



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı

**UYARLAMA DİZİLERDEKİ KÜLTÜREL  
FARKLARIN KÜYERELLEŞME VE TOPLUMSAL  
CİNSİYET ROLLERİ BAĞLAMINDA TEMSİLİ:  
“DESPERATE HOUSEWIVES,”/”UMUTSUZ EV  
KADINLARI” ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan: **Çağla ÇAVUŞOĞLU**

## TEŞEKKÜR

Doğduğum andan bu yaşıma kadar benden sevgilerini ve desteklerini bir an olsun esirgemeyen canım annem ve babama,

Tez süresince bütün negatifliğimi hoş gören ve benden yardımlarını esirgemeyen sevgili ablam Sinem ve kız kardeşim Hande'ye,

Bu çalışmanın başından beri fikirlerini, önerileri benimle paylaşan, yardımlarıyla beni destekleyen, en çok da pozitifliğiyle beni teze sarılmaya teşvik eden sevgili danışman hocam Sn. Yrd. Doç. Dr. Gölüm ŞENER'e teşekkür ederim.

## ÖZET

### Uyarlama Dizilerdeki Kültürel Farkların Küyerelleşme ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini Bağlamında Temsili: “Desperate Housewives,”/”Umutsuz Ev Kadınları” Örneği

Çağla ÇAVUŞOĞLU

Yüksek Lisans Tezi, Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı

Danışman: Gülüm ŞENER

Eylül, 2014

21. yüzyılda artık dünya kesin ve keskin tanımların yeri olmaktan çıkmak üzeredir. Birçok kavram ve tanım başka kavramların içinde kendine yer bulmaktadır. Karşıtlarını da içeren kavramlar kullanılması daha uygun görülmektedir. İşte tam da bu nedenle küreselleşme olgusu eski popülerliğini kaybetmeye başlamış gibi görünmektedir. Bu olgu yerine artık daha sıklıkla duyduğumuz bir başka olgu söz konusudur: Küyerelleşme. Bu kavram içinde hem küreselleşmeyi hem de yerelleşmeyi barındırmaktadır.

Bu çalışmada, Amerika’da 2004 yılında yayınlanan “Desperate Housewives” adlı dizi ile bu dizinin birebir uyarlaması olan, 2011 yılında da Türkiye’de yayınlanmaya başlanan “Umutsuz Ev Kadınları” dizisi karşılaştırılarak incelenmektedir. Bu analiz; iki farklı kültürün ürünü olan bu iki dizide karşımıza çıkan kültürel farklılıkların ve benzerliklerin tespit edilip, var olan farklılıkların ve benzerliklerin küyerelleşme sürecinde toplumsal cinsiyet rolleri açısından incelenmesini içermektedir. Dizin ana karakterlerinin kadın olmasından ve izler kitlesinin de kadınlar olarak hedeflenmiş olmasından yola çıkılarak, çalışmada toplumsal cinsiyet kavramı üzerinde durulacaktır. İki farklı kültürde kadının yeri, kadının rolü, kadının temsili gibi kavramlar üzerinden dizi incelenmeye çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** küreselleşme, yerelleşme, küyerelleşme, toplumsal cinsiyet, televizyon dizisi, kültürel farklılıklar

ABSTRACT

**Representation of Cultural Differences in the Adapted Television  
Series on Turkish Media in the context of Glocalisation and Gender Roles  
: “Desperate Housewives,”/”Umutsuz Ev Kadınları”**

**Çağla ÇAVUŞOĞLU**

**Department of Media and Cultural Studies Postgraduate Thesis**

**Supervisor: Gülüm ŞENER**

In the 21th century, the world is not the center of certain and sharp definitions anymore. Many definitions and terms can be found within different concepts. Currently, it may be more appropriate to use terms including their opposites. That’s why it seems that globalization begins to lose its popularity. Recently another term, which we have heard a lot lately, is discussed instead of globalization: Glocalization. As a term and concept, it consists of globalization and localization at the same time.

In this study, there is a comparative analysis of “Desperate Housewives”, an Amerikan drama started to be broadcast in 2004 in the United States, and “Umutsuz Ev Kadınları”, the adapted version of Desperate Housewives started to be broadcast in 2011 in Turkey. This analysis contains findings of cultural differences and similarities of these two different TV series, which are the products of two different cultures, and evaluation of these differences and similarities on the basis of gender roles in the glocalization process. The main characters and the target audience of the drama are women. Therefore, in this study it is aimed to overemphasize on the concept of gender. The comparative analysis of the TV series is tried to be analysed through the place of woman in society, the roles of woman, the representation of woman.

**Key Words:** globalization, localization, glocalization, gender, television serials, cultural differences

# İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR .....	I
ÖZET .....	II
ABSTRACT .....	II
1.BÖLÜM .....	1
GİRİŞ .....	1
1.1 Amaç.....	4
1.2. Varsayım .....	4
1.3. Sınırlılıklar .....	5
2. BÖLÜM .....	5
ALANYAZIN .....	5
2.1 Küreselleşme .....	5
2.1.1. Küreselleşme Yaklaşımları .....	7
2.1.2. Küreselleşme ve Kimlik.....	10
2.1.3 Küyereleşme.....	13
2.1.4. Küreselleşmenin Kültüre Etkileri ve Kültür Emperyalizmi.....	18
2.1.5. Küreselleşme ve Kültürel Farklılıklar .....	27
2.1.6 Kültürel Farklılıklar ve Kimlik.....	30
2.1.7. Amerika ve Türkiye Kültürel Özellikleri .....	31
Amerikan Kültürünün Özellikleri .....	31
Türkiye Kültürünün Özellikleri.....	34
2.2. Küresel Medya.....	35
2.2.1. Küreselleşme ve Yeni Medya .....	41
2.2.2. Küreselleşme ve Türkiye’deMedya .....	43
2.2.3. Küresel Medyada TV Formatları.....	49
2.3. Toplumsal Cinsiyet.....	51
2.3.1. Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Çıkışı.....	51
2.3.2. Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Topluma Yansımaları .....	58
2.3.3. Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Rollerini .....	72
2.3.4. Kadının Medyadaki Yeri.....	74
2.3.5. TV Dizilerinde Kadının Temsili .....	78

3. BÖLÜM	82
YÖNTEM	82
3.1. Araştırma Modeli	82
3.2. Evren ve Örneklem	83
3.3. Verilerin Toplanması	83
4. BÖLÜM	84
BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	84
4.1. Dizinin Konusu	84
4.2. Bulgular ve Değerlendirme	85
4.2.1. Sunum	85
4.2.2. Cinsiyet Eşitsizliği	86
4.2.3. Batıya Öykünme	98
4.2.4. Cinsellik	99
4.2.5. Kültürel Farklılıklar	106
4.2.6. Çevre	123
4.2.7. Bilime Bakış	124
5. BÖLÜM	125
SONUÇ	125
KAYNAKÇA	128
EKLER	134

## 1.BÖLÜM

### GİRİŞ

Her gün yakalamaya çalıştığımız ama hızına bir türlü yetişemediğimiz teknolojik gelişmeler, somut olarak olmasa da soyut olarak artık dünya üzerinde sınırın kalmadığının bir göstergesidir. Akademik dilde bu küreselleşme kavramı ile dile getirilmektedir. Politik, ekonomik, sosyo-kültürel ve teknolojik gelişmelerin izlerini taşıyan küreselleşme, hızlı bir biçimde, günümüze ait politik ve akademik tartışmalarda yerini almıştır ancak, her ne kadar tüm boyutları birbirine organik bağ ile bağlı olsa da, konumuz gereği bizim üzerinde duracağımız tarafı küreselleşmenin kültürel boyutudur. Küreselleşme halen tartışılan ve henüz üstünde bir anlaşmaya varılamamış bir konudur. Küreselleşme, küreselleşme taraftarı olanlar ve ona karşıt görüş oluşturanlar veya küreselleşmeye karşı tarafsız duranlar olarak sınıflandırılabilir. Fukuyama ve McLuhan gibi bazı düşünürler küreselleşmenin kültürleri birbirlerine yaklaştıracağını, kültürel farklılıklardan doğan sıkıntı ve çatışmaların bu yeni bir dünya düzeni ile ortadan kalkacağını savunurken Hall, Giddens, Robertson gibi düşünürlerin bazıları küreselleşmenin, yerel ve kültürel farkların ortadan kalkmasına neden olacağından dünyanın tektipleşeceğini, bazıları da küreselleşmenin yerel kültürlerin saflığını bozacağını ve melez bir kültürün ortaya çıkabileceğini savunurlar. Kısaca küreselleşmenin iyi mi kötü mü olduğu konusunda farklı düşünceler ve destekleyici savlar söz konusudur ve henüz bir fikir birliği sağlanmamıştır. Elbette tezin kuramsal çerçevesi oluşturulurken bu farklı düşüncelerin çoğuna başvurulmaya çalışılacak ve yer verilecektir.

Küreselleşme ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde karşımıza yerellik olgusu da çıkmaktadır. Sonuçta olgular karşıtlarıyla var olurlar. Küreselden bahsettiğimiz bir dünyada yerel olmazsa olmazdır. Bu zamana kadar yapılan tartışmalarda görülmüştür ki yerellik ya da yerelleşme olgusu küreselleşme olgusuna bir karşıtlık olarak gündeme gelmiştir. Küreselleşme ile insanların kendi özlerinin, yerel kültürlerinin, aidiyet duygularının yozlaştığı düşüncesi yerleşmiştir ve buna tepki olarak yerelleşme olgusundan

bahsedilmeye başlanmıştır. Ancak bu konuda da düşünürler görüş ayrılığına düşmüşlerdir. Yerelleşmenin küreselleşme ile eş zamanlı olmasının insanların yerel kültürlerini daha rahat ortaya çıkarmalarını sağlayacağını düşünen bazı düşünürlerin yanı sıra küreselleşmenin yerel kültürleri yok ettiğini çünkü mantığı gereği küreselleşmenin farklılıklara tahammülü olmadığını söyleyen düşünürler de mevcuttur.

Bu iki karşıt kavramın birlikteliğinden yola çıkılarak küyerelleşme kavramı ortaya atılmıştır. Bu kavram köken olarak İngilizce globalization (küreselleşme) ile localization (yerelleşme) kavramlarının kısaltılıp birleştirilmesinden meydana getirilen glocalization (küyerelleşme) kelimesidir. Hem globali hem de lokali, Türkçe olarak hem küreseli hem de yereli, içinde barındıran bu kavram Roland Robertson tarafından sıklıkla kullanılmıştır. Robertson, “küyerelleşme” ifadesiyle küreselleşmenin karşıtlık içeren iki yönünden bahsetmektedir. Küreselleşme süreci, bu tanıma göre, küresel olan ile yerel olanın iç içe geçmesinin bir sonucudur. Küreselleşme bu çerçevede dünyanın bir bütün olması ve yerelliklerin birbirine bağlanmasıyla gerçekleşmektedir. Bu durum aynı zamanda içinde yerelliği de barındırmaktadır. Yerelliğin keşfi küresel süreçler ile meydana gelmektedir. Kültürün küreselleşmesi, bu anlamıyla, tek yönlü bir akış değildir. Elektronik haberleşme, teknolojinin bu denli gelişimi, küresel kimliklerin ve göstergelerin daha çok paylaşılmasına, birbirine yaklaşmasına ve melezlenmesine yol açmaktadır. Küreselleşme, sadece bir tektipleştirme yapmamakta, çeşitli yerelliklerden beslenerek onları evrensel taşımaktadır. Bu yerelliklerin küresel ile birleştirilmesi sonucunda küyerelleşme adı verilen süreç ortaya çıkmaktadır (Robertson, 1997).

Kuşkusuz ki teoride tartıştığımız bu süreçler pratikte kendi kendilerine işleyen ve gelişen süreçler değildir. Kültürlerin yereli muhafaza etmesi ya da küresel ayak uydurması onların yönlendirilmesi ile mümkün olmaktadır. Bilindiği üzere kültürler kitle iletişim araçları ile yeniden yaratılabilir. Günümüzde de en yaygın kullanıma ve etkiye sahip kitle iletişim aracı tartışmasız televizyondur. Televizyon öyle önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir ki, toplumda bilgi sağlama, toplumsallaşma ve eğlendirme işlevlerini sağladığı için, onu yok saymak artık mümkün değildir. Televizyon evlerin



içinde, konuşma ve söyleşme için bir ortak konu sağlamakta, insanları yerel, ulusal ve küresel ilişkilerin içinde konumlandırarak eğlendirmekte ve bilgilendirmektedir (Mutlu, 1999:80).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yaygınlaşan televizyon, kitlelerin vazgeçilmezi haline gelmiştir. Yayınlanan programlar ve bu programların içerikleri bir kültür yaratmıştır. Bu kültür aracılığıyla da televizyon izleyiciye her gün binlerce mesaj gönderir. İzleyici kitlesinin bu mesajları farkederek ya da fark etmeden alması ve uygulaması beklenir. Mevcut kültürün sürdürülmesi de yine televizyon ile gönderilen iletiler sayesinde gerçekleşir. En önemli kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonun “itici güç” programlarından biri de televizyon dizileridir (tv series / serials). Kitleleri televizyona bağımlı hale getirmenin farklı bir yolu olan “arkası yarım”lar da izleyici kitlesini meraklı ve sürekli tutmak için cazip bir türdür.

Bu tez, Amerika’da 2004 yılında yayınlanan televizyon dizisi “Desperate Housewives” ile 2011 yılında Türkiye’de yayınlanmaya başlanan uyarlaması “Umutsuz Ev Kadınları” dizisinin karşılaştırılmasından elde edilen bulguları içermektedir. Bu dizi Amerika’da yayınlanan aslından birebir çeviri ile uyarlanmaya çalışılan bir projedir. Ancak bu iki dizinin yayınlandığı hedef kitlesi iki farklı kültürdür. O nedenle bu uyarlamanın yapılması kültürel farklılıklara dikkat edilerek olmuştur. Üzerinde durulacak temel nokta ise reklamcılığın adeta olmazsa olmazı haline gelen “küresel düşün, yerel davran” şiarının uyarlama dizilerde nasıl yer bulduğudur. Küyerelleşme kavramıyla temellendirilmeye çalışılacak bu inceleme, tezin bulgular kısmında sunulacaktır.

Çalışmanın örnekleme bir kadın dizisidir. Beş ana karakterinin kadın olduğu bu televizyon dizisinin hedef kitlesi de dolayısıyla yine kadınlardır. Prime-time’da yayınlanan bu dizi, içeriği bakımından izleyici kitlesi olarak kadınları seçmiştir. İncelenecek dizinin kadınları ilgilendirmesi dolayısıyla kitle iletişim araçlarında kadının yeri ve rolü, medyada kadın ve toplumsal cinsiyetle ilgili dünyada ve Türkiye’de yapılan araştırmalar, incelemeler, yazılan tezler ve makaleler incelenmiştir. Çözümlemeye yardımcı olacağı düşünüldüğünden bu konudaki gerekli alanyazın taraması yapılmıştır. Biyolojik cinsiyet farklılıkları öğrenilmemiş, doğuştan getirilen özellikler bakımından kadınlarla erkekler arasında gözlenen farklılıklardır. Toplumsal

cinsiyet farklılıkları ise öğrenilen, sosyalleşme sürecinde kazanılan özellikler bakımından insanlar arasında gözlenen farklılıklardır. Toplumsal cinsiyet farklılıkları, bireyden bireye, kültürden kültüre bazı değişimler gösterirler (Dökmen, 2004:11). Bu çalışmada ise kültürden kültüre farklılık gösteren bu toplumsal cinsiyet rollerine, farklı kültürlere hitap etmesi amaçlanan uyarlama dizilerde nasıl yer verilmektedir sorusunun cevabı aranmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri kültürden kültüre değişiklik gösterse de medyanın kadınlara bakışının her iki kültürde de benzeştiği durumlar söz konusudur. Bu karşılaştırmalı incelemede iki farklı kültür için hazırlanan bu iki farklı dizideki toplumsal cinsiyet rolleri karşılaştırılacak ve var olan benzerlikler ve farklılıklar ortaya koyulmaya çalışılacaktır. Farklılıkların olduğu kadar benzerliklerin olmasının nedeni her iki kültürün de ataerkil temelleri olmasıdır. Türk toplumu halen geleneksel olarak ataerkil yapının aile içinde devam ettirildiği, kadın ve erkeğin rollerinin belirgin şekilde birbirinden ayrıldığı bir toplumdur. Klasik ataerkil yapı yavaş yavaş yıkılıyormuş gibi görünse de Amerikan toplumu da benzer ataerkil özelliklere sahiptir ve bu durum televizyon dizilerinde sunulan ailelerde kendini oldukça açık bir şekilde belli etmektedir. Bu iki farklı kültürün kültürel özelliklerine de değinilecek olan bu tezde, toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili çözümleme toplumsal cinsiyet kuramları temelinde yapılacak ve elde edilen bulgular yine tezin bulgular kısmında yer alacaktır.

### **1.1 Amaç**

Bu araştırmanın amacı; belirli bir kültür için hazırlanmış olan televizyon dizilerinin küyerelleşme sürecinde farklı toplumların kültürlerine göre uyarlanması sırasında değişen toplumsal cinsiyet rollerini incelemektir.

### **1.2. Varsayım**

Bu çalışmanın varsayımı; belirli bir kültür için hazırlanan televizyon dizilerinin, küyerelleşme sürecinde başka bir hedef kültüre uyarlanması sırasında, uyarlanacak kültürün değerleri göre yeniden yapılandırıldığı ve özellikle bazı toplumsal cinsiyet rollerinin değişikliklere uğradığıdır.

### 1.3. Sınırlılıklar

Tezin örneklemini oluşturan 2004 yılında yayınlanmaya başlayan Desperate Housewives dizisi Amerika’da her sezonu en az 22 bölüm olmak üzere 5 sezon boyunca yayınlanmıştır. Bu tezde incelemesi yapılan birebir uyarlama “Umutsuz Ev Kadınları” dizisi ise 5. Sezonu tamamlayamadan yayından kaldırılmıştır. Bu dizinin tüm sezonlarının uyarlaması Türkiye’de yayınlanmadığından ve yayınlanan bütün bölümlerin incelenmesinin yüksek lisans tezi aşamasında zaman açısından mümkün olmamasından dolayı 2011 yılında yayınlanmaya başlanan uyarlamasının sadece ilk sezon bölümleri (23 bölüm) inceleme kapsamına alınmıştır. Yapılan karşılaştırmalı analizde, en çok dizinin 1. Bölümünün üzerinde durulmasının nedeni ise televizyon dizilerin ilk bölümlerinin izleyici kitlesini etkileme ve reyting oranlarının akıbeti açısından önemli bir paya sahip olmasıdır.

## 2. BÖLÜM

### ALANYAZIN

#### 2.1 Küreselleşme

Küreselleşme kavramı, son dönemlerin en çok tartışılan ve hakkında yargıya varılan kavramlarından birisidir. Küreselleşmenin kavramsal içeriği ve unsurları ile ilgili tartışmalar akademik çevrelerde hala devam etmektedir.

Küreselleşmeyle ilgili elbette pek çok farklı söylem mevcuttur. Bu durum, ister istemez, kavramın “*farklı anlamlarda, farklı amaçlar için kullanılması*” sonucunu doğurabilir (Keyman ve Sarıbay, 2000:18). Küreselleşme kavramının, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği(SSCB)’nin başrolde olduğu iki kutuplu dünyadan; SSCB’nin dağılmasıyla oluşmaya başlayan tek kutuplu dünyaya geçişle birlikte değiştiği belirtilmektedir. Yenidünya vurgusunun temel alındığı dönüm noktası da bu tek kutuplu dünyanın ortaya çıkardığı sonuçlarla ilgilenir ve Yenidünya kavramının genellikle Batı’yla olan yakınlaşma ile bir tutulduğu gözlemlenebilir. Morley ve Robins’in belirttiği gibi, “*küresel kapitalizm, kendini tarih-aşırı ve ulus-aşırı olarak, modernleşmenin ve modernliğin aşkın*

*ve evrenselleştirici gücü olarak sunmuş olmasına rağmen, gerçekte Batılılaşma demektir” (Morley ve Kevin1997: 151).*

İlerlemeci tarih anlayışını benimseyen düşünürlerin tarihin sonu olarak adlandırdıkları, kişiler ve gruplar arasında çıkan çatışmalar ve buna bağlı huzursuzlukların son bulduğu, insan karakterine liberal demokrasiden ve liberal ekonomiden daha uygun bir düzenin oluşturulamayacağı inancıyla liberalizmin ilkelerinin “evrenselleştirilmesi” istekleri, bugün karşılaştığımız küreselleşmenin yaygınlaşmasına yol açtığı söylenebilir. Bazı düşünürlere göre küreselleşme; insanlara demokratik haklar vererek onları birer birey olarak görmekte, ticari olarak serbest teşebbüste bulunmalarını sağlamakta, bu sayede onların kendilerini özgür hissetmelerinin önünü açmaktadır. Küreselleşmenin, ekonomi alanında liberal ilkeleri savunan bir “tek toplum” yaratmayı sağlama yönünde bir düzen kurmak istemiyle ortaya çıktığı yönünde görüşler vardır.

Küreselleşme aslına bakılırsa çok uzun yıllardır var olan bir süreci temsil etmektedir. Fakat küreselleşmenin kimliği tahrip eden değişimlerle birlikte yeni bir aşamaya geçtiği ve bu geçişin daha hızlı ve büyük olduğu değerlendirilmektedir. Yeni teknolojiler ve iletişim biçimleri, ömrü uzun olmayan popüler ürünler ve tüketim biçimleri ile birlikte sermayenin hızla akışı ve yer değiştirmesi, ulusal ekonomilerin dayanma koşullarını değiştirmeye zorlamıştır. Böylece küreselleşme bugünkü anlamını bulmuştur. David Harvey’e göre bu bir “zaman-mekan sıkışması”dır (Harvey,1999:334). Harvey’in de belirttiği gibi tüm bu gelişmeler sonucunda zaman kısalmıştır. Bu sıkışma sanayi devriminden sonra başlamış ve son yıllarda çok hızlanmıştır. Zamanın kısalması demek küresel bir kültürün oluşturulmasının kolaylaşması demektir. Küresel bir kültür kolay manipüle edilebilir. 1980’li yıllardan sonra ekonomik koşullar değişime uğramıştır. Bunun sonucunda kapitalizm yeni arayışlara başvurmak zorunda kalmıştır ve birkaç yeni girişimle, ekonomik anlamda egemenliğini sürdürmeyi hedeflemiştir. Mekânın zaman aracılığıyla yok edilmesi günlük yeniden üretime giren metanın köklü bir şekilde değişmesine yol açmıştır. Örneğin; yerel üretilen yiyecekler bile küresel şekilde dağıtılmaya başlanmıştır.

Küreselleşme olgusunun ardındaki bir diğer önemli süreç, gelişen teknoloji vasıtasıyla toplumların birer bilgi toplumu haline gelmesidir. Günümüzde yeryüzünde (ve/veya uzayda uydular ve fiberoptikler aracılığı ile ve/veya elektronik asfaltlarda) dolaşan “bilgi”nin hacmi, akışı büyümüş, hızlanmış ve ucuzlamıştır. Bilgiye ulaşmada mekân kavramı anlamsızlaşmış, kişinin ilgili donanımı olduğu sürece bilgiden yararlanması, hatta o akışa katkısı merkeziyetçilikten kurtulmuş, özgürleşmiştir. Üstelik bu ilişki tek yönlü değil, interaktif bir şekilde karşılıklı etkileşime dayalı olarak gelişmektedir (Kılavuz, 2002:196).

İnsanların hayatta kalabilmek için daha büyük bir dünyayla ilişki halinde olmaları gerektiğinden, düşünerek davranma, küreselleşen bir dünyada gitgide önem kazanmaya başlamıştır. Bu nedenle bilgi artık belli gruplarla sınırlı kalmaz. Herkesin bilgiyi günlük eylemleri sırasında rutin olarak yorumlaması, kullanması ve uygulaması gerekir. Bu da küreselleşmenin herkes için geri dönüşü olmayan bir süreç olduğu anlamına gelmektedir.

Küreselleşmenin başlangıç dönemi olarak birbirinden çok uzak zaman dilimleri ifade edilmektedir. Küreselleşmenin unsurları üzerinde ( uluslararası ticaret ve uluslararası ticarete açık olmak, sermaye hareketliliği, işgücü hareketliliği, çokuluslu işletmeler, üretimin değişen yapısı, teknoloji üretme/kullanabilme ve endüstri ilişkilerinde dönüşüm-yeni istihdam biçimleri) genel olarak bir anlaşmaya varıldığını söylemek mümkünken, bu unsurların hizmet ettikleri amaçların, iki karşıt görüş açısından farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz. Bu iki karşıt görüş; kapitalizmin küreselleşmeyi kullanarak ulusu (ve onun temsil ettiği değerleri), sosyal boyutu ve emeği ezip geçtiği görüşü ile küreselleşen liberalizmin yeni fırsatları ve gelişmeyi beraberinde getirdiği görüşüdür.

### **2.1.1. Küreselleşme Yaklaşımları**

Küreselleşmeyi olumlayan (küreselci yaklaşım) ve ona pek de iyi gözle bakmayan (şüpheli yaklaşım) yaklaşımlar iki karşıt görüşü oluşturmaktadır. Bu iki karşıtlık arasında bir de dönüşümcü bir yaklaşım söz konusudur. Küreselleşmeden bahsederken bu üç görüşe de yer vermek gerekmektedir.

Küreselci perspektifi benimseyenler, dünyayı şekillendiren ana dinamik olarak küreselleşmeye inkâr edilemez ve geri döndürülemez bir olgu olarak anlam yükleyen bir tutuma sahiptirler. Buna bağlı olarak küreselleşmenin kurallarına ve sonuçlarına uyum sağlama zorunluluğuna ve aciliyetine değinirler (Şen, 2008:145). Bu yaklaşıma göre, tek ideoloji liberalizm (neo-liberalizm), tek siyasal görüş demokrasi, tek ekonomik sistem ise kapitalizmdir ve piyasa ekonomisinin egemenliği ve alternatifsizliği vurgulanmaktadır. Küreselci görüşler yalnızca ekonomiye tanıdıkları öncelikle değil, ekonominin merkeziliğine ve devrimci yanına yaptıkları vurguyla da diğerlerinden ayrılırlar. Liberalizmin ideolojik olgusu, kapitalist bir dünya ekonomisinin, tek bir küresel pazar ve piyasanın hâkimiyeti kabulüne yaslanan felsefi bir tutum olarak ekonomizm esaslıdır. Ekonomik gelişmeler ve dinamikler yalnızca ekonomiyle sınırlı değildir, siyasal, ideolojik, toplumsal ve kültürel sonuçlar da doğurur.

Şüpheli yaklaşıma göre ise küreselleşme yerine küreselleştirmeden bahsedilmesi gerektiği öne sürülür. Bu yaklaşımın taraftarları, küreselleşmeyi, gelişmiş-zengin ülkelerin, çok-uluslu şirketlerin, büyük sermayenin dünyayı kendileri için sınırsız pazar ve karlarını artırmak için propagandasını yaptıkları yeni bir sömürü yöntemi, siyasal proje ya da ideolojik baskı aracı olarak görürler. Başka bir deyişle bu yeni bir şey değildir, kapitalizmin/liberalizmin genişlemesi, derinleşmesi ve kılık değiştirmesi anlamına gelmektedir. Küreselleşmenin, kapitalizmin içine düştüğü krizden kurtulmak ya da krizlerini ertelemek amacıyla kapitalizmin merkezini işgal edenlerin kendi konumlarını korumak ya da devam ettirmek için ileri sürdükleri aldatıcı bir kavram olduğu düşünülür. Kuzey-Güney, zengin-yoksul, sahip olanlar-yoksun olanlar, hareket edebilenler (sermaye, finans, varlıklılar) ve sabit kalanlar (emek, yoksullar) şeklinde ortaya koyduğu tehlikeli eşitsizlik ve kutuplaşma süreçleri, Batılı, gelişmiş, zengin, merkez pozisyonduklarının lehine işleyen tek biçimli bir gelişmeyi de içermektedir. Küreselleşme siyasal anlamda tek kutuplu dünya, Amerika hegemonyası, liberalizmin ideolojik egemenliği olarak değerlendirilir. Tek bir kültürün (özünde Amerikan kültürünün) tüm dünyaya yayılması (McWorldization), ağırlığı Batılı şirketlerin elinde bulunan medya, film endüstrisi, eğlence, yaşam stili, kültürel meta, moda yaratımı aracılığıyla ulusal kültürlerin hızla Batılılaşması söz konusudur. Küresel kültür yerel değerleri,

gelenekleri, kültürleri ve inançları silikleştirerek dünyanın tektipleştirilmesi tehlikesini ortaya çıkarmaktadır (Şen, 2008:149).

Dönüşümcü söyleme göre ise küreselleşme fırsatlar kadar riskler de taşıyan, olumlulukları olduğu kadar olumsuzluklar da barındıran bir süreçtir. Bu yönüyle, dönüşümcü söylem taraftarlarının bir uzlaşmaya varma arayışı içinde oldukları söylenebilir. Küreselleşme imkânlar sunan ve fırsatlarından yararlanılması umulan bir olgu olarak görülür. Rekabet için eşit olanaklara sahip olunmasının, olumsuzlukların telafi edilmesinin, doğru yönetilmesinin ve uygun cevapların verilmesinin önemine değinilir. Küreselleşmeden kaçınılamayacağına, tüm dünya benzer bir sürecin içine girdiğine ve benzer kural, standart ve değişimler tüm dünyayı etkisi altına aldığına göre, tüm bu gelişmelere sırt dönmek, inkâr etmek ya da korumacı politikaların mantıklı olmayacağı kabul edilir. Küreselleşmenin içinde olmak, uyum sağlamak, gerekli yapısal değişimleri gerçekleştirerek küreselleşme sürecine adaptasyon temel öneme sahiptir (Şen, 2008:151).

Küreselleşmeye karşı koyan birkaç düşünür, küreselleşmeyi tümüyle eleştirme tavrı yerine kendilerini yeni bir küreselleşme anlayışı getirerek bu karşı koyuşu var etmektedir. Bu, küreselleşmenin fakirden yana olması için kimi stratejilere ve vizyonlara sahip olması gerektiğiyle ilgilidir. Bu anlayışı “halktan yana küreselleşme” (“grassroots globalization”) veya “aşağıdan küreselleşme” (“globalization from below”) kavramıyla ifade etmektedirler. Örneğin, Arjun Appadurai’ya göre uluslararası sivil toplumun aşağıdan küreselleşmeyle ilgili yapacaklarında göstereceği başarı ve başarısızlık, onun geleceğini belirleyecektir (Appadurai’dan akt. Bravo,2010:17).

Küreselleşme konusunda herkesin hemfikir olduğu kavram ise “zaman-mekân kenetlenmesi” kavramıdır. Anthony Giddens’a göre, “Küreselleşme gerçekte mekânın ve zamanın dönüştürülmesiyle ilgilidir” (Giddens,2002:12). İletişim ağının tüm dünyada yaygınlaşması, herkesin, tüm dünyadaki değişiklikleri anında öğrenmesini, dünyanın herhangi bir yerindeki yerel bankasından işlemler yapmasını veya borsayı takip etmesine olanak sağlamıştır. Enformasyon ağının bu denli gelişmesinin zaman ve mekan farklılığını ortadan kaldırması, “yerelleşme”nin, yani mekan sabitleme sürecinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle bazıları için küreselleşme olarak görülen, bazıları için yerelleşme anlamına gelmektedir.

Anthony Giddens'a göre, küreselleşme, politik ve ekonomik etkilerin birleşiminden doğan bir dizi karmaşık süreçten oluşmaktadır. İletişim devrimi ve bilgi teknolojisinin yaygınlaşması küreselleşme süreçleriyle yakından bağlantılıdır. Bu durum ekonomik alanda da böyledir. En yoksul bölgeleri de içine alan ve anlık gerçekleşen elektronik iletişim, yerel kurumları ve gündelik yaşamı sarsmaktadır. Bu durumda akla artık ulus-devletin "hayali" bir olguya mı döndüğü, yönetimlerin varlıklarını yitirmekte mi olduğu soruları gelmektedir. Bilinen bir gerçek vardır ki ulus-devletlerin eskiden sahip oldukları bazı güçler etkinliklerini yitirmektedir. Küreselleşme bu bağlamda ulus-devletlerden ayrılmaktadır. Bununla birlikte, küreselleşme yeni talepler ve aynı zamanda yerel kimliklerin üretilmesi için yeni fırsatlar yaratmak suretiyle etkisini göstermektedir (Giddens, 2000: 40-45).

Küreselleşme kavramı incelenirken George Ritzer tarafından ortaya konulmuş olan Mcdonaldlaştırma tezine değinilmeden geçilemez. Kısaca özetlemek gerekirse; fastfood restoranları kurallarının Amerikan toplumunda olduğu kadar dünyanın geri kalanında da giderek daha fazla kesime hükmetme süreci olarak tanımlanır. Mcdonaldlaştırma küresel bir güçtür çünkü tanımda da belirttiği gibi giderek daha fazla dünyanın geri kalanını etkilemektedir. Mcdonaldlaştırma tezi giderek artan bir küresel homojenleşme sürecini tasvir eder; ancak önemli olan şey bu sürecin küresel farklılıkların azalmasına ve dünyanın her tarafında giderek baskılayıcı bir benzerliğin üretilmesine katkıda bulunmasıdır. Küreselleşmenin bir diğer göstergesi, diğer ülkelerin McDonaldize edilmiş fastfood restoranlarının kendine özgü çeşitlerini geliştirmiş olmasıdır (Ritzer, 2010:281-283). Ritzer bu kavramla ilgili birçok farklı ülkeden birçok restoran ve ülkelerin kendine has yemeklerini örnek göstermiştir. Müslümanlığın dinsel ve kültürel olarak yaşandığı Türkiye için de Mcdonald's restoranında ramazan ayında özel ramazan menüsü olarak pideli hamburger verilmesi bu duruma örnek gösterilebilir.

### **2.1.2. Küreselleşme ve Kimlik**

Kültürel özgürlüklerin tanınması ve kimlik sorunları giderek artan oranda günümüz toplumlarının gündemine yerleşmektedir. Bu durumun kaynağında küreselleşmenin olduğu düşünülmektedir. Aydoğan'a göre, Soğuk



Savaşın bitmesiyle birlikte piyasaların genişlemesi, kültürel malların dolaşım hızının artması dünyayı giderek küçültmektedir (Aydoğan, 2011:61-62). Bu durumun bir yandan kültürel homojenleşmeyi beraberinde getirdiği, öte yandan da, kültürel farklılıklara yönelik bilinçte artışa neden olduğu gözlemlenmektedir. Örneğin, Malezya, Çin, Japonya yeni Asyacilar olarak adlandırılırken, Latin Amerika yeniden keşfedilmekte, bazı coğrafi alanlar da Müslümanlaşmaktadır. Öyleyse zaman ve mekanın küresel olarak sıkıştırılması, kültürel farklılıkların farkındalığını arttırmıştır.

Hall'e göre, evrenselleştirme eğilimleri derinleştikçe belirli halklar, etnik gruplar veya toplumsal kesimler kendi farklılıklarını göstermek için daha fazla uğraşmakta ve kendi yerelliklerine daha fazla bağlanmaktadırlar (Hall'den akt. Konyar, 2011:25/26). Yerel kimliklerin ve kültürlerin bu süreç içinde, bir yandan hızla küresel döngünün içine katılarak yeniden tanımlanmaları, merkez değerleri içinde yer almaları söz konusu olurken, diğer yandan da farklı pek çok yerelliklerin ortaya çıktığı görülmektedir.

Günümüzde küreselleşme ile bütünleşmeye çalışan Türkiye gibi gelişmekte olan toplumlar, iletişim olanaklarının gelişmesiyle birlikte, bu süreci daha hızlı yaşamaya başlamışlardır. Çünkü Guy Debord'un belirttiği gibi, gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ülkelere, yalnızca ekonomik yolla egemen olmamaktadır. "Gösterenin taşıyıcısı olan toplum az gelişmiş bölgeleri sadece iktisadi hegemonyası ile egemenlik altına almaz. Onlara gösteri toplumu olarak da egemen olur. Maddi temel henüz mevcut olmasa da, modern toplum her kıtanın toplumsal yüzeyini gösteri aracılığıyla şimdiden istila etmiştir" (Aydoğan, 2011: 89).

Ulus-devlet zayıfladığında, daha az inandırıcı ve daha az güçlü olmaya başladığında, buna verilen tepkinin aynı anda iki ayrı yoldan yayıldığı görülmektedir. Ulus-devletin hem üstüne çıkılmakta, hem de altına inilmektedir. Aynı anda hem küresel hem de yerel olunmaktadır. Küreselleşmenin ulus-devletlerin, ulusal ekonomilerin, ulusal kültürel kimliklerin egemenliğinde olduğu bir dönemden yeni bir döneme geçişin iki yüzü vardır: Küresel ve yerel. Hall "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik" makalesinde, yeni tür küreselleşmenin İngiliz olmadığını Amerikalı olduğunu öne sürmektedir (Hall, 1998). Kültürel anlamda yeni tür küreselleşme, İngiliz kimliğiyle bitştirilenden çok farklı yeni bir küresel kitle

kültürü biçimiyle ve de ulus-devletin daha önceki bir aşamasıyla bitişik kültürel kimliklerle ilintilidir. Küresel kitle kültürü, kültürel üretimin modern araçlarının egemenliğindedir. Dilsel sınırları hızla ve kolayca geçebilen, tüm dillerde anında konuşan görüntünün egemenliğindedir. Popüler hayatın, eğlencenin ve dinlenmenin yeniden inşasına görsel ve grafik sanatların her türlü müdahalesinin egemenliğindedir. Televizyonun, sinemanın, görüntünün, görselleşmenin ve kitle reklamcılığının sunduğu tarzların egemenliğindedir. Küresel kitle kültürü, tüm bu kitle iletişim biçimlerinde kendini gösterir ama başlıca örneği uydu televizyon olarak düşünülebilir. Tek örnek o olduğundan değil; uydu televizyonun belli bir gelişmiş ulusal ekonomide ve kültürde temellenmesine rağmen tüm amacının, ulusal sınırlarla daha fazla sınırlanmamak olduğunu anlamak gerektiğinden. Küresel kitle kültürü olarak adlandırılan da işte bu alandır. Küresel kitle kültürünün çeşitli karakteristikleri vardır iki tanesinin üstünde durmak gerekirse, birincisi, Batı merkezli olmaya devam etmektedir ve daima İngilizce konuşur. Bu kültürün ikinci en önemli karakteristiği, tuhaf homojenleştirme biçimidir. Bu kültür, homojenleştirici bir kültürel temsil biçimidir, eskiden de olduğu gibi müthiş derecede içine alıcıdır. Fakat homojenleştirme asla kesin olarak tamamlanmamıştır ve tamamlamak için de çabalamaz. Her yerde İngilizliğin ya da Amerikalılığın küçük mini-versiyonlarını üretmeye kalkışmaz. Farklılıkları tanıyıp içine alarak daha büyük, her şeyi kapsayan ve aslında dünyanın Amerikalı kavranışı olan çerçevenin içine yerleştirmek istemektedir. Yani, sürekli daha fazla yoğunlaşan kültür ve diğer sermaye biçimlerinde yer edinmiştir. Ama artık, ancak yerel sermayeler aracılığıyla, diğer siyasal ve ekonomik seçkinlerin yanında ve onlarla işbirliği içinde hüküm sürebileceğini anlamış olan bir sermaye biçimidir. Onları silip atmaya kalkışmaz; onların üzerinden işler. Bir yandan tüm bu küreselleşme çerçevesinin ayakta durmasını sağlaması gerekir, bir yandan da bu sistemin polisliğini yapmalıdır.

Bu tanımların ışığında, Marx'ın Kapital'indeki en önemli görüşlerinden birisi aklımıza gelmektedir; Marx, kapitalizmin yalnızca çelişkili zeminlerde ilerleyebileceğini söyler. Kapitalizmin genişlemesine olanak sağlayan, üstesinden gelmesi gereken çelişiklerdir. Bu çelişki zemininin doğasını, tikelliklerin bunun içine nasıl dahil edildiğini, direnişlerini nasıl temsil ettiğini, tikelliklerin kısmen nasıl aşıldığını, aşılanların karşımıza nasıl yeniden çıktığını

kavramadan sermaye anlaşılabilir. Küreselleşmenin ilerlemesi sürecindeki sermayenin mantığı da aslında buna benzerdir.

Küresel post-modernle karşı karşıya kalındığında hayali, bildik yerlerin yeniden inşası, yeniden yaratılması gerekir. Çünkü küresel post-modern, özgül yerlerin kimliklerini yok etmiştir, onları bu post-modern çeşitlilikler karmaşasının içine alıvermiştir.

Tam da bu noktada, kapitalizm kendine bir çıkış yolu ararken, karşısına küreseli yerele kırdırmayacak, yereli küresel yedirmeyecek gibi görünecek, onları uzlaştıracak bir çare çıkmıştır. Küyerelleşme aslında işte böyle bir ihtiyaçtan doğmuş olabilir.

### **2.1.3 Küyerelleşme**

Küyerelleşme yalnızca dünya ölçeğinde bir bütünleşme, benzeşme ve tek bir dünyanın ortaya çıkışı anlamına gelmez. Bütünleşme kadar parçalanmanın, homojenlik kadar heterojenliğin, benzerlik kadar farklılaşmanın, bir örneklik kadar melezliğin bir arada olduğu çelişkili bir süreci ifade eder. Evrensellik tikellik, kimlik-fark, biz-öteki, liberal demokrasi-milliyetçilik gibi ikilikler küyerelleşmenin dünyayı bir yandan küçültürken diğer bir yandan da parçalayan yapısıyla ilişkilidir. Dolayısıyla birbirine zıt kategorilerin eşzamanlı varlığı, yükselişi ve aralarındaki gerilimi bünyesinde taşımaktadır. Bu yönüyle küresel ile yerel arasındaki ilişkiyi, aynılık ve farklılık arasındaki mücadele olarak da görmek mümkündür.

Küresel-yerel ilişkisinin yapısı ile ilgili görüşler farklılaşmaktadır. Bu ilişkiyi çok yönlü, dinamik ve etkileşimci bir perspektife yerleştiren görüşler kürelele bağımlı bir algılamının dışına çıkma isteklerini içerir. Yerel yalnızca küreselin basit bir yansıması ya da edilgen (pasif) tarafı değil cevap üreten, karşılık veren ve küresel ile sentezleme kabiliyetine sahip bir belirleyicilikle konumlandırılır.

Anthony Giddens'a göre "küyerelleşme yalnızca yukarıya doğru bir süreç değil, aynı zamanda yerel özerklik doğrultusunda yeni baskılar yaratarak aşağıya doğru inen bir olgudur." (Giddens, 2000: 25). Yerelin küyerelleşmesi tek yönlü bir süreç değildir, küresel de bir bağlamda yerelleşmektedir. Küyerelleşmenin tek bir süreç olmadığını, çatışmalar, parçalanmalar ve yeni

katmanlaşma biçimleri üreten, genellikle çelişkili biçimlerde hareket eden karmaşık bir süreçler karışımı olduğunu belirten Giddens, yerel milliyetçiliklerin canlanmasının, yerel kimliklerin vurgulanmasının, karşı durdukları küreselleşmenin etkileriyle doğrudan bağlantılı olabileceğini iddia etmektedir.

Küyerelleşme kavramı küreselin yerelle, yerelin de küreselle içiçeliğine - küreselin yerelleşmesi ve yerelin küreselleşmesi – dikkat çeker. Evrensel-tikel ilişkisi yeniden biçimlenerek yalnızca küreselin yerel üzerinde belirleyici ve tektipleştirici etkisi söz konusu olmamakta, yerelin de katılımının olduğu sentezler, kültürel melezlikler, yeni vatandaşlık kavramları ortaya çıkmaktadır. Küreselden etkilenmeyen bir yerellik düşünülemez olduğu gibi, yerelin kendisini ifade etmesi için de yine küresel mekanizmalara ihtiyacı söz konusudur. Özellikle Batılı tarzda tüketim kalıplarının, hayat tarzlarının, popüler kültürün yaygınlaşması ve bunların hegemonyası karşısında direnebilecek, temsil kabiliyeti yüksek yerel unsurların önemine dikkat çekilir. Homojen/küresel tek kültür yerine çokkültürlülük ve melez kültürlerin yaygınlaşması söz konusudur.

Olguların zıtlarıyla anlam kazanması bizi küreselin zıttı olarak düşünülen yerele götürür. Bu zıtlıklar arasında bir bağlantı kuran ve bu bağlantıyı “küyerelleşme” olarak adlandıran Roland Robertson’un makalesine göz atıldığında kelimenin etimolojik kökeninden de bahsettiği görülmektedir:

“*Oxford Yeni Kelimeler Sözlüğü [The Oxford Dictionary of New Words]* (1991:34)’ne göre, ‘glokal’ terimi ve süreç adı olan ‘glokalleşme’ *global* ve *lokal*’in kısaltılıp iç içe geçirilmesiyle elde edilir. Yine *Sözlük*’e göre bu fikir ‘ilk olarak çiftçilik tekniklerini lokal koşullara uyarlamanın tarımsal ilkesi olan Japonca (‘bir kimsenin kendi toprağında yaşaması’ anlamına gelen *dochakus* özcüğünden türeyen) *dochakuka* sözcüğünde biçimlendirilmiş, fakat aynı zamanda global bir bakış açısının lokal koşullara uyarlandığı *global lokalleşmeye* yönelik olarak Japon iş dünyasına benimsetilmiştir’ (yazıldığı dildeki vurgu).” (Robertson, 1997: 29)

Robertson küreselleşmeyi “süreçleri” önde tutarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşımda yerel ve küresel arasındaki etkileşim belirleyici olmaktadır. Küresel süreçte yerel olan inşa edilmektedir. Böylece hem dünyanın küçülmesine hem de bir bütün olarak dünya bilincinin güçlenmesine gönderme yapar. Küreselleşme bağlamında ortaya çıkan üretim biçimi ve ilişkilerinin, Amerikan, Batı Avrupa ve Japon sermayelerinin ortaklığına dayalı ulus-aşırı şirketlerin kontrolüne geçmesi ve kontrol mekanizmasının sadece üretim

biçimlerinde değil aynı zamanda kültürel, entelektüel ve düşünsel zeminde de gerçekleşmesi küreselleşme kavramını farklı bir konuma taşımıştır(Yaylagül ve Korkmaz, 2006: 56).

