

**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO-TELEVİZYON-SİNEMA ANABİLİM DALI**

**PEMBE DİZİLERİN
KADINLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

MASTER TEZİ

**Hazırlayan
Şebnem KADIOĞLU**

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Nurettin GÜZ**

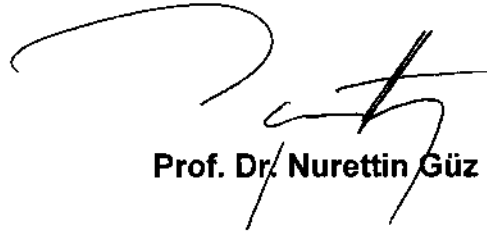
Ankara - 2010

ONAY

Şebnem Kadioğlu tarafından hazırlanan "Pembe Dizilerin Kadınlar Üzerindeki Etkisi" başlıklı bu çalışma, 09/07/2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Radyo-Televizyon-Sinema Anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.



Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Başkan)



Prof. Dr. Nurettin Güz



Doç. Dr. Zülfiyar DAMLAPINAR

ÖNSÖZ

Hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen kitle iletişim araçlarının, gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda toplum üzerinde bir az ya da çok bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Yaşadığımız çağa damgasını vuran kitle iletişim araçlarından birisi olan televizyon etki araştırmalarının da temel nesnelerinden birisi haline gelmiştir. Gündelik yaşamda bir hayli önemli yere sahip olan televizyon, diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha fazla etki göstermektedir.

Televizyon kadınların gündelik hayatlarının da büyük bir bölümüne egemen olan bir araç halini almış ve onların boş zamanlarının bir parçası olmuştur. Kendi yaşamlarıyla ilişkilendirebilecekleri yapımları tercih eden kadın izleyiciler pembe dizilere, diğer program türlerine göre daha fazla zaman ayırmaya başlamışlardır. Aşk, sevgi, gurur, gözyaşı ve entrikaları barındıran pembe diziler kadın izleyici kitlesinin ilgi odağı haline gelmiştir. Bu dizilere büyük ilgi gösteren kadınlar, bu diziler yoluyla televizyonu daha fazla izleyerek, sorunlarından uzaklaşmakta, dinlenmekte ve vakit geçirmektedir.

Pembe dizilerin, ev kadınlarının toplumsal, duygusal ve kişisel gereksinimlerini karşılamadaki etkisini, tutum ve davranışlarındaki değişimi ortaya koyabilmeyi amaçlayan bu çalışmada, kadınların aktif izleyici oldukları ve daha önceki deneyimlerine dayanarak pembe dizileri seyrettikleri ve seçimlerini bu türden yana kullanmaya devam ettikleri düşüncesinden hareket edilmiştir.

Bu doğrultuda üç bölümden oluşturulan çalışmanın birinci bölümünde kitle iletişim modellerine yer verilmiştir. İkinci bölümde ise pembe dizilerin ne olduğu, tarihsel gelişimi, gerek görsel gerekse anlatı yapısı ile ilgili bilgilere değinilmiş, son bölümde ise çalışma çerçevesinde gerçekleştirilen anket verilerinin incelenmesiyle ortaya çıkan değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışmadaki alan araştırmasında yardımcı olan ve aynı zamanda da tez danışmanlığını yapan Prof. Dr. Nurettin Güz'e, anketör olarak bana des-

teğini veren sevgili arkadaşım Nazan'a minnet borçluyum. Çalışma boyunca her zaman desteklerini hissettiğim aileme de çok teşekkür ederim.

Şebnem KADIOĞLU

Ankara - 2010

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar	vii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİMİ, ETKİLERİ VE TUTUM DEĞİŞİMİ

I. KİTLE İLETİŞİMİ	7
II. KİTLE İLETİŞİMİNİN ETKİLERİ	8
A. Gündem Oluşturma	8
B. Suskunluk Sarmalı	12
C. Bağımlılık Modeli	14
D. Bilgi Açığı	16
E. Kullanım ve Doyum Yaklaşımı	18
1. Kullanım ve Doyum Yaklaşımının Tarihsel Gelişimi	18
a. İşlevsel Kuram	18
b. Kullanım ve Doyum Yaklaşımı	19
1) Kullanım ve Doyum Yaklaşımında Gereksinimler	22
2) Kullanım ve Doyum Yaklaşımında Doyum Kategorileri	23
3) Kullanım ve Doyum Yaklaşımında Modelin Gelişimi	24
a) Rosengreen'in Genel Modeli	24
b) Beklenti-Değer Yaklaşımı	25
c) Kültürel / Enformasyonel Doyum Modelleri	26
III. TUTUM VE TUTUMDAKİ DEĞİŞİMLER	28
A. Tutum	28
1. Tutumun Öğeleri	29
2. Tutumun Boyutları	31
3. Tutumların İşlevleri	32

B.Tutum Değişim Kuramları	33
1.Koşullanma ve Pekiştirme	33
2. Özendiriciler ve Çatışma	34
3. İşlevselcilik	35
4. Bilişsel Tutarlılık	36
a. Denge Kuramı	37
b. Simetri Kuramı	38
c. Uygunluk Kuramı	40
d. Bilişsel Çelişki Kuramı	40

İKİNCİ BÖLÜM

PEMBE DİZİLER

I. PEMBE DİZİ	42
A.Pembe Dizinin Tanımı	42
B.Pembe Dizinin Tarihsel Gelişimi	44
II. PEMBE DİZİLERİN ÖZELLİKLERİ	46
A.Pembe Dizilerde Anlatım Özellikleri	46
1.Olaylar Dizisi	46
2. Diyaloglar	49
3. Karakterler	51
B.Pembe Dizilerde Zaman ve Mekan	54
1.Zaman	54
2.Mekan	56
C.Pembe Dizilerin İçerik Özellikleri	57
1.Aile ve Evlilik	57
2.Ahlaki Sorunlar ve Cinsellik	58
3.Toplumsal Sorunlar ve Sağlık	60
4.Para ve Güç	62

III. PEMBE DİZİ FORMATINDA DEĞİŞİM	63
A.Gece Pembe Dizileri	64
B.Telenovela	66
IV. PEMBE DİZİLER VE KADIN İZLEYİCİLER	68

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN İZLEYİCİLERİN PEMBE DİZİLERİ İZLEME NEDENLERİ

I. DENEKLERİN SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ	74
A. Yaş Grubuna Göre Dağılım	74
B. Medeni Duruma Göre Dağılım	75
C. Gelir Düzeyine Göre Dağılım	75
D. Eşinin Mesleğine Göre Dağılım	76
E. Eşinin Eğitim Durumuna Göre Dağılım	76
II. ANKETE KATILAN EV KADINLARININ PEMBE DİZİLERİ TERCİH NEDENLERİ	77
A. Günlük Problemlerden Kaçış ve Özel Alan Yaratmak	77
B. Özdeşleşme	81
C. Öğrenme	84
D. Sohbet Konusu Yaratmak	85
E. Vakit Geçirme Ve Dinlenme	86
III. ANKETE KATILAN KADIN İZLEYİCİLER VE PEMBE DİZİ	88
SONUÇ	93
KAYNAKÇA	95
EK	102
ÖZET	107
ABSTRACT	108

TABLOLAR

Tablo 1:	Yaş Grubuna Göre Dağılım	74
Tablo 2:	Medeni Duruma Göre Dağılım	75
Tablo 3:	Ailenin Gelir Düzeyine Göre Dağılım	75
Tablo 4:	Eşinin Mesleğine Göre Dağılım	76
Tablo 5:	Eşinin Eğitim Durumuna Göre Dağılım	77
Tablo 6:	Pembe Dizi İzlerken Başka İşle Uğraşıyor musunuz?	78
Tablo 7:	Pembe Dizi İzlerken Biriyle Konuşuyor musunuz?	78
Tablo 8:	Sevdiğiniz Diziyi İzlerken Biri Sizinle Konuşursa veya Sizden Bir Şey İsterse Ne Yaparsanız?	78
Tablo 9:	Pembe Dizileri Nasıl İzliyorsunuz?	79
Tablo 10:	Gündelik İşlerinizi Pembe Dizilere Göre Ayarlıyor musunuz?	80
Tablo 11:	Pembe Diziyi / Dizileri Ne Sıklıkta İzlediniz?	80
Tablo 12:	Kendinizi Pembe Dizideki Bir Karakterin Yerine Koyuyor musunuz?	81
Tablo 13:	Pembe Dizilerdeki Karakterleri Çevrenizdeki Kişilere Benzetiyor musunuz?	81
Tablo 14:	Dizilerdeki Kadınların Gösterişli Hayatlarından Etkilenir misiniz?	82
Tablo 15:	Pembe Dizi İzlediğim Zaman Karakterlerin Mutluluk ve Heyecanını Paylaşıyorum.	82
Tablo 16:	Dizilerdeki Kadın Aldatıldığı Zaman Ne Hissedersiniz?	83
Tablo 17:	Pembe Dizilerden Öğrendiklerinizi Günlük Hayatta Kullanıyor musunuz?	84
Tablo 18:	Dizileri Sohbet Konusu Yapıyor musunuz?	85
Tablo 19:	Diziyi Kaçırırsanız Nereden Bilgi Alırsınız?	85
Tablo 20:	Pembe Dizi Sizin İçin Ne İfade Ediyor?	86
Tablo 21:	Pembe Dizi İzleme Nedeni Nedir?	87
Tablo 22:	Dizilerdeki Evlilik Dışı Çocukla İlgili Ne Düşünürsünüz?	89
Tablo 23:	Ailenin Aylık Geliriyle Dizi İzleme Alışkanlığı Arasındaki İlişki	91

GİRİŞ

Kitle iletişim araçları, ortaya çıktıkları günden bu yana, özellikle 19. yüzyılda sanayileşmenin de etkisiyle insanların ilgi odağı haline gelmiş ve hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olmuştur.

Akademik çalışmalar sonucunda, kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde birçok etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu araçların hangi etkilere sahip olduğu konusu 20. yüzyılın ilk yarısında araştırılmaya başlanmış, aradan geçen süre içerisinde etki konusundaki araştırmalar artarak devam etmiştir.

Bireyler arasında ya da bireyle toplum ilişkilerinde çift yönlü bilgi ve haber dolaşımını sağlayan kitle iletişim araçlarının, mikro düzeyde insan davranışlarına, makro düzeyde toplumsal değişmeye etkisi, genel ya da bazı programlar türlerinin değişik gruplar üzerindeki etkisini inceleyen sayılarca deneysel araştırmalara konu olmuştur. İzleyicileri ne oranda etkilediği bilinmemekle birlikte, her bir araştırmada etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Vural,1995:6).

Günümüzün öldüren eğlencesi olarak da tanımlanabilen televizyon bu yüzyıla damgasını vuran kitle iletişim araçlarından birisi olarak etki araştırmalarının da temel nesnelerinden biridir. Evimizin ve gündelik yaşamımızın doğal bir parçası haline gelen televizyon, haber verme ve eğitime gibi işlevlerinin yanı sıra eğlendirme işlevi de olan bir kitle iletişim aracıdır. Televizyonun gündelik yaşamın yapılaşmasında, diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha fazla etki gösterdiği saptanmıştır. Yapılan araştırmalar televizyonun diğer boş zaman etkinliklerine karşı ciddi bir rakip olduğunu, diğer iletişim araçlarını (sinema, radyo, kitap, gazete ve dergi) kullanmaya ayrılan zamanı azalttığını ortaya koymaktadır (Condry, 1989:54). Televizyon kadınların boş zamanlarının bir parçası olmanın yanında, onların gündelik hayatlarının büyük bir bölümüne egemen olan bir araç halini almıştır (Hobson, 1995:147). Kadınlar televizyon seyrederken dışil dünyalarına uygun programları seçmekte ve eril dünyanın programlarını reddetmektedirler. Haber programları,

bilimsel programlar, savaş konulu yapımlar vb. kadınlar tarafından ilgi görmezken, magazinler, yarışma programları ve pembe diziler kadınlar tarafından en çok izlenen programlardır. Kadınlar kendi yaşamlarıyla ilişkilendirebilecekleri yapımları tercih etmektedir (Hobson, 1995:154-157). Bu nedenle kadın izleyiciler pembe dizilere diğer program türlerine göre daha fazla zaman ayırmaktadır.

Pembe dizi, televizyonda gündüzleri kadın izleyicilere yönelik olarak yayınlanan, sonu bir türlü gelmeyen, her bölümü öykünün en heyecanlı anında sona eren, çeşitli yan olaylarla beslenen, bölümler arasında küçük dramatik doruk noktalarının geliştirildiği ve haftanın beş günü yayınlanan bir program türüdür (Binark, 1994: 44). Kökeni Amerika olmakla birlikte İngiltere ve diğer ülkelerde de televizyon dramasının önemli bir türü haline gelen pembe dizilerin gündüz saatlerinde yayınlanması ve sponsorluğunun kadınlara yönelik tüketim malları üreten firmalarca yapılması, hedef izleyici kitlenin kadınlar, özellikle ev kadınları olduğunu ortaya koymaktadır (Mutlu,1991:292). Pembe diziler aşk, sevgi, gurur, gözyaşı ve entrikaları barındıran melodramın özelliklerini taşıdığından kadınlar izleyici kitlesinin ilgi odağı olmuştur.

Pembe dizilere büyük ilgi gösteren kadınlar, bu diziler yoluyla televizyonu daha fazla izleyerek, sorunlarından uzaklaşıp, kendi sosyal gerçekliklerini yaratmaktadırlar. Pembe diziler aracılığıyla kadınlar ev ortamı içerisinde kendilerine ait “yer” ve “zamana” sahip olmaktadır (Radway, 1995: 112). Pembe diziler izleyicilerin gündelik yaşamlarının bir parçası olmakta, diziyi izlemek gündelik yaşamın rutinleri arasına girmekte, izleyiciler gündelik işlerini dizilerin yayın saatine göre düzenlemekte ya da dizilerin yayın saatinde işlerine ara vermektedirler.

Türk kadınlarıyla 1980’li yıllarda buluşan pembe diziler, 1990 sonrası özel kanalların açılmasıyla TV programlarında kendilerine daha çok yer bulmuştur ve diğer ülkelerde de olduğu gibi kadın izleyicileri kendisine çekmiştir. İzleyenlere, kurmaca bir dünyayı sunan pembe diziler gerçekmiş gibi görünen bir dünyayı sunması sayesinde, günümüzde daha geniş kitlelere ulaşmaktadır.

Binark yaptığı araştırmada, kadınların bilişsel, duygusal (dostluk, güzel şeyler görme vb.), toplumsal, dinlenme ve kişisel gereksinimlerini (statü sağlama, kendine güveni pekiştirme ve yalnızlıktan kurtulma) karşılamak için pembe dizilere yöneldiklerini saptamıştır. Farklı sosyal-kişisel özelliklere sahip kadınlar üzerinde pembe dizilerin etkileri de değişmektedir ve bu nedenle kadınlar birbirlerinden farklı tutum ve davranışlar sergileyebilmektedirler.

Pembe Dizilerin Kadınlar Üzerindeki Etkisi adlı bu tez çalışmasında, pembe dizilerin, farklı sosyal-kişisel özelliklere sahip ilköğretim mezunu ev kadınları üzerindeki etkilerinin nasıl olduğu incelenmiştir. Pembe dizi izleyen kadınların tutum ve davranışlarının, izlemeyen kadınlara göre farklılık gösterdiği, sosyal ve kişisel özelliklerin pembe dizileri izleyen kadınlar ile bu dizileri izlemeyen kadınların tutum ve davranışlarındaki bu farklılıkta etkili olduğu varsayımlarından yola çıkılmıştır. Bu doğrultuda çalışma çerçevesinde şu sorulara cevap bulunmaya çalışılmıştır:

1. Ev kadınlarının bilgi düzeyleri ve pembe dizi izlemeleri arasında nasıl bir ilişki vardır?
2. Düzenli pembe dizi izleyen kadınların bilgi düzeyleri ile ara sıra pembe dizi izleyen ev kadınlarının bilgi düzeyleri arasındaki farklılıklar nelerdir?
3. Kadınların eğitim düzeyi ile pembe dizi izlemeleri arasında nasıl bir ilişki vardır?
4. Sosyo-ekonomik durum ile kadınların pembe dizi izlemeleri arasında nasıl bir ilişki vardır?

Örneklemin sınırlılığı, gerçekleştirilen araştırmanın sınırlılıkları arasında en önemlisidir. Araştırma sonuçlarının, yalnızca Ankara'nın Etlik/Ayvalı semtinde oturan, ilköğretim mezunu ve 20 yaş üstü düzenli pembe dizi izleyen kadınlara genellenebilmesi olanaklıdır. Araştırmanın diğer bir sınırlılığı ise, kadınların sosyal-kişisel özellikleri ile eğitim düzeyleri ve pembe dizileri izlemeleri arasındaki ilişkinin yalnız bu araştırmada ele alınan değişkenlerle sınırlı olmasıdır.

Türkiye’de “Pembe Diziler ve Kadın İzleyiciler” konusu ile ilgili olarak gerçekleştirilen tezlerde ve diğer çalışmalarda kullanım ve doyumlar yaklaşımı temel model olarak kullanılmamıştır. Bu çalışmalar daha çok pembe diziler ve kadın izleyiciler hakkında bilgi vermekte ve içerik analizi yöntemiyle konuyu ele almaktadırlar. Ayrıca popüler kültür ve kitle kültürü konuları da bu çalışmalar içerisinde incelenmiştir.

Konuyla ilgili bugüne kadar yapılan çalışmalara bakıldığında genel olarak etkiler ve içerik analizleri üzerinde durulmuştur. Örneğin; F.Mutlu Binark “Televizyon Gündüz Seriyalleri ve Etkin Kadın-İzler Küme” adlı tezinde alımlama çalışması gerçekleştirerek sadece “yeni kentli ve kentli” kadınların pembe dizi izleme nedenleri ve program ile kurdukları etkileşimi incelenmiştir. Nesrin Tan Akbulut “Televizyon Yayınlarında Soap Operalar” adlı tezinde “Yalan Rüzgarı” isimli pembe dizinin içerik analizini yapmıştır. Leyla Budak, aynı isimli çalışmasında pembe diziler hakkında bilgi vermiştir. Nesrin Kula, “Türkiye’de Kadın İzleyicilerin Soap Operaları İzleme Nedenleri” adlı çalışmasında alan araştırması gerçekleştirerek, sosyo-demografik özelliklerin kadınların pembe dizilere yönelimini etkileyip etkilemediğini tespit etmiştir. Fatma Gözlükaya Tütüncü ise “Television Soap Operas and Women An Audience Study: Turkish Women’s Responses To “The Young and The Restless” adlı çalışmasında pembe dizi kavramını popüler kültür ile ilişkisi açısından ele almış ve çeşitli kadın gruplarının “Yalan Rüzgarı” adlı pembe diziyi nasıl algıladıklarını incelemiştir.

Yurt dışında ise pembe diziler ile ilgili birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Ancak bu çalışmaların, kültürel farklılıklar nedeniyle Türk kadınlarının pembe dizi izleme nedenlerini tam olarak yansıtamayacağı düşünülmektedir. Türk kadınlarının ve özellikle ilköğretim mezunu ev kadınlarının pembe dizilerden etkilenmelerini tutum değişim kuramları açısından ele alan ve temel model olarak da kullanım ve doyumlar yaklaşımını kullanan pek fazla çalışmaya rastlanmamaktadır. Bu nedenlerden dolayı araştırmacı bu konunun seçilmesine yönelmiştir.

Bu çalışmada, diğer çalışmalarda olduğu gibi çeşitli kavramsal bilgiler sunulmaktadır. Kadınların tutum ve davranışlarındaki değişimler, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı temel modeli çerçevesinde incelenmektedir. Pembe diziler, feminist bir bakış açısıyla irdelenmemekte ve kadınların rolü ve temsil edilişi konuları dikkate alınmamaktadır.

Bu çalışmada, Tania Modleski'nin *Hinçla Sevmek: Kadınlar İçin Kitlesele Fantezi Üretimi*, Muriel Cantor& Susan Pingree'nin *The Soap Opera*, Christine Geraghty'nin *Kadınlar ve Pembe Dizi* adlı yapıtları kılavuz olmuştur. Alan üzerine yazılmış daha birçok kaynak ve tezden çalışma kapsamında faydalanılmıştır. Çalışma çerçevesinde kullanılacak olan Kullanım ve Doyumlar Yaklaşımı için ise Dennis McQuail& Sven Windahl'ın *İletişim Modelleri* adlı kitabı ve Mc Quail'in diğer çalışmaları temel kaynakları oluşturmaktadır. Ayrıca kullanım ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket soruları oluşturulurken Prof. Dr. Sacide Vural'ın *Konulu Filmlerin Kadınlar Üzerindeki Etkisi* adlı kitabından, Mary Ellen Brown'ın *Soap Opera and Women's Talk: The Pleasure of Resistance* adlı kitabından ve F.Mutlu Binark'ın *Televizyon Gündüz Seriyalleri ve Etkin Kadın-İzler Küme* adlı tezinden yola çıkılmıştır.

Bu çalışmanın amacı pembe dizilerin, ev kadınlarının toplumsal, duygusal ve kişisel gereksinimlerini karşılamadaki etkisini, tutum ve davranışlarındaki değişimi Kullanım ve Doyumlar yaklaşımı ve bu yaklaşımına dayanarak hazırlanan anket ile ortaya koyabilmektir. İzleyiciyi merkez alan modellerden biri olan Kullanım ve Doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ev kadınlarının aktif izleyici oldukları ve daha önceki deneyimlerine dayanarak pembe dizileri seyrettikleri ve seçimlerini bu türden yana kullanmaya devam ettikleri sayıltısı incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın yöntemi, kadınların doğal ortamlarında yapılan bir çalışmadır. Kadınların doğal yaşama koşullarında gerçekleştirilecek olan bu çalışmayla, pembe dizileri izleyen kadınların, bu programlardan çeşitli şekillerde etkilendikleri ortaya konulmaya çalışılmaktadır. İzleyicilerin pembe dizilerden etkilenmeleri ile tutum ve davranışlarındaki değişimlerin nasıl olduğu bulun-

maya çalışılırken, açıklayıcı bilgileri sağlayabilecek olan anket tekniği uygulanmıştır. Bu alan çalışmanın sayısal verilerini değerlendirmek için istatistik analiz teknikleri kullanılmaktadır. Araştırmada ikinci bir yöntem olarak, tarama yapılmış ve elde edilen bilgiler birleştirilmiştir.

Araştırmanın kuramsal temeli oluşturulurken, tutum değişimi kuramları ele alınmıştır. İşlevsel kuramın geliştirilmiş şekli olan ve izleyiciyi merkez alan kullanım ve doyumlar yaklaşımı, çalışma çerçevesinde temel model olarak kullanılmıştır. Kadın izleyicilerin pembe dizileri izleme nedenleri ile tutum ve davranışlarındaki değişimler, kullanım ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde irdelenmektedir.

Üç bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde kitle iletişim modellerinden söz edilmiş, kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili yaklaşımlara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise pembe dizilerin ne olduğu, tarihsel gelişimi, gerek görsel gerekse anlatı yapısı ile ilgili bilgiler işlenmiştir. Son bölümde ise çalışma çerçevesinde gerçekleştirilen anket verilerinin incelenmesiyle ortaya çıkan değerlendirmeler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİMİ, ETKİLERİ VE TUTUM DEĞİŞİMİ

I. KİTLE İLETİŞİMİ

Kitle iletişim modelleri, var olan gerçekliği insanların daha kolay algılayabilmesi için basitleştiren ve hayatımızın hemen her döneminde farkında olmadan kullandığımız sistematik yapılardır.

İletişim çalışmaları açısından modelin temel amacının, herhangi bir yapı veya sürecin başlıca ögeleri ile bu ögeler arasındaki ilişkileri göstermek olduğunu söyleyebiliriz. Modellerin, temelde düşünceye katkıda bulunan ve iletişim çalışmalarına uygun düşen araçlar olarak görmek mümkündür (McQuail, Windahl, 1997: 12-14).

Severin ve Tankard'ın da belirttiği gibi modeller, kuramların biçimlenmesine yardım ederler, ancak onlar için açıklık getiren bir araç değildirler. Modellerin yardımıyla açık bir şekilde görülemeyen bilgi eksiklikleri çıkarılarak, araştırma ihtiyacı hissedilen yerler ortaya konulur.

Tankard ve Severin modellemenin hangi durumlarda yapıldığı ile ilgili olarak şunları ifade etmişlerdir: Modelleme bir bireyin kendi usunda gerçekte ilişkide bulunma şekli; bir gazetenin, televizyon istasyonunun, reklam ajansının ya da bilgi kurumunun nasıl yapılandığı ya da işlediği; bilginin bir toplumda nasıl yol aldığı ya da bir sosyal sistemde yeniliklerin nasıl kabul edildiği ya da reddedildiği ile ilgili olarak yapılabilir.

Deutsch, modellerin düzenleyici, keşfettirici, öngörücü ölçümleyici olmak üzere dört ayrı fonksiyonundan söz etmiştir. Bir modelin ilk olarak sistemleri düzenleyip birbirleriyle ilişkilendirerek, önceden fark edilmemiş olan benzerliklerini ve bağlantılarını gösterir. Modeller ikinci olarak, anlaşılması zor olabilecek enformasyonu daha basit bir şekilde sunarak, açıklamayı kolaylaştırır.

Bu durum da, araştırmacının, modeli kavrayabilmesinin sağlar. Modeller, olayların gelişimini ve sonuçlarını öngörmeyi mümkün kılar. (Severin ve Tankard,1994:61,62; McQuail ve Windahl, 1997: 12,13).

Modellerin kullanımıyla ilgili olarak bazı eleştiriler söz konusudur. Modeller kendilerini yaratan ve kullananları dar sınırlar içine zorlamakta ve bu kişiler daha sonra, bu sınırların savunucusu haline gelmektedirler. Ayrıca modelin veya modeller dizisinin, modelin temel sayılan ama sorgulanabilir olan önermelerini devam ettirme eğiliminde olması da bir eleştiri unsurudur (McQuail ve Windahl, 1997:13).

Modelleri kullanmanın bazı sakıncaları söz konusudur. Modeller mükemmel ve eksiksiz değildirler. Basitleştirilmişlerdir ve bazı gizli ön kabuller içermektedirler. Tüm amaçlar ve her düzeyde analiz için uygun olabilecek bir model bulmak mümkün değildir; önemli olan en iyi şekilde amaca hizmet edecek olan doğru modeli seçebilmektir (McQuail ve Windahl,1997: 14).

II. KİTLE İLETİŞİMİNİN ETKİLERİ

Kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda birçok model bulunmaktadır. Çalışmanın konusunu kadınlar ve kadınların kitle iletişim araçlarından etkilenecekleri oluşturduğu için konumuz açısından önem taşıyan beş modele burada yer verilecektir.

A.Gündem Oluşturma

Gündem belirleme yaklaşımı, kitle iletişim araçları iletileriyle, bu iletilere açık kalan izleyiciler/okuyucular arasında nedensel bir ilişki kurmaya çaba-

lamaktadır. Bu yaklaşımın çıkış noktasını, medya etkilerinin ilk aşaması olan medyanın haberdar etme ve bilgilendirme etkisi boyutu oluşturmaktadır (İrvan,2001:69). Ancak insanlar medyayı takip ederek neler olup bittiğinin yanında medyanın haberleri sunum biçimleriyle, konuların ya da sorunların ne kadar önem taşıdıklarını da öğrenmektedir. Hangi konuların gündemin üst sıralarında olduğunu ve bunların önemlilik derecelerini yine medya söylemektedir. İşte bu temel düşüncelerden hareket eden gündem belirleme yaklaşımı, medyanın haberi sunuş yoluyla halkın düşündüğü ve konuştuğu konuları belirlediğini ileri sürmektedir. Son zamanlarda geliştirilen ikinci aşama gündem belirleme çalışmalarında ise, bundan daha fazlası iddia edilmektedir. Medyanın insanlara “ne hakkında” düşünecekleriyle birlikte, “ne düşüneceklerini” de söylediği noktasında odaklanan ikinci aşama çalışmalar, etkiler anlamında bilişsel yönden, tutumlara doğru bir geçişe işaret etmektedir (Yüksel, 2001:22,23).

İster medya, ister kamu ve ister siyasal gündem olsun, bir konuyu gündeme neyin ya da nelerin getirdiği düşüncesi, gündem belirleme alanındaki çalışmaların en temel sorusudur. İzleyenlerin “düşünme ve tartışma gündemlerini” düzenlemede medyanın etkin bir işlev gördüğünü savunan bilim insanları, bunun da medyanın kamuyu etkilemesi anlamına geldiğine işaret etmektedirler (Yüksel,2001:24).

Hipotezin öncülerinden Norton Long “gazete insanların çoğunluğunun ne hakkında konuşacağına, çoğunluğun gerçekleri ne olarak düşüneceğine ve pek çok insanın sorunlarla mücadele etmede hangi yolu kabul edeceğine karar vermede en büyük paya sahiptir.” diyerek gündem oluşturma düşüncesini dile getirmiştir.

Bernard Cohen ise “Basın çoğu zaman insanlara ne düşüneceklerini söylemede başarılı olmayabilir, fakat okuyucularına ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söylemede son derece başarılıdır.” diyerek basının gücünü dile getirmiştir.

