını tema olarak kullandığı, her bir bölümde farklı açılardan bu kavramları eleştirdiği, bu kavramların genellikle teknoloji ile olan bağlantısını ve teknolojinin gelişiminin bu kavramları etkiliyor olmasını yansıttığını söylemek mümkündür.

Dizinin incelenen 5 bölümü genellendiğinde tekrar eden karşıtlıkların; birey/toplum, toplumun parçası olma/toplum dışında kalma, izleyen/izlenen, olayları yaşayan/olayları kaydeden, kontrol eden/kontrol edilen, rol yapma/gerçek kişiliğe sahip olma, gerçek/sahte, gösterinin parçası olma/gösteri dışında kalma, gösteri dünyası/gerçek hayat, kadın/erkek, sıradan insan/üstün insan şeklinde genellenebileceği görülmektedir. Söz konusu karşıtlıklardan yola çıkarak Black Mirror dizisinin birey, toplumun parçası olma, izleyen, kaydeden, kontrol eden, rol yapan, sahte, gösterinin parçası olma, gösteri dünyası, kadın ve üstün insandan yana tavır aldığı görülmektedir.

Yine karşıtlıklardan yola çıkarak, dizinin tüketim toplumunun özelliklerinde de belirtildiği gibi, bireysellikten yana, izleyen, kaydeden, kontrol eden, rol yapan, gösterinin parçası olmaya çalışan, sahte bireyler olmayı önerdiği görülmektedir. Yine gösteri toplumunun özellikleri doğrultusunda gösterinin parçası olan, gösteri dünyasına dahil olan, rol yapan, sahte insanları, üstün insan olarak göstermekte ve toplumun dışına itilmemek için tüketim toplumu bireylerinin nasıl davranması gerektiğini tanımlamaktadır. İzlemek, kaydetmek, diğer bireyleri kontrol etmeyi de beraberinde getirmektedir. Dizide incelenen bölümler genellendiğinde kadının izlenen, erkeğin ise izleyen konumunda gösterilmesi, erkeğe kadın karşısında güç vermekte ve onu gözetleme, kontrol etme hakkı kazandırmaktadır. Bu durum ise kadını, hakkında değer biçilen durumuna getirerek metalaştırmaktadır. Gösteri dünyası gerçek kişiliğe sahip olan bireyler önermemektedir.

Araştırmanın alt hipotezleri olan “Black Mirror dizisi gösteri toplumu ve tüketim toplumu kavramlarını distopik bir bakış açısıyla ele almaktadır” ve “Black Mirror dizisi ele aldığı konular bağlamında günümüz toplumuna ayna tutmaktadır” önermelerinin de yapılan çözümlemelerde doğrulandığı görülmektedir.

Black Miror dizisinin temalarına bakıldığında, gösteri toplumu, tüketim toplumu ve gösterişçi tüketim kavramlarının ana konular olarak kullanıldığı görülmektedir. Tüketim, reklamlar, cep telefonları, reklam mesajları ileten dev billboardlar, ileri teknoloji ürünleri, gösterişçi tüketimi destekleyen göstergeler olarak dizide kullanılmaktadır.

SONUÇ

İletişim, insanlığın varoluşundan beri gündemde olan bir kavramdır. En genel anlamda gönderi ve alıcı arasında iletilen mesajlardan ve bu mesajlara verilen dönütlerden oluşan iletişim kavramı sözlü iletişim ile başlamaktadır. Daha sonra insanlığın gelişim göstermesiyle çeşitli mağara resimleri ile iletişim sağlanmakta ve mesajlar bir kişiden birçok kişiye aktarılır duruma gelebilmektedir.

Yazının icadı da iletişim kavramı için önemli bir dönüm noktası olmakta, böylelikle bir kişiden çıkan mesajların birden çok kişiye aktarımı sağlanmaya başlanmaktadır. Yazının icadından sonra en büyük patlama noktalarından birini oluşturan matbaanın icadı ise kitle iletişimi olarak adlandırılan kavramın gelişiminde bir başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir.