Küreselleşmenin kültürel olarak homojenleştirici güçlerin diğer kültürler üzerindeki güçlerinin zaferi olarak sunulması itirazlara yol açmıştır. Robertson, “küyerelleşme” ifadesiyle küreselleşmenin heterojen yönünü vurgulamaktadır. Küreselleşme süreci, bu tanıma göre, küresel olan ile yerel olanın iç içe geçmelerinin bir sonucudur. Küreselleşme bu çerçevede dünyanın bir bütün olarak ‘sıkışması’ ve yerellikleri birbirine bağlamasıyla gerçekleşmektedir. Bu aynı zamanda içinde yerelliğin keşfini taşımaktadır. Yerelliği keşfetme küresel süreçler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Kültürün küreselleşmesi, bu görüşe bakılırsa, birinci dünyadan üçüncü dünyaya doğru tek yönlü bir akış değildir. Elektronik iletişim küresel imge ve kimliklerin giderek daha çok paylaşılmasına, birbirine yaklaşmasına ve melezlenmesine yol açmaktadır. Küreselleşme, yalın ve mekanik bir homojenleştirme eşliğinde örgütlenmekle kalmamakta, çeşitli yerelliklerden beslenerek onları evrensel olanlara taşımaktadır. Bu yerel formlarla küresel işleyişin birleştirilmesi sonucunda küyerelleşme adı verilen süreç ortaya çıkmaktadır (Kılavuz,2002:195).

Küyerelleşme bazı bağlamlarda, ekonomik terimlerle söylendiğinde, küçük ölçekli-pazarlama [micro-marketing] olarak adlandırılan şeyle çok yakından ilişkilidir: malların ve hizmetlerin giderek farklılaşan lokal ve tikel piyasalara global ya da globale yakın bir temelde uyarlanarak reklam edilmesi. Giderek artan global piyasalar için kapitalist üretim dünyasında, lokal ve diğer tikel durumlara adaptasyonun yalın bir biçimde var olan global çeşitliliğe karşı – medeniyetsel, bölgesel, toplumsal, etnik, cinsiyete ilişkin ve daha başka türden farklılaşmış tüketicilere- bu tür çeşitlilik ya da heterojenlik sanki basitçe ‘kendinde’ var olmuş gibi- bir iş tepkisi durumu olmadığını söylemeye neredeyse hiç gerek yoktur. Çok basitçe söylersek, farklılık satar. Bu, tüketicinin bakış açısından, kültürel sermaye oluşumunun önemli bir temeli olabilir (Robertson, 1997:188). Bu anlamıyla küyerelleşmeye en güzel örnekleri “küresel düşün, yerel davran” şiarını edinen büyük şirketlerin reklam kampanyaları oluşturur. Son dönemde özellikle karşılaştığımız bu tarz reklamlar (örneğin Coca-Cola’nın Türkiye pazarında adını artık Türkçe olarak

Koka-Kola şeklinde yazması gibi) yerel kimliklerimize atıfta bulunarak, bize kendiyile duygusal bağ kurdurarak hedeflediği tüketim politikasını gerçekleştirmektedir.

Lokal olan, analitik bir hareket noktası olarak, global olana karşı bir bütünleyici olarak görülür. Bu aslında bazı nitelemelere bağlı olarak küreselleşmenin bir yönü gibi de görülebilir. Robertson, global ile lokal arasındaki uzlaşmaz kavganın içinde olmak istemeyişini makalesinde net bir şekilde ortaya koymaktadır:

“Globalleşme kavramı, uzlaşım olarak global ve lokal ya da –çok daha soyut biçimde evrensel ve tikel diye adlandırılan şeylerin eşzamanlılığını ve içiçeliğini ihtiva etmektedir. (Globalleşme ve söylemiyle ilgili güncel tartışmada benim kendi tutumumdan sıkı bir biçimde söz edecek olursak, karşı çıkılan ‘globalleşme’ teriminin yerine argümanımı daha kesin kılması için ‘küyerelleşme’ terimini kullanma zorunluluğu bile olabilir)” (Robertson,1997:190).

Robertson incelemeleri sonucunda çağdaş yerellik kavrayışlarının büyük ölçüde global terimlere benzer bir şey içerisinde oluşturuldukları, fakat bunun kesinlikle bütün yerellik biçimlerinin devamlı olarak homojenleştirildiği anlamına gelmediği görüşünü ortaya atar. Bu bağlamda yerelliğin, toplumun, yurdun ve benzerlerinin giderek artan bir ‘dünya-çapındalığı’ söyleminin olması, farkına varılması gereken önemli bir şeydir. ‘Küresel kültür’ düşüncesini değerlendirme yollarından biri, onun gerek büyük, gerekse küçük birçok lokal kültürün giderek artan karşılıklı bağlantılılığıyla oluşturulması bağlamıdır. Robertson, *böyle kültürlerin iletişimsel ve etkileşimsel bağlantısının*– arabulucu ‘üçüncü kültürler’i olduğu kadar, böylesi çok asimetrik iletişim ve etkileşim biçimlerini içerecek şekilde- *bütün kültürlerin homojenleşmesi nosyonu ile bir ve aynı tutmamaya dikkat etmemiz gerektiği* inancındadır.

Lokal ile globali karşılaştırılırken şunlar dikkati çeker:

“Mekansal terimlerle, bir toplum bir uygarlık alanına göre lokal iken, bir köy cemaati de elbette kibir toplumun bir bölgesine göre lokaldır vs. Çok sayıda çağdaş değerlendirmede, şu halde, globalleştiren eğilimler ‘lokal’ kimlik ve kültür iddialarıyla gerilim içerisindeymiş gibi görülür. Bu yüzden globale *karşı* [versus] lokal, globale *karşı* ‘kabilesel’, uluslararasına *karşı* ulusal ve evrensele *karşı* tikel gibi fikirler yaygın olarak desteklenir. Global olan lokal olana karşı kendinde ve kendisine ilişkin dengelenemez. Daha ziyade, çoğu kez lokal olarak göndermede bulunan şey, global olanın içerisinde özsel olarak içerilir. Bu bakımdan en genel anlamıyla bir bütün olarak dünyanın küçülmesi şeklinde tanımlanan globalleşme, yerellikler zincirini ihtiva eder.” (Robertson, 1997:194)

Yine Robertson makalesinde, küyerelleşme kavramına vurgu yapmasının nedenini kendi deyimiyle temelde, “globalleşme teriminin çoğu kullanımında büyük zayıflıklar” olduğunu algılaması olarak açıklar. Özelde, globalleşme düşüncesini lokalleşme düşüncesiyle gerilim içindeymiş gibi düşünme eğilimini aşmaya çalışmaktadır. Bunun yerine küreselleşmenin -en genel anlamda dünyanın küçülmesinin- yerelliğin yaratılışı ve birleşimini, sonradan, bir bütün olarak dünyanın ufalmasını büyük ölçüde biçimlendiren süreçleri içermiş ve giderek içermekte olduğunu iddia etmektedir. Her ne kadar çeşitli nedenlerden dolayı küreselleşme kavramı kullanılmaya devam edilse de, onun yerine belirli amaçlardan dolayı küyerelleşme kavramını koymak daha uygun olabilmektedir. Küyerelleşme kavramı, zamansal meselelere odaklanarak gösterdiği yoğun ilgiyi mekânla da kurmanın açık seçik üstünlüğüne sahiptir. Aynı zamanda global durum –yani globallik- üzerine vurgu, bizi bunun yanı sıra çağdaş dünyaya ilişkin analizi ve yorumu gerek mekansal gerekse zamansal ve tarihsel olduğu kadar coğrafi yapmaya da zorlar (Robertson, 1997:199).

Küyerelleşme konusunda kültürel melezleşme olgusu karşımıza çıkmaktadır. Kültürel melezleşme, küresel ya da yerel olanın bütünleşmesi dışında küreselleşmenin ve yerel ya da küresel kültüre indirgenemeyen yeni ve benzersiz melez kültürlerin üretiminin bir sonucu olarak kültürlerin karışmasını ifade eder. Küyerelleşme ise küresel ve yerel olanın farklı coğrafi alanlarda benzersiz sonuçlar doğuracak şekillerde birbirinin içine girmesi olarak tanımlanabilir (Ritzer, 2010: 272-273).Ritzer kitabında, Roland Robertson’ın çalışmasından hareketle, küyerelleşmeyi vurgulayanların benimsediği küreselleşme perspektifinin asli unsurlarını şöyle sıralar: dünya daha çoğulcu hale gelmektedir, küresel-yerelleşmiş bir dünyada bireyler ve yerel gruplar, uyum sağlama, yenilenme ve hareket kabiliyeti bakımından daha büyük güce sahiptir, toplumsal süreçler ilişkiseldir ve koşullara bağlıdır, metalar ve medya (bir bütün olarak) zorlayıcı değil de dünyanın küyerelleşmiş bölgelerinde birey ve grup oluşumlarında kullanılacak malzemeyi sağlayan şeyler olarak görülür.

Dünyada, yerelliklerin birbirinden kopuk bağlantılar şeklinde küreselleşmenin dönüştürdüğü deneyimler olarak yaşandığı savının açıklaması “melezlik” kavramıdır. Melezlik “dünyanın farklı yerlerindeki kültürlerin

*birbirine karışmasıdır (...) Bu açıdan Amsterdam'da Faslı kızların Tayland Boksı yapması, Londra'daki Asya rap müziği, İrlanda bageli (bir tür simit), Çin tacosu (Meksika Yemeği) gibi fenomenleri kabullenme girişimidir”* (Tomlinson'dan aktaran Tatal, 2006: 74). Dünyanın farklı yerlerinde, hayatın ne kadar farklı yaşandığı ve farklı bölgelerdeki insanların-gündelik yaşam göz önüne alınarak- her şeyden önce, kendi “yerel” kültürlerinin taleplerine karşılık verdikleri unutulmaması gereken bir gerçekliktir.

Bu noktada, Tomlinson'ın yersiz-yurtsuzlaştırma (deterritorialization) teorisine de değinmek gerekir; kültürün, coğrafi ve sosyal bölgelerle olan doğal ilişkisinin kaybolmasını ifade etmektedir (Tomlinson, 1999: 107). Artık küresel bir coğrafya söz konusudur. Herkesin yurdu tüm küredir. Bir nevi “küresel köy”dür.

#### **2.1.4. Küreselleşmenin Kültüre Etkileri ve Kültür Emperyalizmi**

Farklılıkların varoluşu küreselleşme sürecinde ideolojik bir işlev görmektedir. Yerellikler, küresel kültürün yayılması için bir araçtır. Bu yayılma merkezden çevreye doğru gerçekleşmektedir. Bu yayılma süreci, kültürün “küresel türdeşleşmesi” sürecidir. Dünya kültürel olarak, anlam sistemlerinin ve simgesel biçimlerin iletilmesi sayesinde tek bir mekan haline gelmektedir ve kültürler arası etkileşimle ve kültürün homojenleşmesiyle birlikte küresel kültür olgusundan daha sık söz edilmeye başlanmaktadır. Küresel kültürün yoğunlaşmasıyla ve akışkanlığıyla ulusal farklılıkların ortadan kalktığından da bahsedilmektedir. Ulusal veya kültürel kimliklerin küreselleşmesi teknolojiler, kitle iletişim araçları, reklamcılık, ticari yayılcılık ve modalar gibi araçlarla birlikte gerçekleştirilmektedir. Bu araçlar kültürlerin farklı kültürlerden etkilenmelerini ve farklı kültürlerle etkileşime girip diğer kültürleri de etkilemelerini olası kılmaktadır. Ancak bu kültürel etkileşim bildiğimiz anlamda bir etkileşim değildir, aksine tek bir merkezden belli merkezlere (ulusal/yerel kültürlere) doğru gerçekleşmektedir. Günümüzdeki küreselleşme, farklılıklarla beraber yaşamaya ama bir yandan da onları yenmeye, bastırmaya, denetime almaya ve içine çekmeye çalışmaktadır.

Kültür kavramı Latince'de ekme, yetiştirme, koruma ve onur anlamları taşıyan “colere” kelimesinden gelir. İlk olarak “ürünlere veya hayvanlara



bakma” anlamında kullanılmıştır. Sonradan “düşünceyi besleme anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Ardından “uygarlığa” bağlanmıştır. Sanayi devrimi sırasında kavram, “yüksek kültür” ve “halk kültürü” olarak ayrılmıştır. Yüksek kültür önemli kitaplar, müzik, sanat, estetik ve ruhsal gelişme ile ilişkilendirilmiş halk kültürü ise alt sınıfların kültürü olarak nitelendirilmiştir. 19. Yüzyılın sonlarında, kapitalizm kültürü denilen bir kitle kültürü meydana gelmiştir ve bu kültür “alçak” kültür olarak nitelendirilmiştir. Kitle kültürü endüstriyel yapıların yaydığı kültür anlamına gelmektedir. Bu kültür içerisinde, kitlelerin en çok seçtikleri sürekli değişen “popüler kültür” üretilmiştir. Popüler kültür popüler tüketimi teşvik ettiği için, bu teşvikle gelen aptalca tüketim sonucunda, tüketim kültürü ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, endüstrileşme ile birlikte “işçi sınıfı” ve bu sınıfın kapitalizmden demokrasi talepleriyle ve bu taleplerin baskı ve terörle karşılanmasıyla birlikte, direniş kültürleri oluşmuştur.

Kültür, bilerek ya da farkında olmaksızın insanın toplumdan öğrendiklerini açıklamaktadır. Özellikle kuşaklar arasında aktarılan bilgi birikimi ve bütünleşmiş davranış örüntülerini ifade etmektedir. Kültürü, öğrenilmiş davranışlarla ilişkilendiren yaklaşımlara temel oluşturan bu ifade, insanların belirli bir biçimde davranmalarının nedenini, belirli bir kültür ortamında doğmaları ve yetişmeleri ile ilişkilendirmektedir. Diğer bir ifade ile kültür, insanlar tarafından paylaşılan anlamlar olarak “nelerin doğru, nelerin yanlış, nelerin iyi nelerin kötü olduğunu belirleyen ve grup üyeleri açısından uygun olan davranış ve düşünce biçimlerini belirleyen sistemdir (Güney,2007:201). Güney’in de belirttiği gibi bu nedenle de kültür, bireylerin ve grupların birbirlerine karşı tutumlarını ve davranışlarını etkileme özelliğine sahiptir. Bireylerin aileye bakışı, cinsiyete ilişkin değer yargıları, yeme içme biçimleri, değer verdikleri nesnelere/konular vb. özel ve kamusal alana ilişkin tüm değerlendirme sisteminde kültür belirleyici bir nitelik taşımaktadır.

Kültür, kaynağını insandan alır. Bu görüşe göre, insanların günlük yaşamında kullandığı bir tür “yazılım” olarak nitelendirilir; yapılan bütün tanımlarda tespit edilebilen ortak özellik, insanların taşıdığı temel varsayımlar, değerler ve normlardır.

Adorno’ya göre kültür “hiç olmadığı kadar bütünleşmiş ve birleşmiştir: günümüzde kültür her şeye benzerlik bulaştırır. Filmler, radyo ve dergiler bir

sistem meydana getirir. Bu alanların her biri kendi içinde ve hep birlikte söz birliği içindedir” (Adorno, 2009:47).Kültürel üretimin, bir bütün olarak kapitalist ekonominin ayrılmaz bir parçası olduğunu iddia eden Adorno’yu bir bağlamda Hollywood sineması haklı çıkarabilir.

Küresel pazarlamacılar, yerel pazarlarda başarıya ulaşmanın benzer tüketim tercihlerini paylaşan tüketici yapısının yaratılmasına bağlı olduğunu biliyor. Bugün MTV, Fashion TV ve benzeri medya kuruluşları yayın yaptıkları ülkede benzer imajların yayılmasına katkıda bulunuyor. Coca Cola, Sprite ve Adidas gibi markalar MTV tarzını - dil özellikleri ve tavır olarak - taklit edip, dünyanın dört bir tarafındaki tüketici kitlesini bir arada tutacak “birleştirici bir tarz” olarak kullanıyor. Benetton markasının düzenli yayınladığı Colors dergisinin 2000 yılının ilk sayısı, kültürlerin devamlılığı önündeki en büyük tehlikelerden birinin tektipleştirme olduğunu söylüyor ve bunu destekleyecek örnekler sunuyor: Dünyada yaklaşık 300 milyon evde MTV kanalının izlenmesi, yaklaşık 200 ülkede gençlerin Sevgililer Günü’nü milli bayramlardan daha çok önemsemesi, tüm dünyadaki çocukların Disney’in Mickey Mouse’unu kendi devlet büyüklerinden daha iyi tanınması, 98 yılında dünyada en çok gişe yapan 20 filmin 19’unun Amerikan filmi olması, Güneydoğu Asya’da gençlerin saçlarının Jennifer Lopez ve Meg Ryan gibi kestirmesi, dünyada her beş saatte bir McDonald’s restoranının açılması, Japonya’da gençlerin Batılılara benzemek için burun büyütme operasyonu geçirmeleri, her 24 saatte bir satılan Jean sayısının 110 bin adet olması, aralarında binlerce kilometre fark olan ülkelerde aynı hastalığın (AIDS), aynı ilacın (Viagra), aynı içeceğin (Cola), aynı kanalın (CNN), aynı haberin (Clinton’ın aşk kaçamağı), aynı maçın (Avrupa futbol şampiyonası finali) sadece saat farkıyla popüler olması. Bu derginin örneklerle gözler önüne serdiği bu türdeş kültür oluşumu, kültürlerin orijinalliklerini, otantikliğini, yerelliğini tehdit eden ciddi bir tehlike olarak karşımızda duruyor (Batı,2010:361).

Küreselleşme olgusunun ısrarla bir “Amerikanlaşma” olduğuna vurgu yapılmaktadır. Dünya çapında günde 20 milyondan fazla ürün satan McDonalds’ın, günde yarım milyar insan tarafından tüketilen Cola’nın, yine günde yarım milyar insan tarafından seyredilen MTV kanalının Amerikan menşeli olması da bu olguyu destekler niteliktedir. Küreselleşme ile ilgili

yazılan birçok yazıda, yapılan birçok araştırmada belirtilen markalar çoğunlukla yukarıda söz ettiğimiz gibi Kuzey Amerika kökenlidir. Küreselleşmenin çok yönlü bir olgu olduğunu belirten görüşler, günümüz pazarlarındaki durumu incelediklerinde durumun pek de öyle olmadığını fark edebilirler. Daha çok tek yönlü bir küreselleşmeden bahsedilebilir. O da Amerikan etkisidir. Morley ve Robins fastfood tarzının ‘Amerikan’ olduğunu belirtirken, “Amerikanlaşma dediğimiz şey, baştan ayağı bir ticarileşme, bayağılık ve geleneklerin yıkılması anlamına gelmektedir” şeklinde ifade etmektedir (Morley ve Robins, 1997:85). Tüketim etkinlikleri içinde yerel unsurlar kullanılsa bile bu unsurlar kendi filtrelerinden geçirilmektedir. ‘Think globally, act locally’ yani ‘küresel düşün yerel davran’ mottosunu uygulamaktır mesele. Örneğin ‘Dünyanın yerel bankası’ sloganıyla hareket eden HSBC yerel unsurları kullanarak küresel hedeflerini gerçekleştirmek istemektedir. Bunu en bariz şekilde uygulayanlardan biri de Coca-Cola şirkettir. Türkiye’deki uygulamalarına bakarsak ramazan sofralarında kendine yer bulan Coca-Cola reklamları hedef kitlenin dini, kültürel ve toplumsal değerlerini kullanıp (yerel davranıp), Coca-Cola’sını pazarlamaktadır (küresel düşünerek). Bu süreç küyerelleşmeden öte bir kapitalist dönüşüm sürecidir ve küresel sermayelerin ürünleriyle dolan evimizde yerel değerler kan kaybetmektedir. Bu anlamda, küreselleşen tüketim kültürünün, her ülkenin kendi ulusal kültür ve değerini deforme etmeye yönelik bir evrensel kültür haline geldiğini söyleyebiliriz.

Kültürün tanımlarına bakılarak söylenebilir ki kültür, tarihsel olarak değişime uğramak zorunda olan bir kavramdır. Kültür, toplumda yaşayan insanlarla, onların birlikte yarattıkları maddi, manevi, düşünsel ve duygusal üretimleri olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar ve toplumlar gibi kültürler de değişmek durumundadır. Çünkü kültür öğrenilmiş bir davranıştır ve öğrenilmiş davranışlar değişebilir. İnsanlar içine doğdukları kültürün bir parçası olur, ondan bir şeyler öğrenirler ancak aynı zamanda o kültüre bir şeyler öğretebilirler. İnsanlar kültürlerinin içinde gelişir ve geliştikçe değişime ihtiyaç duyarlar ve değişirler ve kültürlerini de geliştirebilirler.

Stuart Hall, ‘Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik’ adlı makalesinde küresel kitle kültüründen bahsetmektedir. Küresel kitle kültürünün modern araçların egemenliğinde olduğunu ve bu modern araçların da

televizyon, uydu televizyonu, sinema ve reklamcılık olduğunu düşünen Hall'a göre küresel kitle kültürünün iki özelliği vardır; Batı merkezli oluşu birinci özelliğidir, ikincisi de kendine özgü bir türdeşliği vardır. Türdeşlik tamamlanmış değildir, içinde farklılıklar barındırır da aslında bu farklılıkları özümseyerek Amerikan tarzı bir anlayışın içine yerleştirmek istemektedir (Hall, 1998).

Bir ulusal kültürün içerdikleri, zaman geçidiyle birlikte sürekli değişmektedir. Belli bir ulusun belli bir zamandaki kendi kültürü diye düşündükleri hafızanın o anı bütünleştirme işleminin sonucudur. Bu devlet ve medya gibi politik ve kültürel kurumların önemli rol oynadığı tikel ve seçici bir işlemdir. Mel Van Elteren'in de dediği gibi, bunun kusursuz örnekleri, "icat edilen gelenekler" diye gönderme yapılan kültürel pratiklerdir (Elteren,1996:285/286).Modern dünyada bir "ulusal kültür" hiçbir zaman tamamıyla yerel olarak yaratılmış olamaz. Bu kültür, her zaman için, sözcüğün tam anlamıyla, bir asimilasyon sürecinin parçası olmuş ve doğallaştırılmış etkilerin ve önceki kültürel ödünç alışların izlerini taşımaktadır.

Küresel kültürün oluşturucu formülü, program formatı ve temel konuları bağlamında, Amerikan etkisindedir. Amerikan Birleşik Devletleri'nin kitle iletişim araçları alanında ve ticari boş zaman malları ve hizmetlerinin kullanılması konusunda savaş sonrası dönemdeki ileriliği bunun temel nedenidir. Büyük bir yerli pazara sahip olması, kitle üretimi geniş merkezlerde kullanmasını sağlamıştır. Elbette geniş bir coğrafyaya yayılmış olması ve etnik köken çeşitliliği yenilikler için çeşitliliğe yol açmıştır. Ayrıca Amerikan kültür endüstrisinin büyük şirketleri erken gelişmiş ve yeniden üretim medyasında yapılmış bir endüstri sağlamıştır bu da popüler kültür formlarının içeride ve dışarıda yayılmasına olanak vermiştir. Ayrıca kültürün kendisi, Amerika'nın kuruluşundan beri sahip olduğu çokkültürlülük sayesinde bölgesel ve etnik farklılıkları aşarak normatif bir kültür geliştirme gereksiniminden doğmuştur. Endüstriler bu nedenle, ulusal pazarı ele geçirmek adına, etnik farklılıkları kapsayacak bir estetik dil geliştirme zorunda kalmışlardır. Küresel olarak ihraç edilecek bu kültür dili böylelikle doğası gereği Amerika'da doğmuştur.

Küreselleşmenin yerel kültürleri yok edeceği varsayımlarına ilişkin Elteren'in şöyle bir tespiti vardır:

“Bir yanda küreselleşen kültür ve öte yandan her türden yerel kültürler arasındaki artan bir iç içe geçiş ve karmaşık bir karşılıklı etki her yerde görülebilir...küreselin etkisiyle yerele karşı yeni bir ilgi ortaya çıkmıştır...yerelin yerini alan küreseli düşünmek yerine küresel ve yerel arasında yeni bir eklemlenme sürecinin başladığını düşünmek daha doğru olacaktır...yerel küreselleşme mantığı içinde işlemektedir. Küreselleşmenin basitçe ulusal ya da diğer yerel kimlikleri yok edeceği olanaklı görünmemektedir. Daha olanaklı olan, eşzamanlı olarak yeni küresel ve yeni yerel kimliklendirmelerin oluşmasıdır.” (Elteren, 1996: 292)

Küreselleşme konusunda Filiz Aydoğan da iki farklı yaklaşımda bulunmuştur: Modernleşme kuramları ve kültürel emperyalizm. Modernleşme kuramları başlığında;

“bilindiği gibi Comte, Durkheim, Spencer, Weber gibi Batılı sosyologlar ya da evrimci okul kuramcıları Batılı olmayan ülkeleri kendi değerlerine göre değerlendirir ve Batılı olmayan toplumlarda gelişme ve modernleşme kavramlarının bulunmadığını belirtirler. Bu sosyologlara göre modernleşmek dünyada genel geçer bir süreç olmalıdır. Elbette bu saptamayı kendileri açısından yani Batılı olmayan ülkelerin toplumsal, kültürel, ekonomik özelliklerini Batı açısından değerlendirerek yaparlar. Bu nedenle, Batı, Batılı olmayan ülkelerin ya da ötekinin, ya da gelişmekte olan ülkelerin de kendi yönüne doğru gelişmesini ister. Başlangıçtaki iletişim çalışmalarında modernleşme kuramı da bu görüştedir. Bu kuram Üçüncü Dünya ülkelerindeki geleneksel kültürün ilerlemeyi engellediğini ya da onları modern seviyeye çıkaracak kültürden yoksun bıraktığını savunur. 1950’lerde dünyayı Batı’nın gözünden gören bu kuram gelişmekte olan dünyanın Batı’yı taklit etmesi gerektiğini belirtir. Modernleşme kuramı, kitle iletişim araçlarının “zamanımızdaki toplumsal sorunların” çözümünde ve dünyanın modernleştirilmesinde anahtar olacağı fikrinden hareket eder” (Aydoğan, 2011:16)

diyen Aydoğan, kültürel emperyalizmin dünya etrafındaki kültürel farklılıkların azaldığı anlamında kullanıldığı görüşündedir. Bunun nedeninin, Amerika ve Batı ülkelerinin metalaşmış kültürünün küresel şirketler tarafından dağıtılan ürünleri olduğu düşüncesi hakimdir. Küreselleşmenin farklılıkların yayılmasına bütünüyle karşı olduğunu savunan bu görüş, Amerikan ve Batı kültürünün küresel yayılımını eleştirir.

Küreselleşmeyle birlikte iletişim teknolojisindeki gelişmelere karşın, iletişim teknolojilerin sahipliğindeki ve kullanımındaki artış iletişim açısından zengin ve fakir ülkeler arasındaki farklılıkların artışına, küresel eşitsizliğe neden olmaktadır. Kültürün küreselleşmesini eleştiren görüş medyadaki tekelleşmenin artışına ve homojenleşmeyle ortaya çıkan totaliter olasılıklara dikkat çeker. Bu küresel eşitsizliğin sonucu olarak pazarlama stratejileri ile hedef piyasalarının kültürel özelliklerini anlamaya çalışan çok uluslu şirketler, reklam faaliyetleriyle ekonomik sömürüyü amaçlarlar, hedeflediği ülkelerdeki

kitleleri aldatır ve güdümlerler, piyasaya sundukları ürünlerle geleneksel ürünleri baskırlarlar. Gerçekten de, son yıllarda küresel medyada ve kültürel örgütlerde tekelleşme gittikçe artmaktadır (Aydoğan, 2011:33).

Kültürün küreselleşmesinde iletişimin ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ilgili David Morley ve Kevin Robins'in de görüşlerini şu şekilde dile getirmişlerdir:

“İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte de bilgi ağındaki tüm sınırlar ve sınırlamalar ortadan kalkmıştır. Amerikan, Avrupa filmleri ve dizileri dünyanın her yerinde gösterime başlamıştır. Farklı kültürlerin birbirini tanımlarında ve birbirlerini etkilemelerinde iletişim teknolojilerinin gelişiminin yeri yadsınamaz. Küreselleşmenin bir diğer gelişme nedenlerinden iletişim teknolojileri, yerel kültürde en önemli değişikliklere yol açan unsurdur.” (Morley ve Robins, 1995: 236)

Kültür endüstrisi, popüler kültürü, yani radyo, televizyon, kitap, magazin ve gazeteleri popüler müziği meydana getiren tüm faaliyet ve düzenlemelerle, kültürel organizasyonları ve bu arada kültürün standartlaşmasını dile getirmek için kullanılan genel terimdir. Kültür endüstrisinin olumlayıcı kültürü günlük yaşamın sorumluluğundan, ağır ve sıkıcı işlerinden çok az bir çaba ile geçici bir kaçış sağlayarak, oyalanmaya ve zihinsel uzaklaşmaya yol açmaktadır. Bu kültür endüstrisinin sunduğu kaçış gerçek bir kaçış olmamakla birlikte insanları yalnızca yaşamlarındaki temel baskılardan uzaklaştırmaya ve çalışma azimlerini yeniden arttırmaya hizmet etmektedir.

Adorno'ya göre, kültür endüstrisinin pratiği, kar amacını kültürel formlara dönüştürebilme yetisidir. Bu kültürel formlar, yaratıcıları için kar getiren metalar halinde piyasaya çıktıkları andan itibaren kar amaçlı olarak var olmuşlardır. Bu kültürel ürünler bireylerin düşüncesini sınırlar ve siyasal ve kültürel olarak pasif kalmalarını sağlarlar. Bu ürünler aracılığıyla insanların düşünceleri standartlaştırılmaktadır. Kültür endüstrisinin en önemli özelliklerinden birisi kültürel ürünleri ve dolayısıyla bu ürünleri tüketenleri standartlaştırmasıdır (Adorno'dan akt. Demirezen, 2013: 35). Burada, endüstri kavramı sözlük anlamıyla kullanılmamaktadır. Bu kavram sadece üretim sürecine değil, daha çok tektipleştirmeye işaret etmektedir. Tüm tüketicilere hitap edebilmek için ürünler arasında basit ve küçük farklılıklar oluşturulmaktadır. Sadece stil veya ayrıntıya dönük farklılıklarla tüm insanlara hitap edilmeye çalışılmaktadır. Böylece insanların kültürel zevkleri, en

önemlisi düşünme yetileri, standartlaştırılmaktadır. Ahlaki tasavvurları da bu standartlaşmadan teğet geçememektedir. Böylece standart bir ahlak anlayışı bu kültürel ürünleri tüketenler arasında yayılmaktadır.

Kapitalizmin küreselleşmesi ile kültür endüstrisi de iki anlamda küreselleşmiştir. İlk olarak kapitalizmin temel yapılarının bulunduğu Batı ülkelerinde üretilen kültürel ürünlerin diğer ülkelere ihraç edilmesidir. İkinci olarak, her ülkeye ait yeni kültür endüstrilerinin ortaya çıkmasıdır. Amacı kar elde etmek olan ve bu amaç uğruna seri kültürel ürünler üreten her ülkenin kültür endüstrisi o ülkenin yerel kültürünü temsil etmeye çalışsa bile ulusal boyutta standart ürünler, zevkler ve bakış açıları üretmektedir. Milyonlarca insanı televizyon başına çeken şiddet ve aşırı müstehcenlik içeren pembe dizilerin yayınlanmasındaki temel nokta kar amacı olabilmektedir. Bu gibi dizilerin insanların ahlak anlayışlarının oluşmasındaki negatif etkileri reyting uğruna görmezlikten gelinebilmektedir. Buradaki durum kapitalist mantığın ve alışkanlıkların küreselleşmesidir. Bu alışkanlıklar ve mantık çerçevesinde yerel motifleri içeren kültürel ürünlerin imal edilmesi ve sunulması kapitalizmin küreselleşmesinin bir sonucu olabilir.

Yerel kültürde anlamı olan ve insanların hayatına anlam katan birçok unsur kültür endüstrisi için konu olabilmektedir. Fakat kültür endüstrisi bu motifleri kaynağından soyutlayarak, içini boşaltarak insanlara tüketmeleri için sunmaktadır. Bir önceki nesil için çok anlam ifade eden birçok yerel motif yeni nesiller için sadece tüketilecek bir meta haline gelmektedir. Örneğin; Türkiye için Ramazan ayı dini olmasıyla birlikte kültürel olarak da önemli bir aydır. Ramazan pidesi de sadece ramazan ayında satılan kültürel bir motiftir ancak Mcdonald's ve Burger King Ramazan ayı dışında da, sadece Türkiye'ye özgü olduğu için yerelleşme adına, bu pideyi kullanarak pideli burgerler satışa çıkarmaktadır. Kültürel olarak özel bir anlamı olan ürün, kar amacıyla içi boşaltıp sadece üzerinden daha çok para kazanılacak bir meta haline getirilmektedir.

Kültürel emperyalizm ile egemen ülkeler kendi yaşam şekillerini, tercihlerini ve tüketim alışkanlıklarını diğer ülkelere medya aracılığıyla dayatmaktadır. Böylece kendi şirketleri ürettikleri malları bu ülkelere satabilmekte ve söz konusu ülkelerin zenginlikleri ve tasarrufları sömürülebilmektedir. Kültürel emperyalizm özellikle Amerikan hayat tarzı,

tüketim alışkanlıkları ve kültürel ürünlerinin diğer ülkelerde yaygınlık kazanmasını sağlamaktadır. Özellikle tüketim kültürü Amerika ve Batı kodlarıyla diğer ülkelerde yaygınlaşmaya başlamaktadır. Susamaktan daha fazla “kola”sayan bir gençliğin ortaya çıkması kültürel emperyalizmin etkilerini gösteren güzel bir örnektir. Mcdonald’s’da hamburgerini yiyen, Starbucks kafelerde kahvesini içen, Madonna dinleyen, Amerikan filmleri izleyen, kot pantolon giyen yeni nesil ile ebeveynleri arasındaki yaşam tarzı farkını açıklayan en önemli unsur küreselleşen dünyadaki kültürel emperyalizmdir. Kültürel emperyalizmin katkılarıyla tüketim kültürünün Amerikan ve Batı kodlarıyla yayılması, hiç kuşkusuz Batı dışında yaşayan insanların ahlak anlayışları üzerinde de etkili olmuştur. Amerikan rüyası birçok insanın algısında önemli bir yer tutmaya başlamıştır.

Küresel sermaye hareketlerinin çok uluslu yapılaşmasını meydana getirmiş olduğu yeni hegemonik yapılaşmaya paralel olarak kültürel alanda da hakim Batılı kültürel yapı ile diğer kültürler arasında şimdiye kadar kurulmuş olan ilişkilerden farklı bir yeniden yapılanma başlamaktadır. Bu yeni yapılanma diğer kültürlerin hakim Batı kültürünün karşısında, önceden olduğu gibi dışarıda kalan konumlarının yerine artık öteki kültürlerin Batı’nın merkezi içinde yer almaya başlamalarıdır. Bu yeni ilişkide hegemonik kültürel alanın dışında öteki kültürlerin karşıt konumda değil, bu hegemonik kültürel yapıyı tamamlayıcı bir konumda yer almaları söz konusudur. Kurulan bu ilişki, farklı olanın, ötekinin giderek kendini Batılı merkezin içinde daha fazla konumlandırmasıdır. Ancak bu konumlandırma da bu kültürlerin taşıdığı farklılıkların Batı’nın istediği şekilde yeniden oluşturulan bir ‘farklılık’ temelinde yer alıyor olmasıdır. Böylece Batılı toplum anlayışı da bu yeni ilişki temelinde kendini yeniden tanımlamaktadır. Bu yeni toplumsal model anlayışında ötekinin muhalif taraflarını Batı ile uyumlu hale getirmesi, yeniden yapılandırması söz konusudur. Bu yeni ‘çokkültürlü’ toplum modeli Asyalı, Afrikalı, Müslüman, Hıristiyan vb. pek çok farklı toplumların, kültür ve kimliklerin kendilerini Batı’ya göre yeniden uyumlulaştırması biçimidir.

Kültürün endüstrileşmesi, endüstri toplumu içinde yer alan insanların da bir endüstri ürünü gibi görülmesi, böylece insanların basit birer nesne haline gelmesiyle, yani ‘şeyleşme’siyle sonuçlanır. Adorno, kültür endüstrisinin, insanı geçmiş dönemlerdeki egemen yöntemlerine ve pratiklerine oranla daha



çok ince ve etkin yöntemler ve pratiklerle egemenlik altında tuttıklarını düşünür. Ona göre evrensel olan toplumsal sistem ile tikel olan arasındaki asılsız uyum, bu uyumun kurbanları durumundakiler de, toplumsal çelişkilerin açıkça görülebildiği duruma oranla çok daha insanlık dışıdır. Kültür endüstrisi sistemin genel bütünlüğü içinde bireyin varlığını sürdürebilmek için onun emeğini, aklını ve varlığını sisteme kiraladığı işyeri dışında, onun sisteme yabancılaşmasını engelleyen, genel-tikel uyumunu sürekli kılan bir fonksiyon görür. İşyeri ile işyeri sonrası arasında aslında çok belirgin bir süreklilik söz konusudur. İşyeri dışındaki faaliyetler, işyeri dışındakilerden farklı yöntemle, araçlarla düzenlenmiş olsalar da işyerindeki hayatın bir uzantısıdır. Mesela eğlence, geç kapitalizm döneminde işin bir uzantısıdır; işin daha sonra daha iyi bir şekilde gerçekleşebilmesi için verilen bir aradan ibarettir(Özkuş, 2013:82-83).

#### **2.1.5. Küreselleşme ve Kültürel Farklılıklar**

Bu çalışma iki farklı kültür ürünü üzerine yapılacak bir incelemeyi içereceğinden kültürel farklılıklara da değinmek gerekmektedir. Kültürler arasında, ya da diğer bir ifadeyle, farklı toplumlar arasındaki bu farklılıkların nedenlerine ilişkin çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmalar içinde Geert Hofstede'nin kültürel farklılıklar üzerinde gerçekleştirdiği çalışma geçmişten günümüze değin, en kapsamlı ampirik çalışma olarak değerlendirilmektedir. Kültürle ilgili geleneksel bilgiler Hofstede'nin geliştirmiş olduğu "soğan kabuğu" kuramının yansımasıdır. Hofstede, kültürü; "bir grubun üyelerini ya da insan kategorisini diğerinden ayırt eden aklın toplu programlaması" şeklinde tanımlamaktadır (Hofstede, 2001:9-24). Hofstede'e göre değerler ise; sembolleri, kahramanları ve ritüelleri içeren kültürel pratikler aracılığıyla manifesto edilen kültürün görülmeyen yanındır. Hofstede, kültür kavramını, "zihinsel programlama" adını verdiği bir yaklaşımla ifade etmektedir. İnsanların bilgisayarda olduğu gibi bir tür zihin programlamaya tabi olduklarını söylemektedir. İnsanların çocukluklarından itibaren belirli bir sosyal çevre içinde duygu, düşünce ve davranışlarının oluştuğunu ifade ederek, kültürün sosyal kalıtımın bir ürünü olduğunu kabul etmektedir.

Kültürel farklılıklar aynı bilginin farklı biçimlerde işlenmesine yol açmaktadır. Her kültür kendine özgü gelenekler, törensel davranışlar, simgeler ve değerlere sahiptir.

İnsanlığın “ortak özelliklerine”, ya da başka bir ifadeyle, “evrenselliğe” hitap etmek, zorunlu kültür farklılıklarının inkar edilmesidir (Tomlinson,1999:87). Bu cümleden iki anlam çıkarılabilir: Birincisi, kültürlerarasında “ortak bir anlayış” mevcuttur, dolayısıyla da hepimiz aynı şeylere güleriz. İkincisi, kültürel emperyalizm ihtimali inkar edilmektedir; çünkü bu görüş temel kültür farklılıklarını inkar eder: Böylece kültürel bir biçimin yaygınlığı tahakküm sorunlarından ayrılmaktadır çünkü daima evrensel çekicilik iddiasına başvurulabilmektedir.

Kültürlerarası iletişim üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde karşımıza bazı kültür modelleri çıkmaktadır. Örneğin; **Buzdağı Modeli:** Kültürde görünür kısımlar vardır: Mimari, sanat, yemek, müzik, dil bunlardan yalnızca ilk anda sayılabilecek birkaçıdır. Ancak kültürün, kültürün sahibi olan grubun tarihi, normları, değerleri, mekân, doğa ve zaman hakkındaki temel varsayımları gibi güçlü temellerinin farkına varılması çok daha zordur. Buzdağı modeli de kültürün görünür bölümlerinin görünmeyen bölümlerinde yer bulduğunu belirtmek için kullanılır. Aynı zamanda farklı kültürel geri planlardan gelen insanları anlamamanın zorluklarına da işaret eder: “Buzdağının” görünür kısımları fark edilir, ancak bu kısımların dayandığı temeller hemen görülemez. **Geert Hofstede’nin Kültürel Boyutlar Modeli:** Hofstede kültürü “beynin insan gruplarını birbirinden ayırt edecek şekilde kolektif programlanması” olarak tanımlamaktadır. Kültürdeki farklılıkları dört temel boyuta indirgemektedir. Bütün diğer farklılıklar bu dört temel boyutun bir ya da birkaçına dayandırılabilir (Hofstede, 2001:9-24). Hofstede, belirlediği dört boyuta güç uzaklığı, bireycilik/grupçuluk, erillik/dişillik ve belirsizlikten kaçınma adlarını vermektedir. **Güç uzaklığı** bir toplumun, kurumlar ve örgütlenmeler içindeki etkin bireyler arasında eşitsiz dağılımının kabul derecesini gösterir. Güç uzaklığı hiyerarşiyle, örneğin bir gençlik örgütü içindeki karar mekanizması ile ilgilidir. **Belirsizlikten kaçınma** bir toplumun kuşku uyandıracak durumlar karşısında kendini tehdit altında hissetme ve kurallar ve diğer güvenlik önlemleri yoluyla bunları engelleme çabalarının derecesini gösterir. **Bireysellik/grupçuluk** bir toplumun ilişkilerinin

insanların daha çok kendilerinin ve birinci dereceden yakınlarının geçimiyle ilgili olduğu gevşek bir toplumsal çerçeve içinde mi, yoksa kişilerin grup içi ve dışı insanlar arasında ayrıma giderek grup içi üyelerin kendilerine bakmalarını beklediği sıkı bir toplumsal çerçeve içinde mi örüldüğünü gösterir. **Erillik/dişillik** cinsiyetin toplumda erkeklerin ve kadınların oynadığı rolleri ne kadar belirlediğini gösterir. Bir ülke kültürünün feminen veya maskülen eğilimler sergilemesinin saptanması bakımından Hofstede'in araştırması ilginç açınımlar sergilemektedir. Maskülen özellikler gösteren kültürlerde maddi başarılar, para, mal – mülk, birinci olmak, en iyi olmak ön plana çıkmaktadır. Çalışmak için yaşamakta, sermaye, başarı, bireysellik ve rekabetçilik vurgulanmaktadır. Kararlı, gerektiğinde yumruğunu masaya vuran yöneticiler beğenilmektedir. Güçlü olan, kazanan, kahraman olan sempati toplarken, zayıflar sempatik bulunmamaktadır. Feminen özellikler gösteren ülke kültürlerinde ise tam tersine maddi başarılar yerine toplumsallık, başkalarını düşünme ve koruma önemsenmektedir. İnsanlar ve ilişkilerin sağlığı birinci planda tutulmakta, en iyi olmaktansa ortalama olmak, grubun dışında, uç noktalarda kalmamak, takım üyesi olmak, grubun havasını bozmamak önemli unsurlar olarak görülmektedir. Feminen toplumlarda yaşamak için çalışılmakta, eşitlik, birlik, yaşam kalitesi vurgulanmaktadır. Fikir birliği sağlayarak karar alan yönetici beğenilmekte ve çatışmaların uzlaşma ile çözümlenmesine sıcak bakılmaktadır. Güçlüler, kahramanlar, kazananlar itici; zayıflar, ezilenler, kaybedenler sempatik bulunmaktadır. **Zaman oryantasyonu (pragmatizm)** bir toplumun kararlarını gelenek ve geçmişteki olaylara, kısa dönemli, şimdiki zaman kazançlarına ya da gelecek için yararlılık algılarına ne kadar dayandırdığını göstermektedir.

Dünya kültürlerinde “anlamlar atlası” oluşturma çalışması yapan Osgood, “kaza, evlilik, erillik, dün, genç, kahraman, ustalık” gibi 620 kavram üzerinde, kültürlerarası farklara dikkat çekmiştir. Farklı kültürlerin haftanın belli günlerini kutsal gün ya da iyi gün olarak değerlendirmeleri (cumartesi, pazar, cuma günleri, farklı kültürlerce iyi günler olarak görülmektedir) gibi soyut değerlendirmeler dışında, daha somut olması gereken değerlendirmelerde de farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin, *teenage* (on üç- on dokuz yaş arası gençlik dönemi) Japon kültüründe güçlülük, aktiflik simgesiyken, Amerikalılar

için oldukça kötü, oldukça zayıf ancak çok aktif bir dönem olarak görülmektedir (Osgood'tan akt. Özerkan, 2001: 95).

### **2.1.6 Kültürel Farklılıklar ve Kimlik**

Kimlik, kültür içinde biçimlenir. Çocukluk yıllarından itibaren ailede başlar. Aile, çevre ilişkileri ile kimlik kavramı gelişir. Bu ilişkiler ile toplumda kendini konumlandırır. Kimlik kavramı ailesel, toplumsal olduğu kadar tarihi ve kültürel söylemlerde belirlemektedir. Kimlik tarihi süreç içerisinde değişken bir yapı barındırır. Kimliğin inşası bireysel veya kolektif olabilir. Bireysel kimlikler çok yönlü (aile, toplumsal cinsiyet, sınıf, bölge, din, etnik ve milli) durumlardır. Koşullara bağlı olarak önem derecesi değişir. Kolektif kimlikler ise kapsayıcıdır. Etnik ve milli bağlar şeklinde kendini gösterir. Bireysel kimlikte insan kendini aile, sosyal cinsiyet gibi oluşumlarda daha dar yere otururken kolektif kimlikte kendini daha geniş bir kitle olarak görür.