Gündem belirleme yaklaşımı, toplum gündemindeki konuları düzenlemekte ve böylelikle medya, toplumun “eşik bekçiliği” rolünü üstlenmektedir. Medya, topluma ulaşacak bilgilerin önemliliklerini sıralamakta, düzenleyerek sunulmasını ya da öğrenilmesini sağlamaktadır. Toplum için hangi bilgilerin önemli olduğuna karar vermekte; hangi konunun haber değeri taşıdığını göstermektedir.

Gündem belirleme “kitle iletişim araçlarının bir konuya verdiği önemle, izleyenlerin aynı konuya verdikleri önem arasında bir paralellik olduğunu” temel tez olarak iddia etmektedir. Medyada büyük yer tutan konuların, kamu gündeminin de önemli konuları haline geldiği görülmektedir.

Gündem belirleme yaklaşımına göre, insanlar ne hakkında düşüneceklerini ve konuşacaklarını medya aracılığıyla gelen mesajlardan öğrenmekte ve böylece oluşan gündemler siyasal gündemi şu ya da bu şekilde etkilemektedir (J.C.Merrill, J. Lee ve E.J.Frieland,1990:89).

Gündem kavramı, zamanın belirli bir noktasında önemlilik sırasına göre dizilmiş konular ve olaylar listesi biçiminde görülen bir sıralamadır. Gündemde yer alan konuların her birinin aynı seviyede görülmediği bir gerçektir. O halde, her konunun bir önemliliği söz konusudur ki, gündemde bu önemliliğe göre bir sıralama yapılmaktadır.

Gündem belirleme üzerine yapılan araştırmalara genel bir çerçeveden bakıldığında, araştırmaların medyanın bireylerin özellikle siyasal tutumlarını değiştirdiğini ve halkın siyasal olaylar ve kişiler hakkında düşünüp, hissettiklerini etkilediğini söylemek mümkündür (Yüksel,2001:122,123).

Dearing ve Rogers'ın da belirttikleri gibi gündem belirleme araştırmalarında medyada yer alan haberlerin içerikleri değil; bu haberlerin sayıları, kapladıkları alan ya da süreleri hesaplanmaktadır.

Bir konunun medya gündeminde günler boyunca önemli kalması, işlenen farklı temalarla mümkün olabilmektedir. Yoksa bir konunun uzun süre medya gündeminde aynı önemle kalması söz konusu olamaz.

Medyada bir konuya ayrılan yer ve zaman biçimi, günün en önemli konusunun ne olduğuna yönelik kamuoyunun algısını etkilemekte, medya gündemi, kamu gündemini belirlemektedir (McCombs,1992:815).

Chape Hill çalışması 1968 seçim kampanyasında medya gündemi ile kamunun gündemi arasında güçlü bir korelasyonun olduğunu tespit etmiş, ancak hangisinin diğeri üzerinde daha etkili olduğunu gösterememiştir. 1972'deki Charlotte çalışmasının sonuçları, kamunun medyanın gündemini şekillendirmesinden daha çok medyanın kamunun gündemini etkilediğine dair birtakım kanıtlar sağlamaktadır. (Severin & Tankard, 1994: 370-373).

Medya tarafından kamu gündeminin belirlenmesinde bireysel nitelikler ve deneyimler, medyaya maruz kalma derecesi, mesajın tekrarlanması, yönelim gereksinimi, kaynağın güvenilirliği, haber eleyciler, bireyler arası iletişim, gündemin sıfır toplam oyunu, konuların niteliği önem kazanmaktadır.

Shoemaker ve Reese ise medya üzerindeki etkileri açıklayan şu beş düzeye işaret etmektedirler: Medya çalışanlarından kaynaklanan etkiler, çalışma düzeninden kaynaklanan etkiler, kurumsal amaçlardan kaynaklanan etkiler, kurum dışından gelen etkiler, ideolojik eğilimlerin etkisi.

Zucker, gündem belirlemenin medya aracılığıyla öğrenilen konular için ortaya çıktığını, ancak deneyimle öğrenilen konular için geçerli olmadığını belirlemiştir. Buna göre, doğrudan öğrenilen konular kamu gündeminde medyaya gündemine göre daha önce önemli hale geliyorsa, kamu gündeminin medya gündemini belirlediğini ileri sürmek mümkündür. O halde, "Gündem belirleme, medya gündeminden kamu gündemine doğru tek yönlü bir süreç değil; karşılıklı ve dairesel bir süreçtir" şeklinde bir genellemeye gidilebilmesi de söz konusudur.

Medya gündeminin güçlü bir şekilde kamu gündemine yön verdiğini söylemek mümkündür. En özet biçimde gündem belirleme araştırmalarında ortaya konulan en önemli sonuç, medyanın yayın yoluyla kamuoyunun en önemli problem sıralamasını belirlemesi ve siyaset gündeminin de bundan etkilenmesidir. Buna göre ne kişiler, ne de kanaat önderleri, medyanın konu-

lar arasında seçme etkinliğini kontrol edebilmektedir (Dearing ve Rogers,1996:99).

Kamuoyunu yanına alan medya, karar alma merkezi anlamındaki siyasi gündemi de yakından etkilemektedir. Kamuoyunun ve siyasal gündemin birbirlerine etkileri olduğundan söz edilebilmektedir, ancak bu süreçteki genel kanaat medyanın baskın bir rol oynadığı şeklindedir (Bektaş,1996:120).

B. Suskunluk Sarmalı

Suskunluk sarmalı, kamuoyunun biçimlenmesi sürecine ilişkin bir kuramdır (Lazar,2001:109). Noelle-Neumann tarafından geliştirilen bu kuram, kitle iletişim araçlarının kamuoyu üzerinde güçlü etkileri olduğunu, ancak bu etkilerin araştırma kısıtlamaları yüzünden geçmişte tahmin edilemediğini dile getirmektedir (Severin ve Tankard,1994:443).

Suskunluk sarmalı, dört öge arasındaki etkileşimle ilgilenir. Bu ögeler: kitle iletişimi; kişilerarası iletişim ve toplumsal ilişkiler; düşüncenin bireysel olarak açıklanması; bireylerin toplumsal çevrelerinde onları çevreleyen düşünce ortamı hakkında sahip oldukları algılamadır.

Suskunluk sarmalı kuramı, yalnızca üyelerinin birbirlerini tanıdıkları grupların değil, toplumun da oydaşmadan sapan bireyleri tehdit ettiği varsayımına dayanır. İnsanlar dışlanma korkusu ile çevrelerinde hangi düşüncelerin ve davranışların kabul edildiğini ya da reddedildiğini, hangi düşünce ve davranış biçimlerinin taraftarlarının arttığını ya da azaldığını düzenli olarak takip ederler. İnsanların kamu önünde bulunma ve konuşma istekleri bu değerlendirmelerin sonuçlarından etkilenmektedir. İnsanlar kendi düşüncelerinin kamuoyu tarafından paylaşıldığına inanırlarsa, özel ve kamusal tartışmalarda yüksek sesle konuşabilirler. Aksine, azınlıkta olduklarını fark ederlerse, suskun ve temkinli davranırlar (Noelle-Neumann,1997:227).

Bu kuramın dayandığı beş temel varsayım vardır. Bunlar toplumun sapkın insanları dışlamakla tehdit etmesi; dışlanma kokusunu insanların devamlı hissetmesi; dışlanma korkusu ile her an fikirleri değerlendirme gayretleri; yaptıkları değerlendirmelere bağlı olarak davranış ve fikirlerini kamunun önünde açıkça ifade etmemeleri veya gizlemeleri; son olarak da bu dört varsayımın bileşimi.

Suskunluk sarmalında kitle iletişim araçları önemli bir rol oynar. Çünkü bireyler kitle iletişim araçlarına bakarak, kamuoyunun nasıl bir dağılım sergilediğini, hangi fikirlerin temsil edildiğini ve desteklendiğini öğrenirler (Tekinalp ve Uzun,2004:138).

Kitle iletişim araçlarında oldukça fazla yer bulan fikirler çoğunlukla beraber hareket etme eğiliminden dolayı yeni taraftarlar kazanırken, az yer bulan fikirler ise daha az sayıda kişi tarafından destek görüp ifade edilmektedir. Bireyler suskun kaldıklarında, fikir daha az yaygın ve geçerli görüleceğinden bir suskunluk sarmalı oluşmaktadır (Işık, 2002:92).

Bireyler, tartışmalı sorunlarda tarafların güçlülüğü ve zayıflılığı hakkındaki bilgileri elde etmek için güvenilir iki kaynağa başvurur. Bunlardan biri kendi deneyimleri aracılığıyla doğrudan gözlem, diğeri ise medyanın vasıtasıyla dolaylı gözlem.

Noelle-Neumann'a göre, insanlar kendi deneyim alanları dışında kalan konularda medyaya bağımlı hale geliyorlar. İnsanlar sürekli olarak toplumdan dışlanma korkusu taşıyorlar, bu da hangi fikirlerin popüler olduğunu öğrenmeye çabalamalarına yol açıyor. Medyada sıklıkla dile getirilen fikirlerin, toplumun yaygın şekilde paylaştığı fikirler olduğu inancı ağırlık kazanmakta ve böylece medyaya egemen olanlar, hangi fikirlerin daha geçerli olduğunu belirleme imkanına sahip olmaktadır.

Noelle-Neumann'ın yaptığı çalışmalarda şu sonuçlar gözlenmiştir (Noelle-Neumann,1997:228-229):

- Bir tartışmadaki çoğunluk ve azınlığın görece gücü kitle tarafından çarpıtılmış biçimde görülür. Yani başat medya bakış açısı doğrultusunda görülür.

- Etkili medya tarafından desteklendiği takdirde, toplumdaki çoğunluk, azınlığa göre konuşmak için daha isteklidir.
- Medya, azınlığı desteklerse, çoğunluk sessiz çoğunluk haline gelir.
- Azınlık, medyanın düşmanca tavrıyla karşılaşırse sessizliğe bürünür.
- Azınlık, medyadan destek gördüğü takdirde, çoğunluktan daha fazla konuşma arzusu duyar.

Lasorsa'nın politik açıksözlülükle ilgili yaptığı araştırmanın sonuçları, politik açıksözlülüğün, demografik değişkenler, kendine yeterlilik düzeyi, haber medyasında politik bilgilere gösterilen dikkat ve kişinin konumundaki ısrar tarafından etkilendiğini, fakat konuya olan kişisel ilgiden ya da genel olarak haber medyasının kullanımından etkilenmediğini göstermektedir (Severin ve Tankard,1994:445).

İnsana ve kitle iletişimine fazlasıyla kötümser bakışı nedeniyle eleştirilere uğrayan Suskunluk Sarmalı kuramının evrensel uygulanabilirliği de sorgulanmıştır (McQuail ve Windahl, 1997:140). Noelle-Neumann'ın iddia ettiği gibi insanlar kamuoyu önünde çok da fazla yardımsız değildir. Suskunluk sarmalı ile mücadele etmenin mümkün olduğu durumlar söz konusudur.

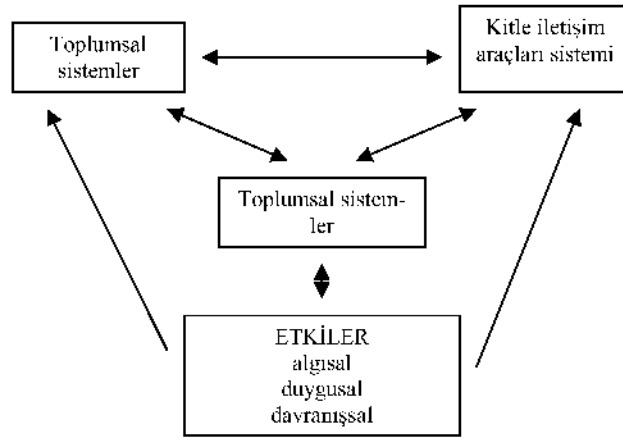
C. Bağımlılık Modeli

Bağımlılık modeli, bireylerin kitle iletişim araçlarına yüksek düzeyde bağımlılık göstermesi, ancak buna karşın kitle iletişim kuramlarının mikro düzeyde çözümlemelerle kısıtlı kalmasına alternatif olarak ortaya konan ve toplumsal yapıya ilişkin bir modeldir.

Lazar bağımlılığı, ihtiyaçların tatmin edildiği veya bir parçanın ortaya koyduğu uygulamalara bir başka parçanın bağlandığı ilişkiler ağı şeklinde açıklamaktadır.

Bu model “kitle iletişiminin niçin kimi zaman çok güçlü ve dolaysız, kimi zaman da dolaylı ve oldukça zayıf etkide bulunduğu” sorusuyla ilgilenmektedir (Mutlu,1998:51).

Sosyal sistem, medya sistemi ve dinleyici değişkenlerinin birbirleri üzerindeki etkileri konusuna odaklanan Bağımlılık modeli, bu üç değişken arasındaki ilişkinin toplumlar arasında farklılık gösterebileceği gibi tek tek her ögenin de izleyiciler üzerinde etki derecesine göre değişkenliğe sahip olabileceğini dile getirmektedir (McQuail ve Windahl, 1997:130).



Bağımlılık durumu (Ball-Rokeach ve DeFleur 1976)

Bireylerin yönelimleri, tatmin olma anlayışları, medyayı bilgi kaynağı olarak kullanmaları gibi farklı düzeylerde bağımlılıkları söz konusudur (Lazar, 2001:108). Globalleşen dünyada kitle iletişim araçlarının etkilerine açık olan bireyler, çevrelerinde olup bitenlerle ilgili olarak bilgi sahibi olmak, buna göre duygu ve düşüncelerini yönlendirebilmek için bu araçlara bağımlılaşmaktadır. Toplumsal değişim veya çatışmalarsa bireylerin medyaya olan bağımlılıklarında önem kazanmaktadır.

Tekinalp ve Uzun'un da dile getirdiği gibi kitle iletişim araçları, enformasyon aktarma görevleri nedeniyle izleyicilerde algısal, duygusal ve davranışsal değişimlere yol açmaktadırlar. Algısal etkiler tutumlar, belirsiz tutumlar ve inançlarla ilgiliyken, duygusal süreçler hoşlanma, hoşlanmama, korku,

nefret, sevgi gibi duyguları kapsamaktadır. Davranışsal etkiler ise, kitle iletişiminin birey ve grupları davranışa geçirici etkisini içermektedir.

D. Bilgi Açığı

Tichenor, Dnohue ve Olien'in ortaya koyduğu bilgi açığı varsayımı, bir toplumsal sistemde enformasyon akışı arttığında daha iyi eğitim görmüş, yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin, daha az eğitim görmüş ve alt statüdekilere göre enformasyonu daha iyi özümseyebileceğini iddia etmektedir (McQuail ve Windahl,1997:142).

Bilgi, toplumda eşit olarak dağılmamıştır. Kitle iletişim araçlarıyla aktarılan bilgi, bilgiye daha fazla erişme olanağı olan toplumsal kesimin, diğerlerine oranla daha fazla bilgi sahibi olmasına neden olmaktadır. Bu da toplumdaki bilgi artışının, alt kesimlerden yüksek statüdeki kesimlere doğru artmasına yol açmaktadır.

Tichenor, Dnohue ve Olein, kamu işleri ve bilim haberleri gibi genel bilgi alanlarında açığın oluşma olasılığının daha fazla olduğunu söylemektedirler.

Bilgi açığının olası beş nedeni vardır (Severin ve Tankard, 1994: 410-411) :

1. Sosyo-ekonomik statüsü yüksek ve alçak olanlar arasında iletişim beceri farklılığı vardır.
2. Depolanmış bilgi miktarında ya da daha önce kazanılmış temel bilgide fark vardır.
3. Yüksek sosyo-ekonomik sınıfın insanları daha uygun sosyal ilişkilere sahip olabilirler.
4. Seçici maruz kalma, kabul ve alıkoyma mekanizmaları işliyor olabilir.
5. Kitlel medya sisteminin doğası yüksek sosyo-ekonomik sınıfın kişilerine yöneliktir.

Bilgi açığı, enformasyon kaynaklarının dengesiz dağılımıyla ilgilidir. Herkes yeni teknolojileri kullanma olanağına sahip olursa, aradaki bilgi açığı daha az olur. Maliyetlerin fazlalığı nedeniyle söz konusu yeni teknolojiler orta hallilerden daha çok iyi hallilere ulaşmaktadır. Bu neden dolayı, iletişimdeki teknolojik gelişmeler, düşünülenin aksine bilgi açığını daha da arttırmaktadır. Ancak teknolojiye her yenilik toplum içinde yayılabildiği zaman, bilgi açığını ortadan kaldırmak söz konusu olabilmektedir (Tekinalp ve Uzun, 2004:139; Severin ve Tankard, 1994:424).

Kitle iletişim araçlarından televizyonun daha homojen ve sınırlı bir kaynak olması sebebiyle bilgi açığını kapamada, daha büyük potansiyele sahip olduğu yönünde kanıtlar bulunmaktadır. Kamuya daha yüksek oranda ulaşan televizyon daha güvenilir bulunmaktadır. Ancak basında, farklılaşmış içerikler ve dolayısıyla ulaşılan farklı kitleler söz konusudur.

Yıllar içinde gerçekleştirilen araştırmalarda, kuram ile ilgili hipotezlerde bazı değişiklikler yapılmıştır: Yerel bir konuda anlaşmazlık olduğunda, bilgi açığının azalması olasıdır. Çok sayıda bilgi kaynağının bulunduğu çoğulcu toplumlarda, yaygın iletişim kanallarının bulunduğu türdeş toplumlara oranla bilgi açığının genişlemesi olasılığı daha fazladır. Konu ani ve güçlü yerel etkiyle ortaya çıktığında bilgi açığı azalma eğilimindedir.

Birçok kurama olduğu gibi, bu kurama da eleştiriler gelmiştir. Eleştirilerden birisi insanların toplumsal konularda bilgi edinmek için sadece kitle iletişim araçlarına bağımlı değildir. Kişisel deneyimleri ile kişiler arası iletişim de bilginin sağlanması konusunda önem taşımaktadır. Diğer bir eleştiri ise bilginin niteliği konusundadır (Mutlu,1998:63).

E.Kullanım ve Doyum Yaklaşımı

1.Kullanım ve Doyum Yaklaşımının Tarihsel Gelişimi

a.İşlevsel Kuram

İşlevsel kuram, ilk olarak Smith, Bruner ve White'in "kişinin tutumları ne işe yarar?" sorusuyla ortaya konulmuştur. Kurama göre kişiler tutumlarını belirli bir gereksinmesini karşılamak üzere geliştirmektedir. Dolayısıyla bu gereksinme ortadan kalktığında, tutuma da ihtiyaç kalmaz. Yeni bir gereksinme olduğunda da tutumda da o yönde değişme söz konusu olur.

Tutum değişimine işlevsel olarak yaklaşan bu kuram, tutumların oluşum ve değişmesinin gerisinde yatan nedenleri ve güdülenmeyi ele alıp incelemektedir (Vural,1995:25).

İşlevsel tutum değişim kuramlarının, öncelikle üzerinde durduğu üç ana işlev vardır. Bunların ilki, tutum objesi ile ilgili bilgi sağlayıcı işlevdir. Tutumlar kişinin yalnız kendi deneyleri, sınamaları ve yanılmaları sonucu değil, aynı zamanda başkalarının tutumlarından da öğrenilmektedir. İkinci işlev ise, kişinin başkalarıyla olan iyi ilişkilerini koruma işlevidir. Kişi ait olduğu aile, arkadaş gibi gruplar tarafından kabul edilmek için onların değer verdiği tutumları kabullenir. Kişi benimseme, özdeşleşme ya da itaat mekanizmalarından birini kullanarak, değer verdiği kimseler tarafından kabul edilmesini sağlar. Son işlev ise, dışa atma ya da ego savunma işlevidir. Kişi, kendinde kabullene-meyeceği olumsuz özellikleri başkalarına atfeder ve kendi egosunu yükseltir. Dışa atma ya da ego savunma işlevine sahip bir tutumun değişebilmesi ise ancak kişilik sorununun çözülmesiyle mümkün olabilmektedir (Kağıtçıbaşı:172-173).

İşlevsel kuram daha çok tutumların gelişmesinin ve değişmesinin karmaşık nedenlerini aydınlatmaya çalışan kavramsal çerçevelerdir.

b.Kullanım ve Doyum Yaklaşımı

Daniel Katz ve arkadaşları, kitle iletişim araçlarının etkin bir şekilde kullanıldığını iddia ederek, kullanım ve doyum kuramını bir bakıma işlevselci perspektiften geliştirilmiş olduğunu ifade etmişlerdir (Vural,1995:26; Mutlu, 1999:81).

Kullanım ve doyumlar yaklaşımı, izleyici kitlesinin kendileri için en tatmin edici kitle iletişim içeriklerini az çok etkin biçimde kullandıkları varsayımına dayanan bir iletişim modelidir. Bu yaklaşımın temelinde, izleyicilerin medyadan gidermeye çalıştıkları karmaşık bir gereksinimlere sahip oldukları inancı yatmaktadır (Fiske,1996:194).

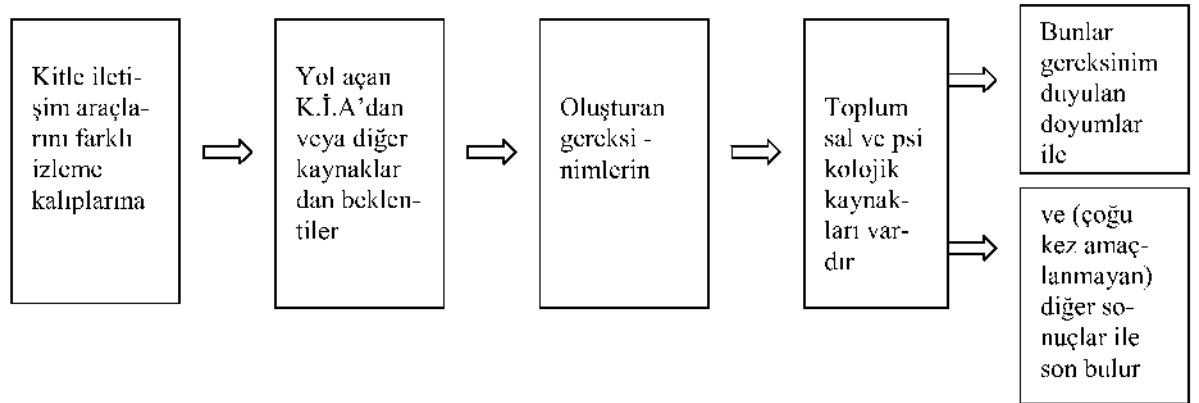
İzleyiciyi merkez alan bu yaklaşım, iletişim sürecinde izleyiciyi aktif kabul etmektedir. İnsanların medyayı çok çeşitli amaçlar için kullandığını ve kitle iletişim araçlarının kullanıcının denetiminde olduğunu öne sürmektedir. İzleyici gönderici kadar etkindir ve aynı zamanda, ileti göndericinin niyet ettiği şey değil, izleyicinin ona yüklediği anlamdır. Ayrıca izleyici, kitle iletişim araçlarıyla daha önceki deneyime dayanarak seçimler yapmaktadır (Işık, 2002:56; Tekinalp ve Uzun, 2004:123; Fiske, 1996:194-95; McQuail ve Windahl, 1997:155).

Kullanım ve doyum yaklaşımı beş varsayımdan oluşmuştur:

1. İzleyici sadece bir alıcı konumunda değildir, etkin bir şekilde program içeriğini seçer ve kullanır.
2. İzleyiciler, en yüksek seviyede doyum sağlayacakları programları seçerler.
3. Doyumun tek kaynağı medya değildir.
4. İnsanlar kendi çıkarlarının ve güdülerinin farkındadırlar ya da farkında olmaları sağlanabilir.
5. Medyanın kültürel önemi konusundaki değer yargıları göz ardı edilmek zorundadır.

Bu yaklaşımın kökenleri Herta Herzog'un radyolarda yayınlanan pembe dizilerin ev kadınları tarafından nasıl kullanıldığına, kadınların ne tür doyumlar sağladığına, beklentilerine ilişkin olarak yaptığı çalışmalara dayanmaktadır (Mutlu,1998:226). 1950 sonlarıyla 1970'lere kadar kullanım ve doyum yaklaşımı, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki iletişim çalışmalarında oldukça etkili olmuştur.

Kitle İletişim Kullanımı başlığındaki bir dizi makale, kitle iletişim araçlarının kullanımı ve sağlanan doyumları incelemede şöyle bir açıklama getirmiştir : (1) Kitle iletişim araçlarını farklı izleme kalıplarına; (2) yol açan kitle iletişim araçlarından veya diğer kaynaklardan beklentileri; (3) oluşturan gereksinimlerin; (4) toplumsal ve psikolojik kaynakları vardır. (5) Bunlar, gereksinim duyulan doyumlar (6) ve diğer sonuçlarla, belki de en çok da amaçlanmayan sonuçlarla sonuçlanır (akt.McQuail ve Windahl, 1997:155). Bu durum şu şekilde gösterilebilir:



Kullanım ve Doyum Modelinin Öğeleri

Doyuma ulaşmak için kullanılan kitle iletişim araçlarının içeriği de üç sınıfta toplanmıştır (Alemdar ve Erdoğan,1990:111-112) : Çevresel, ulusal ve uluslararası haber, belgesel sunuşlar ve yorumları örnek olarak gösterebileceğimiz gerçek enformasyon veren içerik; tiyatro ve oyun gibi estetik ama hayali olmayan, canlı spor yayınları, konuşma programları, yarışma prog-

ramları, reklamlar gibi gerçek-duygusal içerik; romanlar, hikayeler, melodramik, komedi ya da polisiye filmler, televizyon eğlence oyunları gibi kişilere sorunlardan kaçma olanağı yaratan ancak onları yalnızlığa götüren hayali-duygusal içerik.

Kitle iletişim araçlarını, bireylerin kendilerini başkalarıyla birleştirmek için kullandıkları bir araç olarak kabul eden Katz, Gurevitch ve Haas medyanın psikolojik ve sosyolojik işlevlerini beş kategori altında toplamıştır:

- Bilişsel gereksinimler (bilgi kazanma ve anlama)
- Duygusal gereksinimler (duygusal, haz verici, estetik deneyimler)
- Kişisel bütünleştirici gereksinimler (inanılrlık, güvenilirlik, istikrar ve statüyü güçlendirme)
- Sosyal bütünleşme gereksinimleri (aile, arkadaş, vb. ile bağlantıları güçlendirme)
- Gerginlikten kurtulma gereksinimleri (kaçış, kurtuluş ve oyalanma, eğlenme)

Hemen her yaklaşım için olduğu gibi kullanım ve doyum yaklaşımı için de bazı eleştiriler söz konusudur. Kullanım ve doyum yaklaşımı bireysel faydacılık ve fonksiyonalizm üzerine temellenmiştir ve bu durum eleştirilerin odak noktasını oluşturmaktadır. Frankfurt Okulu teorisyenleri, bireylerin gereksinimlerinin bu araçlarca oluşturulmasını eleştirmişlerdir (Mutlu,1988-1989:124).

İzleyicinin eylemini fazlasıyla önemsemesi nedeniyle eleştirilen kullanım ve doyum yaklaşımına, ayrıca kitle iletişim araçlarının içeriklerine oldukça duyarsız olması nedeniyle de eleştiriler gelmektedir (McQuail&Windahl, 1997:164).

Kullanım ve doyumlar yaklaşımına yönelen eleştirilerden biri de, anahtar kavramları tanımlamada belirsiz olması ve temel olarak veri toplayan bir stratejiden ileri geçememesidir (akt.Severin&Tankard, 1994:484).

1. Kullanım ve Doyum Yaklaşımında Gereksinimler

Gereksinim ne olduğu konusunda araştırmacılar birbirlerinden ayrılırlar da, hepsinin başlangıç noktası gereksinimi çözümlemektir. Gereksinim terimi daha çok açlık ve susuzluk gibi yoksun kalma durumunu ya da sığınmayı, kişisel güvenlik ve temel bilişsel ya da toplumsal dengeliliği içermektedir (Lull,2001:137).

Bireyin iyi olmasına, kendisini iyi hissetmesine dayanan gereksinimler, biyolojik ya da psikolojik anlamdaki yetersizliklere yanıt vermekten daha fazlasını ifade edebilmektedir. İnsanlar, keşfetme, yükselme, konum değiştirme, paylaşma gibi istek ve gereksinimler de hissetmektedirler.

Blumler ve Katz, kitle iletişim araçlarının doyuma ulaştırdığı gereksinimlerin toplumsal kökenleri olduğunu vurgulayarak, bu durumu şu şekilde açıklamışlardır :

Toplumsal konum :

İzleyici gereksinimlerinin toplumsal kökenleri	Medyanın sağladığı
Gerilim ve çatışma üretir	Rahatlama
Dikkat isteyen sorunlarda farkındalık yaratır	Enformasyon
Belirli gereksinimleri giderme fırsatlarını zayıflatır	Tamamlayıcı, yerine geçici ya da boşluğu giderici hizmet
Belirli değerlerin yükselmesine neden olur	Onaylama ve pekiştirme
Belirli medya materyallerine aşinalık beklentisi sağlar	Değerli görülen toplumsal gruplarda üyeliğin sürmesi için deneyim paylaşımı

2.Kullanım ve Doyum Yaklaşımında Doyum Kategorileri

McQuail, doyumları dört kategori olarak sınıflandırmıştır:

1. Oyalanma
 - a. Gündelik yaşamın sınırlamalarından kaçış,
 - b. Sorunların verdiği sıkıntılardan kaçış,
 - c. Duygusal boşalma.

