

Received-Makale Geliş Tarihi 12.09.2024  
Published-Yayınlanma Tarihi 31.10.2024  
Volume-Cilt (Issue-Sayı), ss/pp 11(112), 1998-2009

Research Article /Araştırma Makalesi  
10.5281/zenodo.14020403

**Dr. Gulina Yusupova**

<https://orcid.org/0000-0002-7811-6914>

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri ABD Doktora Programı Mezunlu  
Kocaeli/TÜRKİYE

## Kore Dizilerinin Toplumsal Kimlik Üzerindeki Etkisi: Özbekistan Örneği

### The Impact of Korean Dramas on Social Identity: The Case of Uzbekistan

#### ÖZET

Tarih boyunca dünya haritası defalarca tasarlanarak, yeniden biçimlendirilmiştir. Yüzyıllar önce tarih sahnesinde yer alan büyük imparatorluklar yok olmuş ve yerlerine yeni devletler kurulmuştur. Bu imparatorluklardan biri olan Sovyetler Birliği de 1990'larda dağılmasıyla, tarihte önceden yer alan ama Sovyetler Birliği'nin yönetimi altında kalan bazı devletlerde yeniden dünya arenasında çıkmıştır. Büyük değişimlerin ardından bağımsızlığına kavuşan ulus-devletler kendi özerk ve kültürel değerlerine sarılarak, kültürel kimliklerini yeniden oluşturmak için çalışmalara başlamışlardır. Bu ülkeler arasında yer alan Özbekistan da kültürel kimlik çalışmalarını yaparken siyasal, ekonomik ve kültürel bağlamda özgün bir yol seçmiştir. Özbekistan uluslararası siyasi ve ekonomik yapısını iletirken, aynı zamanda ulusal değerleri açısından önemli olan hem tarihi hem de milli kültürel varlığını yeniden tasarlayan çalışmalarını da gündemine almıştır. Özbekistan toplumun milli kültürel kimliğini yeniden canlandırırken kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının önemli öğelerinden biri de televizyon dizileridir. Özbekistan, başta kendi milli televizyon dizileri olmak üzere, kendi kültür yapısına benzerlik taşıyan diğer ülkelerin televizyon dizilerinden de verimli bir şekilde yararlanmaktadır. Bunlardan birisi de Kore dizileridir. Bağımsızlık sonrası Özbek televizyonlarında yer alan Kore dizilerinin izlenme oranlarının artması ve toplum tarafından sevilerek izlenmesinin ardından toplum kimliğinde değişimlerin gerçekleştiği gözlemlenmiştir.

Çalışma bu varsayım üzerine başlatılmış olup, amacı Kore dizilerinin Özbek toplumsal kimliğinin üzerindeki etkisini analiz etmektir. Çalışmada 2003 senesinde vizyona giren 'Saraydaki Mücevher' Kore dizisi Gerbner'in kültürel göstergeler kuramı bağlamında içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir..

**Anahtar Kelimeler:** Kore dizisi, Toplumsal kimlik, Özbekistan, Kültürel Göstergeler.

#### ABSTRACT

Throughout history, the world map has been redesigned and reshaped many times. The great empires that were on the stage of history centuries ago have disappeared and new states have been established in their place. With the dissolution of one of these empires, the Soviet Union, in the 1990s, some states that were previously on the stage of history but remained under the rule of the Soviet Union have re-emerged on the world stage. After major changes, nation-states that gained their independence have embraced their own essence and cultural values and have begun work to re-establish their cultural identities. Uzbekistan, which is among these countries, has chosen an original path in terms of political, economic and cultural contexts while working on cultural identity studies. While advancing its international political and economic structure, Uzbekistan has also put on its agenda studies that redesign both its historical and national cultural assets, which are important in terms of national values. Uzbekistan effectively uses mass media while reviving the national cultural identity of the society. One of the important elements of mass media is television series. Uzbekistan efficiently benefits from its own national television series, as well as television series of other countries that are similar to its own cultural structure. One of these is Korean TV series. After the independence, it was observed that the viewing rates of Korean TV series on Uzbek television increased and that the society loved and watched them, and that there were changes in the identity of the society. The study was initiated on this assumption and its aim was to analyze the effect of Korean TV series on the Uzbek social identity. In the study, the Korean TV series 'Jewel in the Palace', which was released in 2003, was examined using content analysis method in the context of Gerbner's theory of cultural indicators..

**Keywords:** Korean drama, Social identity, Uzbekistan, Cultural indicators.

## 1. GİRİŞ

Günün medyasına dışarıdan bakıldığında bireylere birçok şey vermektedir. Liberal bir düşünce açısından bakıldığında da kitle iletişim araçlarının kullanıcılarına özgürlük, bilgi ve gerçek hayata dair her şeyi sunmaktadır. Buna bağlı olarak Kullanımlar ve Doyumlar kuramı örnek olarak gösterilebilir. Dolayısıyla toplum medya üzerinde etkiye sahip olmakla birlikte medyayı kendi istekleri doğrultusunda kullanabilmektedir.

Medya alanında yapılan çalışmalardan biri 1959 senesinde Katz tarafından yapılmıştır. Katz ‘Medya insanlarla ne yapar?’ sorusunu ‘İnsanlar medyayla ne yapar?’ sorusuna kaydırmıştır (Tekinalp ve Uzun, 2009: 118, aktaran, Ünür, 2013: 33). Katz kendi çalışmasında izleyiciyi pasif konumdan aktif konuma aktarmıştır. Onun izleyicinin medya ile ne yaptığına dair sorduğu soru üzerinden başlattığı çalışması artık medyanın sadece aktaran değil belki izleyici tarafından da denetlendiği düşüncesini ortaya koymuştur. Katz’ın bu araştırması sonrasında diğer kitle iletişim araştırmacıları için de yeni kapılar açmıştır. Dolayısıyla aktif izleyici medyanın içerdiği metinlerdeki mesajları kendi düşünce çerçevesinde yorumlamakta ve kabul etmektedir. Bu da aynı şekilde medyanın bireylere bir demokratik ortam yarattığı algısını yaratmaktadır. Televizyon programlarına eleştirel gözle bakan araştırmacılar bireylerin üzerinde kontrol sağlamak için işlev gören bir öge olarak düşünmekteyken, Kullanımlar ve Doyumlar kuramı televizyona daha geniş işleve sahip olan bir araç olarak olumlu bir bakışla bakmaktadır (Lodziak, 1986: 21,’den aktaran Ünür, 2013: 33).

Marksist düşünce ve ideolojisiyle bakan medya araştırmacıları medyanın sadece sermaye elde edenlerin denetimi altında olduğunu savunmaktadır. Buna bağlı olarak Marksist düşünürler kitle iletişim araçlarının hep maddi yönden güçlü olanların elinde bulunduğunu, ayrıca mevcut iktidarın ideolojisini yaymak ve onu topluma empoze etmek için hizmet ettiğini öne sürmekte ve ana hedeflerinden birinin de halka bu görüşleri meşrulaştırmak olduğunu öne sürmektedir. Buna bağlı olarak da izleyici verilen bu ideoloji ve görüşler aracılığıyla kendini bununla özdeşleştirmekte ve hayattaki davranış biçimine uygun şekilde sergilemektedir.

Kültürel Çalışmaların kurucuları ve savunucuları olan Gramsci ve Althusser de yerel kültürlerin diğer kültürel emperyalizmlerden korunması gerektiğini savunmuştur. Onlara göre kitle iletişim çalışmaları daha çok medya metinlerinin bireylere sunduğu mesajların hegemonya ve ideolojik aygıtlar yönünden ele alınması gerekmektedir. Medya metinleri kendi içeriğinde ideoloji ve ideolojik düşünceleri barındırmakta olup toplumsal kimlik ve düşünce kalıplarını yeniden üretmektedir. Buna bağlı olarak Ekonomi Politik alanında çalışma yapanlar medya metinlerinin sadece ideolojik düşünceleri içermemekte belki, buna ekonomik ilişkileri de eklemektedir. Dolayısıyla izleyiciler sadece medya metinlerine maruz kalmamakta belki onlar da bir metaya dönüştürülerek kendi program içinde barındırdığı reklam şirketlerine de satılmaktadır. İzleyiciler bunun farkında olmamaları için de televizyon metinleri kendi içinde eğlence, show ve bunun gibi farklı gösterilerle bireyleri köreltmektedir (Postman, 2004: 101). Bunun ardından da toplum bireyleri kolayca kontrol altına alınmakta ve yönetilmektedir.