David Harvey'e göre insanın bireysel ya da kolektif kimlik arayışı, değişen dünyada güvenli bir liman arayışı olarak özetlenebilir (Harvey,1999:337). İnsanların üzerine doğru patlayan üst üste yığılmış mekânsal görüntüler içinde insanın konumu, kimliği önemli hale getirmektedir. Kendimizi başkalarından nasıl ayırdığımız ise kimliğimizi belirlemektedir

Küreselleşen kültürel kimlik yerel motiflerde evrensel, bilimsel ve teknolojik söylemlerle desteklenerek, ticarileşen bir ürüne dönüşmüştür. Bu da küresel kültürü standartlaştırarak ticari simge olarak ulusallığı çözüp, etnik, folk motiflerle bir seri genelleştirilmiş insan değerleri haline getirmiştir. Kitle iletişim araçları uzak mesafeleri yakınlaştırırken kültürel etkileşimi de kolaylaştırmıştır. Toplumsal yapıları dönüşüme uğratmış, buna bağlı olarak da kitle kültürünü ortaya çıkarmıştır. Bu kültür her şeyi birbirine karıştırarak homojen bir kültür yaratmıştır. Kültürel bir kimlik olarak bireyin kendini kurması ve özenli olması bireyci kültürün başarısı iken, küreselleşen kültürün homojenleştirici etkisi ile rasyonelleşerek, bürokratikleşerek ve tüketici bir topluma dönüşerek gözden kaybolur. Çünkü küreselleşmede kültürel kimlik kitleleşme eğilimindedir. Bu eğilimde ideal duyguların yerini fiili olgular, amaçların yerini araçlar alır. Bireyler toplumsal değerlerden siyasi ve kültürel katılımdan yabancılaşma olgusuna geçer. Bireyler çeşitli güç odakları

tarafından hazırlanan yönlendirmelerle; hazlara, tüketime ve eğlenceye yönelir. Kitap kültürünün yerini imge, simge, moda, marka ve sanal görüntüler öneren kitle iletişim araçları alır. Böylece kitleleşen insan karışık kültür pazarında kendini bulur (Akdemir, 2004:46).

Çeşitli küreselleştirme araçlarıyla kontrol altına alınan toplumların girilemeyen en önemli dünyaları kültürel kökleridir. Bunlar ne kadar bastırılır ve sindirilirse de bir şekilde fırsatını bulduklarında yeniden filizlenebilmektedirler. Çünkü bu kültürel kökler topluma ulus bilinci kazandıran unsurlardır.

Küreselleşme süreci, kültürlerin orijinallikleri, statüleri ve hiyerarşilerinin tabiatı konularındaki yeni sorgulayıcı yaklaşımlarla kültürlerin artması ve çeşitlenmesine neden olmuş ve kültürlerin tamamının yerelliğine vurgu yaparak kişi-ulusal kimlik ilişkisini belirsizleştirip, ulus devletlerin kültürel yapılarını tartışmaya açmıştır.

### **2.1.7. Amerika ve Türkiye Kültürel Özellikleri**

Çalışma, iki farklı kültürün karşılaştırması üzerine yapılan bir inceleme olduğundan bu iki kültürle ilgili yapılmış birkaç araştırmanın bazı bulgularının paylaşılması faydalı olacaktır.

#### **Amerikan Kültürünün Özellikleri**

Amerikan toplumunun materyalist bir kültür olduğu ve gerçeklik ile ilgilenir olduğu söylenegelen bir durumdur. Emperyalizm uluslararası bir süreçtir. Bu durum Amerika'nın hegemonyasının da ötesine geçmektedir. Ekonomik açıdan bu böyledir ve kültürel açıdan da dünyada Amerikan kültürü, anlayışve düşünüş biçimi ve ürünleriyle egemen konumda kapitalist kültürü temsil etmektedir. Amerika, birçok açıdan güçlü bir ülke konumundadır. Ekonomisi, dünya ekonomisinin neredeyse çeyreğini oluşturur ve diğer ülkeler üzerindeki etkisi, özellikle de iş dünyası üzerinde, oldukça fazladır. Yüzölçümünün büyüklüğü ve nüfus olarak birçok milletten oluşuyor olması, Amerikan kültürünü karmaşık ve değişken kılmaktadır. Amerika'da çoğunlukta olan Beyaz Amerikan orta sınıfının kültürel özellikleri baskındır ancak Afro-Amerikalılar, Japon Amerikalılar, Latinolar gibi Amerikalılar da farklı

özellikleriyle Amerikan kültürünün bir parçasıdır. Global olarak kültürden bahsedildiğinde Amerika, sıklıkla İngiltere, Kanada, Avustralya, ve İrlanda gibi Anglo grup içinde yer almaktadır.

Bir kültürün özelliklerinden bahsedileceğinden genelleme yapılabilir ancak istisnalar da söz konusudur. Konumuz gereği toplumun genel davranış eğilimini ele almamız gerekmektedir. Amerikan kültürüne ilişkin bazı temalar akla gelebilmektedir. Bu temalardan kısaca bahsetmek gerekirse; **İlerleme ve gelişme**: Amerikalılar, bugün ya da geçmişe takılmazlar, daha çok geleceğe yöneliktirler. İlerleme istekleri değişimi kabul etmelerini ve onu iyiye yönlendirmeyi içerir. **Çağdaşlık (Modernite)**: Yeni ve genç olanı önemserler, eskilerden kurtulma çabasındadırlar, bu da toplumun “Wastemaker = ziyankâr” olarak görülmesine yol açmaktadır. Amerikalıların çoğu eski moda/modası geçmiş olmaktan hoşlanmaz. Amerikan yaşam tarzının bir yönüne eleştiri geldiğinde tutucu davranırlar ama bunu modası geçmişlik olarak algılamazlar. **Maddecilik**: Amerikalılar fiziksel olarak rahat koşullarda yaşamayı ve maddi açıdan iyi durumda olmayı bir hak olarak görürler. **Aktivite ve işe yönelim**: Amerikalılar için iş, oyundan, eğlenceden ayrıdır. İş, yaşamak için gerekli olanıdır. Oyun ise işten sonra rahatlamak içindir. Amerikan kültürü “yapmaya” yöneliktir. Maddecilikle birlikte göz önüne alındığında bu özellik ülkeyi, aktivite ve çalışmayı önemseyen bir kültürün önemli bir örneği haline getirir. **İnformalite ve eşitlik**: Amerikalılar, resmi insanlar değildir. Rahat davranmayı samimiyet için önkoşul olarak algırlar. Resmi seremoniler ve katı geleneklerden hoşlanmazlar. **Özgürlük ve rekabet**: Amerikalıların bireycilik, özgürlük ve başarı tercihleriyle yakından alakalı olan bir diğer özellikleri de rekabet duygularıdır. “Zafer heyecanı” Amerikalıların çoğu için çok önemlidir. Rekabet, performansın artması yönünde önemli bir teşvik unsuru olarak algılanmaktadır.

Hofstede’in yaptığı değerler araştırmasına göre ABD kültürünün verileri şöyledir;

**Güç mesafesi**: Bu araştırmaya göre ABD’nin güç mesafesi yüzdesi %40’tır. Bu düşük yüzde güç ve iktidara verilen önemin, mesafe kurmak bağlamında, az olduğunun bir göstergesidir. ABD toplumunda insanlar genel kabul olarak eşittirler ve yasalar önünde eşit haklara sahiptirler. “Herkes için özgürlük ve adalet” şiarını edinmiş bir toplum bir insan güçlü olduğu için onu

haklı görmez. Güç mesafesi yüzdesi yüksek olmayan bir ülke lider karakterli bir ülke değildir. Herkes eşit haklara ve imkanlara sahip olmalıdır. Bu nedenle de güçlü olan karşısında güçsüz olanın hakkı korunur. Güç bir insanın fikirlerini ve davranışlarını etkilemek adına kullanılamaz. Güçlü güçsüz herkesin fikri önemli olabilir.

**Bireysellik:** ABD bu konuda yüzdesi en yüksek ülkelerden birisidir. %91’lik bir oran ABD toplumunun bireyselliği ön planda tuttuğunun bir göstergesidir. Kolektivist bir ülkeye oranla bireyler sadece kendilerinden ve en fazla kendi çekirdek ailelerinden sorumluyken, kolektivist bir ülkede bireyler ait oldukları en küçük gruptan en büyük gruba kadar toplumun belli katmanlarına karşı sorumlu olabilmektedirler. Bireyselliğin bu kadar yüksek olması hiyerarşinin sadece işleri kolaylaştırmak için kullanılmasına neden olmaktadır. Yüksek mevkide olan birine erişim de onunla iletişim de çok kolay ve rahattır. İnsanların toplumdaki beklentileri de yine bireysellik ölçülerine göredir. Toplumda gevşek bir bağla bağlıdırlar. Devletten kendilerine bakmasını beklemezler. Bireysellik yüzdesinin bu kadar yüksek olmasının sonucu olarak ülke içinde taşınma oranları da yüksektir ve bu da insanların diğer insanlarla derin arkadaşlık bağı kurmalarına engel olabilmektedir. Hızlıca iletişime geçebilir, ne istiyorlarsa direkt dile getirebilirler. Bu konuda utangaçlıkları yoktur.

**Maskülenlik (Erillik):** ABD’nin bu değer yüzdesi %62’dir. Maskülenlik değeri dendiğinde “sahada en iyi olmak” kavramı akla gelmektedir. Bu da beraberinde hırs, rekabet, başarı duygularını getirmektedir. Her zaman “daha iyisi yapılabilir” mantığı ile yetiştirilmektedirler. Bu da toplumun dinamizmini sağlayan önemli motivasyonlardan birisidir. “Çalışmak için yaşamak” disiplinini edinmişlerdir, bu da onları daha iyi konuma gelmek için sürekli bir çaba halinde olmaya iter.

**Belirsizlikten kaçınma:** Bu, geleceğin ne getireceğinin bilinmemesine dair oluşan korku ile bağlantılı bir değerdir. ABD oranı %46 çıkmıştır. Böyle bir korkuları çok da yoktur. O nedenle yeni fikirlere veya yeniliklere bu değer yüzdesi daha yüksek çıkan bir ülkeye oranla daha toleranslıdırlar.

**Hoşgörü:** ABD toplumunda bu değer %68 çıkmıştır. Hoşgörü oranı yüksek çıkan ABD toplumu işte iş yapar, eğlencede eğlenir. Baskıcı bir toplum değildir, kurallarla bunaltmaz. (Hofstede, b.t.)

## Türkiye Kültürünün Özellikleri

Türkiye kültürel bakımdan, dünyada pek benzeri olmayan bazı özelliklere sahiptir. Kongar'a göre bunun nedeni, Türkiye'nin geçirdiği hızlı değişim süreçleridir (Kongar, 2001). Türkiye'nin bugünkü kültürel birikimi iki farklı kaynaktan gelmektedir: Birinci olarak, Türkiye, Osmanlı İmparatorluğu'nun bir mirasçısıdır. Bu özelliğiyle, İslam Dünyası'nın da bir üyesidir. Kültürel dokusunun temelinden yüzyıllardan beri var olan gelenek ve görenek biçimindeki İslami değerler vardır. İkinci olarak, Türkiye, Atatürk Devrimleri ile bir çağdaşlaşma atılımı yaşamış ve bu süreç içinde, Batılı değerler başta olmak üzere, çağdaş dünyanın kültürel değerlerini, Osmanlı Mirası üzerine aşılamaş bir ülkedir.

Türkiye kültürünün temel özelliklerinin birkaçının otoriterlik, toplumculuk, belirsizlikten hoşlanma, erkeksilik olduğunu söyleyebiliriz. Otoriterlik sonucunda orta yaşın üstündekiler toplumda "onaylayıcı" rolü oynarlar. Toplumculuk ve grup içinde kendini var etme, "gösteriş" kavramını düstur edinen dolaylı bir anlatım biçimini de beraberinde getirmiştir. Türkiye kültüründe semboller önemlidir. Türkiye güç mesafesi yüksek olan ülkelerdendir. Bireyler kendilerinden üst pozisyondakilere itaatkar; güçlü ve nüfuzlu insanlardan çekinen ve kendilerine ne yapacaklarının söylenmesinden rahatsız olmayan bir tutum almaktadır.

Hofstede'in araştırmasına göre Türkiye kültürü belirsizlikten kaçınma oranı yüksek, kadınsı(dişil), güç mesafesi yüksek ve kolektivist bir yapıya sahiptir. Bu yapının temel varsayımlar şöyledir;

1. Türkiye kültürü ortaklaşa davranış bireyciliğın önünde tutmaktadır.
2. Türkiye kültürü sanıldığı gibi, çağdışı sayılabilecek geleneksel erkek değerler sisteminin egemenliğı altında değildir.
3. Türkiye kültüründe belirlenimcilik (determinizm) egemendir. Bu nedenle de belirsizlikten kaçınma eğilimi yüksektir.
4. Türkiye kültürü denetim noktası dışarıda olan bireyler üretmektedir.
5. Türkiye kültüründe örgütsel mesafesi fazladır.
6. Türkiye toplumunda bireylerin değişmeye direnci yüksektir.



7. Türkiye kültürü çatışmadan kaçınmayı ya da çatışmayı bastırmayı öngörür. Uzlaşma ve yarışmadan kaçınma da Türk kültürü tarafından özendirilir

8. Türkiye toplumundaki alışkanlıklar ve değerler sistemi Batı tipi bürokrasiyle uyuşmamaktadır.

9. Türkiye toplumunda çalışanların liderlerden beklentileri Batılı toplumlara göre farklılaşmaktadır.

10. Türkiye toplumunda sinerjinin düşük olduğuna ve iç grup üyeliği bulunmayan bireylerarası güven ilişkilerinin sorumlu olduğuna ilişkin ipuçları vardır.

11. Türkiye toplumu geniş bağlamli bir kültürün içinde yaşamaktadır (Hofstede, 2001:231)

Hofstede'in araştırması ve bu araştırması sonucu ortaya çıkan varsayımlara göre; içinde yaşadığımız kültür, istisnaların dışında, bireyi tamamen üstlerinin (veya büyüklerinin) ve örgütün bağımlı bir değişkeni konumuna getirmekte, örgütten ayrıldığında ve üstlerinin kendisini desteklemediği durumlarda ise neredeyse etkisiz bırakmaktadır.

## **2.2. Küresel Medya**

Kitle iletişim araçlarının küreselleşme sürecinde merkezi bir konumu vardır. Kitle iletişim araçlarının etkileri hem geniş hem de sınırlıdır. Küreselleşmenin var olduğu tüm alanlarda önemli bir rolü olmasından dolayı geniştir, gündelik yaşamın önemli bir parçası olmasına rağmen kültürel deneyimin tek kaynağı olmamasından dolayı da sınırlıdır (Tomlinson,2004:37). Her ne kadar kitle iletişim araçları, küreselleşme konusunda tek güç değilse de küreselleşme sürecinin ortaya çıkmasında ve hız kazanmasında çok etkin bir rolü vardır. Teknolojik nitelikleri nedeniyle ulusal sınırları ortadan kaldırmış, ülkeleri (özellikle de bu teknolojilere sahip olanlar lehine) birbirleri ile daha fazla "etkileşim"e sokmuştur .Sadece teknolojik değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve ideolojik özellikleri nedeniyle de küreselleşmenin altyapısını oluşturmuştur.

Bu kitle iletişim araçları ile kurulan dünya iletişim şebekesi, toplumların her yerini sarmıştır. Yerel medyaların da bu küresel iletişim

ağlarına bağlanması ya da küresel medyaların yerel uzantılarıyla da (örneğin CNN-Türk) küresel alanlar yerelleşmekte ve küresel güçler, eğilimler, kültürler dünyanın her tarafına ulaşmaktadır (Taylan ve Arklan, 2008: 90). Küresel mesajlar yerelle birleşerek küresel akışın içeriğini zenginleştirmekte, ancak küresel akışın yerelle birleşerek zenginleşmesi de yerel kültürleri ve yerel özellikleri yerinden ederek kendi çıkarları doğrultusunda yerel özelliklerin otantikliğini kullanarak küresel kültüre katkıda bulunmaktadır

Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması ile kültür de üretilen ve pazarlanan bir meta halini almıştır. Kitle iletişim araçları üreten gelişmiş ülkeler tarafından, bu araçları üretmekten yoksun ülkelere bir ‘medyatik ürünler’le birlikte ‘kültür’ de ihraç edilmektedir.

Günümüzde kitle iletişim kültürü küreselleşmiştir ve küresel kitle kültürünü de beraberinde yaygınlaştırmıştır. Bu anlamda küresel kitle kültürü, Hall’ın deyişiyle:

“kültürel üretimin modern araçlarının hâkimiyetindedir. Dilsel sınırları hızlı ve kolay bir şekilde geçebilen, anında tüm dillerde konuşan görüntünün hâkimiyetindedir. Popüler yaşamın, eğlencenin ve dinlenmenin yeniden inşasına doğrudan iştirak eden görsel ve grafik sanatların her nevi mücadelenin hâkimiyetindedir. Televizyon ve sinemanın, görüntüsünün, görselleşmenin ve de kitle reklamcılığın sunmuş olduğu tarzların hâkimiyetindedir” (Hall,1998:48).

Yeni iletişim teknolojilerinin ‘sınır-tanımsızlığı’ ile paralel olarak kültürün küreselleşmesinden de söz edilir. Küresel kültür, kitle iletişim araçlarını kullanarak tüm dünyayı ‘tek tip bir kültüre’ mahkum etmekle suçlanır. Söz konusu teknolojiler yoluyla bu tek tip kültür belirli bir mekana hapsolmaktan uzaklaşıp, yurtsuzlaşmıştır. Küreselleşmenin özellikle medya ve kültür kanalıyla yayılması, reklamcılık, tüketim kalıpları ve yayın içeriklerinin benzeşimi yoluyla kültürler birbirlerine benzemekte, homojenleşmektedir. Küresel medya endüstrisindeki kültürel dolaşımda Batılı profesyonel yapımcılar tarafından gerçekleştirilen ürünlerin dolaşımı belirleyici olmaktadır(Batı, 2010: 369). Küresel ve yerel kültürlerin yer yer karşılaştığı bir gerçekse de, skandallar, uygunsuzluklar, aşırılıklar üzerine kurulmuş bir medya ortamı ve doymayan bir ‘tüketimcilik’ içinde küresel kültür, melez, bağımlı, tasarlanmış bir yapı sergilemektedir.

Medyanın gelişmiş ülkelerin hakimiyetini sağlamak ve sürdürmek için her çeşit donanıma sahip olmasının yol açtığı en önemli kültürel sonuçlardan

biri, az gelişmiş ülkelerin kültürel gelişmelerinin kontrol altında bulundurmak ve gelişen tüketim kültürü sayesinde yerel kültürlerin giderek zayıflamasını, etkisini kaybetmesine neden olmaktır (Tomlinson,1999:138-139).Tomlinson'a göre bu, kültürel emperyalizme yol açmaktadır. Kültürel emperyalizm olgusunda 'onlar ve bizler' şeklinde bir ayırım yapılarak 'eşzamanlı- mekansal' plana dayalı olarak bir söylem kurulmaktadır. Bu söylem 'Amerikanlaşma' söylemidir. İçeriğinde ulusla emperyalist ulusları karşı karşıya getirir. Bu söylemin ardında yatan genel söylemse modernlik kültürünün yayılması anlamında kültürel emperyalizmdir.

Medya yoluyla oluşturulan kültürel homojenlik, ulusal ve kültürel değerler önemsenmeyerek, dünya insanları ya da kültürleri arasında –hâkim kültürün lehine olan kültürel sembollerin alış-verişinin hızlanması anlamına gelmektedir ve bu süreç, yerel kültürlerde değişikliklere yol açmaktadır. Elbette ki bu süreç Batılı ülkelerden üçüncü dünya ülkelerine doğru tek yönlü bir biçimde işlemektedir ve bu değişimler üçüncü dünya kültürlerinde yaşanan kültürel emperyalizm olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kültürel aktarımda medyanın çok önemli bir rolü vardır çünkü bu değişim medya kanalıyla gerçekleştirilmek istenmektedir. Sonuç olarak da, medya ile yerel kültürler aşındırılıp içi boşaltılmakta, hâkim küresel kültüre eklenilerek onun bir parçası haline gelmektedir.

Philip Smith "Bir izleyicinin elde edilebilirliği ve izleyiciye ilişkin beklentilerin, hem bir ürünü başlatma kararını (örneğin, yeni bir televizyon şovu) hem de ürünün içeriğini biçimlendirmede muhtemelen en kritik değişkenler" olduğunu belirtmektedir. Amacı kar yapmak olan bir alanda kültürel ürünler, izleyici kitlesinin ilgisini çekerek para kazanmak üzere tasarlanır. Smith'e göre "görsel sanatlar, sergileme sanatları ya da kamusal televizyon gibi daha az ticari alanlarda bile, en azından bazı insanların ne olup bittiğine dair bir ilgi göstereceği yönünde bir umut ya da beklenti vardır. Bu nedenle, kültürel yapımcılar kendi ürünlerini, hedef izleyicinin ihtiyaçlarından ve ilgilerinden anladıkları şeyle uygun hale getirmek amacıyla şekillendirecektir"(Smith, 2007:238). Buna örnek olarak da dram dizilerinin geleneksel olarak yakın ilişkilere ilişkin temaları içermesi, çünkü bunların hedeflenen kadın izleticilerin ilgisine yönelik olduğuna inanılması verilebilir.

Kültür emperyalizmi konusunda Gramsci'ye göre, devlet iktidarının önemli bir unsurunun, fiziksel güç kullanımı olduğu kadar(örneğin polis), fikirlerin denetimi olduğu aşıkardır ve işte bu noktada kültür işin içine girer. Burada önemli kavram hegemonyadır. Hegemonya devletin ve yönetici sınıfın, sivil toplumun inançlarını düzenleme yetisidir. Hegemonik inançlar, eşitsizliğin devam etmesini sağlayan ve eleştirel düşüncenin önünü kesmeye yarayan hakim kültürel motiflerdir. Gramsci aydınların faaliyetlerinin hegemonik inançların yayılmasında önemli bir rol oynadığını savunur. Bu organik aydınlardan kasıt, papazlar ve gazeteciler gibi karmaşık felsefi ve siyasi meseleleri günlük dille kitlelere anlatan ve onları yönlendiren kimselerdir.

Bürokratik, teknolojik ve ideolojik güçlerle insan özgürlüğü kısıtlanmış ve pasif, tek tip tüketicilerden oluşan bir kitle toplumu (mass society) yaratılmıştır. Kültür endüstrisi önde gelen eğlence ve medya kuruluşları tarafından yaratılır. Bu tür kuruluşların amacı eleştirel düşünceyi ve insan özgürlüğünü güçlendirmekten ziyade karı arttırmak için mal üretmektir. Bu sürecin sonunda yeni bir kültürel üretim hattı meydana gelir. Son ürün basmakalıp ve planlıdır ve otantik anlamdan yoksundur. Kültür endüstrisi, ne yaptığının farkında olmayan ve sadece eğlenen bir kitle toplumu yaratmakla kalmaz, kapitalizm yanlısı ideolojileri de ayakta tutar.

Devletin baskı aygıtları (örneğin polis, ordu, hapishaneler) devlete karşı protestoların, isyanların, grevlerin bastırılmasında kullanılabilirken devletin ideolojik aygıtları (kilise, medya ve okul) devletin pasif süreçte bekasını sağlama hizmetindedir(Smith, 2007: 80-81). Smith'e göre, insanlar bireysel kapitalizm koşullarının yarattığı günlük hayatlarını yaşarken (çalışır, üretir ve tüketirken) devletin ideolojik aygıtları sayesinde gerçekte ne olup bittiği ile ilgili bilimsel bir kavrayıştan öte aldatici fikirlere sahip olurlar.

Küresel medyanın en belirgin büyük şirketleri sinema, televizyon programları, müzik kayıtları sahibi olan batılı şirketler ve ABD'deki büyük ölçekli şirketlerdir. Bu medya şirketleri için her şeyin ölçütü paradır ve bu tür bir sistemde Türkiye, Hindistan ve Brezilya gibi gelişmekte olan ülkelerin söz hakkı yoktur. Bu tür ulus ötesi şirketlerin kullandığı slogan da "küresel düşün, yerel davran" dır. Böylelikle medya ürünleri bölgelere bağlı olarak küçük farklılıklar gösterse de küresel sisteme bağlı bu ürünler, getirdikleri kar

açısından değerlendirilirler. Küreselleşme eleştirileri küreselleşmenin standartlaşmaya ve kültürel homojenliğe neden olduğunu söyler. Bu açıdan medyanın küreselleşmesi kültürel başkaldırıyı engelleyen homojenleştirici güç olarak görülür. Küresel kültürel çeşitlilik konusundaki ikinci karşı sav ise küresel medyanın kültürel çeşitliliği sağlıyor gibi görünse de, bu çeşitliliğin hegemonik ilişkiler tarafından yeniden yapılandırıldığı görüşünü savunur. Bu görüşün temsilcisi Stuart Hall'a göre küresel kitle kültürü batı merkezlidir ve genellikle İngilizce konuşur (Hall'den akt. Aydoğan, 2011:40-42). Kültürel farklılıklar korunsun da bu farklılıklar Amerika'nın dünya algısı çerçevesinden görülür. Kısaca, günümüzde yaşanan küreselleşme kültürel farklılıklar sayesinde yaşar.

Kültürel emperyalizm tezinin söyleminde global hale gelen medya sisteminin gelişmiş batılı kapitalist ülkelerden gelişmekte olan üçüncü dünya ülkelerine doğru giden bir kültürel akış vardır. Bu ulus ötesi kapitalizmin kültürel ürünlerini bütün dünyaya yaymak istemesi, tek bir kültürün yayılması olarak yorumlanır. Amerikan şirketleriyle birleşmiş diğer güçlü şirketlerin meydana getirdikleri medya endüstrisi, günümüzde dev bir kültür endüstrisi halini alarak tüm dünyaya yayılırken uluslararası televizyon akışında özellikle ana kuşak kurmaca ve haber programlarında Amerikan hakimiyeti söz konusudur. ABD dünyada bir numaralı televizyon ihracatçısı konumundadır. Amerika medyası diğer ülkelerinin medyalarına örnek oluşturarak TV formatlarının kopya edilmesini ya da dolaylı yoldan benimsemelerini sağlamaktadır (Konyar, 2011:55).

Teknoloji bir yönüyle yerel kültürleri tehdit ederken, aynı zamanda onlara kendilerini ifade için iletişim ve bilgi ağlarını kurma imkanı da vermektedir. Bu yolla, yerel/milli/dini kültürler canlanıp enerjilerini artırarak dinsel ve geleneksel değerlere dönüşebilmekte ve hatta devrini tamamlamış sıra dışı etnik kültürler bile yeniden dirilme imkanı bulabilmektedir (Özkul,2013:143).Böylece bütünleşme sürecindeki yenedünya toplumunun ayrışma tohumları aynı süreç içinde filizlenmektedir. Yerelleşme milletler açısından küreselleşmenin karşısında kendi kültürünü ayakta tutabilmenin bir aracı olurken, bir yandan da etnik mikro-milliyetçilik akımlarına yol açarak milli devlet anlayışını tehdit etmektedir.

İletişim ve bilginin küreselleşmesinin tektipleşmeye yol açmayabileceği de öngörülmektedir. Çünkü kültürün küresel boyutta homojenleşmesiyle buna tepki olarak yerel kültürlerin güçlenmesi aynı zamanlı mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla, küresel bir kültürün gelişmesiyle geleneksel/yerel kültürdeki canlanma arasındaki denge belirsizleşmektedir. Küreselleşme ile birlikte insanlar, yerel değerlerini hatırlamaya veya keşfetmeye başlarlar. Küreselleşme dalgasının karşısında insanlar, sarılacak yeni bir şey aramaya girişirler ve “kültürel öz” diye yeni bir şey icat ederler.

H.I. Schiller, kapitalist kültür olarak Amerikan kültürünü ya da bunun ‘homojenleşmiş Kuzey Amerika kültürel artığı’ olduğunu tanımlar. Kültürel bir bütünlük ‘yaşam tarzı’ gelişmekte olan ulusların izlemesi gereken ‘gelişim yolu’ olarak algılanmaktadır (Shiller’den akt. Konyar, 2011:56). Bu iddianın dayandığı en açık kanıt dünya çapındaki kültürel ürünlerde görülen standartlaşma ve ‘yakınlaşma’dır. Giyeceklere, yiyeceklere, müziğe, filmlere, televizyona, mimarlığa uzanan belirli tarzlar, markalar, zevkler, pratikler küresel olarak popülerdir. Bu ürünlerden bazıları Batı kültürel hegemonyası ile eşanlamlı olarak kullanılmaya başlamıştır. Mcdünya, CocaKolonizasyon, McDonaldlaştırma gibi.

Küreselleşmenin bir boyutunu da iletişim ağlarının küreselleşmesi oluşturmaktadır. Bunun bir boyutu da yeni iletişim teknolojilerinin (uydu ve telekomünikasyon sistemlerinin) geliştirilmesidir. Böylece sembolik çevre, küresel sermayenin denetimine girmektedir. Küresel medya şirketleri bütün dünyayı Pazar haline getirmişlerdir. Bu durumun önemli sosyal ve kültürel sonuçları olmaktadır. Enformasyon alanının belirli şirketlerin denetimine girmesi bütün dünyadaki insanların benzer imajlarla ve medya içerikleriyle karşı karşıya kalmasına neden olmuştur (Yaylagül, 2006:194-195). Örneğin bütün dünyada ABD kökenli sinema ve televizyon programları izlenmektedir. Küresel iletişim sistemi, küresel ekonomik sistemin en büyük destekçisidir. ABD televizyon yapımı olan *soap operalar* bütün dünyadaki izleyiciler için hazır yaşam biçimi ve modelleri sunar. Bu programlar arasına yerleştirilen reklamlar aracılığıyla izleyiciler gördükleri yaşamları taklit etmeleri için tüketme konusunda ikna edilirler. Ancak bu imajlar bütün dünyada aynı şekilde taklit edilmez. Her bir kültür bunun içerisine farklı birtakım unsurlar sokarak melez bir uluslararası kültürel yapı oluştururlar. Taklit edilen kültür kendi

kaynağı olan kültürden kısmen farklılaşır. Küreselleşme ile homojen bir dünya kültür yaratılmaya başlanmıştır. İnsanlar aynı alet-edevat ve ürünleri kullanmakta, benzer şeyler yiyip içmeye başlamakta, aynı mağazalardan giyinmekte, benzer filmleri ve televizyon programlarını izlemekte, benzer müzikleri dinlemekte, benzer sigaraları içmeye başlamışlardır. Dolayısıyla küreselleşme sermayenin, bunların ürettiği malların ve bu malların tüketiminin, kısaca kültürün küreselleşmesidir.

Medyanın kültürel alana müdahalesi, kültürel politikalar doğrultusunda yeni yapılanmasıyla birlikte ortaya çıkmaktadır (Konyar, 2011: 41). Bu süreçte medyanın bu yeni yapısının, özellikle gelişen ekonomik politikalar doğrultusunda almış olduğu yeni yön ve teknolojik gelişmelerinin meydana getirmiş olduğu yeni iletişim biçimlerinin kültürel alana vermiş olduğu yeni şekil önemlidir.

Hall'e göre "Modern kapitalist kültürde kitlesel yayın kuruluşları merkezi öneme sahiptir, çünkü bunlar insanların deneyimlerini anlamlı bir biçimde örgütlemeleri 'düzen'e sokmaları açısından en önemli kaynaktır" (Hall'den akt. Konyar, 2011:46-47). Yine Hall, medyanın kültürel öneminden bahsederken modern kapitalist toplumların her türlü toplumsal deneyimi her düzeyde; bölgesel temelde, sınıflar ve alt sınıflar içerisinde, mahalle ve topluluklarda, çıkar grupları ve dernekleşmiş azınlıklarda, hatta diyebiliriz ki aile ortamında, kişilerarası ve varoluşçu esaslarda ürettiğini belirtir. Medya, bu deneyimi yerinden etmez. Onu tutarlı ve anlaşılır bir 'bütün' halinde örgütlemenin bir yolunu bulur. Kültür alanında medyanın yaptığı 'önderlik' deneyiminin 'yöneltmesidir' demektedir. Öte yandan medya, kültürel alanı düzenleyici olmasının yanı sıra bu kültürü yayma gücü sayesinde küreselleşmenin motor güçlerinden biri sayılır.

### **2.2.1. Küreselleşme ve Yeni Medya**

Yeni medyanın uyguladığı yeni formatların eğlenceye dayalı bir kültür oluşturduğu söylenmektedir. Her tür mesajın aynı sistem içine iletilmesi, sistem interaktif ve seçici olsa bile, bütün mesajların ortak bir bilişsel şablon çerçevesinde bütünleşmesini beraberinde getirir. Görsel-işitsel haberlere, eğitime ve gösterilere farklı kaynaklardan da olsa aynı ortamda ulaşabilmek,

kitlesel televizyonda yaşanmakta olan içeriğin bulanıklaşmasını bir adım daha ileriye taşır. Ortamın bakış açısından farklı iletişim biçimleri birbirinden çeşitli kodları ödünç alma eğilimindedir. İnteraktif eğitsel programlar video oyunlarına benzer, haber programları görsel-işitsel gösteriler gibi tasarlanmıştır” (Konyar, 2011: 48). Medyanın eğlence formatları aracılığıyla oluşturulan yeni kültürel yapısındaki her kültürel ifade yeni bir sembolik ortam sağlar ve sanallığı gerçekliğimiz haline getirir.

Medyanın gelişen teknolojiler ve piyasaya eklenen yeni yapısının kültürel alan üzerinde değişim getirmesi kaçınılmazdır. Yeni medyanın zaman ve mekan kavramlarının algılanışı üzerinde meydana getirmiş olduğu değişim, kültürün küresel anlamda hareketlenmesine olanak verirken, kültürün belli bir mekan ve zamana ait olma durumunu ortadan kaldırarak sabit bir yerel bağlamı ortadan kaldırmaktadır.

Düşünürler tarafından oluşturulan genel kanı kitle iletişim araçlarıyla birlikte artık dünyanın eskisi gibi olamayacağı yönündedir. Kitle iletişim araçları uzağı yakın eden, mesafeler arası sınırları ortadan kaldıran, gerek kültürel gerekse sosyal anlamda dünyayı ‘küresel bir köy’e dönüştüren yepyeni bir mecra oluşturmuştur.

Küresel kültür, küresel çapta faaliyet gösteren küresel şirketler tarafından meta formunda üretilmektedir. Bütün metalarda olduğu gibi bu metalar da fetiş karakterdedir. Meta fetişizminin kolonileştirildiği küresel bir kültürde otantiklikten ve yerellikten bahsetmek ne kadar mümkündür? Yerel motifler de küresel sermayenin ürettiği metaya dönüştürülmüştür. Küresel sermayenin ürettiği mayoyu giymeyen Müslüman kadınlar için küresel sermaye tarafından haşema (hakiki şeriat mayosu) üretilmektedir. Amerikan kolasını protesto edenler için Mekke kola üretilmektedir. Ekonominin kendisi kültürel bir görünüme kavuşmuştur (Yaylagül, 2006:203).

Hegemonik kültürel yapının kurulması, küresel hareketliliğin kültürel ortamları değişime uğratması ile birlikte gelişen bir durumdur. Ortaya çıkan hakim Anglo-Amerikan kültürel yapı, diğer öteki kültürlerle kendi kültürel bakış açısından yeniden konumlandırılmasıyla gerçekleşmektedir. Bu yeni konumlandırmada öteki olan, farklı olan kültürel yapılar artık önceki dönemin yapılanmasına göre merkezden uzakta belirlenmekten öte, merkezin içinde yer alarak ya da giderek merkeze daha yakın durumda olarak yeniden



belirlenmektedir (Konyar, 2011: 59-61). Böylece küresel kültürel ilişkilerde ortaya çıkan bu ilişkiler, Batı hegemonyası ile öteki kültürleri yeniden, ama bir başka biçimde bir araya getirirken, ötekinin batı medeniyeti içine eklenerek hegemonyayı yeniden ürettiği yeni bir kültürel ortamda meydana getirmektedir. Medyanın bu ilişkiler içindeki işlevi ise, bu hegemonik çerçevede kalmayı sağlamasıdır. Medya başat yapıyı oluştururken hangi olayları ele alıp, yani hangilerini düzenli ve meşru bir tanım içine sokup, hangilerini dışarıda bırakacağı, bunları sistemin gerçekliğinin dışında kalan aşırılıkçı, irrasyonel, anlamsız, ütopyacı, pratik olmadıkları gerekçeleriyle dışlanmasına karar vermektedir.

‘Çokkültürlü kimliğin’ yapılanması, Anglo-Amerikan olan hakim kültürün öteki kültürlerle olan ilişkisinde otantik olanı, saflığı bozulmamış olanı talep ederken kendi hegemonyasını bu yeni durum içinde yaşatmaktadır. Çünkü batılı bir tarzda kurtulma umudu olmayan bir mutlaklığı hedeflemektedir. Kurulan bu ‘çok kültürlü’ kimlik Anglo- Amerikan olmaktadır. ‘Çokkültürlü’ kimliğin hakim kimliğini kuran Anglo-Amerikanlaşma, daima süreç içinde değişen belli bir kültürün batılı değerlerle bütünleşmesi ve onları benimsemesini ima eder. Anglo-Amerikan yapı popüler kültürü bir üst kültür haline getirmiştir (Konyar, 2011: 63). Konyar’a göre, bu üst kültür isteyen kadar ve istediği şekilde içinde kültürel öge alabileceği bir depo oluşturur. Bu şekilde alınan öğelerin çoğu aynı zamanda Amerikalılık özellikleri gösterir. Bunlar ise özgürlük, rahatlık, liberallik, modernlik ve gençliğin temel ifadelerini içerir. Amerikan kültür endüstrisi ile (film ve müzik, ticari radyo ve televizyon, reklamcılık vb.) dikey bir biçimde bütünleşmiş büyük şirketlerin erken gelişimi her çeşit yeni fonda ve yeniden üretim medyasında yapılan geniş bir ölçekte oluşu, popüler kültür formlarının içeride ve dışarıda yayılması için elverişli koşullar yaratmıştır.

### **2.2.2. Küreselleşme ve Türkiye’de Medya**

Uluslararası yayın ağlarının gelişimiyle küreselleşen medya sektörü, farklı ülkelerden çeşitli örnekleri ekranlara taşırken, bir ülkede izlenme başarısı elde etmiş programların da değişik ülkelerde yayınlanmaya başladığı gözlenebilen bir durumdur ve bu durumu küreselleşmenin etkileri olarak

açıklamak da mümkündür. Yabancı bir formatın başka bir ülkede birebir yayınlanmadığı durumlarda ise, adapte edilen ülkenin beğeni ve değerlerine göre yeniden düzenlenmesi anlaşılabilir bir çözüm olarak kabul edilebilir; fakat bu durumda ortaya çıkan sonucun küreselleşmenin etkisinde olduğu kadar, yerel değerleri de taşıdığı düşünülebilir. Bu durum küyerelleşme olarak açıklanabilmektedir. Daha çok küresel ya da daha çok yerel; hangi durumda olursa olsun, ortaya çıkan kesin sonucun eskisinden farklı bir noktada olduğunu kabullenmek gerekmektedir ve yaşanan bu süreç ise melezleşme olarak anılabilir.

Küreselleşme, Türkiye gibi Batı dışındaki ülkeler açısından üç önemli etki yapmıştır. Birincisi, bireysel kimliklerin parçalanması ve siyasallaşmasıdır. İkincisi, merkezi kurum ve yapıların önemini kaybetmesi ile yerel kurum ve yapıların önem kazanması sonucunda gereksinim duyulan toplumsal bağların, tüketim siyaseti ile dengelenmesidir. Üçüncüsü ise, bireylerin davranış kalıplarının küresel bir perspektif ve duruma göre ayarlanmasının dayatılmasıdır. Türkiye'deki medya da küresel medyanın etkisi altındadır. 1990'lardan önce Türkiye medyası gazete ve dergi yayıncılığında odaklanan aile şirketlerinin egemenliğindeyken, 1990'larla birlikte gazete, dergi, radyo televizyon, yayıncılık, haber ajansı, dağıtım ve yapımı da içeren holdingler tıpkı Batı'daki örneklerinde olduğu gibi medya sahipliğine soyunmuştur. Türkiye medyasının küresel medyayla işbirliği moda, sağlık, dekorasyon gibi konulardaki dergilerin Türkçe versiyonlarının yayınlanması ile başlamış, bu durum Türk medya şirketlerini, dünyanın küresel şirketleriyle daha geniş çaptaki ortaklıklara yöneltmiştir. Türkiye'de önce Doğan Medya grubu tarafından Time Warner Grubu işbirliğiyle 2000 yılında kurulan CNN Türk kurulmuştur. Küresel medya ile bütünleşen bir diğer grup ise Doğuş grubudur. CNBC ile yapılan anlaşma gereğince 2000 yılında CNBC-e yayına başlamıştır.

Türkiye'deki Medya, 1980 sonrasındaki değişen ekonomik ilişkilere paralel olarak yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Bu yapılanmanın amacı, Türkiye'nin uluslararası işbölümüne/kültürel kapitalist ilişkilere katılmasıdır. Ancak medyadaki bu değişim kültürel alana da yansıyor kültürel alanın yeniden tanımlanmasına yol açmıştır. Medyada meydana gelen değişimler neo-liberal politikalar ile birlikte ortaya çıkmaktadır. Türkiye medyası da tekelleşmekte, dijitalleşen yapısı içinde endüstri ile paralel bir çizgide

ilerlemektedir. Medyanın piyasa ve siyaset çerçeveleriyle bütünleşmesi sonucu program formatlarının da değişerek bu yeni ilişkiler doğrultusunda belirlendiği görülmektedir. Bu değişim doğrultusunda ithal filmler ve programların çoğalmaya başladığı fark edilmektedir. Öte yandan medyanın piyasa ile bütünleşmesi doğrultusunda yayıncıların reklamcılara belirli bir izleyici kitlesi sunma eğiliminin ortaya çıkması sonucu yeni kanal sayısında artış sağlanırken, tematik kanalların da çoğalmasına neden olmuştur. Medyanın bu yeni yapısı ile kimliği de değişime uğramaktadır. Daha önceki tek kanallı ve kamusal amaçlı kimliğinin yerine eğlence ağırlıklı bir kimlik kurulmaktadır. Türkiye'deki medya sistemi eğlence formatlı yapısıyla TV kanallarının tektipleşmesini sağlamıştır (Konyar, 2011: 81-87). Bu tektipleşmenin oluşturulmasında özellikle özel televizyon kanallarında gösterilen çoğu programlar(Amerikan televizyonlarından alınarak Türkçeleştirilen *soap opera*, *reality Show* gibi formatlar) kültürel çeşitliliğin değil egemen kültürün yeniden üretilmesinin araçları olmuşlardır. Türkiye'deki medyanın kimliği, eğlence odaklı olduğu kadar muhafazakâr ve milliyetçi eksenli rol de üstlenmiştir. Özellikle medyanın giderek ticarileşmesi sürecinde yeni program ve formatlarla içerik yeniden belirlenmektedir. Eğlence odaklı programlar kültürel alanın geleneksel muhafazakâr yapısının da kolayca kırılmasına yol açmaktadır. Ancak diğer yandan ortaya çıkan bu yeni açılımın Türkiye kültürüne ve geleneklerine zarar vereceği düşünülerek yasaklamalar getirilmiştir. Türkiye'de medyanın RTÜK gibi bir kurumsal denetleme örgütüne de sahip olması nedeniyle genel ahlaka, maneviyata, milli ve manevi değerlere, Türkiye aile yapısına, seçkinlerin kişilik haklarını korumaya yönelik olarak yapılanarak muhafazakâr bir biçim aldığı da görülebilmektedir.

Türkiye'de medyanın küresel ilişkilere bağlı olarak kurulan yeni yapısının ortaya çıkarmış olduğu kültürel yapı, hâkim Batılı kültürel yapının aktarılmasını sağlayacak şekilde, bağımlı ve homojen bir kültür oluşturucu biçimdedir. Yeni bir kültürel alan oluşturmaktan uzak olarak var olanı taklit etmekten öteye geçmemektedir. Medyanın kurduğu bu kültürün, başta Amerikan pop kültür formatları olmak üzere yabancı program formatları ile oluşturulması karşısında, bu kültürün etkisi konusunda yapılan bir çalışmada, AGB ölçümlerinde ana yayın kuşağında en çok izlenen kanallar olarak Show TV, KANAL D, ATV, Star, TRT1, TGRT ve Kanal 7'nin yayın akışı

incelenmiştir. Çelenk'in yapmış olduğu çalışmanın sonucunda, ulusal televizyonun yayın akışında ana yayın kuşağı bakımından yabancı program hâkimiyetinin ya da Amerikanlaşmanın-düz anlamıyla- söz konusu olmadığı ancak yabancı nüfuzun dolaylı bir biçimde programların içine yerleştirildiği ortaya çıkmıştır. Yayınlanan yerli programların önemli bir kısmının ithal olduğu ve yoğun bir biçimde bilgi ve yetenek yarışmaları veya oyun türündeki yarışma programlarından oluştuğu görülmüştür. Örneğin, Türkiye'de uzun yıllardır yayınlanan 'Çarkıfelek', 'Riziko' adlı yarışma programlarının yapımcısı olan firma King World adlı Amerikan firmadır. 'Şahane Pazar' adlı eğlence programının formatı İspanyol Europroduzione firmasına aittir. Bunun gibi pek çok örnek mevcuttur. Çelenk, Türkiye'de televizyon programcılığının format geliştirme boyutunun pek çok program türünde gelişmiş olduğunu ve bu alanın büyük ölçüde küresel medya endüstrilerinin denetiminde olduğunu söylemektedir. Ayrıca format uyarlama çerçevesindeki bu uygulamaların dramatik yapımları da kapsayarak devam ettiğini gözlemektedir. Böylece yerli içeriklerde dolaylı bir yabancı sızmadan bahsedilebileceğini bunun yapımcılığı, oyuncu/performans kadrosu ve diliyle yerli olan pek çok televizyon programında çeviri kokan bir Türkçe kullanımıyla, farklı yaşam tarzları, gündelik pratikler ve iletişim biçimleri aracılığıyla ortaya çıktığını söylemektedir. Türkiye'de medyanın içerik olarak yapılanması önerileri Amerikan dizilerinin çevirisiyle başlayan pembe diziler, şov ve *reality* programlar çerçevesinde gelişirken, değişen toplumsal ve kültürel ilişkilere göre de bu programların yeniden yapılması, yerli dizilerin temalarının farklılaşması söz konusu olmuştur. Bu çerçevede medya kültürel alanın üreticisi olmaktan çok, güncel eğilimlerin takibini yapmaktadır. Bu konuda, özellikle Çelenk'in yapmış olduğu araştırmada televizyonun dramatik anlatı türlerinin toplumsalla güçlü bir ilişkisi olduğu öne sürülmektedir. 1990 sonrası ortaya çıkan 'çok kanallı' TV'lerdeki yerli dizi, şov programları ve *reality show*ların izlediği değişim sürecini göstermektedir. '90'lı yılların başında dizilerin yabancı dizilerin çevirileri olduklarını, yerli güldürülerin, müzik eğlence programlarının, *talk show*ların ve tartışma programlarının oldukça sınırlı sayıda olduklarını belirtmektedir. Ancak özel televizyon yayıncılığının daha sonra İstanbul'da endüstriyel altyapısının gelişmesiyle birlikte yerli dramatik yapımların sayısı da hızla artmıştır. Yerli diziler farklı alt temalara

ayrılmışlar ancak bu alt temalar içinde özellikle polisiye, hastane, hukuk alt türleri başarılı olamamışlardır. Bu alt türlerin başarılı olamamasının temel nedeninin, Türkiye'nin toplumsal ve kültürel gerçeklikleriyle örtüşmemesi ve yeterince ilgi çekmemesidir. 1993'ten itibaren *talk show*ların sayısı artmaya başlamaktadır. Yabancı diziler, özellikle pembe dizilerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. 1996'dan sonra ise yerli kanalların çoğunda dramalara ayrılan süre arttırılmıştır. 1999 sonrasında özellikle ana-yayın kuşağında yayınlanan televizyon dramalarının tamamına yakın bir oranı yerli drama programları olduğu anlaşılmıştır. Toplumsal alanın takip edilmesinde yeni eğilimlerin ortaya çıkması söz konusu olmaktadır. Yeni kültürel ortamın farkına varan medya, yeni dizi türlerini ekranlara getirmeye başlamaktadır. Türkiye'de medyanın oluşturduğu popüler kültürel alan, izlediği program formatları Amerikan popüler kültürünün etkisinde hareket etmektedir. Son dönemlerde bu etkinin değişen toplumsal ve kültürel hayata uyumlu olarak yeniden yapılandırılmasıyla devam ettiği görülmektedir. Ancak öte yandan medya Amerikan popüler kültürünün etkisinde hareket ederken bu kültürün izlediği değişimleri de takip etmektedir. Amerikan popüler kültürünün Avrupa yüksek kültürü ile melez yapılar sonucu ortaya çıkan yeni popüler kültürel formların da takipçisi durumundadır. Medya kültürel alanı kurarken bir yanda milliyetçi-muhafazakâr eğilimli kültürel yapıların kurulmasını sağlarken, diğer yandan da küresel eğlence endüstrisiyle hareket ederek yeni kültürel deneyimlere açılmaktadır.