İzleyiciler, izledikleri programlar aracılığıyla gerginlik düzeylerini azaltmaya çalışmaktadırlar. Böylelikle endişeye yol açan düşünceleri bloke etmekte ve rahatlamaktadırlar. Kitle iletişim araçlarının kullanımıyla, izleyiciler günlük yaşamın baskısından kurtulmakta, dünyada neler olup bittiği hakkında bilgi sahibi olmakta, iyi vakit geçirmekte, dinlenmekte ve zamana ayak uydurmaktalar (Mutlu,1999:82; Tekinalp ve Uzun, 2004:121).

2. Kişisel ilişkiler
 - a. Arkadaşlık etme,
 - b. Toplumsal fayda.

Toplumsal ilişkilere girmekte zorluk çeken insanlar, arkadaşlık için medyaya yönelmektedirler. Programlardaki karakterlerin gerçekliğine inanmaktadırlar. Ayrıca medya aracılığıyla deneyimler ve konuşma konuları paylaşılabilen, bu da toplumsal etkileşimi daha kolay hale getirmektedir.

3. Kişisel kimlik
 - a. Kişisel referans,
 - b. Gerçekliğin keşfi,
 - c. Değer pekiştirme.

İzleyiciler, programları, kendi yaşamlarıyla karşılaştırma yapmak amacıyla kullanmaktadır. İzleyicinin kendi durumunu, karakterini veya hayatını, geçmişteki veya şu andaki bir özelliğini karakterize etmek ya da ortaya çıkarmak amacıyla program içeriğini kullanması, kişisel referans olarak adlan-

dırılmaktadır. İzleyicinin kendi yaşamını anlamasına yardımcı olmak için program içeriğini kullanılması, gerçekliğin keşfidir. Değer pekiştirme ise izleyicinin inandığı, benimsediği ve taşıdığı belli değerleri destekleyen bir programın, o izleyici için değerini ifade etmektedir (Mutlu,1999:83-84; Fiske,1996:199).

4. Gözetim işlevi

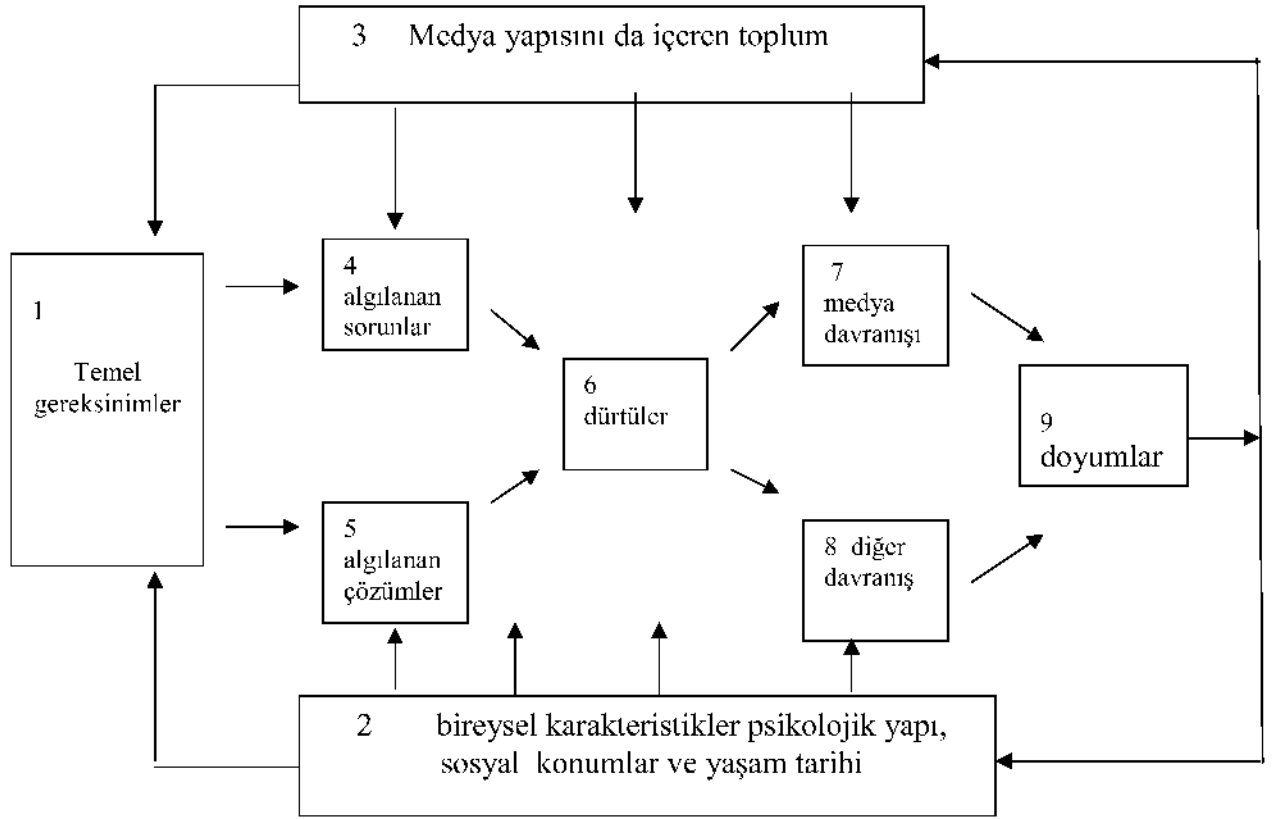
Gözetim işlevi, daha çok haberlerin ve güncel olayları konu alan programların izlenmesiyle ilgili bir süreçtir. Yaşadığımız dünyayla ilgili bilgi için duyduğumuz gereksinimdir. Kanaat önderleri, toplumsal rollerini sürdürmek için gerekli olan bilgileri sağlamak amacıyla medyayı kullanmaktadır.

Kitle iletişim araçlarını kullanım nedenleri farklı olan insanların, bu araçlardan elde ettikleri doyum da farklılaşmaktadır. Kitle iletişim aracını eğlenmek için kullananla, dlenmek için kullanan arasında elde ettikleri doyumda farklılık olmaktadır (Vural,1995:27).

3. Kullanım ve Doyum Yaklaşımında Modelin Gelişimi

a.Rosengreen'in Genel Modeli

İnsanların, gereksinimlerini karşılamak üzere medyaya bağlandıklarını göstermek için geliştirilen kullanım ve doyum yaklaşımı Rosengreen tarafından daha da zenginleştirilmiştir. Bireyin ihtiyaçları temel noktadır ve tabi ki ihtiyaç bireyin yaşadığı toplum ve medya ile etkileşim halindedir. Rosengren, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan yüksek düzey ihtiyaçların kullanım ve doyumlar modeli ile daha ilintili olduğunu dile getirmektedir.



Rosengreen (1974) Kullanım ve Doyum araştırması için paradigma

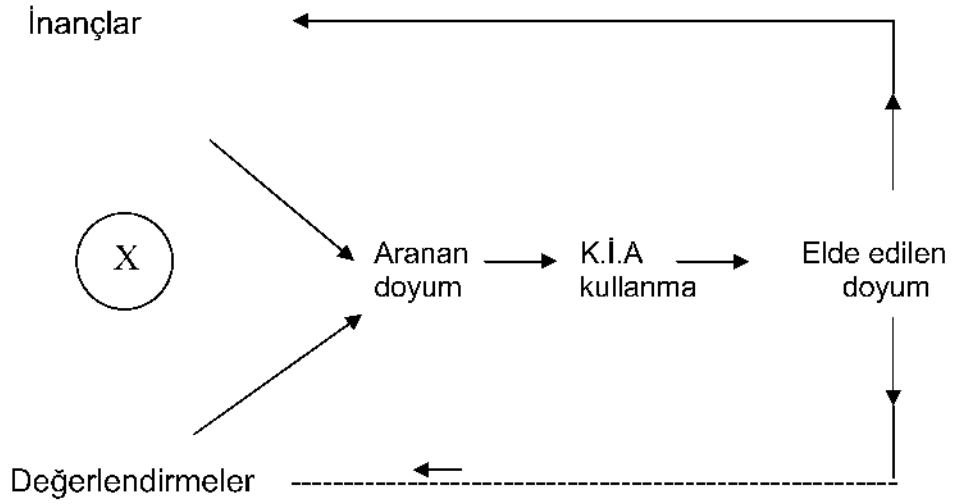
(Lull,2001:134 ve McQuail,1997:156)

Rosengreen modeline göre, gereksinimler algılama sorunlarını ortaya koyar, çünkü dürtülerin, gereksinim ve sorunlardan ayırt edilmesi oldukça zordur. McQuail ve Windahl'ın da belirttiği gibi, dürtüler çoğu araştırmanın tanımlamaya ve bir çerçeve içinde bir araya getirmeye çalıştığı doyumların aynısıdır.

b. Beklenti-Değer Yaklaşımı

Palmgreen ve Rayburn 1985 yılında, kullanım ve doyum yaklaşımını özgün beklentiye göre edinilen, değer verilen tatminlerdeki artış olarak yeniden oluşturdular.

Birey, yapacağı herhangi bir eylemin belirli bir sonucu olacağı olasılığına dayanarak hareket eder ve bu sonucu farklı derecelerle değerlendirir.



Kitle iletişim araçlarında aranan ve elde edilen doyumun beklenti-değer modeli

Bu model genel olarak, kitle iletişim araçlarını kullanmanın, hem kitle iletişim araçları tarafından sunulan faydaların algılanmasına hem de bu algılanan faydaların farklı değerlendirilmelerine neden olduklarını ileri sürmektedir (McQuail, 1997:159). Kitle iletişim araçlarının kullanımının zaman içinde artacağını ifade eden Beklenti-Değer yaklaşımında, elde edilen doyumun beklenen veya aranan doyumdan fazla olması durumunda izleyicinin yüksek düzeyde tatmin sağlayabileceği tahmin edilmektedir.

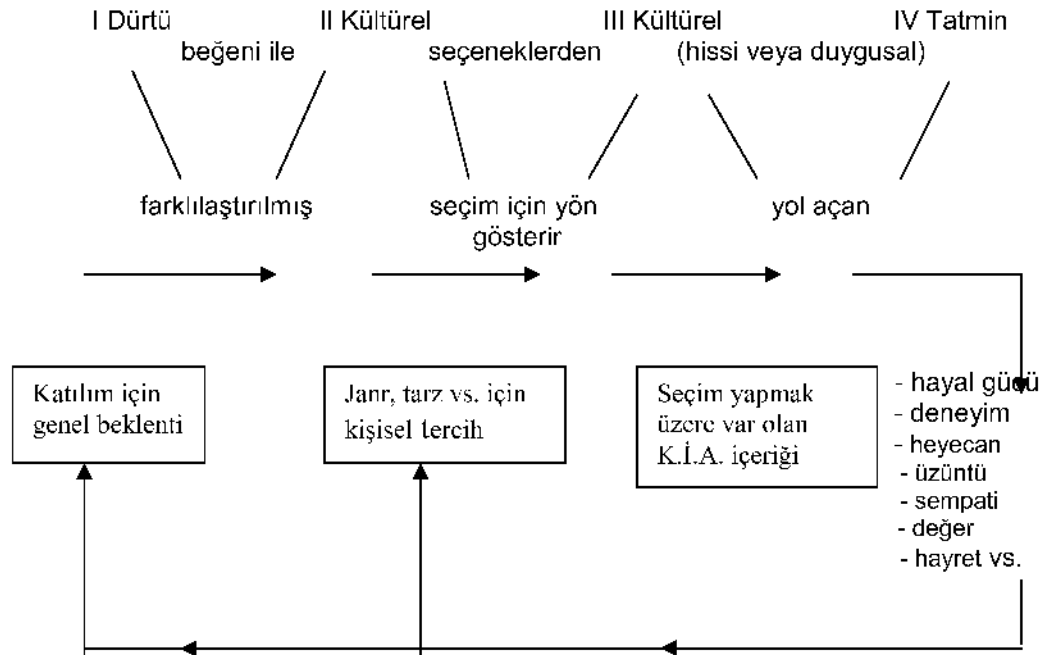
c.Kültürel / Enformasyonel Doyum Modelleri

Bireylerin, kitle iletişim araçlarını gerçeklikten kaçmak ve hayal dünyasında gezinmek için kullandığı gözlenmektedir. İzleyiciye, günlük yaşamın kısıtlamalarından veya sıkıcılığından akıl çerçevesinde kurtulma ve hayal gücüyle, başkası adına yeni deneyimlere girmek için fırsat yaratan bu araçlar,

McQuail ve Windahl'ın da belirttiği gibi, derin ilgi uyandırmakta, izleyiciyi gerçeklik ile bağlamak yerine gerçeklikten kopartmaktadır.

Kitle iletişim araçlarında kültürel iki anlam söz konusudur: Kitle iletişim araçları deneyimini meydana getiren kültürel metinler, ürünler dizisi ve bu araçların mevcut kıldıkları arasında bireysel tercihi yönlendiren farklı beğeni ve tercihlerdir (McQuail&Windahl,1997:161). Bütün bunlar düşünüldüğünde kültürel beğenin, aile, toplumsal sınıf, eğitim ve genel olarak bireye sağlanan bireysel bir nitelik olduğu söylenebilir. Kişisel, kültürel beğeni tercihleri ve seçenekleri yönlendirir ve çeşitli şekillerde tatminlere yol açar.

Bu modelde, seçim ve ilginin genelde amaca yönelik (katılım, kaçış, uzaklaşma, duygusal kurtuluş, vs. arama) olduğu kabul edilmektedir, fakat çoğu kez bunlar belirsiz de olabileceği dile getirilmektedir (McQuail&Windahl, 1997:160).



III. TUTUM VE TUTUMDAKİ DEĞİŞİMLER

Kitle iletişim araştırmalarının önemli problemlerinden biri de gruplar ve çeşitli toplum kesitleri içindeki bireylerin tepkileri ile iletişim sürecinin karşılıklı durumudur. Bireylerin davranışlarındaki kalıplar ya da tutarlılıklar, araştırmacıların yararlanacağı en önemli imkanlar arasında bulunmaktadır (Tekinalp ve Uzun,2004:78). Bu nedenle bu bölümde tutumun ne olduğu sorusu üzerinde durulacak ve tutum değişimleri konusunda bilgi sunulacaktır.

A.TUTUM

Sosyal psikolojinin temel konularından birini oluşturan tutumun, ne olduğu konusunda birçok tanım mevcuttur. Krech, "Tutum, bireyin kendi dünyasının bir yönüyle ilgili güdülenme, algılama, coşku ve tanıma süreçlerinin devamlı bir örgütlenmesidir" tanımını yaparken, Allport "Bir tutum, yaşantı ve deneyimler sonucu oluşan, ilgili olduğu bütün nesne ve durumlara karşı bireyin davranışları üzerinde yönlendirici ya da dinamik bir etkiye sahip ruhsal ve sinirsel bir hazırlık durumudur" demiştir.

Smith'in "Tutum, bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilimdir" diyen tanımı ise birçok sosyal psikolog tarafından kabul edilmektedir.

Latince kökeninde "harekete hazır" anlamına gelen tutum kavramı, bir yapı olarak görülmekte ve doğrudan gözlenmese de, davranıştan önce gelen ve hareketlerimize rehberlik eden yapı olarak kabul edilmektedir.

Tutum tanımından yola çıkacak olursak, tutum doğrudan gözlenebilen bir özellik değildir, ancak bireyin gözlenebilen davranışlarından çıkarsama yapılan ve o bireye atfedilen bir özelliktir. Psikolojik obje ise, birey için bir anlam taşıyan bir objedir. Herhangi bir obje, nitelik değiştirerek bir kimse için psiko-

lojik bir obje haline gelebilmektedir. Önemli bir diğer nokta ise, tutumun sadece bir davranış eğilimi ya da sadece bir duygu olmadığı, düşünce-duygu-davranışın bir bütünü olduğudur (Kağıtçıbaşı:102-103).

Birey belli konuları, belli ölçülere göre gruplandırmakta ve gruplara uygun tutumlar oluşturmaktadır. İnecoğlu'nun da dile getirdiği gibi, bireyin belli bir konuda tutum oluşturmaları için o konuyla doğrudan ilişkiye girmesi zorunlu değildir, başkalarından ya da medyadan aldığı enformasyona göre de birey tutum oluşturabilmektedir.

1.Tutumun Öğeleri

Tutumların, bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç ögesi bulunmaktadır.

Bilişsel öge, tutum objesi hakkında sahip olunan bilgilerin gruplandırılmasıdır. Bu gruplamalar, uyarılara karşı bireylerin tepkilerindeki farklılıkları göstermektedir (Kağıtçıbaşı:105; İnecoğlu, 1993:16-17).

Çevresiyle ilişkilerinde bilişsel sistemden yararlanan birey, birçok uyarıcıyı belli sınıflarda toplar ve daha sonra bu sınıfları birbirleri ile ilişkilendirerek, çevresiyle ilişkisini kolaylaştırır.

Bireyler, uyarıcılarla ilgili çevreden, deneyimlerinden edindikleri bilgi ve inançlara sahiptirler. Varlığı bilinmeyen bir konuya yönelik bireyde tutum oluşmaz. Tutum konusundaki bilgiler, gerçeklerle ilgisine bağlı olarak kalıcı ya da geçici olurlar. Bilgilerdeki değişiklikler, tutumlarda değişikliğe neden olabilmektedir.

Duyum ve deneyimlerin sınıflandırılmasında, bu sınıfların olumlu, olumsuz olaylarla, arzulanen ya da arzulanmayan amaçlarla ilişkilendirilmesi ve böyle bir ilişkinin varlığı tutumun duygusal ögesini göstermektedir (İnecoğlu,1993:15). Tutum objesine karşı gösterilen kalp çarpmasının sık-

laşması, heyecanlanma, terleme gibi fizyolojik tepkilerle sözsöz tepkilerin tümü tutumun duygusal ögesini oluşturur.

Sınıflamalar ya da tutum konusuyla ilişkili duygu ögesi aynı güçte olmayabileceği gibi tutum konusunun sosyal bakımdan değeri ile birey için ifade ettiği değeri de farklı olabilmektedir.

Duygusal öge bilişsel ögeden daha kalıcı, basit ve merkezidir. Bireyin egosunu ilgilendiren konu ya da olaylara karşı tutumu gibi daha yoğun duygu içeren yani duygusal ögesi ağır basan tutumun değışmesi oldukça güçtür. (Freedman, Sears ve Carlsmith,1998:323;İnceoğlu,1993:16).

Davranışsal öge, tutum objesine karşı gözlenebilen sözsöz ya da diğer tüm davranış eğilimlerini içermektedir. Davranış eğilimleri bireyin alışkanlıkları, normları ve tutum objesi ile doğrudan ilişkili olmayan tutumlarının da etkisi altındadır (Kağıtçıbaşı:105; İnceoğlu,1993:17).

Davranışın temelinde iki boyut söz konusudur : negatif ya da pozitif duygu ve ilişki kurma ya da kurmama. Bu durum, tutum konusuna yaklaşma, karşı koyma ya da kaçınma şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Davranışsal ögede iki tür davranıştan bahsetmek gerekir. Tutum konusunun hoşı giden ya da gitmeyen bir durumla ilişkilendirilmesi sonucu ortaya çıkan duygusal davranış; doğru davranışın ne olduğu konusundaki inançlara dayanan normatif davranıştır.

Tutumların gücü, bilişsel, davranışsal ve duygusal ögelerin gücünün toplamına eşittir. Yerleşmiş ve güçlü tutumlarda bilişsel, duygusal ve davranışsal ögeler tam olarak bulunurken, bazı daha zayıf tutumlarda davranışsal öge çok zayıf olabilir (Kağıtçıbaşı:104).

2.Tutumun Boyutları

Tutumun konusu, yönü, değişim aralığı, yoğunluğu, iki yönlü çekimi, belirginliği, merkeziliği tutumun boyutları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Her tutumun bir konusu bulunmaktadır. Tutumun türünü belirleyen tutum konusu, somut olabileceği gibi, soyut da olabilmektedir. Belli bir tutum objesine karşı gösterilen tepki, konuya ilişkin tutumu onaylayan ve onaylamayanlara da yöneliktir. Birey ancak kendi iç dünyasında yer alan konularla ilgili inanç ve tutumlara sahiptir.

Tutumun yönü, olumlu ya da olumsuz olabilir. Tutum olumlu ise, o objeye ya da olaya karşı olumlu duygular, değerlendirmeler ve eğilimler söz konusu olduğundan tutum objesine yaklaşılr. Ancak tutum objesi ya da olayla ilgili olumsuz düşünceler söz konusuysa, tutum objesinden kaçma ya da tutum objesine zarar verme olasılığı mümkündür.

Tutumun duygusal ögesinin gücü, duygusal içeriği olan yoğunluk, bütün tutumlarda bulunmaktadır. Tutum ne kadar uçta ise ve ne kadar duygusalsa, o kadar yoğundur.

Bazı tutumlar aynı zamanda hem olumlu hem de olumsuz unsurlar barındırabilirler. Bu da tutumun iki yönlü çekim özelliğidir.

Bir tutumun, diğer tutumlar arasında birey için ifade ettiği öncelik durumu belirginliktir. Bazı tutumlar bireyin zihninde daha fazla meşguliyyete neden olurken, bazı tutumlar birey için çok fazla öneme sahip olamayabilir.

3. Tutumların İşlevleri

Tutumların işlevlerine bakıldığı zaman; egoyu savunma, benlik gerçekleştirici ve değer ifade edici, araçsal, bilgi veya ekonomik olmak üzere dört temel işlevi bulunmaktadır.

Tutumun egoyu savunan işlevinde, kişinin kendine veya kendi grubuna yönelttiği olumsuz duyguları, diğer kişilere veya gruplara yansıtmasına izin vererek, kişiyi bu duygulardan korumak söz konusudur (Arkonaç,1998:175). Psikolojik iç çatışmaları sonucu oluşan güvensizlik duygularından kaynaklanan bu mekanizmalar bir taraftan bireyi çöküntüden kurtarıırken, diğer taraftan da bireyin çevresine uyumunu engellemektedir (İnceoğlu,1993:27).

Tutumun benlik gerçekleştirici ve değer ifade eden işlevinde, tutumlar, bireylerin değer yargılarına uygun seçimler yapmalarına yardımcı olmaktadır. Tutum ifadeleri temelde kişinin kendi benlik kavramının geçerliliğini doğrulamaya yönelik olup, başkalarını etkileme hedefi azdır (Arkonaç,1998:175). Bireyin bu tutumlarla elde edeceği ödül, sosyal kabul görme ya da maddi ödül değildir; daha çok kimliğini ortaya koyarak elde edeceği manevi bir ödüldür.

Tutumlar, bireylerin amaçlarına ulaşmalarını sağlayacak yol ve yöntemleri seçmelerine yardımcı olduğu gibi, arzulanan hedeflere ulaşmada, arzulanan hedeflerden ise kaçınmada da bireylere yol göstermektedir. Bireyin en fazla ödül ve en az ceza beklentisine dayanan araçsal işlevdeki tutumlar daha kolay değişebilmektedir (İnceoğlu,1993:26,27).

Birey için bilgi birikimi oluşturan tutumlar, bireyin dünyasını düzenlemesine veya yapılandırmasına da hizmet etmektedirler. Tutumlar, var olan değerlendirici boyutların yanı sıra, dış dünyadan gelen bilgilerin kategorileştirilmesini sağlamakta, birey bu kategoriler arasındaki ilişkileri ilintilendirerek, genellemelere gitmekte, bu durum da basmakalıp yargı ve inançların oluşmasına neden olmaktadır.

B.TUTUM DEĞİŞİM KURAMLARI

Tutumların oluşmasının ve değişmesinin temel kaynağı, bireyin çevresi ile kurduğu iletişim sonucu edindiği bilgilerdir (Vural,1995:14). Freedman ve diğerleri, tutum oluşum ve değişimini koşullanma ve pekiştirme, özendiriciler ve çatışma, işlevselcilik ve bilişsel tutarlılık olmak üzere dört temel grup altında toplamışlardır. (Freedman, Sears ve Carlsmith, 1998:324).

1.Koşullanma ve Pekiştirme

Hovland ve arkadaşları tarafından geliştirilen koşullanma ve pekiştirme yaklaşımının temel varsayımı tutumların büyük ölçüde, öteki alışkanlıklar gibi öğrenildiğidir. İnsanlar bilgileri ve olguları öğrendikleri gibi, bu olgulara bağlı duygu ve değerleri de öğrenirler (Freedman, Sears ve Carlsmith, 1998:325).

Pavlov köpekler üzerinde deneyler yaparken, yiyeceği gören hayvanın salya salgılamaya başladığını fark etmiştir. Daha sonra ise zil sesinden sonra hayvana yiyecek vermiş ve bu işlemimin belli bir ölçüde tekrarını yapmıştır. Bu deneyde yiyecek ve zil sesi ya da ışık arasında bilinçdışı bir çağrışım kurulduğu görülmektedir (Ankay, 1992:97).

Öğrenilmiş bir davranışta uyarıcılar uzun süre kesilirse, öğrenme etkisini yitirmektedir. Pekiştirilmenin kaldırılması da unutmaya kolaylaştırmaktadır. Korku koşullanmasında unutma daha geç olmaktadır. Sözel öğrenme ise motor öğrenmeye göre daha çabuk unutulmaktadır.

Alışkanlıklar, görüş ve düşünceler, duygular ve değerler, davranışlar öğrenmeler sonucunda oluşmakta, bütün bunları kapsayan tutumlar da öğrenme sonucunda elde edilmektedir (Vural,1995:15).

Bir tutum geliştirirken birey çağrışım, pekiştirme ve taklit süreçleri ile bilgi ve duyguları öğrenmektedir. Çağrışımlar uyaranların aynı zaman ve yerlerde görüldükleri durumlarda kurulmaktadır. Tutumların biçimlenişinde en basit etmen, tutum nesnesi ile diğer sözcükler ya da özellikler arasında bir çağrışımın kurulmasıdır (Freedman, Sears ve Carlsmith, 1998:325).

Pekiştirme yolu ile öğrenme ya da tutum geliştirme, bir davranışın ödül ve cezalar ya da itaat yolu ile tekrarlanarak pekiştirilmesidir. Öğrenmede aralıklı tekrarın, öğrenmeyi kalıcı kılmasında öğrenmenin bu ilkesi önem kazanmaktadır (Vural, 1995:15).

Tutumun diğer bir öğrenilme yolu da taklittir. İnsanlar başkalarının, özellikle güçlü ve önemli insanların davranışlarını taklit ederler. Özellikle çocuklar anne-babalarının davranışlarını taklit etmektedir. Taklit edilen kişinin taklit edenin gözündeki değeri fazla ise tutuma bağlanma söz konusudur; ancak taklit edilen kişi değer kaybediyorsa, birey tutumdan yavaş yavaş ayrılarak eski tutumuna geri dönebilmektedir (Vural,1995:15).

Çağrışım, pekiştirme ve taklit tutumların öğrenilmesinde temel mekanizmalardır. Birey uyaranlar tarafından etkilenmekte, öğrenme süreçlerinden birinin aracılığı ile öğrenmekte ve bu öğrenme tutumunu belirlemektedir. Sonuçta ise ortaya çıkan tutum, bireyin edinmiş olduğu bütün çağrışımları, değerleri ve bilgi parçalarını içine almaktadır (Freedman, Sears ve Carlsmith,1998:327).

2. Özendiriciler ve Çatışma

Özendiriciler kuramına göre, bir kişi kazançlarını en yüksek düzeye çıkaran tutumu benimsemektedir. Bir sorunun her yönünü gösteren nedenler vardır ve birey görüşü doğrultusunda, nedenleri güçlü olan tarafı seçmektedir (Freedman, Sears ve Carlsmith,1998:324).

Bir konumu kabul etmek için bireyin nedenleri bulunmaktadır, onu reddedip bir diğerini kabul etmek içinse başka nedenleri bulunmaktadır.

Özendiriciler kuramına göre, özendiricilerin görece güçleri, bireyin tutumunu belirlemektedir. Tutum değişikliği yalnızca kişi yeni tutumu benimsemek için, eskisini sürdürmek için olduğundan daha fazla özendiriciye sahip olabildiği zaman gerçekleşebilmektedir.

Tutumun, olumlu ve olumsuz öğelerin toplamı tarafından belirlendiğini ileri süren koşullanma görüşüne benzeyen bu görüş, özendiricilerin belirli bir konumu benimseyen bireyin kazanıp kaybettiklerini vurgulaması açısından farklılık göstermesidir (Freedman, Sears ve Carlsmith, 1998:327). Birey, çatışan amaçları olduğunda, kazancını en üst düzeye çıkarmaya çalışmaktadır.

3. İşlevselcilik

İşlevselci yaklaşımında, birey kendisi için gördüğü psikolojik işlev ya da sağladığı yararı göz önünde bulundurarak ilk tutumunu seçmekte ya da yeni tutuma geçmektedir (Freedman, Sears ve Carlsmith, 1998:325). Tutum değişimi konusuna işlevsel açıdan yaklaşanlar, tutumların bireyin gereksinimlerini gidermede araçsal olduklarını belirtmektedirler.