Eleştirel Yaklaşımların temelini oluşturan Frankfurt okulunun öncülerinden Horkheimer ve Adorno’ya göre medya metinleri yapay bir kültür oluşturmakla birlikte günümüzün kültür endüstrisinin en etkin kullandığı öğesidir (Mutlu, 2008: 24). Kültür endüstrisinin silahı olan medya aracılığıyla eleştirel akıldan yoksun olan toplum bireyleri inşa edilmektedir. Medya dünyası izleyicilere her şeyi hazır bir şekilde sunmakta ve bireylerin yaratıcı özelliklerini yok etmektedir (Horkheimer, Adorno, 1996: 13). Bireyler sorgulama ve düşünme kabiliyetlerini yitirmekle birlikte kültür endüstrisinin sunduğu yapay kültür ve ideolojilere direnmemekte ve onları olduğu gibi kabul etmektedir. Kapitalist sistem görünüşte bireylere özgürlük sunmakta ve onları küresel dünyanın bir parçası haline getirmektedir. İnsan kendini ne kadar özgür olduğunu düşünse bile kendi kültürünün bireyleri ve tekelleri gibi düşünmediği sürece özgür sayılmaz ve toplumdan yabancılaşmaya ve ötekileşmeye mahkûm edilmektedir (Adorno, 2009: 63-64).

Çalışmada, yukarıdaki bakış açılarının kapsamında yabancı diziler arasında en ünlü ve popüler olan Kore dizileri örneğinde dizilerin toplumsal kimlik üzerindeki etkisi analiz edilmeye çalışılmış ve bu bağlamda Kore dizilerinin arasında 120 devlette vizyona giren ‘Saraydaki Mücevher’ dizisi Gerbner’in Kültürel Göstergeler kuramı temelinde İçerik analizi yapılmıştır. Dizinin vizyona girdiği devletler arasında Özbekistan da bulunmakta olup araştırmada örnek araştırma evreni olarak ele alınmıştır. Çalışmada Kore kültürel göstergelerinin sunduğu mesajlar Özbekistan kültürel göstergeleriyle bağdaştırılarak yorumlanmıştır.

## 2. TOPLUMSAL KİMLİK

Kimlik veya kolektif kimlik dar kapsamdaki mikro kimliklerden öte tüm ulusu, toplumu ve geniş bir alanı kapsadığı düşünülür ya da buna atıfta bulunan kimlik tanımı toplumsal kimliktir. Ayrıca toplumsal kimlik, belirli bir alanda asırlardır yaşayan bir takım etnik grupların başka topluluklardan farklılıklarını ortaya koyan ve vurgulayan bir etnik topluluk olarak da tanımlanmaktadır. Ayrıca toplumsal kimlik durumunun değil belki bir sürecin tanımıdır. Dolayısıyla kolektif kimlik dinamik olmakla birlikte, içerisinde sürekli olarak değişim ve yenileme işlevleri gerçekleşmektedir (Bilgin, 1999: 59).

Özdemir'e (2001: 108) göre toplumsal kimlik, bireyin ait olduğu kolektif çevrenin normlarına, kurallarına, diline, dinine, gelenek ve göreneklerine ve diğer yapılarına aidiyet bilincidir. İnsan kendi toplumu ve öteki toplumun arasındaki ayrımı, çatışmayı ve benzerlikleri kolektif kimliğine yüklediği anlam çerçevesinde anlar ve öğrenir. Birey hayatındaki pratikleri toplumsal kimlik aracılığıyla geliştirir. Toplumsal kimlik bireyin tüm hayatına hükmetmektedir.

Topluluklar kendi benzerliklerini ortak geçmişte belirler ve geçmişi kendi belleklerin yerleştirir, tören ve adetlerle anımsar ve ifade eder. Dolayısıyla ortak tarih efsaneye, tarihi şahıslar ise kahramana dönüştürülür. Derida 'ya göre ise toplumsal kimliğin inşası her zaman öteki 'ye karşı biz 'in yaratılmasını gerektirir. Böylece toplumsal kimlik, insan gurubunun kendisi hakkındaki fikir ve düşüncelerine bağlıdır. Bu ise onun tek ve kendine özgü olan niteliklere sahip olmasıyla ilişkilidir. Bununla birlikte din, kültür, maddi ve yaşam koşulları gibi nesnelere birlikte, toplumun bilincini, toplumun kimliğini oluşturan önemli faktörler olarak da görülmektedir (Dalbay, 2018: 170). Toplumsal kimliğin oluşumunda en önemli nesne de zaman dilimidir.

Luckmann ve Berger toplumsal kimliğin oluşumunda değerler, gelenek ve normların eyleme dönüşerek birinci nesilden ikinci nesile aktarılması gerektiğini öne sürmüştür. Buna bağlı olarak ilk nesil bu nesnelere kendilerine ait olduğunun bilincinde ve bunların değiştirilerek aktarılabilineceğinin de bilincindedirler. Dolayısıyla bu aktarmayla hatıralar geleneğe, eylem ise faile dönüşür ve kimlik inşası gerçekleşir (Aydoğdu, 2004: 118). Mole'e göre ise birey toplumsal eylem ile kendini bazen özdeşleştirememektedir. Bunun nedeni de post – modern dünyanın değişimi ve öznenin yok oluşudur. Böyle durumlarda bireyin yerel kimlikler ve topluluklar ile ilişkilerinin yine de pekiştirmek gerektirmektedir. Ayrıca Faşizm ve Komünizm gibi büyük ideolojilerin yok olmasıyla milliyetçi ve dinsel kimlikler güçlenmiştir. Bu bağlamda Karpat komünizm sonrası ortaya çıkan ideolojik boşluğun yerini ancak din ile doldurulacağını öne sürmüştür. Keymen de toplumsal kimliğin gelişmesini toplumsal yapıyı yükselten ve değiştiren sistem ile olabileceğini söylemiştir (Keyman, 2007: 221).

İnsan hayatına bakınca bireyin tarihi olmadığı görülmekle birlikte bu tarih toplum aracılığıyla belirlenir, oluşturulur ve bireylere aktarılır. Ayrıca yukarıda da değinildiği gibi eğer bireyler tarih içinde bir eylemde bulunmuşsa tarihte bir kahraman veya figür olarak da yer almaktadır. Kolektif topluluklar kendi varlıklarını sürdürmek için tarih bilinci yaratır ve bunu bireylere aktarır. Bu bilinç iletişim ve bu iletişim aracılığıyla aktarma yoluyla gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte birey de merak eden ve geçmişe dair bilgilere sahip olmaya çalışan bir varlık olmasıyla birlikte bu aktarımı hızlı bir şekilde kendine almaktadır. Dolayısıyla bireyler tarihi bilmek ve geleceği tahmin etmek amacıyla tarihi kitap, dergi, makale ve yapılan diğer çalışmalara bakmaktadır. İnsanlar kendi varlıkları ve tarihi hakkındaki bilgileri aile büyükleri tarafından aktarılan anlatılar, hikayeler ve anılar yardımıyla da öğrenmektedir.

Toplumun tarihi yapısını anlatan bir başka unsurlar da medyanın görsel ve yazılı araçlarıdır. Medya farklı düşünce ve fikirlerin öngörüsünü sağlayan, biçimlendiren bir nesnedir ve radyo, televizyon, sinema ve diziler aracılığıyla topluma aktarılmaktadır. Televizyonun toplum arasında ünlü ve yaygın olmasının sebeplerinden biri de onların tarihine bağlı olan bilgilerin içeriğinde barındırılmakta olmasıdır. Günümüzdeki televizyon görsellik üzerine kurulmuş olmakla birlikte toplum ve bireylerin hayatını haber, belgeseller ve gerçek showlar sayesinde doğrudan, diğer yandan da filmler, diziler, kurgu programlarıyla dolaylı olarak temsil etmektedir (Dalbay, 2018: 172).

## 3. TELEVİZYONUN TOPLUM ÜZERİNDE ETKİSİ

Hayatın her noktasında iletişimin önemli olarak rol aldığı bir dönemde yaşanmakta ve böyle bir çağda toplumun büyük kısmı tarafından faydalanılan televizyonlarda izletilmekte olan dizi ve film programlarının toplum üzerindeki etkileri dikkati çekmektedir. Teknolojilerin gelişmesiyle bu etkiler ve onların yayılma hızı da genişlemektedir. Değişme ve gelişmeleriyle toplumu daha kolay etkileyebilen kitle iletişim araçlarının önemli dallarından biri olan televizyon ve dizilerin araştırılması, içinde yaşanan kitle hakkında fikir ve bilgi sahibi olunması için önemli sayılmaktadır (Kırtepe, 2014: 16).