Sevilay Çelenk'in geniş çalışmasından yola çıkılırsa Türkiye televizyon tarihine, tek kanallı TRT döneminden başlamak gerekir (Çelenk, 2005: 249). Çelenk'e göre, TRT bir devlet televizyonu olduğundan kurulduğu andan itibaren devletin bekasını korumayı amaç edinmiştir. Devletin yeni bir kültür yaratma çalışmasına, TRT hazırladığı programlar aracılığıyla yardım etmiştir. 90'lı yıllara kadar tek televizyon kanalı TRT olan Türkiye'de (devlet ne derse onu yapar tarzda bir yayın hayatına sahip olan bir televizyon kanalı olduğundan) aslında inşa etmek istenilen kültür bir nebze inşa edilmiştir. Ancak elbette ki bu dediğimiz olay sadece evine televizyon alabilecek aileler için geçerlidir. Televizyon izleyemeyen kitlelerin kültürel değişimi öyle kolay olmamıştır. Ancak 90'lı yıllarda özel kanalların Türkiye televizyonlarında görünmeye başlamasıyla, finansmanlarını reklam giderleriyle karşılayan bu

özel kanallar arasında bir rekabet ortamı oluşmuş, TRT de bu rekabetten nasibini almıştır. Özel kanalların açıldığı ilk yıllarda finans problemi olmayan TRT, bu rekabete hiç girmemiş, kendini değiştirmemiş, dönüştürmemiştir. Özellikle gündüz kuşağı bir okul dersi niteliğindedir bu nedenle çok eleştiri alan TRT,1990 ve 1991 yıllarında program içeriklerini değiştirip modernleştirmeye başlamıştır. 80’li yıllarla birlikte başlayan küreselleşme/batılılaşma hareketleri, 90’lı yıllarda açılan özel kanallarla kendine daha çok yer bulmuştur. Türkiye’de televizyon sektörü giderek daha belirgin bir biçimde küresel medya endüstrisine eklenmeye başlamıştır. Bu gelişme, öncelikle televizyon dışı medya endüstrisinin kendi mülkiyet yapısı ve medyanın kontrol ilişkilerinin dönüşümüyle birlikte gerçekleşmiştir. Türkiye medyasının mülkiyet yapısı incelendiğinde, Mediascape’in raporuna göre; karşımıza daha önceleri gazete ve dergi yayıncılığıyla ilgilenen aile şirketlerinin yerini 90’lı yıllarla birlikte gazete, dergi, televizyon, yayıncılık, haber ajansı, dağıtım ve yapımı da içinde barındıran holdinglerin aldığı çıkmaktadır. Bu holdingler kendilerine belli bir süre sonra başka alanlarda da pazar bulmuşlar ve o alanlara da yönelmişlerdir. Örneğin birçok medya grubunun bankacılık ve finansın yanı sıra elektrik, otomotiv, çimento, inşaat ve tekstil gibi değişik sektörlerde yatırımı vardır. Bu gruplar hem medya hem de medya dışı alanlarda küresel şirketlerle ortaklıklara girerek güçlerini artırmaktadırlar. Moda, sağlık gibi konularda çıkan dergilerin Türkçe versiyonlarıyla başlayan bu ilişkiler 1999 yılında Doğan grubunun Time Warner grubu ile yaptığı işbirliği ile CNN Türk’ün açılması ve Doğuş grubunun da Amerikan CNBC-e kanallarıyla birlikte ithal filmler ve programlar yayınlaması küreselin ulusallaştırılmasında yeni bir evre oluşturmuştur.

Özel televizyon kanalları, yayınlayacak program hazırlamak yerine, bu işi önceden yapmış ve başarısını kanıtlamış olan Avrupalı ve Amerikalı benzerlerini taklit etmeye başlamıştır. Yabancı ülkelerde yayınlanmış ve reyting oranları yüksek olan programları veya televizyon dizilerini Türkiye’ye getirmişler ve böylece risksiz bir şekilde izler kitleyi etki altına almışlardır. 80’li yıllarda kitleyi televizyona çekebilmek adına “tutan” program formatı ya da televizyon dizilerini TRT de kullanmıştır ve Dallas bu konudaki en başarılı örnektir. Çelenk’e göre;

“Türkiye’de 1990 sonrasındaki tarihsel sürecin hayata geçirdiği ticari televizyon pratiğini içerik temelinde çözümleme çabası, aynı zamanda belirtilen sürecin ayırt edici toplumsal karakterini ve kültürel dönüşümünün yönünü düşünmenin aracı olarak değerlendirilmektedir. Çünkü, 20. Yüzyılın hakim kültürel üretim kurumu olarak televizyon, ister ticari girişim isterse kamu hizmeti yayıncılığı temelinde örgütlenmiş olsun, içinde varlık kazandığı toplumsal-tarihsel kesitin siyaset, ekonomi ve gündelik yaşam pratiklerinin hakim söylemleri ve iktidar ilişkileri ile bir eklemleme ve karşılıklı aktarım ilişkisi içindedir.” (Çelenk, 2005:157)

Toplum statik bir bütünlük değil dinamik bir akıştır, bu nedenle televizyon da kuşkusuz, zaman içinde dönüşmek zorundadır. Modern toplumda televizyonun karakterini tanımlayan çeşitli faktörlerden bir tanesi de düzenlemeyle ilgilidir. Düzenleme hükümetin televizyonun nasıl işleyeceğini tanımlamak amacıyla geliştirdiği yasalar ve kodlardır; bu programcılığın karakterini tanımlamaktadır. Örneğin Türkiye’deki bir programın hangi aralıkta ne sıklıkta ve hangi konuda reklam alacağı, bir dizi yayınlanacaksa kaç dakika olacağı, hangi dakikada reklama gidilmesi gerektiği, o dizinin hangi yayın kuşağında yayınlanacağı hep bu düzenlemelerle belirlenir. Türkiye’de Radyo Televizyon Üst Kurulu bu amaca hizmet etmektedir.

### **2.2.3. Küresel Medyada TV Formatları**

Yeryüzünde birçok şeyin eskisinden daha fazla dolaşım halinde olduğunu küreselleşme başlığı altında incelemiştik ve bu dolaşım sonucunda ortaya çıkan etkileşimden televizyon içerikleri de payını almaktadır. Bu etkilenme ve değişimi açıklamak için küreselleşmenin kültürel homojenleşmeyle olan ilişkisi örnek verilebilir. Homojenleşme tezi küreselleşmeyi, standartlaşmış bir tüketim kültürünün gereklerine uyulması ve her yerin, her şeyin görünüşte aşağı yukarı aynılaştırılması olarak görür (Tomlinson, 2004). Bu yaklaşım günümüz televizyon yayıncılığı yansıtır niteliktedir. Biri Avusturya diğeri Yunanistan’da yaşayan iki insanın aynı saatlerde beğendikleri şarkıcıyı seçmek için aynı kurallara sahip iki farklı ülkenin yarışmalarını izlemeleri ve aynı heyecanları duymaları, günümüz televizyon yayıncılığında çok rastlanan durumlardan birisi halini almıştır. Bu durumu küreselleşen dünyanın aynı zamanda yerelleşmesi olarak görmek ve bir başka deyişle küresel-yerel bir açıklama getirmek de olasılıklar dâhilindedir.

Bir yandan kültürel homojenleşme, kültürel yapımların uluslararası dağılımının sonucu olurken, öte yandan bu uluslararası dolaşım da ortaya çıkan kültürel homojenleşmenin nedenini oluşturabilmektedir. Ortaya çıkan karşılıklı etkileşim oldukça dikkat çekicidir ve sonuçlarına ait program türleri Türkiye’de yayın yapan televizyon kanallarında da rastlanabilmektedir. Örnek olarak yetenek yarışma formatlarının ya da tezimizin konusu olan uyarlama dizilerin ilk nereden çıktığından çok, neden bu kadar çok ülke kanalında yayınlandığını ve ne gibi farklılıklar içerdiğini görmek ve anlamaya çalışmak daha önemli olabilmektedir.

Her ülkenin televizyon kanalı bu tür formatları almakta ve kendi sosyal ve kültürel yapısına göre yeniden şekillendirmektedir. Bu şekillendirme sürecinde genel formata sadık kalınırken, o ülkenin kendine özgü karakteristiğine göre yeni bir biçim verilir. Televizyon formatlarının uluslararası dolaşım şekilleri farklı şekillerde gerçekleşebilir. Örneğin programın kendisi birebir seslendirilerek veya altyazı eklenerek yayınlanabilir veya program lisansı satın alınarak birebir yeniden üretilebilir, format lisans hakları satın alınarak yerele uyarlanabilir ve program içeriklerinin belirli bölümleri satın alınarak kullanılabilir.

Genel olarak formatlar birebir kopya edilip dolaşıma sokulmamaktadır. Bu formatlar sıklıkla belirli bir coğrafyadaki izler kitle için izleyicilerinin özelliklerine göre yeniden düzenlenmektedir. Format adaptasyonu olarak da adlandırılan bu süreçte program formatının temel öğeleri değiştirilmez, yayınlanacak ülkenin izler kitlesine yönelik ufak değişiklikler yapılmaktadır. Yayınlandığı ülkede başarılı program formatlarının genellikle farklı ülkelere uyarlandığında aynı başarıyı elde ettiğini görülmektedir. Bu nedenle kendi yayınladığı ülkesinde izleyici başarısını elde etmiş yayınların kopyalanma olasılığının diğerlerine göre daha fazla olduğu söylenebilir.

Günümüz televizyon yayıncılığında birebir formatlardan çok, format adaptasyonlarına sıklıkla rastlanabilir. Öyle ki, kimi durumlarda format adaptasyonlarının, programın orijinal formülünden daha başarılı reyting ölçümüne ulaştığı bile gözlemlenebilmektedir.



## 2.3. Toplumsal Cinsiyet

Çalışmada, dört ev kadınının hayatlarını konu alan bir dizinin uyarlaması ve kendisi arasındaki benzerlikler ve farklılıklar incelendiğinden, toplumsal cinsiyet kuramlarına değinmekte yarar vardır. Bu iki dizi incelemesi ile birlikte iki farklı kültürde kadının nasıl temsil edildiği tespit edilmeye çalışılacaktır.

Cinsiyet (sex) terimi, kadın ya da erkek olmanın biyolojik yönünü ifade etmektedir ve biyolojik bir yapıya karşılık gelmektedir. Cinsiyet, bireyin biyolojik cinsiyeti bağlamında belirlenen demografik bir kategoridir. İnsanların nüfus cüzdanlarında yazan cinsiyet bu terimin anlamına uygundur. Toplumsal cinsiyet (gender) terimi ise, kadın ya da erkek olmaya toplumun ve kültürün yüklediği anlamları ve beklentileri ifade etmektedir (Dökmen,2004:4-5). Ayrıca kültürel bir yapıyı karşılamaktadır ve genellikle bireyin biyolojik yapısı ile ilişkili bulunan psikolojik özelliklerini de içermektedir. Toplumsal cinsiyet, bireyi kadınsı (feminen) ya da erkeksi (maskülen) biçimde karakterize eden psiko-sosyal özelliklerdir. Ancak, cinsiyet ve toplumsal cinsiyeti tamamen birbirinden ayırmak mümkün değildir; çünkü kültürün kadından ve erkekten beledikleri (toplumsal cinsiyet) kadının ve erkeğin fiziksel bedenlerine (cinsiyet) ilişkin gözlemlerden tamamen ayrı değildir. Buna göre, toplumsal cinsiyetin kültürel yapılandırmaları bir anlamda biyolojik cinsiyeti de içermektedir.

Biyolojik cinsiyet farklılıkları; öğrenilmemiş, doğuştan getirilen özellikler bakımından kadınlarla erkekler arasında gözlenen farklılıklardır. Toplumsal cinsiyet farklılıkları ise öğrenilen, sosyalleşme sürecinde kazanılan özellikler bakımından insanlar arasında gözlenen farklılıklardır. Toplumsal cinsiyet farklılıkları, bireyden bireye, kültürden kültüre bazı değişimler göstermektedir.

### 2.3.1. Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Çıkışı

Tarihsel olarak bu toplumsal cinsiyet rollerinin ilk kez nerde ve ne zaman ayrıştırıldığını incelemekte fayda vardır.

Bilindiği gibi cinsiyete bağlı ilk iş bölümü insanlar arasında avcılık ve toplayıcılıktır. Erkek avlanmaya giderken kadın çocuklarına daha rahat

bakabileceği ev çevresinde toplayıcılık görevini üstlenmektedir. Analık soy zinciri olması analık hukukunu da beraberinde getirmektedir. Baba asla bilinmese de annenin bilinmeme şansı yoktur. Kadının toplayıcılık, çanak çömlek yapıcılığı, sepet örücülüğü gibi işlerle uğraşıp geçinmeye yardımcı olması, ailenin devamlılığını sağlaması ve bir yandan da doğurganlığına ilişkin gizem kadını saygın ve sözü dinlenir kılmaktadır. Özel mülkiyetin olmadığı, insanların sürüler ve gruplar halinde yaşadığı ilkel komünal toplumlarda kadın saygın bir konumdadır. Erkek ise dışarıda avlanması gereken hayvanlara üstün gelmeyi, onlara hükmedebilmeyi başarmaktadır. Erkeğin bu başarısı çobanlık denilen yeni bir işbölümü doğmasına neden olmuş ve bu da tarıma elverişli topraklar da sürülerle birlikte bir yaşantıya yol açmıştır. Yerleşik yaşama geçişle birlikte erkek artık saban kullanmaya başlamış ve sadece hayvanları değil toprağı da kontrolü altına almayı başarmıştır.

Engels tarafından bu durum;

“hayvanların evcilleştirilmesi ve sürüler yetiştirilmesi, o zamana kadar görülmemiş bir zenginlik kaynağını geliştirmiş ve yepyeni toplumsal ilişkiler yaratmış...hayvancılık, madenlerin işlenmesi, dokumacılık ve nihayet tarımın başlamasıyla durum adamakıllı değişti. Eskiden elde edilmeleri o kadar kolay olan kadınlar, bir değişim değeri kazanmışlar ve satın alınır olmuşlardı; çalışma gücü içinde, özellikle sürüler kesinlikle aile mülkiyeti haline geldiği andan itibaren, aynı şey oldu. Aile hayvan sürüsü kadar hızla çoğalmıyordu. Sürülere göz kulak olmak için daha çok insana gereksinim vardı; bu iş için üstelik tıpkı hayvan sürüsü gibi çoğaltılabilen düşman savaş tutsakları kullanılabilirdi. Bir kez ailelerin özel mülkiyetine geçip, orada hızla arttıktan sonra, bu tür servetler, iki başlı evlilik ve analık hukuku gens üzerine kurulu topluma büyük darbe vurdular”

şeklinde açıklanmaktadır. (Engels, b.t)

Kadın, paylaşımcı dönemde ağırlıklı olarak toplayıcılık ile ilgilendiğinden büyük olasılıkla sonunda altında kalıp ezileceği o devrim niteliğindeki üretim sürecini kendisi başlatmış, yani toprağın yaratıcılığını ilk kez keşfetmiştir.

Tarım toplumunun ekonomik ilişkileri klanların sonunu getirmiş, toprağı bağımlı bir toplum için “aile” artık başlı başına bir üretim birimi haline almıştır. Tarım tekniklerinin geliştirilmesi ile birlikte insanlık tarihinde ilk defa tüketilenden fazla üretim olduğuna şahit olunmaktadır. Artık toplumda yine toplum için olan bir “artı ürün” kavramı söz konusu olmaktadır. Mal fazlasını ele geçiren gücü ele geçirmiş olmaktadır (Caner, 2004: 39-43). Bu şekilde artık özel mülk olabilecek birikimlerin yapılması olanaklı kılınmıştır. Bu andan

itibaren artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacaktır. Mülkiyet yarışının başlaması insanlar arasında statü farklılaşmalarını doğurmuş ve güçlüler ve güçsüzler arasında çatışmalar başlamıştır. Bu güçlü azınlıktan olma tutkusu insan doğasında iktidar hırsına dönüşmüştür. Bundan sonra toplumu, politikayı, ekonomiyi ve doğal olarak cinsel tutumları yönetecek olan iktidarın kendisi olmuştur. Bu yeni iktidar anlayışı eşitlik düzeninin paylaşımcı özü yerine, bireysel çıkarların ön plana koyulduğu yeni bir mülkiyet yapısı kurmuştur. Zenginliği korumak için askerlik, üretim sürecinin denetlenmesi için yöneticilik, metafiziksel normların belirlenmesi için din adamlığı, ürünlerin pazarlanması için de tüccarlığın tohumları atılmıştır. Bu oluşan toplumsal iktidar erkek doğan bir çocuktur. En az penis kadar eril bir yapıya sahip olan iktidar olgusu ile erkeklik o kadar özdeşleşmiştir ki erkeklik vasfını yerine getiremeyen biri iktidarsız olarak tanımlanmıştır. Bu ataerkil düzende kadının en hayati görevi ise mülkiyet zincirinin devamını sağlamak için erkeğe yasal mirasçılar doğurmak ve onları yetiştirmektir. Ataerkil yapıyı ayakta tutan temel ise kadının bedeninin denetim altına alınmasıdır. Bunun iki nedeni vardır: birincisi miras sorunudur ki bu şu demektir; babadan oğla geçecek mirasın güvenceye alınması gerekmektedir ve bu ancak çocuğun babasının kim olduğunun bilinmesi ile gerçekleşebilir, bu durumda da kadından beklenen davranış sadece yasal eşiyile birlikte olmasıdır, ancak böylece ataerkil düzenin devamlılığı sağlanabilir. İkinci neden ise mülkiyet sorunudur, bu da; kadının bedenini kontrol altına almayı gerektirmektedir çünkü karısının başka biriyle ilişkiye girmesi koca için, kendi malına yapılan bir hırsızlık eylemi gibi algılanmaya başlamıştır. Böylece de ataerkil düzende kadın bedeni erkeğin namusu olarak görülmeye başlanmıştır. Doğan çocuğun babasının kim olduğunun güvenceye alınması ve kadının erkek tarafından sahiplenilmesi düşüncesi sonucunda oluşan cinsel baskı anlayışı ataerkil ahlakın çıkış noktası olmuştur.

Devlet, otorite ile ataerkil sistemi garantiye almıştır. Hukuk, eğitim, evlilik gibi tüm kurumlar, erkek egemen düşünce altında şekillenmiştir. Yazının bulunması sonucu kayıt altına alınan “uygarlık tarihi” ile kadının da kurtuluş mücadelesi başlamıştır. İnsanlık, bu tarihten sonra erkek egemen

düzenin en sarsılmaz sistem ve en köklü ideoloji olarak kurumsallaşmasına tanıklık etmektedir.

İlk büyük tek tanrılı din olan Tevrat, katı bir ataerkil anlayış üzerine kuruludur. Yaratılış hikayesine göre tanrı kadını Adem'in kaburga kemiğinden yaratmıştır. Ayrıca Tevrat'a göre yasak meyveyi yeme eylemini erkek kadının baştan çıkarıcılığı nedeniyle yapmıştır. Kadın "ilk günah"ın işlenmesinin nedenidir. Böylece bu "lanetli" kadın imajı Havva'dan tüm hemcinslerine geçen bir mirasa dönüşmüştür. İbranilerin dini Musevilik tek bir toplumu kapsadığı için içe dönük kuralları kapsamaktadır ancak İbranilerin dini daha sonraki tek tanrılı dinlere kaynak olacağı için büyük önem taşımaktadır. Mitolojik hikayelerde de kadın karakterlerin erkek egemen zihniyetin ürünü olduğu görülmektedir. Yunan mitolojisinde ise en büyük Tanrı haz peşinde koşan çapkın Zeus'un bu yaramazlıklarına göz yuman karısı Hera, kızgın ama sonunda bağışlayıcı dişil bir karakteri canlandırmaktadır. Aslında bu mitolojik karakterler de erkek egemen Yunan toplumunun bir yansımasıdır. Ataerkil bir dünyada olgunlaşan bir din olan Hıristiyanlıktaki Baba, oğul ve kutsal ruh üçlemesi eril Tanrı'dan aldığı gücü yine eril Mesih aracılığıyla toplumun erkek üyelerine verdiğini kanıtlamaktadır. Dişil bedene yüklenen şeytani anlamlar, toplumsal cinsiyette kadının ikincil konumunu güçlendirmektedir. Örneğin İngilizcedeki "evil" kelimesi şeytani/kötü/kötücül anlamlarına gelmektedir ve "evil" "Eve" kelimesinden (yani Havva'dan) türemiştir.

Teknolojinin gelişmesi ve kadının doğurganlıktaki gizemi de ortadan kalkınca yaşama can veren en önemli gücün erkeğin tohumu olduğu fikri egemen olmuştur. Bundan sonra kadının bedeni erkeğin tohumuna kısa bir süreliğine ev sahipliği edecek önemsiz bir mekan halini almıştır.

Ortaçağda iş tamamen aileye kalmıştır. Toprak ailenindir ve ailenin kökü tamamen toprağa bağlıdır. Aile ne kadar genişse üretim o kadar fazladır. Feodal dünyada aileler üretimi gerçekleştiren en küçük birimlerdir. Bu düzende de erkek egemen bir toplum söz konusudur. Soyluluğun doğuştan gelen bir vasıf olduğuna inanılması, kadının sadece bu vasfı kuşaktan kuşağa aktaracak bir aracı olarak görülmesi sonucunu doğurmuştur. Ortaçağ kilisesi ataerkil

ahlakın devamında şeytani özelliklerin kadında daha çok olduğuna inanmaktadır.

Ortaçağ Avrupa'sında cinsellik başlı başına sadece "kutsal doğum" amacı için kullanılan bir araç olarak görülmüştür. Doğal doğum kontrol yöntemleri (koitus interruptus/geri çekilme) yasak ve günahdır çünkü doğum olmadan cinsellik sadece haz demektir ki bu en büyük günahlardan biridir. Bekâret de oldukça önemli bir olgudur. Feodal düzen altında erkek çocuk üretiminde iş gücü anlamına gelirken evlenene kadar kız çocuk aileye ekonomik olarak yük gibi görülmektedir. Bunun sonucunda bekâr kızlarını evlendirmek isteyen aileler için bekâret, isteklerinin yerine getirilmesi için bir güvence anlamına gelmektedir. Bu nedenle sıkı bir şekilde denetlenmektedir. Ataerkil düşünce, feodal yaşamla birleşince bekâret, aile namusunun simgesi olarak görülmeye başlanmıştır. Aslında bekâret kavramının da kökeni mülkiyete bağlanabilir nihayetinde Simone de Beavour'ın de da dediği gibi "bir malın benim olduğumu öne sürmenin en güvenli yolu, onu başkalarının kullanmasını engellemektir" (Beavour'dan akt. Caner, 2004:89).

Ticaretin gelişmesiyle toprağın karşısında yeni bir değer dikilmiştir: Para. Burjuvazinin tarih sahnesindeki yerini almasıyla durumlar ve dengeler değişmeye başlamıştır. Burjuvazi kapitalizmin gelişmesiyle zenginleşmiş ve toplumun ön sıralarına gelmeye başlamıştır. Artık sadece toprak sahipleri imtiyazlı değildir. Bu süreçte aydınlanma çağının yaşanması bakış açılarının değişmesine olanak tanımıştır. Bedeniyle barışan insanlık, artık resim ve heykellerdeki çıplaklıklarından utanmamaya başlamıştır. Sanatta, edebiyatta, dünyaya ve insanlığa bakışta değişimlere ve dönüşümlere olanak tanıyan "Aydınlanma" toplumsal cinsiyet konusunda o kadar devrimci davranmamıştır. Sonuçta yüzyıllardır süregelen, kadını ikincil bir konuma iten klasik bir ataerkil tutum söz konusudur.

Sanayi Devrimi olduğunda ise değişen tek şey üretim yolları değildir, sosyal yaşamın pratikleri de değişmiştir. Kapitalizm kendini iyiden iyiye gösterdiğinde ucuz iş gücüne ihtiyaç duymuştur ve aradığı çok uzakta değildir. Kadınlar ve çocuklar 19. Yüzyılın bu sömürü üzerine kurulu dünyasının en "zor zamanlar"ını yaşayanlarıdır. Tarım dünyasından sanayi dünyasına

geçilmesi kadının kendi emeğini kullanarak bağımsızlığını kazanması için çok önemlidir. Sonuçta kadın, ekonomik olarak ayakları üzerinde durabilirse, belki bir derece ailesinin, kocasının kendi üzerindeki baskısını öteleyebilir. Ancak bu dönem İngiltere’inde açlık ve sefalet kol gezmektedir. Ucuz iş gücü olarak görülen kadınlar, erkeklere nazaran daha az paralara daha çok saatler çalıştırılmıştır. Bu durum fahişeliğin de artmasına neden olmuştur. Çünkü kentlere göçen işçi sınıfı erkeklerinin eğlencesi de yine kent sokaklarındadır. Emeğinden daha çok para ettiğini fark ettikleri bedenlerini satmak da kadınların o ağır iş yükünden kurtulmak için tek çareleridir. Sokakta hal böyleyken daha da zenginleşen burjuva sınıfında ikiyüzlü bir muhafazakârlık baş göstermiştir. Viktorya Dönemi’nde, cinselliğin sadece çocuk doğurmak için bir araç olarak kullanılması gerekliliği bilimsel olarak da kanıtlanmaya çalışılmıştır. Özellikle kadınların cinsel haz duymaları oldukça tehlikeli bir durum olarak lanse edilmiştir. Bu “ahlak”ın nedeni, iktidarın sürekliliğinin statükonun devamına bağlı olmasıdır. Çünkü bilinir ki “insana egemen olmak için insan cinselliğinin denetim altına alınması gerekiyordu” (Atabek,1994:220). Bu duruma bir tespit de Michel Foucault’dan gelmektedir : “Kent proletaryasının uyruklaştırılması için zorunlu bir siyasi denetim ve iktisadi düzenleme aracı belirdi: yoksul sınıfların ahlaklaştırılması”.

Sanayi devriminden sonra, ücretli işçi kimliği kazanan kadın, şimdi ataerkil sistemin ondan esirgediği diğer haklarını da kazanmak için mücadele edebilmektedir. Ancak bu gidilmesi gereken uzun ve meşakkatli bir yoldur. 20. Yüzyıl kadınların haklarını kazanmak için oldukça mücadele verdikleri bir yüzyıl olmuştur. 1960’larda kadınlar sokaklarda Jean giymeye başlamıştır. Tarihe ilk defa erkeklerle aynı kıyafeti giymek kadınlar için kazanılmış önemli bir zaferdir örneğin. Bir diğer devrimci hareket ise doğum kontrol haplarının kullanılmasıdır, çünkü bu haplar gebeliği belirleyen iradeyi kadının eline geçirmektedir. Kadınlar artık bedenleri üzerinde karar alabilecek araçlara sahiplerdir. Cinsel özgürlük isteyen kadınların eylemleri, bekaret ile ilgili yapılan gösteriler ve 1960’lardaki bu tip devrimci hareketler kadın mücadelesinin ateşleyicileridir.

Postmodern dünyaya bakılırsa, 80’lerden itibaren, Batı kapitalizminin dünyada tek egemen güç olma arzusu taşıdığı ve kendisine yöneltilen tehditkar

düşünceleri yok etmeye çok kararlı olduğu görülebilir. 70'lerde sistemle uyumsuzluklarını eylemci bir kimlikle ifade eden gençlik yerine, daha ılımlı ve sosyo-politik konulara pek önem vermeyen bir kuşak yaratmak ve yenedünya düzeninin işlerliğe bu sayede sokmak hedeflerden birisidir. Bu anlayışa göre muhafazakar bir yaşam tarzına sahip, sorgulama ve değiştirme arzusu olmaksızın, bireyselliğin ön planda olduğu toplumların egemenlik altına alınmaları daha olasıdır. Sanayi ötesi bu topluma artık bilgi toplumu denmektedir ama aslında tüketim toplumu olmaya yönlendirilmektedir. Bu sırada kadınlar ise bir önceki dönemde elde ettikleri kazanımlara rağmen hala erkeklerle eşit koşullarda yaşamamaktadırlar. Ekonomik olarak aynı koşullara erişemeyen kadınlar, siyaseten de ikincil konumdadır. Statükonun sürdürülmesi için toplumun kontrol altında tutulabilmesi gerekmektedir ve bu, ancak toplumu muhafazakârlaştırmakla mümkün olmaktadır. Postmodern dünyada hiç öyle değilmiş gibi gösterilse de, ilk bakışta özgürlükçü bir anlayış vakıf sanılsa da, aslında muhafazakar bir yapılanma söz konusudur. En özgürlükçü devletlerden biri olarak görülen ABD'de halen kürtajin yasak olduğu eyaletlerin olması bu duruma en güzel örneklerden birisidir.

Postmodern dünyada kişinin sosyal statüsü toplumsal üretime yaptığı katkıyla değil tüketme kapasitesine göre belirlenmektedir. Bir kişinin ne kadar çok şeye "sahip olduğu onun statüsünün göstergesidir. Bu dünyanın toplumsal cinsiyete yaptığı en önemli etki ise kadın bedeninin metalaşmasıyla ilgilidir. Küreselleşmenin tüm kültürel renkleri birbirine benzetme gücünden etkilenen kadın bedeninin de nesnel güzellik bakımından bir tektipleştirmeye maruz kaldığı ortadadır. Küresel zeminde erkek egemen bir mecliste kabul gören bu tek tip bedene, dünyada milyonlarca kadın sahip olmak istemektedir. Bu durum tüketim kapitalizminin dikkatinden kaçmaz ve sonucunda kadın bedeni üzerine yatırım yapılması gereken bir araç haline gelir. Elbette ki düşünce ve görüşlerin tektipleştirilmesinde bu çalışmada sıklıkla bahsettiğimiz ve bahsedeceğimiz ideolojik aygıtların yeri büyüktür. Dünyaya egemen olan neo-liberal dünya görüşünü yayma isteğindeki batı kültür emperyalizmi ve onun mesajlarını iletmekle yükümlü post modern ikonalar başroldedir. Kadın yine bilgisi, üretkenliği, zekâsıyla değil bedeni ile ön plandadır. Hal böyle olunca, tıpkı Viktorya İngiltere'si gibi postmodern dünyada da kadınların sermayesi beden

olmaktadır. Bu dünyada erotizmin gücüyle elde edilebilen sosyal statü, entelektüel sermaye ile elde edilecek olanın yanında oldukça kestirme ve daha az zahmetlidir.

“Uygarlık tarihi boyunca ataerkil toplumsal yapı kendisini ayakta tutan gücü iki temel kaynaktan almaktadır: Birincisi; kanun yapıcı devlet otoritesi (birçok yasa ve resmi düzenleme ataerkil kültür onaylamıştır) ve ikincisi; düşünsel temellerdir (toplumsal kabullenişlerde işlemiş erkek egemen inanışlar)” (Caner, 2004:143).

Toplumsal cinsiyetin tarihsel kökenine göz attıktan sonra şöyle bir cümle kurmak yerinde olacaktır; sonuç olarak tarih “her story” (kadının hikayesi) değil “his story”dir (erkeğin hikayesi).

### **2.3.2. Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Topluma Yansıması**

Toplumsal cinsiyet kuramlarına ayrıntılı bir şekilde yer veren *Medya ve Kadın* kitabındaki “Toplumsal Cinsiyet Oluşumuna İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar” makalesinde Dilek İmançer, öncelikle cinsiyet rolü kuramına değinmektedir. Cinsiyet rolü kuramı kişinin kadın ya da erkek olmasından kaynaklanan kendi cinsiyetine özgü gerçekleştireceği eylemleri anlatmakta kullanılır. Bu rolleri öğrenmenin yolu toplumsallaşma veya bireyselleşmedir. Bu kurama göre, kişi toplumu değiştirecek veya geliştirecek bir rol üstlenmekten ziyade ondan beklenenleri yerine getirecek bir rol oynar. R.W. Connel (1998) *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar* kitabında bu kuramın safhalarından bahsetmiştir: ‘rolün öğrenilmesi’, ‘toplumsallaşma’ veya ‘içselleştirme’.

Toplumsal cinsiyetle ilgili en bilinen yaklaşımlardan biri de toplumsallaşma kuramıdır. Bu kurama göre, kadın ve erkeğe uygun görülen davranışlar, toplumsal olarak belirlenir. Doğduğunda sadece biyolojik bir cinsiyeti olan bireyin, zamanla toplum tarafından toplumsal cinsiyeti oluşturulur, cinsiyetine uygun davranışları yapan birey ödüllendirilir, uygun davranışlar göstermeyenler ise cezalandırılır. Simone de Beauvoir’ın belirttiği gibi kadın, erkeğe göre, yani norm kabul edilen, geçerli sayılan cinse göre; “eksik”, “edilgen”, “güçsüz”, “duygusal” ve “yeteneksiz” olarak tanımlanır.

Bir diğer yaklaşım ise biyolojik yaklaşımdır ki bu yaklaşım adı üstünde biyolojik farklılıklarından dolayı bu iki cinsin farklı kapasite ve yetenekleri



olduğu görüşünü ortaya atmaktadır. Kanadalı cinsiyet araştırmacısı Sandra Witleson'ın çalışmasına yer veren “Toplumsal Cinsiyet Oluřumuna İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar” makalesinde, kadınların sađ ve sol beyinlerini birleştiren ana sinir damarının kalın olmasından dolayı sađ ve sol beyin arasındaki ayrılık fonksiyonunun keskin olmadığı bunun sonucunda da kadınların daha etraflı ve sistemli dűřünebildiklerinden bahsedilmektedir. Erkeklerin ise sol beyinleri sadece sözlü yetenekler için ayrılıp sađ beyinleri görsel yeteneklerin kontrolünü sağladığı, kadınlarda ise bu merkezlerin tüm beyne dağıldığı söylenmektedir. Bu veriler ışığında erkeklerin daha iyi mimar, mühendis, kadınların ise daha iyi birer iletişimci oldukları varsayımı ortaya atılır.

Kültürel yaklaşım kuramına göre ise kadınlar ve erkekler arasında davranış farklılıkları bulunmaktadır, ancak bunun nedeni çevre baskıları, toplumsal kültürel ve ekonomik bağlama ilişkin olgulardır. Kültürel yaklaşıma göre üretilen kültür androjenik olmalıdır, çünkü biyolojik farklılıklar erkeğe avantaj sağlamaktadır. Kadını çocuk doğurmak ve ev işi gibi özel alana hapsederken, erkeği daha üretken bir kamusal alana ait kılar.

Toplumsallaşma sürecinde cinsiyet rollerinin öğrenilmesi konusunda en çok benimsenen teorilerden biri de sosyal öğrenme teorisi olmuştur. Bu teori taklit, model alma ve pekiştirme kavramlarını kullanarak toplumsal cinsiyet rollerinin kazanılmasını açıklamaya çalışmaktadır. Bu teoriye göre toplumsal cinsiyet rolleri çocukların cinsiyete uygun olan ve uygun olmayan davranışları benimsemesine göre aldığı ödülleri ve cezaları yoluyla öğrenilir. Bu davranışların benimsenmesinde gözlem ve model alma da önemlidir.

Sosyal öğrenme kuramına göre cinsiyet tipi toplumsallaşma süreci içinde küçük yaşlarda öğrenilerek kazanılır. İnsanlar sosyal ortamlarda gördüklerini taklit etme yoluyla öğrenirler. Bu kurama göre dolaylı gözlem yoluyla da öğrenme sağlanabilmektedir ki buna en iyi örnek de televizyondur. Televizyon aile gibi çocuğa küçük yaşlardan itibaren hitap eden bir kitle iletişim aracıdır. Cinsiyet rolleri bakımından da televizyondaki karakterlerin tipik dişilik ve tipik erkeklik modellerini yayınları aracılığıyla kitlelere aktarmaktadır. Sosyal öğrenme kuramına göre öğrenmede ödül ve ceza önemli

rol oynamaktadır. Model alınan kişinin o davranışı yaptığında ödül veya ceza alması gözlemleyen de o davranışı yapıp yapmayacağı etkiler.

Bireysel ruhbilim öğretisi kuramında ise Alfred Adler, bireyin kişilik gelişiminin kendisine, diğer insanlara ve topluma karşı geliştirdiği tutumların sonucu olduğunu ifade eder ve içinde yaşadığımız kültürün kadınları yetersiz varlıklar olarak değerlendirmesi sonucunda kadınlarda eksiklik duygusu oluştuğunu savunur (İmançer, 2006: 1-19).

Psikanalitik bakış açısına göre de Freud kadın erkek farklılığını; kız çocukların penis özlemi nedeniyle kendilerini eksik ve ezik hissettiklerini ve bu hisle büyüdüklerinden güç yoksunluğu ve geride kalmışlık duygusu ile açıklar bu kadın erkek farklılığını. Freud Biyolojik olarak da erkeğin kadından üstün olduğunu düşünmektedir. Freud'un psikanalitik kuramı toplumsal cinsiyetin oluşumunu temelde psikolojik süreçlere dayalı olarak açıklar. Buna göre, erkeklerin küçükken anneye bağımlı oldukları için güçsüz ve zayıf bir dönem yaşamaları, güçsüzlüklerinden sorumlu tuttıkları, başta anneleri olmak üzere bütün kadınları egemenlik altına almak istemelerine neden olur.

Freud'un toplumsal cinsiyetin oluşmasına ilişkin kuramı, libido kavramlaştırmasına dayanır. Libido, biyolojik ve toplumsal cinsiyeti organize eden, biyolojik temeli olan cinsel enerjidir. Freud, libidoyu erkek cinsel organını merkeze alarak açıklamaktadır (Freud'dan akt. Jackson ve Scott, 2012: 30-33). Freud'a göre, çocuklar kişilik gelişimleri sırasında bir dizi aşamadan geçmektedir. İlk iki aşama olan oral ve anal aşamalarda, çocukların davranışları ve deneyimleri birbirinden çok farklı değildir. Erkek ve kız çocuklar için anneleri esas objedir, ihtiyaçlarının çoğunu anne karşılamaktadır. Dört yaşlarına geldiklerinde ise kişilikleri arasında önemli bir ayrışma olur. Çocuklar üreme organlarının farkına vardıklarında, üçüncü gelişme aşaması olan fallik dönem başlamış olur. Çocuklar kendi cinslerini model alarak toplumsal cinsiyete uygun şekillerde davranmaya başlarlar.

Analitik psikoloji kuramına göre C.Gustav Jung *psişe* kavramı ile insanı bir bütün olarak ele alır, kadın erkek diye ayırmaz ve her erkekte 'anima' diye adlandırdığı bir kadın imgesi, her kadında da 'animus' dediği bir erkek imgesi olduğunu söyler. Kişideki bu karşıt cinsiyet öğelerinin dengeleyici bir rol

oynadığına inanır. Kişilerde hem dişi hem de erkeksi eğilimlere sıkça rastlandığının altını çizer.

Bütüncül yaklaşım kuramında Karen Horney, Freud'un kız çocuklarının 'erkek üreme organına imrenme' bakış açısına karşı çıkar ve kadınların da her insan gibi cinsel özerklik ve işlevler konusunda 'toplumsal kurum'lerden etkilenmiş olduğu ve erkeklik ve kadınlık konusundaki değer yargılarının kadınları oldukça etkilediği görüşündedir.

İlişkiler kuramında H.S.Sullivan ise kişiliğin belirlenmesinde toplumsallaşma ve kültürün önemini benimser ve kişiye özgü davranışların insanlar arası ilişkilerden kaynaklandığını ileri sürer (İmançer, 2006: 1-19). Varoluşçu psikoloji insanın kendi varoluşunu anlayabilme ve kendi seçtiği amaçlara kendi seçtiği yollardan ulaşma istekleri doğrultusunda felsefesini kurmaktadır. J.P.Sartre'a göre insanlar tanımlamalara indirgenemez. Varoluşçu psikanaliz kişinin cinsel kimlik açısından ne ise o olması yerine, ne olduğunun bilgisine ulaşılması sorunu ile ilgilenir.

Yapısalcı yaklaşıma göre Lacan, insan öznesinin dil içinde nasıl yer aldığı ile ilgilenir ve bu özneyi dil açısından karmaşık anlam ve temsil sistemlerini açıklamaya çalışır. Ona göre insanın cinsel kimliği, çocukta dilin simgesel düzenine akıl erdirmeye başladığı zaman kurulur. Lacancı analizde cinsel kimliğin oluşumuna etki eden toplumsal sınıf, yaş, ırk, coğrafya ve cinsel yönelim gibi unsurlar göz ardı edilir.

Post-yapısalcı kuram ise toplumsal cinsiyetin iletilmesi, yorumlanması ve temsilinde dil üzerinde durarak "kadın" ve "erkek" gibi kategorilerin doğa tarafından değil, kültürel ve toplumsal olarak inşa edildiğini, kültürler ve tarihsel dönemler arasında kayda değer bir değişim gösterdiklerini savunur. Erkek ve kadın kültürleri arasındaki farklılıkların tarihsel olarak üretildiğini savunan bu yaklaşım, öznellik ve kimliğin toplumsal olarak inşa edildiğini öne sürer.

Michel Foucault'dan etkilenen söylem kuramcıları ise cinselliğin söylemsel pratiklerle açıklanabileceğini savunur (İmançer, 2006: 1-19). Bu pratikler gerçekliği kavramaya ve temsil etmeye yönelik cinselliğe dair

farklılıkların bilinmesidir. Cinselliği yorumlamada insan kişiliğini oluşturan öğeler, tavırlar, yetenekler, dürtüler, bastırmalar, fanteziler vb. toplumsal etkileşimin ve pratiklerin etkili olduğu görüşündedirler

Marksist bakış açısından tüm olgulara ekonomi temelli bakılır bu nedenle Marksist düşünürler kadın ve erkek arasındaki toplumsal ayrımın, sınıfsal bir ilişkiye benzediği görüşündedirler. Proletarya olmadan burjuvazinin olmayacağını düşünen bu düşünürler, kadınlar olmadan erkeklerin de olamayacağını savunurlar. Sınıf sorunu çözülmeden kadın erkek sorununun çözülmeyeceğine inanan Marksist düşünürler, bu sorunu da aslında her toplumda ayrı ayrı bir toplumsal cinsiyet rolleri olması bağlamında değil, sınıflı tüm toplumlarda benzer toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri olduğu yönüyle vurgulamışlardır.

Marksist kuramlara göre kadın sorunu da her sorunda olduğu gibi ekonomik sistemle ilişkilidir. Kadınların ezilmesinin temel belirleyenleri sınıf ilişkileri, kapitalist sistem veya üretim ilişkileridir. Bu düşünürlere göre Marksist bir devrimle birlikte kapitalizm yıkılacak ve kadının ezilmesi sorunu ortadan kalkacaktır. Kurama göre kadınlar, kapitalist sistemde ücretli iş dışında bırakıldıkları ve kapitalist sistemin ücretli işçilerinin yeniden üretilmesi için evde çalışmaları gerektiği için daha fazla ezilmektedirler. Yeniden üretim olarak adlandırılan bu sistemde kadının görevi üretim alanındaki boşlukları doldurmak üzere çocuk doğurmak ve günün sonunda yorgun işçiye hizmet etmek olarak görülmektedir. Bu bağlamda Marksist kuramlar kadının ezilmesinden sorumlu tuttukları kapitalist sistemi değiştirmeden bu sorunların çözümünün mümkün olamayacağını ortaya koymaktadır.

“Toplumsal cinsiyet cinsler arasındaki kavranabilen farklılıklara dayalı toplumsal ilişkilerin kurucu ögesidir ve toplumsal cinsiyet iktidar ilişkilerini belirgin kılmanın asli yoludur” diyen Scott (Scott, 2007:32) toplumsal cinsiyet için birbirleriyle etkileşim içinde olan ve biri olmadan diğeri mümkün olmayan dört ana unsur belirlemiştir. Toplumsal cinsiyeti oluşturan özelliklerden ilki; mitlerdeki temsillerdir ki bunlar; kadınlık ve karanlık, arınma ve kirlilik, masumiyet ve yozlaşma karşıtılarıyla kadın kimliğinin oluşturucularıdır. İkincisi; simgesel kalıplardır. Üçüncüsü; bazı antropologlar ve

akademisyenlere göre toplumsal örgütlenmenin temelindeki ailedir. Dördüncüsü; kimliğin oluşturulma sürecidir. Ancak Freud kuramında toplumsal cinsiyetin yeniden üretiminde bireysel kimliğin sadece içiştir edilme korkusuyla ilişkilendirdiği için tarihsel ve toplumsal zemini yadsımıştır.

Michel Foucault, bedeni iktidar ilişkilerinin merkezine yerleştirerek, bedenin sosyal boyutta inşa edildiği teorik çerçevenin oluşumuna katkıda bulunur (Foucault, 2010:103). Foucault, bedeni disipline etme ve nüfusu denetleme bağlamında “biyo-iktidarın”, kapitalizmin vazgeçilmez bir unsuru olduğunu belirtir. Kapitalizm, bedenlerin denetimli bir biçimde üretim aygıtına sokulması ve nüfus olaylarının ekonomik süreçlere göre ayarlanmasıyla güvence altına alınmıştır. Biyo-iktidar çağında, ordu ve okul gibi kurumlar disiplin aygıtı konumundadır. Nüfusu düzenleme konusunda demografinin çalışmaları önem kazanır. Biyo- iktidar tekniklerini genel kuram haline getirme işini de ideoloji üstlenir, cinselliği düzenleme süreci de, biyo-iktidarın en önemli uygulamalarındandır.