Katz, Smith, Bruner ve White'ın görüşleri tutumlar için işlevler belirlemiştir. Bunlar araçsal işlev, değer açıklayıcılık, ego savunma ve bilgi işlevleridir. Bu işlevlere daha önce değinildiğinden, burada kısaca hatırlatılacaktır.

Tutumun egoyu savunma işlevinde, kişinin kendine veya kendi grubuna yönelttiği olumsuz duyguları, diğer kişilere veya gruplara yansıtmalarına izin vererek, kişiyi bu duygulardan korumak söz konusudur.

Tutumun benlik gerçekleştirici ve değer ifade eden işlevinde, tutumlar, bireylerin değer yargılarına uygun seçimler yapmalarına yardımcı olmaktadır.

Bireylere, amaçlarına ulaşmalarına sağlayan yol ve yöntemleri seçmelerinde aracı olan tutumlar arzulanan hedeflere ulaşmada olduğu gibi, arzulananmayan hedeflerden kaçınmada da yardımcı işlev görmektedir (İnceoğlu,1993:19; Arkonaç,1998:176).

Tutumlar birey için bilgi birikimi oluşturmaktadır. Kişinin dünyasını düzenleme veya yapılandırma işlevlerine de hizmet ederler. Dış dünyadan gelen bilgilerin kategorileştirilmesini de sağlarlar.

4. Bilişsel Tutarlılık

Birçok kuramcı ve araştırmacı, insan davranışının temelinde tutarlı olma gereksinmesinin ya da güdüsünün bulunduğunu varsaymışlardır (Kağıtçıbaşı:149). Tutarlılık çabasına tutumlar arasında, davranışlar arasında, tutumlar ile davranışlar arasında, dünyanın algılanmasında ve kişilik gelişiminde rastlanabilmektedir. Severin ve Tankard'ın da belirttiği gibi insan, kendisine anlamlı ve duyarlı gelecek biçimde dünyayı düzenlemeye çalışmaktadır.

Bilişsel denge kuramları dört temel varsayımdan yola çıkmaktadır. Bunlar (akt.Vural,1995:17) :

- İnsanlar rasyoneldir.
- İnsanlar rasyonelleşebilirler.
- İnsanlar denge yaratma çabası içindedirler.
- İnsanlar dengesizlikten kaçınmak için tutum ve davranışlarını düzeltir.

Bilişsel tutarlılık kuramına göre, birbirleri ile tutarsız birçok inanç ve değere sahip olan birey, bunları daha tutarlı hale getirmeye çalışmaktadır. Eğer bilişleri tutarlı iken, tutarsızlığa yol açacak yeni bir bilişle karşılaşmışsa, tu-

tarsızlığı en aza indirmeye çabası içinde olacaktır (Freedman, Sears ve Carlsmith,1998:330).

İnceoğlu, insanların tutarsızlıkların nedenleri şöyle sıralamıştır (İnceoğlu,1993:32) :

- İçinde yaşadığımız toplumda, farklı gerekleri olan çelişkiler söz konusudur.
- Sosyal sürekli bir devinim ve gelişim içindedir. Bu durum da bireyin bilişlerini yenilikleri izleme ve katılmaya zorunlu kılmaktadır.
- Bireyin kendi ideallerine ters düşen dış baskılar altında olmasıdır.
- Kişilerarası etkileşim ya da tutum konusu ile doğrudan ilişki sonucu birey, daha önce edindiği bilgilere ve yaşam deneyimlerine ters düşen önerileri onaylayabilir.

İnsanlar, psikolojik gerileme ya da rahatsızlığa yol açan tutarsızlığı ortadan kaldırmak ya da azaltmak için içsel bir baskı yaratmaktadır.

İnsanların tutumları ile toplumsal normlar arasındaki dengenin sağlanmasında da bazı kuramlar ortaya konulmuştur (Vural,1995:19). Bunlar:

a. Denge Kuramı

Heider ve diğerleri tarafından, bilişsel tutarlılığa ilişkin olarak denge kuramı geliştirilmiştir. Dengesiz olan bir sistemin dengelilik yönünde değişeceği ana fikrinden yola çıkan kuramda, insanların kendi ilişkilerinde uyumu sürdürmek için bir denge sürecine girmesi gerektiği belirtilmektedir.

Heider denge kuramında iki birey ve bir tutum objesi arasındaki ilişki üzerinde odaklanmaktadır. İki insan arasında üçüncü bir insan ya da nesne hakkında varolabilecek düşünce uygunluğu ya da uygunsuzluğunun düzeyiyle ilgilenmektedir (Tekinalp ve Uzun,2004:112).

Denge kuramına göre, ögeler iki kişi bir tutum nesnesi, üç kişi ya da bir kişi iki tutum nesnesi olabilmektedir. Her durumda, her öge çifti arasındaki duygusal ilişki ya olumlu ya da olumsuz olarak nitelenebilmektedir. Bu üç ilişkinin üçü de olumlu ya da ikisi olumsuz biri olumlu ise durum dengelidir.

Heider, sadece olumlu ve olumsuz ilişkileri ele almakta, ya hep ya hiç tutum değişimini önermekte, hoşlanma derecesi temsil edilmemektedir (Kağıtçıbaşı:152-153).

Freedman ve diğerlerinin belirttiği gibi düzenli ve dış etkilere direndiği kabul edilen denge kuramında, dengesizlik, dengeli bir duruma dönüşme doğrultusunda değişim için kişi üzerinde baskıya yol açmaktadır. Bireyin psikolojisinde gerginliğe neden olan dengesizlik, denge halinin sağlanmasıyla bireyde rahatlamaya yol açacaktır.

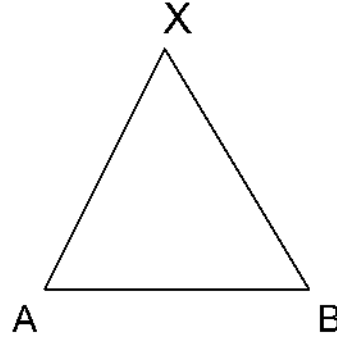
Heider'in araştırmalardan elde edilen sonuçlar şu şekildedir (akt.Vural, 1995:20) :

- Pozitif tutumlar değiştirilmeden önce negatif tutumlar değiştirilir.
- Değişmelere aracılık eden, ilişkilerdeki yönlendirmenin derecesidir. Bunun anlamı, bir obje hakkındaki negatif düşüncenin dozunu ya da derecesini azaltarak pozitif kazanım artırılmasıdır.
- Uzun süreli olan tutumlar, daha yeni biçimlenen tutumlara göre değişime daha çok direnir.
- Kaynakla mesaj arasındaki farklılık hissedildiği zaman, tutumlar mesaj kaynağına yönelmeden önce mesajı değiştirmeye yönelir.
- Bir tutum ya da ilişkiye çok zaman verilmesi, bireyin o tutumun değiştirilmesine daha çok direnmesine neden olur.

b. Simetri Kuramı

Heider'in denge kuramından etkilenen ve dengeyi bir kişinin kendi içindeki dengesinden kişilerarası dengeye taşıyan Newcomb, kuramı iki veya daha

çok insan arasındaki iletişime uygulamıştır. Newcomb “simetriye zorlama” öncülünden yola çıkarak, “iletişimin iki ya da daha fazla bireyin birbirlerine ve dış çevredeki objelere karşı eşanlı yönelimler oluşturmaları gibi temel bir işlevi yerine getirir” sayılıştısını ileri sürmüştür (McQuail ve Windahl,1997:39).



Newcomb modeli (1953)

(İki bireyin (A ve B) birbirine ve bir objeye yönelmeleri)

Newcomb yaptığı çalışmalarla, iletişimin ancak bazı koşullarda harekete geçirilebileceğini belirterek, kurama eklemeler yapmıştır. İletişim, kişiler arasında kuvvetli çekicilik olduğunda, objenin katılımcılardan en az biri için önemli olduğu durumlarda ve obje X’in her iki taraf için ortak bir uygunluğun olduğu durumlarda gerçekleşebilmektedir (McQuail ve Windahl, 1997:40).

Tutumdaki değişimleri doğrudan ele alan bir kuram olmaktan daha çok, iletişim ya da etkileşim yoluyla kişilerarası ilişkilerdeki dengenin nasıl oluştuğuyla ilgilenen simetri kuramı, bireylerin tutumlarının belirlenmesinde çevredeki insanların, içinde bulunulan grubun ve kişilerarası ilişkisinin önemine değinmektedir (Vural,1995:21).

c. Uygunluk Kuramı

Charles Osgood ve Percy Tonnenbaum, dengeye farklı bir açıdan, yalnızca bir kişinin, diğer bir kişi ya da nesneye yönelik olumlu ya da olumsuz tutumunun etkisi üzerinde duran uygunluk kuramını geliştirmişlerdir.

Değişmelerin analiz edildiği uygunluk kuramında, bireyin tutum objesine ya da nesnesine karşı hoşlanma düzeyi belirlenmeye çalışılmakta, Vural'ın da belirttiği gibi tutum düzeyi önemli görülmektedir.

Uygunsuzluk, değişiklik yönünde baskı yaratmaktadır ve değişikliğin yönü tutarlılıktır. Ancak uygunluk kuramı daha da ileri gitmekte ve bu değerlendirmelerin her birinin gücünü dikkate almaktadır. Uygunluk kuramı her öğedeki değişme miktarının, onun göreceli gücüyle ters orantılı olacağı varsayımından hareket etmektedir (Freedman, Sears ve Carlsmith, 1998:331).

d. Bilişsel Çelişki Kuramı

Bireyin kendi iç dünyasında tutarsızlıklardan arınmak için bilişleri, duyguları ve davranışları arasında tutarlılık sağlamaya çalıştığı varsayımına dayanan bilişsel çelişki kuramının en belirgin odak noktası, inanç ya da tutumlarla açık davranışlar arasındaki tutarsızlıklardır.

Festinger'e göre eğer kişinin sahip olduğu bir inanç, bilgi ya da tutum yine o kişinin sahip olduğu bir başka inanç, bilgi ya da tutumun tersini gerektirirse, bu iki inanç, bilgi ya da tutum arasında bilişsel çelişki bulunmaktadır (Kağıtçıbaşı:158).

İnsanların sahip olduğu bilişsel öğeler üç ilişkiden birinin içinde yer almaktadır. Bir tutum ya da bilgi, başkalarının tutum ya da tutumlarıyla ilişkisiz,

uyumlu veya uyumsuz olabilmektedir. İlk iki ilişki durumunda çok az tutarsızlık bulunurken, üçüncü ilişkide asıl çelişki ortaya çıkmaktadır.

Vural, Festinger'in dile getirdiği bilişsel çelişki nedenlerini şöyle sıralamaktadır (Vural,1995:23) :

- İnsanların kendi mantıksal tutarsızlıkları,
- Kültürel gelenek ve göreneklerin farklılığı,
- Genel bir görüş içinde tanımlanan özel görüşlerin tutarsızlığı,
- Geçmiş deneyimlerim bugünkü deneyimlerle farklılığı bilişsel çelişkiler yaratır.

Kurama göre, bu tür bilişsel çelişkiler kişiye sıkıntı veren ve bireyde psikolojik gerginlikleri yaratan durumlar olduğundan, kişide bu çelişkiden kurtulmak için bir güdülenme meydana gelmektedir. Birey karşılaştığı çelişkilerden kurtulabilmek için davranışı veya çevresi ile ilgili bir bilişi değiştirebilir, yeni bilişler ekleyebilir, bir ya da birkaç bilişinin daha az önemli olduğuna karar verebilir.

Festinger bilişsel çelişkiyle ilgili olarak şöyle bir formül oluşturmuştur :

$$\text{Çelişki} = \frac{\text{önem x çelişen bilgilerin sayısı}}{\text{önem x uyuşan bilgilerin sayısı}}$$

Festinger'in oluşturduğu formüle göre, çelişen bilgiler arttıkça, bilişsel çelişki de artacaktır. Bilişsel çelişkiyi azaltmak için çelişen bilgilerin sayısını azaltmak ya da uyuşan bilgilerin sayısını arttırmak gerekmektedir .

İKİNCİ BÖLÜM

PEMBE DİZİLER

I. PEMBE DİZİ

A. Pembe Dizinin Tanımı

Mutlu Binark'ın tanımıyla pembe dizi, televizyonda gündüzleri kadınlara yönelik olarak yayınlanan, sonu bir türlü gelmeyen, her bölümü öykünün en heyecanlı bölümünde sona eren, çeşitli yan olaylarla beslenen, bölümler arasında küçük dorukların geliştirildiği ve haftanın beş günü yayınlanan televizyon program türüdür.

Televizyonda melodramın en açık kullanıldığı program türlerinden biri olan pembe dizilerde, olaylar duygular üzerine kurulmuştur. İyiler ve kötülerin yer aldığı pembe dizi dünyasında her an her şey mümkündür.

Pembe diziler kişisel sorunları yansıtmakta, konuşmaya dayanmakta, yavaş ilerlemekte ve gecikmiş tepkileri vurgulamaktadır. Pembe diziler, bazı duygusal durumların –evlilik, doğum, boşanma, ölüm gibi – yaş, karakter, toplumsal ortam ve sınıfsal farklılıklara göre sınındığı yapımlardır. Bu doğrultuda da izleyicilere, belli duygusal değişimler sonucunda nasıl hareket edebileceğini sinama olanağı vermektedir (Geraghty,1991:60).

Pembe dizilerin hedef kitlesini orta sınıf izleyiciler oluştururken, odak noktasını ise özellikle ev kadınları oluşturmaktadır. Ev kadınlarının odak nokta olarak seçilmiş olması, bu türün biçim ve içeriği üzerinde belirleyici etkide bulunmaktadır.

Sponsorluğunun, sabun ve deterjan gibi temizlik ürünleri üreten Procter&Gamble, Palmolive-Colgate-Peet gibi firmalarca sağlanıyor olması, bu türün "soap opera" olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Bu firmalar

ya doğrudan bu programların sponsorluğunu yapmışlardır ya da reklamlarını bu programlar içinde yayınlamışlardır. 1950 yılında NBC televizyonunda yayınlanan ilk gündüz pembe dizisi "The First Hundred Years", Procter&Gamble firması tarafından yaptırılmıştır.

Marry Ellen Brown, pembe dizilerin karakteristik özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır (Brown,1994:48-49):

Kadın karakterler merkezedirler ve ev dışındaki dünyada olduğundan daha güçlüdürler.

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

Pembe dizi konusunda pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir. Bunlardan biri de Tamar Liebes ve Sonia Livingstone'un, Avrupa pembe dizileri ve bunların sınıflandırılmasıyla ilgili yaptığı çalışmadır. Bu çalışmaya göre pembe dizi türünü belirli kategorilere ayırmışlardır. Bunlar: Hanedanlık (dynastic), topluluk (community) ve İkili ilişkiler (dyadic) (Liebes ve Livingstone,1998:153-170).

Hanedanlık modeli, güçlü bir aile ve ona bağlı bazı ailelere odaklanır. Aşk, evlilik ve rekabetle ilgilidir. Bu modelde yer alan ailelerin, çevrelerindeki hayatı organize etmek için yeterince gücü vardır. Ayrıca bu parasal güç, si-

yasal gücü de dönüştürülebilmektedir. Amerikan gece pembe dizileri, örneğin Dallas bu gruba uymaktadır.

Topluluk modeli, çalışan orta sınıf insanları ve yalnız karakterleri konu edinmektedir. Birbirlerinden bağımsız birçok farklı nesil bir arada yaşamaktadır. Duygusal ilişkilerden ve kan bağı daha çok komşuluk ilişkileri ve topluluğa ait olmak önem taşımaktadır. Coronation Street, East Enders gibi İngiliz pembe dizileri bu modelde değerlendirilmektedir.

İkili ilişkiler modeli, bir grup genç insanın yoğun ilişkilerinin yaşandığı, daha az neslin olduğu, değişen çiftlerin bulunduğu bir pembe dizi türüdür. Bu dizilerde geçmiş, şimdi ve geleceği de içeren romantik bağlantılar vardır. Amerikan gündüz pembe dizileri bu grupta yer almaktadır. The Young and The Restless bu modele örnektir.

B. Pembe Dizinin Tarihsel Gelişimi

Pembe dizinin geçmişi 18.yüzyılda Avrupa'da her hafta bir bölümü okurlara sunulan "feuilletons"lara dayanmaktadır. 1930'lara değin bu popüler edebiyat türü, fotoroman olarak gelişimini sürdürmüştü; daha sonra radyo dramalarına uyarlanmıştır (Binark,1992:10).

1740'ta yayınlanan ve ilk modern roman olarak düşünülen Pamela ve onu takip eden birçok romanda olduğu gibi pembe dizi öyküleri de sıradan insanlar ve onların günlük hayatlarındaki sıradan olaylar hakkındadır (Cantor ve Pingree,1983:20).

Radyo pembe dizilerinin geçmişi, 1930 yılında Chicago'daki WGN radyo istasyonunun, Ohio'lu öğretmen Irma Philips'i kadın izleyicilere yönelik dramatik bir programın metnini yazmak için işe almasına dayanmaktadır. Philips'in yazdığı "Painted Dreams" adlı program büyük başarı kazanınca,

diğer radyo istasyonları da bu formatı benimseyerek 1933 yılından itibaren uygulamaya koymuşlardır (Allen,1983:309).

Pembe dizi yaratıcıları arasında Frank Hummert ve eşi de akla gelen ilk isimlerdendir. Frank Hummert'ın 1931 yılında yaptığı ilk gündüz dizisi "Stolen Husband" başarısız olmuştur, ancak daha sonraki dönemde ulusal radyo yayınında başarıya imza atan ve yedi yıl süren ilk pembe diziyi "Betty ve Bob"u hazırladılar (Cantor ve Pingree,1983:40-41).

1930'lu yıllarda pembe dizilerin kadın dinleyici sayısı gittikçe artmıştır. 1930'lu ve 1940'lı yıllar radyo pembe dizilerinin en başarılı olduğu dönemlerdi. Bu dönemde radyoda 64 pembe dizi hem gündüz hem akşam yayınlanmaktaydı. 1950'li yıllar süresince pembe diziler televizyonlarda da yayınlanmaya başladı. Bu durum sonucunda, radyo yayıncılarının giderek reklam destekleri ve dinleyicileri azaldı. 1955 yılına gelindiğinde, dizilerin radyolardaki yayın hayatları sona erme eğilimi göstermeye başladı. 1959-1960 yıllarında ABC bütün pembe dizileri, NBC "True Story" dışındaki tüm dizileri, CBS ise yedi dizinin dışında diğerlerinin yayınına son vermiştir. 1960 ve 1961 radyolarda pembe dizilerin yayınlandığı son yıllar olmuştur (Cantor ve Pingree,1983:32,39,40).

İlk düzenli televizyon pembe dizisi 1947 yılında yayınlanmaya başlayan fakat ömrü fazla uzun olmayan "A Woman To Remember"dır. Bu diziden sonra Procter&Gamble'ın sponsor olduğu "The First Hundred Years" CBS'te yayınlanmaya başlandı. 1951 yılında NBC 1986 yılına kadar devam eden "Search for Tomorrow"ı, 1952'de CBS "Guiding Light"ı ve 1966'da da "As the World Turn"ü yayına sokmuştur. ABC ise 1956'da "Edge of the Night"ı ve 1963'te "General Hospital"ı yayınlamaya başlamıştır.

Pembe dizi orijini Amerika olmakla birlikte, İngiltere başta olmak üzere, diğer ülkelerde de televizyon dramasının önemli bir türü haline gelmiştir. İngiliz pembe dizileri "Coronation Street" ve "Crossroads" İngiltere'de en çok izlenen programlar arasında ilk sıralarda yer alacak kadar ilgi çekmiştir. İngiliz seriyallerinde aile sorunlarından çok, toplumsal ve mahalli sorunlara

yoğunlaşmaktadır. Coronation Street, Crossroads ya da Eastenders gibi İngiliz seriyallerinde, anlatının ilerlemesini sağlayan ailenin yokluğu bireysel ilişkilerin daha çok topluluk içinde oluşmasına yol açmaktadır (Kaplan,1992:70)

Pembe diziler izleyicide öylesine bağımlılık yapmıştır ki yayını yalnızca bazı önemli olaylar nedeniyle kesilmiş ya da saatleri değiştirilebilmiştir. Ancak John Kennedy'nin öldürülmesi, Ronald Reagan ve Papa II. Paul'e yapılan suikast girişimleri gibi durumlarda pembe dizi yayını durdurulabilmiştir.

II. PEMBE DİZİLERİN ÖZELLİKLERİ

A.PEMBE DİZİLERDE ANLATIM ÖZELLİKLERİ

1.Olaylar Dizisi

Televizyonda yayınlanan dizi ve seriyallerin anlatım biçimleri arasındaki farklılık ve benzerlik, dizisel (paradigmatic) ve sözdizimsel (syntagmatic) yapılarla, zamansal ve mekansal ilişkilerle kendini göstermektedir. Dizisel form, televizyon programcılığının "paradigmatic" biçimidir (Kaplan,1992:53). Seriyali oluşturan tek tek bölümlerde kesintisiz bir öykü anlatılır ve her bölüm bu öykünün en heyecanlı yerinde kesilir. Seriyallerin öyküleri bir ana olay dizisinin yanı sıra, iç içe geçen çok sayıda yan olay dizilerinden oluşur (Mutlu,1991:197-198).

Pembe dizilerin olaylar dizisi birbirine paralel devam eden veya kesişen birçok olayın birlikte örülmesi ile oluşturulur. Bu olaylar peş peşe, yan yana veya birbirinin içine geçmiş şekilde kullanılarak senaryoyu meydana getirir. Yan olay dizileri ana olay dizisinin alt birimleri olmaktansa, her biri kendi ba-

şına ilerleyen bağımsız olay dizileri şeklindedir (Mutlu,1991:312). Bu nedenle yan olaylar sonuca ulaşsa bile pembe dizi sonlanmaz. İzleyiciler son duygusunu yaşamaz. Kimi zaman bir yan olay ön plana geçerken, kimi zaman da diğer bir konu gündeme getirilir. Pembe dizilerde yer alan çok sayıdaki olay dizisi bu türü daha etkili kılmaktadır. Olayların çözümü sürekli ertelenmektedir. Özellikle haftanın son bölümünde, pembe dizedeki olay en heyecanlı noktada bırakılarak izleyicinin merak etmesi sağlanmaktadır. Olaylar dizisi içinde bir olayın sonlanması izleyicinin zaman zaman ihtiyacını duyduğu son hissini ona yaşatacaktır. Bu nedenle küçük bitişler geçici ve sıktır, ama bunlar kesin çözüm değildir. Tamamlanmamış bu anlatı yapısı, gerçek yaşam deneyimini yeniden üreterek izleyicinin programa etkin katılımını sağlar (Mutlu,1991:311-313).

Pembe dizi dünyasında denge unsuru aranmamalıdır. Denge bazen bozulur, bazen de yeniden kurulur. Bu dünya başlangıcında olsun, sonunda olsun, devamında olsun hatta çeşitli nedenlerle yayından kaldırıldığında olsun, tam olarak dengeye sahip olmamaktadır veya olamamaktadır. İzleyiciye minik finaller yaşatılmaktadır (Fiske, 1987:18).

Olaylar dizisi, ilişkiler arasındaki çatışmalarla gelişmeye başlar, çatışmaların neden olduğu çeşitli düğümlerle ilerler ve doruk noktaya ulaşır. Pembe dizilerin anlatı yapısı aksiyondan çok diyaloglara yöneliktir. İzleyicilerinin ilgisi karakterlerin tepkisi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu nedenle anlatı yapısında konuşma örgüsü önem kazanmaktadır.

Pembe dizilerin anlatı yapısı yavaş ilerler ve hatta günlük yaşam hızına paralel devam eder. Gerçek zamanla dizinin zamanı özdeşleştiğinden, çoğu ev kadını olan izleyicilerin öyküden kopmaması, diziyi takip etmekte zorlanmamaları, bir iki bölümü kaçırmakla diziden uzaklaşmamaları sağlanmaktadır.

Pembe dizilerin anlatı zamanı öykünün gerektirdiklerine boyun eğeceği yerde, anlatı yöntemini belirler ve diğer biçimsel yapıların oyuna dahil edilmesini sağlar. Anlatı kurgusunda temel alınan unsur, aksiyondan çok za-

mandır. Zaman kurgusunda izleyicinin dünü, bugünü ve yarını temel alınır (Geraghty,1991:20). Zaman neredeyse bitimsizdir ve bu anlatı yapısı içinde doğumlar, evlilikler, hastalıklar, boşanmalar, hukuk davaları, sadakatsizlikler karmaşık biçimde işlenir.

Anlatı yapısında belirli aralıklarla daha önceki olaylar hatırlatılır, karakterler o konuyla ilgili konuşmalar yaparlar. Öykü olayları seriyalin önceki bölümlerinde gösterilmemiş bile olsa bu olaylar karakterler arasında yapılan dedikodular, konuşmalar ya da flashback yoluyla izleyiciye anımsatılır (Kaplan,1992:56). Pembe dizilerde bölüm içi olabileceği gibi bölümler arasında da artık bilgi sağlanır. Tek bir bölüm süresince izleyicinin bildiği şeyler sıkça tekrarlanır; bölümler arasında ise önceki bölümlerdeki olayları anımsatmak amacıyla artık bilgilere başvurulur (Allen,1983:315).

Pembe dizi dünyasının kendine özgü özelliklerinden biri de gizlerdir. Dizin ana unsurları izleyici tarafından bilinir, ancak izleyiciye birkaç giz sunulur. Böylelikle izleyiciler bu gizlerin neler olduğunu merak ederek diziye bağlanırlar. Ayrıca karakterlerin hayatlarını ilgilendiren bazı bilgilere sahip olmanın keyfini de yaşarlar. Karakterler arasındaki bilgi alış-verişi, pembe dizi öykülerinin harekete geçmesini ve hareketliliğini sürdürmesini sağlayan bir etkidir.

Pembe dizilerde en sık rastlanan konuları Kathryn Weibel şöyle sıralamaktadır: kötü kadın, büyük fedakarlık, ayrı yaşayan bir sevgili/eşin yeniden kazanılması, kadınla parası, saygınlığı vb. için evlenmek, nikahsız anne, çocuğun gerçek babası ile ilgili komplolar, ev kadını olmak ile meslek sahibi olmak ikilemi, alkolik kadın (ve bazen erkek).

Charles Dery ise pembe dizilerdeki olayları şu şekilde sıralamıştır :

- Çeşitli engellerle karşılaşan aşk öyküleri
- Yavaş ve uzatılan ölüm olayı
- Ani veya beklenmedik kaza veya ölüm
- Bir cinayete veya bir felakete dönüşen kişisel öfkeler
- Akıl hastalığı olan katilin ortaya çıkması

- Şizofrenik kişilik belirmesi
- Romeo ve Juliet hikayesi
- Hafıza kayıpları
- İstmeden iki kişi ile evlilik
- Kariyer çekişmeleri
- Romantik ve cinsel maceralar

Pembe dizilerde yer alan problemler, yıllar içinde değişiklik göstermiştir. Bununla ilgili yapılan bir çalışmayı Cantor ve Pingree tablolastırmıştır.

Problem tipi	1941	1970	1977
Evlilik	18	29	28
Aile	10	12	22
Sağlık	9	24	16
Sosyal	22	14	11
Aşk	16	7	11
Cinayet	9	14	11
Diğer	16	0	0

1944 = Arnheim

1972 = Katzman

1982 = Greenberg

2. Diyaloglar

Olaylar dizisinin iç mekana dayalı olması, fiziksel hareketlere pek yer verilmemesi diyalogların ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Konuşma örgüsünün önem kazandığı pembe dizilerde genellikle resmi olmayan, gündelik bir dil kullanılır. Karakterlerin konuşmaları yüz ifadeleriyle desteklenmektedir. Pembe dizilerde Modleski'nin deyimiyle "klostrofobik" yakın çekimler kullanılarak, karakterlerle izleyiciler arasındaki içtenlik duygusu artırılmakta

ve izleyicilerin karakterlerin duygusal dünyalarını anlamaları kolaylaştırılmaktadır.

Pembe dizilerdeki karakterler gerçek hayatın tersine çok fazla konuşurlar. Pembe dizilerdeki eşler bile gerçek hayattakinden daha fazla konuşmaktadır. Duygularını, çok sinirlendikleri zamanlarda bile, anlaşılır bir şekilde ifade ederler ve hiç kimse karşısındakinin sözünü kesmez (Kula,2000:27). Karakterler oturarak ya da ayakta durarak, kımıldamaksızın birbirleriyle konuşur, tartışır, genellikle birkaç adımdan fazla hareket etmezler. Konuşmalar çoğunlukla üç karakter arasında geçer, daha fazla karakter bulunmaz.

Karakterler aslında izleyicilerin onlardan bekledikleri duygu, sevgi, korku, öfke, arzu, vb. konular üzerine konuşurlar. Pembe dizilerde bireylerin küçük, gündelik sorunları bile bütün topluluğun derdidir. Herkes bu konuları birbiriyle konuşur, ancak kendilerini ve ailelerini geçindirmeye çalışan insanların maddi sorunları konuşmalar içinde yer almaz.