Medyanın en yaygın olarak kullanılan araçlarından biri olan televizyon, toplum içinde belli bir işlevleri sahiplenmiştir. Bunlar, bilgilendirme işlevi olan haber verme, eğitsel işlevi olan eğitime ve bir diğer işlev ise eğlendirmedir. Televizyonun ucuz ve kolay ulaşılabilmesi izleyicinin serbest zamanını değerlendirmesini belirlemektedir. Eğlence ve reality programları ve diziler bu işlevi yerine getirmektedir. Televizyonun diğer işlevi de ürün ve hizmetleri tanıtmaktır. Yayında olan her program, dizi veya haber olsun muhakkak içinde reklam bulunmaktadır. Bunların hepsi bir araya getirildiğinde izleyiciyi bilgilendirme, eğitime ve eğlendirmenin yanı sıra ikna etme ve inandırma görevini de taşıdığı görülmektedir (Aziz, 1981: 51-55).

Televizyonun görsel niteliği onun etkisini ve önemini arttırmaktadır. Televizyon programları görsellerden oluşmakta olup, görsellik anlamak ve algılamak için etkin bir nesnedir. İzleyiciler görseller aracılığıyla mesajları kabul etmektedir. Bu bağlamda televizyon görsellerle birlikte izleyicilere kodlanmış mesajlar iletmektedir. Bu ileti ve alımlama etkileşimiyle birlikte bireyler gördükleri nesnelere hakkında bir fikir ve bakış açısına sahip olmaktadır. Televizyon görsel ve işitsel özelliklerinin yanı sıra teknolojinin yardımıyla olaylar hakkında canlı yayınlar yaparak, haberlerin hızlı bir şekilde topluma ulaşmasını da sağlamaktadır. Başka iletişim araçlarına karşılaştırmalı televizyonun hızı ve ulaşım kapasitesi daha büyük ve daha geniştir. Günümüzde bu hız ve kapsam bir başka iletişim aracı olan internette bulunmaktadır (Kırtepe, 2014: 17).

#### 4. TELEVİZYON DİZİLERİNDE TOPLUMSAL KİMLİĞİN TASARIMI

Televizyonun geniş kitleye ulaşım sağlaması, program ve farklı içeriklere sahip olan mesajlarının çok sayıda izleyiciye ulaşmasına imkân sağlamaktadır. Televizyon dizileri de bu fırsattan fazlasıyla faydalanmaktadır. Televizyon dizilerinde kahramanların model şeklinde yansıtılması ve bu karakterlerin izleyiciler tarafından benimsenerek kabul edilmesi de dizilerin toplum üzerinde etkisini ve önemini arttırmaktadır. İnsan hayatında model alma ve benimseme bireyin etkili öğrenme yollarından biridir. Ayrıca dizilerdeki karakterler ve olay örgüsü toplum içinde olan olaylardan uyarlanmakta dersek yanlış olmamaktadır. Bundan dolayı televizyon programlarında yer edinen karakter ve rol modeller davranış biçimi, fiziksel görünüşü ve diğer özellikleriyle izleyiciler tarafından kabul edilerek özdeşleşmekte ve bu şekilde modelleştirilmektedir (Kırtepe, 2014: 18).

Diziler, içerisinde başkarakter ve etrafında olay örgüsü gerçekleşen ve yardımcı olarak çok sayıda yan karakterlerin bulunduğu bir televizyon programıdır. Dizilerde senaryo boyunda yazılan olanlar bir akışkanlık halinde devam eder. İzleyiciyi dizilerin sonuna kadar bağlı tutmak için içeriğinde onun özdeşleşebileceği bir hayat örneği sunar. Ayrıca diziler içerisinde ürün veya reklam yerleştirilerek izleyiciyi bir tüketiciye de dönüştürmektedir (Çakır, Kımt, 2009: 21). Medyada yerleştirilen ürün ve öğeler metin anlamı ve ilettiği mesaja göre çeşitli anlamlar taşımaktadır. Bunun izleyici topluluğuna iletimi ise medya metinleriyle gerçekleştirilmektedir (Hasekioğlu, 2008: 30, aktaran, Alyakut, 2016: 698). Günümüz şartlarında medya aracılığıyla yaygınlaşan ürün tüketimi farklı bir konuma gelmiş durumdadır. Artık tüketim bir ihtiyaç konumundan ötede bireyin hayattaki konumunu belirlemektedir. Bir başka ifadeyle tüketim artık sosyal, kültürel, maddi ve manevi yönden bireyi tasvir etmektedir. İnsan bu şekilde kendi zenginliği, levazımı, dış görünüşü ve toplumda sahip olduğu gücünü göstermektedir (Hasekioğlu, 2008: 17'den aktaran, Alyakut, 2016: 699). Günümüzde araştırmacılar bunu başarı kültürü adı altında tanımlamaktadır.

#### 5. KORE DİZİLERİNİN ANLATIM ŞEKLİ

Diziler seriyaller, sit-com – durum komedileri, soap opera – pembe diziler gibi kendi içinde farklı türlere ayrılmaktadır. Bu kadar farklı türlere ayrılrsa da günümüzde kesin bir ayırım yapılması da zor olmaktadır. Ayrıca dizilerin internette yaygınlaşması da ayrı bir tartışma konusu olmaktadır. Buna bağlı olarak Kore dizileri de Güney Kore başta olmak üzere tüm dünyada 'K-Drama' adı altında yaygınlaşmıştır. Dizi dramaları konusunu hem günlük hayattan hem de acıklı veya komik öykülerden aldığı bir türdür. Kore dizileri ağırlıklı olarak 60 dakikadan ve ortalama 16-24 bölümden oluşan bir televizyon dizisidir. Genellikle yapım şekli bir sezondan oluşur ve ikinci sezona çok az sayıda başvurulur. Kore dizilerinin konusu dram, romantik, komedi, korku-gerilim, okul hayatı, fantastik, psikolojik, suç, tarihi ve aile olarak belirlenmektedir. Geçmişten günümüze uzanan dizi anlatım yapısı irdelendiği zaman kesin ve belirgin bir anlatı yapısının ortaya çıktığından söz etmek biraz güçtür. Ancak Kore dizilerinin dramatik ve teknik anlatı yapısına bakıldığında genel olarak şu çerçevede kategorize edilebilmektedir:

Dizilerde görsellik ilk sırada olup, ışıklandırma ile çekilen aydınlık sahneler bulunmaktadır. Sahnelerde görsel efektlerin kullanımı ise gayette başarılı ve etkilidir.

- Dizilerdeki müzikler senaryo ve anlatıya uygun şekilde seçilmiştir. Her yeni dizi için yeni bir müzik hazırlanmakta ve topluma öncesinden sunulmaktadır.
- Dizilerde rol alan karakterler genel olarak dizinin tüm etkinlik ve programlarında aktif bir şekilde yer almaktadır. Dizi başlamadan önce rol alan aktörler basın gününe davet edilir ve onlara senaryodan bir replik okutulur. Bu dizinin başarısı ve tanıtımında önemli yer almaktadır.
- Dizilerin senaryoları farklı temaları içerebilmektedir. 2013 yapımı” Man From the Star” adlı fantastik konudaki bir dizide uzaylı erkek ve Kore’nin meşhur oyuncusu arasındaki aşk hikâyesi örnek olarak verilebilir. Bir başka örnek olarak, 2016 tarihli “Goblin” adı yapımda Tarihi konuda Kralın kraliçenin ağabeyini suçsuz yere öldürterek tanrıların gazabına uğramasıyla birlikte ölüme mahkûm edilmesi ve ölüm sonrası Azrail’e dönüşmesi ve günümüz şartlarında yeniden doğan kraliçeyi bulup ondan geçmişte yaptıklarında dolayı af dilemesi şeklinde olabilmektedir.
- Toplumsal cinsiyet rolleri Kore dizilerinde Kore’nin geleneksel yapısına göre tasarlanmakta olup, en çok aile değeri vurgulanmaktadır.
- Kore dizilerinde genellikle cinsellik sahneleri yer almaz ve öpüşme sahnesiyle sınırlandırılmaktadır. Ayrıca öpüşme sahneleri dizinin ortalarında ya da sonunda gösterilmektedir.
- Kore dizilerinde en çok romantizme yer verilmektedir. Dizi komedi, fantastik veya aile konusunda olsa da içeriğinde kesinlikle dram niteliği bulunmaktadır. Romantizm genellikle ulaşılamayan aşk teması altında sunulmaktadır.
- Kore dizilerinde yoğun olarak stereotipler yer almaktadır. Örneğin: fakir kız ve zengin erkek, ünlü oyuncu ve onun hayranı, hasta anne baba ve kendi hayallerinde vazgeçen evlat gibi klişeler

## 6. DİZİLERDE KÜLTÜREL GÖSTERGELERİN KULLANIMI

Drama diziler ve seriyaller televizyon programlarında yoğun olarak yer almaktadır. Diziler ve seriyaller arasında önceden ayırım yapmak kolayken, şimdi ise bu iki tür birbirine çok yaklaşmış durumdadır. Her iki formatta da oyuncu, karakter, mekân, zaman ve bölüm açısından çok benzerlik taşımaktadır. Özlem ve merak uyandırmak her iki türün ana amacı haline gelmiş durumundadır. Yalnız dizilerde bağımlılık seriyallere göre daha güçsüz kalmaktadır. Dolayısıyla günümüzde televizyon dizileri her iki formatın olumlu niteliklerini birleştirerek kendinde uygulamaktadır. Böylece izleyici kaçırdığı bölümleri izlemese de devam ettiği yerden öyküyü ve olay örgüsünü kolaylıkla öğrenmekte ve anlamaktadır (Mutlu, 1991: 200).