Tarihsel süreç içinde kadınlık ve erkekliğin şekillendirilmesinde erkeklerin kadınların üzerindeki egemenliği/iktidarı belirleyici olmuştur. Connell, “hegemonik erkeklik” ve “ön plana çıkarılmış kadınlık” olarak adlandırdığı kadınlık ve erkeklik kavramlarının erkek iktidarını meşru kıldığını ve erkeklerin iktidarını devam ettirmek üzere oluşturulduğunu vurgular. “Hegemonik erkekliğin” kültürel ve ideolojik elementlerle şekillendirildiğini ve kadınları baskı altına aldığı altını çizer. “Ön plana çıkarılmış kadınlık” ise kadınların erkek dayatmalarına sessiz kalma ve bu yöndeki iktidarı kabul etme sürecidir. Connell’in ifadesiyle:

“erkeklerin iktidara uyum sağlama olarak örgütlenen ve boyun eğme, çocuk terbiyesi ve empatiyi kadınca erdemler olarak ön plana çıkaran bir kadınlık, pek de öteki kadınlık biçimleri üzerinde hegemonya kuracak değildir. Erkle, güçle, dolayısıyla erkek olmakla ilişkilendirilen iktidarın gönderme yaptığı şeyin fallus sahipliği olduğu görülmektedir”(Connell, 1998: 252).

Foucault’ya göre ise belirleyici olan iktidardır;

“İktidar bir töz değildir. İktidar kökeni uzun uzadıya araştırılması gereken esrarengiz bir şey de değildir. İktidar yalnızca bireyler arasındaki bir tür ilişkidir. Bu tür ilişkiler spesifik ilişkilendirir; yani mübadeleyle, üretimle, iletişimle hiçbir ilgileri yoktur; ama onlarla birleştirilebilirler. İktidarın karakteristik özelliği, bazı insanların başka insanların davranışlarını az çok

bütünüyle (ama asla tamamen ya da zorlamayla değil) belirleyebilmeleridir”(Foucault, 2004:55).

İktidar, artık karşımıza biyo-iktidar olarak çıkmaktadır. Yeni bir iktidar çağı başlamıştır ve bu iktidar bedenler üzerinden işlemektedir. Uzun ve sağlıklı yaşamın, doğurganlığın/nüfusun denetimi üzerinde, teknik ve bilimsel bilginin söz sahibi olduğu bir dönem başlamıştır. Çünkü “kapitalizm, bedenlerin denetimli bir biçimde üretim aygıtına sokulması ve nüfus olaylarının ekonomik süreçlere göre ayarlanmasıyla güvence altına alınmıştır.” (Foucault, 2003:103). Siyasi iktidar, tüm kurumlarıyla, ideolojisiyle ve aygıtlarıyla denetimini kadın bedeni üzerinden işletmektedir.

Cinselliğin doğal ya da psikolojik bir olgu yerine toplumsal bir yapı olduğu kanısına 1960’dan sonra sosyoloji ile birlikte yorumlanan toplumsal perspektif ile varılmıştır (Jackson ve Scott, 2012: 24). Odak noktası bu perspektifin sapma davranışı ile uyumlu davranışlar arasındaki sınır sorgulanırken ilgilenilmeye başlanan sapma sosyolojisidir. Cinselliğin aykırılıkları toplumsal bir konu olarak algılandığında cinselliğin kendisinin de aslında toplumsal bir olgu olduğu ortaya çıkmıştır.

Sosyal bilimcilerin çoğu, 1960’lı yıllara kadar, cinselliğin doğanın bir parçası olduğunu savunmakta zorlanmışlardır ancak antropologlar farklı kültürlerde yaptıkları çeşitli incelemeler sonucunda çok sayıda farklı cinsel inanış, cinsel tutum ve uygulama olduğuna dair bulgu ortaya çıkarmıştır. Bu bulgular farklı farklı kültürlerde insanların cinselliği nasıl algıladıkları, neyi erotik buldukları, cinsel birleşmenin nasıl başladığı ve nasıl uygulandığı gibi bazı konuları açığa çıkarmıştır. Cinselliği kuramlaştırmak kitabında; Ford ve Beach’in bu bulguları bir araya getirdiğine ve bununla birlikte erkeklerin karşı cinsi av olarak gördükleri toplumlardan, kadınların sekste etkin ve katılımcı olduğu toplumlara, kadınların düzenli olarak orgazma ulaştıkları toplumlardan, cinsel açıdan teslimiyetçi oldukları toplumlara kadar cinselliğin toplumsal cinsiyetçi kalıplara göre farklılık gösterdiğine dikkat çekmişlerdir. Kadınların cinsel doyumunu bu farklılıklar bağlamında kadınların cinsel ve toplumsal bağımsızlıklarıyla ilişkilendirmişlerdir. Bu farklılıkların doğanın değil kültürün bir sonucu olduğu bulgusuna erişerek insan cinselliğinin doğuştan gelmeyen

ancak öğrenilen bir davranış olduğu kanısına varmışlardır. Bu antropolojik bir bakış açısı sunmaktadır.

Toplumsal cinsiyet rolü, toplumun tanımladığı ve bireylerin yerine getirmelerini beklediği, cinsiyetle ilişkili bir grup beklenti, diğer bir deyişle kadınlığın ve erkekliğin sosyal ortamlarda ifade edilidir (Dökmen, 2004: 18). Toplumsal yaşamda kadın ve erkeklere belirli davranış kalıplarının ve rollerin uygun görülmesi, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları çerçevesinde açıklanır. Kadın ve erkek olmanın biyolojik ayırım noktaları, doğuştan getirilen, öğrenilmemiş özellikleri içeren cinsiyet (sex) terimiyle ifade edilirken; sosyal ve kültürel yönü ise öğrenilmiş, sosyalleşmeyle kazanılmış olan özellikleri içeren toplumsal cinsiyet (gender) terimi ile ifade edilir.

Connell (2002: 10), toplumsal cinsiyetin insanın üreme alanı etrafında toplanan sosyal ilişkiler yapısı olduğunu söylemektedir. Toplumsal cinsiyet aynı zamanda bu yapı tarafından yönetilen ve insan vücudu ile sosyal süreçler arasında üreme açısından ayırma neden olan bir dizi pratiktir.

Wharton'un (2005: 3-7) tanımına göre ise toplumsal cinsiyet erillik ve dişillik olarak nitelendirilen toplumsal ve kültürel kişilik özellikleri anlamına gelmektedir. Bu tanımlamada duygusal olma, zayıf olma, pasif olma veya bağımlı olma gibi özellikler daha çok dişillik özellikleri olarak görülürken güçlü, cesur, hırslı, saldırgan ve bağımsız olma gibi özellikler daha çok erillik özellikleri olarak görülür. Toplumsal cinsiyet bir sosyal pratikler sistemidir ve bu sistem toplumsal cinsiyet ayrımlarını üretir ve sürdürür, böylece bu ayrımlar temelinde eşitsizlik ilişkileri düzenlemektedir. Buna göre toplumsal cinsiyet hem farklılıkların, hem de eşitsizliklerin üretilmesini gerektirir.

Toplumsal cinsiyet rolleri, iki cinsiyetten birisine dahil insanlar için uygun olan davranışlar hakkında toplum tarafından belirlenen bir dizi beklenti şeklinde açıklanabilir. Bu roller belirli bir toplumsal cinsiyet kimliğine atfedilen niteliklerin, davranışların, görevlerin ve kültürel beklentilerin toplamıdır.

Kitabında;

“cinsel baskı anlayışının kamuoyuna benimsetilmesi, ataerkil dünyanın kurulmasından beri toplumsallaşma sürecinin başlıca öğelerinden birisi olmuştur. Bu kalıplama işlemi o kadar başarılıdır ki sosyalizasyon sonucunda kültürel değerleri özümseyen bireyler, topluma kolayca uyum sağlayabilirler “(Caner, 2004: 16)

diyen Caner, toplumsallaşma sürecinden sonra cinsiyet kavramının artık, çeşitli fizyolojik farklılıklara sahip basit bir dişil/eril ayrımından daha fazlası olduğuna vurgu yapmaktadır. Erkek ve kadın olma sosyal hayatta geçerli kamuoyu algısında yer etmiş rollerin içinde sıkışmıştır. Biyolojik cinsiyet yerini “statü belirleyici” özelliği olan “toplumsal cinsiyet” anlayışına bırakır. Kadınlar ve erkekler bundan sonra yalnızca toplumsalın onlar için belirlediği eylemleri yapmakla yükümlüdürler.

Toplumsallaştırma sürecinde erkek ve kız çocuklarının öğrendikleri, kültürün cinsiyetlerine “uygun” bulduğu duygu, tutum, davranış ve roller arasındaki farklılıklar “toplumsal cinsiyet farklılıkları” şeklinde ele alınır. Kadınların daha duyarlı, ilgili ve bakım verici vb. gibi algılanmaları çerçevesinde ev kadını, öğretmen, hemşire vb. olmalarının beklenmesine karşılık erkeklerin bağımsız, atılgan, kuvvetli vb. algılanmaları ve asker, mühendis, tüccar vb. olmalarının beklenmesi toplumsal cinsiyet farklılıklarıdır. Bu farklılıklar toplumun kendi kalıplarını bireye dayatması sonucu oluşmaktadır.

Hayatımız boyunca, öğrenilmiş toplumsal cinsiyet rollerine uymamız için üzerimizde büyük bir sosyal baskı vardır. Geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranmayan bireyler diğerlerine göre daha az cazip, daha az başarılı görünürler. Bu toplumsal cinsiyet rollerini doldurmak için gerekli bilgiler gençlerin ailelerinden, arkadaşlarından, öğretmenlerinden ve kitle iletişim araçlarından öğrendikleri açık veya gizli toplumsal cinsiyet toplumsallaşması yoluyla öğrenilirler.

Toplumsal cinsiyetin belirlediği dayatmalarla insanlar çocukluk dönemlerinden itibaren karşı karşıyadır. Çocuklar daha üreme işlevleri gelişmemişken bile cinsel kimlikleriyle ilgili genel mesajlara boğulur. Örneğin; erkeklere çocukken cinsel organlarını gösterme özgürlüğü tanınırken, onlara



büyüdüklerinde kazanacakları cinsel rolleriyle ilgili cesaretlendirici davranılırken, kız çocuklarına örtme, gizleme, utanma duygusu aşılır. Bu durum erkek çocuğunun, cinsel kimliğinin ona verdiği yetki ile, kendini üstün görmesine ve cinselliğinden ve kimliğinden korkmamasına neden olurken, kızlara öğretilen kendi kimliğini hep gizlemesi ve koruması gerektiğidir. Bu çocukluk döneminden başlayan baskıcı tutum, zamanla korkuyla karışık bir aşağılanma duygusunu beraberinde getirerek kadının kendi bedeni ile barışık olmaması sonucunu doğurabilir.

Toplumsal cinsiyet karakterimizi ve beklentilerimizi yönlendirdiği gibi, aile içindeki rolümüzü de şekillendirir. Erkeklerle geleneksel olarak çoğu ailede kadından daha çok güç verilmiştir. Aile içerisinde genellikle erkeğin kariyer hedefleri önceliklidir, evde iş yapması beklenmez, aile kararlarında yetki alması beklenir, boş zamanı önemlidir ve aile ilişkilerinde duygusal davranması gerekmez. Ailedeki rolleri etkileyen toplumsal cinsiyet gereği, kadının geleneksel olarak boyun eğici ve itaatkâr olması beklenir. Bu beklentiler ışığında kadın aile içinde destekleyici bir görev üstlenmelidir. Erkekler ise ailenin geçimini sağlar. Erkekten ayrıca ailenin dışındaki dünya ile iletişim kurması ve sosyal olması beklenir. Ailenin ihtiyaçlarını karşılamak için dış dünya ile baş etmesi gereken erkektir. Kadın ve erkek evlilik hayatına başladığında da yine aynı nedenlerle, kocasının hayatına uyum sağlaması gereken kişi kadın olmaktadır. Toplumsal cinsiyetin yarattığı ikilik, kadının ve erkeğin evlilik ve aile hakkında farklı değerler ve kişisel özellikler geliştirmelerine neden olmaya devam etmektedir.

Ortak kültür ve ortak dil birliği, toplumları bir arada tutan unsurlar arasında yer almaktadır. Toplumda, bireylerin birbiri ile iletişim kurabilmeleri için, kullandıkları kelimelerle ilgili olarak, toplumun üyeleri arasında referans-birliği (consensus) oluşması gerekmektedir. Bir kelime söylendiğinde bireylerin zihninde ortak imajların oluşması durumunda referans-birliği sağlanmış bulunmaktadır. Toplumdaki kadın tanımını bilmek, anlamak; insanların zihnindeki “kadın” imajını öğrenmekle mümkün olmaktadır. “Toplumda kadın olmanın nasıl bir şey olduğunu anlamak istiyorsak önce toplumdaki kadınlık tanımının ne olduğuna ve bu tanımın kadınlara nasıl mal edildiğine” bakılması gerekmektedir (Corward, 1993:8). Toplumda kadının

tanımı, erkeğe göre yapılmaktadır. Kadın erkek olmayan “öteki” cinstir. Erkeklik tanımı, kadın üzerinden yapıldığından kadın sürekli “öteki”leştirilmekte ve olumsuz özellikler ona atfedilmektedir.

Toplumsal cinsiyet, her bir cinsiyet üyesi için, uygun diye görülen davranış hakkındaki toplumsal beklentilerdir. Toplumsal cinsiyet, erkek ve kadınların birbirlerinden farklı olmasına yol açan fiziksel niteliklere değil, erkeklik ve kadınlık hakkındaki toplum tarafından oluşturulmuş özelliklere göndermede bulunmaktadır (Bayhan, 2013:160). Renkten, giyim tarz ve biçimleri, moda kadar bütün sembolik alanlarda toplumsal cinsiyet örüntüsü, toplum tarafından yaratılan ve kodlanan bir öğrenilmiş davranış pratiğidir.

Erkek ve kadınlar toplum tarafından kendilerine biçilen rolleri oynarlar. Rol, örgütlü sosyal bir yapı içinde bireyin bulunduğu pozisyonu, bu pozisyonla ilgili sorumlulukları, ayrıcalıkları ve diğer pozisyonlardaki insanlarla etkileşimi yönlendiren kuralları gösterir. Annelik, babalık, öğretmenlik, askerlik gibi, kadınlara ve erkeklere verilen farklı roller ise toplumsal cinsiyet rolleridir. Kadınların ve erkeklerin, toplumun yazdığı “senaryo”ya bağlı kalarak rollerini “oynamaları” beklenir. Toplumsal cinsiyet rolleri, kadınlığın ve erkekliğin sosyal ortamlarda ifade edilışıdır. Cinsiyet rolü, kadına ve erkeğe uygun bulunan kişilik özellikleri ve davranışlar şeklinde ifade edilir ve kültürel beklentileri ifade eder. Bir erkek için uygun olduğu düşünülen davranışlar erkeksi (maskülen), kadınlar için uygun olduğu düşünülen davranışlar ise kadınsı (feminen) diye adlandırılır.

Çocuklar toplumsal cinsiyetin kıyafet teamülleri, dış görünüş, dil, renk, ayırım ve semboller yoluyla sürekli vurgulandığı bir dünyaya doğmaktadır (Fine, 2011:238). Bu nedenle insanlar daha çocuk yaşta toplumun cinsiyet baskısına maruz kalmaktadır.

Toplumsal cinsiyet, kendimizi nasıl değerlendirdiğimizi etkilediği gibi, aynı zamanda bize nasıl davranacağımızı da öğretmektedir. Erkekleri hırslı ve rekabetçi biçiminde tanımlayan bir kültür, onları liderlik pozisyonları arayıp bulmaya ve takım oyunları oynamaya teşvik etmektedir. Hürmetkâr ve duygusal özellikte tanımlanan kadınlardan ise destek veren, yardımcı ve duygularını göstermede hızlı olmaları beklenmektedir. Buna örnek olarak

Türkiye’de kadınların duygulu, anaç, kibar, terbiyeli, namuslu, sessiz, görgülü, sadık, yumuşak başlı, uzlaşmacı olmaları beklenirken; erkeklerin atılgan, hırslı, çalışkan, kavgacı, çevik, cesur, güçlü, otoriter olmaları beklenir.

Erkekler kadınlara göre bilim, matematik, kariyer, hiyerarşi ve yüksek otoriteye dayanan örtük çağrışımlara sahiptir. Kadınlar ise bunların tam aksine, erkeklerden daha çok beşeri bilimler, aile ve evcillik, eşitlikçilik ve alt seviye otoriteyle ilgili çağrışımlara sahiptir (Fine, 2011:29). Sıklıkla erkekleri hemşire (anaç, bakımdan anlayan bir meslek olduğundan) olarak değil de CEO olarak görmemiz bu nedenledir.

Erkek bedenleri, ataerkil yükümlülükler ve beklentilerin baskısı, gözetimi ve denetimi altında yaşar. Foucault’nun da ifade ettiği gibi, iktidar ilişkilerinde cinsellik “en sağır öge değil, en büyük araçsallığa sahip olan” öğelerden biridir (Foucault,2010: 166). Cinsellik, üzerinde en çok tahakküm üretilen tarihsel bir tertibattır. Cinsellik toplumda evlenmeyi, akrabalıkların sabitleşmesini, isimlerin ve malların aktarımını sağlayan bağı oluşturur. Modern kapitalist toplumda cinsellik kendi özel alanından çıkarılır. Bastırılmaz, sansürlenmez, kendi haline bırakılmaz ve yeniden imal edilir. Dil utangaçlığı ve bağ tertibatının prangalarından kurtulur, itiraf edilir ve tıp, eğitimbilim, psikiyatri gibi bilimler ile, iktidar ve cinsellik politikaları ya da teknolojileri tarafından yeniden icat edilir, kültürel olarak üretilir ve yeniden düzenlenir. Mahrem bir alan olarak cinsellik kamuyu ilgilendiren yönetsel bir hedef olur; çeşitli söylemler, uzmanlar, teknolojiler ve talimatlar cinselliği inşa eder.

Toplumsal cinsiyet cinsler arasındaki toplumsal ilişkileri düzenlemek için kullanılır. Söz konusu kullanım kadınların farklı şekillerde tahakküm altına alınmasına ilişkin ortak payda olarak ifade edilen kadınların doğurganlık ve erkeklerin fiziksel olarak daha güçlü olmaları gibi biyolojik açıklamaları açık bir biçimde reddeder (Scott, 2007: 11). Aksine “toplumsal cinsiyet”, kadınlar ve erkeklere ilişkin uygun rollerin tamamen toplumsal olarak üretildiğini ifade eden “kültürel inşalar”ı işaret etmenin bir yoludur. “Toplumsal cinsiyet”, erkeklerin ve kadınların öznel kimliklerinin sadece toplumsal kökenlerini belirgin kılmanın bir yoludur. Bu tanımlamada “toplumsal cinsiyet”, cinsiyeti olan bir bedene zorla kabul ettirilmiş bir toplumsal kategoridir.

*Bir De Buradan Bak* adlı kitapta, yazarların yaptığı araştırma sonucunda; cinsiyete dayalı iş bölümü başlığı altında kadınlar ne yapar, erkekler ne yapar konusunda bir liste çıkarılmıştır (Sancar vd.,2006:14-18). Bu listeye göre, kadınların birincil çalışma alanlarının ev olduğu, ev işinin yapılmadığında fark edilen bir “görülme” emek olduğu, bu emeğin bir “sevgi emeği” olarak görüldüğü ve kadınlığın doğal bir parçası anlamına geldiği, ev işinin pek çok farklı yeteneğin ve çalışma türünün içinde barındırdığı, sadece ev işi yapmakla kalmayan kadınların tarımsal iş gücü olarak da çalıştığı, genç kızların “çeyiz parası” için, kadınların “pazar parası” için çalıştığı ve evi geçindirmek sorumluluk alanlarından biri olmadığından dolayı daha düşük ücretlerle çalıştırıldıkları, kayıt dışı ekonominin bel kemiği oldukları (günde on iki saat halı dokumak, deri dikmek, bilgisayar çipleri üretmek, oyuncak parçalarını birbirine eklemek, gibi) ancak işgücü anketlerinde “ev hanımı” olarak görüldükleri, sosyal hizmet uzmanları oldukları (ailedeki hasta ve yaşlıların bakımından sorumlu olmak), halka ilişkiler uzmanı oldukları (konu komşu akraba ile ilişkileri sıcak tutmak, evlilikleri düzenlemek, yıldönümü ve özel günleri hatırlamak), diplomat davranmak zorunda oldukları (kendi ailesi ve kocasının ailesini arasındaki ilişkileri yürütmek), piyasa araştırmacısı oldukları (ne, nerede ucuza ve kaliteli alınır), toplumsallaşma konusunda çok kısıtlı bir alana sahip oldukları (kabul günleri gibi), ücretli olarak çalışsalar bile öncelikli işlerinin ev ve aile olması nedeniyle “çalışan kimliklerinin” geride kalmak zorunda olduğuna vurgu yapılmaktadır. Yine aynı listede erkeklerin yaptıkları işler arasında ise çalışma alanlarının evin dışı olduğu, sigorta ve emeklilik hakları olduğu, “çalışan insan” olarak bir toplumsal statülerinin olduğu, toplumsal hayata katılımlarının geniş çaplı olduğu (memur, işçi, esnaf gibi) ve bu durumun onlara bir toplumsal kimlik sağladığı, çeşitli toplumsallaşma mekânlarına sahip olduğu (kahvehaneler ve stadyumlar gibi), siyasetle uğraştıkları, günlük konularda da karar mekanizması oldukları, sanat ve bilim gibi önemli faaliyet alanlarının da yine erkeklerin tekelinde olduğunun altı çizilmektedir.

Wollstonecraft’a göre evlilik “bu dünyada kadınların yükselmelerini sağlayacak tek yol”dur. Bu gerçek 1790’lardan günümüze çok küçük ölçüde değişmiştir ve bu değişim de dünya coğrafyasının belli bir bölümünde olmuştur. Kadın tüm insanlar gibi güvenli bir yaşama ihtiyaç duyar, toplumda

yer edinmek, bir birey olarak kabul edilmek, toplumsal ilişkiler kurmak, ekonomik ve sosyal olarak başarılı olmak ister (Soysal, 2013:265). İşte kadın tüm bunları aynı anda elde etmek istiyorsa önündeki en uygun yol belli bir yaşa geldiğinde “uygun” bir evlilik yapması ve gene fazla geç kalmadan çocuk sahibi olmasıdır. Bunları gerçekleştiren kadın güvenli bir sosyal ortam edinir, birey olarak kabul edilir, eğer çok istiyorsa kocasını ve çocuklarını ihmal etmemesi koşuluyla mesleğini sürdürebilir, başarıdan başarıya koşabilir. Kadın evlenerek hem kocası, hem toplum, hem yasalar tarafından koruma altına alınmıştır, saygın biri olarak kabul edilmiştir, belli özgürlükler edinmiştir, varlığını tamamlamış, birey olmuştur. Eğer kadının mesleği yoksa o zaman “iyi” bir evlilik yapmış, evinin kadını olmuş olması da güvenli ve saygın yerini koruması için yeterlidir. Ama kadın hiç evlenmemişse ya da boşanmışsa işte o zaman tüm normal insani talepler ve ihtiyaçların kapısı kapanır ve zorluklar baş gösterir. Evlenmemiş kadının üstünde her zaman evlenmesi yönünde baskılar vardır, “kötü gözle bakılma” durumunda kaldığından kendini güvende hissedemez, ekonomik özgürlüğü yoksa evlenmemesi onu tamamen ailesine bağımlı bir yaşama sürükler. Boşanmış kadının durumu da daha iyi değildir, o da güvenliğini sağlamakta zorlanır, ailesinin evine dönmek zorunda kalabilir, çıkış yolu olarak çoğu zaman yeni bir evlilik yapmayı seçer.

Bir toplumda kadın ve erkeklerin toplumsal hayata katılım biçimi, oranı, görünürlüğü ve temsil biçimi önemli oranda o toplumda geçerli olan toplumsal cinsiyet algısından etkilenir. O toplumun toplumsal cinsiyet rejimi kadın ve erkeğin rollerini belirler. Toplumların sosyal ekonomik ve kültürel yapısına uygun olarak şekillenen toplumsal cinsiyet rolleri düzeni buna uygun çeşitli mekanizmalar da üretir. Sonuç olarak toplumsal cinsiyet rolleri tarih içinde coğrafyaya, zamana, sınıfa ya da ırka göre şekillendiği kadar siyasi ve ekonomik koşullara da göre de şekillenir denebilir.

Türkiye’de toplumsal cinsiyet ile ilgili alanyazın taranırken, yaptığı çalışmalarla sıkça karşılaşılan Fatmagül Berktaş’a göre;

“Erkeğe göre kadın öylesine farklı, gizemli ve yabancı bir yaratıktır ki, onu anlamak için özel çaba harcaması gerekir. Bu çabayı harcarsa bile başarılı olacağı kuşkuludur; çünkü kadın deniz gibidir, hem ele avuca sığmaz, hem de her an değişebilir. Erkek egemenliği bu “başarısızlığı” aşabilmek ve bu bilinmeyen, dolayısıyla yabancı ve ürkütücü yaratığı evcilleştirip efendisi olabilmek için kadınları çeşitli kalıplar içine sokarak tanımlar, ad koyar. Birine adını koymak onu tanımlamak, eşitsiz ilişkilerin var olduğu toplumda

bir güç gösterisi, bir iktidar/egemenlik edimidir. Kadınların nasıl olmaları, nasıl olmamaları gerektiğine egemenler (erkekler) karar verir ve onu kalıplar içine hapsederler” (Berkday, 1994:124).

Kadının eve hapsedilmesi ile ilgili Linda McDowell şöyle bir tanımlama yapmıştır; “Ev toplumsal olarak üretimin ve düzenin sembolüdür ve kadınlar kendilerini bu özel alanla özdeşleştirmeye ve sınırlandırmaya yönlendirilmekte, hatta bazen buna zorlanmaktadırlar.” (McDowell,1999: 73). Özel alanla özdeşleşmiş kadın, kamusal alanla özdeşleşmiş erkek ve onunla bütünleşmiş kültür, mülkiyet, sosyal güç, akıl, özgürlük, hak ve yükümlülükler karşısında ikincil duruma düşmüştür.

### **2.3.3. Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Roller**

Türk ailesinde toplumsal cinsiyet rollerinin oluşması çocuk daha doğmadan başlamaktadır. Aileler erkek çocuğunu çoğunlukla kız çocuğa tercih etmektedirler. Bu isteğin arkasında muhtemelen erkek çocuğun ailenin adını sonraki nesle taşıyacağı beklentisi, erkeğin ailenin ekonomisine katkıda bulunma olasılığı, yaşlandıklarında aileye erkeğin bakacağı beklentileri yer almaktadır. Bu bakış açısıyla, kız çocuğu “elin malı” olarak görülmektedir. Bu beklentiler çocuğun kendisinden beklenen toplumsal cinsiyet rollerine yerleştirmesi için itici güç olmaktadır. Örneğin, Türk aileleri erkek çocuklarının daha bağımsız ve saldırgan davranması konusunda teşvik ederken, kız çocuklarının daha bağımlı ve itaatkâr olmaları beklenmektedir.

Geleneksel olarak, Türk aileleri ataerkil temellerin derinlerde olduğu bir aile sistemidir. Baba geniş ailenin başıdır, kararları o verir ve ekmeği o kazanır. Son30 yılda, Türkiye’nin geçirdiği kentleşme, sanayileşme, ekonomik büyüme ve kadının iş dünyasına girme süreci ve küreselleşme ile birlikte ailenin de birçok özelliğinde değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişikliklerden bir tanesi Türk aile yapısının geniş aileden çekirdek aileye doğru evriliyor olduğudur. Artık bireyler daha az çocuk yapmayı ve küçük aileleri tercih etmeye başlamıştır. Geniş aile olarak yaşamaktan yavaş yavaş vazgeçilmekte, çekirdek aileler kentlerdeki yerlerini almaktadır. Çocuktan beklenti azalmaya başlamış (yaşlılıkta ekonomik destek gibi), anne baba-çocuk ilişkileri de etkilenmiştir.

Türkiye’de görülen, çekirdek ailenin bir türü olarak kabul edilen kentsel aile, diğer sanayi ülkelerinden farklı birtakım özellikler barındırmaktadır (Eşkinat, 2006: 52-54). En öne çıkan özelliği, aile içinde hala babanın egemen konumda olmasıdır. Yapılan araştırmalar, kadının iş yaşamına girmesine rağmen önceliğinin ev kadınlığı rolleri olduğunu göstermektedir. En sanayileşmiş bölgelerde bile çekirdek aile yapısı, geleneksel ailenin bazı işlevlerini hala korumaktadır.

Türkiye’deki toplumsallaşma sürecinde kadın düzenli, titiz bir ev bakımcısı olarak ve bakım etiğine sahip özverili bir insan olarak yetiştirilir. Erkek güçlü, bağımsız, otoriter ve ev dışında zaman geçiren özgür bir şekilde yetiştirilir. Ailenin çocuklarla ilişkisi sevgi ve kontrol çerçevesindedir. Çocuklar ebeveyn (özellikle de baba) otoritesine güvenirlir. Çocuklar evleninceye kadar aileleriyle yaşadıklarından, aktif olamayan, bağımlı, bastırılmış kişiler olarak yetiştirildikleri söylenebilir.

Kadınlar iş yaşantısına genellikle evle ilgili işlerin benzeri olan mesleklerde başlamaktadır. Hemşirelik, hostes vb. Kadından, sakin, eğlendirici, duygulu, iyi eş, iyi anne, olması beklenirken erkekten ise güçlü, zeki, mantıklı olması beklenmektedir. Böylece kadınlar, belirli mesleklerde yoğunlaşmaya başlamış ve pilot-hostes, işadamı-sekreter gibi ayrımlar ortaya çıkmıştır.

Günümüzde erkeğin ev dışında çalışması, güç ve para kazanması onaylanırken, ev içinde kalan kadının emeği, bir diğer deyişle “görünmez emek” dikkate alınmamaktadır. Genel kabul gören, kadının ev içerisinde yaptığı işlerin işten sayılmadığı ve bu işleri yapmak zorundaymış gibi kabul edilmesidir. Kadının yaptıkları değersiz bir çalışma olarak kabul edilmekte, kadın erkeğin parasal gücü karşısında onun cinsel ve ev içindeki ihtiyaçlarını karşılayan bir nesne konumunu almaktadır. Tüm bunlar toplumsal cinsiyetin insanlara bellettiği davranış modelleridir ve rolleridir. Küçükken çocuklar büyüklerinden gördüğü davranış kalıplarını kendilerine örnek alırlar. “Biz atadan böyle gördük” cümlesi bu durumun tezahürüdür. Bu davranış kalıpları kitle iletişim araçlarıyla modernleşerek topluma sunulmaktadır.

Dil yalnızca iletişim aracı değildir. Her dil kelimeler/ simgeler/ semboller aracılığıyla değer iletir. Türk dilindeki toplumsal cinsiyete ilişkin iletiler incelendiğinde özellikle atasözlerinin kadınlık ve erkekliğe dair

geleneksel değerlerle yüklü olduğu gözlemlenebilir. Türkiye’de, toplumsal cinsiyetin atasözlerine yansımaya birkaç örnek vermek gerekirse kadının “kucağından sıpayı, sırtından sopayı eksik etmeyeceksin”, “saçı uzun aklı kısa”, “kızını dövmeyen dizini dver”, “kızını dvmezsen ya zurnacıya ya davulcuya varır”. Bunlar gibi birçok örnek verilebilir. Sekreter, şoför, p, hemşire gibi kimi mesleklerin belli cinsiyetlere şüpheye yer bırakmaksızın işaret ettiği ve Türk dilinde örtülü olarak toplumsal cinsiyetin işlediği bir gerçektir.

Türkiye kültürü incelendiğinde erkekle kadının toplumsal olarak farklı konumlandırıldıklarına dair birçok örnekle karşılaşılabilir (Atabek,2012:36). Atabek’e göre; bir kadın azim, kararlılık, dayanıklılık gerektiren bir işi başarıyla bitirirse toplum onu “erkek gibi” kadın olarak niteler. Bir diğer örnek de kadın eğer yaşantısından çok bunalırsa “keşke erkek olsaydım” cümlesini kurar ama bir erkekten pek de “keşke kadın olsaydım” türünde bir cümle duyulmaz. Bunun nedeni toplumda kadınlığın aşağılanması ve erkekliğin ise yüceltilmesi olabilir. Toplumsal ğreti kadını sadece iki durumda bu aşağılanmadan kurtulabileceğini göstermektedir: Birincisi bir erkeğin eşi, ikincisi de anne olarak. Bu iki durumda da kadının bireysel olarak kendini geliştirmesiyle statü kazanmasının bir alakası yoktur. Kadın bir statü sahibi bile olsa (iş kariyerinde iyi bir müdür mesela) toplumda “eş ve anne” olması kadar prestij sahibi olamamaktadır. Politikada bakanlık koltuğuna oturmuş bir insana hitaben “bayan bakan” demek veya bir romancıyı “kadın romancı” şeklinde tanımlamak da toplumumuzun nasıl cinsiyetçi bir bakış açısı olduğu hakkında bize fikir veren örneklerdir.

#### **2.3.4. Kadının Medyadaki Yeri**

Kitle iletişim araçları, toplumsal idealleri yansıtan kurumlardır. Bu araçlar, kadın-erkek tanımlamalarını toplumsal gerçeklikle birebir örtüşen bir şekilde yansıtmaları da toplumun ulaşmak istediği idealleri ortaya koymaktadır. “İletişim endüstrisi belli kalıp yargılara dayalı olarak ürettiği imgelerle genel izleyici kitlesini ekran başına çekip kar ederken, aynı zamanda bu izleyici kitlesinin toplumsal değer beklentisine de yanıt vermiş olmaktadır.” (Timisi, 1997: 26) Kitle iletişim araçları gerçekliği sunduğunda onu olduğu



gibi yansıtmaz, yeniden kurgular. Bu kurgulama yapılırken seçilen imgeler gerçek dünyadan alındığından izleyicide gerçeklik yansıtıyormuş izlenimi yaratılır.

Kültür endüstrisi, kültürel emperyalizm başlığı altında da bahsedildiği üzere, kitle iletişim araçları, bireylerin tutum ve davranışlarını etkileyebilmek ve değiştirebilmek için kullanılan en etkin yöntem ve araçlardır. Bu araçlarda kadının nasıl temsil edildiği, cinsiyetçiliğin yeniden üretilmesi ve toplumsal dolaşıma sokulmasında ya da bu anlayışın değiştirilmesi rol oynamaktadır.

Akdoğan'ın belirttiği gibi;

“Kapitalist toplumun geleneksel değerlerle birlikte kadına bakış açısı medyaya yansıdığı gibi, medya bu yansımayı kendi çıkarlarına göre süzerek topluma ticari yoğunluklu bir aynayla yeniden sunmaktadır” (Akdoğan,2004:45).

Medya, toplumun ne zaman, ne hakkında konuşup tartışacağını, ne ile meşgul olacağını belirler. Yani gündem belirleme özelliğine sahiptir. Bu durum medyayı toplumda önemli bir güç haline getirir ve medyanın bu gücü ve söylemleri de siyasal ve ekonomik güce kim sahipse onun tarafından kullanılır. Toplum, yaşanan her şeye, tüm olaylara, bu güce kim sahipse onun gözüyle bakmak zorundadır. Bu nedenle de kitle iletişim araçları insanları standartlaştırmakta ve otoriteler tarafından kontrol edilmelerini kolaylaştırmaktadır.

Chomsky'nin de dediği gibi;

“Medya kamunun çıkarlarına değil, devletin ve diğer şirketlerin çıkarlarına hizmet eder. Medyanın saldırı ve ayartma ekranı, olası en büyük halk kesimini tutsak almak ve hipnotize etmek üzere düzenlenmiştir.”(Chomsky, 1995:9)

Emperyalizm kitleleri yozlaştırmak için kültürel öğelerin içini boşaltmayı ve bunları kendine göre yorumlamayı kendine iş edinmenin yanı sıra toplumu yaşına, cinsiyetine göre de parçalarına ayırarak yönetmeyi uygun bulmuştur (Akdoğan, 2004: 61). Bu parçalamalarda kadının yeri özeldir. Emperyalist kültür anlayışı kadını evde tutup tüketici yanını, anne ve çocuklar üzerindeki karar vericiliğini, fiziği ve cinsel varlığıyla alınıp satılacak bir meta olmasını destekler. Kadın beğenilmek için tüketilecek malları seçmek için araç olacaktır. Hem kadına hem de erkeğe bu aşılmalıdır, erkekler kadınla ilgilenmeli, kadın da erkeğin ilgisini canlı tutmak için modayla, kozmetik

malzemeleriyle, kıyafet alışverişiyle ilgilenmelidir ki kapitalizmin çarkları dönmeye devam etsin.

Kitle iletişim araçları anlam oluşturma sürecini izleyiciyle karşılıklı etkileşim içinde yaratır. Medya metinleri toplumsal temsiller aracılığıyla üretilir. Bu metinlerin anlamlandırılması için izleyicinin toplumsal yapının değerlerini bilmesi önemlidir. Görsel ve işitsel olduğundan geniş kitlelere ulaşabilen televizyon, kültüre ilişkin temsillerin yeniden üretildiği kaçınılmaz bir mecra olmaktadır.

Toplumsal cinsiyet rolleri kitle iletişim araçlarından topluma yansır ve benzer şekilde toplumdan da kitle iletişim aracına yansır. Bu, toplumun değer yargılarının kitle iletişim araçlarına aktarımı, kitle iletişim araçlarından da tekrardan topluma aktarımı anlamına gelmektedir. Kitle iletişim araçları bireylerin kişiliğinin oluşumunda etkilidir ve bireylerin toplum içindeki rollerine dair ipuçları sunar.

Türkiye toplumunda kadının rolü de televizyonda belli şekillerde aktarılmaktadır. Kadın televizyonda veya diğer kitle iletişim araçlarında beden imgesiyle/ dış görünüş ve cinsel rolleriyle ön plana çıkarılmaktadır. Bu araçlarda genellikle evin içinde temsil edilen kadın, üretim ve kişilik anlamında pasif bir konuma yerleştirilmektedir. Kadının rolünün üretimde değil, tüketimde olduğu, kitle iletişim araçlarındaki reklamlarda kendisine verilen rollerden veya hedef kitle olarak kendisinin seçilmesinden de anlaşılabilir.

Medyada kadını konu eden alanlardan en önemlilerinden biri televizyondur. Televizyon, sesin dışında görselliğin de kullanıldığı en önemli iletişim aracı olarak hayatımıza girmiştir. Yayın harcamalarının reklam gelirleri ile karşılandığı göz önüne alındığında, pazarlama stratejileri de görünür olmaktadır. Kadın burada bir fenomen ve ürün sunuş objesi niteliğine bürünür.

Televizyon, anlatı biçimlerinden oluşan bir anlam sistemidir. Bu anlam sisteminin şekillenmesinde toplumsal değerler ve kültürel öğeler etkili olmaktadır. Hatta televizyon bu değerlerin yansıtıldığı bir ortam olması ötesinde bunları oluşturan, değiştiren, dönüştüren bir anlam içermektedir. Çelenk'in ifadesiyle; "Televizyon, kültürün yansıtıldığı bir ortam değil, kültür olarak adlandırılan "paylaşılan anlamların" ya da bir toplumsal katmanı

diğerlerinden ayırt eden “ortak yaşam pratiklerinin” kurulduğu, dolaşıma sokulduğu sonra da televizyonun temsil sistemi içinde yeniden üretim değerine döndüğü yerdir. “Televizyon barındırdığı temsiller aracılığıyla kültürü üretmekte ve yeniden üretmektedir. Dolayısıyla televizyon, anlamın inşa edildiği bir temsil aracı yani bir temsil sistemidir.” (Çelenk, 2005:83).

Medya sektöründe erkek egemenliğinin bariz biçimde hissediliyor oluşu, yayınlardaki kadın olgusunun önemini bir kat daha arttırmaktadır. Çünkü kadının bir meta olarak görülmesi ve eril söylemin baskınlığı yine en çok kadınları rahatsız etmektedir. Yazılı basında genellikle üçüncü sayfa haberlerine konu olan kadın, magazin programlarında ve haberlerde ezilen, mağdur olan, cinayete kurban gitmiş, aldatılan, statüsü düşük işlerde çalışan, siyasal-sosyal ve kültürel alanda yer edinememiş bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın ya geleneksel roller içinde gösterilmekte ya da cinsel obje olarak sunulmaktadır. Bu ikili yapı gösterilerek bir taraftan da kadına hangi rolü benimsemesi gerektiğinin mesajı verilmektedir. Medyada kadının metalaştırılması; kadının kimliksizleştirilmesine, toplumda ikinci planda itilmesine, tüketim objesi olarak görülmesine sebep olmakta ve medyada ayrımcı bir dil üretilmesini körüklemektedir.

Kitle iletişim araçlarında kadın zaten nadir olarak görünmektedir. Görünürse de genellikle eş, anne, kız kardeş veya çalışıyorlarsa genellikle sekreter, hemşire, kabul görevlisi gibi “kadınsı” işleri yapan kişi olarak temsil edilmektedir. Bu işleri yapan kadınlar da hep genç ve güzel ve az eğitim almış olmaktadır. Kitle iletişim araçlarında kadınlar ya şiddete maruz kalan kadın, ya zavallı, korunmaya muhtaç kadın, ya cinsel obje, ya iyi eş, ya iyi anne, ya kötü eş, ya kötü anne, ya yuva yıkan kadın, ahlaksız kadın, ya tüketen kadın, ya da tükettiren kadın olarak yer almaktadır.

Televizyonda kadın ve erkeğin temsili ile ilgili yapılan içerik analizi çalışmalarında, kadının erkekten sayıca daha az gösterildiği meydana çıkmıştır. 1950, 1960 ve 1970’ler boyunca Amerikan televizyonlarında ekrandaki karakterlerin yüzde 20 ila 35’i kadın iken, 1980’lere gelindiğinde bu oranın arttığı ancak yine de erkek oranının bunun iki katı olduğu gözlemlenmiştir. Görünmeleri artsa da kadınlar erkeklere göre daha önemsiz rolleri üstlenmektedirler. Kadınlar daha çok romans, aile ve arkadaş konuları ile ilgilenmekte, erkek karakterler ise işle ilgili alanlarda temsil edilmektedir.

Kadınların televizyon piyasasına girmeleriyle birlikte ekran önünde sayıca ve işyerinde daha çok gösterilmeleri arasında bir bağ oluşmuştur. Kadınların televizyonda görünme durumları artsa da, bu nicel bir artış olmuştur, sembolik olarak nerdeyse yok sayılmışlardır. Televizyon kanalları kadınları çekici, iyi görünümlü ve kışkırtıcı göstermektedirler ve bunun nedeninin hedef izleyici kitlesinin çoğunlukla genç erkekler olmasına bağlanmaktadır.

Kadının televizyon ekranındaki görünürlüğü; söz sahibi, fikir sahibi, özerk ve kamusal bir kimlik gerçekleştirmiş kadın-bireyleri dışlayan bir temsildir (Çelenk, 2010:236). Birçok araştırmanın açığa vurduğu gibi, dramatik yapımlarda kadınlar genellikle ya edilgen, korunmaya muhtaç ve mağdur bir konumdadır ya da entrikacıdır ve kötücül amaçlar peşinde koşmaktadır. Diğer birçok televizyon programında da kadın sunucular, konuklarını ağırlayan ev sahibesi rolünü üstlenirler. Orta yaş ve üzerindeki kadınlarla, yeterince “güzel ya da çekici” bulunmayan kadınların ne denli başarılı olurlarsa olsunlar dramatik yapımlar dışında ekranlarda kendilerine yer bulamamaları da bir diğer sorundur.

### **2.3.5. TV Dizilerinde Kadının Temsili**

Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarından; anlatım biçimi, temsil sistemi ve türsel özgünlükleri açısından önemli farklılıkları vardır. Her bir tür kendine özgü kodları kullanarak mesajını iletir. Televizyon metinleri anlatısal metinlerdir ve bu metinler sözlü kültürün devamı olarak sözelliği ve görselliği bir arada bulundurmasıyla farklılığını ortaya koyar. Televizyon metni de aslında roman, masal ve film gibi hikâyeler anlatır. Ancak bunu yaparken izlediği yapı segmenterdir. Bu segmenter yapı tekrara dayalı, dizi ya da seriyalgibi sekansal bağlantıları olan, reklâm ya da haber gibi kümeli anlatı gruplarından oluşur. Televizyon anlatısında temel anlatı konusu sürekli tekrar edilerek her bir segment boyunca yayılır. (Çelenk, 2005: 69–73) Televizyon dramaları, televizyonun sürekli mesaj gönderme özelliğine çok uygundur.

Erol Mutlu (Mutlu, 2008: 155) televizyon dizisini yayın tekniği açısından tanımlarken seriyaller arasındaki farklara değinir:

“Bugün dizi ve seriyal formatları çok kesin çizgilerle ayırım yapmak oldukça güç olmakla birlikte, bir zamanlar bu iki format arasındaki ayırım oldukça belirgindi. Dizi, aynı ana karakterler, bazen sürekli bir mekan ortak paydasına

dayanan ama birbirinden farklı olay dizilerinden oluşan dramatik anlatılar bütününü dile getirmektedir. Bu bütünü meydana getiren bölümlerin her biri küçük bir televizyon oyunu ya da filmidirler ve kendi içlerinde eksiksiz bir bütün oluştururlar. Bir bölüm sona erdiğinde, o bölümün olaylar dizisini harekete geçiren sorun(lar) çözülmüş, sonraki bölüme sarkacak hiçbir pürüz kalmamıştır. Böylelikle her bölüm yeni bir sorunla, yepyeni bir başlangıç yapabilir. Seriyal ise tanımı gereği bitimsizdir; aylarca, yıllarca devam edebilir. Seriyali oluşturan tek tek bölümlerde kesintisiz bir öykü anlatılır ve her bölüm bu öykünün en heyecanlı yerinde kesilir. Böylelikle seriyalin öyküsü her bölüm için en heyecanlı, en merak uyandırıcı noktaya sahip olmak durumundadır. Bu nedenle seriyallerin öyküleri bir ana olay dizisinin yanı sıra, iç içe geçen çok sayıda yan olay dizilerinden oluşur.”

Günümüzde dizi ve seriyaller arasındaki ayırım ortadan kalkmaya başlamıştır. Artık birçok televizyon draması bu iki formatın karıştırılmasıyla meydana gelmektedir. Bu yeni tür formatta her bölümde, bir öykü anlatıldığı gibi, dizi süresince devam eden başka bir öykü de anlatılabilmektedir. Bu nedenle, bir sonraki bölümü kaçıran izleyici diğer devam eden öykü sayesinde diziden uzaklaşmamaktadır.