Seriyelerdeki anlatıların sürgit devam etmesi nedeniyle, bir seriyalin dünyası, anlatının gelişip ilerlemesiyle birlikte kırılmaların, parçalanmaların, tehlikelerin ve yeni sorunların patlak verdiği bir dünyadır (Fiske,1987:180). Seriyal anlatısı, dönüşümler, kontrastlar, tekrarlamalar yoluyla ilerlediği için, izleyici yönünden farklı bakış açıları yaratmakta, farklı öyküler anlatmakta ve izleyiciyle çok katmanlı bir özdeşleşme sürecine girmektedir (Kaplan,1992:64).

Sözlü eylem fiziksel eylemlere tercih edilir. Çünkü öykü olayları ve öykülerde söz konusu edilen bilgiler, oyuncular arasındaki konuşmalar, dedikodular aracılığıyla gelişmekte ve böylelikle yeni sorunlar ve sürtüşmeler öyküye girebilmektedir.

3.Karakterler

Olay örgüsünün tamamen diyaloglara dayandığı pembe diziler, diğer televizyon program türlerine göre en çok karaktere sahip formattır. On-on iki tanesi önemli olmakla birlikte yaklaşık kırk kadar karakter dizilerde yer almaktadır.

Pembe dizi karakterlerinin ilişkilerinde akrabalık, romantizm ve sosyal ilişkiler mevcuttur. Favori karakterlerde ise akıllılık, inanılabilirlik ve duygusallık dikkati çekmektedir. Tercih edilen kadın karakterler ise duygulu, bağımsız ve tutkuludur (Skill ve Cassata,1983:31).

Kadın karakterler, pembe dizi dünyasında ön planda yer almaktadır. Bu kadınlar, farklı sosyal konumlara sahiptirler ve öyküdeki işlevleri de çeşitlidir (Geraghty,1991:27-28).

Dizilerde her ne kadar farklı kadın karakterler yer alsa da, karakterlerde belirgin bir şekilde göze çarpan iyi-kötü kutuplaşmasıdır. İyiler kadınlar her zaman kötülerin kurbanı olarak; kötüler ise ne istediğini bilen ve amaçlarını gerçekleştirmek için her türlü aracı kullanmayı meşru sayan karakter olarak sunulmaktadır. Kötü kadın karakterler acının ve mutsuzluğun kaynağı olarak kadın izleyicilerin ideal benliğinin tam karşısını temsil etmektedir (Modleski,1981:187). Kötü kadın karakter her türlü olayda kendi çıkarını gözetir. Onlar için sahip olunan çocuklar, hamilelik, sakat kalma, hastalanma hep bir tehdit aracıdır. Bu tip karakterlerin en çok yaptığı şeylerden biri de dedikodudur. Topluluk için bilgi alışverişini sağlayan bu kişi aslında vazgeçilmezdir ama aynı zamanda da güvenilmezdir. Kötü kadın ve erkek karakterler arasında dikkat çeken ortak nokta ise, her iki grubun da paraya ve cinselliğe olan düşkünlüğüdür.

Pembe dizilerde iyi karakterler dürüst, sadık, içten insanlardır. Her zaman ait oldukları toplum tarafından sevilir, sayılırlar. Ailelerine çok bağlıdırlar. Pek yanlış yapmazlar, ancak yaparlarsa da endişe ve suçluluk duyarlar. Çevrelerinin onaylamadığı hareketler ve davranışlardan kaçınırlar. Yalnız iyi karakter

terlerin de haklı sebepleri olduğunda kırıcı, saldırgan olabilmeleri mümkündür. Kötüler ise baştan çıkarıcı, kıskırtıcı, suça yönelik hareketlerde bulunurlar. Genellikle pembe dizilerde kötü karakterler olaylara neden olandır ve olayların şekillenmesine yardımcı olurlar.

Karakterlerin korkuları, öfkeleri, sevgileri, arzuları gibi iç dünyaları yansıtılır, ama bireyler gerçek ve rasyonel olarak düşünüp taşınmazlar. Diyaloglar, her zaman dürüst değildir, genellikle üstü kapalı konuşurlar, neyi kastettiklerini söylemezler ya da söylediklerinden daha fazlasını kastederler (Ang,1985:73).

İzleyiciler için pembe dizi kahramanları, oldukça gerçektir. Pembe dizi tutkunları, karakterleri gerçekten yaşıyor gibi kabul etmekte ve hatta onların hayatına müdahale etmek istemektedirler. Hatta izleyiciler mektuplar aracılığıyla seriyallerde olup bitene karışma ihtiyacı duymakta, tepkilerini dile getirmektedirler.

Seyirciler dizilerin dünyasına kendilerine öylesine kaptırmaktadırlar ki zaman zaman dizilerde kötü karakteri oynayan oyunculara, günlük hayatta rastladıklarında hakaret etmekte, hatta şiddet kullanabilmektedirler.

Pembe dizi karakterleri her ne kadar izleyicide gerçekmiş izlenimi uyandırır da yaşam rutinlerinden uzak olmaları onları yapaylaştırmaktadır. Karakterler tuvalete gitmez, banyo yapmazlar. Genellikle yemek yemez ya da ayak üstü bir şeyler atıştırırlar. Yemek yedikleri yerler oldukça lüks mekanlardır. Kadın ve erkek karakterler çoğunlukla bakımlı ve şık giyimlidirler. Erkekler yakışıklı, kadınlar güzeldir. Zengindirler, toplumun üst sınıfında yer alırlar. Büyük malikanelerde yaşarlar, hizmetçileri ve uşakları vardır. Son model arabalarla seyahat ederler. Kitap okumaz, sinemaya gitmez, siyaset konuşmazlar.

Filmlerde oyuncular rolleriyle ne kadar özdeşleşseler de, seyirciler daha çok onları gerçek yaşamdaki adlarıyla tanırlar. Matrix filminde karakterin adı Neo olabilir, ama izleyiciler onun gerçek adının Keanu Reeves olduğunu çoğunlukla bilirler. Halbuki pembe dizi dünyasında oyuncuların gerçek adları

pek bilinmez. İzleyicilerin hafızalarında yer eden daha çok onların oynadığı karakterin ismidir. Örneğin Yalan Rüzgarı adlı dizide Nicky Abbot'ı diziye izleyen hemen herkes bilirken, bu oyuncunun gerçek adını bilen neredeyse yoktur.

Pembe dizilerin karakterleri topluluğa ait bireylerdir. Topluluğun hemen hemen bütün bireyleri birbirini tanımaktadır. Genellikle karakterler birbirlerinin sorunlarını paylaşmaktadır. Bu yapımlarda kesin bir son olmadığı için her zaman diziye yeni karakterler eklenebilmekte ya da çıkarılabilmektedir. Kimsenin geleceği belli değildir, karakterlerin yaşamları açık uçludur. Bu da her an her şey olabilir duygusunu canlı tutmaktadır.

İzleyiciler, pembe dizilerin karakterlerini günlük hayatın bir parçası gibi görmeye başlarlar. Karakterler onlar için ailelerinden biri, yakın arkadaşları veya tanıdıklarıdır. Günlük hayatta yaşadıkları veya yaşamaları bile farkında oldukları sorunları yaşayan bu karakterler aracılığıyla, belli olaylar karşısında nasıl tepki verebileceklerini ve belirli durumlarda nasıl davranacaklarını öğrenebilmektedirler (Mutlu,1991:306-307).

Pembe dizilerde karakter sayısı oldukça fazladır. Ayrıca bu karakterlerin hepsi aynı anda ön planda yer almaktadır. Öykü yapısına bağlı olarak değişik karakterler ön plana çıkmaktadır. Kimi zaman günlerce izlediğimiz karakteri uzun bir süre görmememiz de mümkündür. Bu nedenle izleyici tek bir karakterle kendini özdeşleştirememektedir. Zaten Sonia Livingstone'un yaptığı araştırmada elde edilen bulgulara göre, izleyicilerin çoğunluğu kendilerini karakterlerle özdeşleştirmek yerine, bu karakterleri yakından tanıdıkları bazı kişilerle özdeşleştirmektedirler.

Karakterler çoğu zaman, izleyicinin tanıdığı çoğu insandan daha gerçektir, çünkü izleyiciler bu karakterleri gerçek tanıdıklarından daha iyi tanırlar. İzleyiciler bu karakterlerin hayatlarındaki hemen her şeyde hazır bulunmakta, onların aşk ilişkilerinden aile sorunlarına kadar her sorunlarına ortak olmaktadır (Esslin,1991:43).

Pembe dizi dünyasında altı belirgin küme karakteri saptamak mümkündür (Cassata,1983:87 ve Mutlu,1991:310):

“Bunların ilki ailenin düşünürleri ya da filozoflarıdır. İkincisi güzel, yetenekli ama yoksul olan külkedileri, sinderellalardır. Doktorlar ve hastabakıcılar hastalardan daha çok sayıda olup, meslek sahibi insanlar kümesini oluştururlar. Bu kümede doktorların çoğu psikiyatrist olup, ayrıca avukatlara da sık rastlanır. Avukat ve doktorların çokluğu, soap dünyasının gerek ruhsal ve bedensel, gerekse yasal bakımdan hastalıklı bir dünya olduğunu da göstermektedir. Dördüncü kümede sürekli bir bağımlılığı olmayan genç kadınlar bulunur. Düzenli bir yaşam tarzı olmayan erkekler beşinci kümeyi oluştururlar. Bu soap dünyasında kadın-erkek sayısını eşitlemenin anahtarı olan bir etmendir. Son kümede her iki cinsten düzgün ve temiz bir yaşantısı olan insanlar bulunur.

Pembe dizilerdeki karakterleri fazlasıyla kutuplaştırılmıştır. Bu dünyada güçlüler- zayıflar, iyiler-kötüler, masumlar-suçlular, vb. bulunur. Pembe dizi tutkunları karakterlerin davranışlarına, özelliklerine öylesine aşınadırlar ki bu karakterlerde meydana gelen en ufak değişikliği bile fark edebilmektedirler.

B. PEMBE DİZİLERDE ZAMAN VE MEKAN

1.Zaman

Zaman kurgusu, pembe dizi anlatısının ayırt edici özelliklerinden biridir. Pembe dizinin bölümleri arasında geçen zaman, öykünün kurgusuna değil, bölümler arasında izleyici için zamanın geçişine koşut olarak programda geçen bir tür zaman düzenine bağlıdır (Geraghty,1991:20).

Allen, dizilerin süreklilik hissi uyandırdığını dile getirir: “Pembe dizi topluluğu, tek tek üyelerinin yaşadığı çalkantıdan ya da herhangi bir karakterin alinyazısından çok az etkilenen, kendini sonsuza kadar yaşatan, kendini koruyan bir sistemdir.”

Dennis Porter da zamanın ilerleyişinin az olduğunu ya da hiç olmadığını söylemektedir : “Pembe dizide zamanla hiçbir şey büyümmez ya da olgunlaşmaz, hiçbir şey çürümez ya da bozulmaz... Ne gelecek ne de geçmiş söz konusudur, ancak her günün bir öncekine ya da bir sonrakine benzediği, hiçbir özelliği olmayan sonsuz bir şimdiki zaman mevcuttur.”

Pembe dizilerde konu anlatımı yavaştır ve olaylar ağır bir şekilde ilerlemektedir. Olaylar neredeyse gerçek yaşama paralel devam etmektedir. Bu yavaş akış, bu türün ev kadınları için geliştirilmiş olmasının bir sonucudur. Kadın izleyiciler böylelikle diziden geri kalmamakta, ev işlerini ve diğer işlerini yapmaya fırsat bulmaktadırlar.

Pembe dizilerde olaylar o kadar yavaş ilerlemektedir ki bazen gerçek hayattakinden daha da yavaş olabilmektedir. Hamilelikler dokuz ay on gün sürmemekte, zaman zaman bir yılı geçmektedir. Hamilelikler bu kadar uzun sürerken, bebeklerin büyümesi bu kadar zaman almamaktadır. İki-üç yıl sonra bu çocukların dördüncü veya beşinci yaşlarının kutlanmakta olduğu görülebilmektedir. Zaten pembe dizi kahramanları neredeyse aynı yaşta kalırken, çocuklar hızla büyümektedir. Benzer bir durum yılbaşlarında yaşanmaktadır. Bir bölümde başlayan yılbaşı kutlaması, günlerce sürmektedir. Zamanın geçtiği, izleyicinin gerçek dünyasına yapılan göndermelerle belirtilir. Yılın hangi zamanında olduğumuz, mevsimlerin geçişi, dini günler özenle yansıtılır.

Pembe dizilerde zamanın gerçek zamana yakın ilerlemesi, öykünün ağır sürmesi, karakterlerin gelişimi için fazla zaman sağlar. Karakterler evlenir, çocuk sahibi olur, yaşlanır, hatta torun sahibi olurlar, bazen de ölürlər. İşte bu durum pembe dizilerin anlatı yapısının gerçek gibi görünmesinin temel nedenidir (Kula,2000:37).

2. Mekan

Pembe dizilerde zamanın geçişinin ele alınış tarzı, kendini mekan ve set düzenlemelerinde gösterir. İzleyicide sete ve karakterlere aşinalık duygusu yaratmak, izleyicinin diziden keyif almasını sağlayacaktır. Aynı zamanda mekanın, izleyicilerin öykülerin geçtiği seti ayrıntılarıyla tanımalarını sağlayacak şekilde oluşturulması, pembe dizilerde zamanın kullanılış biçiminin bir sonucudur (Geraghty,1991:22).

Pembe dizilerde mekanlar genellikle iç mekandır. Pembe diziler aksiyondan çok tepkilere, yani diyaloglara önem veren bir anlatı yapısına sahiptir ve haftanın beş günü izleyiciyle buluşması nedeniyle pembe diziler daha ucuza mal edilmektedir. Aksiyona dayalı dış çekimler yapıldığında maliyet yükseleceğinden ve de zamanında yayına yetiştirilmesi zor olacağından kent, kasaba gibi dış mekanlar izleyicinin hayal dünyasına bırakılmakta, iç mekanların sayısı düşürülmektedir.

Dizilerin iç mekanlarda çekilmesinin diğer bir önemli nedeni ise, içerikleridir. Kişisel dünyalara yönelik olan temalar ev, iş yeri gibi mekanlarda çekim yapılmasını gerektirir. Özellikle oturma odaları pembe dizilerin vazgeçilmez çekim yeridir.

Pembe dizi dünyası, mekan olarak yakın çekim ve ikili çekimlerle sunulur; bu, izleyicinin dikkatinin sırasıyla bir yüz ifadesine, kişilerin birbirleriyle ilişkilerine odaklanmasını sağlayan önemli bir stratejidir (Allen,1985:66). Pembe dizilerde tanıtım çekimlerine de yer verilir. Tanıtım çekimleriyle, olayın geçeceği yer ve neler olup biteceği hakkında bilgi verilir.

Pembe dizilerde gece kulüpleri ve restoranlar da kullanılan mekanlardır. Buralar daha çok karakterlerin birbirleriyle tanıştıkları ya da baş başa yemek yedikleri yerlerdir. Kutlamalar için de lüks ve şehrin en bilinen restoranına gidilir, genellikle bu restoran hep aynı yerdir.

En çok kullanılan diğer bir mekansa, yaşam, hastalık ve ölüm temalarının işlendiği hastanelerdir. Hastanelerde muhakkak tanıdık doktor vardır.

C. PEMBE DİZİLERİN İÇERİK ÖZELLİKLERİ

1.Aile ve Evlilik

Pembe dizilerde aile ve ailenin yaşadığı sorunlar ana temalardandır. Aileler problemsiz ilişkilere sahip aileler olarak gösterilmezler. Daha çok aileler problemlerle boğuşan, sorunların, çatışmaların hiç bitmediği, zor ilişkilerin yaşandığı bir kurum olarak betimlenmektedir. Pembe dizi dünyası genellikle iki üç aile üzerine kurulmaktadır; ancak neredeyse bu ailelerin hiçbiri ideal değildir, ideal olan ailede bile sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu durum izleyicinin, sorunsuz aileler olmadığını görmesine, dolayısıyla rahatlmasını sağlar.

Pembe diziler evliliği sorgulayıcı bir tutum içindedir. Evliliklerde sorunsuz mutluluk neredeyse imkansızdır. İdeal aile hayatı zalim dünyada yer almaktadır ve sıkça yıkılmaktadır (Ang,1985:69). Eşler de sürekli değişebilmektedir. “The Bold and The Beautiful” adlı dizide Brooke, hem oğul Ridge ile hem de baba Eric ile evlenmiştir, aynı zamanda diğer kardeşle beraber olmuştur. “The Young and The Restless”ta da Nicky Victor’la, Jack’le ve sonra da doktorla evlenmiştir. Bol evliliklerin ve yadırganacak ilişkilerin yaşandığı bu dünyada hemen her ilişki mümkün olmaktadır.

Aileler, birçok zıt ilişkinin oluşturulduğu yerlerdir. Karı-koca, ebeveyn-çocuk, kardeşler ve yakın akrabalar arasındaki mücadeleler sık sık sergilenir. Ailelerde konumlar belirsizdir. Evliliklerle konumlar değişebilir. O ailenin üyesi olduğunu düşünen kişinin o aileye ait olmadığı anlaşılabılır.

Karakterler farklı görüş ve davranış çatışmalarının içinde kalabilirler. Karakterlerin, çevrelerinden gelen baskılar ile kendi istekleri ve düşünceleri arasında sıkışıp kalmaları, aksiyonu yükselten ve sürükleyen önemli bir unsurdur (Budak,1993:36).

İlk dönemde erkek egemenliğinin gözlemlendiği pembe dizilerde, ailedeki iş durumu yıllar içerisinde değişiklik göstermiştir. Ailenin erkekleri doktorluk, avukatlık gibi mesleklere sahipken; kadınlar daha çok hemşirelik, sekreterlik yapmaktaydı. 1970'lerden günümüze doğru pembe dizilerde çalışan kadın sayısında artış olmuştur. İş dünyasında kadınlar üst düzey, iyi gelirli işlere sahip olmaya başlamıştır.

Pembe dizilerde kadınlar ailenin adını alan, ancak aileye girdiklerinde hem de gittiklerinde potansiyel bir tehdit oluşturan birer yabancı olurlar. Kadınların evden ayrılmasında yalnızca kadınlar sorumlu değildir, erkekler de evdeki tutumlarıyla kadınların böyle davranmasında etkilidir (Geraghty,1991:95,97).

Pembe dizilerde aile içi diyaloglar da oldukça yer almaktadır. Yapılan çalışmalar, pembe dizi diyaloglarının diğer türlere göre daha uzun, daha içten ve daha fazla olduğunu göstermektedir.

2.Ahlaki Sorunlar ve Cinsellik

Pembe dizilerin, dikkat çeken ve en çok tartışılan konusu cinselliktir. Özellikle çok sayıda genç izleyicinin pembe dizileri izlediği düşünüldüğünde, henüz gelişmekte olan bireylerde olumsuz etkiler yapabileceği endişesi söz konusudur.

Pembe dizileri izleyenlerin eğitim seviyesi çeşitlilik göstermektedir. Bu belirsizlik pembe dizilerde verilen bilgilerin, hedef kitle üzerinde yanlış algılanma olasılığını doğurmaktadır. Verilen bilgilerin her zaman doğruyu yansıtmadığı gözlenmektedir. Özellikle tıbbi sorunlar hakkında verilen bilgilerin belirsizlik taşıdığı gözlenmektedir.

Sutherland ve Siniawsky, 1982 yılında yaptıkları çalışmalar sonucunda, pembe dizilerde kabul edilen bazı ahlaki değerleri saptamışlardır (Cantor&Pingree, 1983:78).

- Evlilik öncesi / evlilik dışı cinsel ilişki yanlıştır.
- İki eşlilik yanlıştır.
- Çocuklar evlilik içinde doğmalıdır.
- Kürtaj yanlıştır.
- Encest yanlıştır.
- Tecavüz yanlıştır.
- Boşanma dikkatlice düşünülmeli ve aceleye getirilmemelidir.
- Aileler, çocuklarını ihmal etmemelidir.
- Çocuklar, ebeveynlerine itaat etmelidir.
- Alkolün aşırı kullanımı, bağımlılığı yanlıştır.
- İlacın fazla kullanım, bağımlılığı yanlıştır.
- Başkalarını aldatmak yanlıştır.
- Şantaj yapmak yanlıştır.
- Cinayet yanlıştır.

Pembe dizilerde ahlaki değerlerle ilgili öğütler verilmektedir. Ancak kendileri verdikleri öğütlere pek uymamakta, ahlaki kuralları ihlal etmektedirler. Bu durum yapımcıların fazla maliyetten kaçınmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Diziye aynı oyuncu kadrosuyla devam edilmesi, fazla oyuncu eklenmemesi ve ilişkilerin bu kişiler arasında yaşanmasının ahlaki kurallara uyulmamasında payı vardır. Öykülerde evlilik dışı ilişkiler, gayri meşru çocuklar, kaçamaklar bolca bulunur. Ayrıca bu aşk maceralarını yaşayanlar da yaptıklarının doğru olmadığını bilmekte, ancak kendilerine haklı sebepler bulmaktadırlar.

Cinsellik hakkındaki konuşmalar, bayağı ya da kaba bir üslupta olmaz. Cinsel ilişki yerine beraber olmak, macera yaşamak gibi ifadeler kullanılır. Önemli olan duygulardır, bu nedenle daha çok duygulardan bahsedilir.

3. Toplumsal Sorunlar ve Sağlık

İlk yıllarda pembe dizilerde aile, evlilik, duygusal konular ağırlıklı işlenen konulardı. Konular çoğunlukla kadın bakış açısıyla işlenen ailesel belirsizlikleri, mutsuzlukları, evlilik problemlerini ve ahlaki sorunları kapsamaktaydı. Geçen yıllar içinde değişen izleyici profiliyle pembe dizi konularında da değişim gözlemlendi. Sosyal içerikli konular da işlenmeye başlandı. Büyük şirketler, ticari firmalar dizilerin yeni mekanları oldu.

En çok kendini kadın özgürlüğü konusunda gösteren sosyal değişiklikler, kadınların artık hem iş hem de toplumsal alanda rol almasını sağlamıştır. Kadınların çalışması başka alanlarda gündeme gelirken, ekonomik bağımsızlık ve kariyer gibi olgular pembe dizilerde boy göstermeye başlamıştır (Geraghty,1991:188). Kadınlar, pembe dizilerde iyi konumlara sahip bireyler olarak gösterilmeye başlanmıştır.

1980 sonrasında daha entrika dolu, daha macera yüklü olaylar yaşanmıştır. Sosyal problemler ise oldukça artmıştır. Karaborsa pazarlıklar, dini mezhepler, sorunlu arkadaşlıklar pembe dizilerde gündeme gelmeye başlamışsa da bu sorunların gerçekçi ve objektif olarak işlendiğini söylemek pek mümkün değildir.

İrkçilik konusu pembe dizilerde fazla ele alınmayan bir konudur. Eskiden pembe dizi dünyasında neredeyse herkes beyaz iken, günümüzde siyahlar da bu dünyada yer almaktadır.

Prime time televizyonda fiziksel şiddet daha çok yer alırken, seriyallerde sözel şiddet yer alır. Pembe dizilerde kadın-erkek arasında, aile üyeleri ve

birbirini tanıyanlar arasında şiddet söz konusudur; yabancılar hemen hemen hiç yoktur. Bu nedenle pembe dizilerdeki şiddet daha gerçekçi görünmektedir (Cantor ve Pingree, 1983:83).

Pembe dizilerde, sağlık sorunları en çok işlenen konuların arasında yer almaktadır. Dizilerin hemen hepsinde doktor ya da hemşire vardır. Çeşitli sebeplerle sağlık problemleri ya da hastalığı olan karakterlere sık sık rastlanır. Ciddi rahatsızlığı olan pek çok hasta vardır, ancak bunların hastalıktan dolayı ölmesi nadirdir.

Hastalık, pembe dizilerin doğasındaki melodramatik unsurları sürüklemektedir. Hasta olmak demek, bir şekilde sağlıklı dünyadan dışlanma, bilinmeyen ve kontrol edilemeyen bir kuvvetin etkisi altına girmektir (Ang,1985:66).

Pembe dizilerde eskiden izleyicilerin tepkisinden çekinilerek, bazı hastalıklara pek değinilmiyordu. Daha sonraki yıllarda kanser, AIDS gibi hastalıklara da yer verilmeye başlandı. "The Young and The Restless" adlı dizide AIDS hastalığı verilmiş, uzunca bir süre doktor kadının ızdırapları izleyiciye sunulmuştur.

Dizilerde hastalıkların belirtileri, ilerleyişi tıp dünyasında olduğundan daha farklı olabilmektedir. Burada önemli olan hastalık değil, hastalığın yarattığı etkidir. "The Young and The Restless" dizisinde Danny'nin oğlu hastalanmıştır. Doktorlar birçok araştırma yapmış, ama teşhisi koyamamıştır. Çocuğun hastalığının ne olduğu belirsiz bırakılmış ve böylelikle izleyicide merak uyandırılmıştır.

Alkol problemi, pembe dizilerdeki birçok konuya göre daha gerçekçi işlenmiştir. Pek çok karakterin geçmişinde ya da geleceğinde alkol sorununun yaşanması muhtemeldir. Alkole yönelen kişilerin duygusal durumları gündeme getirilir, onların mücadelesi, kararsızlığı, üzüntüleri, içinde olduğu psikoloji işlenir. Alkol bağımlılığının kötülüğü, olumsuz sonuçları ve bağımlılıktan kurtulmanın zorluğu vurgulanır. Dallas'ta Sue Ellen, The Young and The

Restless'ta Nicky ve Philip alkole olan bağımlılıklarıyla izleyicilerin zihninde yer etmiştir.

Dizilerde eskiden neredeyse hiç yer almayan uyuşturucu bağımlılığı da, artık sosyal bir tehlike olarak dizilerde yer almaktadır.

Pembe dizilerin çoğunda değinilen diğer bir konu ise tecavüzdür. Tecavüz konusu işlenirken, konuya erkek bakış açısıyla değil, kadın bakış açısıyla yaklaşılmaktadır. Böylece kadınların sistemi sorgulayabilmesi mümkün olmaktadır. Tecavüz kurbanlarının rehabilitasyon dönemleri işlenmekte ve kadınlara tecavüzün hayatın sonu olmadığı, yaşamın devam ettiği yönünde yapıcı bilgiler verilmektedir.

Pembe diziler politika, çevre sorunları, homoseksüellik gibi konularla fazla ilgilenmemektedir. Bu konular işlense bile, politik veya toplumsal bakış açısıyla değil, daha çok kişisel bakış açısıyla verilir.

Pembe dizilerde, yalnızca hoş görülebilen ve sonunda bağışlanabilen konular sunabilir. Bu konuların listesinde, kadınlar için kariyer, çocuk düşürme, evlilik öncesi ve evlilik dışı seks, alkolizm, boşanma, zihinsel ve fiziksel zulüm vs. gibi durumlar vardır. Aile yapısını yıkabilme tehlikesi oluşturan homoseksüellik ise kabul edilemezdir (Modleski,1982:90).

4. Para ve Güç

Para ve güç konusu daha çok gece yayınlanan dizilerde dikkat çekmektedir. Prime time seriyalleri, erkek izleyicileri kendisine çekebilmek adına para ve güç konularını işlemektedir. Gündüz pembe dizilerinde duygular ve aile ilişkileri tema olarak ön planda yer alırken, güç ve para daha geri planda kalmaktadır.

Dallas ve Hanedan gibi dizilerde güç ve para çok önemlidir. Gündüz pembe dizilerinde de zenginlik ve lüks söz konusudur, ama prime time dizile-

rinde büyük paralar kazanma hırsı vardır. Para ve gücü elde edebilmek adına da türlü entrikalar gerçekleştirilebilmektedir.

Pembe dizilerde mücevherler, gösterişli kıyafetler, lüks arabalar, şık restoranlar, büyük malikaneler paranın sağladığı imkanları gösteren birkaç unsurdur. The Young and The Restless'da Victor Newman'ın özel uçağı vardır ve istediğı an, istediğı yere seyahat edebilmektedir.

Hemen hemen hiçbir programda olamayacak kadar zengin vardır. Hepsi zenginliğin tüm nimetlerinden faydalanmaktadır. Kadınların taktığı mücevherler göz kamaştırıcıdır. Giysileri de bir o kadar dikkat çekicidir. The Young and The Restless adlı dizide Catherine'in mücevherleri oldukça iri ve dikkat çekicidir. Her zaman davete gidecekmiş gibi şık, abiye kıyafetler içinde görülür. Kadın izleyiciler, bir şekilde bu zengin dünyayı istemeye, onların yaşantılarını arzulamaya davet edilirler.

Dizilerde neredeyse kimse geçim sıkıntısı yaşamaz. Muhakkak yaşamını sürdürebileceğı parası vardır. Ancak paranın kaynağı çok da belli değildir. Çünkü işleri olduğunu biliriz, ama çalışırken nadiren görürüz.

Fakir insanlara da rastlanabilir. Fakirlik toplumsal bir sorun olarak değil de onların sorunuymuş gibi gösterilir. Zaten fakirlikte kesin bir durum değildir. Zengin bir eşle her şey değişebilir.

Paranın yapabildikleri, iyilerin elindeyse doğrudur; ama kötülerin elindeyse yanlıştır. Kötü olan şeyin para olmadığı, paranın yanlış insanların elinde olmasının kötü olduğu fikri hakimdir.