Kitle iletişimi bir mesajın ve iletinin çok büyük kitlelere kısa zamanda ulaşmasını kapsayan bir kavramdır. Matbaanın gelişimi, yazın türünde basım hızını arttırmakta böylelikle yazılı iletişim zamanla bir kitle iletişim aracı haline dönüşmektedir. Böylelikle iletilerin geniş kitlelere kısa sürede ulaştırılmasının önü açılmaktadır. İlerleyen dönemlerde yazınsal faaliyetlerin gelişmesiyle, geleneksel mecra alanda en önemli kitle iletişim araçları haline gelen gazeteler kısa zamanda büyük kitlelere mesaj iletmeleri açısından önemli bir konuma ulaşmaktadır.

İlerleyen süreçte teknolojinin gelişmesiyle birlikte zamanla yazınsal iletişimin yerini sözsel iletişim almaya başlamaktadır. Bu anlamda en büyük gelişme ise radyonun icadı olarak görülmektedir. Radyo frekansları aracılığı ile bir noktadan aynı anda farklı pek çok noktaya yayın yapılabilir ve böylelikle gazeteden daha hızlı bir kitle iletişim aracı olarak görülen radyo kavramı hızla popüler olmaya başlamaktadır.

Bu gelişmelerin ardından televizyonun icadı hem sesli hem de görüntülü olması açısından bir devrim niteliği taşımaktadır. Sesli olmasının yanı sıra görüntülerin de var olması, çeşitli görsellerin zaman içinde anlamlarını farklı boyutlara taşımasına neden olmaktadır. Bu şekilde görsellerden oluşan göstergelerin verdiği mesajlar farklı boyutlara evrilmektedir. Televizyonun kısa süre içinde popüler bir kitle iletişim aracı haline gelmesiyle de televizyon içerikleri zamanla reklam sektörü açısından da önemli hale gelmektedir.

Televizyon içeriklerinin ara verdiği zamanlarda çeşitli şirketlerin ürünlerine ait reklamların geniş kitlelere ulaşması hem reklamcılık sektörünü hem de dizi sektörünü etkilemektedir. En popüler dizilerin prime time zamanında, araya giren reklamlar geniş kitlelere ulaşmakta bu sayede reklamı yapılan ürünün satış sayısı da artmaktadır. Örneğin soap opera türünün reklam aralarında, bu türü genellikle kadın izleyiciler izlediği için temizlik şirketleri deterjan reklamı vermektedir. Böylelikle deterjan gibi daha çok kadınların kullanımına ait olan ürünlerin tanıtımı, kadınların en çok ekran başında olduğu saatlerde yapılmakta ve fazlaca kitleye ulaşılmaktadır. Dolayısıyla en çok tercih edilen dizilerin reklam aralarında ürünün tanıtımını yapmak önem kazanmaktadır.

Zaman içinde dizi sektöründeki gelişmelerle reklamlar, dizilerin içinde de kendilerine yer edinir hale gelmektedir. Bugün ürün yerleştirme olarak adlandırılan durum bunun bir sonucudur. Örneğin sitcom olarak adlandırılan türde ana karakterin giydiği herhangi bir kıyafet zaman içinde, popüler kültürün etkisiyle moda haline gelmekte ve birçok tüketici tarafından tüketilmektedir.

Bununla birlikte televizyon içeriklerinin giderek popüler olması ve hızla yayılması da dizi sektörünün gelişmesinde önemli bir neden olarak görülmektedir. Bir dizinin çok fazla kitleye aynı anda ulaşabiliyor olması dizinin konusuna yerleştirilecek herhangi bir mesajın ve algının da geniş kitlelerce algılanmasına neden olmaktadır. Bu şekilde diziler büyük kitlelere mesajların aktarılması konusunda önemli rol oynar hale gelmektedir.

Dizi sektöründeki gelişme ve ilerlemeler de yine teknolojinin ilerlemesiyle paralellik göstermektedir. Zamanla dizilerin yeni alt türlerinin oluşmasıyla da bu durum pekiştirilmiştir. Sitcomlar, durum komedileri, polisiye dizileri, aile dizileri, çocuk dizileri ve bilim-kurgu dizileri gibi türler zamanla hem kendi izleyici kitlesini oluşturmakta hem de kendine has mesajları geniş kitlelere ulaştırabilmektedirler.