Televizyon türü olarak diziler ve seriyaller içerik olarak seyirciye gerçeklik ve kurmacanın bir karışımını sunar (İmançer, 2006: 59). Dizilerin içeriği, gerçekliğin bir sunum biçimi olarak anlaşılır. Seyirci bu sunulan gerçeklikle özdeşleşerek kendi deneyimleri ve yargılarıyla karşılaştırır. Dizilerde oyuncunun canlandığı karakter izleyicinin benimsediği rol temsiline ne kadar çok uygunsa o kadar çok diziler izleyiciler tarafından gerçekçi olarak sınıflandırılır.

Yerli dizilerde kurgusal gerçekler aracılığıyla inanma duygumuzu güçlendiren yeni bir dünya oluşturulmaktadır. Bu dünya, izleyicinin kendi toplumsal varoluşundan uzaklaşması ve sınıf, cinsiyet ve etnik farklılıkların yeniden üretildiği, paranın ve paraya bağlı gücün yüceltiği, yarışmacı bir alana girmesi sağlanmaktadır. Bilinçli oluşturulan bu kurgusal dünyada her şey mümkündür. Son dönemde sayısı oldukça artan bu diziler toplumsal yapının yeniden üretimlerini gerçekleştirmekte ve bunun yaygınlaşmasını amaçlamaktadır.

Televizyon dizilerinde aile toplumun çekirdeği ve vazgeçilmez unsuru olarak sunulmakta, kadının da toplumdaki yerinin ailesi olduğu vurgulanmaktadır. Böylece bu diziler kadınlara, en önemli amaçlarının aileleri bir arada ve mutlu tutmak olduğunu aşılacaktır. Bu tür programlar, insanlar tarafından anlaşılması çok kolay ve konusunun önceden tahmin edilebildiği

türlerdir. Örneğin, pembe dizilerin senaryosunun kadının ev içinde çalışmasına dikkat edilerek yazıldığı düşünülmektedir. Kadın genellikle ev içinde çalışan, kocasını evde bekleyen, her zaman bakımlı, erkek için yaşayan biri gibi gösterilebilmektedir.

Aile dizilerinde de ideal aile modeli biyolojik çekirdek aile olarak anne, baba ve çocuklardan oluşur. İki nesil temsil edilir ve cinsiyet rolleri ayrıştırılır. Dizi incelemeleri tarandığında, yapılan tespitlere göre aile seriyallerinde babanın her zaman merkezi otorite olarak ailenin geçimini sağlayan, ailenin normlarını belirleyen kişi olduğu göze çarpar. Annenin ise en önemli görevi çocukların eğitimi ile ilgilenmek, dışarıya karşı kocasını desteklemek, geri planda durup dekor fonksiyonunu yerine getirmektir. Kadının mesleğinde yükselme hırsı nedeniyle çocuk doğurmazsa bu bir evlilik krizine neden olmakta ve aile modelinden sapma olarak gösterilmektedir.

Bu tür aile dizilerinde kadınlar gençlik çağında aile ve iş karışımı içinde ancak daima aileye bağlantılı olarak temsil edilmektedir. Onlar zamanlarını yardımcı işlerde, sosyal ya da genel hizmet işleri alanında çalışarak, evde oturarak, aileleri ile güçlü bir bağ içinde onların nasihatlerini dinleyerek geçirirler. Evlilik için ideal kişinin bulunması ile birlikte kadınlar ailelerinden ideal süreç ve adaylar içinde seçtikleri erkeğin amaçladığı aileye katılarak, ancak bir erkeğin yanına gitme yoluyla ayrılırlar. Erkekler gençlik dönemlerinde tamamıyla kendi ailelerinden ayrılmalarıyla birlikte dışarıdaki tanıma sürecinde öğrenirler ki, bir insan ailesiz anlamlı bir hayat süremez. Erkeklerde aileden çözülme, aileye karşı duygusal katılım ve meslek şevki ile bütünleşir.

Aile seriyallerinde sapkın figürler de cinsiyet stereotipleri ile belirlenmiştir. Erkeklerde merkezi stereotip karakterler yaratıcı ve suça eğilimlidir. Kadınlar ise güçlü iş kadını, mesleğinde yükselen ve psikopatlardan oluşur (İmançer, 2006: 61). Aileye katılım ne kadar az olursa o kadar sapma ve toplum standartlarından çıkma güçlüdür. Aile seriyallerinde kadın ve erkek arasındaki anlaşmazlıkların çözümünde şiddet kullanılmaz, ideal aile modelinde sapan kadınlar kişisel bahtsızlıklar ve felaketler aracılığıyla ehlileşir.

Toplumun değerlerini izleyiciye sunan diziler, toplumsal yaşamda çoğunlukla karşılaştığımız toplumsal cinsiyet rollerinin devam etmesinde de

önemli bir rol oynamaktadır. Söz gelimi cinsiyetçi iş bölümü yerli dizilerde kendine yer bulmaktadır. Dizilerde kadınlar bir meslek sahibi olsalar da, üniversite mezunu olsalar da aile ya da ev içinde konumlandırılırlar. Çünkü toplumda bir kadının ev kadını ve anne niteliklerini ön planda tutması gerektiği inancı yaygındır. Dizilerde ataerkil yapı içinde temsil edilen kadın karakterler, süregelen geleneksel söylemlerin yeniden üretilmesinde bir araç olarak kullanılmaktadır. Televizyonda yansıtılan stereotipleşmiş kadın görüntüleri, toplumun kadını nasıl görmek istediği ile ilgili bir fikir verir.

Erkek egemen ideolojinin kadına uygun gördüğü toplumsal roller, toplumsal yaşamda karşımıza çıktığı gibi televizyonda kendini gösterir. Yerli dizilerde temsil edilen kadın, ‘fedakâr anne’, ‘namuslu eş’ ya da ‘evinin kadını çocuklarının anası’ mesajlarını ileterek kadının geleneksel rolünü sürdürmesi gerektiği izleyici kadına hatırlatmaktadır. Bu şekilde, diziler aracılığıyla erkeklerin kadınlardan beklentileri şekillenmekte ve toplumsal yapı içinde cinsiyet rollerinin devamlılığı oluşturulmaktadır.

TV dizilerinde kadınlar üretken, emekçi kadınlar olarak temsil edilmezler. Genellikle güzel, şık ve bakımlıdırlar. Hedeflediği televizyon izleyicisi kadınların tam da olmak istedikleri gibidir kadınlar. Dertleri tasaları aşk meşk meseleleridir. Entrika, ihtiras, çatışma, kavga dolu yaşamlarında bir yandan da mutludurlar, parasal sıkıntıları yoktur, dünya tozpembedir, her şeyleri vardır, yaşadıkları yerler modern eşyalarla kaplıdır. Böyle bir dünya sunulduğundan televizyon izleyicisi kadınların kendi olumsuz yaşam şartlarını unutmak için bu dizileri izledikleri düşünülebilir. Ancak Yasemin İnceoğlu’na göre, pembe diziler, kadınların gündelik hayatın acıları, çaresizlik, koca dayağı ya da cinsel tatminsizlik gibi pek çok soruna tahammül etmelerine ve bunları kanıksamalarına yol açmaktadır (İnceoğlu, 2014).

Toplumsal ilişkilerin, belirli bir konu ve belirli karakterlerle, devamlılığını sağlayan yerli dizi konsepti başarılı olduğundan benzerlerini doğurmuştur. Bunun sonucunda benzer karakteristiklerle, aynı tarzda oyuncularla, benzer toplumsal ilişkiler ile ilgili aynı tür öyküler, farklı dönemlerde hikayesel bir üstünlük sağlamışlardır (Çelenk, 2005: 291). Ana yayın kuşağı, televizyonlar için çok önemlidir, bu nedenle denenmemiş denenip risk alınmaz ve önceden denenmiş ve başarıya ulaşmış formüller tercih edilmektedir ancak elbette bunun sonucunda kopya yapımlar ortaya

çıkılmaktadır. Bu nedenle de toplumsal yaşamda ve televizyonda başat olan toplumsal cinsiyet rolleri diziler tarafından yinelenmekte, ataerkil yapı sağlamlaşmakta ve kadın rolleri bu yapı içerisinde şekillenerek baskılanmaktadır.

Ataerkil toplum düzeninde, baskın cinsiyet değerlerinden sapma gösteren figürler başarısız olmaya mahkûmdur. Homoseksüel bir figür asla aile kuramaz. Homoseksüelliğin negatif değerlendirilmesi “aile” yaşam biçiminin benimsenmesi ile kamufle edilir. Bu da, televizyonda yer alan seriyallerin alternatif yaşam tarzlarına karşı toleranslar taşımadığını gösterir.

Modleski, gündüz saatlerinde yayınlanan “*soap opera*”larda iki farklı kadın imajı tespit etmiştir (Modleski’den akt. İmançer, 2006: 63). Birincisi aileyi bir arada tutan ahlaki ve ruhani rehber, ikincisi ise ev kölesidir. Modleski’ye göre *soap operalar* çözümsüz ikilemler içeren sonsuz hikâyeler ile kadın izleyiciye ailesini bir arada tutmaktaki yetersizliğinde yalnız olmadığına ilişkin bir güvence sunar. *Soap operalar*daki kadın karakterler kadının günlük yaşantısının bir uzantısıdır.

Aile dizileri egemen toplumsal cinsiyet ideolojilerinin desteklediği çekirdek aileyi toplumsal ilişkilerin merkezine yerleştirir. Kadınlar ise aileyi ayakta tutmak, birlik ve bütünlüğü sağlamak için uğraş verirler. *Soap opera* ve bunun benzeri *Prime Time* aile seriyallerde kadın kamusal alanda var olur ancak başarısı özel alanda gösterdiği performanstır. Aile seriyalleri de egemen kültürün aile değerlerinin kodları ile anlamlarını oluşturur.

### 3. BÖLÜM

## YÖNTEM

### 3.1. Araştırma Modeli

Bir kültürden bir başka kültüre uyarlanan dizilerdeki kültürel farklılıkların incelendiği bu çalışmada yöntem olarak eleştirel söylem analizi kullanılmıştır. Söylem analizi konuşma ve metinler ile anlam oluşturma ile ilgilenen ve sosyal ve kültürel alanlarda kullanılan bir araştırma yöntemidir.

Televizyon dizilerinde kadının temsili çalışmaları yıllardır iletişim teorileri çerçevesinde yapılmaktadır. Bu çerçevede dizinin dayandığı bağlam



ile alakalı bazı değişikliklere gidilebilmektedir. Yapılan çalışmalarda genellikle incelenen kavramlar kadınların normal yaşantıları ile dizilerdeki yaşantıları arasındaki toplumsal cinsiyet rolleri benzerlikleri ya da farklılıkları üzerinden kimlik ve temsil kavramlarıdır. Toplumsal cinsiyet konusu temsil çalışmalarının en odak noktası gibi görünse de konuya sınıf, ırk, cinsellik temalarından da bakılabilir.

Televizyon dizileri “sokaktaki insan” ile bağ kurabildiğinden karakterleri aracılığıyla bir eğitsel değer taşıdıklarına inanılmaktadır. Bu durumda akla diziler aracılığıyla kimin eğitsel değerleri “sokaktaki insan”a taşınmak istenmektedir sorusu gelmektedir. Dizilerdeki karakterlerin söylemleri aslında kimin söylemleridir. Söylem analizi yapılırken dikkat edilen bir husus da budur.

Araştırma sırasında karşılaşılan bir diğer nokta ise uyarlama dizilerdeki kimlik, temsil ve söylemler üzerine çalışılırken konunun disiplinlerarası olduğudur. Çok geniş bir yelpazede inceleme yapılması gerekmektedir. Sosyal psikoloji, sosyal temsil, söylem analizi ve medya çalışmalarını kapsayan bir disiplin ortaya çıkmaktadır.

### **3.2. Evren ve rneklem**

Küyerelleşme sürecinde uyarlama dizilerde karşılaşılan kültürel farklılıkların toplumsal cinsiyet rolleri açısından incelenmek üzere bir çalışma evreni oluşturulmuş ve evrenin tamamı üzerinde çalışmanın imkansızlığı nedeniyle Türkiye’de yayınlanan uyarlama diziler arasında birebir uyarlama konusunda ilk ve en çok izleneni seçilmiştir. Bu tezde incelenen 2011 yılında yayınlanmaya başlanan Umutsuz Ev Kadınları dizisi, Desperate Housewives dizisinin birebir uyarlaması olup, ilk sezonu 23 bölüm sürmüştür. Bu tezde, uyarlaması yapılan 23 bölümün tümü söylem analizi yöntemiyle ayrıntılı bir Şekilde incelenmeye çalışılmıştır.

### **3.3. Verilerin Toplanması**

zerinde alışma yapılan dizilerin Amerika’da yayınlanan İngilizce versiyonuna ve Türkiye’de yayınlanan Türkçe versiyonuna internet üzerinden ulaşılmıştır ve izleme aşaması da internet üzerinden yapılmıştır. Dizilerin hem

İngilizce versiyonlarının hem de Türkçe versiyonlarının karşılaştırılarak izlenmesi ve bu sırada dakika dakika durdurulup not tutulması tüm bölümler için yaklaşık olarak dört ay sürmüştür. Dizilerin analizleri yapılırken karşılaşılan zorlukların en büyüğü dizi dakikaları olmuştur. ABD’de drama dizileri 40 ila 50 dakika arasında bir uzunluğa sahipken, Türkiye’de drama dizileri 90 dakika sürmektedir. Bu durum birebir uyarlama olmasına çalışılan bir dizi için fazladan bir 45 dakika demektir. Bu ekstra 45 dakikayı doldurmaya çalışan senaristler diziye fazladan birkaç sahne ya da diyalog eklemek durumunda kalmışlardır. Bu durum analiz yapılmak üzere birebir aynı sahne yakalanmaya çalışılırken zorluklara neden olmuştur.

## 4. BÖLÜM

### BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

#### 4.1. Dizinin Konusu

Marc Cherry tarafından yaratılan, ABC Studios ve Cherry Production işbirliği ile Amerika Birleşik Devletleri’nde Pazar akşamları prime – time’da yayınlanan Desperate Housewives bir televizyon dizisi olarak yayın hayatına 3 Ekim 2004 tarihinde ABC kanalında başlamıştır. 13 Mayıs 2012 tarihine kadar yayın hayatını sürdüren bu yapım Emmy, Altın Küre, SAG ödülleriyle layık görülmüş başarılı bir televizyon işi olarak Amerikan televizyon tarihindeki yerini almıştır. Dizi 8 sezon devam etmiştir. Dizinin kendisi toplamda 180 bölümden oluşmaktadır. Dizi ek olarak 7 adet özel bölümle izleyicinin karşısına çıkmıştır. Dizinin galası 21.6 milyon izleyiciye, ilk sezon finali ise 30 milyonu aşkın izleyiciye ulaşmıştır. 2007’de, dünya çapında yaklaşık 120 milyon izleyiciyle en çok izlenen program olduğu ve ayrıca 20’den fazla ülkenin televizyon izleme oranlarıyla yapılan bir çalışmada en çok izlenen üçüncü televizyon dizisi olduğu rapor edilmiştir. 2012 yılında, beş kıtanın televizyon izleme oranını ölçen Eurodata TV Worldwide’den alınan bilgiye göre halen dünyanın en çok izlenen komedi serisi ünvanını 2006’dan bu yana korumaktadır. ([http://en.wikipedia.org/wiki/Desperate\\_Housewives](http://en.wikipedia.org/wiki/Desperate_Housewives))

Dizi, kurgusal bir kasaba olan Fairview'teki Wisteria Lane'de geçmektedir. Dizi kendi halinde bir ev kadını olan Mary Alice'in beklemedik

intiharını ile başlar. Dizideki dört ana karakter ev kadınıdır ve bu karakterlerin başlarından geçen olaylar dizinin konusunu belirlemiştir. Ana karakterler isim olarak şöyledir: Bree Van de Kamp, Lynette Scavo, Susan Mayer ve Gabriel Solis.

Dizinin Türkiye versiyonu olan Umutsuz Ev Kadınları yayın hayatına 2 Ekim 2011 tarihinde Kanal D televizyonunda başlamıştır. Dizi Desperate Housewives dizisinin birebir uyarlaması şeklindedir. Konu olarak aynı olan Türkiye versiyonu da kurgusal bir sokak olan “Gül Çıkmazı”ndaki ev kadınlarının başlarından geçen olayları konu edinmiştir. Türkiye versiyonunda da dizi sıradan bir ev kadını olan Handan’ın beklenmedik intiharını ile başlayıp diğer dört ana kadın karakterin hayatları üzerinden devam etmektedir. Karakterlerin isimleri sırasıyla şöyledir: Nermin, Elif, Yasemin ve Zeliş.

## **4.2. Bulgular ve Değerlendirme**

### **“Desperate Housewives” dizisi ile “Umutsuz Ev Kadınları” Karşılaştırması**

#### **4.2.1. Sunum**

##### **Jenerik:**

Öncelikle bu iki dizinin jeneriklerinden başlamak gerekirse, farklılıklar sırayla ortaya çıkacaktır. Desperate Housewives’in jeneriğinde Adem ile Havva figürlerinin resmedilmiş hali gösterilir ve Adem’in başına elma düşer ve Adem kaybolur. Bu tamamen Hristiyan inancına uygun bir jeneriktir. Çoğunluğu Hristiyan olan bir ülkede yayınlanan dizinin jeneriği de bu bağlama uygundur. Bu Havva dururken elmanın Adem’in kafasına düşmesi ve elmanın Adem’i düşürmesi bize dizinin “kadının fendi erkeği yendi” durumu yaşatacağı izlenimini verir. Umutsuz Ev Kadınları’nda ise jenerik tamamen Türkiye’ye özgü sembollerle süslenmiştir. Çatal-bıçak, topuklu ayakkabı ve silah... Türkiye’de kadın denince akla çoğunlukla yemek yapma, ev işleri, çocuk bakımı vs. gelir ancak biraz daha kadınsı olması istenirse topuklu ayakkabı işin içine katılır. Dizinin jeneriğinin izleyicide merak uyandırması için jenerikte bir de silah kullanmıştır. Çünkü Türkiye medyasında kan, silah, cinsellik ve şiddetin izleyiciyi çektiği düşünülür. Bu öğeler kültürel bazı öğelerdir.

İzleyicinin televizyonda kendinden bir şeyler bulmak isteyeceği görüşü hakimdir. Diziyi Türkiye kültürüne uyarlayanlar (senaristler, metin yazarları) da bu kültürel öğeleri göz önünde tutmuşlardır.

#### **Açılış Sahnesi:**

Desperate Housewives'da, dizinin açılış sahnesi ağaçlıklı banliyö tipi bir mahallede koşu yapan bir kadınla başlar ve bize dizinin nerde geçeceği ile ilgili bir bilgi verir. Umutsuz Ev Kadınları'nda ise dizi jenerikle açılır. Oyuncuların isim listesi dizi müziği ile verilir.

#### **4.2.2. Cinsiyet Eşitsizliği**

##### **Kadının Aile İçindeki Rolü:**

Desperate Housewives 1. Bölümü intihar eden kişinin dış ses olarak intihar ettiği günü anlatmasıyla başlar. Mary Alice konuşmasına o gün de ondan önceki her gün gibi ev hanımı olarak rutin işlerini nasıl yaptığını anlatmasıyla başlar. Kadın “kahvaltı hazırladım, evdeki işleri yaptım ve dışarıdaki işlerimi hallettim” der. Umutsuz Ev Kadınları'nın 1. Bölümü ise yine aynı şekilde rutin ev işlerini hallettiğini anlatan Handan, Mary Alice gibi dışarıda iş halletmemiştir. Bu tamamen kültürel bir olgudur. Türkiye'de “ev hanımı” kadınlar dışarıdaki işleri halletmeyi genellikle çalışan eşlere bırakırlar; market alışverişi, fatura ödeme, alışveriş gibi dış işler genellikle eşlerin eve dönerken hallettikleri meselelerdir.

Zeliş'in kocası eşi eve gelir gelmez “ne yemek var” diyor. Hangi ekonomik statüde olursa olsun, çalışsın ya da ev kadını olsun, toplumun beklentisi kadının evde yemek yapmasıdır. Çünkü ataerkil bakış açısına göre kadının ilk işinin, önceliğinin evliliği, çocukları, evi olduğudur. Bu cümle, Türkiye'de toplumsal cinsiyet rollerini çok açık sergiliyor, erkeğin kadına bakışını veriyor. Kadın bir evde o tencereyi doldurması gereken zattır. Ev kadını için bilhassa yemek yapmak olmazsa olmaz bir koşuldur. Hiçbir şey yapmasa da bu görevi yerine getirecektir. Sonuçta parayı kazanan erkektir.

Bree, bu bölümde yemek yapmaya üç saatini veriyor çünkü zaten yemek yapma konusunda çok iyi ama yemek yapmak aslında kendini ifade etme biçimi. Hepsi ev hanımı ve hepsinin işi yemek yapmak olarak gösteriliyor

ama Bree, ne kadar farklı yaparsa o kadar iyi olacağını düşünüyor. Tamamen kuralcı ve evine evliliğine bağlı bir kadın olan Bree'nin diğerlerinden farklı yemek yapmaya çalışması onun istisnai bir tarafının olduğunu anlatmaya çalıştığını gösteriyor. Masada oturuyorlar, ailece yemek yiyorlar, arkada klasik müzik çalıyor. Desperate Housewives'da sofranın hazırlanması gösterilmiyor ama Umutsuz Ev Kadınları'nda sofrayı Nermin ve kızı hazırlıyor. Türkiye kültüründe hakim öğretisi kadınların yemek yaptığı, sofrayı hazırladığıdır.

Lynnettemarkette eski bir iş arkadaşı ile karşılaşılıyor. İzleyici, Lynette'in başarılı bir iş kadını iken hamile kalıp işi bıraktığını öğreniyor. Üst üste doğumlardan sonra da kariyerine dönmesinin zor olacağını da aşıkardır. O artık sadece bir eş ve bir annedir. Markette karşılaştığı arkadaşı bu durumdan yararlanıp ona dokunduruyor ve Lynette ise, öyle hissetmese de, toplumun ondan beklentisini, "anne" kutsalına saygıyı, yerine getiriyor ve "kariyerini bitirmekten ve anne olmaktan hiç pişman olmadığını" söylüyor. Toplum ona bir kere anne rolünü biçmiştir. Elif için de aynı sahne kurgulanmıştır. Aynı şekilde anne olduğu için iş hayatını bırakan Elif'i eski iş arkadaşı görüyor ve aralarında aynı tarz bir konuşma geçiyor. Elif de kariyerini bırakıp çoluk çocuğa karışmaktan, öyle hissetmese bile, pişman olmadığı yalanına başvurur. Annelik mevzusunda iki kültürün kadınlarına da toplum tarafından aynı rol biçilmiştir. Ve iki toplumun kadınları da, bu örnekte, ataerkil toplumun onlara atfettiği annelik rolünü başarıyla üstlenmektedir.

Yasemin balkonda çamaşır asıyor. Bu iş Türkiye'de yine kadına düşen bir görevdir. Amerikan versiyonunda böyle bir sahne yok çünkü bu işi kadınlar yerine artık teknoloji yapıyor.

2. Bölümde intihar eden Handan'ın intiharı konuşulurken gizli bir ilişkisi mi vardı acaba düşüncesi üzerine "ev işiydi, çocuktu, kocaydı hepsine yetişti de bir de sevgiliyle mi uğraşacaktı" diyor Elif. Bir ev kadının işleri ancak ev işi, çocuk, koca üçgeni olmalıdır düşüncesi ataerkil Türkiye toplumunun bakış açısını yansıtıyor. Handan'ın intiharı çok şaşılacak bir durum olarak karşılanıyor çünkü bir kadın kocasını, çocuğunu asla yalnız bırakmaz diye düşünülüyor.

2. Bölümde Nermin çocukları kahvaltılarını bitirdikten sonra, kızına bulaşıkları bulaşık makinesine yerleştirmesi gerektiğini söylüyor. Kızı “abim yapşın” dediğinde “o erkek” diye cevap veriyor Nermin ve ekliyor “kız kızlığını bilecek erkek erkekliğini”. “Evlence çok dua edeceksin” diyor kızına çünkü biliyor ki kız evlence kocası da toplum da ondan hizmet bekleyecek ve küçük yaşta eli alırsa ilerde çok daha pratik bir şekilde tüm işlerini halledebilecek. Bu, Türkiye kültüründe kız çocukları ile erkek çocuklarının toplumsal cinsiyet rollerine göre daha küçük yaştan itibaren ayrıştırıldıklarını yansıtan bir örnek olabilir.

Türkiye versiyonunun 3. Bölümünde, Zeliş kocasına evden oturmadan sıkıldığı ile ilgili dert yandığında kocasının cevabı “pasta yap, camları sil” oluyor. Kadın sıkılma hakkına sahip olmamakla birlikte sıkılırsa çözümü ev işi olarak önüne sürülüyor.

Türkiye versiyonunun 6. Bölümünde, Yasemin “hem anneyim hem de becerikli değilim” diye düşünüyor ve toplumun onu kınadığının farkına varıyor ve buna üzüyor. Toplumun bakış açısı kadının anne olarak becerikli olması gerektiği yönündedir.

11. Bölümde, Gabriel kızdığı zaman kocasını cezalandırabiliyor. Türkiye versiyonunda böyle bir durum yok. Ne olursa olsun Zeliş kocasının yanında yer alıyor, ondan korkuyor ve onun sözünden çıkmıyor. Böyle bir kocanın sözünü dinlememe, onunla zıtlama durumunun hoş karşılanmayacağı düşüncesinden Türkiye versiyonunda bu sahnelerin yer almadığı izlenimini ediniyoruz.

19. Bölümde, Susan’ın annesi sevgilisinden ayrılıp birkaç günlüğüne Susan’a geliyor ve bu sırada bardan tanıştığı bir adamı eve getiriyor ve gece sevişirken Susan onları yakalıyor. İzleyiciye bu sahne, tasvip edilmeyen bir 60 yaş üstü anne hareketi olarak yansıtılıyor. Türkiye versiyonunda ise Yasemin’in annesi sadece yaşına göre biraz frapan olduğu düşünülen bir gece kıyafeti ile düğüne gitmek istiyor. Türkiye kültürü için anneanne olmuş bir kadının tasvip edilmeyen davranışı sırtı açık bir elbise giymek olabiliyor.

23. Bölümde, Gabriel kocasını hapisten çıkarmak için kocasına bazı şartlar sunuyor ama Türkiye versiyonunda böyle bir şart sunma yok. Kadın kocasını hapisten kurtarmak için kayıtsız şartsız elinden geleni yapıyor. Gabriel çocuk emzirmeyi bile Carlos'a yükleyebiliyor. Türkiye'de annelik en kutsal görev olarak algılandığından isteksizlikten dolayı çocuk emzirmeme mevzu bahis bile olmayabilir.

### **Kadının Toplumdaki Konumu:**

1. Bölümde, dizinin son dakikalarında bir yangın çıkıyor. İki kültürde de bu durum kötü karşılanıyor. Eddie'nin ve Emel'in evi yanıyor. İnsan ölmüyor. İkisinde de kadınlar Eddie ve Emel için hayatta kalmanın bir yolunu bulur diyor. İki kültürde de bu değişmeyen bir replik. Her iki kültürde de kadınlar bir şekilde hayatta kalmanın yolunu bulmak zorunda kalıyor. Kadınlar ya çalışarak ya evlenerek ya da bir erkekle sevgili olarak, ama sonuçta her türlü bir erkek sayesinde, bir şekilde, hayatta kalmayı başarıyor.

4. Bölümde Handan kendini tanımlarken "Birinin biricik kızı, kocasının karısı, çocuklarının annesi" olarak tanımlıyor. Bu cümle, Türkiye toplumunda kadınların kendilerini başkaları üzerinden tanımlamasına bir örnek oluşturabilir.

6. Bölümde, Gabriel'in kaynanasının kumar tutkusu var Türk versiyonda ise Zeliş'in kaynanası eve gelen pazarlamacılardan bir takım şeyler alıyor, onlara çok para veriyor. Türkiye'de kumar oynamak kadınlara özgü bir alışkanlık olarak görülüyor bu nedenle bu tutku kadınlara daha çok atfedilen alışveriş tutkusu ile değiştiriliyor.

6. Bölümde, Nermin'in oğlu, kız kardeşini erkeklere yüz vermemesi için tehdit ediyor. Kız da karşılığında "sen de yapıyorsun" dediğinde abisi "ben erkeğim sen kızsın" diyor. Bu cümleler toplumsal cinsiyet rollerinin Türkiye toplumunda genç yaşlı çoluk çocuk her yaşta insanın benimseyip şiar edindiğinin birer göstergesi olarak kabul edilebilir. Böyle bir diyalog ABD versiyonunda söz konusu değil.

8. Bölümde, Zeliş'in kaynanası Levent'in evden çıktığını görüyor ve hiçbir şey yaşanmamasına, öyle bir ortam bile yaratılmamasına rağmen bunun

bir aldatma olduğunu düşünüyor ve fotoğraflarını çekiyor. Gabriel'in kaynanası ise onları yatakta yakalıyor ve çıplak haldeyken fotoğraflıyor. Türkiye'de bir erkeğin karısını kıskanmasına neden olarak karısının bir erkekle konuşuyor olması yetiyorken ABD versiyonunda kanıt olarak yatakta çekilen fotoğraf kullanılıyor.

10. Bölümde, bir konuşma sırasında Yasemin "birisi yemeği yapacaksa o da kadın olmalıdır" diyor ve Sinan'ı yemeğe çağırıyor. Türkiye kültüründe kadının yemek yapması ve misafir ağırlaması gereken kişi olduğuna dair düşüncenin hakim olduğunu görebiliyoruz.

18. Bölümde, Zeliş kocasından para sakladığı için kocası sinirli bir şekilde Zeliş'in üzerine yürüyor. Türkiye'de kadınların böyle bir durum karşısında dayak yemesi olağan bir olgu gibi yansıtılıyor. ABD versiyonunda da aynı şekilde para saklama olayı var ancak üste yürüme ya da dayakla tehdit söz konusu değil.

### **Erkeğin Aile ve Toplum İçindeki Rolü:**

Erkekler ise (baba ve oğul) maç izliyorlar. Türkiye'de erkekler ya futbol konuşurlar ya da para.

Bree oğlunun sert çıkışı karşısında uyuşturucu kullanıyor olmasından şüpheleniyor ve bunu dile getiriyor ancak Nermin sert çıkış gördüğü oğlunun aşık olduğunu düşünüyor. Bir erkek çocuğu zıdır ya da saygısız davranıyorsa Türkiye'de "aşık olmuştur" diyerek bu durum yumuşatılmaktadır. Erkeğin asilik yapması pek yadırganan bir durum teşkil etmemektedir tersine bir nedenselliğe büründürölüp yumuşatılma yoluna gidilmektedir. Evin babası masadaki tartışmada bir şey söylemediği için Nermin, "Evin reisi sen değil misin?" diyor babaya, bu tamamen toplumsal cinsiyetin erkeğe biçtiği role bir örnektir. Türkiye'de baba evin reisi, söz sahibi ve kontrolcü olmak zorundadır.

ABD versiyonunda kadınlar dışarıda iş hallederken Türkiye versiyonunda kadınlar genelde ev sahnelerinde görülüyor. Dışarıya pek nadir çıkıyorlar. Fatura ödeme, alışveriş gibi şeyleri erkekler hallediyor.



5. Bölümde, Elif'in kocası, bir konuşmalarında Elif çalışırken aldığı maaşı küçümsüyor. Elif de bunun üstüne “çalışmaya devam etsem müdür olacaktım senden fazla kazanacaktım” diyor. Kocasını bu cümle karşısında Elif'e kırılıyor çünkü Türkiye'de kocaların eşlerinden daha az para kazanıyor olması ayıplanacak ya da en azından olumsuz bir durum olarak algılanabiliyor.

6. Bölümün Türkiye versiyonunda, Elif'in çocuklarının gittikleri kreşte bale yapılmasından bahsediliyor. Elif diğer velileri de örgütleyerek balenin erkek çocuklarına uymayacağını onun yerine zeybek oynamaları gerektiğini söylüyor. Türkiye'de erkeklerin tayt giyip bale yapması hoş karşılanmıyor. Erkek adamın “kadın gibi” tayt giymesi ayıplanıyor. Erkek çocukları erkek gibi danslar etmeli diye düşünüyor veliler. Toplumsal cinsiyet rolleri henüz kreş seviyesinde yerleştirilmeye çalışılıyor.

7. Bölümde, Susan ile Mike arasında geçen bir diyalogda Mike'ın yemek yaptığını öğreniyoruz. Yasemin ile Sinan arasında ise benzer bir diyalog geçiyor ancak Sinan yemek yapmıyor, bekar bir erkek olarak pizza gibi hazır yemek alıyor ve Yasemin'e “bir gün yaparsın da yeriz” diyor. Yemek yapmak, düzenli bir sofrayı kurmak kadının işi olarak yansıtılıyor. Kadının olmadığı bir bekar evinde erkek yemek yapmıyor. Ev içinde yemek yapmak Türkiye'de “erkek işi” olarak algılanmadığı için bu durum değiştirilmiş olabilir.

### **Kadın Erkek İlişkileri:**

Emel komşusu ile dedikodu yaparken “kadınla erkek arasında arkadaşlık olur muymuş?” diyor. Kadınlar küçük yaşlarından itibaren Türkiye'de erkeklere karşı koruma kalkını oluşturmayı öğreniyor olabilirler. Kadınlar erkeğin sadece evlenilecek bir cins olarak hayatlarına sokulmaları gerektiğine dair bir düşünce ekseninde yetiştiriliyor bu nedenle de erkekleri arkadaş ve dost olarak görmeleri güçleşiyor.

### **Boşanmış / Dul Kadına Bakış:**

Desperate Housewives'da Susan kocası tarafından aldatılmış, boşanıp kızını tek başına büyütmek zorunda kalan dul bir annedir. Yasemin de Umutsuz Ev Kadınları'nda aynı şekilde tasvir edilmiştir. Farkları şudur; Susan artık bir erkekle görüşebileceğini düşünür ve bunu açıkça belli eder. Ancak

Yasemin genç bir kızı olan bir anne olarak yeni bir evlilik yapmasının ayıplanacağını düşünmektedir. Talibi çıktığı halde kendini kızına adadığını belirtir bir konuşmasında. Türkiye’de genç kızı olan boşanmış bir anne bir erkekle sevgililik yaşamayı aklından bile geçirememekte hatta evlenmeye bile kolay karar verememektedir.

Yasemin ile Sinan, Sinan’ın Yasemin’in kapısını çalmasıyla tanışıyorlar. Burada da yine çok kültürel bir girizgâh yapılıyor, yeni taşınılan eve çay getirme bahanesiyle kapı çalınıyor. Bu kültürel bir olgudur. Türkiye’de komşunun kapısı çalınır ve ihtiyaç olunan şey istenir. Susan ile Mike ise tanıştıktan sonra Susan Mike’a pasta götürüyor. Türkiye’de kadının, özellikle boşanmış bir kadının, bekâr bir erkeğin kapısını durup dururken çalması ve ona pasta götürmesi ya da herhangi bir hoş geldin hediyesi götürmesi pek tasvip edilen bir durum olmayabilir. Bu nedenle tanışıldıktan sonra ancak bir bahane ile Sinan eve çağırılabilir.

Boşanmış bir kadın olarak Susan, Mike’tan hoşlandığını kızına açıkça belirtebiliyor. Umutsuz Ev Kadınları’nda ise Yasemin bunu açıkça belirtemiyor hatta yakışıklı olup olmadığıyla ilgili fikrini bile beyan edemiyor. Boşanmış bir kadının Türkiye’de hiç rahat davranamamasına, aksine oldukça bastırılmış davranması gerektiğine bir örnek teşkil ediyor bu durum.

Yasemin boşanmış bir kadın olmasına rağmen Sinan ile konuşurken onları gören eski eşine durumu açıklamak zorunda kalıyor. Toplumsal cinsiyetin kadının üstüne biçtiği en önemli rollerden bir diğeri karşımıza çıkıyor. Boşanmış olmalarına rağmen kocası Yasemin’e kendi kullanmaktan sıkıldığı ancak başkasının da kullanmasına izin vermeyeceği oyuncağı gibi davranıyor. Türkiye’de bu çok sık rastladığımız bir durumdur. Ne yazık ki Türkiye, boşandıkları eşlerini kıskançlık nedeniyle öldüren kocalarla dolu bir ülkedir. Bu durum diziye bile yansıtılmış. Amerikan versiyonunda bu hiçbir şekilde sorun oluşturmazken, Türkiye versiyonunda ilk sorunlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de boşanmış bir kadının, hele ki genç bir kızı olan boşanmış bir annenin, eski kocasından başka bir erkekle görüşmesi hoş karşılanmamaktadır. Dizide de eski koca Yasemin’e, sadece yabancı bir erkekle konuştuğu için, “sen ne biçim bir annesin” ithamında

bulunuyor. Annelik görevlerini yapamamasından bahsediyor ve vurmadan indirse de Yasemin'e el kaldırıyor. Bu sahne, annelik rolü olan boşanmış bir kadının üstündeki baskıyı gözler önüne seriyor, bir nevi toplumda yaşanan gerçekliği yansıtıyor. Toplumda birinin eşi, birinin eski eşi, birinin annesi, birinin kızı, birinin ablası, birinin kız kardeşi olarak görülen, rolleri üzerinden tanımlanan ama aslında sadece kendi başına bir birey olması gereken kadınların konumu.

Susan ile Mike konuşurken, sahneye frapan bir şekilde giyinen mahallenin seksi dudu, erkek avcısı Eddie çıkıyor. Eddie'nin bu tarz bir karakteri olduğuna vurgu yapılıyor. Eddie dul bir kadın olarak çok rahat erkek arkadaşları olan, zengin erkek avcısı, çapkın bir kadın olarak gösteriliyor. Umutsuz Ev Kadınları'nda ise böyle açık bir gönderme yoktur. Türkiye versiyonunda adı Emel olan bu karakter de hoş ve bakımlıdır. Dul olduğu özellikle belirtilmiştir. Hatta Emel için “şen dul” sıfatı kullanılıyor. Kahkahası, süsü püsü yerinde bir kadın olarak tasvir ediliyor. Bu tarz özellikleri onu izler kitleye “farklı” tanıtmak için özellikle vurgulanıyor. Çok gülen, çok kahkaha atan kadının normal olmadığına vurgu yapılıyor. Türkiye kültüründe kadının naif, duygulu, nerde nasıl davranması gerektiğini bilen, ölçülü, sessiz olanının makbul olduğu düşüncesinden yola çıkıldığını söylemek mümkündür. Ancak yine de Emel evlenme meraklısı olarak gösterilir. Yani sevgiliyle gezip tozacak değil, her ne kadar hafif meşrep görünse de temelde onun da isteği evlenmektir aslında. Bu, yine kadına Türkiye'deki “evlenince rahata eren varlık” olarak bakılmasının bir göstergesidir. Eddie, çalışan, parasını kazanan bir kadın profilidir. Emel ise ölen eski kocasından kalan parayı yemekle meşgul, aşık olup evlenmeyi bekleyen bir kadın olarak karşımıza çıkmaktadır. Emel bir nevi edilgen Türkiye kadınının hareketli bir türünü temsil etmektedir. Bu “dulluk belasından” evlenerek kurtulacaktır. Onu kurtaracak bir kahraman aramaktadır. Ve o kahramanın evde oturularak bulunamayacağını düşündüğünden gidip Sinan'la tanışıyor. Bu tanışma pervasızmış gibi gösteriliyor çünkü kültürel olarak kadınlar erkeklerle tanışmak için ilk adımı atmazlar öğretisi yineleniyor.

Mahalleden bir kadın muhabbet esnasında Emel'in bir erkekle görüşebileceğini ima ediyor. Çünkü dul bir kadının bir erkekle görüşmesi Türkiye'de açık açık konuşulmaz. Hâlbuki Eddie aleni bir şekilde bir erkekle

birlikte olacağını söylüyor. Oğlu olmasına rağmen Eddie bekâr bir kadın olarak istediği adamla sevişebiliyor. Ancak Emel içindeki adamla evlilik üzerinden bir muhabbet ediyor. Yani bir şey yaşayacaksa da Emel evlilik vaadiyle kandırılıyor. Türkiye’de dul da olsa bir kadın bir erkekle ancak evlendiğinde ya da en azından evlilik sözü aldığı anda birlikte olur mantığı izler kitleye hissettiriliyor. Ancak dizide bu da yine namuslu bir kadın tarafından yapılmıyor, bu yine hafif meşreplik, arabozuculuk gibi kötü özellikleri olan bir kadın tarafından yapılıyor.

2. Bölümde Susan, Mike’dan hoşlandığını fark edince Susan’ın kızını Mike’a çıkma teklifi etmesi gerektiğini söylüyor. Türkiye versiyonunda ise Yasemin için böyle bir durum mümkün değil. O daha hislerini kendine kabul bile ettiremiyor çünkü boşanmış bir kadının, hele de kız çocuğu olan boşanmış bir kadının, bir erkekten hoşlanmasının hoş karşılanmayacağını düşünüyor. “Benim boyum kadar kızım var, ben o defteri kapadım, hem açsam bile Kenan beni öldürür” diyor Yasemin boşanmış, kız çocuklu bir kadın olarak yeni bir ilişkiye başlamayı sadece aklından geçirirken bile eski kocasından korkuyor. Bu durum, Türkiye’de boşanmış kadınların nasıl bir baskı altında yaşadıklarına dair bir örnek teşkil ediyor.

3. Bölümde Yasemin’in boşandığı eski kocası kızını almaya geldiğinde Yasemin’i tehdit ediyor. “Kızımın başına bir üvey baba getiremezsin” diyor. Yasemin onun da bir kız arkadaşı olduğunu söylediğinde “Anla artık ben erkeğim sen kadınsın sen yapamazsın ben yaparım” diyor. Bu Türkiye’deki kadın erkek eşitsizliğini yansıtan bir cümle olabilir. Neden Yasemin’in yeniden evlenemeyeceğine mantıklı bir açıklama bile getirilmiyor sadece “sen kadınsın ben erkek” deniyor. ABD versiyonunda böyle bir diyalogla söz konusu değil.

3. Bölümde, ABD versiyonunda Susan bir talihsizlik sonucu kapıda çırlıçıplak kalıyor ve Mike onu o halde görüyor. ABD kültürüne göre bu komik ama namussuz bir durum olarak algılanmamaktadır. Türkiye versiyonunda ise bu durum yumuşatılmış. Yasemin bornozla kalıyor ve bornozla onu sokakta görenler onu ayıplar bir şekilde bakıyorlar ve eski kocası da “Bu ne biçim kılık git üstüne bir şeyler giy” diyerek onu azarlama hakkını kendinde görüyor.

Türkiye versiyonunun 7. Bölümünde, Yasemin “Benim boyum kadar kızım var ne aşkı” diye çıkışıyor. Bu kültürde çocuğu olan boşanmış bir kadının bir aşk yaşamasının hoş karşılanmadığının işaretleri sıklıkla tekrarlanıyor.

10. Bölümde, Yasemin ile Sinan, Yasemin’in evinde yemek yiyecekleri için Sinan kapıya geliyor ama Yasemin toplum baskısından o kadar korkuyor ki bağıra bağıra “Fırın bozuldu ama Allaha siz anlıyorsunuz o işlerden Sinan bey buyurun” diyor. Sinan sanki bir sorunu çözmek için eve giriyormuş gibi yapmak zorunda kalıyor çünkü bu kültürde boşanmış bir kadının evine akşam vakti bir erkeğin girmesi dedikodulara neden olabiliyor. ABD versiyonunda artık sevgili olan Susan ile Mike istedikleri gibi birbirlerinin evine girip çıkabilmekte ve cinselliklerini istedikleri gibi yaşayabilmektedir.

11. Bölümde, Yasemin artık Sinan’la sevgili olmalarına rağmen eski kocası kızını almaya geldiğinde sevgili olduklarını kocasına söyleyemiyor çünkü kocasından korkuyor. Boşanmış olmalarına rağmen eski kocası halen Yasemin’in hayatına karışma hakkını kendinde görüyor. Bu Türkiye gerçekliğinin bir örneğidir.

### **Namus Kavramı:**

Zeliş evde çok sıkılan, edilgen bir ev kadını olarak resmediliyor. Eşi onunla hiç ilgilenmediği için kırgın, umutsuz ve mutsuz bir kadındır. İsteddiği hayatı yaşamıyor ve bunun farkında. Ancak eşi onu nasıl kandıracağını iyi biliyor. Bir bilgisayar istiyor kadın, eşi de aldatmanın karşılığında eşine bir bilgisayar alıyor. Para kadının “dırdırını” kesiyor. Zeliş’in, aslında direk öyle gösterilmese de, para düşkünü olduğu izler kitleye ima ediliyor. Bilgisayarla ilgili yardım almak için komşunun oğlunu eve çağırın Zeliş, kocası geldiğinde paniğe kapılıyor. Bilgisayarı kurmaya çalışmaktan başka bir suçu olmayan çocukla, sadece odada baş başa oldukları için suçluluk duygusuna kapılan Zeliş çocuğu odaya saklıyor. Bu sahnenin orijinali ise Gabriel’in bahçıvan ile sevişirken kocasının gelmesi. Türkiye versiyonunda kocasından başkasıyla sevişmesi söz konusu bile değilken eşinin çok kıskanç olduğunu bilen Zeliş, genç bir erkekle aynı odada olmasını bile örtbas etmeye çalışıyor. Bu, kültürel bir farktır. Amerika’da eşinin aldattığını öğrenen adam en fazla

boşanabilecekken Türkiye’de eşini aldatan adam, kendisinin aldatıldığını görse eşini ve aldattığı adamı öldürebilir. Türkiye’de bu tarz vakalar (namus cinayetleri) birçok kez görülmüştür.

2. Bölümde, Nermin’in evlilik danışmanı olarak gördüğü dayısı boşanma kavramını bir “namus kavramı” olarak algıladığını belirtiyor. “Bizim yedi ceddimizde boşanmak yok, bundan sonra da olamaz” diyor. Aslında Türkiye kültüründen herhangi birinin dayısı gibi tepki veriyor. ABD versiyonunda ise boşanmak da evlenmek kadar doğal bir durum olarak karşılanıyor.

4. Bölümde, Zeliş evine internete bakması için bir teknisyen çağırıyor ve adamın beli tutuluyor. Zeliş adamın beline krem sürüyor. Bunu gören kocası adamın üstüne saldırıyor. Türkiye’de sağlık sorunu bile olsa evli bir kadının bir erkeğe yardım etmek amacıyla dokunması yanlış anlaşılabilir.

5. Bölümde, Yasemin’in evine hırsız giriyor, polis yatak odasını incelerken Yasemin’e “Şu geceliği kaldırın oradan” diyor. Kadının geceliğinin bir erkek tarafından görülmesi bile ayıplanacak bir durum olarak yansıtılıyor. Bir polis memurunun karışmaması gereken özel bir konuya karışması da yine ilişkilerin sınırlarının genişliğini karşımıza çıkarıyor.