III. PEMBE DİZİ FORMATINDA DEĞİŞİM

Pembe dizi formatında, başlangıcından günümüze kadar gerek anlatım tekniğı, gerek yapım unsurları, gerekse içerik bakımından değişiklik olmuştur.

Formattaki farklılaşmanın en önemli etkenlerinden biri de, başka ülkelerin kültürlerine transfer olan pembe dizilerin, o ülkenin toplumsal özelliklerine adaptasyon yaşamasıdır. Amerikan seriyalleri, melodramatik konularla ilgilenirken, İngiliz seriyalleri, ırk ayrımcılığına karşı çıkan ve özürhüklerin, yoksulların gereksinimlerine karşı toplumsal duyarlılığı arttırmaya yönelik konularla daha çok ilgilenmektedir (Ang,1985:62; Mutlu,1991:321).

1970'lerden sonra izleyici profilinde değışme yaşanmıştır. Her iki cinsten insanlar pembe dizi izlemeye başlamış, bu nedenle hedef kitle heterojen bir yapı almıştır. Bu değışimle birlikte pembe dizilerin içerik özelliklerinde de değışim olması kaçınılmaz hale gelmiştir. Kariyer sahibi kadınlar, evlilik dışı ilişkiler, alkol ve uyuşturucu bağımlılığı gibi konular bu dünyada işlenmeye başlamıştır. AIDS gibi kaçınılan bir konu bile içerikte kendine yer bulmaya başlamıştır.

Formattaki değışimle birlikte pembe diziler yeni isimler almıştır. Brezilya, Meksika gibi Güney Amerika ülkelerinde en popüler tarz olan telenovelalar oluşmuştur.

Pembe dizilerin birçok şekil ve içerik özelliğini taşımasına karşın, gündüz yayınlanan pembe dizilerden farklılaşan bir tür olarak da gece pembe dizileri izleyiciyle buluşmuştur.

Gece pembe dizileri ve telenovelaların tarihsel gelişimine ve içerik özelliklerinin neler olduğuna bakalım.

A. Gece Pembe Dizileri

Hem gündüz pembe dizilerinin, hem de prime time'da yayınlanan dizilerin özelliklerini taşıyan Dallas, Hanedan, Şahin Tepesi gibi diziler, gece pembe dizileri olarak adlandırılmaktadır.

Gece pembe dizileri pek çok karakteri ve olayları içerir. Sonu yoktur. Duygular, çatışmalar, hırslar, nefretler çok önemlidir. Ancak olayların verilili ve bakış açısı izleyici kitlesinin değişmesine bağlı olarak farklılaşmıştır.

Dallas gibi gece pembe dizileri, her ne kadar ev kadınlarına seslenseler bile, hedef izleyici kitlesi olarak kadınlarla sınırlı kalmamışlardır. İş yaşamını, gücü ve parayı işleyerek erkek izleyicilerin de ilgisini çekmiştir. Böylelikle tüm aileye hitap etmeyi başarmışlardır.

Cantor ve Pingree, gece pembe dizilerinin gündüz pembe dizileriyle ortak özelliklere sahip olduklarını, ancak onların gerçek pembe diziler olmadıklarını ifade etmektedirler. Onlara göre Amerika'daki seriyallerin pembe dizilerden ayırt edilmesini sağlayan üç yol vardır. Gece ve gündüz dizileri arasındaki en önemli fark, içeriktir. Gündüz dizilerinde doğrudan tavsiye verilirken, gece dizileri güç ve büyük işlerle ilgilenir. Diğer bir fark ise gece dizilerinin, gündüz yayınlananlardan daha fazla aksiyon içermesidir. Çünkü gündüz dizileri yavaş ilerler. Cuma günleri yaşanan krizler, pazartesi çözümlenir. Çarşambaları küçük krizler yaşanır. Halbuki gece dizilerinde, her bölümde krizler yaşanır ve çözümlenir. Son fark gündüz dizileri, kadının kültürel yapısını ortaya koyarken, gece dizileri bu konudan daha çok, güç ve paraya önem vermektedir (Cantor ve Pingree, 1983:26.27).

Jane Feuer, gündüz ve gece seriyallarının, karmaşık konu ağına ve açık uçlu, devam eden öykü yapısıyla benzer özellikler taşıdığını dile getirmiştir. Gece dizileri, gündüz yayınlananlara göre daha az muhafazakardır. Cantor ve Pingree'nin de belirttiği gibi daha çok güç ve parayla ilgilenmektedir. Gündüz ve gece dizilerini birbirinden ayıran en önemli özellik ise, gündüz seriyallarının kadın kültürünü ortaya koyması, ama gece dizilerinin bunu yapmamasıdır (Feuer,1991:254).

Gece pembe dizilerinin maddi olanakları daha iyi olduğundan, daha özenli çalışma sergilenir. Görüntü unsurları daha ustaca kullanılır. Kamera hareketleri daha fazladır. Dış mekan çekimleri boldur. Zenginliği belirten her türlü unsurdan yararlanılır. Ayrıntılara dikkat edilir, gerçeğe yakın hareket

edilmeye çalışılır. Hatta çekim mekanları gerçek yerler olabilir. Gündüz pembe dizilerinde izleyicinin düş dünyasına bırakılan şehir görüntüleri yerine gerçek şehir görüntüleri kullanılır.

Pembe dizilerde star yoktur. Bütün karakterler hemen hemen eşit öneme sahiptir. Aralıklarla karakterler ön plana çıkar. Dizide yer alan aksiyona göre çeşitli karakterlerin ön planda olması gece pembe dizilerinde de kaçınılmazdır. Ancak hiç kimse ait olduğu topluluktan daha önemli değildir. Karakterlerin herhangi bir tanesi topluluğun kurallarından kaçamaz (Ang,1985:58).

Gece pembe dizilerinde her ne kadar karakterlere eşit önem verilmeye çalışılsa da, bazı karakterler daha fazla dikkat çekmektedir. Dallas'ta oynayan JR karakteri izleyicilerin oldukça ilgisini çekmiştir.

Gece pembe dizilerinde karakterler iktidar ve güç peşindedir. Maddi ve manevi denetimi ele geçirmek temel amaçlarıdır. Onlar için var olunan dünya duygusal bir dünya değildir, aksine para ve gücün ele geçirilmesi için her şeyin mübah olduğu politik bir dünyadır.

B. Telenovelalar

Pembe dizi, ABD'de doğdu, sonra da Rio Grande'nin güneyine göç etti. Meksikalı, Venezuela'lı ve Brezilya'lı yapımcılar 70'li yılların pembe dizilerini kendi ülkelerine adapte ederek telenovelaların doğmasını sağladılar (Mattelart,1990:76). Böylece Latin Amerika ülkeleri prime time yaratmış oldu.

Latin kültürünün izlerini taşıyan telenovelalarda, halkın zenginlik, mutlu yaşam düşleri, acılar ve zorluklar işlenmiştir. Daha abartılı konuşmalar ve hareketler, yöre insanına özgü bir şekilde ortaya çıkmıştır. Jest ve mimiklerin ağırlıklı olarak yer aldığı, yüksek tonla konuşulan diyaloglar oluşturulmuştur. Diyaloglar oldukça tekdüze ve basittir. Dış çekimler çok fazla yoktur. Ancak

dizilerin çoğu Latin Amerika ülkelerinden güzel görüntüler içeren şehir manzaraları kullanılır.

Telenovela tarzını üretilen, ihracatını yapan belli başlı yerler vardır: Brezilya, Meksika, Venezuela, Porto Rico (Mattelart,1992:57). Brezilya'daki TV Glabo yaklaşık doksan ülkeye, ürettiği dizileri satan en ünlü üretim merkezidir.

Telenovelaların da hedef kitlesi kadınlardır. Pembe dizilerde olduğu gibi telenovelalarda da kadın ve erkek kahramanlar karşılaştıkları sorunları çözerek, birlikte mutlu olma yolunda çaba sarf ederler (Binark,1992:14).

Kolay izlenebilme özelliğine sahip bu yapımlarda, çok sayıda karakter yer almasına rağmen, esas oğlan ve kız belirgin bir şekilde ortadadır. Ayrıca iyi ve kötüler arasındaki ayrım oldukça belirgindir.

Telenovelalar, sekiz- dokuz ay içinde sonlanmaktadır. Telenovelalarda birini seven kadın ve erkek kahraman farklı toplumsal sınıfa aittirler. Toplumsal cinsiyet üzerindeki baskı belirgindir (Binark,1992:14-14).

Telenovelalarda acı, ızdırap çeken karakterler, izleyicilerin sıkıntı çekerken yalnız olmadıkları hissini yaşamalarını sağlayarak, onları diziye bağlamaktadır. Bu nedenle konular yavaş ilerlemekte, bir bölümü kaçırmak veya konuya yarıdan başlamak dizinin anlaşılmasını izleyici açısından zorlaştırmaz.

Emre Kongar, Latin Amerika dizilerinin özellikleriyle ilgili şu saptamalarda bulunmuştur (Kongar, 1989:7) :

- Bu diziler soylular ve zenginlerin belirgin yaşam farkları ile varlıklarını sürdürdükleri ve sınıflar arasında aşırı farklar bulunan bir toplumda geçer.
- Ezen-ezilen ilişkisi bu dizilerin esas temasıdır.
- Kin, nefret, intikam ve aşk bu dizilerde izleyiciye özellikle sunulur.
- Aşıklar bir türlü birbirlerine kavuşamaz, sorunlarını çözemezler.
- Kahramanlar kalın ve kaba çizgilerle çizilmiştir : iyiler vardır, ezilen iyiler; bir de kötüler vardır, ezen kötüler. Roller birbirine nadiren karışır.

- Olaylar basit oluşumlar halinde gelişir. Derinliğine bir çözümleme ya da karmaşık bir oluşum yoktur.
- Görüntüler hızla değişir. Konular çok basit olduğu için izlemek kolaydır. Hızlı, dinamik, akıcı bir anlatım sağlanır.
- Oluşum ve gelişimler basit diyaloglarla verilir. Böylece hem oyunculuk yeteneğine, hem de iç ya da dış dekorlara gerek kalmaz.
- Dizilerin tüm akışını vurgulayan diyaloglar kısa, akıcı, çarpıcıdır. Yanlış anlamaya izin vermeyecek bir kesinlikte yazılmışlardır.

Latin Amerika dizilerinin, Türk izleyicisinin ilgisini çekmesinin temelinde, o kültürle Türk kültür yapısının benzer bazı özellikleri sahip olmasının da etkisi büyüktür. Aynı zamanda Yeşilçam melodramlarını hissettiren yapılarıyla da ilgi çekmektedirler.

IV. PEMBE DİZİLER VE KADIN İZLEYİCİLER

Pembe dizilerin, en belirleyici özelliklerinden biri, bu türün kadın izleyici ile bir arada düşünülmesi, tümüyle bir kadın türü olarak görülmesidir. Bu programlar kadınların kültürel yaşamlarına hitap etmektedir. Pembe diziler hem ataerkil hem de kapitalisttir. Kadınlara söylemle özdeşleşebilecekleri bir zemin sağlayarak, kadınlar için karmaşıklık, mihlanma ama aynı zamanda direniş ve kendini ayırma hislerini yaşatır (Brown,1994:65).

Katzman yaptığı araştırmada, pembe dizilerin Amerika'da yayınlanmaya başladığı andan itibaren, bu türün izleyicilerinin büyük bir kısmını, yetişkin kadınların oluşturduğunu saptamıştır. 1980'li yıllara gelindiğinde de bu durumda değişiklik olmamıştır. Yetişkin kadınlar yine, daha fazla pembe dizi izlemektedir (Cassata ve Skill,1983:160-166). Günümüzde de kadın izleyici oranının, erkek izleyiciden daha fazla olduğu gözlenmektedir.

Oldukça fazla kadın tarafından beğeniliyor olmalarına karşın, feministler, sevda romanlarına, kadın dergilerine ve pembe dizilere, dişilik ve aşk kültürünü yaratmaları nedeniyle karşı çıktılar (Kula,2000:94). İlk dönem feminist araştırmacılarının egemen ataerkil ideolojinin aktarıldığı, kadınları uyutmaya, mevcut konumlarını doğrulamaya ve mücadeleden uzak tutmaya hizmet eden ürünler olarak tanımladıkları pembe dizilerde, tersine kadınların deneyimlerine denk düşen, bu deneyimle bütünleşen ve çevre koşullarıyla bağlantılı olarak ele alındığında, ataerkil düzene direnme, hatta onu değiştirme yönünde öğelerin de olabileceği/okunabileceği savları ortaya atılmıştır (BKSGM,2000:54).

Kadınların, pembe dizilere ilgi duymalarının merkezinde yer alan, onların kişisel dünyalarına dalmış olmalarıdır. Bu durumda pembe dizilerin ev ortamında geçmesinin, bu dizilerde güçlü kadınların başrollerde olmasının etkisi de bulunmaktadır. Kadınlar için önemli olan, hayatlarında üstlendikleri görevlerin pembe dizilerde onaylanma ve değerlendirilme biçimidir (Geraghty,1991:62).

Pembe dizilerdeki karakterlerin çoğunluğu, gündelik yaşamlarında sorunlarla boğuşmak zorunda kalan kadınlardır. Dizi içinde bu sorunların çözümü ya da tartışılması kadın izleyiciler için tanıma ve özdeşleşme noktaları sağlar (Hobson,1995:160).

Pembe diziler kadının hayatının başlıca koşuluna, "bekleyiş"e keyif katar. Kadınlar beklemekten haz alırlar, yaşamları zaten bekleyişlerden oluşmaktadır. Bu nedenle pembe dizilerin sürekli şekilde uzatılan bir gelişme bölümünün olması onları rahatsız etmez, tam tersine anlatı yapısı onların hayat tarzıyla paralellik gösterdiğinden haz duyarlar.

Pembe dizilerdeki kadınlar bir tür ideal anne olarak oluşturulur. Anne, bilgeliğe sahip, ailesinin tüm üyelerinin çatışmalarının üstesinden gelebilecek yapıya sahip ve kendisi için hiçbir isteği ve talebi olmayan bir kişi olarak sunulur. Pembe diziler, kadınları, en yüksek hedeflerinin kendi ailelerini bir arada ve mutlu görmek olduğuna ikna ederken, onları bu ideali gerçekleştire-

medikleri ve aile içinde bir uyum sağlayamadıkları için teselli eder (Modleski,1982:88-89).

Pembe dizilerde, ideal bir aile yerine sürekli olarak karışıklık içindeki bir aile sergilenir. Bu durum ile izleyicilerin, kendi ailelerinde ortaya çıkan bir soruna ve kötülüğe, hoşgörü ve anlayışla yaklaşmaları sağlanır.

Pembe dizilerde kötü kadın karakteri önem taşımaktadır. Kötülük, geleneksel dişil zayıflığı güç kaynağına dönüştürebilmektedir. Kötü sürekli olarak öteki karakterleri tamamen çaresiz hale getiren olayları yaratacak şekilde davranır. Bir annenin kötülük için, çocuklarının hayatlarını yönlendirmeye veya onların evliliklerini bozmaya çalışması; hamile kadının, hiç olmazsa bir süre için gebeliğini, kocasını elde tutabilmek adına kullanması; kadının sağlığında meydana gelen bir problemi, örneğin felç kalmasını kocasının onu terk etmesini önlemek amacıyla hareket etmesi vb. kötülerin başvurduğu yollardır (Modleski,1982: 91,92,93).

Kötüler, kendi güçsüzlüklerini avantaja dönüştürerek, dikkatlice entrikalar yapar, ancak tam zaferi ulaşacakken engellenir. İzleyici kötüyle rahatça özdeşleşmez, kötüyü kendi ideal benliğinin negatif imgesi olarak küçümser.

Pembe diziler, izleyici kadınların öfkelerini, kendi zavallılığını kabullenmeyi reddeden ve kendi çıkarlarını gözetten bir kötü karaktere yöneltir. Kötüler yok olmaz. Eğer bir kötü ıslah olsa bile onun yerine yeni bir kötü gelir. Pembe dizilerde bu kötüler aracılığıyla, kadının öfkesi yine kadının öfkesine yöneltilir ve böylece sonsuz bir dönüşüm yaratılır. (Modleski, 1982:64,65).

Geleneksel olarak, pembe diziler kadınlar arasındaki dayanışma duyguna önem vermektedir. Zaman zaman bir kadın karakterin davranışını diğer kadınlar onaylamasalar da onu anlamaya çalışmaktadırlar. Kadınlar arası dostluk vurgulanmakta ve kadınlar birbirleriyle sohbet ederken sıkça gösterilmektedir (Geraghty,1991:69,70,71).

Kadının yaşamı, onun birçok kişi ile ilgilenmesini zorunlu kılar. Kadın, eğer tüm enerjisini tek bir işte yoğunlaştırırsa, çeşitli sorunlar ortaya çıkar. Örneğin bebeğin mamasının unutulması gibi. Ev içi yaşamda bölünen kadın

için pembe dizinin bitmesi veya reklamlarla kesilmesi bir taraftan rahatsız ediciyken, diğer taraftan haz vericidir. Çünkü kadın sona ermeyen bir diziyi seyrediyor olmanın rahatlığını yaşar hem de evin küçük sorunlarıyla ilgilenme fırsatı yakalar.

Pembe diziler onların gündelik yaşantısının bir parçası olarak, rutinleri arasına girmekte, kadın izleyiciler gündelik işlerini ve sorumluluklarını bu dizilerin yayın saatine göre düzenlemektedirler (Radway,1995). Kadın izleyiciler, pembe diziler aracılığıyla kendilerine ev ortamı içerisinde yer ve zaman bulmaktadır.

Ev kadınlarının, televizyon seyrederken iş de yapması gerçeği öykünün önemli öğelerinin birkaç kez tekrarlanmasını gerekli kılar. Bu nedenle pembe dizilerde tekrara dayalı anlatımlara da başvurulur. Örneğin iki karakterin ilişkisinde kesin bir kopuşa yol açabileceği düşünülen münakaşa, izleyicinin durumu anlaması için küçük değişikliklerle yeniden izleyiciye sunulur. Böylelikle kadın izleyicinin öyküden uzaklaşması engellenir.

“Kadınlar, neden pembe dizi izliyor?” sorusu her zaman merak edilmiştir. Sonia Livingstone, kadınların pembe dizileri bilişsel gereksinimler, duygusal gereksinimler (dostluk, güzel şeyler görme, vb.), toplumsal gereksinimler, dinlenme gereksinimi ve kişisel gereksinimler (statü sağlama, kendine güveni pekiştirme ve yalnızlıktan kurtulma) nedeniyle izlediklerini dile getirmektedir.

Sonia Livingstone’nun 1989 yılında yaptığı çalışmaya göre, İngiliz pembe dizileri, çağdaş ve gerçek sorunlar üzerine yoğunlaştıkları için, kadın izleyicilere karşılaştıkları sorunların çözümünde yol göstericilik yapmakta ya da başucu kitapçığı işlevi görmektedir. Kadın izleyici, dizilerin karakterleri aracılığıyla kendi sorunlarını daha emin ve rahat bir şekilde düşünme fırsatı yakalamaktadır.

Pembe dizilerde, olayların kadın bakış açısıyla verildiği gibi bir izlenim olmasına karşın, erkek egemen kültürün kabul ettirilmesine yönelik konular da işlenmektedir. Kadınlar en güçlü kişiler olabilirler, ancak işlevlerinin, erkek

karaktere seçenekler sunmak, onun denetimine meydan okumak ve onun gücünü engellemek olması anlamlıdır. Bir yandan ahlak açısından sorgulanması, öte yandan da kadınların denetim altına girmeyi kabul etmemesi nedeniyle erkeğin gücünün eksiksiz ya da sorunlu, hiçbir biçimde onaylanamayacağının ortaya konulması yüzünden ataerkil pembe diziler kadın izleyicilere keyif vermektedir (Geraghty,1991:105).

Pembe dizi dünyası, kadınlara birden fazla keyfi yaşatmaktadır. Bu dünyadaki zevkler: arkadaşlık ilişkisinden alınan zevk, annelikten alınan zevk, birliktelikten alınan zevk ve işten alınan zevktir(Brown,1994:59). Pembe diziler hakkında konuşmak, sohbet konusu yapmak da kadınlar için ayrı bir zevktir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN İZLEYİCİLERİN PEMBE DİZİLERİ

İZLEME NEDENLERİ

“Pembe Dizilerin Kadınlar Üzerindeki Etkisi” adlı bu çalışmada araştırma yöntemlerinden biri olan alan araştırması uygulanmıştır. Kadınların doğal ortamlarında gerçekleştirilecek olan bu çalışmayla, pembe dizi izleyen kadın izler kitlenin yaşamlarındaki etkileşim ortaya konulmaya çalışılacaktır. Kadın izleyiciler ile pembe diziler arasındaki ilişki ampirik bir araştırma ile saptanılacaktır.

İzleyiciyi merkez alan modellerden biri olan Kullanım ve Doyumlar yaklaşımı da bu çalışmada temel model olarak kullanılmıştır. Kadın izleyiciler ile pembe diziler arasındaki etkileşim kullanım ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde irdelenip, kadınların pembe dizileri neden izlediği bulunmaya çalışılmıştır. İzleme nedenleri bulunmaya çalışılırken, açıklayıcı bilgileri sağlayabilecek ampirik nitelikteki bir anket çalışması da gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen anket çalışmasında evren Türkiye’dir. Örneklem olarak ise Ankara ilinin Etlik/Ayvalı semti belirlenmiştir. Türkiye’nin sosyo-demografik yapısını, eğitim ve gelir seviyesini yansıttığı düşüncesi bu semtin seçilmesinde etken olmuştur. Etlik/Ayvalı’da yaşayan ev kadını, ilkokul mezunu 20 yaş üstü 100 ev kadını ile görüşülmüştür. Rastgele bir yöntemle belirlenmiş örneklemdeki hata payını azaltmak için daha fazla kadınla görüşülmek istenmiş, ancak bu örnekleme ulaşmanın zorluğu, çalışmanın yüksek lisans tezi olması da dikkate alınarak, örneklem sayısı 100 kişi olarak sınırlandırılmıştır. Ankete katılan bayanların yaşa, medeni durumuna, gelir düzeyine, eşinin eğitim durumuna ve işine bağlı olarak bazı değerlendirmeler yapılmıştır:

I. DENEKLERİN SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

Örneklem seçilirken Türkiye genelini yansıtabilecek bir nitelik taşımasına özen gösterildi. Çalışmanın bir yüksek lisans tezi olması ve daha geniş alandan ve daha fazla sayıda deneğe ulaşmadaki sorunlar sebebiyle örneklem merkezi olarak Ankara seçilmiştir. Ankara'nın Türkiye'nin genelini yansıtabileceği düşünülmüştür. Yine Ankara'nın Etlik semti özellik olarak geneli en çok Ankara'yı temsil edebilecek konumdadır. Deneklerin sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde örneklem seçiminin isabetli olduğu görülmektedir.

A. Yaş Grubuna Göre Dağılım

Ankete katılan kadınların büyük çoğunluğunu 35- 50 yaş arasındaki kadınlar oluşturmaktadır. Bu toplamın %38'ine denk gelmektedir. 25-35 yaş arası %28, 50-60 yaş arası ise %19 pembe dizi izlemektedir. 18-25 yaş arasında pembe dizi izleyen ev kadınları %14'tür. Yeni nesil ev kadınlarının diğer yaş gruplarına göre daha az pembe dizi izlediği sonucuna varmak mümkündür.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
18 ve 25	14	14,0	14,1	14,1
25 ve 35	28	28,0	28,3	42,4
35 ve 50	38	38,0	38,4	80,8
50 ve 65	19	19,0	19,2	100,0
Cevapsız	1	1,0	100,0	
Toplam	100	100,0		

Tablo 1 – Yaş Grubuna Göre Pembe Dizi İzleyenlerin Dağılımı

B. Medeni Durumuna Göre Dağılım

Araştırmada temsil edilen örneklem evlilik konumu açısından da geneli temsil edebilecek özelliğe sahiptir. Ankete katılan kadınların büyük bir kısmı evlidir. Dul ve bekar olanlar oldukça az bir kısmı kapsamaktadır. Kadınların %86'sı evli, %5'i bekar ve %8'i duldur. Pembe dizilerle ilgili olarak soru yönelttiğimiz bayanların önemli bir bölümünün evli olduğu gerçeği cevaplarda da kendini hissettirmiştir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Evli	86	86,0	86,9	86,9
Bekar	5	5,0	5,1	91,9
Dul	8	8,0	8,1	100,0
Cevapsız	1	1,0	100,0	
Toplam	100	100,0		

Tablo 2 – Medeni Duruma Göre Örneklemin Dağılımı

C. Gelir Düzeyine Göre Dağılım

Anket için görüşülen bayanların ailelerinin gelir düzeyleri değişkenlik göstermekle beraber % 45 gibi büyük bir kısmının gelir düzeyi 350-750 TL'dir. Tabloya bakıldığında % 25'i 0- 350 TL arası, % 19'u 700-1000 TL arası, % 9'u 1000-2000 TL arası, % 1'i de 2000 TL ve üstünde bir gelire sahip olduğu görülmektedir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
0- 350 TL	25	25,0	25,3	25,3
350-750 TL	45	45,0	45,5	70,7
700-1000 TL	19	19,0	19,2	89,9
1000-2000 TL	9	9,0	9,1	99,0
2000 ve üstü	1	1,0	1,0	100,0
Cevapsız	1	1,0	100,0	
Toplam	100	100,0		

Tablo 3 – Ailenin Gelir Düzeyine Göre Örneklemin Dağılımı

D. Eşinin Mesleğine Göre Dağılım

Ankete katılan bayanların eşleri değişik meslek gruplarında çalışmakla beraber büyük çoğunluğunun serbest meslek sahibi olduğu dikkat çekmektedir. Eşlerin % 13'ü işçi, % 11'i memur, % 53'ü serbest meslek, % 15'i emekli, % 3'ü de diğer meslek grubundandır.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
İşçi	13	13,0	13,7	13,7
Memur	11	11,0	11,6	25,3
Serbest	53	53,0	55,8	81,1
Emekli	15	15,0	15,8	96,8
Diğer	3	3,0	3,2	100,0
Cevapsız	5	5,0	100,0	
Toplam	100	100,0		

Tablo 4 – Eşinin Mesleğine Göre Örneklemin Dağılım

E. Eşinin Eğitim Durumuna Göre Dağılım

Çalışma dizayn edilirken örneklemin ev kadınları ve ilkokul mezunlarından olmasına özen gösterilmiştir. Çünkü çalışmada pembe dizilerle ilkokul mezunu ve ev kadınları arasındaki ilişki ve etkileşim ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırmada örneklem olarak seçilen bayanların eşlerin eğitim düzeylerine bakıldığında da % 44'lük büyük bir kısmın ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. % 22'si ortaokul ve % 26'sı ise lise mezunuyken, yalnızca % 3'ü üniversite mezunudur.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Okur-yazar	1	1,0	1,0	1,0
İlkokul	44	44,0	45,8	46,9
Ortaokul	22	22,0	22,9	69,8
Lise	26	26,0	27,1	96,9
Üniversite	3	3,0	3,1	100,0
Cevapsız	4	4,0	100,0	
Toplam	100	100,0		

Tablo 5 – Eşinin Eğitim Durumuna Göre Örneklemin Dağılımı

II. ANKETE KATILAN EV KADINLARININ PEMBE DİZİLERİ İZLEME NEDENLERİ

A. Günlük Problemlerden Kaçış ve Özel Alan Yaratmak

Pembe diziler kadınları merkez alan bir program türü olarak, kadını özel hissettirmektedir. Çünkü sadece onlar için hazırlanmış gibidir. Bu nedenle diğer aile bireylerinin çok da fazla ilgisini çekmemektedir. Böylelikle kadın yalnız kalabilme ve istediği gibi televizyon seyredilme özgürlüğüne kavuşabilmektedir.

Kadınların gündelik yaşantısının bir parçası haline gelen pembe diziler aracılığıyla, kadınlar kendilerine ev ortamı içerisinde yer ve zaman bulmakta, bu diziler aracılığıyla ailesel sorunlardan, ev işlerinin yoğunluğundan kaçmakta, sadece kendilerine ait zaman yaratmaya çalışmaktadırlar. Ev kadınları en azından dizi süresince yemek, temizlik, ütü gibi gündelik ev işlerinden uzaklaşmakta, kendilerine ait özel alanda haz almaktadırlar.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Evet	53	53,0	53,0	53,0
Hayır	47	47,0	47,0	100,0

Tablo 6 - Pembe dizi izlerken başka işle uğraşıyor musunuz?

Tablo 6’da da “Pembe dizi seyrederken başka bir işle uğraşıyor musunuz?” sorusunun cevabına bakınca “evet” ve “hayır” yanıtlarının yüzdesi birbirine oldukça yakındır. Ankete katılan ev kadınları dizi seyrederken aynı zamanda dantel, örgü vb. işleri yapmakta olduklarını dile getirmişlerdir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Evet	62	62,0	62,0	62,0
Hayır	38	38,0	38,0	100,0

Tablo 7 - Pembe dizi izlerken biriyle konuşur musunuz?