Bu çalışmanın da konusu olan Black Mirror dizisi, türü açısından bilim-kurgu dizisi olarak sınıflandırılmaktadır. Bilim-kurgu dizilerinin genel anlamda geleceğe dönük varsayımlar yapıyor olması, teknoloji, uzay, internet çağı, bilim gibi kavramları konu olarak benimsemiş olması, bu türün kendine has bir izler kitle oluşturmaya neden olmaktadır. Tüm bu özellikler incelendiğinde Black Mirror dizisinin de neden bilim-kurgu türü altında ele alındığı anlaşılmaktadır.

Genel hatları itibarı ile Black Mirror dizisi, çok uzak olmayan gelecek tasvirleri yapmaktadır. Bu tasvirleri yaparken de genellikle olumsuz ve karamsar bir bakış açısıyla ele aldığı konuyu işlemektedir. Bu anlamda Black Mirror dizisi, bilim-kurgu türünün alt türü olan “distopik bilim-kurgu” olarak sınıflandırılmaktadır. Ayrıca dizinin işlediği konular genel anlamda ileri teknoloji çağında geçtiğinden, bilimsel öğelere yer verildiğinden, günümüzde yaşanması güç olayları ele alarak, bu olayların zamanla yaşanmasının ne kadar mümkün olabileceğini gösterdiğinden dolayı da bilim-kurgu türü altında incelenmektedir.

Ayrıca Black Mirror dizisi bilim-kurgu türüne ait tüm bu temaları işlerken farklı kavramlara da değinmektedir. Bu konular gösteri toplumu, tüketim toplumu ve gösterişçi tüketim kavramlarıdır. Black Mirror dizisinin amaca yönelik örneklem yöntemi ile seçilen beş sezondan birer bölümü incelendiğinde, dizinin yukarıda bahsedilen kavramlara yönelik eleştirel mesajlar ve kodlar taşıdığını söylemek mümkündür.

Genel hatları itibarı ile tüketim kuramlarına göre; tüketici bireylerin tüketme eylemi “yarar ve fayda” kavramları üzerinden tanımlanmaktadır. Buna göre bireyler hangi üründen veya hizmetten en fazla faydayı göreceklere, o ürün veya hizmeti satın alma motivasyonu geliştirmektedirler. Temelde tüketimin motivasyonu “yarar ve fayda” kavramları üzerinden açıklanmaktadır. Ancak eleştirel kuramcılara göre ise tüketim bireylerin kimliklerini oluşturan, onlara bir şekilde statü kazandıran, bireyleri sınıflandıran ürünlerin tercih edilmesi şeklinde yorumlanmaktadır.

Bu eleştirel kuramcılardan, tüketim üzerine olan görüşleri açısından en dikkat çekici isim Jean Baudrillard’tır. Baudrillard’a göre tüketim bir mutluluk aracı olarak görülmekte ve mutluluk da tüketim toplumunun mutlak göstergesi olmaktadır. Kapitalizmin gelişimiyle paralel olarak ilerleyen Post-Fordist dönemde üretim sistemlerinde değişiklikler yaşanmaktadır. Bu değişikliklerin temelinde de esnek üretim anlayışı yatmaktadır.

Gelişen üretim sistemleri ile birlikte orta sınıf tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye başlamakta ve kendileri için “lüks” kategorisine giren ürünleri temin etmeye başlamaktadırlar. Bu durum da zamanla tüketimi üretimden daha öncelikli bir konuma getirmiştir. Tüketimin öncelikli konuma gelmesi, mutlulukla ilişkilendirilmesi

ve en nihayetinde ihtiyaç dışı tüketimin artması ve bu tüketim eğilimlerinin geniş insan topluluklarınca benimsenmesi ise tüketim toplumu kavramını oluşturmaktadır.