Yine 5. Bölümde, Zeliş arkadaşı ile telefonda dertleşirken erkeklerin nelerden hoşlanıp hoşlanmadıkları ile ilgili yorum yapıyor ve kaynanası “hiç evli bir kadına yakışıyor mu erkeklerle ilgili konuşmak, sen o defteri kapadın” diyor. Türkiye’de kadınlar evlendikten sonra kadınlara tüm bildiklerini unutmaları gerektiği ve hayata kocaları ile başlamış gibi davranmaları gerektiği öğütleniyor. Kaynananın söylemleri kadınların kendilerini kocaları üzerinden tanımlamaları gerektiğine bir örnek oluşturuyor. Zeliş’in kaynanası açısından Zeliş’in kırmızı oje sürmesi bile sıkıntı oluyor. Evli bir kadının öyle frapan renkler kullanmasını hoş karşılamıyor.

7. Bölümde, Mike’in bir kadın arkadaşı Mike’ı ziyarete geliyor ve geceyi onda geçiriyor. Sinan ise arkadaşı ile sadece yemeğe çıkıyor. Türkiye’de bekar bir adamın evinde kendi akrabası olmayan bekar bir kadının kalması yanlış anlaşılmalara neden olabiliyor.

11. Bölümde, Bree mahallelerindeki eczacının kendisine olan ilgisini keşfediyor ve halen evli olmasına rağmen kocasından intikam almak için ona çıkma teklifi ediyor. Türkiye versiyonunda ise mahalleye yeni taşınan eczacı Nermin'e hala takıntılı bir şekilde aşık olan eski sözlüsü. Türkiye versiyonunda Nermin'in adama ilgisi yok ama adamın kadına var. Adam eskiden beri olan ilgisinin hala devam ettiğini belli edince Nermin "evli barklı kadını ben" diyor. Sadece karşı tarafın ilgilenmesi bile kadının namusu olarak algılandığı için kadın karşıdakinin ilgisini de söndürmeye çalışıyor. Kocasıyla arası bozuk olsa bile evli bir kadının intikam için başka bir erkekle yemeğe çıkmasının Türkiye kültürü için kabul edilebilir bir durum olmadığı görülüyor.

11. Bölümde, Susan'ın eski kocası, Susan ile evliyken, Eddie'ye asılmış ve Eddie bunu artık üzerinden yıllar geçmiş diye çok rahat ve aldırılmaz bir tavır ile söylüyor ve eski koca ile yemeğe çıkıyor ancak Emel bunu Yasemin'e eski kocayı suçlar şekilde söylüyor. "Adi bir adam bu senin eski kocan, iyi ki boşanmışsın" diyor. Emel hafifmeşrep bir kadın olarak gösterilse de, bu cümlelerle namussuz bir kadın olmadığını anlatmaya çalışıyor çünkü o kadar namussuz olsa Türkiye kültüründe o kadını o mahallede yaşatmamaları, hemen dışlamaları gerekliliği ortaya çıkabilir. Emel evlere girip çıkıyor, insanlarla arkadaş bu nedenle onu namussuz göstermemeleri seyircinin için rahatlatmak için yapıyor olabilir.

14. Bölümde, Nermin'in kocası ile Bree'nin kocasının eczacı ile konuşmaları farklı. Nermin'in kocası kıskandığı için eczacıyı dövüyor. Çünkü namus Türkiye'de dayak, öldürme gibi bedellere neden olabilecek bir kavramken Bree'nin kocası eczacı ile sadece konuşuyor.

23. Bölümde, Carlos "Hate crime" (nefret suçu) yeniden işlediği için Carlos'un başı büyük belaya giriyor. Türkiye versiyonunda Zeliş'in kocası sadece birini darp etmekten dolayı içeri alınıyor. Mahkemeye çıkacak olan Zeliş'in kocasının duruşmasında Zeliş eğer adamla bir ilişkisi varmış gibi davranırsa kocasının adamı dövmesini hafifletecek bir sebep olabiliyor. Türkiye'de kıskançlık nedeniyle birini dövmek (namus söz konusu olduğundan) hafifletici bir neden teşkil edebiliyor.

### 4.2.3. Batıya Öykünme

#### “Hamburger”, “Kola” ve “Cips”in Kullanımı:

Lynette, *Desperate Housewives*'da, çocuklarını cenaze evinde uslu durmaları için uyarıyor. Ödül olarak da Batı kültürüne ait bir öge olan Noel Baba ile çocuklarını kandırmaya çalışıyor. *Umutsuz Ev Kadınları*'nda ise Elif de çocuklarını cenaze evinde uslu durmaları için ikna etmeye çalışıyor. Ancak kandırma yöntemleri farklı. Elif çocuklarına uslu dururlarsa hamburgerciye götürmeyi teklif eder. Türkiye'de genellikle anneler çocuklarının sağlıklı beslenmesini sağlamaya çalışırlar, evde yemek pişirirler ve hamburger ile beslenme kültürü pek söz konusu değildir. Dizideki bu “hamburgerciye götürme ödülü” bir anlamda çocuklara farklı geleni cazip kılarak istediğini yaptırma olarak yorumlanabilecekken bir taraftan da fark ettirmeden Amerikan kültürünün yerleştirilmeye çalışılması olarak yorumlanabilir. Bu sahne, yukarıda sözünü ettiğimiz McDonaldslaştırma tezinin bir örneğini oluşturabilir. Sonuçta Türkiye kültürüne uyarlanmaya çalışılan dizi bir Amerikan dizisidir.

Nermin çocukları ev yemeği yerine hamburgeri tercih ettiklerini söylediğinde çok şaşırıyor. Çocukların ev yemeği yerine hamburgeri tercih etmesi küreselleşme olgusuna bir vurgudur. Amerikan modeli yeme alışkanlıklarının Türkiye'deki çocuklar tarafından tercih edilen bir şeymiş gibi gösterilmesi de kültür emperyalizmi olarak yorumlanabilir.

Nermin ailesiyle hamburgerciye gidiyor. Ailesi bunu çok güzel bir ödül gibi karşılıyor. McDonaldslaştırma tezinden yola çıkarsak, hamburgerin bir ödül gibi sunulması bir kültür emperyalizmi şeklinde algılanabilir. Yerel öğeleri kullanmasına rağmen bu uyarlama dizi bir Amerikan dizisi aslen, o nedenle kendi kültürünün bazı öğelerini de fark ettirmeden izler kitleye aktarabilir. Küreselleşen dünyada Amerika'nın kültürel bir ögesi olan hamburger Türkiye'de çocukların eğlenceli buldukları bir ödül formunda sunuluyor.

3. Bölümde Yasemin'in eski kocasının yeni sevgilisi arabada kola içiyor. Kola kutusunu arabadan fırlatıyor. ABD versiyonunda da bu sahne aynı. Kasti olarak bir değişiklik yapılmamış olabilir. Kola Türkiye kültürüne ait bir



içecek değilken ABD menşeli bir dizide birçok sahnede gösteriliyor. Bu da yine küreselleşmenin bir örneği olabilir.

5. Bölümde, Elif çocuklara uslu durmaları için cips veriyor. Cips Türkiye kültüründen gelen yerel bir yiyecek değildir, kendisi Amerika'dan ithal bir yiyecektir. Amerika'dan Türkiye'ye uyarlanan bir dizide kullanılması da küyerelleşmeye bir örnek teşkil edebilir.

8. Bölümde, Yasemin Sinan'a yemek götürüyor ve yanına kola da veriyor. Son 15-20 yıl öncesine kadar kola Türkiye'de akşam yemeklerinde içilen bir içecek değilken artık kola sofralarda kendine yer buluyor. Bu örnek, küreselleşmenin ne kadar engel olunamayacak bir olgu olduğuna bir gösterge olabilir.

10. Bölümde, Nermin eskiden çocuklarının yaptığı köfteleri çok sevdiğini anlatırken çocukları “o zamanlar hamburger yememiştik” diyor. Bu örnek,annenin yaptığı yerel yemekleri yeme kültüründen küresel hamburger kültürüne geçişi gözler önüne seriyor.

#### **Yabancı Kelime Kullanımı:**

13. Bölümde, Nermin'in kızı attığı mesajın sonuna İngilizce olarak “sorry” ekliyor. Türkçe konuşurken İngilizce bir kelime kullanıyor. Bu, küresel olandan dilsel olarak da kaçılmadığının bir örneği olabilir.

17. Bölümde, Emel “date”im var diyor arkadaşlarına. Türkçe konuşurken İngilizce “date” kelimesini kullanıyor. İngilizceden bir türlü kaçılmıyor. Bir şekilde her kesimden her alandan çoluk çocuk genç yaşlı herkesin diline yabancı kelimeler pelesenk oluyor. Bu da, küreselin yerelin içine sızışına bir örnek teşkil edebilir.

#### **4.2.4. Cinsellik**

##### **Cinselliğe Bakış:**

Desperate Housewives'da, Gabriel ve kocası tartışırken, Gabriel'in evlenmeden önceki ilişkilerinden çok rahat bir şekilde bahsederler. Umutsuz Ev Kadınları'nda ise Zeliş ile kocası arasındaki atışma ancak araba ve

zenginlik üzerinden devam edebilmektedir. Türkiye’de erkeklerin ilişki geçmişi masaya yatırılıp böbürlenmek suretiyle anlatılabilirken, “kadınlar ilk kez kocalarıyla birlikte olmalıdır” mantığı medya aracılığıyla halen var edilmeye devam ettirilmektedir.

İkisinin de eşleri geldiğinde sevişmek istiyor ancak Lynette prezervatif takmasını kocasına açıkça belirtirken, Elif  st  kapalı bir şekilde işaret ediyor. Normal şartlarda eşler arasında böyle bir i aretleşme olmasa da Türkiye’de “prime time”da izlenen bir dizide prezervatifin bahsi açıkça geçememektedir. Cinsellik, evli bile olsalar, Türkiye’de ve medyasında hala yıkılamayan bir tabudur.

Gabriel ile bah ivanları (John) arasında cinsel bir birliktelik söz konusu iken Türkiye versiyonunda Zeliş ile bilgisayar için yardım istediği Levent arasında bu durumun konusu bile geçmiyor. Levent Zeliş’e hayran hayran bir iki güzel söz ediyor, Zeliş de bu çocuğun ilgisini fark ediyor ama ikisi de utanga lıklarını belli ediyorlar. Türkiye’de evli bir kadının başka bir erkekle ilişki yaşamaması kabul edilebilir bir durum değildir o nedenle bu durum dizinin Türkiye versiyonunda değiştiriliyor.

3. Bölümde, bir sahnede insanlar kendi ba larından geçen utandıkları hikayeleri anlatıyorlar. ABD versiyonunda bu kadınlı erkekli hep birlikte oluyor. Bu hikayeler genellikle cinsel içerikli hikayeler. Ancak Türkiye versiyonunda kadınlar kendi aralarında erkekler kendi aralarında bu hikayeleri anlatıyorlar. Türkiye kültüründe kadınlarla erkekler komik bile olsa ba larından geçen cinsel içerikli olayları birbirleri ile kolay kolay payla mazlar, bu ayıp olarak karşılanabilir. O nedenle bu sahne biraz değiştirilmiş olabilir. Rezillik hikayeleri de iki kültürün biraz farklı. Bree Rex’in rezillik hikayesini anlatırken “Rex boşaldıktan sonra ağlıyor” diyorken Nermin “Behçet sarhoş olduğunda balkondan aşağı içiyor” diyor. Bir kültürde seks, cinsellik rahat rahat konuşulabilirken, diğerinde konu değiştiriliyor.

5. Bölümde, Bree yatağın üstünde bir prezervatif buluyor ve oğlunun sanıyor. Aslında kızının olduğu ortaya çıkıyor. Kızı ile Bree cinsellikle ilgili bir konuşma yapıyor. Türk versiyonda ise bu sahne biraz değiştiriliyor. Nermin bir hediye buluyor. Oğlunun kız arkadaşı var sanıyor ve oğlunun derslerinin iyi

olmamasının nedeni olduğunu düşünüyor ama sonrasında kızının bir erkeğe âşık olduğunu anlıyor, hediye paketinin kızına ait olduğunu fark ediyor. Kızı ile ilişkiler üzerine konuşuyor. Elbette ki cinsellikten bahsetmiyorlar. Annesi kızına biriyle sevgili olmak için küçük olduğunu, önce lisenin sonra üniversitenin bitmesi, çalışma hayatına geçmesi gerektiğini söylüyor. Sevgililik de pek tasvip edilen bir kavram olmadığından Türkiye versiyonunda anne tarafından desteklenmiyor. Kızının genç yaşta evlenmesini de istemeyen anne ancak okul bitip iş yaşantısı olduktan sonra sevgililiği onaylıyor, çünkü o zaman o sevgiliğin evlilik ile sonuçlanacağına inanıyor.

5. Bölümde, Zeliş'in seksi iç çamaşırlarını gören kaynanası “evli bir kadının giyeceği şey mi o” diyor. Bu cümle Doğulu kadınların cinsel yaşamın sadece çocuk doğurmak için bir araç olması gerektiğine ve evli kadının cinsellikten zevk almasının ayıplanacağı yönünde bir terbiye aldığını hissetmemize neden olabilir.

9. Bölümde, Mike ve Susan sevişiyor. Türkiye versiyonunda ise sadece Sinan ve Yasemin öpüşüyorlar. Cinsellik evlenmeden kadın ve erkek arasında gerçekleşmesi tasvip edilen bir aktivite olarak görülmediğinden bu sahne biraz yumuşatılmış olabilir.

11. Bölümde, Bree'nin oğlu annesinin bir adamla dışarı çıktığını görüyor ve “seks yapacak mısınız?” diye soruyor. Türkiye versiyonunda bu sahne çıkarılmış. Annenin cinsel hayatı Türkiye’de anne ile oğul arasında mevzu olabilecek bir konu başlığı olarak görülmemektedir henüz.

13. Bölümde, Lynette'in kayınpederi kalmaya geliyor ve Lynette kayınpederini evde bir kadınla öpüşürken yakalıyor. Türkiye versiyonunda ise kayınpeder ile misafir kadın sadece konuşuyorlar. Yaşlı kişilerin öpüşmeleri, cinsellik yaşamaları ve bunun aleni olması pek hoş karşılanmayacağından bu sahne yumuşatılmış olabilir.

14. Bölümde, Bree'nin kocasının sadist-mazoşist seks eğilimleri olduğu anlaşılıyor. Kocasını bu durumu Bree'ye anlatıyor ve Bree anlayışla karşılıyor. Nermin'in kocası da cinsel yönden sorun yaşadıklarını düşündüğü için seks hayatlarını renklendirmek adına tavana ayna yaptırmaktan veya porno film

izlemekten bahsettiğinde Nermin “Bunca yıllık karına nasıl böyle şeyler söylersin” diyerek kocasına tokat atıyor. Kùltürlerin cinselliğe bakışlarının da çok farklı olduğu görülüyor. Seksten zevk almaması gerektiği, seksin sadece çocuk doğurmak için katlanılması gereken bir aktivite olduğu öğretilmeye çalışılan Türkiye’de kadınlar cinsel fantezileri aşağılayıcı bulabiliyor.

20. Bölümde Zeliş hamilelik testini kâğıda sardırmak istiyor. Türkiye’de evli bile olsa bir kadın hamileliğinden utanabiliyor.

22. Bölümde, Eczacı ile Bree golf oynarken, Bree onun kulağına yakın konuştuğu için erekte oluyor. Türkiye versiyonunda ne golf var ne de ereksiyon. Bu sahne tamamen çıkarılmış.

### **Eşcinsellik:**

4. Bölümde, Zeliş’in kocası evde bulduğu tişörtün eve gelen internet teknisyeninin olduğunu düşünüyor ve adamın peşine düşüyor. Yaşadığı yeri buluyor ve adamı döverken adam “Abi benim karı ile kızla ne işim olur, ben o biçimim” diyor. Bu cümle Türkiye’de eşcinselliğe bakış açısını yansıtır. Dizide eşcinsel olduğunu söyleyen adam bile kendisi için “o biçim” sıfatını kullanıyor. Gabriel’in kocası da aynı şekilde tesisatçıyı bulup dövüyor ve o da “ben gayim” diyor ancak arada bazı farklar var; Carlos’un başı belaya giriyor çünkü ABD’de “hate crime” (nefret suçu) işlemek büyük suçtur. Nefret suçu kavramı önemli bir kültürel fark oluşturuyor. Türkiye’de koca sadece birini dövdüğü için suçlanacakken, ABD’de birinin gay birini dövmek daha büyük bir ceza almasına neden olabiliyor. Polis sorgusunda Türkiye versiyonunda internet teknisyeni “affedersiniz, benim karıyla kızla ne işim olur” diyor. Bir eşcinsel “affedersiniz” diyor kendini tanımlarken. Eşcinsellik, utanılacak ve ayıplanacak bir şey olarak algılandığından ve yansıtıldığından dizide eşcinsel olan kişi kendinden utandırılıyor. Polisler de gülüyor bu sözlerin karşısında. ABD’de bu çok büyük suçken, Türkiye versiyonunda bu suç, mağdur kişiye biraz para verince şikayetini geri çekme esası ile serbest bırakma ile sonuçlanıyor.

15. Bölümde, Gabriel ile John arasındaki ilişkiyi bilen John’un bir arkadaşı, Gabriel’i tehdit ediyor ve bahçıvan olarak işe alınıyor. İşe girdikten

sonra da Gabriel'le cinsellik yaşamak için onu tehdit ediyor. Gabriel de onu korkutunca adam doğruyu anlatıyor. Kendinin gay olabilme ihtimali olduğunu söyleyen adam Gabriel gibi seksi bir kadınla birlikte olup bunu test etmeye çalıştığını söylüyor. Gabriel de ona üzülüp onu dudağından öpüyor, bu öpüşmenin bir şey hissettirmedığı adam kesinlikle gay olduğuna kanaat getiriyor. Türkiye versiyonunda böyle bir diyalog yok. Zeliş onu tehdit eden adamı korkutmaya gidiyor ve adamın anlattığı gerçekler ile ABD versiyonundaki gerçekler ile Türkiye versiyonundakiler birbiriyle alakalı değil. Adamın Zeliş'i tehdit ederek para istemesinin nedeni bir kıza aşık olması ve aşık olduğu kıza parasının olmadığını söyleyemeyeceği. Zeliş de ona akıl veriyor ve Türkiye versiyonundaki bu sahnede kesinlikle eşcinsellikle ilgili bir cümle duymuyoruz.

Yine 15. Bölümde Susan, kızını ararken başkasının evinin havuzunda Bree'nin oğlunu ve bir erkek arkadaşını iç çamaşırlarını çıkarmış bir şekilde görüyor. Oğlan ben gay değilim diyor. Türkiye versiyonunda böyle bir sahne yok. Bu tamamen çıkarılmış.

Bu bölüme kadar dizinin Türkiye versiyonunda sadece bir kere eşcinsellikle ilgili konuşuldu orda da eşcinsel olduğunu söyleyen adam bile kendi cinselliğinden utanırıldı. Eşcinselliğin kabul görmediği bir toplumda televizyonlarında eşcinsellikten bahsetmek de sınırlı olabiliyor.

18. Bölümde, Andrew (Bree'nin oğlu) babasına gay olabileceğini söylüyor. Türkiye versiyonunda böyle bir diyalog yok. Bu durum diziden tamamen çıkarılmış. Eşcinsellikle ilgili direk bilgiler veya direk sahneler çıkarılarak yerine başka diyaloglar ya da hikayeler eklenmiştir.

19. Bölümde, ABD versiyonunda Bree katı bir Hıristiyan olarak oğlunun gay olduğunu kabullenemiyor ancak böyle bir sahne Türkiye televizyonlarında henüz mümkün olmadığından Türkiye versiyonunda yer almıyor. Bree oğlunun gay olma ihtimaline karşın oğlu ile konuşması için eve Peder getirirken, Nermin okulu bırakmak isteyen oğlunu bırakmaması için ikna etmesi adına profesör bir yakınlarını yemeğe davet ediyor. Peder ile konuşmaları sırasında anlaşılıyor ki Andrew biseksüel ve ateist. Biseksüellik ve

ateizm Türkiye kültüründe kendine pek yer bulabilmiş kavramlar olmadığından Türkiye versiyonunda böyle bir cümle yok.

22. Bölümde, Carlos yine yanlış anlayıp kıskançlığı nedeniyle gay birini dövüyor ancak Türkiye versiyonunda Zeliş'in kocası da kıskançlık nedeniyle birini dövüyor ama adamın sözlüsü olduğu ortaya çıkıyor. Türkiye versiyonunda eşcinsellik kavramının kullanılmaktan bir kez daha kaçınıldığı fark ediliyor.

ABD versiyonundaki eşcinsel karakterler Türkiye uyarlamasında tamamen çıkarılmıştır. Türkiye toplumunun büyük bir bölümü henüz evli olmayan kadın ve erkeğin birbiriyle olan cinsel münasebetleri ile yüzleşmemişken, eşcinselliğin, ne yazık ki, Türkiye için oldukça fazla bir olgu olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce bağlamında dizinin uyarlanmış halinin Türkiye'de genel bir izleyici kitlesine hitap edeceği düşünüldüğünden eşcinsellikle ilgili kavramlar, görüntüler ve söylemler diziden çıkarılmıştır. Bu bölümler yerine senaristler tarafından dizi, toplumun "ahlak"ını bozmayacak başka hikayelerle süslenmiştir.

#### **Aldatma / Aldatılma ve Seks kavramları:**

Aldatılma konusunu anlatırken Susan ve Yasemin de aynı acıyı yaşıyor. İki kültürde de erkeğin kadını aldatması çok saklanması gereken bir olgu değildir. Amerikan versiyonunda "seks" kelimesi aleni söylenebilirken, Türkiye versiyonunda "tek gecelik bir şey" adı veriliyor. Susan aldatılma mevzundan bahsederken seksle ilgili atasözleri söylüyor, erkeklerin sekse bakışını açık açık anlatıyor, ancak Türkiye seks kavramını açık açık konuşabilen bir ülke olmadığından Yasemin seksle ilgili üstü kapalı şekilde konuşuyor. Yasemin "ben aldatsam ne olurdu" tarzında bir soru sorduğunda oradaki tüm arkadaşları "öldürürdü" cevabını hep bir ağızdan veriyor. Bu, kadının erkeği aldatmasına toplumda kültürel olarak nasıl bakıldığıнын bir göstergesidir. Eğer aldatan erkekse kadının verebileceği en büyük ceza boşanmaktır ancak kadın erkeği aldatırsa bedeli ölüm olabilmektedir. Aldatma mevzusu konuşulurken iki kültürde de erkeklerin sekse bakış açısıyla ilgili bir cümle kuruluyor. Gabriel "anneannem hep söylerdi penisi sertleşen erkeğin

önünde bir şey duramaz” diyor, Umutsuz Ev Kadınları’nda ise bu söz yumuşatılıp “erkeğin vicdanı yoktur” deniyor.

Umutsuz Ev Kadınları’nda, Zeliş’in eşi tarafından aldatıldığı sahne çok açık şekilde gösterilmektedir. Erkeğin aldatma sahnesinin bu kadar aleni gösterilmesinin altında kültürel bir durum da yatmaktadır. Türkiye’de zengin iş adamları, iş toplantıları, iş seyahatleri bahanesiyle genellikle eşlerini aldatırlar imajı verilmeye çalışılıyor olabilir. Türkiye versiyonunda “erkek aldatırsa elinin kiridir” mantığı kendine yer bulur. Kocasını Zeliş’i aldattığı sırada aldattığı kadına çok kötü davranmaktadır. Burada izler kitleye erkeğin karısını aldatırken aslında aldattığı kadını sevmeden yaptığı, tamamen içgüdülerine yenik düştüğü ve aldattığı kadını önemsemediği yansıtılmaya çalışılmaktadır. Kendi karısından bahsederken ise durum tamamen değişmekte, ondan kutsal bir varlıkmiş gibi bahsetmektedir. Verilmek istenen mesaj, erkek için eş kutsaldır ama aldatmak da bir ihtiyaçtır. Bunun da alt yapısı harem kültürü olabilir. Padişah için çocuklarının annesi (haseki sultan) başkadır, haremdeki diğer kadınlar başkadır. Haseki Sultan değerli bir kadın olarak gösterilirken, haremdeki diğer kadınlara sadece seks objesi olarak bakıldığı gözlemlenebilmektedir.

4. Bölümün ABD versiyonunda Gabriel ile John’un küvette sevişmeleri açık bir şekilde görülebiliyor. Türkiye versiyonunda ise Zeliş ile Levent sadece bir alışveriş merkezinde karşılaşıyorlar.

9. Bölümde, Susan Gabriel ile John’un cilveleştiğini görüyor ve bunu Gabriel ile konuştuğunda Gabriel “sadece seks” diyor. Yani aldatmak o kültürde de iyi bir şey değil ancak sadece seks arkadaşlığı yapıyoruz diyerek yumuşatılabiliyor. Türkiye versiyonunda ise Elif, sadece Levent’in Zeliş’e olan ilgisini fark ediyor.

11. Bölümde, Lynette’in çocuklarının bakıcısı evlerinde yatılı olarak kalıyor. Türkiye versiyonunda ise bir üniversite sınavına hazırlanan bir öğrenci gündüzleri çocuklara bakmaya geliyor. Lynette’in kocası çocukların bakıcısını çıplak bir şekilde görüyor gece mutfakta ancak Elif’in kocası sadece bakıcının göğüslerine bakarken karısına yakalanıyor.

16. Bölümde, Maisy Gibbons para karşılığı seks yapmaktan tutuklanıyor. Rex de müşterileri arasında olduğu için Bree bunu açıklayacağını düşündüğünden kadını hapishanede ziyaret ediyor. Türkiye versiyonunda tamamen değiştiriyorlar bu durumu; dedikodu yapabilecek bir temizlikçi kadın karakter yaratıyorlar ve dedikoduyu o yapıyor ve yayıyor.

18. Bölümde, Gabriel kocasına çok kızıyor ve inat uğruna gidip bahçıvanları John'la birlikte oluyor. Türkiye versiyonunda ise kocasına kızan Zeliş sadece kafasını dinlemek için evden uzaklaşıyor. Levent ile karşılaşılıyor ve geceyi onun evinde geçiriyor ama birlikte olmuyor. Sevişme gibi bir durum söz konusu olmuyor. Kadının erkeği aldatması çok büyük bedellere neden olabilecek bir durum olduğu için böyle bir sahneden kaçınılmış olunabilir.

20. Bölümde, Gabriel sadece hamile kaldığı için değil hangi adamdan hamile kaldığını bilmediğinden sinirli ve korku dolu. Türkiye versiyonunda ise Zeliş fakir ve kocası hapiste bir kadın olarak yalnız bir şekilde nasıl çocuk doğuracağını bilemediği için üzgün. Bu durum yumuşatılmış çünkü aldatma durumu söz konusu olmamıştır.

#### **4.2.5. Kültürel Farklılıklar**

##### **Evlilik, Nişanlılık ve Sevgililik Kavramları:**

Desperate Housewives'da Susan, kızıyla eski kocasının yeni sevgilisinden bahseder. Umutsuz Ev Kadınları'nda ise Yasemin'in kızıyla hakkında bahsettikleri kişi eski kocasının nişanlısıdır. Çünkü Türkiye'de sevgililik kavramı pek kabul gören bir kavram değildir. Onun yerine evliliğe bir adım daha yaklaşılacak nişanlılık kavramının kullanımı izler kitlenin nabzını tutmak olarak anlaşılabilir.

Emel, erkeğin gözüne girebilmek için yeni taşınmış, yardıma muhtaç bekâr bir komşu olan Sinan'a düşünceli ve hamarat bir kadın gibi mantı götürüyor. Çünkü Türkiye'de kadınlar erkeklere kendilerini beğendirmelidir öğretisi söz konusu olabilmektedir. Kadın tarafından evlilik için bazı kriterler yerine getirilmelidir. Bu kriterleri toplum belirlemiştir. İyi yemek yapmak, temiz, titiz, derli toplu olmak bu kriterlerden bazılarıdır. Bu kriterleri yerine getiren kadın toplum tarafından evlilik ödülü ile taçlandırılır. Emel de böyle bir



kadın imajını çizmek için mantı yapıyor, Sinan'ın bulaşıklarını yıkıyor ve evden öyle çıkıyor.

Türkiye versiyonunda, 3. Bölümde fark ediliyor ki Zeliş'in zengin koca ile evlilik yapmasının nedenleri ile Gabriel'in nedenleri kültürel olarak biraz farklı. Zeliş'in babası genç yaşta öldüğünden üvey baba ile büyüyen Zeliş çok küçük yaşta evlendirilmiş. Annesi Zeliş'e "kızım hemen evlen de sahibini bil" öğüdü vermiş. "Evlilik" kavramı ile "sahibini bilmek" kavramları aynı cümlede kullanılıyor. Evlilik, koca Türkiye'de bu anlamları içerebiliyor.

5. Bölümde, Gabriel, kaynanası geldiğinde hiç istifini bozmadan yoga yapmaya devam ediyor. Zeliş ise koşuyor, elini öpüyor ve hürmet gösteriyor. Türkiye'de evlilik bazı gerekleri de beraberinde getirmektedir. Büyüklerin elinin öpülmesi kültürel bir olgudur. Zeliş'in kaynanası da eşinin annesi olarak evin büyüğüdür. Köyden tereyağı, peynir, yumurta gibi yerel yiyecekler getirmesi de dizinin seyirciye benimsetilmesi için yapılan bir yerelleştirme olarak karşımıza çıkıyor.

6. Bölümde, sevgili olan Susan ile Mike öpüşüyorlar buluştuklarında ancak Yasemin ile Sinan sadece ele ele tutuşuyorlar. Sevgililik kavramları ve ilk buluşmada yapılabilecek hareketler kültüre göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle değiştirilmiş (ya da yumuşatılmış diyebiliriz) olabilir.

10. Bölümde, Susan seksi bir gecelikle sevişmek için Mike'i bekliyor kendi evinde ve o sırada evinde gizlenen Zach'i görüyor. Türkiye versiyonunda ise Yasemin sadece kuaförden eve beklenmedik bir anda alelacele dönmek zorunda kalınca evinde gizlenen Mert'i görüyor. Sevgili olsalar da artık sevişmek gibi bir durum söz konusu bile olamıyor Türkiye versiyonunda.

Yine 10. Bölümde, Yasemin ile Sinan yemeğe çıkmaları üzerine konuşurlarken baş başa bir yere gitmektense birinin evinde yemek yemeğe karar veriyorlar, konu komşu görmesin, laf söz olmasın diye düşünüyorlar. Tamamen toplumsal baskının etkisini hissediyoruz. Sevgililiği doyasıya yaşayamıyorlar.

12. Bölümde, Carlos ile Gabriel duşta sevişirken bebek yapmaktan bahsediyorlar. Zeliş ile kocası ise çay içerken aynı konuyu konuşuyorlar.

Sevişme sahneleri evli bile olsalar pek Türkiye televizyonunda rastladığımız bir durum değil.

13. Bölümde, Susan eve geldiğinde Zach ile kızını öpüşürken görüyor. Yasemin ise kızını Mert ile meyve suyu içerken görüyor. Bu sahne, liseli bir kızın evine erkek arkadaşını çağırıp öpüşmesi Türkiye kültürü için hoş karşılanmayacağından değiştirilmiş olabilir.

21. Bölümde, on gündür seks yapmadıkları için endişeli olan Lynette bunu kocasına söylüyor. Elif ise bir haftadır işe giderken onu öpmeyen kocasından şikâyetçi. Türkiye’de seks veya cinsellik, evli bir çift için bile olsa, televizyonda pek görmeye ya da duymaya alışkın olunmayan olgular olabiliyor bu nedenle bu durum öpüşme kavramı ile yumuşatılmış olabilir.

22. Bölümde, Sinan Yasemin’e evlilik teklifi ediyor. ABD versiyonunda ise Mike Susan’a birlikte yaşamayı teklif ediyor. Türkiye’de evlilik dışında birlikte yaşamak yine toplumun onaylamadığı davranış türleri içinde yerini buluyor o nedenle “birlikte yaşamak” kavramı yumuşatılıp evlilikle değiştirilmiş olabilir.

### **Kötü Söz Kullanımı:**

Türkiye’de kadınlar genellikle küfür etmemeleri yönünde terbiye alırlar. Küfrün bir erkek söylemi olduğu düşünülür. Yasemin “mal” kelimesini duyduğunda bile tepki verir ancak Desperate Housewives’da, Susan’la kızı eski kocanın yeni sevgilisine “bitch” diyebilmektedir. Amerikan kültürünün görece daha rahat bir kültür olduğu bilinmektedir. Amerika’da kadınların küfür etmesi kültürel olarak çok hoş karşılanmayan bir durum olmadığından kadının böyle bir küfrü kullanması, bu küfrün kesilmesi ya da yayınlanmaması veyahut Türkiye’deki olağan hale geldiği üzere “bip”lenmesi söz konusu olmamıştır.

20. Bölümde, Türkiye versiyonunda, Emel ölen komşularının ablasını “ecnebi gibi ölünün ardından bir lokma döktürmedin” diye suçluyor. Kültürel olarak farklı olanı aşağılama için o etnik kökeni küfür gibi kullanmak (ecnebi gibi) da bu kültürde söz konusu bir olgu olarak karşımıza çıkabiliyor.

### **Kullanılan Aletler:**

Dizi incelenirken dikkati çeken bir diğer unsur da kullanılan aletlerin farklılığı olmuştur. Kadınların kullandıkları eşya, makine, alet ve edevatlar da kültürel farklılıklardan meydana gelmektedir. Örneğin 1. Bölümde Mary Alice'in komşusu ondan blender ödünç almıştır. Blender, Amerikan kadının pratiklik sağlamak adına sıklıkla başvurduğu bir teknolojik alettir. Türkiye versiyonunda ise komşusu Handan'dan tencere ödünç alınmıştır. Çünkü bu kültürde evde yemek pişirilir ve ihtiyaç olunan şey bir tencedir.

Lynette'in kocası iş seyahatinden gelirken çocuklarına beysbol sopası getiriyor. Elif'in kocası ise futbol topu getiriyor. Kültürel olarak Türkiye'de erkekler futbolla ilgilenirler, Amerika'da ise bildiğimiz anlamda futbol popüler değildir, onun yerine beysbol daha çok ilgilenilen bir spordur.

### **Komşuluk İlişkileri:**

Mary Alice'in öldüğünü gören komşusu korkar, evine gider ve hemen polisi arar. Handan'ın öldüğünü gören komşusu ise çığlık atar ve diğer komşulardan yardım ister. Bu durum henüz Amerika kadar bireyselleşmemiş Türkiye'de komşuluk ilişkilerinin sürdüğüne göstergedir. Türkiye'de yanındaki insanın başına bir şey gelirse yardım etmeye çalışma geleneği halen sürmektedir. Amerika'da ise bu tarz durumlarda insanlar müdahale etmemeyi, onun yerine yardım çağırılmayı tercih etmektedir. Bu gibi durumlarda insanlar polisi, ambulansı arayarak devleti göreve çağırır.

Mahalle kültürü iki kültürde çok farklı şekilde resmedilmiyor; iki kültürde de çocuklar dışarıda oynuyor, iki kültürde de komşuluk ilişkileri var ancak komşuluk ilişkilerinin sınırları biraz farklı. Yardım etme, evlere rahatlıkla girip çıkma bağlamında kültürel bazı farklılıklar söz konusu. Türkiye versiyonunda bayılan ya da düşen birini gören bir komşu hemen müdahale ediyorken, Amerikan versiyonunda direk 911'i (acil yardım servisi numarası) arıyor. Bu da aslında şöyle bir kültürel olgu; Türkiye'de herkes her şeyin, o konuyla ilgili hiçbir şey bilmesede dahi, uzmanı gibi davranabiliyor. Türkiye kültüründe düşen biri varsa ilk yardımı halktan birinin yapması çok doğaldır, hatta yapmaması asıl ayıp olandır. İlk yardım sırasında konunun uzmanı

olunmadığından, nice insanın daha ağır yaralanmasına veya ölmesine neden olursa bile Türkiye’de insanlar birbirlerine anında yardım etmeye çalışmaktadır. Ancak Amerika’da bu durum böyle değildir. Hatta bazı eyaletlerde ilkyardım eğitimi olmaksızın bir hastaya yardım etmek suç olarak sayılabilmektedir. O nedenle Amerikan versiyonundaki komşunun direk 911’i araması ve ilk müdahalenin iki ila beş dakika içinde yapılması en mantıklı davranış şekli olarak görülmektedir. Ancak Türkiye versiyonundaki komşunun ambulansa haber vermeden yardımcı olmaya çalışması da kültürel bir altyapıya sahiptir. Çünkü Türkiye’de bir ambulansa haber verilse ya trafikten ya yolların darlığından ya da insanların umursamazlığından o ambulans geç kalabilmektedir. Bunu tecrübe etmiş olan halk da bilse de bilmese de bir yardımı dokunur umudu ile konuya müdahil olmaktadır. Son tahlilde bu iki tutumun da elbette kültürel ve deneyimsel bir alt yapısı olduğu anlaşılmaktadır.

Türkiye versiyonunda ölen komşularının, yani Handan’ın, kıyafetlerini arkadaşları topluyor ve bu duygusal bir an olarak gösteriliyor. Amerikan versiyonunda toplanma anı verilmiyor. Duygusal bağ Amerika’da sarılmak, öpüşmek, dokunmak gibi hareketlerle kurulmuyor. Onun yerine gidenin ardından kadeh kaldırıyorlar. Amerika versiyonunda daha sembolik şeylerle duygu aktarımı yaşandığı görülmektedir. Ancak Türkiye versiyonu tamamen dokunaklı olmasına özen gösterilmiş bir sahneyle izleyiciye yansıtılıyor.

2. Bölümde Yasemin sabah çöp atmaya çıktığında karşılaştığı Sinan’a “nereye Sinan bey sabah sabah?” diye soruyor. Yeni tanıştığı ve hala siz diye hitap ettiği bir komşusu olmasına rağmen rahatlıkla karşıdakinin hayatını merak etme hakkını kendinde görüyor. Bu soru ve bu yeni tanıştığı kişiye karışma, müdahale etme hakkını kendinde görme yukarıda Hofstede’in kuramına ilişkin bir örnek oluşturuyor. Türkiye’de ilişkilerin sınırları biraz geniş sayılabiliyor.

### **Ölüme Bakış:**

Desperate Housewives’da blender ödünç alan kadın Mary Alice ölünce hemen aleti kendi mülkü haline getiriyor. Umutsuz Ev Kadınları’nda ise böyle bir sahne yok. Türkiye’de malın candan önce gelmemesi gerektiğine dair bir öğreti söz konusudur. Bir ölüm olduysa onun malı ya da mülkü ile ilgili ulu

orta konuşulmaması ya da bunla ilgili kararların hemen alınmaması tercih edilir. Bu nedenle Türkiye versiyonunda bu sahne çıkarılmış olabilir. Amerikan versiyonunda ise bu durum “bright side” olarak gösterilmiştir. Ölüm kötü bir durumdur ancak blenderın bir ölünün işine yaramayacağına göre artık komşunun malı olması kötü bir durumun iyi tarafı olarak gösterilmektedir. Bu, Amerikan kültürünün pragmatizm üzerine kurulu bir kültür olduğunun bir göstergesi olabilir.

ABD versiyonunda, 3. Bölümde Zach babasını ölüm ilanı vermediği için suçluyor. Bu suçlama Türkiye versiyonunda yerini ölünün arkasından 7. ve 40. gününde Kur’an okutmamaya bırakıyor.

20. Bölümde, Türkiye versiyonunda, ölünün ardından ölümünün 40. günü etli pilav dağıtılıp Kur’an okutuluyor çünkü bu bir Türkiye geleneğidir. ABD versiyonunda böyle bir sahneyi görmüyoruz.

### **Cenaze Töreni:**

Desperate Housewives’da Mary Alice’in cenazesinin evden çıkarılma sahnesi verilmemiştir. Umutsuz Ev Kadınları’nda ise Handan’ın oğlunun okuldan dönüp mahalleye girişi, annesinin öldüğünü o anda öğrenmesi, ağlayarak annesinin tabutuna koşması, ölü ambulansa taşınırken ağlama, bağırma gibi dramatik sahneler eklenmiştir. Bunun nedeni Türkiye televizyon dizisi izleyicisinin (izler kitle) dram sevmesi olabilir. Dizilerde dram kullanılarak izler kitlenin ilgisi çekilmeye çalışılır. Bunlar televizyon izleme oranını arttırıcı taktiklerdir. Bu örnek bize sadece kültüre uymayan öğelerin çıkarılmadığını, aynı zamanda izler kitlenin ilgisini çekecek kültürel öğelerin de uyarlama senaryolara dahil edildiğini göstermektedir.

Diziye eklenen önemli bir diğer kültürel öğe ise Umutsuz Ev Kadınları’nda cenaze kaldırıldıktan sonra ölünün ayakkabıların kapının dışına çıkarılmasıdır. Bu tamamen Türkiye’de uygulanan bir adettir. Geleneğe göre artık ihtiyaç olunmayan eşyaları fakir birinin alması sağlanır. Helva kavurma ritüeli de dizide gösterilmektedir. Cenaze evine başörtülü gitmek de yine Türkiye geleneklerinde vardır. Dizideki başrol karakterlerin hiçbirisi normal hayatlarında örtülü olmamalarına rağmen cenaze evine tülbentle giderler. Bu

tarz yerel motifler ve kültürel öğeler dikkate alınarak uyarlama senaryolara eklenir.

Cenaze evine gidilen *Desperate Housewives*'da kadınlar ve erkekler tamamen siyah giyiniyorlar. Kültürel bir olgu olarak Amerika'da cenazede siyah giyinilir ancak Türkiye versiyonunda böyle bir renk hakim değildir. Onun yerine kuran okuma ritüeli gerçekleştiriliyor. Bu farklılık tamamen inanç ve din sistemi farklılığının kültürlere olan etkisinden kaynaklanmaktadır.

İki farklı kültürün incelendiği bu çalışmada bu iki kültürde sadece farklılıkların olmadığı, benzerliklerin de olduğu göze çarpmıştır. Öncelikli inceleme konumuz farklılıklar olduğundan çoğunluklu olarak farklılıklardan bahsedilecektir ancak benzerliklere de değinilecektir. Örneğin; iki kültürde de cenaze evine yemek götürme geleneğinin olduğu dikkati çekmektedir.

Cenaze evinde içki içmek Amerikan kültürünün bir göstergesi iken Türkiye versiyonunda böyle bir durum söz konusu bile değildir. Aksine cenaze evinde içki içmek kesinlikle kültürel olarak bir saygısızlık göstergesi olabilmektedir. Bu nedenle bu sahnenin çıkarıldığı görülmektedir.

Susan ile Mike, *Desperate Housewives*'da, cenaze evinde Susan'ın yaptığı yemek sayesinde tanışıyor ancak Türkiye versiyonunda bu şekilde tanışılmıyor çünkü Türkiye'deki cenaze evinde erkekler ayrı yerde, kadınlar ayrı yerde oturuyor.

*Umutsuz Ev Kadınları*'nda kapının önündeki ayakkabılara kamera odaklanıyor çünkü bu önemli bir kültürel gösterge: Hem Türkiye'de evlere ayakkabı ile girilmez hem de cenaze evlerinin kapılarının önünde çok ayakkabı olur.

3. Bölümde ABD versiyonunda ev partisinde toplanılırken, Türkiye versiyonunda ölünün arkasından Kur'an okutulması için toplanılıyor.

12. Bölümde bir cenaze töreni daha söz konusu ve bu cenaze töreni Türkiye'de oldukça ağlamalı geçiyor. ABD'deki ise daha çok insanların metanetli durduğu bir sahne olarak gösteriliyor.

12. Bölümde, Eddie ölen komşularının küllerini komşunun istediği yere götürüp dökmek istiyor. Emel ise kuran okutuyor ruhuna. Bu durum da dini inanış farklılıklarında gözümüze çarpan bir ritüel farklılığı.

Yine 12. Bölümde karşımıza çıkan bir diğer ayrıntı ise; Türkiye kültüründe mezarlığa ya da cenaze evine giderken siyah giymek olamamasına rağmen Emel'in Yasemin'e mezarlığa giderken siyah giydirmeye çalışmasıdır. Bu Türkiye'deki insanların Batılı filmlerden veya dizilerden gördükleri bir Amerikan/Avrupa adeti olabilir. Küreselin yereli nasıl etkilediğine bir örnek oluşturabilir.

17. Bölümde, “Cenazeye büyük siyah güneş gözlüğü ile gidelim” diyor Yasemin. Türkiye kültüründe olmayan bir gelenek, tamamen filmlerden, dizilerden gördükleri bir kültürü yaşamaya çalışıyorlar.

### **Güzellik ve Zenginlik Kavramları:**

Desperate Housewives'da, Gabriel Solis, zenginliğe ve zengin erkeklere meraklı bir modelken, zengin bir işadamı ile evlenir. Türkiye versiyonunda ise Zeliş karakterinin böyle bir aleni isteği veya arzusu yok gibi gösterilmektedir ancak adı bile aslında geldiği alt kültürü beğenmediğinin bir göstergesidir. Zeliha olan adını Zeliş olarak kullanması aslında kültürel alt yapısında var olan geleneksel yapıyı değiştirmeye niyeti olduğunu izleyiciye aktarmaktadır. Gabriel ve Zeliş aynı karakterler olmalarına rağmen hitap ettikleri hedef kültürler çok farklı olduğu için bu karakterin Türkiye versiyonu biraz değiştirilmiştir. Gabriel Amerika'nın özgür bir ortamı olduğundan rahatlıkla zenginliğe düşkünlüğünü, hafif meşrep yapısını ortaya koyabiliyor. Türkiye kültürü Amerika kültürüne oranla daha kapalı olduğundan burada insanlar niyetlerini (eğer kültürel olarak doğru bulunmayan bir niyetse) çok aleni ortaya koyamazlar. Zeliş karakteri de aslında lüks yaşamı seven, başkaları tarafından beğenilmekten hoşlanan bir kadındır, izleyici dizinin devam eden bölümlerini izlediğinde davranışlarından ve bazı söylemlerinden bunu anlayacaktır ancak başlangıçta karakterini net olarak ortaya koyacak göstergelere yer verilmemiştir. Gabriel cenaze evine “paella” getiriyor. Bu Gabriel'in geçmişinde zengin yerlerde bulunduğu, zengin bir damak tadı geliştirdiğinin göstergesi olarak algılanabilir. Zeliş ise cenaze evine zeytinyağlı bir yemek

getiriyor. Türkiye izler kitlesinin aleni bir şekilde zenginliğe özenen bir ev kadını onaylamayacağı ve bu etik olmayan davranışı sergileyen biriyle bağ kuramayacağı düşünüldüğünden Zeliş karakterinin kendi kültürlerine yakın bir karaktere büründürmeye çalışıldığı düşünülmektedir. İzler kitlenin diziyi sahiplenip izlemeye devam etmesi için karakterlerle bir bağ kurması gerekmektedir. Zeliş karakterinin zeytinyağlı yapmasının nedeni de kültürel bir bağ kurmak olabilir. Yemeğin etli değil de zeytinyağlı olması da, söylemden anladığımız kadarıyla, karakterin kilosuna dikkat ettiğiyle bağdaştırılmaktadır. Zeliş çok bakımlı ve hoş bir genç kadındır ve katıldığı bir güzellik yarışmasında güzellik kraliçesi olur ancak manken olmadan evlenir. Mankenlik mesleği Türkiye’de televizyon izler kitlesi tarafından pek benimsenen bir meslek türü değildir. Bir nevi istenmeyen duruma düşmeden (manken olmadan) evlendirilerek o hayattan kurtarılır. Zeliş’le Gabriel’in ortak olarak gösterilen durumları ikisinin de iki farklı kültürde olmalarına rağmen evlilikten soğumalarıdır. Gabriel zengin kocayı bulmuştur ama ilgiyi bulamamıştır. Kocasını sadece paraya ilgilenir. Zeliş de evlendiği için özendiği, istediği hayatı (model olmak) yaşayamamıştır ve bu hep içinde kalmıştır.