Dizilerin temeli öykülere dayanmakta olup, televizyon da bu formatı radyo ve sinemadan uyarlamıştır. Televizyon başta radyo olmak üzere aynı öykü anlatımını birebir kendine almıştır. Televizyonda ilk dizi dramı 1928 yılında ‘The Queen Messenger’ adında yayınlanmıştır (Parsa, 1994: 37). Toplum bu tür konudaki dizileri çok sevmiş ve benimsemişlerdir. Diziler aynı zamanda popüler diziler, komediler, soap – operalar ve belgesel olarak da türlere ayrılmaktadır (Kula, 2012: 514-515).

İnsanların kültür aracılığıyla edindiği değerler, inançlar ve tutumlar yardımıyla dünyayı algılamaktadır. Bu değerleri anlamadan ve çözümlenmeden kültüre ilişkin olan fikir ve düşünceyi anlamak güçtür (Barutçugil, 2011: 79). Toplumlar arasındaki farklılıklar, benzerlikler ve kültüre özgü olan nitelikler kültürel göstergeler aracılığıyla fark edilmektedir. Bu bağlamda Lotman’ın ‘Göstergeköre’ kavramı medyanın reklam ve dizi iletilerinde kendi anlamını bulmaktadır. Lotman’a göre kültür kavramı kendi içinde anlamına göre ikiye ayrılmaktadır: ilki ‘kendi’ ve ‘öteki’ kültür dünyası. Göstergeköre kavramı bireylerin farklı kültürdeki simgeler, kahramanlar, değerler ve adetlerin nasıl değerlendirildiği konusunda yardımcı olmaktadır (Güz, Küçükeroğan, 2005: 2).

Kültürel göstergeler genel olarak dört başlık altında toplanmaktadır (Solomon ve diğerleri, 2006: 113, aktaran, Deneçli, 2013: 5):

- Simgeler: simgeler hem somut hem de soyut şeyleri temsil etmektedir. Simgeler zaman içerisinde kaybolmakta ve yeniden oluşabilmekte olup, aynı kültürü paylaşan bireyler tarafından kültür içindeki simgeler kolaylıkla anlaşılabilen, üretilebilen ve anlamlandırılabilir. Simgeler kıyafet, dış görünüş, sözcükler, resim, nesnelere, bayrak veya bunun gibi çğeler olabilmektedir. Ayrıca bu simgeler diğer topluluklar tarafından da benimsenebilmektedir (Hoftede, 2005: 9-11).
- Kahramanlar: Kahramanlar kültürden kültüre değişen, gerçek veya kurgulanışı, hayatta ya da ölmüş karakterlerdir. Her karakter kendinde bir kültürün değerini taşır ve aynı zamanda olağanüstü bir güç,



nitelik ve kutsallık özelliklerini barındırır. İletişim ve kültürün yaygınlaşması ve bireylerle özdeşleşmesinde bu kahramanlar da önemli bir yer tutmaktadır. Dolayısıyla kahramanlar da kültürün göstergelerinden biridir (Küçükerdoğan, 2009: 61).

- Adetler ve gelenekler: gelenek ve görenek şeklinde konumlandırılan ritüeller toplu grupların katılımıyla gerçekleşen törenlerdir. Her ritüel uygulanış şekliyle insanlara görünür haldeyse de içerdiği anlamı herkes tarafından da bilinmemektedir. Toplumunun kültürüne ait olan adetler bu kültürün içindeki bireyler tarafından anlaşılmaktadır. Ritüeller günlük davranış, konuşma tarzı, dini törenler, saygı gösterileri ve buna benzer adetleri kendi içine almaktadır.
- Değerler: değerler yukarıdaki üç göstergeden farklı şekilde daha geneldir. Kültürün kendisi değerlerden oluşmaktadır. Her değer kültürden kültüre farklılık gösterir ve bireyi motive eden öğelerdir. Değerler insanların hayatlarının başında öğrenilmektedir. Değerler kendi içinde simgeyi, kahramanı ve adetleri barındırmaktadır. Her birey kendi toplumundaki kültürel değerleriyle yetişmekte bununla uzlaşmaktadır

Kültürel göstergeler bu dört başlık altında kategorize edilmesine rağmen farklı kültürel göstergeler de bulunmaktadır. Bu kategoriler yoğun olarak televizyon program içeriklerinde kullanılmakta ve izleyicilere sunulmaktadır.

## 7. KURAMSAL ÇERÇEVE: KÜLTÜREL GÖSTERGELER

İletişim araştırmacılarının arasında televizyon programları ve içerikleri üzerine yaptığı çalışmalarıyla iz bırakan iletişim kuramcılarında biri Gerbner'dir. Gerbner'e göre televizyon başlı başına bir dünyadır. Televizyon düşük düzeydeki objektif gerçekliği sunmakla birlikte egemen ideoloji ve düşünceleri öne çıkarmaktadır. Gerbner'in kültürel göstergeler kuramı medyanın üretim, tüketim ve metin içeriklerini vurgulamakta ve onun rolünü açıklamaya çalışmaktadır. Buna bağlı olarak Gerbner'in yaptığı çalışması, 1970'lerde yapılan araştırmaları 'güçlü etkiler dönemi' ve 1940-1960 senelerinde yapılan araştırmayı da 'Sınırlı etkiler dönemi'nin eleştirel araştırması olarak görülmektedir (Özer, 2005: 10).

Kültürel göstergeler kuramına göre medya kamuoyu yaratmada etkili olmaktadır. Başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçları egemen düşünce ve görüşlerini insanlar tarafından yaygın hale gelmesini sağlayan araçtır. Buna göre toplum görüşü televizyon aracılığıyla yayılan sembollerin sonucunda oluşmaktadır. Gerbner'e göre televizyon ortak semboller ve değerleri insanların zihnine eklemektedir (Gerbner et al., 2002: 55). Gerbner kültürel göstergeler kuramı sonucunda ekme kuramını ortaya çıkarmıştır. Kültürel göstergeler ve ekme kuramı, televizyonun izleyicilere sunduğu metin içeriklerinin izleyicilerin üzerindeki etkilerini konu edinmiştir. Bunun temelinde Gerbner televizyonun bireyler üzerinde etkisinin güçlü olduğunu ve izleyicilerin davranış kalıplarını oluşturduğunu görüşünü ortaya koymuştur (Güngör, 2013: 110). Gerbner televizyonun insan yaşamının yeniden oluşumunda ve onu yeniden üretiminde önemli rol oynadığı üzerinde durmuştur.

Televizyonda sunulan programlar ile gerçek dünya arasında farklılıklar görülmektedir. Televizyon dünyası mekanlar, eylemler, rol dağılımları ve sosyal konumlar aracılığıyla bireylere egemen ideolojiyi sunmaktadır. Televizyon izleyicileri sunulan programlar ve dayatılan ideolojilerin ardından kendini bununla özdeşleştirmekte ve kendini alı koyamamaktadır (Gerbner, 1976, aktaran, Özer, 2005: 75). Gerbner televizyon aracılığıyla sunulan mesajların izleyicilere hemen etki etmediğini savunmaktadır. İzleyiciler televizyondan aldıklarını çevredekileriyle tartışabildikleri gibi televizyon içeriklerine karşı direnç gösterebilmektedirler. Dolayısıyla televizyon mesajları kısa süre içerisinde değil belki uzun dönemde etkili olabilmektedir.