Black Mirror dizisinin parmak bastığı bir diğer kavram ise gösterişçi tüketim kavramı olarak görülmektedir. Gösterişçi tüketim kavramı ilk olarak Amerikalı sosyolog ve iktisatçı Thorstein Bunde Veblen tarafından ortaya atılmış bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Veblen, tüketim tanımını daha çok toplumsal sınıflar çerçevesinden incelemektedir. Ona göre toplum üst sınıf ve bu üst sınıfa hizmet eden alt sınıftan oluşmaktadır. Üst sınıfa ait olan tüketim ürünlerinin, alt sınıf tarafından kullanılamaz derece pahalı olması, fakat aynı zamanda bu ürünlerin kullanımının bireye getireceği sosyal statü, alt sınıftan bireylerin, bu ürünlere olan talebini arttırmaktadır. Bu durum da bireylerin sahip oldukları malları, bir üstünlük kurma çabası neticesinde göz önüne serme, gösterme eğilimi gerçekleştirmesine neden olmaktadır.

Sosyal statüyü arttırmak için gerçekleştirilen bu tüketim tarzı da gösterişçi tüketim olarak adlandırılmaktadır. Bu tarz bir tüketim içinde insanlar, toplum içinde kendini daha iyi konumda, daha üst statüde hissetmek veya bu statü içerisinde var olduğunu ispat etmek amacı ile tüketim faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetler ihtiyaç dışı şekilde gerçekleştirildiğinde veya sırf toplumda sadece tüketimi göstermek amaçlı yapıldığında gösterişçi tüketim faaliyeti olarak değerlendirilmektedir.

Bunların dışında Black Mirror dizisinin konu olarak işlediği bir diğer kavram ise gösteri ve gösteri toplumu kavramı olarak görülmektedir. Gösteri toplumu kuramı Guy Debord isimli sosyolog ve düşünür tarafından ortaya koyulmuş bir kuram olarak bilinmektedir. Debord'a göre endüstri toplumu ve endüstrinin gelişmesi, onun kuramı açısından önemli bir yer yer teşkil etmektedir. Debord, "Modern endüstri toplumu gösterinin hem kendisi hem de gösterinin yanlısıdır" demektedir.

Modern toplumda bireyin gösterinin kendisi olması, yaptığı, söylediği ve en önemlisi tükettiği her şey ile gösterinin merkezinde olması, gösteri toplumunun hızla yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca gösteri kavramı, bireylere ihtiyaç duymadıkları şeyleri bir ihtiyaçmış gibi algılatmakta, bireylere bu şekilde bir kaygı aşılamaktadır.

Sonuç olarak bu kavramların birbirleriyle ilintili oldukları, ortak paydalarının tüketim kavramı olduğu gözlemlenmektedir. Tüketim toplumu, bireylere zamanla kendi içinde farklı tüketim eğilimleri benimsetmekte ve ortaya gösterişçi tüketim faaliyetleri

çıkılmaktadır. Gösterişçi tüketimin ise bir değer olarak yorumlanması ve bireyler üzerinde herkesten farklı ve biricik olma, görünür olma algısı yaratmasıyla da gösteri toplumu kavramı oluşmaktadır.

Black Mirror dizisi ise, tüm bu kavramları farklı sezonlarda ve farklı bölümlerde işleyen bir dizi olarak görülmektedir. Bu anlamda sırasıyla “On Beş Milyon Hak”, “Beyaz Ayı”, “Dibe Vuruş”, “Arkangel” ve “Rachel, Jack ve Ashley Too”, bölümleri incelenmiş ve bu bölümlerde geçen tüketim, gösterişçi tüketim ve gösteri toplumu kavramlarına ait öğeler saptanmıştır.

İncelenen bölümler doğrultusunda dizinin gösteri toplumuna dair yaptığı göndermelerin genel anlamda teknoloji ve ileri teknolojik ürünlerin kullanımı, sosyal medya kullanımı, gösteri dünyası, büyük izler kitleler, sosyal statüler ve tüketim eğilimleri çerçevesinde şekillendiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda dizinin ilgili beş bölümünde de kullanılan izleyen/izlenen ilişkisi, birey/toplum ilişkisi ile birlikte cep telefonları, tabletler, ileri teknolojik ürünler, gösteri dünyası, bireylerin meta değeri taşıması, her ürünün tüketime yönelik üretilmesi gibi kavram ve olguların dizide en çok kullanılan göstergeler ve kodlar olduğu görülmüştür.

