

TELEVİZYON DİZİLERİ YOLUYLA TÜRKİYE’DE İÇ MEKAN TASARIMINDA KÜLTÜREL KODLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ VE DEĞİŞEN KONUT ALGISI

Prof. Dr. Meral NALÇAKAN*
Arş. Gör. Seda CANOĞLU**
Öğr. Gör. Nilay ÖZSAVAŞ***

ÖZET

Bu çalışma, “Uyarlanmış TV Dizileri Yoluyla Türkiye’de İç Mekan Tasarımında Kültürel Kodların Değerlendirilmesi” isimli BAP projesinin “Türkiye’de Televizyon Dizileri Yoluyla Değişen Konut Algısı” başlıklı üçüncü bölümünü içermektedir. Televizyon dizilerinde kullanılan kurgu mekanların, izleyicileri etkileyerek, konutta kullanım alışkanlıklarını değiştirdiği ve bunun da konutun tasarımını etkilediği görülmüştür. Sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik yapıları farklı olan izleyicileri ortak bir noktada buluşturan, yüksek izleyici kitlesine sahip televizyon dizileri, yukarıda söz edilen etkide önemli bir yere sahiptir. Kolay ulaşılan ve sürekliliği olan televizyon dizilerindeki kurgu mekanlar, kendisini dizideki karakterlerle özdeşleştiren ancak yaşam tarzı ve kullanım alışkanlıkları dizidekine uygun olup olmadığı tartışmaya açık olan televizyon izleyicisinin, gündelik yaşam mekanları için birer model haline gelmektedir. Tüm bu hususlar çalışma kapsamında seçilen örneklerle vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mekan Tasarımı, Mobilya Tasarımı, Mekan Algısı ve Kültür Kodları, Kültür, İletişim, Televizyon Dizileri

*Anadolu Üniversitesi, İki Eylül Kampüsü, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, 26555, Eskişehir Türkiye, mnalçakan@gmail.com

**Anadolu Üniversitesi, İki Eylül Kampüsü, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, 26555, Eskişehir Türkiye, scanoglu@anadolu.edu.tr

***Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortakent Yerleşkesi, Bodrum Denizcilik Meslek Yüksekokulu, Yat İnşaatı Programı, 48420, Muğla Türkiye, nozsavas@gmail.com

EVALUATION OF CULTUREL CODES IN INTERIOR DESIGN IN TURKEY THROUGH TELEVISION SERIES AND CHANGING HOUSING PERCEPTION

Prof. Dr. Meral NALÇAKAN*

Res. Assist. Seda CANOĞLU**

Lecturer Nilay ÖZSAVAŞ***

ABSTRACT

This study contains the third part of the BAP project entitled “Evaluation of Cultural Codes in the Design of Interiors in Turkey through Adapted TV Series”, entitled “Changing Housing Perception Through Television Series in Turkey”.

It has been seen that the fictional spaces used in TV series change the usage habits in the house by affecting the audience, which then affects interior design. Television series has an important role in this change. These TV series, having a big audience, brings together audiences whose socio-cultural and socio-economic structures are different. Fictional spaces in the TV series which are easy to reach and persistent are becoming a model for everyday living spaces of the television audience who identify themselves with the characters in the series. However, it is open to debate whether the television audience’s lifestyle and usage habits are in line with the TV series. All these points are emphasized with selected examples within the scope of the study.

Keywords: Interior Design, Furniture Design, Space Perception and Cultural Codes, Culture, Communication, Television Series

*Anadolu University İki Eylül Campus, Faculty of Architecture and Design, Department of Interior Architecture, 26555 Eskişehir Türkiye, mnalçakan@gmail.com

**Anadolu University İki Eylül Campus, Faculty of Architecture and Design, Department of Interior Architecture, 26555 Eskişehir Türkiye, scanoglu@anadolu.edu.tr

***Muğla Sıtkı Koçman University, Ortakent Campsı, Bodrum Maritime Vocational School, Yatch Building Programme, 48420, Muğla Türkiye, nozsavas@gmail.com

1. GİRİŞ

Kültür, insanların yaşadığı mekânları, yaşam tarzlarını, dünya görüşlerini, ilişkilerini ve mekân algısını biçimlendirmektedir. Birbirini etkileyen tüm bu süreçler, kültürel değişim güçlerinden biri olan iletişim yoluyla gerçekleşmekte ve bu yolla yaratılan popüler kültür aracılığıyla yaşanmaktadır. İletişim teknolojilerinin kullanımı, kültürel değişim ve etkileşimde önemli rol oynamaktadır. Görselleştirilen kültür öğelerini geniş kitlelere ulaştıran en etkili kitle iletişim araçlarından birisi televizyondur. Televizyonun gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte izleyici üzerindeki etkisi de artmıştır. Tarihsel süreç içerisinde incelendiğinde televizyonun konutlarda kullanılmaya başlanması ile birlikte mekânsal tasarım öğeleri yeniden şekillenmiştir. Televizyona bağlı olarak; konutta kullanım alışkanlıklarının değişmesi, mekânın kullanımını ve tasarımını değiştirmiştir. Bu fiziksel etkilerin yanında televizyonun psikolojik etkileri de mekânın şekillenmesinde rol oynamaktadır.