Tablo 7’de ise “Pembe dizi izlerken biriyle konuşur musunuz?” sorusuna verilen cevap görülmektedir. Kadınlar dizileri seyrederken yalnız kalamadıklarından, ev halkıyla konuşmak durumunda kaldıklarından şikayet etmişlerdir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
1.Dizi önemli değil, istenileni yaparım	27	27,0	27,0	27,0
2.Tedirgin olurum ama hissettirmem	28	28,0	28,0	55,0
3.Canım sıkılır ve belli ederim	37	37,0	37,0	92,0
4.Diziyi izlemeye devam ederim	8	8,0	8,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Tablo 8 – Sevdiğiniz diziyi izlerken biri sizinle konuşursa veya sizden bir şey isterse ne yaparsınız?

Tablo 8’de anket uygulanan ev kadınlarının %8’inin tepkisini belli edip, diziyi seyretmeye devam ettiğini; % 37’sinin bu durumdan rahatsız olduğunu ve bunu belli ettiğini; % 28’inin rahatsızlık duyduğunu ama hissettirmedeğini; % 27’sinin ise diziyi önemsemediğini görmekteyiz.

Tablo-6, 7 ve 8 birlikte değerlendirildiğinde Tablo-6, 7 ve önceki veriler arasından tezat gibi görünen unsurların böyle olmadığı ve arada anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmaktadır. Ev hanımlarının % 53’ü pembe dizi izlerken iş yapmakta, yine dizi izlerken % 62’si başkalarıyla konuşmaktadır. İlk bakışta bu veriler ev hanımlarının diziyi yeterince ilgi göstermedikleri gibi bir anlamı ortaya çıkarıyorsa da Tablo-8’deki veriler bunun aksini göstermektedir. Tablo-8 verilerine bakıldığında ev hanımlarının büyük bölümü (% 73) dizi izlerken başkalarıyla konuşmayı istememektedir. Bu verilerden hareketle ev hanımlarının dizi izlerken yaptıkları işin dizi izlemeye engel olmayan türden olduğu söylenebilecektir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Tek başına	61	61,0	61,0	61,0
Aile üyeleriyle	37	37,0	37,0	98,0
Arkadaşlarla	2	2,0	2,0	100,0

Tablo 9 - Pembe dizileri nasıl izliyorsunuz?

Tablo 9’da kadınların % 61’inin tek başına, % 37’sinin aile üyeleriyle, geri kalanının ise arkadaşlarla pembe dizileri seyrettiklerini görmekteyiz. Bu sonuçtan hareket ederek, kadınların kendilerine özel alan ve zaman yaratmak istediklerinden söz edebiliriz. Araştırma verileri pembe dizileri izlemek için ev hanımlarının kendilerine yarattıkları özel alana eş, dost ve arkadaş çevresini bile dahil etmediklerini göstermektedir. Dizinin daha iyi izlenebilmesi için yalnız kalmayı tercih ettiklerini söylemek yanlış olmayacaktır.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Evet	61	61,0	61,6	61,6
Hayır	38	38,0	38,4	100,0
Cevapsız	1	1,0	100,0	

Tablo 10 - Gündelik işlerinizi pembe dizilere göre ayarlıyor musunuz?

Bu sonucu Tablo-10 verileri de ortaya koymaktadır. Verilere bakıldığında Ev hanımlarının pembe dizilere büyük değer verdiği ve günlük planlarını buna göre yapıldığı dikkati çekmektedir. Ev hanımları için zelevizyon veya diziler günlük hayatın bir parçası olmasından öte belirleyici unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Her gün	56	56,0	56,0	56,0
Haftanın çoğu günü	24	24,0	24,0	80,0
Arada sırada	20	20,0	20,0	100,0

Tablo 11 - Pembe diziyi/dizileri ne sıklıkta izlediniz?

Tablo 10'da yer alan veriler kadınların pembe dizileri önemseydiğine, onlara göre bir düzenleme yaptığına, ev işlerini dizilerin zamanına göre ayarladığına ilişkin sonuçlar ortaya koymasının yanında "Evet" ile "Hayır" cevapları arasındaki belirgin fark da dikkat çekmektedir. Tablo 11'deki cevapların yüzdelерinden kadınların büyük bir çoğunluğunun, pembe diziyi izlemeyi gündelik rutinlerinden biri olarak kabul ettiğini görmekteyiz.

Yukarıdaki tablolarda yer alan sonuçları genel olarak değerlendirdiğimizde, kadınların özel alan ve zaman yaratma çabasının olduğunu fark ediyoruz. Yurtdışında yapılan araştırmalar ve Türkiye'de gerçekleştirilen bazı anketlerin sonuçları kadınların günlük problemlerden kaçmak ve özel alan yaratmak için dizileri seyrettiğini göstermektedir.

B. Özdeşleşme

Pembe dizilerin en belirleyici özelliklerinden biri, kadın izleyici ile düşünülen bir tür olmasıdır. Tam anlamıyla bir kadın programı olarak görülen bu programlar, kadınların kültürel ve gündelik yaşamlarına hitap etmektedir. Kadınlara söylemle özdeşleşme olanağı sunmaktadır.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Evet	20	20,0	20,0	20,0
Hayır	80	80,0	80,0	100,0

Tablo 12 - Kendinizi pembe dizilerdeki bir karakterin yerine koyuyor musunuz?

Tablo 12 incelendiğinde araştırmaya katılan deneklerin/ev kadınlarının, büyük bir çoğunluğunun pembe dizilerdeki karakterlerle kendi aralarında herhangi bir benzerlik bulmadıklarını, dolayısıyla dizilerdeki kadın karakterlerle özdeşleşmediklerini söylemektedirler. Görüşme yaptığımız ev kadınlarının o dizilerdeki kadınlar ile benzer olma fikrini asla benimsemedikleri, böyle bir şeyi kabul etmeyecekleri görüldü. Ancak kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine yapılan araştırmalarının sonuçlarına bakıldığında, bireylerin televizyon programlarındaki karakterlerden etkilendiği genel olarak kabul edilmektedir. Nitekim Tablo 13'teki veriler incelendiğinde araştırmaya katılanların kendilerini olmasa da yakınlarını televizyon karakterlerine benzettiği görülmektedir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Evet	61	61,0	61,0	61,0
Hayır	39	39,0	39,0	100,0

Tablo 13- Pembe dizilerdeki karakterleri çevrenizdeki kişilere benzetiyor musunuz?

Bu duruma sebep olarak da onların yaşantılarını, çok eşliliklerini, aldatmalarını, giyim-kuşamlarını vb. göstermektedirler. Bu durum da pembe dizilerdeki kadın karakterlerle anketin gerçekleştirildiği yerdeki kadınlar arasında

sosyo-kültürel olarak oldukça belirgin farklılıklar olduğuna dikkat çekmektedir. Ancak dikkati çeken diğer bir hususa kendilerini dizideki kadın kahramanlara benzetemeyen ev kadınları çevresindeki insanlara benzetebilmektedir. Kadınların %61'i "Pembe dizilerdeki kadın karakterleri çevrenizdeki kişilere benzetiyor musunuz?" sorusuna "Evet" olarak cevap vermesi oldukça dikkat çekicidir (bkz. Tablo-13).

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
1.Etkilenirim	1	1,0	1,0	1,0
2.Yapabileceğim kadarını alıp hayatıma uygulayım	12	12,0	12,1	13,1
3.Yapmak isterim ama mümkün olmaz	35	35,0	35,4	48,5
4.Hiç etkilanmem	51	51,0	51,5	100,0
Cevapsız	1	1,0	100,0	
Toplam	100	100		

Tablo 14 - Dizilerdeki kadınların gösterişli hayatlarından etkilenir misiniz?

Tablo 14'te kadınların %51'inin dizilerdeki kadın karakterlerin gösterişli hayatlarından hiç etkilenmediği sonucu Tablo 12'deki sonucu destekleyici niteliktedir. Anket görüşmeleri sırasında fark ettiğimiz bir konu var ki o da kadınların dizilerdeki zenginlikten, çok pahalı mücevher ve elbiselerden, kadın karakterlerin bakımlı ve güzel olmalarından etkilendikleri, ancak yaşadıkları yerin koşullarından, ahlaki yapılarından dolayı dizilerdeki kişilerle özdeşleşmekten çekinmektedirler. Yoksa neredeyse görüşülen kadınların hemen hemen hepsi "kim bu kadar zengin ve rahat bir hayat sürmek istemez ki" demiştir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Evet	99	99,0	99,0	99,0
Hayır	1	1,0	1,0	100,0

Tablo 15 - Pembe dizi izlediğim zaman karakterlerin mutluluk ve heyecanını paylaşıyorum.

Tablo 15'te kadın izleyicilerin dizilerdeki olay örgüsüne kendilerini kattıklarını, karakterlerle her ne kadar özdeşlemediklerini söyleseler de onlar mutlu olduklarını mutlu olduklarını; onlar üzüldüklerinde üzüldüklerini dile getirmişlerdir. Dizideki karakterlerin duygularını paylaşmakta, kendi yaşıyorlarmış gibi hissetmektedirler. Görüşme yapılan ev kadınlarının aslında bir anlamda kadın karakterle özdeşleştiklerini söylemek mümkün.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
1.Hiç etkilenmem	12	12,0	12,1	12,1
2.Üzülürüm sonra da unuturum	50	50,0	50,5	62,6
3.Çevremdekilerin başına gelebileceğini düşünürüm	15	15,0	15,2	77,8
4.Aldatılabileceğimi düşünürüm	22	22,0	22,2	
Cevapsız	1	1,0	100,0	100,0
Toplam	100	100		

Tablo 16 - Dizilerde kadın aldatıldığı zaman ne hissedersiniz?

Tablo 16'daki veriler bir anlamda tablo 15'te yer alan verilerle örtüşmektedir. Tablo 15'te kadın izleyicilerin dizilerdeki olay örgüsünden, karakterlerin mutluluk ve üzüntüsünden etkilendiği sonucuna ulaşmıştık. Tablo 16'da yöneltilen "Dizilerde kadınlar aldatıldığı zaman ne hissedersiniz?" sorusunun cevap yüzdelere bakıldığında "hiç etkilenmem" cevabını verenlerin oldukça az olduğu fark edilmektedir. Kadınların %50'si ise üzüleceklerini ama unutup gideceklerini dile getirmiştir. Ancak kadınların %22'sinin kendilerinin, %15'inin ise çevresindekilerin aldatılabileceğini düşünmesi kadınların pembe dizilerden etkilendiklerine vurgu yapmaktadır.

Yukarıdaki tabloların verilerine bakıldığında araştırmaya katılan denekler dizilerden doğrudan etkilendiklerini kabul etmemekte, kendilerini dizi karakterleriyle özdeşleştirdiğine katılmamaktadır. Ancak sorular başka biçimde sorulduğunda diziden etkilendikleri, diziyle bir anlamda özdeşleştikleri dikkati

çekmektedir. Kadınların dizi izlerken üzüntü, sevinç vb duyguya kapılmaları, olayların kendilerinin değilse bile yakınının veya tanıdığının başına gelebileceğini düşünmeleri bu etkilenmeyi açıkça ortaya koymaktadır.

C. Öğrenme

Kadınların pembe dizileri izleme nedenleri arasında öğrenme isteği de yer almaktadır. Ancak gerçekleştirdiğimiz ankette görüşülen ev kadınlarının pembe dizilerinin bu işlevinden faydalanmadığını görmekteyiz. Ancak gerçekleştirilen ankette görüşülen ev kadınlarının pembe dizilerinin bu işlevinden faydalanmadığı görülmektedir. Her ne kadar pembe diziler alkolizm, tecavüz, AİDS gibi toplumsal, ahlaki ve sağlık sorunlarına yer veriyor olsa da ankete katılan kadınlar için bu konular çok da önemli bulunmamaktadır. Zaten tablo 17’de de görüleceği gibi “Pembe dizilerden öğrendiklerinizi günlük hayatta kullanıyor musunuz?” sorusunun cevabı % 87 oranında “Hayır” olarak verilmiştir. Kadınlar bazı şeyler öğrendiklerini dile girmişlerdir, ancak bunları asla yaşantılarında kullanamayacaklarını vurgulamışlardır. Ayrıca tablo 13 ve 14’e bakıldığında da kadınların pembe dizi izleme nedenleri arasında öğrenmenin ne kadar geri sıralarda olduğu fark edilecektir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
Evet	13	13,0	13,0	13,0
Hayır	87	87,0	87,0	100,0

Tablo 17 - Pembe dizilerden öğrendiklerinizi günlük hayatta kullanıyor musunuz?

D. Sohbet Konusu Yaratmak

Araştırmaya katılanların dizilerden etkilenip etkilenmediklerini öğrenmek, dizideki olay ve verilere günlük hayatında ne oranda yer verdiklerini öğrenmek için ayrıca dizinin sohbet konusu yapıp yapılmadığı da soruldu.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	81	81,0	81,0	81,0
Hayır	19	19,0	19,0	100,0

Tablo 18 - Dizileri sohbet konusu yapıyor musunuz?

Pembe dizi izleyicisi kadınlar, pembe dizileri sohbet konusu yapmaktadırlar. Tablo 18’de “Dizileri sohbet konusu yapıyor musunuz?” sorusunun cevabı görülmektedir. “Evet” diyenler % 81 iken “Hayır” diyenler % 19’da kalmıştır. Görüştüğümüz ev kadınlarının komşu kadınlarla, izledikleri dizide neler olup bittiğini, nasıl gelişmeler yaşanabileceğini, dizi ile ilgili tahminlerini, heyecanlarını paylaşmaktadırlar. Hatta dizinin bölümlerini kaçırdıklarında tablo 19’da da görülebileceği gibi % 39’u komşulardan, %16’sı aile bireylerinden bilgi almaya çalışmakta, kaçırdığı bölümde neler olduğunu öğrenmek istemektedir. % 23’lük bir bölümü ise dizinin o bölümünde neler olduğunu önemsememektedir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Aile üyelerinden	16	16,0	16,0	16,0
Gazetelerden	3	3,0	3,0	19,0
Komşulardan	39	39,0	39,0	58,0
İhtiyaç duymuyorum	23	23,0	23,0	81,0
Diğer	19	19,0	19,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Tablo 19 - Diziye kaçırsanız nereden bilgi alırsınız?

E. Vakit Geçirme ve Dinlenme

Araştırmaya katılanlara ayrıca, pembe dizilerin kendileri için ne ifade ettiği sorularak dizilerin izlenme sebebi ortaya konmaya çalışıldı. Soru dizayn edilirken araştırmaya katılanların doğrudan diziden etkilendiklerini söylemekten çekinecekleri de dikkate alındı.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
1.Eğleniyorum	13	13,0	13,0	13,0
2.Bilgi ediniyorum	2	2,0	2,0	15,0
3.Öğüt alıyorum	1	1,0	1,0	16,0
4.Vakit geçiriyorum	63	63,0	63,0	79,0
5.Dinleniyorum	17	17,0	17,0	96,0
6.Kendime ait zamanım oluyor	4	4,0	4,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Tablo 20 - Pembe dizi sizin için ne ifade ediyor?

Pembe diziler kadınların, gündelik hayatın yoğunluğu ve koşuşturması içinde kendileri için zaman ayırabilmelerine, biraz soluklanmalarına fırsat vermektedir. Anketimiz çerçevesinde görüştüğümüz ev kadınlarının % 63 gibi oldukça büyük bir bölümü “Pembe dizi sizin için ne ifade ediyor?” sorusuna “vakit geçiriyorum” cevabını vermiştir. İkincisi sıradaki cevap ise “dinleniyorum”. Bu tablodan anlaşılan şu ki kadınlar öncelikle vakit geçirmek, ikinci olarak da dinlenmek amacıyla bu dizileri seyretmektedirler.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
1.Bağımlılık- alışkanlık	31	31,0	31,0	31,0
2.Komşularla konuşacak konu	1	1,0	1,0	32,0
3.Faydalı bilgiler öğrenmek	1	1,0	1,0	33,0
4.Giyim-makyaj şekillerini öğren.	1	1,0	1,0	34,0
5.Rahatlamak	22	22,0	22,0	56,0
6.Boş zamanları doldurmak	43	43,0	43,0	99,0
7.Diğer	1	1,0	1,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Tablo 21 - Pembe dizi izleme nedeni nedir?

Tablo 21’de görülen sonuçlar da tablo 20’deki bu durumu destekleyici niteliktedir. “Pembe dizi izleme nedeni nedir?” diye sorulduğunda da %43’ü boş zamanları doldurmak, %22’si ise rahatlamak için cevabını vermiştir. İki tablodaki sonuçlar birbirleriyle çelişmemektedir. Tablo 21’de dikkati çeken diğer bir cevap ise, “rahatlama”nın %22’lik oranından daha yüksek %31’lik oranıyla bağımlılık-alışkanlıktır. Görüşülen kadınların çoğu pembe dizilerin kendilerinde alışkanlık yaptığını, ne olacağını merak ettiklerini, bu nedenle diziden kopamadıklarını dile getirmiştir. Bu durum yani izleyicileri müdavi haline getirmek pembe dizi anlatı yapısının doğal bir sonucudur.

Yukarıdaki tablolardan edinilen sonuçlara göre anket yapılan ev kadınlarının pembe dizileri izlemelerindeki en önemli nedenlerin vakit geçirme, dinlenme ve alışkanlık olduğu görülmektedir.

Tablo-20 ve 21’deki verilere bakıldığında, araştırmaya katılanların büyük bölümü (% 63 veya 65) diziyi vakit geçirmek veya rahatlamak için seyrettiklerini söyledikleri görülür. Vakit geçirme boş zamanların doldurulması için gereklidir. Yapacak başka bir iş bulamayan insanlar okumak, film izlemek, dolaşmak, sohbet etmek vb uğraşlar bularak zamanı doldurmaya veya dinlenmeye çalışırlar. Halbuki daha önceki sorulara verilen cevaplar dikkatle değerlendirildiğinde araştırmaya katılanların diziyi sadece vakit geçirmek için izlemedikleri ortaya çıkar. Diziler vakit geçirmenin ötesinde bir anlam ifade

etmektedir. Çünkü dizi izlenirken sohbet edilmesi, kendilerinden bir şey istenmesi istenmeyen, kızılan bir durumdur. Ayrıcı diziler vakit geçirmenin bir aracı olarak kimi zaman bakılan filmler olmayıp günlük programların belirleyicisi konumdadır.

III. ANKETE KATILAN KADIN İZLEYİCİLER VE PEMBE DİZİ

Pembe diziler kendilerine özgü özellikleri ile sadece kadınlar için hazırlanmış bir program türü gibidir. Ev kadınlarını zaman zaman hayal dünyasına sürükleyen, onlara, aşk, ızdırap, tutku, nefret gibi duyguları yaşatan, bütün çekilen sıkıntılara rağmen daha iyi ve mutlu bir hayatı vaat eden pembe diziler, ankete katılan bayanlar tarafından da ilgiyle takip edilmektedir. Ancak görüşülen bayanların farklı kişisel ve psikolojik nedenlerle, pembe dizi seymeyi seçtikleri görülmüştür.

Türk ev kadınlarının pembe dizileri seymelerindeki en önemli etken vakit geçirme ve dinlenmedir. Özdeşleme, sohbet konusu oluşturmak, kendilerine özel zaman yaratmak ve öğrenmek gibi gereksinimlerini pembe dizilerle aracılığıyla çok da tatmin etmedikleri saptanmıştır. Buna karşın pembe dizi seymeyi ediminin kadınlar tarafından bilinçli olarak gerçekleştirdiklerini, kendilerini bir anlamda doyuma ulaştırmak ve çeşitli gereksinimleri karşılamak adına pembe dizi seymediklerini söylemek mümkündür.

Bu çalışma sırasında gerçekleştirilen ankete katılan ilkökul mezunu ev kadınlarının pembe dizilere çok fazla düşkün olmadıkları görülmüştür. Kadınlar, pembe dizi dünyasını dürüst bulmamakta, orada gerçekleşen bazı olayları inandırıcı bulmamakta, bazılarını ise yapay bulmaktadırlar.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif yüzde
1.Çok kızarım, toplumda yaygınlaşmasından korkarım	36	36,0	36,4	36,4
2.Bozulurum, ahlaksızlıktır	20	20,0	20,2	56,6
3.Olmasa iyi olur, üzüldürüm	18	18,0	18,2	74,7
4.Kadına acırım, yaptığı için yanlışı olduğunu düşünürüm	19	19,0	19,2	93,9
6.Umursamam	6	6,0	6,1	100,0
7.Cevap yok	1	1,0	100,0	
Toplam	100	100,0		

Tablo 22 – Dizilerdeki evlilik dışı çocukla ilgili ne düşünürsünüz?

Birçok kadın, pembe dizilerin Türk örf ve adetlerine, ahlaki yapısına uygun olmadığını dile getirmektedir. Çok eşlilik, gayri meşru çocuklar, cinsel ilişkiler vs. konular kadın izleyicileri oldukça rahatsız etmektedir. Anket sırasında pembe dizide yaşanan olaylardan biri hakkında soru yöneltildiğinde alınan cevaplar, ankete katılan kadınların bu konulardaki hassasiyetini göstermektedir. Tablo 22’de “Dizilerdeki evlilik dışı çocukla ilgili ne düşünürsünüz?” sorusunun cevabı görülmektedir. Ankete katılanların çoğu evlilik dışı çocuk doğurmanın yanlış olduğu konusunda hem fikirdir. Ancak bir kısmı olayı daha yumuşak karşılarken; bir kısmı da daha katı bir tutum sergilemişlerdir: Kadınların %36’sı böyle durumlara çok kızdıklarını, toplumda yaygınlaşmasını istemediklerini dile getirmişler, % 20’si ise böyle bir durumu ahlaksızlık olarak nitelendirmiştir.

Kadınların sosyo-ekonomik düzeyleri pembe dizi izlemelerini etkilemektedir. Ankete katılan pembe dizi izleyen ev kadınlarıyla ile yapılan görüşmelerde büyük bir çoğunluğunun ekonomik olarak çok da rahat olmadıkları saptanmıştır. 350-750YTL arasında aylık kazancı olan bu insanların zamanlarının neredeyse tamamını evlerinde geçirdikleri görülmüştür. Çalışmadıkları için kadınlar için evden kısmi olarak uzaklaşmanın tek yolu komşulardır. Bu nedenle hoşça vakit geçirmek, dinlenmek, günlük stresten uzaklaşmak ve bağımlılık gibi nedenlerle pembe dizilere yöneliyorlar. Ne de olsa pembe dizi

seyretmek için bedel ödemelerine gerek yok, ödenen tek bedel zaman. Gelir seviyesi arttıkça, pembe dizi izleme oranının da azaldığını anket sonuçlarından tespit etmek mümkün. (Bkz. Tablo 23)

Kadınların izledikleri program türleri ile ailenin aylık gelirleri birlikte değerlendirildiğinde (Bkz. Tablo 23) ikisi arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu Kikare (Chi-Square) verilerinden anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Tablo 23'teki veriler anlamlı ve yorumlanabilir olarak görülmektedir.

Görüşülen ev kadınlarının eğitim düzeyi ilkokul mezunu olarak belirlenmiştir. Bu nedenle hangi yaş aralığında olursa aynı eğitim düzeyine sahip kadın izleyicilerle görüşülmüştür. Görüşülen bazı bayanların evlerinde eğitim düzeyi yüksek kızları veya onlarla beraber yaşayan akrabaları vardır. Anket gerçekleştirilirken yapılan sohbetlerde, eğitim düzeyi daha yüksek olan kadınların pembe dizileri çok az seyrettikleri gözlenmiştir. Ancak yapılan anket sadece ilkokul mezunu ev kadınlarını kapsadığı için bu konuda kesin verilere ulaşılmamıştır, sadece görüşmeler sonucunda edinilen izlenimlerin aktarılması söz konusudur.

42.Ailenin aylık geliri nedir? * 6.Hangi tür programları izliyorsunuz? Çapraztablo

42. Ailenin aylık geliri nedir?		6.Hangi tür programları izliyorsunuz?						Toplam
		film	dizi	haber	araştırma belgesel	müzik-eğlence	her tür program	
0-350 milyon	Sayı	1	10	2	0	4	8	25
	42.Ailenin aylık geliri nedir?	4,0%	40,0%	8,0%	,0%	16,0%	32,0%	100,0%
	6.Hangi tür programları izliyorsunuz?	50,0%	28,6%	25,0%	,0%	22,2%	25,0%	25,3%
	Toplam %	1,0%	10,1%	2,0%	,0%	4,0%	8,1%	25,3%
350-700 milyon	Sayı	1	20	3	2	7	12	45
	42.Ailenin aylık geliri nedir?	2,2%	44,4%	6,7%	4,4%	15,6%	26,7%	100,0%
	6.Hangi tür programları izliyorsunuz?	50,0%	57,1%	37,5%	50,0%	38,9%	37,5%	45,5%
	Toplam %	1,0%	20,2%	3,0%	2,0%	7,1%	12,1%	45,5%
700-1 milyar	Sayı	0	3	2	2	4	8	19
	42.Ailenin aylık geliri nedir?	,0%	15,8%	10,5%	10,5%	21,1%	42,1%	100,0%
	6.Hangi tür programları izliyorsunuz?	,0%	8,6%	25,0%	50,0%	22,2%	25,0%	19,2%
	Toplam %	,0%	3,0%	2,0%	2,0%	4,0%	8,1%	19,2%
1-2 milyar	Sayı	0	2	1	0	3	3	9
	42.Ailenin aylık geliri nedir?	,0%	22,2%	11,1%	,0%	33,3%	33,3%	100,0%
	6.Hangi tür programları izliyorsunuz?	,0%	5,7%	12,5%	,0%	16,7%	9,4%	9,1%
	Toplam %	,0%	2,0%	1,0%	,0%	3,0%	3,0%	9,1%
2 milyar ve üstü	Sayı	0	0	0	0	0	1	1
	42.Ailenin aylık geliri nedir?	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	6.Hangi tür programları izliyorsunuz?	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,1%	1,0%
	Toplam %	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%
Toplam	Sayı	2	35	8	4	18	32	99
	42.Ailenin aylık geliri nedir?	2,0%	35,4%	8,1%	4,0%	18,2%	32,3%	100,0%
	6.Hangi tür programları izliyorsunuz?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	2,0%	35,4%	8,1%	4,0%	18,2%	32,3%	100,0%

23 – Aylık gelirle dizi izleme alışkanlığı arasındaki ilişki

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,049 ^a	20	,875
Likelihood Ratio	14,697	20	,793
Linear-by-Linear Association	3,549	1	,060
N of Valid Cases	99		

a. 23 cells (76,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Görüşmeler sırasında fark edilen bir diğer konuya anket yapılan kadınların yıllar geçtikçe pembe dizileri daha az seyretmeye başladıklarını dile getirmeleridir. Pembe dizilerin Türk televizyonlarında gösterilmeye başlandığı andan itibaren seyreden bu kadınlar, yıllar içinde pembe dizilerin yerine yaygınlaşan başka programlara yönelmeye başlamışlar. Kanal 7 ve STV gibi kanalların öncülüğünü yaptığı "Sır Kapısı" tarzındaki programların izleyici sayısının arttığı ankete katılan bayanların açıklamalarından anlaşılmaktadır. Anketin gerçekleştirildiği bölgenin sosyo-ekonomik yapısının, ahlaki ve kültürel durumunun bu program türünün izlenme oranlarının artmasında etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Ankete katılan kadınlarla görüşülürken dikkati çeken diğer bir konuya, kadınların pembe dizi izlediklerini itiraf etmekten kaçınmalarıdır. Pembe dizi izlemeyi küçültücü bir şey olarak kabul edip, "Ben hiç pembe dizi seyretmem. O tarz programlar basittir. Onları cahil insanlar seyreder." gibi cümleler sarf edilebilmektedir. Bu durumdan anlaşılan şudur ki pembe dizi seyretmek bazı kadınlara göre aşağılayıcı bir durum, bu nedenle pembe dizi seyrediyor olsalar bile bu durumu inkar etmekte, asla bu tip programlar seyretmediklerini dile getirmektedirler.

SONUÇ

Kitle iletişim araçları ilk ortaya çıktıkları tarihten itibaren etki konusundaki araştırmaların nesnesi olmuşlardır. Bu araçların etkili olduğuna ilişkin önemli bulgular elde edilmiştir. Kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonun da toplumu etkilemede etkin bir güce sahip olduğu görülmüştür.

Araştırmanın konusu olan ve kadın izleyicileri hedef kitle olarak kabul eden pembe dizilerin de kadınlar üzerinde önemli etkilere sahip olduğu, kadınları bağımlı hale getirdiği düşünülmektedir. Ancak izleyiciye yönelik olarak yapılan iletişim araştırmalarında genelleme yapılmasının ne kadar zor olduğu bilinmektedir. İzleyicinin sahip olduğu kişisel ve psikolojik özellikleri, sosyolojik ve çevresel etmenleri kontrol etmenin bir hayli zor olduğu unutulmamalıdır.

Bu çalışmada, pembe dizilerin, örneklem grubu olarak seçilen farklı sosyal-kişisel özelliklere sahip ilkökul mezunu ev kadınları üzerindeki etkilerinin nasıl olduğu incelenmiştir. Pembe dizi izleyen kadınların tutum ve davranışlarının, izlemeyen kadınlara göre farklılık gösterdiği, sosyal ve kişisel özelliklerin pembe dizileri izleyen kadınlar ile bu dizileri izlemeyen kadınların tutum ve davranışlarındaki bu farklılıkta etkili olduğu varsayımlarından yola çıkılmıştır. Pembe dizilerin etkilerini ortaya koymayı amaçlayan gözlem ve istatistikleri, önemli bulgular ortaya koymuştur.