Black Mirror dizisine dair daha önceden yapılan çalışmalar incelendiğinde, dizinin genellikle tüketim ve teknoloji kavramları çerçevesinden incelendiği gözlemlenmektedir. Ayrıca distopik bilim-kurgu dizilerinde mekan başlıklı çalışmaların olduğu veya Black Mirror dizisinin hedonist yaklaşımları üzerine de çalışmalar yapıldığı saptanmıştır. Fakat Black Mirror dizisinin daha önce gösteri toplumu, gösterişçi tüketim ve tüketim toplumu kavramlarının açısından bir incelemesinin olmadığı saptanmaktadır. Bu anlamda çalışmanın literatüre katkı sağladığı düşünülmektedir.

Black Mirror dizisine dair bundan sonra yapılacak olan araştırmalarda, gösteri toplumu, tüketim toplumu ve gösterişçi tüketim yaklaşımları üzerinde durmak faydalı olabilir, bu yaklaşımların tarihsel süreçleri, birbirlerine olan etkileri araştırılıp dizinin bölümlerindeki varlıkları sosyolojik inceleme yöntemiyle incelenebilir. Böyle bir incelemenin okuyucuya farklı bakış açıları kazandıracağı düşünülmektedir. Bu çalışmada bir yüksek lisans tezinin yazım aşamasının kısıtlı süresi olması nedeniyle, her bir sezondan birer bölüm seçilmiştir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda, dizinin tüm bölümlerinin incelenmesi, dizi hakkında daha ayrıntılı ve kapsamlı analizlerin

yapılmasının önünü açacaktır. Ayrıca inceleme yöntemi olarak sosyolojik içerik analizi veya anket yönteminin seçilmesi de hem yazar için farklı araştırma kapılarını açabilir hem de Black Mirror dizisinin izler kitle üzerindeki etkilerinin anlaşılıp yorumlanması için önemli bir adım olabilir nitelik taşımaktadır.

Sonuç olarak Black Mirror isimli dizinin gösteri toplumu, tüketim toplumu ve gösterişçi tüketim kavramlarını ele alan bir yapımdır olduğu söylenebilmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın hipotezleri olan; “Black Mirror dizisi gösteri toplumu ve tüketim toplumu içerisinde bireyin tüketim alışkanlıkları ve davranış biçimleri ile ilgili kodlar içermektedir” hipotezi ve “Black Mirror dizisi gösteri toplumu ve tüketim toplumu kavramlarını distopik bir bakış açısıyla ele almaktadır”, “Black Mirror dizisi ele aldığı konular bağlamında günümüz toplumuna ayna tutmaktadır” önermeleri doğrulanmaktadır. Black Mirror dizisi, farklı bölümlerde, farklı bakış açılarıyla gösteri toplumuna, tüketim toplumuna ve gösterişçi tüketime dair eleştiriler yapmakta ve bu eleştirileri distopik bir bakış açısıyla ele almaktadır.