Televizyon haber, ileti, dram ve farklı programlarının aracılığıyla toplum hayatına sızarak bireylerin davranış ve tutumlarını etkilemektedir. Buna bağlı olarak bireylerin yaşam dünyasına, değerlerine ve tutumlarına yerleşmesiyle televizyon ekme işlevini de gerçekleştirmektedir. Böylece Gerbner televizyon haberlerinin bireylerin zihinlerine yerleşmesini filizlenme eylemiyle özdeşleştirmektedir (Güngör, 2013: 111). Ayrıca Gerbner televizyonun işlevsel amacı değer ve tutumları birdenbire değiştirmek değil, belki davranış kalıplarını güçlendirmek ve onların varlığı sürdürmesine yardımcı olmak olduğunu savunmaktadır. Ayrıca yapılan araştırma sonucuna göre televizyona en çok bağlı olanlar çocuklar ve gençler olmaktadır (Yaylagül, 2012: 75).

Kültürel gösterge ve ekme kuramına göre televizyon mesajlarının aracılığıyla insanlarda yeni gereksinimler ve ihtiyaçlar oluşturularak ardından bu istek ve ihtiyaçların karşılanması için yeni formüller verilmektedir. Böylece birey gerçek yaşamından uzaklaşmakta ve televizyonun sunduğu içerik ile

yaşamaya başlamaktadır (Güngör, 2013: 112). Bu kuramın ortaya koyduğu şey izleyicinin gerçek algısıyla televizyonun sunduğu gerçeklerin uyum sağlamasıdır. Dolayısıyla Gerbner ortaya koyduğu kültürel gösterge ve ekme kuramıyla televizyonun izleyici üzerindeki etkilerini incelemek ve buna bağlı olan varsayımlarını kanıtlamak olmuştur. Buna bağlı olarak da çalışmada televizyonun eğlence programları kategorisinde yer alan ve günümüzde en çok popülerlik kazanan Kore dizilerinin Özbekistan toplumu ve toplum kimliği üzerinde yarattığı etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

## **8. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

### **8.1. Araştırmanın Amacı**

Özbekistan Sovyet ülkelerinden bağımsız olduktan sonra kendi kültürel kimliğini yeniden inşa etme çabasıdadır. Bu siyasal stratejiyi toplum üzerinden daha da etkili hale getirebilmek için kitle iletişim araçlarını aktif olarak kullanmaktadır. Bu stratejinin en etkin öğelerinden biri de televizyon dizileridir. Özbekistan hem kendi kültürel değerlerini hem de kendi kültürüne yakın olan diğer toplum kültürlerinden de faydalanmaktadır. Çalışmada Özbekistan’da vizyona giren ve toplum üzerinde en çok kültürel etki yaratan ‘Saraydaki Mücevher’ Kore dizisinin incelenmesi üzere toplumsal kimliğin şekillenmesinde etkisinin ortaya koyulmasıdır.

### **8.2. Araştırmanın Önemi**

Televizyon dizileri üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında Kore sineması ve popüler kültür üzerine yapılmış olan tez, makale ve bildirimler bulunmaktadır. Bu çalışmalar tamamıyla Kore sineması veya Kore kültürü ve Kore dalgası üzerine odaklanmış durumdadır. Literatür taramalarına bakıldığında Kore popüler kültür üzerine yapılmış en son çalışma Mutlu Binark’ın ‘Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası Hallyu’ kitabıdır. Yapılan çalışmalarda Kore dizilerinin toplum kimliği üzerindeki etkisi üzerine yapılan araştırmaların eksik olduğu görülmekte olup özellikle Özbekistan üzerine yapılan çalışmaların olmayışı bu çalışmayı önemli ve değerli kılmaktadır.

### **8.3. Araştırmanın Yöntemi**

Teknolojilerin gelişiminin ardından günümüzde de kendi konumunu korumakta olan televizyon hala toplum üzerinde etkili olmaktadır. Televizyon programlarından en etkili olanı ise diziler olmaktadır. Çalışmada televizyon dizilerinin arasında yaygın olan Kore dizileri araştırılmak üzere ele alınmış ve içerik analiziyle analizi yapılmıştır. İçerik analizi medya içeriğinde izleyicilere sunulan mesajın tarafsız ve sistematik bir şekilde niceliksel olarak betimlenmesidir (Berelson, 1952: 17). Dolayısıyla içerik analizi mesajın veya metnin içeriğine ilişkin tekrarlanabilir veya geçerliliğini kanıtlamak için kullanılan bir araştırma tekniğidir. Bu tanımlamaları temel alarak ‘Saraydaki Mücevher’ Kore dizisinin içeriğinde sunulan konular ve karakterlere bağlı veriler kodlanarak içerik çözümlemesi yapılmıştır. İçerik analizi kim, kime, neyi nasıl söylemiştir ve sonucu ne olmuştur zincirinde bu sorulardan bir ya da birkaçına cevap aramak için yapılır. İçeriğin özellikleri ve iletişim etkileri ile ilgili sonuçlar elde etme ve örnekleme ile elde edilen verilerden içerik etkilerini ölçme hedeflenmektedir.

### **8.4. Araştırmanın Örnekleme**

Araştırmanın örnekleme olarak Özbekistan televizyon kanallarında uzun bir dizi serisinden oluşmasına rağmen toplum talebi ve izlenme reytingine göre tekrardan televizyonlarda izletilen 54 bölümden oluşan ‘Saraydaki Mücevher’ Kore dizisi belirlenmiş ve araştırmanın örnekleme amaçsal örnekleme metoduyla seçilmiştir.

### **8.5. Araştırma Soruları**

- Kore dizileri ne tür kültürel göstergeleri içermektedir?
- Kore dizileri Özbekistan’ın ne tür kültürel göstergeleriyle uyumluluk sağlamaktadır?
- Özbekistan toplum kimliği üzerinde Kore dizileri nasıl etki etmektedir?
- Kore dizileri ne tür toplum kimliklerini yansıtmaktadır?

### **8.6. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Çalışma Özbekistan’da vizyona giren Kore dizilerinden en çok izlenen, 54 bölümden oluşan ve amaçsal örnekleme metoduna uygun halde seçilen ‘Saraydaki Mücevher’ dizisiyle sınırlandırılmıştır.

## 9. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

### 9.1. Filmin Künyesi

Saraydaki Mücevher (대장금) 15 Eylül 2003 ve 23 Mart 2004 tarihleri arasında Kore'nin MBC televizyon kanalında yayınlanmaya başlamış ve 54 bölümden oluşmaktadır (Hun, 2003). Her bölümü 60 dakikadan olup haftada iki kez yayına girmiştir. Dizi yönetmen Kim Yeong Hyeon tarafından yazılan ve Lee Byeong Hun tarafından yönetilmiştir. Dizinin başkarakteri (Jang Geum) Lee Young Ae tarafından oynanmıştır.

Saraydaki Mücevher dizisi Kore'nin Hallyu popüler kültür dalgasının başlangıcında üretilen en ünlü ve başarılı olan dizilerinden birisidir. Saraydaki Mücevher dizisi Kore'nin Chosun imparatorluğu zamanında gerçekleşen öyküyü ele almıştır. Dizinin öyküsü gerçek tarihi karakter hakkında olup gerçek bir hikâyeye dayanmaktadır. Öykünün başkarakteri olan Jang Geum başta mutfak aşçısı olarak çalışan bir öksüz kızdır. Zor zamanları geçirdikten sonra sıkı çalışmasıyla Kral'ın ilk kadın kraliyet doktoru derecesine kadar yükselir ve Dae Jang Geum adını kazanır (Dae – 'Büyük' anlamını ifade etmektedir). O dönemin katı hiyerarşik düzeni ve erkeklerin egemen olduğu zamanda kadın olarak kraliyet doktoru olmak olağanüstü bir şeydir. Bundan dolayı Jang Geum Kore tarihinde efsanevi bir karaktere dönüşmüştür. Dolayısıyla dizide baş kadın karakter olan Jang Geum'un dönemin saray siyasetinin zorluklarına rağmen Konfüçyüsçülüğün tüm değerlerini korumakla birlikte hedefine nasıl ulaştığı anlatılmıştır.