Araştırmaya katılan ilkökul mezunu ev kadınlarının diziye izleme nedenleri arasında belirgin farklılıklar bulunmamaktadır. Bilgi düzeyleri hemen hemen birbirlerine yakın olan bu kadınların pembe dizi izleme nedenleri daha çok vakit geçirme, dinlenme ve bağımlılıktır. Anketin yapıldığı ortamda eğitim düzeyi daha yüksek olan kadınlarla gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde izleme nedenlerinin pek de farklı olmadığı görülmüştür. Onların da ilkökul mezunu ev kadınlarıyla aynı nedenlerden ötürü pembe dizileri seyrettikleri anlaşılmıştır.

Düzenli pembe dizi izleyen kadınların bilgi düzeyleri ile ara sıra pembe dizi izleyen ev kadınlarının bilgi düzeyleri arasında belirgin bir fark yoktur. Dizin az ya da çok izlenilmesi kadınların bilgi düzeylerinde farklılıklara neden ol-

mamaktadır. Çünkü anket sonuçlarından kadınların dizileri izleme nedenleri arasında öğrenmenin, bilgilerini arttırmanın veya dizi konularından ders alıp günlük hayatlarında uygulamanın oldukça az bir yere sahip olduğu görülmüştür.

Sosyo-ekonomik durumlarının kadınların pembe dizi izlemelerinde çok da fazla belirgin olmamakla beraber etkili olduğu görülmüştür. Daha yüksek gelir düzeyine sahip örneklem grubunun pembe dizileri daha az seyrettiği saptanmıştır.

Yapılan bu çalışmada, izleyiciyi merkez alan modellerden biri olan kullanım ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ev kadınlarının aktif izleyici oldukları görülmüştür. Kadınlar daha önceki deneyimlerine dayanarak pembe dizileri seyretmekte ve seçimlerini bu türden yana kullanmaya devam etmektedirler. Gerçekleştirilen diğer araştırmalarda, kadınların bilişsel, duygusal, toplumsal ve kişisel gereksinimlerini karşılamak ve dinlenmek için pembe dizilere yöneldiklerini saptanmıştır. Bu çalışmada da kadınların aktif izleyici oldukları, seyrettikleri pembe dizileri bazı ihtiyaçlarını karşılamak adına seçtikleri gözlenmiştir. Ancak yapılan anket çerçevesinde elde edilen bulgulardan dinlenme, vakit geçirme ve bağımlılık gibi faktörlerin diğer gereksinimlere göre kadınların seçiminde daha etkili olduğu tespit edilmiştir.

Pembe dizilerin, kadınların tutum ve davranışlarında farklılaşmaya yol açtığı söylenmektedir. Ancak ankete katılan kadınların bu dizileri izleme nedenleri ve anketteki değerlendirmeleri göz önüne alındığında, kadınlarda tutum değişimi gözlenmemiştir. Yalnızca pembe dizilerin televizyonlarda gösterilmeye başlandığı tarihten bu yana daha az izlenmekte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tabi ki bu tarz yapımların tercih edilmesinde, anketin gerçekleştirildiği bölgenin sosyo-demografik özelliklerinin etkili olduğu açıktır. Burada önemli olan kadınların, aktif birer izleyici olarak, gereksinimlerini karşılamak için tercih ettikleri programları seyretmeleridir. Bu kimi zaman bir pembe dizi, kimi zaman da bir drama olabilir. Önemli olan seçimlerini kendilerinin yapmalarındır.

KAYNAKÇA

- ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan; **İletişim ve Toplum**, Ankara, Bilgi, 1990
- ALLEN, Robert. C; "Soap Opera as Economic Product and Cultural Document" *American History/American Television*, der:John E. Connor, Frederick Ungar Publishing, New York, 1983
- ALLEN, Robert. C; **Speaking of Soap Operas**. Chapel Hill:University of North Carolina Press,1985
- ANG, İen; **Watching Dallas : Soap Opera and The Melodramatic Imagination**. London ve New York:Routledge,1985
- ANKAY, Aydın; **Eğitim Psikolojisine Giriş**, Ankara, Turhan Kitabevi,1992
- ARIKAN, Rauf; **Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma**. Ankara: TUTİBAY LTD. ŞTİ, 1995
- ARKONAÇ: Ayşen; **Sosyal Psikoloji**, İstanbul: Alfa Yayınları, 1998
- BATMAZ, V. Ve A. AKSOY; **Türkiye’de Televizyon ve Aile**. Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu1995
- BEKTAŞ, Arsev; **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, İstanbul: Bağlam Yayınları, 1996
- BİNARK, F. Mutlu; "Kullanım ve Doyumlar Sarkacı: Çizginin Dışına Salınmak", *G.Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu Dergisi*, 10, 119-128, 1988/1989
- BİNARK, F. Mutlu; *Televizyon Gündüz Seriyalleri ve Etkin Kadın İzler-Küme*, Ankara: Ankara Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) 1992
- BİNARK, F. Mutlu; "Ben –Bir Kadın Özne- Ve Benim Sabun Köpüklerim Ya Da Pembe Dizilerim", *İLEF Yıllık Dergisi 1994*, 41-64, 1992
- BROWN, Mary Ellen; **Soap Opera and Women Talk : The Pleasure of Resistance. California** : Sage Publications, 1994

BUDAK, Leyla; **Televizyon Yayınlarında Soap Operalar**, İzmir : Ege Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 1993

CANTOR, Muriel ve S.PINGREE; **The Soap Opera**. United States of America: Sage Publications, 1983

CASSATA, Mary; "The More Things Change, The More They Are The Same:An Analysis of Soap Operas From Radio to Television", *Life on Daytime Television: Tuning-In American Serial Drama*. United States of America: Ablex Publishing Corporation, 1983

CASSATA, Mary; "The Soap Opera", B.Rose (Der.), *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Connecticut: Greenwood Press, 1985.

CASSATA, M. Ve T.SKILL; "Television Soap Operas: What's Been Going On Anyway?", *Life on Daytime Television: Tuning-In American Serial Drama*. United States of America: Ablex Publishing Corporation, 1983

CASSATA, M. Ve T.SKILL; "Soap Opera Women:An Audience View", *Life on Daytime Television: Tuning-In American Serial Drama*. United States of America: Ablex Publishing Corporation, 1983

CÜCELOĞLU, Doğan; **İnsan ve Davranışı, Psikolojinin Temel Kavramları**. 4.basım. Ankara:Remzi Kitabevi, 1993

DEARING, J.W. ve ROGERS, E; **Communication Concepts: 6 Agenda Setting**, Sage, Thousand Oaks, 1996

DERY, Charles; "Television Soap Opera: Incest, Bigamy and Fatal Disease", *American Television Genres*, Stuart M. KOMINSKY and Jeffrey H. MAHAN, 1985

ESSLIN, Martin; **Televizyon Çağı; TV Beyaz Camın Arkası**. Çev. Murat ÇİFTKAYA, İstanbul: Pınar Yayınları, 1991

FEUER, Jane; "Melodrama, Serial Form and Television Today", *Television Criticism, Approaches and Applications*, Leah R.Vande BERG, Lawrence A. WENNER, Longman, 1991

FISKE, John; **Television Culture**. London: Routledge, 1987

FISKE, John; **İletişim Çalışmalarına Giriş**. Çev. Süleyman İRVAN, Ankara: Ark Yayınları, 1996

FREEDMAN, Jonathan ve Başk; **Sosyal Psikoloji**. Çev.Ali DÖNMEZ. İstanbul:Ara Yayıncılık, 1998

GERAGHTY, Christine; **Kadınlar ve Pembe Dizi**. Çev. Nur NİRVEN, İstanbul: AFA Yayıncılık, 1991

HOBSON, Dorothy; "Ev Kadınları ve Medya": İRVAN ve M. BİNARK (Der.), *Kadın ve Popüler Kültür*, Ankara: Ark Yayınları, 1995

İŞİK, Metin; **Kitle İletişim Teorilerine Giriş**, Eğitim Kitabevi Yayınları, 2002

KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem; İnsan ve İnsanlar. Ankara: Sosyal Bilimler Derneği 1976

KAPLAN, Yusuf; **Televizyon: Öykü-Anlatma ve Mit-Üretme Aracı Olarak**. Çev. Gökçen KAPLAN, İstanbul: Ağaç Yayıncılık, 1992

KATZMAN, N; "Television Soap Operas: What's Been Going On Anyway?", *Public Opinion Quarterly*, 1972

KONGAR, Emre; "Televizyonda Arabesk Latin Amerika Dizileri", *Beyazperde Dergisi* (Latin Amerika TV Dizileri Eki), Aralık, sayı:7,1989

KRECH, David; **Sosyal Psikoloji**, Çev. Erdoğan GÜÇBİLMEZ ve Oğuz ONARAN, Türk Siyasi İlimler Derneği Yayınları, Siyasi İlimler Serisi 12, 1967

KREUTZNER, G. Ve E. M. WARTH; "Gendered Meanings: Soap Operas and Female Viewers", H. BORCHERS, G. KREUTZNER ve E. M. WARTH (Der.), *Never-Ending Stories: American Soap Operas and the Cultural Production of Meaning*. Almanya: Wissenschaftlicher Verlag Trier, 1994

KULA, Nesrin, **Türkiye’de Kadın İzleyicilerin Soap Operaları İzleme Nedenleri**, İzmir: Ege Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 2000

LAKE, C. C. Ve P. C. HARPER; **Kamuoyu Araştırmaları**. Çev. Nurettin GÜZ, Ankara: Altinküre Yayınları, 2002

LAZAR, Judith; **İletişim Bilimi**, Çev.Cengiz ANIK, Ankara : Vadi Yayınları, 2001

LEWIS-FLITTERMAN, Sandy; "Psychoanalysis, Film and Television", R. C. ALLEN (Ed.) *Channels of Discourse: television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill ve London: University of North Carolina Press. 195-202, 1987

LEVY, M. Ve S. WINDAHL; "The Concept of Audience Activity", P. PALMGREEN, K. E. ROSENGREEN ve WENNER (Der.), *Media Gratifications Research. Current Perspective*. Beverly Hills, CA: Sage Publications. 109-122, 1985

LIEBES, T. Ve S. M. LIVINGSTONE; "European Soap Operas: The Diversification of a Genre", *European Journal of Communication*, 1998

LULL, James; **Medya İletişim Kültür**. Çev.Nazife GÜNGÖR, Ankara: Vadi Yayınları. 127-156; 2001

MATTELART, Armand; **Reklamcılık**, Çev. Fatoş ERSOY, Cep Üniversitesi, İstanbul: İletişim Yayınları; 1990

MATTELART, Michelle; "Bir Brezilya Tarzı: Telenovela", *Medya Dünyası*, Jean Marie CHARON, Çev.Oya TATLIPINAR, İstanbul : İletişim Yayınları, 1992

McCOMBS, M.E; "Explorers and Surveyors: Expending Strategies for Agenda Setting Research", *Journalism Quarterly* 69, 1992

MC QUAIL, D; "With the benefit of hindsight: reflection on uses and gratifications research", *Critical Studies in Mass Communication*, 1,2. 177-193, 1984

MC QUAIL, D. Ve S. WINDAHL; **İletişim Modelleri**. Çev. Mehmet KÜÇÜKKURT, Ankara: İmaj Yayınları, 1993

MC QUAIL, D. Ve S. WINDAHL; **Kitle İletişim Modelleri**. Çev. Konca YUMLU, Ankara: İmge, 1997

MC QUAIL, D., J.G. BLUMMER ve J. BROWN; "The television audience: a revised perspective", D. MC QUAIL (Ed.), *Sociology of Mass Communications*, Harmondsworth: Penguin. 135-165, 1972

MERRILL, J.C., LEE, J. ve FRIELANDER, E.J; **Modern Mass Media**. New York: Harpers Collins Publishers Inc, 1990

MODLESKI, Tania; **Hinçla Sevmek** (*Kadınlar için Kitlesele Fantezi Üretimi*). Çev. Yavuz ALAGON, İstanbul: Pencere Yayınları, 1982

MUTLU, Erol; **Televizyonu Anlamak**. Ankara: Gündoğan Yayınları, 1991

MUTLU, Erol; **İletişim Sözlüğü**. Ankara: Ark Yayınlar, 1998

MUTLU, Erol; **Televizyon ve Toplum**, Ankara : TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı, 1999

MORLEY, David; **Family Television: Power and Domestic Leisure**. London: Comedia, 1986

NEUMANN, Noelle Elisabeth; "Suskunluk Sarmalı Kuramı'nın Medyayı Anlamaya Katkısı", *Medya, Kültür, Siyaset*, (Der. S. İrvan), Bilim Sanat Yayınları, Ankara, 1997

NOCHIMSON, Martha; **No End to Her: Soap Opera and the Female Subject**. Berkeley: University of California Press; 1992

OSKAY, Ünsal; "Latin Amerika Dizileri", *Beyazperde*, sayı 2, Hürriyet Yayınları, İstanbul, 1989

PALMGREEN, Philip; "Uses and Gratifications: A Theoretical Perspective", *Communication Yearbook* 8, R. N. BOSTROM (Der.), CA: Sage Publications. 20-55, 1984

PRESS, Andrea L; **Women Watching Television: Gender, Class and Generation in the American Television Experience**. United States of america: University of Pennsylvania Press, 1991

RADWAY, Janice; "İdeolojik Çalışmaların Tanımlanması: Kitle Kültürü, Analitik Yöntem ve Siyasal Pratik": İRVAN ve M. BİNARK (Der.), *Kadın ve Popüler Kültür*. Ankara: Ark Yayınları, 1995

ROSE, Brian; "The Soap Opera", *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Connecticut: Greenwood Press, 1985

ROSENGREEN, K. E; "Uses and gratifications:a paradigm outlined",J. G. BLUMMER ve E. KATZ (Ed.), *The Uses Of Mass Communications*. 269-281; 1974

SEVERIN, Werner J. & TANKARD, James W. Jr; **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları**, Çev.Ali Atıf BİR, Serdar SEVER, Anadolu Üni, Eskişehir:Kibele Sanat Merkezi, 1994

SHERIF, M. Ve C.I. HOVLAND; **Social Judgement: Assimilation and Contrast Effects In Communication and Attitude Change**.New Haven, Conn: Yale Uni. Press, 1961

STEEVES, Leslie; "Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları", Çev. Mehmet KÜÇÜK (Der.), *Medya İktidar Ideoloji*. Ankara: Ark Yayınları. 127-199, 1999

TEKİNALP, Ş. Ve UZUN, R; **İletişim Araştırmaları ve Kuramları**, İstanbul: Derin Yayınları, 2004

TOPRAK, Şükran; **Medyanın Sosyo-Kültürel Açidan Toplumsal Yapı Üzerindeki Rolü-Örnek Olay Soap Opera (Pembe Dizi)**, Konya: Selçuk Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 1999

TÜTÜNCÜ, Fatma; **Television Soap Operas and Women An Audience Study. Turkish Women's Response To "The Young and The Restless"**, Ankara: ODTÜ (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 1998

VURAL, Sacide; **Konulu Filmlerin Kadınlar Üzerindeki Etkisi**. Ankara: Özışık Ofset Matbaacılık, 1995

WARTH, Eva-Maria; "And that's my time": Soap Operas and the Temporal Organization of Women's Everyday Lives", H. BORCHERS, G.

KREUTZNER ve E. M. WARTH (Der.), *Never-Ending Stories: American Soap Operas and the Cultural Production of Meaning*, Almanya: Wissenschaftlicher Verlag Trier. 216-226, 1994

YÜKSEL, Erkan; **Medyanın Gündem Belirleme Gücü**. Konya: Çizgi Kitabevi, 2001

EK: Anket**PEMBE DİZİLERİN KADINLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Sayın bayan iyi günler,

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-TV-Sinema Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans yapmaktayım. Pembe dizilerin kadınlar üzerindeki etkisi konusunda yüksek lisans tezi hazırlamaktayım. Tezimdeki alan araştırması çerçevesinde bu anket çalışmasını yapmaktayım. Bu görüşme için siz tamamen tesadüfi olarak seçildiniz. Size adınız ve kimliğinizle ilgili hiçbir bilgi sorulmayacak ve verdiğiniz bilgiler kesinlikle saklı kalacaktır. Anket yaklaşık 10 dakika sürecektir. İlgili ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ediyorum ve izninizle sorulara geçiyorum.

Eğitim seviyeniz nedir? (okur-yazar, ilkokul, ortaokul, lise)

DİKKAT : İlkokul mezunuysa anket yapılacaktır

DİKKAT: Anket 18 yaşından büyük bayanlarla yapılacaktır

Bir işte çalışıyor musunuz? 1) Evet , 2) Hayır

DİKKAT: Çalışıyorsa anket yapılmayacaktır.

1. Sevdiğiniz bir televizyon dizisini kaçırdığınız zaman diziyle ilgili bilgileri nereden alıyorsunuz?

- 1) Bölümü izlemiş aile üyelerinden, 2) Gazetelerin TV sayfalarını okuyarak,
3) Diziyi izleyen komşulardan, 4) Kaçırdığım bölümü video kayıt cihazından izleyerek,
5) O bölüm hakkında bilgi edinme ihtiyacı duymuyorum, 6) Diğer

2. Televizyon izlerken başka işle uğraşıyor musunuz? 1) Evet, 2) Hayır

3. Pembe dizi izlerken başka işle uğraşıyor musunuz? 1) Evet, 2) Hayır

4. Pembe dizileri izlerken birileriyle konuşuyor musunuz? 1) Evet, 2) Hayır

5. Sevdiğiniz diziyi izlerken, biri sizinle konuşursa veya sizden bir şey yapmanızı isterse ne yaparsınız?

1. Dizi önemli değil, isteneni yaparım ya da konuşurum,
2. Diziyi kaçıracığım için tedirgin olurum, ama karşımdakine hissettirmem,
3. Oldukça canım sıkılır ve bu durumdan hoşnut olmadığımı karşımdakine belli ederim

4. Diziyi izlemem çok önemlidir, bunu karşımdakine bildirir, diziyi izlerim
- 6 . Hangi tür programları izliyorsunuz?
- 1) Film, 2) Dizi, 3) Haber, 4) Araştırma –belgesel, 5) Müzik –eğlence, 6) Her tür program
7. Günde ortalama kaç saat televizyon izliyorsunuz?
- 1) 0-2, 2) 3-6, 3) 7-10, 4) 11-14, 5) 14'ten fazla
8. Hangi saatlerde televizyon izliyorsunuz?
- 1) Sabah, 2) Öğle, 3) Akşam, 4) Bütün gün
9. Evinizde kaç tane televizyonunuz var? 1) Bir, 2) İki, 3) Üç, 4) Dört
10. Mutfakta iş yaparken televizyon seyrediyor musunuz? 1) Evet, 2) Hayır
11. Pembe dizileri çevrenizdeki kişilerle ya da ailenizle sohbet konusu yapıyor musunuz? 1) Evet, 2) Hayır
12. Pembe dizilerde izlediğiniz bir karakteri çevrenizdeki kişilere benzetiyor musunuz? 1) Evet, 2) Hayır
13. Kendinizi pembe dizilerdeki bir karakterin yerine koyuyor musunuz?
- 1) Evet, 2) Hayır
14. Pembe dizilerde meydana gelen olaylara sizce gerçek yaşamda rastlanabilir mi?
- 1) Evet, 2) Hayır
15. Dizilerdeki aile içi ilişkilerden ne oranda etkileniyorsunuz?
- 1) Dizide yaşananlardan güzel ve olumlu olanları alıyor, ben de uygulamaya çalışıyorum,
- 2) Çok dikkat etmiyorum ama dizideki bazı olayların benim hayatıma da yansıdığını görüyorum,
- 3) Dizilerden ders alıp gündelik yaşantımda bunları yapmamaya dikkat ediyorum,
- 4) Hiçbir şekilde etkilenmiyorum
16. Eşinizin pembe dizileri izleme alışkanlığınız üzerine görüşü nedir?
- 1) Hoşlanmıyor, 2) Kayıtsız kalıyor, 3) Onaylıyor

17. Eşinizin tutum ve davranışları pembe dizi izleme alışkanlığınızı etkiliyor mu?

- 1) Evet, 2) Hayır

18. (DİKKAT : “Etkiliyor” diyenlere sorulacak.) Ne oranda etkiliyor?

- 1) Eşim hoşlanmıyor, ama buna rağmen izliyorum,
2) Eşim kayıtsız kalıyor ve ben rahat bir şekilde izliyorum,
3) Eşim zaten onaylıyor, ben de hoşlandığım için izliyorum

19. Kitap okuma alışkanlığınız var mı? 1) Evet, 2) Hayır

20. Eğer kitap okuma alışkanlığınız var ise, ne tür kitap okumaktan hoşlanırsınız?

- 1) Klasikler, 2) Macera, 3) Bilim-kurgu, 4) Polisiye,
5) Sevda romanları, 6) Kültür-sanat, 7) Diğer

21. Aşağıdaki pembe dizilerden hangilerini izlediniz / izliyorsunuz?

- 1) Yalan Rüzgarı, 2) Cesur ve Güzel, 3) Marimar, 4) Hayatımın Kadını,
5) Her Şey Senin İçin, 6) Bahçivanın Kızı, 7) Rebecca

22. Bu dizileri veya diziyi ne sıklıkta izlediniz / izliyorsunuz?

- 1) Her gün, 2) Haftanın çoğu günü, 3) Haftada bir gün, 4) Arada sırada

23. Pembe dizileri nasıl izliyorsunuz?

- 1) Tek başına, 2) Ailenin diğer üyeleriyle, 3) Komşularla,
4) Arkadaşlarla, 5) Eşimle, 6) Diğer

25. Pembe dizi sizin için ne ifade ediyor?

- 1) Eğlendiriyor, 2) Bilgi ediniyorum, 3) Öğüt alıyorum,
4) Vakit geçiriyorum, 5) Dinleniyorum, 6) Kendime ait zamanım oluyor,
7) Günlük problemlerden kaçıyorum, 8) Diğer (belirtiniz)

Pembe dizileri izlediğim zaman;

Katılıyorum Katılmıyorum

26. Hayatımın daha kötü olabileceğini görüyorum,

27. Hayatımda neler olduğunu anlayabiliyorum,

28. Başka ailelerin hayatını öğrendiğim için mutlu oluyorum,

29. Karakterlerin mutluluk ve heyecanını paylaşıyorum,

30. Günlük hayatıma yansıtabileceğim dersler çıkartıyorum

31. Sizce pembe dizi izleme nedeni nedir?

- 1) Bağımlılık-alışkanlık yarattı,
- 2) Komşular ile konuşacak konularım oluyor,
- 3) Benimsediğim karakterle birlikte onun yaşadığı her şeyi ben de yaşıyor gibi oluyorum,
- 4) Günlük hayat için faydalı bilgiler öğreniyorum,
- 5) Başka insanların yaşadıklarını öğreniyorum,
- 6) Kadınların giyim ve makyaj şekillerine dikkat ediyorum,
- 7) Rahatlamama sebep oluyor,
- 8) Normalde yaşayamayacağım aşk, nefret, korku gibi duyguları ve cinselliği suçluluk duymadan yaşayabiliyorum,
- 9) Ailem ve çevrem izlediği için izliyorum,
- 10) Boş zamanlarımı doldurmamı sağlıyor
- 11) Diğer

32. Pembe dizilerden öğrendiğiniz bilgileri günlük hayatta kullanıyor musunuz?

- 1) Evet, 2) Hayır

33. Ev işi yapma, yemek yeme gibi gündelik işlerinizi pembe dizilerin saatlerine göre düzenliyor musunuz? 1) Evet, 2) Hayır

34. İzlediğiniz dizide, erkeğin karısını aldattığını seyrettiğiniz zaman neler hissedersiniz?

- 1) Hiç etkilenmem bunun film icabı olduğunu düşünürüm,
- 2) O an üzülürüm ama sonra unuturum,
- 3) Çevremdekilerin başına gelebileceğini düşünür, üzülürüm,
- 4) Eşimin de beni aldatabileceğini düşünür etkilenirim.

35. Seyrettiğiniz dizideki kadın oyuncunun evlilik dışı ilişkiden bir çocuk sahibi olmasını gördüğünüzde ne düşünürsünüz?

- 1) Çok kızarım, bu tür ahlaksızlıkların toplumda yaygınlaşmasından korkarım,
- 2) Bozulum, filmde bile olsa ahlaksızlık, ahlaksızlıktır,
- 3) Bu tür şeyler filmde bile olmasa iyi olur, çok üzülürüm,
- 4) Filmdeki kadına acırım, yaptığıının da yanlış olduğunu düşünürüm,
- 5) Umursamam, bunlar filmlerde olan şeylerdir.

36. İzlediğiniz dizide genç bir insanın alkolik olduğunu gördüğünüz zaman nasıl etkilenirsiniz?

- 1) Hiç etkilenmem, filmlerde böyle şeyler olur,
- 2) Pek etkilenmem ama gerçek hayatta da böyle şeyler olmakta,
- 3) Üzülürüm, alkolün insanları mahvettiğini düşünürüm,
- 4) Kendi çevremdeki insanların da alkolik olabileceğini düşünür çok etkilenirim.

37. Seyrettiğiniz dizilerdeki kadın karakterlerin şatafatlı hayatlarından, giyim kuşamlarından, süslenmelerinden etkilenir misiniz?

- 1) Elbette, hayatımın önemli bir bölümünü bunlardan esinlenerek düzenlerim,
- 2) Sadece yapabileceğim kadarını örnek alarak hayatıma uygularım,
- 3) Onları ben de yapmak isterim ama mümkün olmaz,
- 4) Hiç etkilenmem, onlar uç örneklerdir, gerçek hayatta olmaz

38. Yaşı? 1) 18 ve 25, 2) 25 ve 35, 3) 35 ve 50, 4) 50 ve 65, 5) 65 ve üstü

39. Medeni durumunuz nedir? 1) Evli, 2) Bekar, 3) Dul

40. Eşinizin mesleği? 1) İşçi, 2) Memur, 3) Serbest, 4) Emekli, 5) Diğer

41. Eşinizin eğitim durumu?

- 1) Okur-yazar, 2) İlkokul, 3) Ortaokul, 4) lise, 5) Üniversite

42. Ailenin aylık geliri? 1) 0 - 350 milyon, 2) 350 -700 milyon,
3) 700 -1 milyar, 4)1 - 2 milyar, 5) 2 milyar ve üstü

ÖZET

Kadioğlu Şebnem, Pembe Dizilerin Kadınlar Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2010

Pembe dizilerin kadınlar üzerindeki etkisi konulu bu çalışmada kullanım ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde kadınların çeşitli gereksinimlerini karşılamak adına pembe dizileri seyrettikleri varsayımından hareket edilmiştir. Bu noktada kadınların aktif izleyici oldukları ve pembe dizi izleme tercihlerini kendi istekleri doğrultusunda yaptıkları görülmüştür. Anket yapılan ev kadını izleyicilerin, pembe dizileri vakit geçirme, dinlenme ve alışkanlık gibi nedenlerden dolayı izlemeyi tercih ettikleri görülmüştür.

Anketin gerçekleştirildiği örneklem grubunda, pembe dizileri seyretmelerine bağlı olarak herhangi bir tutum değişikliği saptanmamıştır. Dizilerde meydana gelen olaylarla ilgili duygusal tepkileri olmasına karşın, o dünyanın gerçek olmadığı, yaşananların gerçek dünyada olamayacağı ve dizilerdeki olayların Türk toplum yapısıyla bağdaşmadığı bilinci oldukça yerleşmiş durumdadır. Kadınların pembe dizileri izleme nedenleri ilgili sorulara verdikleri cevaplar arasında da tutum değişimine yönelik herhangi bir veri yoktur.

Kadınların kişisel ve psikolojik özellikleri ile sosyo-ekonomik düzeyleri pembe dizileri seyretmelerinde etkili olmaktadır. Ancak bu etki sanıldığı kadar yüksek değildir. Tam tersine örneklem grubunun eskisi kadar pembe dizileri seyretmediği, bunun yerine ruhani içerikli bazı yapımlara yönelmeye başladığı görülmüştür.

Anahtar Sözcükler:

1. Pembe Dizi
2. Kitle İletişim Kuramları
3. Tutum Değişikliği

ABSTRACT

Kadioğlu Şebnem, The Effect of Sop Opera On Women, Master Thesis, Ankara, 2010

In this study of which subject is the effect of soap opera on women, it is deemed that women watch soap operas for meeting their various requirements within the framework of usage and satisfaction approach. At this point, it is seen that women are active viewers and they make their decisions for watching soap opera at their own discretion. It is also seen that the housewives, with whom a survey was conducted, prefer to watch soap operas because of various reasons such as recreation, resting, habitual motive and etc.

In the sample group, with whom the survey was conducted, no attitude change based on watching soap opera was determined. Although they had emotional response with regards to the events occurring in the series, they were well aware that those events has nothing to do with the real world and do not accord with Turkish society. There is no data concerning the attitude change among the answers given by the women to the questions on the reasons of women watching soap operas.

Personal and psychological characteristics of women as well as their socioeconomic conditions have effects on women in terms of watching soap operas. However, this effect is not as significant as expected. On the contrary, it is seen that the sample group started to tend watching certain spiritual programs instead soap operas as much as they used to.

Key Words

1. Soap Operas
2. Mass Communication Theories
3. Attitude Change