KAYNAKÇA

- Abisel, N. (2014). *Sessiz Sinema*. Ankara: Deki Basım Yayım LTD.
- Akdağ, A. (2011). *2000-2010 Yılları Arasında Türkiye'de Dizi Yapım Politikaları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alperen, A. (1996). Bilimkurgu Romanlarındaki Zaman Ötesi Dünya. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 261-265.
- Araştırma: Dünyada 4,55 Milyar İnsan Sosyal Medya Kullanıyor, (b.t). Mayıs 22, 2021 <https://www.diken.com.tr>.
- Atasoy, E. (2017). Ütopyacılık, Ütopya ve Distopya Üzerine Genel ve Eleştirel Bir Bakış. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, (80), 55-71.
- Atila, M. Y. (2018). *Televizyon Dizilerine Karşı Alternatif Medya Kullanımı Olarak İnternet Dizileri Üzerine Bir Çalışma:"Abzüğürt" Dizisi Örneğinde*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Avyüzen Zobar, J. (2019). *Kültür Endüstrisi ve Tüketim Bağlamında Frankfurt Okulu'ndan Günümüze Birey, Tahakküm ve Özgürlük İlişkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Batum, P. (2014). "Unutmadığımız 10 Bilimkurgu Dizisi" <https://www.otekisinema.com/> (Erişim Tarihi: 5.12.2021).
- Baudrillard, J. (2018). *Tüketim Toplumu* (11. Baskı). (Çev: N. Tural, & F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayraktar, F. (2018). *2000 Yılı Sonrası Sinema ve TV Dizilerinde Distopya*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayram, P. (2015). Gösteri Toplumunda Zaman Tüketimi: Sünnet Konvoyu Reklamı Üzerinden Eleştirel Bir Analiz. *Akademik Bakış Dergisi*, (52), 243-255.
- Binark, M. (2016). Akıllı Telefonlarla Bağlantılı Olma Hali ve Yeni Kültür/lenme ve Deney/im/lerimiz. *Hece Dergisi*, (Özel Sayı:32), 131-136.
- Borg, L. (Yapımcı), Wright, J. (Yönetmen). (2016). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix
- Büyüktuncay, M. (2009). Demokratik İdealden Gösteri Toplumuna: Don Delillo'nun Mao lı Adlı Eserinde Birey, Yazar ve Terörist İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 33-67.
- Cengiz, H. (2019). *Popülerite İhtiyacı ve Tüketim - Gösterişçi Tüketim, Statü Tüketimi ve Meteryalizm Üzerine Bir Araştırma*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Civelekoğlu, F. (2017). Korkunçlaşan Dünyanın Teselli Noktası Olarak Distopya. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, (80), 11-38.
- Çamlıbel Atça, H. (2019). *Popüler Kültür ile Tüketim Kültürü İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik, A. (2020). *Tüketim Toplumunda Dijitalleşen Gösteri ve Gösterişçilik Alanı Olarak Instagram*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Çetin, Z. (1994). Soap Operaların Doğuşu, Tarihsel Gelişimi ve Başarı Nedenleri. *Marmara İletişim Dergisi*, 6(6), 143-170.
- Çubukçu, M. (1999). *Küreselleşme Süreci İçinde Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü (Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü ile İlgili Erzurum'daki Tüketiciler Üzerine Bir*

- Saha Araştırması*). (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Debord, G. (2018). *Gösteri Toplumu*. (8. Baskı) (Çev: A. Ekmekçi, & O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dima-Laza, S. R. (2017). Ütopya Distopyaya Karşı-Mükemmel Bir Var Oluş İçin Mükemmel Bir Çevre. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, (80), s. 255-263.
- Diyarbakırlıoğlu, G. N. (2021). *Gösterişçi Tüketim Bağlamında Y Kuşağının Taklit Ürünler Satın Alma Davranışı Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Doğanay, K. (2021). *Bir Gösteri Toplumu Gerçekliği Olarak Fenomen Anneler: Sosyal Medyada İlgi Gören Annelik Hesapları Üzerine Bir Değerlendirme*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Döker, G. (2018). *Gösteri Toplumunda Şehirli Kadının Tasarımı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Edgar-Hunt, R., Marland, J., & Richards, J. (2012). *Senaryo Yazımı*. (Çev: G. Altıntaş). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Efe, S. M. (2020). *İnternet Dizilerinde Bedenin Temsili: Fi Dizisi Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Ekşi, O. (2016). *Yaşam Tarzının Gösterişçi Tüketim Üzerinde Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Erkek, R. (2019). *Yeni Medya Teknolojilerinin Film Endüstrisine Etkileri: Netflix Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fırat, Y. (2020). *Gösteri Toplumu'nun Yeni Aktörleri: Youtuberlar*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman.
- Gökçem, S. (2019). *21. Yüzyılda Aşk: Bilimkurgu Sinemasında Sevmeye Biçimleri*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Günerigök, M. (2018). Gösteri Toplumu, Tarihselcilik ve Sekülerleşme. *Sosyoloji Divanı*, (11), 213-255.
- Hürmeriç, P., ve Baban, E. (2012). Simmel, Veblen ve Sombart'ın Penceresinden Hedonik Tüketim: Ütopya'da Negotium ve Otium. *Yeditepe University Global Media Journal Turkish Edition*, 2(4), 87-101.
- Kaplan, F., ve Terek Ünal, G. (2011). *Bilim Kurgu Sinemasını Okumak "Göstergebilimsel Yaklaşım"*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Karakaş, M. (2015). *Modernlik Küreselleşme ve Türkiye'nin Kimlikler Evreni*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Kavas, F. (2019). *Çağdaş Sanatta Ütopya ve Distopya*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaya, S. (2017). Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" Adlı Çalışması Bağlamında Mekan ve Modanın Tüketim Unsuru Olarak İncelenmesi. *Journal of History Culture and Research*, 6(3), 818-830.
- Kazel, G. İ. (2016). *Nedenleri ve Niçinleri ile Tüketim Toplumu'nun Dünyu Bugünü ve Yarını*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Kılınç, B., ve Kılınç, E. P. (2014). 'Gösteri Toplumu': Geleneksel Anlatı Sinemasının Simgesel Düzenlemeleri Üzerine Düşünmek. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 125-139.