Gabriel ile eşi arasındaki diyalogda göze çarpan bir konu vardır: Eşi Gabriel’e patronları 200 bin dolardan bahsedince “kıçını ellemek isterse elleteceksin” diyor. Adam parayla o kadar ilgileniyor ki eşi o anda umurunda bile olmuyor. Carlos Solis oldukça para odaklı bir adam olarak gösteriliyor. Desperate Housewives’da Gabriel’in kocasını eşini aldatmıyor, o sadece paraya âşık. Tam tersi kocasının paraya olan aşkına sinirlenen Gabriel kocasını aldatıyor. Desperate Housewives’da, seks sahneleri de dahil, Gabriel’in kocasını aldatmasına açıkça yer veriliyor. Türkiye versiyonunda ise böyle bir aldatma söz konusu bile değilken, tam tersi meydana geliyor: Erkek kadını aldatıyor. Aksi düşünülemez bile. Kadın ise (Zeliş) evde kocasını bekleyen, dırdırcı biri olarak lanse ediliyor.

Mary Alice’in yaşarken 38 beden olduğu ama 36 beden gibi davrandığı ortaya çıkıyor. Handan’ın ise 38 bedenmiş gibi davrandığı ancak 42 beden olduğu ortaya çıkıyor. Bu farklılık Türkiye toplumunda kadınların balık etli olduğuna ya da en azından zayıflığın çok popüler bir şey olmadığına bir gönderme olabilir.



### **Boş Zaman Aktiviteleri:**

Desperate Housewives'daki Bree ile Umutsuz Ev Kadınları'ndaki Nermin arasındaki kültürel farklılıklar da göze çarpmaktadır. Bree de Nermin de aşçılık konusunda ustalar ancak ek iş olarak Bree "gardening" yaparken yani bahçesi ile ilgilenirken, Nermin kanaviçe yapmaktadır. Kanaviçe tamamen Türkiye kültürü ile ilgilidir.

Parti algısının bu iki kültürde ne kadar farklı olduğu görülüyor. Amerikan versiyonunda ayakta, kalabalık bir şekilde; kokteyl tarzı bir partide iş konuşuluyor. Türkiye versiyonunda ise oturarak, yemekli ve içkili bir iş toplantısı yapılıyor. Bu da aslında Türkiye insanının biraz daha rahatına düşkün, yemeye içmeye meraklı olduğuna dair ipuçlarını veriyor. Amerikan insanı ise kahve içme kültürlerinden de anlaşılacağı üzere (Starbucks'lardan kahve alıp bir yandan işe yürürken bir yandan kahve içme şekli) bir şeyin hızlı ve pratik olanını seviyor gibi görülüyor.

Umutsuz Ev Kadınları'nın 3. Bölümünde mahalleli bir arada olup eğlenebilmesi için bir piknik düzenliyor. Bir mesire yerine gidilip mangal yakılması oldukça kültürel bir olgudur. ABD versiyonunda evde verilen barbekü partileri söz konusu iken Türkiye versiyonunda bu durumun piknik ile değiştirildiği görülüyor.

Türkiye versiyonunda kadınlar kocalarını pikniğe gitmeye ikna ederken kocaların akşam evde televizyon izlediği görülüyor. Televizyon görüntü olarak dizinin Türkiye versiyonunda hep var. ABD versiyonunda ise neredeyse hiç izlenmediği görülüyor.

4. Bölümde, Eddie, Mike'ı etkilemek için köpüklü araba yıkıyor. Köpükleri üzerine döküyor. Bu, seyirciye çok seksi bir şekilde aktarılıyor Türkiye versiyonunda ise arabayı yıkayan Sinan, Emel ise sadece cam siliyor. Türkiye'de araba yıkamak çok kadınsı bir iş değildir, genelde Pazar günleri erkeklerin severek yaptıkları bir aktivite olarak aktarılır.

4. Bölümde, Türkiye versiyonunda fal bakma sahnesi var. Zeliş, Nermin'e fal bakıyor ve böylece dertlerini öğreniyor. Fal bakmak, baktırmak tamamen yerel bir kültürel motiftir. Bu küresel bir diziyi yerele benimsetmek

adına kullanılan taktiklerden birisidir. Kısaca küyerelleşmenin *küresel düşün, yerel davran* şiarının bir göstergesidir.

4. Bölümde, Lynette çocuklardan yorulup kendini rahatlatmak için (self-medication olarak) şarap içerken, Elif çay içiyor. Türkiye’de genel olarak içki içmek kadınlar için kabul gören bir aktivite olmadığından şarap çaya evriliyor.

5. Bölümde, dizinin Türkiye versiyonunda, Elif’in kocası çocuklarına oyalanmaları için güreşmeyi öğretiyor. Güreş tamamen yerel bir spordur. Bu örnekte tüm açıklığıyla bir yerelleştirme örneği görülmektedir.

ABD versiyonunun 6. Bölümünde, kadınlar topladıklarında poker oynuyorlar ancak Türkiye versiyonunda çay içip kek yiyorlar.

12. Bölümde, Türkiye versiyonunda kadınların kendi aralarında altın günü yaptıkları görülürken ABD’de ise poker günü yapıyorlar. Altın günü ev kadınlarının kocalarından aldıkları mutfak paralarından arttırdıkları paraları biriktirmenin bir yoludur. Türkiye versiyonundaki toplanma öncelikli olarak ekonomik temelli bir para toplamaya dayanırken, Amerikan versiyonunda arkadaşların toplanma maksadı sadece eğlencedir.

20. Bölümde, Carlos hapse girmeden önce barbekü partisi veriyor. Barbekü partisi kültürü oldukça Amerikan bir kültürün göstergesidir. Türkiye’de böyle bir kültür yok. Türkiye versiyonunda aynı kalabalığı yaratmak için evde etli pilav dağıtılıyor.

### **Günah Kavramı:**

Yasemin kızıyla yaşadığı bir diyalogda kızı birini öldürmekten bahsederken “günah” der. Bu, Türkiye’de dizilerde dinin ve kültürün insanların gündelik diline ve söylemlerine ne kadar yansıdığı ile ilgili bir ayrıntıdır.

2. Bölümde Mary Alice’in intihar notu arkadaşları tarafından değerlendirilirken, arkadaşları “bir kriz yaşasaydı haberimiz olurdu” diyorlar ve notun üzerinde “ne yaptığını biliyorum” yazılı. Türkiye versiyonunda ise Handan’ın bıraktığı notta “işlediğin günahı biliyorum” yazıyor. Günah kavramı

kullanılıyor. Türkiye’de bir kriz, bir suç söz konusuysa bu bir günahla bağdaştırılabiliyor.

Handan ne günah işlemiş olabilir ki intihar edecek kadar diye düşünülürken bir erkekle gizli ilişkisi olabileceği varsayımını çıkaran Zeliş’in cümlesi sert bir karşılık buluyor. “Ölmüş bir kadının ardından ne biçim konuşuyorsun” diyor Nermin. Türkiye kültüründen ölünün arkasından kötü bir insan olsa dahi kötü konuşulmaması öğütlenir.

### **Meslek Algısı:**

Mike bir muslukçu iken Sinan elektrik mühendisidir. Mesleklerin farklı seçilmesi bile bir kültürel temele dayanıyor. Amerika’da bir muslukçu ortalama bir gelire sahip olabilir, bahçeli bir evde ailesini geçindirebilir. Amerika’da meslek bir statü göstergesi olmayabilir. Ancak Türkiye’de mühendislik, öğretmenlik, doktorluk, avukatlık gibi meslek grupları statü göstergesidir. Orta düzey bir hayat isteniyorsa, bu bağlamda izler kitleyle bir etkileşim kurmak isteniyorsa, gerçekçi olması adına, âşık olunacak kişinin bu tarz mesleklerden birine sahip olmasına özen gösterilmektedir.

Susan çocuk kitapları yazıyor, Yasemin ise terzilik yapıyor. Bu iki kadın eşlerinden boşanmış ve geçimlerini kendileri sağlamak zorunda kalan kadınlardır. Çalışmak zorundalar ve ikisi de başka meslek gruplarına eğilmiyorlar. Ataerkil toplumun kadından beklediği görevleri yapabilen bir mesleğe yöneliyorlar. Kadın denince akla dikiş diken, yemek yapan, çocuk bakan, temizlik yapan varlıklar geliyorsa, o işlerden para kazanmaları çok doğaldır. Onlara biçilen rollerden vazgeçmeden o rollerden para kazanıyorlar.

6. Bölümde, Gabriel, temizlikçisi ile aynı masaya oturmuyor veemir vermek dışında bir paylaşımları yok çünkü temizlikçisini profesyonel bir işçi olarak görüyor. Türkiye versiyonunda ise Zeliş temizlikçisini kahvaltı masasına davet ediyor “sen de gel ye bir şeyler” diyor. Daha paylaşımcı bir yaklaşım sergiliyor. Eve temizliğe gelen kadın profesyonel bir iş yapan biri olarak algılanmıyor.

### **Alkol / Uyuşturucu Kullanımı:**

Türkiye’de sıkıntılı eş içki içiyor. Dizide içki figürü ve alkolik baba figürü kötüyü betimlemek için kullanıyor. Handan’ın kocası geçmişi hatırlarken içki içiyor. Bu izler kitleye kötü bir durumun olacağını ya da olduğunu belli ediyor.

Amerikan versiyonda kadınlar bir evde toplanıp şarap eşliğinde Mary Alice’in intiharını konuşuyorlar. Türkiye versiyonunda ise bu konuşma yerel bir motif olan çay eşliğinde yapılıyor.

5. Bölümde, Nermin’in eşinin rakı içme sahnesi var. Rakı Türkiye’nin milli içkisidir. Dizi yerleştirilirken rakı gibi yerel motiflerin kullanılması dikkat çekiyor.

16. Bölümde, Eddie Susan depresyonda diye alıp onu bara götürüyor. “Depresyondaki kadınlar böyle yapar, mini eteğini giyer içer, gezer, dağıtır” diyor. Türkiye versiyonunda ise Emel Yasemin’i dışarı yemeğe çıkarıyor. İçki içmek, dağıtmak toplum tarafından bir genç kadına pek yakıştırılmadığından bu sahnenin değiştirildiği görülüyor.

17. Bölümde, Nermin’in oğlu okulda şiddet içeren problemler yaratıyor. Bree’nin oğlunun neden olduğu problem ise arabada esrar içmesi. Uyuşturucu ABD’den gençler arasında en yaygın sorunlardan birisi olarak görülüyor. Esrar da en az zararlılarından olduğu düşünülen bir uyuşturucu olarak ergenlik çağındaki gençlerin esrar kullanmalarının gösterilmesi olumlu olmasa da yasak değildir ancak Türkiye’de bu konu yasaklı konulardan birisidir. Yokmuş gibi davranmak en kolay çözümlerden biri gibi algılanabiliyor. Televizyonlarda gösterilmesi de tasvip edilmiyor o nedenle bu sahne değiştirilmiş olabilir.

### **Araba Kullanımı:**

ABD versiyonunda kadınların arabaları var ya da en azından evde bir araba var ve kadınlar alışverişe veya işlerini halletmeye arabaları ile gidiyorlar. Türkiye versiyonunda kadınların araba sürdüğünü görmüyoruz. Türkiye’de araba kullanmanın genellikle erkeklere özgü bir özellik olduğu

düşünülebiliyor. Kadınlar çarşıya gideceklerse minibüse biniyorlar. Minibüs tamamen yerel bir ulaşım aracı ve Türkiye versiyonunda bu kullanılıyor.

6. Bölümde, Bree ile Rex'in ilişkilerine yön vermeye çalışan evlilik terapisti onlara bir seks terapisti öneriyor. Bu seks terapisti çiftler sevişirken gözlem yapacak ve yanlışları veya uyumsuzlukları söyleyecek. Türkiye versiyonundaise seks kavramı bile oldukça zor ve üstü kapalı konuşulurken bir de seks terapisi kavramı olumlu karşılanmayacağı için dizide işlenmiyor.

### **Devlet Algısı:**

2. Bölümde Lynette çocuklarını otoyolda bıraktığında çocukları bir kadın evine alıyor ve Lynette'in öfke kontrolünü sağlayamayan bir anne olduğunu düşündüğü için yetkilileri aramaya çalışıyor. Bu önemli bir kültürel göstergedir çünkü ABD'de devlet çocuklarına zarar vereceğini, bakamayacağını düşündüğü ebeveynin elinden çocukları hemen alıyor. O kültürde sosyal devlet anlayışı hakimdir. Türkiye versiyonunda ise çocuklarını pazarda akıllansınlar diye bırakan Elif'e çocukları bulan amca sadece bağırıyor, onu ayıplıyor. Bu örnek, Türkiye'de toplumsal baskının sosyal devletin baskısından daha çok yaptırımının olduğuna işaret edebiliyor.

23. Bölümde, Yasemin'in eski kocası Yasemin'i kızının velayetini almakla tehdit ediyor çünkü adam, boşanmış bir kadının çocuğu kendinde iken biriyle ilişki yaşaması "namussuzluk" olarak algılanacağından hakim kendi lehinde bir karar vereceğini söylüyor. Devlet toplumsal bakış açısını da yansıtıyor. Hukuk toplumun baskısı ile ya da kişisel kararlarla değiştirilebilecek bir olgu olarak görülebiliyor. ABD versiyonunda hiç böyle bir tehdit yok, adam "bu adama güvenme" tarzında birkaç laf ediyor.

### **Bazı Kültürel Olgular:**

Dizinin ABD versiyonununun 5. Bölümünde, Lynette ile Tom aralarında geçen bir konuşmada "home schooling" terimi yer alıyor. ABD'de böyle bir olgu var. Çocuklar örgün eğitim için bir okula gitmek zorunda olmayabiliyor, evde eğitilebiliyorlar ancak Türkiye'de böyle bir durum söz konusu değil. Türkiye'de sekiz yıllık temel eğitim zorunlu olduğundan bu terim

kullanılmıyor ve o sahne yerine başka bir özel okul arama sahnesi ile değiştiriliyor.

Yine 5. Bölümde, Zach (intihar eden Mary Alice'in oğlu) Bree'ye teşekkür etmek için Noel ağacı ve süslemeleri hediye ediyor. Türkiye versiyonda Mert (Handan'ın oğlu) Nermin'e yemek hazırlıyor. ABD'de Noel'in önemli olması kültürel bir farklılık olarak gözümüze çarpıyor ve dizi yerele uyarlanırken çoğunluğu Müslüman olan bir ülke Noel'in önemli olmadığı düşünülerek Noel sahnesi çıkarılıyor.

6. Bölümde, Türkiye versiyonunda yerel motiflerin kullanılmasına bir örnek olarak kapının önünden eskicinin geçmesi verilebilir. ABD versiyonunda elbette böyle bir sahne yoktur.

Yine 6. Bölümde, Bree kızının "dini perhiz" adlı bir gruba üye olduğunu düşünüyor. Bu grup evlenmeden önce cinsel ilişki yaşanmaması gerektiğini savunan Hıristiyan gençlerin oluşturduğu bir gruptur. Bu tamamen Hıristiyanlıkla alakalı bir kültürel motiftir. Bree katı dini kuralları olan bir kadın ve Hıristiyanlık öğretilerini ailesine yerleştirmeye çok çalışıyor.

7. Bölümde, Yasemin terzilik yapıyor ve diktiği kıyafetler arasında sünnet kıyafetinin de olduğu görülüyor. Sünnet kıyafeti giymiş bir çocuğun kıyafetinin dikişlerini düzeltiyor. Sünnet düğünü, sünnet kıyafeti gibi yerel motiflerin dizide kullanılması seyircinin diziyi benimsemesi için bazı araçlar olarak görülebilir.

Yine 7. Bölümde, Bree çocuklarına kızdığı için evin anahtarını değiştiriyor ve onun kurallarına uyana kadar eve girmelerini yasaklıyor. Nermin ise sadece çocuklarının odalarına girmelerini yasaklayabiliyor. Çünkü evden çocukları dışarı atmak Türkiye'de pek karşılaşılabilecek bir ceza türü değildir, en fazla odaları ile ilgili bir ceza verilebiliyor.

8. Bölümde, Zeliş'in kaynanasına Nermin'in oğlu motosikletle çarparken, Bree'nin oğlu Gabriel'in kaynanasına araba ile çarpıyor. ABD'de eyaletlere göre değişse de gençler lise çağlarında araba kullanabiliyorlar. Türkiye'de ise bu hem ekonomik olarak hem de hukuksal olarak pek sık

görülmez. O neden bu sahnede kazaya neden olan araç arabadan motosiklete çevrilmiştir.

8. Bölümde, Lynette çocuklardan dolayı gerginliğini atmak için masaj yaptırıyor. Elif ise bel ağrısına çözüm olarak yakı yaktırıyor. Yakı yaktırmak çok kültürel bir tedavi yöntemi olarak küyerelleşme bağlamında önemli bir göstergedir.

9. Bölümde, Bree'nin oğlu yüzme takımında, Nermin'in oğlu ise futbol takımında. Üç tarafı denizle çevrili Türkiye'de ne yazık ki yüzme sporu, o kadar ön planda olmayan bir sportif aktivite olduğundan onun yerine en çok konuşulan spor olan futbol tercih edilmiştir.

10. Bölümde, Maisy Gibbons adlı bir karakter diziye dahil oluyor. Bu karakter önce düzgün bir ailesi olan, namuslu bir ev kadını olarak gösteriliyor. Sonra anlaşılıyor ki kadın öğleden sonra kocası işe gidince evine başka erkekleri alıp onlarla para karşılığı seks yapıyor ve Bree'nin kocası da müşterilerinden birisi. Türkiye versiyonunda ise böyle bir karakter yok, tamamen çıkarılmış. Bu durum ABD versiyonunda da ahlaksız bir durum olarak gösteriliyor ancak Türkiye versiyonunda böyle bir sahne kendine yer bile bulamamış.

10. Bölümde, Türkiye versiyonunda dikkat çeken bir diğer ayrıntı ise erkeklerin kahvede, ev kadınların da kuaför salonlarında sosyalleştiği. Bu kültürel bir gerçeklik ve dizide buna yer veriliyor.

11. Bölümde, Lynette bakıcıyı seksi bulduğu ve kocası ile ilişkilerine bir tehdit olarak gördüğü için bakıcıyı kovuyor. Elif'in bakıcısı ise kendi üniversiteye gideceği için işten ayrılıyor. Bu kültürde nedensiz yere birinin ekmeği ile oynamak pek hoş karşılanmaz. Kızın genç ve güzel olması dışında bir suçu yok o yüzden kendisinin ayrılması sorunu çözüyor.

12. Bölümde, Nermin mahallede bir uğursuzluk olduğuna inanıyor ve kurşun döktürüyor. Kurşun döktürmek de yakı yaktırmak kadar yerel bir ögedir. Yerel bir motifin diziye eklenmesinin küyerelleşme kuramı ile bir ilgisi olabilir.

17. Bölümde, Nermin turşu kurmuş ve bunu mahalledeki arkadaşlarına dağıtıyor. Turşu kurmak, arkadaşlarına kurduğu turşuyu dağıtmak oldukça yerel bir motif olarak karşımıza çıkıyor.

Yine 17. Bölümde, Lynette ile Tom sağır bir kadın ve ailesi ile arkadaşlık ediyor ve onları yemeğe eve çağırıyorlar. Sağır bir kadın ABD’de sağlıklı bir adamla rahatlıkla evlenebiliyor, kariyerini başarı bir şekilde devam ettirebiliyor. Türkiye versiyonundaki kadının engeli ise kilo olarak değiştirilmiş. Sağır bir kadınla evli adamın yerini Türkiye versiyonunda çok kilolu bir kadınla evli bir adam almış.

17. Bölümde, Nermin oğlunun davranışlarının düzeltilmesi için dayısının yanına işçi olarak gönderiyor. Oğlu okulu bırakmak istiyor ve Nermin de “Bir çalışma hayatına girsin de görsün bakalım okumayıp işçi olmak neymiş” diyor. Bu Türkiye kültürüne dair bir tespit; okumak istemeyen çocuklar Türkiye’de bir kuaförün yanına ya da oto tamircinin yanına çırak olarak verilir ya da en azından verilmekle tehdit edilir. Çocuk işçiliğinin boyutlarını gördüğümüz ülkemizde bu acımasız bir gerçektir. ABD versiyonunda ise Bree oğlunu akıllansın diye bir kampa gönderiyor. Bir kültürde çocuk kampı var (eğitimle alakalı) bir diğer tarafta ise çocuk işçiliği.

20. Bölümde, iki kültürün eczane sistemlerinin de oldukça farklı olduğu görülmektedir. ABD’de ilaçlar markette satılıyor, Türkiye’de ise sadece ilaç satılan bir eczane sistemi var.

21. Bölümde karşımıza çıkan bir diyalog sonucu fark ettiğimiz bir ayrım vardır. ABD’de iki siyasi kanat var: Cumhuriyetçiler ve Demokratlar. Cumhuriyetçi Parti, genellikle Hıristiyan muhafazakârların desteklediği bir parti iken Demokrat Parti çoğunlukla daha demokratik insanların desteklediği bir partidir. Eddie de Bree’nin katı düşüncelerini eleştirirken “tam bir cumhuriyetçisin” diyor. Türkiye’de siyaset ev kadınları arasında pek konuşulan bir olgu olmadığından böyle bir sahne yok.

22. Bölümde görülüyor ki ABD’de “Intervention” denen bir kültür var. Arkadaşlarının bir meselede yanlış bir karar aldığını ya da yanlış bir alışkanlığının olduğunu ya da yanlış yolda olduğunu düşünen kişiler bir araya



gelip o kişiyi hep birlikte uyarmaya çalışıyorlar. Bunun adı da müdahale (intervention) oluyor. Türkiye’de böyle özel bir toplantı adı veya müdahale olayı yok ancak Türkiye’de zaten arkadaşlar birbirlerine karışma ve birbirlerini yönlendirme hakkını kendinde görebiliyorlar. “Intervention” a ihtiyaç duyulmadan yapılacak olan uyarı bir konuşma anında doğaçlama bir şekilde gerçekleşebiliyor.

En önemli kültürel farklardan birisi de dizinin Amerikan versiyonu 45 dakika sürerken, Türkiye versiyonu 90 dakika sürüyor. Türkiye’de televizyon izleyicisi tam bir buçuk saat süren bir televizyon dizisi ile karşı karşıya bırakılıyor. Bunun sonucunda da Türkiye versiyonunda sahneler uzun, bakışlar uzun, diyaloglar ise bazen oldukça gereksiz. Bu diziyi uzatma zorunluluğu, senaristlere/metin yazarlarına ya sahne ekleme, ya diyalog ekleme ya da tamamen bakış ekleme zorunluluğu getiriyor.

#### **Aile Kavramı:**

9. Bölümde, Zeliş’in kaynanasına motosiklet çarptığı için komaya giriyor ve Zeliş ile kocası hastanede sabahlıyorlar. ABD versiyonunda ise komaya giren kaynana hastanede bırakılıp eve dönülüyor. Aile önemli bir kavram Türkiye’de ve hasta olan aile büyüğüne refakat edilmesi gibi bir olgu söz konusudur ancak ABD versiyonunda böyle bir durum yok.

13. Bölümde, Lynette uygunsuz davrandığını düşündüğü kayınpederini evden kovuyor ancak Türkiye kültüründe bu kolay kolay yapılamaz. Aile ve ailesel ilişkiler çok önemsenir o nedenle ne kadar kötü bir duruma neden olursa olsun babayı evden kovmak seyircinin hoş karşılamayacağı bir tepki olabilir bu nedenle sahne biraz değiştirilmiş ve Elif’in babası kendisi gitmeye karar vermiştir.

#### **4.2.6. Çevre**

Lynette’in çocukları yaramazlık yaparken havuza giriyor ancak Elif’in çocukları ise ağaca çıkıyor. Bu bize iki kültürün orta direk ailelerinin yaşam kaliteleri ile ilgili ipuçları veriyor. Amerika’da orta sınıf bir aile, bahçeli, müstakil, havuzlu ve şehirden uzak bir evde oturabilirken, Türkiye’de en fazla bahçeli bir yerde oturabiliyor. Bu duruma bir diğer örnek olarak da intihar eden

kadınla ilgili sırrın Amerikan versiyonda havuzda saklanması, Türkiye versiyonunda ise ağacın altında gömülü olması verilebilir.

2. Bölümde Nermin'in dayısı Behçet'le (Nermin'in kocası) ile kahvede buluşuyor. Kahve; Türkiye kültüründe bir dış mekan olarak erkeklerin buluşma yeridir.

Elif çocukları akıllansın diye pazarda onları yalnız bırakıyor. Pazar da yine yerel bir mekandır. Lynette ise çocuklarını otoyolda bırakıyor.

#### **4.2.7. Bilime Bakış**

2. Bölümde Nermin ve kocası boşanma sürecindedir. Kocası boşanmak istiyor ancak Nermin istemiyor. Bree ve Rex için de aynısı geçerli. Ancak ABD versiyonunda boşanma sürecinden geçilirken evliliği kurtarmak adına bir evlilik terapistine gidiyorlar. Türkiye versiyonunda Nermin dayısına gidip kocasını şikâyet ediyor. Türkiye'de evlilik içinde, iki kişi arasında kalması gereken konulara geniş aileden sözü geçen birilerinin müdahalesi söz konusudur. Böyle bir durumda profesyonel yardım almak Türkiye kültürü için metropollerde yeni yeni gündemde olan bir durum. Genelde sorunlar bir aile büyüğünün işe karışması ile halledilmeye çalışılıyor.

3. Bölümde Nermin dayısı ile evliliği hakkında konuşuyor. Türkiye'de evlilikteki sorunlar aile ile paylaşılabilir. Soruna çözüm olarak bir aile büyüğünün yol göstericiliğine başvurulabilir. ABD versiyonunda evlilik terapisti ile çözülmeye çalışılırken sorun Türkiye versiyonunda bir aile büyüğü devreye sokuluyor.

4. Bölümde, Mary Alice dertlerini psikoloğa anlatıyor. Handan ise kendini videoya çekiyor. Psikolog kültürü henüz Türkiye'de pek yaygın değil. Sadece delilerin psikolojik tedavi gördüğüne dair gelişen yaygın inanış hala aşılabilmiş görünmemektedir.

6. Bölümde, Bree, Rex'le olan cinsel sorunlarını evlilik terapistine oldukça açık bir şekilde anlatabiliyor ancak psikolog, terapist gibi alışkanlıkların edinilemediği Türkiye toplumunda aynı durumda kalan Nermin, bu sıkıntılarını tek başına çözmek zorunda kalıyor.

## 5.BÖLÜM

### SONUÇ

Bu çalışmada, Amerikalı dört farklı ev kadınının günlük hayatlarından bir kesit vermeye çalışan “Desperate Housewives” adlı dizi ile aynı diziden Türkiye kültürüne uyarlanmış “Umutsuz Ev Kadınları” dizisi karşılaştırılarak bir içerik incelemesi yapılmaya çalışılmıştır. Bu iki dizi kültürel olarak birbirinden çok farklı iki kültüre hitap etmektedir. Bu farklılıklar dizilerin içeriklerine de yansımıştır. Amerikalı Desperate Housewives, “Türkiyeli” olurken bazı eksilmelere ya da çoğalmalara uğramıştır. Yapılan incelemede, bu çoğalmaların ve eksilmelerin, yararlanılan kuramlardan yola çıkılarak, bir yönüyle yerelliğin korunmaya çalışılması adına yapılmış olabileceği, bir yandan da küreselleşen dünyanın getirileri ve kültür emperyalizminin etkileri nedeniyle yapılmış olabileceği ortaya çıkmıştır. Bu Desperate Housewives dizisinin beş ana karakteri vardır ve beşi de kadındır. Bu kadınların hepsi ev kadınıdır. Kimisi bekar, kimisi evli ve çocuksuz, kimisi evli ve çocuklu, kimisi boşanmış ve çocukludur. Kimisi sadece ev hanımıdır ve eşinden aldığı harçlıkla geçinmektedir. Kimisi ise dışarıda çalışmasa da evden birkaç iş yaparak geçimini sağlamaya çalışır. Sonuç itibariyle hepsi kadındır. Ana karakterlerin kadın olmaları bu çalışmayı toplumsal cinsiyet kuramlarına da yönlendirmiştir. Çalışma boyunca dizinin hem Amerikan versiyonundaki hem de Türkiye versiyonundaki kadın karakterlerin hepsi ile ilgili bazı çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu karakterlerin söylemleri toplumsal cinsiyet bağlamında, toplumları ve kültürleri farklı olduğundan bazen farklı olsa da, bu ataerkil dünya düzeninde halen ikinci sınıf olarak görülen kadın cinsiyetine mensup olmalarından dolayı bazı benzerliklere de sahiptirler. Bu farklılıklara ve benzerliklere tezin değerlendirme kısmında geniş bir şekilde örneklemelerle yer verilmiştir. Ancak son bir örnek olarak şu söylenebilir ki her iki kültürün ürünü olan iki farklı versiyonda da evli olan kadının her türlü ihtiyacı kocası tarafından karşılanır zihniyeti yerleşmiş görünmektedir ve bu yüzden, her iki dizide dikkati çeken durum yalnızca boşanmış kadının çalıştığıdır. İncelenen bölümlerde evli oldukları süre zarfında kadınlar çalışma hayatında değildirlir. Dizilerin ikisinde de boşanmış olan kadının yaptığı iş de kadınlara özgü olduğu düşünülen mesleklerdir. Örneğin Türkiye versiyondaki iş kolu daha çok

kadınlara uygun görülen terzilik iken Amerikan versiyonundaki meslek yine kadının daha iyi anlayacağı düşünülen çocuk dünyasına hitap eden çocuk kitabı yazarlığıdır.

Bu iki farklı toplum için de, iki dizideki örneklerden yola çıkılarak denebilir ki, kadının sağlığının yerinde olması, parasının ve kocasının olması mutlu olması için toplum tarafından yeterli gibi algılanmaktadır. Bu her iki kültür için de geçerlidir. Eğer bir kadının kocası varsa, yeterli parası varsa, çocukları varsa, evi varsa bu kadın daha ne isteyebilir ki. İncelenen bölümlerin ışığında denilebilir ki her şeyi olup sadece kocası olmayan bir kadın mutsuz ya da en azından eksik olarak yansıtılmaktadır. Kadının bu “desperate” (umutsuz) durumunu çözecek mucizenin evlenmesi, ya da zamanında daha “düzgün” bir adamla evlenmesi olması olarak lanse ediliyor. Sorun ve çözüm yine bir erkekte kendini bulduruluyor.

Bu tezin amacı, bu iki kültürün ürünleri üzerinde yapılacak incelemenin ışığında kültürel farklılıkların ortaya koyulmasıydı. Küyerelleşme sürecinde toplumsal cinsiyet rolleri mercek altına alındı. Tezin değerlendirme kısmında geniş ölçüde dizi karakterlerinin söylemleri incelenerek farklılıklar ve benzerlikler üzerine bazı tespitlerde bulunuldu. Kültürlerin bir ürünü olarak düşünülen ve kitle iletişim araçları ile topluma sunulan diziler aracılığıyla bütün bir toplumun düşüncesi değiştirilemezse bile etkileneceği aşıkardır. Amerikan toplumunun kültürel değerlerinin bir yansıması olan Amerikalı bir diziyi Türkiyeli hale getirmek bir yandan küreselleşmenin göstergesiyken bir diğer yandan bu süreç içinde dizide bazı değişikliklere gitmek yerelliği korumak adına gösterilmiş bir çaba olarak görülebilir. Bu süreç aslında yukarda oldukça sıklıkla adından söz ettiğimiz küyerelleşme süreci olarak algılanabilir. Tüm bu süreç içinde yapılan incelemede en çok üstünde durulan kavramın toplumsal cinsiyet olmasının nedeni dizinin ana karakterlerinin kadın olması ve hitap ettiği kitlenin de yine kadınlar olmasıdır. Toplumsal cinsiyet rolleri konusunda incelenen bölümlerde elde edilen bulguların bazen farklılaşmasının nedeninin kültürlerin farklı olması olarak yorumlanabilirken, karşımıza çıkan benzerliklerin nedeninin her iki toplumun da ataerkil temellere dayanması olabileceği sonucuna varılmıştır.

Son söz olarak söylenebilir ki aslında dizi kendi içindeki çelişkiyi adında taşımaktadır. Her iki kültürdeki dizi için de geçerli olabilecek durum şudur ki bu kadınlar ev kadınları, evde yaşıyor, evde sosyalleşiyorlar, gerekirse evden para kazanıyorlar ve umutsuzlar ve mutsuzlar. Amerikalısı da umutsuz (desperate), Türkiyelisi de.

## KAYNAKÇA

### Kitaplar

- Adorno, T. (2009). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. N. Ülner ve M. Tüzel ve E. Gen (çev.), İstanbul : İletişim Yayınları
- Akdoğan, H. (2004). *Medyada Kadın*. İstanbul: Ceylan Yayınları.
- Althusser, L. (2010). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. A. Tümertekin (çev.), İstanbul: İthaki Yayınları (orijinal baskı tarihi 1995)
- Atabek, E. (1994). *Cinsellikten İkmale Kalmak*. İstanbul : Altın Kitaplar
- Atabek, E. (2012). *Kısıtlanmış Erkeklik Bastırılmış Kadınlık*. İstanbul: Cumhuriyet Kitapları
- Aydoğan, F. (2011). *Küresel Medya*, İstanbul: Beta Yayınevi
- Berktaş, F. (1994). *Kadın olmak, Yasamak, Yazmak*. İstanbul:Pencere Yayınları.
- Caner, E. (2004). *Kutsal Fahışeden Bakire Meryem'e Toprak ve Kadın*. İstanbul: Su Yayınevi.
- Chomsky, N. (1995), *Medya Denetimi*, Ş. Süer (çev.), İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Connell, R. W. (2002). *Gender*. Cambridge: Polity Press
- Çelenk, S. (2005) *Televizyon Temsil Kültür*, Ankara: Ütopya Yayınları.
- Dökmen Z.Y. (2004). *Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Sistem Yayınları.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram*. Ankara: Pozitif Matbaacılık
- Fine, C. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Yanılsaması* (K. Tanrıyar, Çev.), İstanbul: Sel Yayıncılık
- Foucault, M. (2010). *Cinselliğin Tarihi* (H.U. Tanrıöven, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları

- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*, E. Kuşdil (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens A. (2000).*Üçüncü Yol*, (M. Özay, Çev.) İstanbul: Birey Yayıncılık
- Giddens, A. (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya*, Osman Akınhay (çev.), İstanbul: Alfa Yayınları.
- Giddens, A. (2002). *Sağ ve Solun Ötesinde*, M. Sözen ve S. Yücesoy (çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Güney S. (2007).“*Örgüt Kültürü*”, Ed. Salih Güney, Yönetim ve Organizasyon, Ankara: Nobel Yayınları.
- Harvey, D. (1999). *Postmodernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri*. S. Savran (çev.) İstanbul: Metis.
- Held D., McGrew A., Goldblatt D., Perraton J. (1999). *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*, Cambridge: Polity Pres,.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences*, London: Sage Publications
- Hofstede, G. (2001).“*Difference and Danger: Cultural Profiles of Nations and Limits to Tolerance*”, Ed: Maryan H. Albrecht, International HRM, Managing Diversity in the Workplace, the USA: Blackwell Publishing.
- Jackson S., Scott S. (2012). *Cinselliği Kuramlaştırmak*. S. Serezli (çev.), Ankara: Nota Bene Yayınları (orijinal basım tarihi 2003)
- Keyman, E. F., Sarıbay A. Y. (2000). (drl) *Global Yerel Eksende Türkiye*. İstanbul: Alfa
- Konyar, H.(2011). *Türkiye'de Medya Endüstrisi İle Kurulan 'Kültürel Farklılıklar'*, Ankara: Ütopya Yayınevi
- Köse, S., Ünal, A. (2003), *Farklı Toplumsal Kültürler, Örgüt Yapıları, Liderlik Davranışları*, İzmir: Güven Kitabevi
- McDowell, L. (1999) *Gender, Identity and Place: Understanding Feminist Geographies*. Oxford: Polity Press

- Morley D, Robins K. (1997), *Kimlik Mekanları*, E. Zeybekoğlu (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Mutlu, E (2008) *Televizyonu Anlamak*, Ankara: Ayraç Kitapevi.
- Neumann-Noelle, E. (1998).*Kamuoyu, Suskunluk Sarmalı*. M. Özkök (çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Özerkan, S., (2001), *Medya, Dil ve İletişim*, İstanbul: Martı Yayınları
- Özkul, O. (2013). *Kültür ve Küreselleşme*, İstanbul: Açılım Kitap
- Ritzer, G. (2010). *Küresel Dünya*, M. Pekdemir (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage Publications.
- Sancar S., Acuner S., Üstün İ., Bora A., Romaniuc L. (2006). *Bir De Buradan Bak: Cinsiyet Eşitsizliği Bir Kadın Sorunu Değil Toplumun Sorunudur*, Ankara: KA-DER Yayınları
- Scott, J.W.(2007). *Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi* A.T. Kılıç (Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı
- Smith, P. (2007). *Kültürel Kuram*. S. Güzelsarı ve İ. Gündoğdu (çev.), İstanbul: Babil Yayınları (orijinal baskı tarihi 2001)
- Timisi, N. (1997). *Medyada Cinsiyetçilik*, Ankara: T. C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Tomlinson J. (1999). *Kültürel Emperyalizm*(Zeybekoğlu E., Çev.).İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Tomlinson, J. (2004), *Küreselleşme ve Kültür* (Eker A., Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Tural, N. (2006). *Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık*. İstanbul: Kırmızı.
- Uzunçarşılı Soydaş A. (2010) *Kültürlerarası İletişim (Farklı Kültürel Ortamlarda Çalışma ve İletişim)* İstanbul: Parşömen Yayınları
- Wallerstein, I. (2013). *Bilginin Belirsizlikleri*, İstanbul: Matani Basın ve Yayıncılık.



Wharton, A.S. (2005). *The Sociology of Gender*. Madlen, Massachusetts: Blackwell Publishing

Yaylagül, L. (2013), *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara: Dipnot Yayınları

Yaylagül L., Korkmaz N. (2006). Bağımlılık Kuramları Çerçevesinde Küreselleşme ve İletişim. Yaylagül L. (ed), *Kitle İletişiminin Ekonomi-Politiği* içinde. Ankara: Dalbaz, 265-288.

### **Bildiri ve Makaleler**

Akdemir, A. M. (2004). Küreselleşme ve Kültürel Kimlik. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 3. 1, 43-50.

Batı, U. (2010). Günümüzde Tüketim Araçları Küresel Köy Tezini Destekleyecek Yeni Bir ‘Esperanto’ mu: McDonald’s Örneğiyle Fastfood Restoranları Üzerinden Bir ‘Türdeşleşme Okuması’. Z. Karahan Uslu ve C. Bilgili (Ed.)*Kırılan Kalıplar 2: Kültürlerarası İletişim, Çokkültürlülük* içinde. İstanbul: Beta Yayıncılık, 359-407.

Bayhan V. (Kasım/Aralık/Ocak 2012/2013), Beden Sosyolojisi ve Toplumsal Cinsiyet. *Doğu-Batı*, 63, 147-164

Bravo, B.I (2010). “Küreselleşme” ve Görünümleri Üzerine. *Süleyman Demirel Üniversitesi Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*. 10, 1-23.

Çelenk, S. (10.01.2011). *Ayrımcılık ve Medya, Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar*, İndirildiği

adres:<http://ilef.ankara.edu.tr/etik/wpcontent/uploads/sevilaycelenk/ayrimcilik-ve-medya.pdf>

Çelik, H., (2012).Küreselleşme Sürecinde Kimlik Tartışmaları ve Medyanın Rolü: Kosova Örneği, *Global Media Journal*, 2.4, 22-42

Demirezen, İ. (2013). Küreselleşen Dünyada Ahlak Tasavvuru. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 12.23, 31-41.

- Elteren M. V, (1996). Amerikan Popüler Kültürünün Etkisinin Global Bir Yaklaşım İçinde Değerlendirilmesi. Güngör N. (drl.), *Popüler Kültür ve İktidar* içinde. Ankara: Vadi Yayınları.
- Eşkinat, R. (2006). Aile İçinde Kadının Konumu. G. Yaktıl Oğuz (Ed.). *Toplumsal Yaşamda Kadın* içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları, 47-60.
- Hall, S. (1998). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik, Gülcan Seçkin ve Ümit Hüsrev Yolsal (çev.) Anthony King (ed.), *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi* içinde. Ankara: Bilim ve Sanat.
- İmançer, D. (2006). Toplumsal Cinsiyet Oluşumuna İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar. D. İmançer (ed) *Medya ve Kadın* içinde. Ankara: Ebabil,1-22.
- İmançer, D. (2006). Cinsiyet Rolü Temsili: Medya Kültürü, Feminizm, Televizyon ve Seriyaller. D. İmançer (ed) *Medya ve Kadın* içinde. Ankara: Ebabil,48-80.
- Kılavuz, U.M (2002). Küreselleşen Dünyada Din. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi*. 11.2, 191-212.
- Kongar, E. (2001). “Küreselleşme Bağlamında Türkiye”, Ege Üniversitesi, 26 Nisan, [http://www.kongar.org/makaleler/Izmir\\_konusmasi.php](http://www.kongar.org/makaleler/Izmir_konusmasi.php).
- Robertson, R. (1997).Glokalleşme: Zaman-Mekan ve Homojenlik - Heterojenlik. M. F. Elmas (çev.)Mike Featherstone, Scott Lashand Roland Robertson (ed.)*Global Modernities* içinde. London: SAGE Publications, 25-44.
- Soysal, D. (Kasım/Aralık/Ocak 2012/2013), Wollstonecraft ve Kadın Güzelliği Üzerine. *Doğu-Batı*, 63, 261-272
- Şen, B (2008). Küreselleşme: Anlamlar ve Söylemler. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*.18, 147-162.
- Taylan, H. ve Arklan Ü. (2008). Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*. X. 1, 86-97.
- Zengingönül, O. (2005). Nedir Bu Küreselleşme? Kaçabilir miyiz? Kullanabilir miyiz? *Siyasa*, 1.

## Tezler

Erdal, Ç. (2010). Türkiye’de Ulusal Kanallarda Yayınlanan Prime-Time Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Ailenin Sunumu. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi SBE.

Torun Y. (2006). Kùltürlerarası Mizah Anlayışının Reklama Etkisi. *Yayınlanmamış yüksek lisans tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.

## İnternet Kaynakları

İnceoğlu, Y. *Medyada ‘Kadın’ İmaji*. 08.05.2014 tarihinde şu adresten erişilmiştir: <http://www.yasemininceoglu.com/makaleler30.php>,

Hofstede, G.20.06.2014 tarihinde şu adresten erişilmiştir:<http://geerthofstede.com/united-states.html>

Engels, F. Ailenin, Özel Mülkiyetin Ve Devletin Kökeni. [www.altinicizdiklerim.com](http://www.altinicizdiklerim.com) adresinden 22.06.2014 tarihinde ulaşılmıştır. Sayfa 9

EKLER

**DESPERATE**  
**HOUSEWIVES**

Everyone has a little dirty laundry.

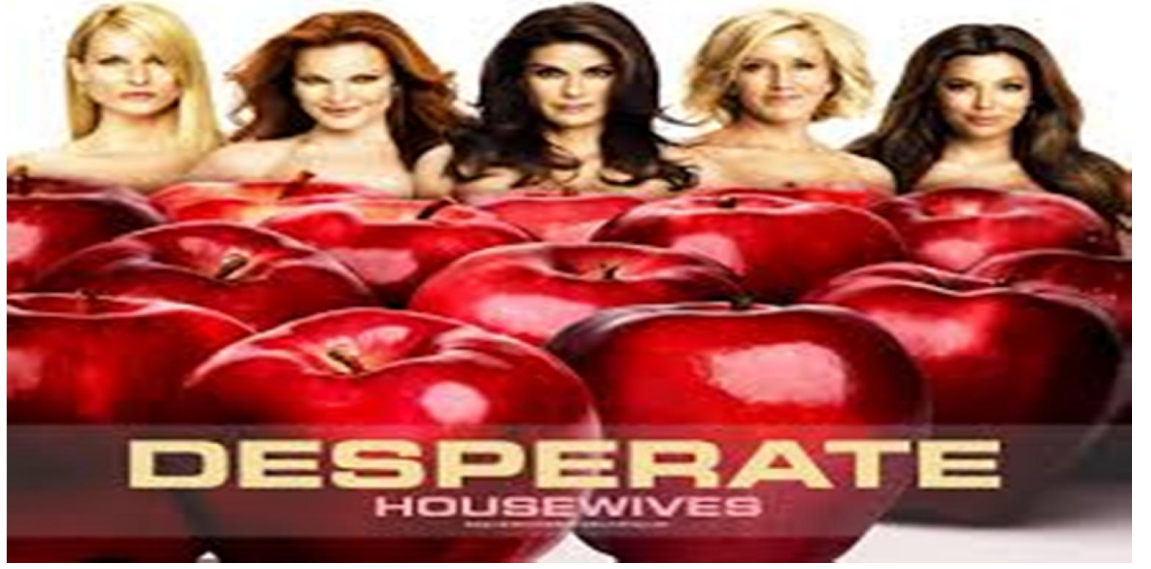
 **Sundays 9/8c**  
**Series Premiere October 3**

[abc.com](http://abc.com)  
keyword: housewives

# UMUTSUZ EV KADINLARI







**UMUTSUZ  
EV KADINLARI**

*5 karakter ve 5 farklı stil*