Saraydaki Mücevher Kore yayın endüstrisi ve Kore Dalgasındaki tarihi dizilerde zirve noktası olmuştur. Bu drama Güney Kore tarihindeki en yüksek oranlı drama olarak ortalama seyirci oranı %47 ve tüm zamanların en yüksek seviyesi olan %57,8 ile çoğu Koreli izleyicilerin dikkatini çekmiştir (Kim, 2009). Güney Kore'deki başarılı yayın sürecinin ardından Saraydaki Mücevher'i 120'den fazla ülkeye satılmıştır. Bunun yanı sıra yayına girdiği diğer ülkelerde seyircilerin dikkatini çekmeyi de başarmıştır. Mayıs ve Temmuz 2004 tarihinde Tayvan'da bir kablolu televizyon kanalında yayına girmiş ve büyük bir başarı kazanarak, %6 puan ile sezonun en çok izlenen programı olmuştur. Bir süre sonra Ocak-Mayıs 2005 tarihleri arasında Hong Kong TV'de Hong Kong'da yayınlanmış ve yine televizyon kanalının yayın tarihinde en çok izlenen program olmuştur. Ayrıca Saraydaki Mücevher dizisinin final bölümü Hong Kong'un toplam nüfusunun %40'ından fazlasını oluşturan 3,2 milyon izleyici olarak rekor kırmıştır (Kore Times, 2005). Ocak 2006'da bu dizi Özbekistan pazarına da Kore kültürünün yükselmesinde çok önemli olan adımı atmış ve Özbekistan'ın devlet TV kanalı olan 'Özbekiston' kanalında yayınlanmıştır. Tüketici pazarındaki büyük başarısından sonra, MBC dramının yerini turistler için "Dae Jang Geum Tema Parkı" olarak belirlemiştir (Metaveevini, 2008).

Çalışmada analizi yapılan Saraydaki Mücevher dizisi davranış, mesleki, sınıfsal, cinsel kimlikler ve topluma bağlı olarak kimliklerin tasarımı olarak kategorize edilmiş ve bu kategoriler üzerinden analizi yapılmıştır. Her kategori ayrı ayrı ele alınarak Kore ve Özbekistan arasındaki bağlam kurulmaya ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

### 9.2. Davranışa Göre Kimlik Kalıpları

Saraydaki Mücevher dizisindeki davranış kalıplarına göre elde edilen sonuçlara göre şiddetin sıkça kullanıldığı, sorunlar ve yapılan yanlışlar için şiddet temel kullanılan araç olduğu ve bunların diğer tarafı da namus, ahlak ve katı kurallar adı altında benimsetildiği gözlemlenmektedir. Namus ve ihanet olarak görülen şiddet genel olarak üst statünün alt statüye yapılan karakterler arasında görülmektedir. Saraydaki kadınların hepsinin Kral'ın cariyesi olduğu dizide sık sık tekrar edilmekte ve bu şekilde onların erkek başta olmak üzere kadınlarla da ilişki yaşaması kesinlikle yasaklanmaktadır. Bu aynı zamanda tüm ataerkil toplumlarda kadınların davranış biçimini çerçeveleyen toplumsal normlardan birini yansıtmakta ve kadınlarda namus kavramı bekâret ile aynı anlamda ifade edilmektedir. Kadınların elleri, gözleri ve hatta kulakları ile yaptığı hareketler Kral'a yapılan bir ihanet olarak kabul görülmektedir. Bu aynı zamanda Özbek toplumunda kadının dindeki davranış kalıplarıyla eşdeğer tutularak kadına yönelik olan şiddetin meşrulaştırıcısı olarak gösterilmektedir.

Müslüman toplumlarda kadın erkeğin namusu anlayışı çok yaygın olmakla birlikte sürekli olarak kadın erkek gözetiminde olması gerektiği düşüncesini de yansıtmaktadır. Dizide kötü erkek karaktere göre kötü kadın karakter daha fazla olması yanı sıra kadın karakteri ihanet eden, kıskanç ve yalan söyleyen konumlarında da tasarlanmıştır. Bundan görülmektedir ki erkekler daha adaletli ve güç sahibi olarak gösterilmekteyken, kadınlar daha alt statüde sunulmakta ve sürekli erkeklerin kontrolü altında olması düşüncesi şiddet temelinde meşrulaştırılmaktadır.



Kadının anne ve eş konumundaki cinsel kimliği ahlak ve namus sembolü olarak topluma yansıtılmaktadır. Buna bağlı olarak dedikoduculuk ve kıskançlık nitelikleri de onlarla bağdaştırılmaktadır. Bu davranış kalıpları aynı zamanda kadınlara yönelik aşağılayıcı ve ötekileştirici bir bakış açısı yaratmaktadır. Erkekler ise Kral temsilinde verilmekte olup hem güç hem devlet hem de aile içi fiziksel ve sözlü şiddeti temsil etmektedir. Analizi yapılan dizide yansıtılan bu davranış kalıpları ahlaki yönden toplumsal davranış kalıplarını daha da tetiklediği ve gerçek dünya öykülerinin farklı bir şekilde yaratıldığı gözlemlenmiştir.

### 9.3. Sınıfa Göre Kimlik Kalıpları

Toplumsal kimlik kalıplarından biri de sınıfsal kimliklerdir. Her toplum birbirinden farklı olsa da her toplumda sınıfsal kimlik ayrımı mevcuttur. Dizide de alt ve üst sınıfın ayrımı yoğun bir şekilde temsil edilmektedir. Ayrıca her sahnede üst sınıf yücelterek alt sınıf ise aşağılanarak gösterilmektedir. Alt statüde olan sınıfın hep çalışarak üst sınıfın mutluluğu için hizmet etmesi gerektiği sunulmaktadır. Böylece egemen ideoloji dizide sunulan ideolojilerle desteklenerek toplumun duygu ve düşünceleriyle özdeşleştirilerek onlara benimsetilmektedir. Kral'a hizmet eden hizmetçilerin arasında bile sınıfsal statü vurgulanarak, onlar arasındaki çatışma ve tartışmalar sık sık gösterilerek gerçek toplumsal hayattaki sınıf ayrımını daha da belirgin hale gelmesini desteklemektedir.

Analizi yapılan dizide sınıfsal ayrım küçük çocuklar arasında başlayarak dizinin sonuna kadar devam etmektedir. Bu ayrıca sadece kadınlar arasında gösterilmekte olup bu şekildeki tartışmaların sebebinin yine kadınlar olduğu vurgulanmaktadır. Dolayısıyla toplumdaki davranış kalıplarındaki olumsuz yönler hep kadın üzerinden temsil edilmektedir. Ayrıca başkarakter olan Jang Geum'in sonunda Kral'ın özel doktoru olması ise yine onun sınıfsal statüsünden dolayı itirazlara sebep olduğu da görülmekte olup sonrasında kendi isteğiyle doktorluk levazımından gitmesine neden olmaktadır.

Dizide bunlara bağlı olarak üst statü veya levazıma sahip olanların bu güçlerini karşı tarafı ezmek ya da cezalandırmak için kullandığı da gözlemlenmiştir. Dizide bu oran hem kadınlarda hem de erkeklerde gözlemlense de erkeklerin daha çok kullandıkları görülmektedir. Bu veriler kadınların ne kadar isteseler de yüksek mevkilere ulaşamadıklarını öne sürerek egemen erkek düşüncesi yine de desteklemektedir.

### 9.4. Mesleğe Göre Kimlik Kalıpları

Yukarıda da değinildiği gibi mesleki ve mevki ayrımı hep toplumda var olmuştur. Bireyler bu levazımlarını sıklıkla kendi toplum içi davranışlarında belli etmekte ve kullanmaktadır. Tarihten bu yana meslekler özel ve kamu sektörü olarak ikiye ayrılmaktadır. Dizide gözlemlendiği gibi tüm olay örgüsü dönemin devlet yönetimi olarak yansıtılan Kraliyet çevresinde gerçekleşmektedir. Bundan dolayı tüm dizideki çalışan karakterler devletin işçileri şeklinde tasarlanmıştır. Bunun yanı sıra sadece Kral'ın yakınındaki yüksek mevki sahipleri olan kişilerin ek olarak gelir sağladığı ve alt sınıfın üstünden egemenliği sağladığı tek monopol nitelikte şirketleri olduğu da görülmektedir.

Erkekler güç ve egemenlik niteliğini yansıtan ve yükleyen mesleklerle tasarlanmaktayken, kadınlar yine erkeklere hizmet eden nitelikte olan cariye, aşçılık, terzi, ev hanımı, hemşire ve ev hizmetçisi gibi mesleklerde sunulmaktadır. Dizide ayrıca erkeklerin şiddet özelliğini yansıtan polis ve yargılayıcı mesleklerde temsil edildiği de gözlemlenmektedir. Dizi sahnelerinde suç işleyenlerin ağırlıklı olarak kadınlar olduğu ve onları cezalandıranların ise erkekler olduğu görülmektedir. Ayrıca yargı işlevini yapanların her zaman da suçlu kişiyi değil belki suçsuz olan kişiyi cezalandırdığı da gözlemlenmektedir. Polis ve yargıcuların toplum içindeki konumu olumlanarak kabul görülmesi için toplumsal düzeni sağlayan, suç ve suçluları tutuklayan ve onları cezalandıran, ahlak ve günah gibi kavramlarla toplumdaki kadın ve erkek kalıplarını egemen ideoloji şeklinde temsil etmekte ve toplumsal rolleri yeniden üretmektedir.