- Kırdar, B. Ç. (2021). *Sinemada Mekan ve İktidarın Göstergebilimsel Çözümlemesi: Tolga Karaçelik Filmleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Kırtepe, S. (2014). *Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkileri Sosyo-Kültürel Bir Çözümleme (Erzurum Örneği)*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Kocabey Şener, N. (2017). Distopyadan İnternete Bilgi ve İktidar İlişkisi: Kim Kazandı, Kim Kaybetti? *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, (80), 283-300.
- Köse, H. (2010). *Medya ve Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Ayraç Kitapevi.
- Kuçlu, E. (2016). Sosyal Medya: Paravanın Arkasındakiler. *Hece Dergisi*, (Özel Sayı:32), 389-394.
- Kula Demir, N. (2004). *Televizyon Reklamlarında Yer Alan İdeolojiler ve Toplumsal Cinsiyetin İnşası*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kula, N. (2000). *Türkiye'de Kadın İzleyicilerin Soap Operaları İzleme Nedenleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kurtyılmaz, D. (2020). *Ütopya Karşı-Ütopya ve Modernite*. İstanbul: Dün Bugün Yarın Yayınları.
- Kutlu, A. (2010). *Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Açısından Kadının Sunumu: Kanal D'de Yayınlanan Yaprak Dökümü Dizisinde Kadın Karakterler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mamur, N. (2012). Kitsch (Kiç) Olgusunun Sanat Eğitimde Estetik Beğeniler Açısından Sorgulanması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(3), 70-79.
- Monaco, J. (2013). *Bir Film Nasıl Okunur?* (15. Baskı). (Çev: E. Yılmaz,) İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Mutlu, E. (2008). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Ok, F. (2021). *Jean Baudrillard Perspektifinde Tüketim Olgusunun Yeniden Üretilmesi: Tüketim Toplumu*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya.
- Okullu, Ş. (2019). *Jean Baudrillard'ın Düşüncesinde Tüketim Toplumu ve İnsanın Yeri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Orta, M. (2016). Dijital Çağda Denetim ve Sanür. *Hece Dergisi*, (234-235-236), 271-283.
- Oskay, Ü. (2018). *Çağdaş Fantazy Popüler Kültür Açısından Bilimkurgu ve Korku Sineması* (2. Baskı). İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Özden, Z. (2014). *Film Eleştirisi Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi* (3. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Özkent, Y. (2019). *İnternet Dizilerinde Modern Bireyin Yeni Görünümleri: Fi Dizisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özsezgi, O. (2020). "Disney Plus Nedir? Disney Plus Dizileri ve Fiyatları", <https://www.technomoji.com/disney-plus-nedir-disney-plus-dizileri-ve-fiyatları/> (Erişim Tarihi: 01.11.2021).
- Parsa, S., ve Parsa, A. (2004). *Göstergebilim Çözümlemeleri* (2. Baskı). İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Phillips, S. (2016). *İzmler Modern Sanatı Anlamak*. İstanbul: Yem Yayın.

- Pitt, N. (Yapımcı), Fostert, J. (Yönetmen). (2017). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix
- Pitt, N. (Yapımcı), Sewitsky, A. (Yönetmen). (2019). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix
- Reisz, B. (Yapımcı), Lyn, E. (Yönetmen). (2011). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix
- Reisz, B. (Yapımcı), Tibbetts, C. (Yönetmen). (2013). *Black Mirror* [Dizi]. Birleşik Krallık: Netflix
- Sarıkaya, S. (2019). *Gösteri Toplumunda Geleneksel Törenlerin Dönüşümü: Doğum, Düğün ve Cenaze Törenleri Üzerine Bir İnceleme*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Saygılı, İ. (2020). İpsiz Dünyalar: Distopyalar Üzerine. *Psikeseinema Dergisi* (31), 56-59.
- Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *İnsan & İnsan Dergisi*, (12), 66-86.
- Soysal, B. (2018). *Yirminci Yüzyıl Distopyalarının İşlevselliği Problemi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Şahin, M., ve Gülnar, B. (2016). İletişim Korkusu ve İnternet Kullanımı İlişkisi: Türkiye'deki Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Alan Araştırması. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(2), 5-26.
- Şimşek, Ü. I. (2020). *Tüketim Kültürü Bağlamında Benlik Sunumları ve Reklam İlişkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yaşar Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü, İzmir.
- Şirin, M. R. (2016). *Gösteri Çağı Çocukları*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Tan Akbulut, N. (1994). *Televizyon Yayınlarında Soap Operalar*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taş, H. Y., ve Kaçar, S. (2019). X, Y ve Z Kuşağı Çalışanlarının Yönetim Tarzları ve Bir İşletme Örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 645-675.
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü*, (b.t). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 9.11.2021)
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü*, (b.t). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 14.01.2022)
- Tekin, N. (2014). Tüketim Temelli Hayat Tarzları ve Gösteri Mekanı Olarak Kentler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (Özel Sayı 2), 68-84.
- Top, Y. (2019). *Tüketim Kültüründe Medyanın Gösteriş Tüketimi Üzerine Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Tuğtekin, P. (2020). *Dijital Medyada Televizyon Dizilerinin Değişen Zaman ve Mekan Kurgusu: (Puhu Tv) "Şahsiyet" Dizisi Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tuncer, H. (2018). *İnternet Dizileri ve Televizyon Dizilerinin Sosyal Medya Kullanımı Açısından Karşılaştırılması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ülger, G. (2018). Ütopyadan Distopyaya. İçinde; *Distopya Hayal İle Gerçek Arasında* (Ed: Ülger, G), ss. 9-24. İstanbul: Aya Kitap.
- Ülker, Ç. (2016). Dijital Çağda Edebiyat. *Hece Dergisi*, (234-235-236), 565-568.
- Ürkek, R. (2019). *Jean Baudrillard ve Tüketim Toplumu*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Veblen, T. B. (2017). *Seçilmiş Makaleler*. (Çev: H. Bilir,) Ankara: Heretik Yayınları.

- Veblen, T. B. (2021). *Aylak Sınıfın Teorisi Kurumların İktisadi İncelemesi* (5. Baskı). (Çev: E. Kırmızıaltın, ve H. Bilir). Ankara: Heretik Yayınları.
- Vural, E. (2011). *Ütopya ve Distopyalarda Sosyal Kontrol*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Wayne, M. (2018). Netflix, Amazon, and Branded Television Content In Subscription Video On-Demand Portals. *Media Culture & Society*, 40(5), 725-741.
- Yaktıl Oğuz, G. (2002). Televizyon Durum Komediğinde Anlatı Yapısı. *Kurgu Dergisi*, (19), 9-23.
- Yeşil, E. (2022). *Gösterişçi Tüketicinin Marka Sadakatine Etkisinde Ülke Menşeinin Aracılık Rolü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Yiğit, U. (2019). *Tüketim Kültürü Sosyolojisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldız, B. (2021). *Amazon İstatistikleri*, <https://www.brandingturkiye.com/amazon-istatistikleri-guncel/> (Erişim Tarihi: 04.05.2021)
- Yıldız, G. (2021). *Sinema Sanatında İkonik Simgelerin Göstergebilimsel Çözümleme Modeline Örnek ve Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Yürür, F. (2017). *Kıyametin Sineması Post Apokaliptik Filmler*. İstanbul: Cinius Yayınları.
- Zelan, Z. (2016). Ağ Toplumu Çağında Toplumsal Hareketler. *Hece Dergisi*, (Özel Sayı:32), 77-84
- 10 Oldest Soap Operas In The World, (b.t). <https://www.oldest.org/culture/soap-operas/> (Erişim Tarihi: 15.06.2020)