Dizide kadın karakterleri bekar, eş ve anne konumunda ön plana çıkartılmakla birlikte toplumdaki kimlik kalıplarını bir daha pekiştirmektedir. Bununla birlikte kadın hangi toplumsal meslekte olmasın hep erkek egemenliği altında olduğu ve hep erkeğin sahip olduğu bir nesne düşüncesi ortaya çıkartılmaktadır. Bundan dolayı kadınlar hep ev içinde tutulmakta ve kamusal alandan uzak tutularak ev hanımı meslekleriyle örtüşmektedir. Erkekler ise hep onları gözeten, yargılayan ve cezalandıran mesleklerde yansıtılmakta ve onların toplumsal konumu da bununla bağdaştırılmaktadır.

### 9.5. Cinsiyete Göre Kimlik Kalıpları

Dizide karakterlerin medeni durumu analiz edildiğinde evlilik ilişkileri olumlu olarak görülmekteyken, evlilik dışı ilişkilerde toplum tarafından karakterler yargılanmakta ve hatta ölüme mahkûm edilmektedir. Dizinin kurguladığı öykülerde evlilik dışı ilişki yaşayan karakterler hep kötü şeylerle karşılaşan, başkalarının da hayatını tehlikeye iten ve hep topluma zarar getiren nitelikte yansıtılmaktadır. Bu nitelik

yine kadınlara yükletilirken erkekler yine bu nitelikler dışı tutulmaktadır. Buna bağlı olarak bekar, dul, eşinden ayrılan kadınlar hep gerçek hayatta da erkeklere tehlike atfeden bir nesne olarak görülmektedir. Dolayısıyla diziler toplumda bu şekilde düşünce oluşmasını desteklemektedir.

Cinsel kimlikler bağlamında dizilerde temsil edilen tek eşlik ve tek evlilik mesajı vurgulanmasına rağmen, analizi yapılan dizide erkek egemenliğinin temsili olan Kral birkaç eşli olarak yansıtılmakta ve bu aynı zamanda olumlu bir bakış açısı oluşturmaya çaba harcamaktadır. Ayrıca erkekler arasında çokeşlilik olumsuz bakılmazken, kadınlar arasında tersine bir günah ve zina olarak görülmektedir. Dolayısıyla kadınlar yine toplumda bu yaptıklarından erkeklerden ayrı olarak cezaya mahkûm edilmekte ve toplum tarafından ötekileştirilmektedir.

Yukarıda da belirtildiği gibi cinsel kimlik ayırımında statü de etkili olmaktadır. Alt statüde olan kadınlar yine aynı şekilde şiddet ve cezaya maruz kalırken, üst statüdeki kadınlar ise ceza ve benzeri işlevlerden kurtulma şansı bulmaktadır. Ayrıca kadınlar her alanda kısıtlanmakta ve cinsel bir obje olarak bakılmaktadır. Cinselliği çağrıştıran nitelik yine kadınlar üzerinden temsil edilmekteyken kadınlar zayıf vücudu, bakışları ve duruşuyla cinselliği çağrıştırmaktadır. Bu karakterler dizinin başında başarılı olarak görülse de dizinin sonunda cezalandırılmaktadır. Öte yandan dizide diğer cinsel kimlikler yargılanmakta ve ötekileştirilmektedir. Onların ilişkileri de suç olarak görülmektedir.

### 9.6. Toplumsal Kimliğe Bağlı Kimlik Kalıpları

Dizilerde gözlemlendiği gibi toplumsal cinsiyet rolleri erkeklerde egemen güç olarak ön planda yansıtılmış ve bunu topluma meşrulaştırmak için çaba harcanmıştır. Kadın rolleri ise ikinci derecede sunulmuştur. Toplumda egemen olan ataerkil zihniyet aracılığıyla erkekler hep yargılayan ve cezalandıran konumundayken, kadınlar anne, eş, kız, kız kardeş, abla, cinsel obje şeklinde kurban rolünde temsil edilmiştir. Ayrıca kurban olarak gösterilen kadınlar aynı zamanda duygusal bir meşrulaştırma değil belki fail konumunda tasarlanmıştır. Öte yandan dizideki Ana Kraliçe rolünde yansıtılan karakter aracılığıyla kadınların toplumda mevcut olan yapılar, davranış kalıp ve biçimleri pekiştirilerek, olumlanarak toplumun onayına sunulmaktadır.

Dizideki genç kızlar bakire ve namus temsili olarak görülmekle birlikte aile baskısı veya onların istekleri üzerine kendi hayallerinden vazgeçerek saray hizmetçisi olarak atanmakta ve Kral'ın cariyesi olmaktadır. Bu bağlamda aile baskısı namus ve ahlak kavramlarıyla eşdeğer tutulmakla birlikte kızların Saray hizmetçisi olması onlar için toplumda statü kazanması anlamına da gelmektedir. Kadınlara hem egemen erkek ideolojisi hem de dizilerin sunmuş olduğu temel düşünce ve görev iyi bir eş, hizmetçi ve anne olmak yönündedir. Dolayısıyla dizide bir başka egemen ideoloji kadının erkeğin sahip olduğu mülk konumunda olmasıdır. Bundan dolayı kadınlar kamusal alan içinde özel alan konumunda temsil edilmektedir.

Dizilerde kadın karakterleri toplumda da olduğu gibi hep cezalandırılan ve şiddete maruz kalan bir konumda yansıtılırken, aynı zamanda erkek egemen medyası da bu düşünce ve davranış kalıplarının daha da pekişmesi yönünde işlevini sürdürmektedir. Buna bağlı olarak medyada yansıtılan şiddet sahneleri toplumdaki gerçek öykülerle bağdaştırılarak izleyiciler tarafından meşrulaştırılmasına da neden olmaktadır. Dizide öte yandan her kadın karakterinin sınav ve yeni görevlerin üstesinden gelmesi gösterilmektedir. Eğer bu verilen yeni görevlerin üstesinden gelinmezse Saray'dan kovulacağı tehdidiyle korkutulmaktadır. Kadın için kovulmak aynı zamanda toplum tarafından dışlanmak ve yargılanmak anlamına gelmektedir. Dolayısıyla her sınav ve yeni toplumsal konumlar yine kadınlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu da aynı zamanda kadının gerçek dünyada her sınava hazır durması ve bunlara rıza göstererek dayanması gerektiği anlamını ifade etmektedir.

## 10. SONUÇ

Analizi yapılan diziden elde edilen verilere göre temsil edilen tüm kimliklerin işlevi ve amacı toplumda belirlenen normlar ve davranış kalıpları başta olmak üzere ve medyanın etkileme gücüyle birlikte izleyicilerin zihinlerine toplum içinde nasıl davranmaları gerektiği ekilerek egemen sistemin ideolojisini kabul ettirmek ve pekiştirmektir. Televizyon programlarını yoğun olarak seyreden bireyler zaman içerisinde onların etkisi altında kalmakta ve kurmaca veya gerçek nitelikte olmasına rağmen izleyici oradaki kahramanlarla kendilerini özdeşleştirmekte ve gerçek hayattaki davranışlarına yansıtılmaktadır.

Toplumdaki kültürel göstergeler aracılığıyla egemen ideolojinin değer ve düşüncelerini yansıtmada etkin rol oynayan medya izleyicilere nasıl düşünmesi, nasıl davranması ve nasıl yaşaması gerektiğini dizi karakterleriyle aktarmakta ve öğretmektedir. Böylece onlar mevcut sistemin korunması ve devam etmesi açısından işlev yapmaktadır. İzleyici dizi izlediği zaman eğlendiğini ve duygusal olarak kendini

boşalttığını varsaysa da aynı zamanda zihninde başka bir düşünce ve ideolojinin ekildiğinin farkında olmamaktadır. Diziler egemen düşünce ve sistemin değerleri üzerinden izleyicilere etki etmekte, düşünce ve davranış kalıplarını oluşturmakta ve bireyleri kendi istedikleri doğrultuda yönlendirmeye çalışmaktadır.

Dizi karakterlerinin gerçek hayattaki bireylerle benzerlik bir nitelikte yaratılmasının temel sebeplerinden biri ataerkil yapının daha da pekiştirilmesidir. İzleyici televizyonda gördüğü benzer karakterler aracılığıyla kendi hayatında geçirdiği olay veya karakterin toplumdaki geleneklere göre yargılandığı zaman kendisiyle özdeşleşme gerçekleşmekte ve gerçeğin de bu şekilde olduğuna dair bir inanç ve düşünce oluşmaktadır. Bu şekilde dizilerde tasarlanan karakterler aracılığıyla ataerkil ideoloji pekiştirilmekte ve kimlik rolleri bireylerin zihinlerine yerleştirilmektedir. Özbekistan toplum yapısı da ataerkil bir yapıya sahip olmasından dolayı Kore dizisindeki bu ataerkil ideoloji izleyiciler tarafından yadırganmamaktadır. Kore dizisindeki egemen ideolojinin ataerkil bir yapıya sahip olması, tarihi kahraman, erkeğe göre daha çok kadın davranış kalıplarının sergilenmesi ve geleneksel adetlere sadık kalınması Özbek toplumunun davranış kalıpları ve kültürel öğeleriyle benzerlik göstermesi açısından önemli bulunmaktadır.

Toplumdaki bireyler gerçek hayatta yaptığı gibi dizilerdeki karakterlerin aracılığıyla kendilerine sunulan kimlik tipleriyle özdeşleşmekte ve kendinden üstün statüde olan kişilere imrenerek veya onlardan örnek alarak kendi toplum statülerini yükseltmeye çalışmaktayken, kendinden daha da kötü konumda olanlara bakarak kendi durumundan memnun kalmakta ve başına gelenlere de şükretmektedir. Dizide de başkarakter aracılığıyla başına gelen tüm kötülük ve haksızlıklara rağmen kahraman kendi hayatına ve önüne gelen sınavlara memnuniyet duyarak daha da öne doğru ilerlemekte ve otoriteye minnet duymaktadır. Onun aracılığıyla da egemen sisteme toplum bireyleri tarafından rıza gösterilmekte ve iktidar meşrulaştırılmaktadır. Bu meşrulaştırma kültürel göstergelerin bir göstergesi olan gerçek tarihi kahraman ögesi ile sağlanmaktadır. İzleyiciler ekranda gördüğü kahramanların hayatı ve davranış kalıplarıyla kendileri arasında bir bağlantı kurmakta ve giyim tarzı, davranış, düşünce, konuşma ve hatta karakter açısından da kendilerine bir örnek olarak kabul etmekte ve gerçek hayatta toplumsal davranış kalıbına dönüşmektedir. Bu nedenle ataerkil sistemin yaratmak istediği fazla düşünmeyen, otoriteyi sorgulamaksızın kabul eden, hep halinden memnun kalan ve buna bağlı olarak da ideolojinin yarattığı umuda inanç gösteren bir toplum inşa edilmekte ve egemen iktidar kendi varlığını olduğu gibi devam ettirmektedir.

Analizi yapılan dizide de gözlemlendiği gibi dayatılan normlar ve kurallar dışına çıkan bireyler öteki, suçlu, dışlanmış ve alt statüdeki gibi tasarlanmakta ve işlediği bu suçlar karşılığında da yargılanarak cezaya mahkûm edilmektedir. Bu sunulan mesajların ardından izleyicinin bilincinde korku, suç işlediği zaman cezalandırılmasına dair bir korku hissi yaratılmakta ve toplum tarafından konulan kurallar dışına çıkmamaya özen göstermektedir. İzleyiciler bu sunulan mesajlara maruz kaldığı sürece izlediği karakterlerin davranış kalıplarını taklit etmekte veya gerçek hayatta başlarına gelenlerden dolayı ekrandan esinlenerek dizideki karakterler gibi davranış sergilemeye başlamaktadır. Dolayısıyla mevcut iktidarın inşa etmek istediği toplum kimlikleri gerek rıza gerek korku yöntemiyle, nitelik açısından ise kurgulanmış, gerçek veya tasarlanmış kimlikler ile yeniden oluşturulmaktadır.

Sonuç olarak analizi yapılan Saraydaki Mücevher Kore dizisinde tarihi kahraman, geleneklere sadık kalmak ve toplumsal değerlere saygı duymak gibi kültürel öğelerin yaygın olarak kullanıldığı görülmüştür. Dizideki kültürel göstergeler Özbekistan toplumundaki geleneksel, kadına yönelik ve erkek egemenliği açısından değerleriyle benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla tarihten bu yana mevcut olan bu değerler ve kültürel göstergelerin dizideki temsil ettiği toplumsal kimlikler ve içeriğindeki mesajlar Özbek toplumundaki bireyleri rahatsız etmemekte, merak ve ilgiyle izlenmektedir. Ayrıca dizide baskın olarak toplumdaki kimlik kalıplarının kadınlar üzerinden anlatıldığı ve onlara dayatılan kimliklerin nasıl olması gerektiği hakkında bir bakış açısı oluşturduğu görülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adorno, T. (2009). *Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi* Ülner, V., Tüzel M. & Gen E. (Çev.) İletişim Yayınları.
- Alyakut, Ö. (2016). Postmodern toplumda kadın kimliğinin bedeni üzerinden inşası. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (47), 696-708.
- Aydoğdu, H. (2004). Modern kimlikte öznenin ölümü. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (10), 115-147.
- Aziz, A. (1981). *Radyo ve Televizyona Giriş*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

- Barutçugil, İ. (2011). *Kültürler Arası Farklılıkların Yönetimi*. Kariyer Yayınları.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Free Press.
- Bilgin, N. (1999). *Kolektif Kimlik*. Sistem Yayıncılık.
- Çakır, V., & Kınıt, E. (2014). Televizyon dizilerinde ürün yerleştirme ve sponsorluğun sorunları. *Global Media Journal: TR Edition*, 5(9), 19-47.
- Dalbay, R. (2018). "Kimlik" ve "toplumsal kimlik" kavramı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (31), 161-176.
- Deneçli, C. (2013). Küresel markalar, yerellik ve kültürel göstergeler. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 3(1), 1-11.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. J. Bryant, & D. Zillman (Eds.), *In Media Effects: Advances In Theory And Research* (2nd edition) (pp. 43-67). Lawrence Erlbaum.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*. Siyasal Kitabevi.
- Güz, N. ve Küçükdoğan, R. (2005). Göstergelere, reklam ve "öteki" kavramı. *Journal of İstanbul Kültür University*, (1), 65-73.
- Hofstede, G. (2005). *Cultures and Organizations*. (2nd edition), Mc. Graw Hill.
- Horkheimer, M. v. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. Koçak, O (Çev.). Kabalcı Yayınevi.
- Hun, L. B. (2003). *Saraydaki Mücevher (대장금)* (Sinema Filmi). Byoung-hoon Lee.
- Keyman, F. (2007). Türkiye’de kimlik sorunları ve demokratikleşme. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, (41) 217-230.
- Kırtepe, S. (2014). *Televizyon dizilerinin toplum üzerindeki etkileri sosyo-kültürel bir çözümleme (Erzurum örneği)*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi) (372378) Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi.
- Kim, S.-J. (2009). Interpreting transnational cultural practices: social discourses on a korean drama in japan. Hong Kong and China. *Cultural Studies*, 23 (5/6), 736-755.
- Kula, N. (2012). TV dizileri yoluyla yeniden üretilen tüketim kültürü. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 507-530.
- Küçükdoğan, R. (2009). *Reklamda Kültürlerarasılık*. Es Yayınları.
- Metaveeviniç, V. (2008). Key success factors of Korean TV industry structure that leads to the popularity of Korean TV dramas in a global market. *Journal of East Asian Studies*, 12(2), 99-139.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu Anlamak*. Gündoğan Yayınları.
- Mutlu, E. (2008). *Televizyonu Anlamak*. (2. Basım), Ayraç Kitabevi.
- Özdemir, C. (2001). Kimlik ve söylem. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 98-112.
- Özer, Ö. (2005). Televizyonun yetiştirme rolü: Ankara Çevik Kuvvet örneği. *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, (20), 1-20.
- Parsa, S. (1994). *Televizyon Estetiği*. Ege Üniversitesi Yayınları.
- Postman, N. (2004). *Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. Akınay, O. (Çev.), Ayrıntı Yayınları.
- Ünür, E. (2013). Türk televizyon dizilerinde toplumsal kimliklerin temsili. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3 (2), 32-42.
- Yaylagül, L. (2012). *Kitle İletişim Kuramları*. Dipnot Yayınları.