Çalışmada öncelikle kuramsal bir temel oluşturulmuş, daha sonra ülkemizdeki televizyon dizilerinin toplumu oluşturan bireylerle karşılıklı etkileşimi irdelenmiştir. Çalışma kapsam ve niteliği göz önüne alındığında; nümerik verileri ön plana çıkaran bir yöntemle ele alınmayıp, kuramsal temelin üzerine oturan araştırma ve irdelemelerle geliştirilmiştir. Bu süreçte kullanılan örnekler özellikle yazarların izleyicisi olduğu ve yayınlandıkları dönemde reytingleri yüksek olan dizilerden seçilmiştir. Ayrıca literatür ve internet taramasında toplum ya da daha da önemlisi tüketici üzerindeki etkilerine dair çok sayıda arama sonucuna ulaşılabilen örnekler olmasına da özen gösterilmiştir.

Bu irdelemede öne çıkan iki farklı boyut;

- Hem kendi kültürel değerlerini hem de farklı olanları aynı ekranda izlediği örnekler,
- İzleyicinin kendisine sunulan kurgular aracılığı ile popüler olan nesne veya davranış kalıplarını kullanarak tüketime yönlendiren örnekler üzerinden konu değerlendirilmiştir.

2. KÜLTÜR, KÜLTÜR KODLARI VE MEKAN

Toplumsal gelişim sürecinde yaratılan bir kavram olarak kültür; birey ve toplum yaşamını yaratma, anlama, düzenleme, yapılandırma ve sonraki nesillere iletmede kullanılan tüm adetleri, normları ve değerleri içermektedir.

Kültür, toplumsal yapı ile birlikte inanç, dil, düşünce ve sanatı oluşturan farklı anlamları kapsamaktadır. Yüklenen bu farklı anlamlara kültür kodları denmektedir. Kültür kodu, herhangi bir şeye (araba, yiyecek, ilişki, ülke olabilir) içinde bulunduğumuz kültür aracılığı ile yüklediğimiz bilinçsiz anlamdır (Rapaille, 2009). Kültürel kodlar toplumları tanımlayan, açıklayan ve hatta yönlendiren birer kaynak olarak da görülmektedir.

İç mekân tasarımında diğer pek çok tasarımı etkileyen öge gibi mekânın fiziki yapısı ve kullanıcı ilişkisi de tasarımcı için önemli unsurdur. Mekânın fiziksel boyutu ve üzerinde oluşan değerler, anlamlar sosyo-kültürel ve fiziksel veriler, başka bir deyişle ölçü, oran, denge, iklim verileri, konum, kullanıcı gereksinimleri ile birlikte oluşur. Farklı toplumlarda kültürün zaman

içerisinde değişik kültür kodlarını yarattığı gibi mekânsal örgütlenmede de onu sınırlandıran, yönlendiren, odaklayan ögeler mekânsal kodları yaratır ve zamanla bu kodlar farklı anlamlar üstlenir. Toplumlar arasında değiştiği kadar toplum içinde değişik katmanlarda çeşitlenen kültürel kodlar gibi mekânsal kodlar da birden fazla anlam bulabilir. Bu bağlamda, bir tasarımcı için ait olduğu toplumun kültürel kodlarının nasıl işlediğini anlaması önemlidir.

Rapaport (1977) çevreyi; “insanla objeler arasında gelişigüzel olmayan bir örüntü oluşturan ilişkiler serisi” olarak tanımlar. Fiziksel çevre söz konusu olduğunda ise ilişkilerde önceliği mekânsal olanlar alır. Kıray (1964); “toplumbilimin yalnız insanlar ve onların birbirleri ile etkileşiminden ibaret olmadığını, toplumbilimin bir başka boyutu olarak insanların mekânsal ve fiziksel çevresini de anlamak gereğini vurgulamaktadır.

Özetle, belirli bir düzen içinde yaşayan insan gruplarının fiziksel çevreleri o yaşayış düzenlerinin bir parçasıdır. Aynı ekonomik faaliyete sahip toplumların farklı nitelik ve görünümdeki fiziksel çevrelere sahip olmaları, yaşam düzenlerinin farklılığı ile açıklanabilir. Toplumsal ve kültürel güçler insanın yaşam biçimini çevresi ile ilişkilendirmesinde birincil öneme sahiptir (Nalçakan, 1993).

3. KÜLTÜR VE MEDYA ETKİLEŞİMİ

İnsanların yaşadığı mekânları, yaşam tarzlarını, dünya görüşünü, ilişkilerini ve mekân algısını biçimlendiren ana etken kültürdür. Kültür en genel tanımıyla insanın doğa ile baş etmek için oluşturduğu her şeydir. Bozkurt Güvenç (1979)'e göre

- Kültür öğrenilir,
- Kültür tarihidir ve süreklidir,
- Kültür toplumsaldır,
- Kültür ideal veya idealleştirilmiş kurallar sistemidir,
- Kültür ihtiyaçları karşılayıcı ve doyum sağlayıcıdır,
- Kültür, değişir,
- Kültür bütünleştiricidir,
- Kültür bir soyutlamadır.

Bu tanıma göre toplumsal bir kavram olan kültür, iletişim yoluyla öğrenilir, sürekliliği sağlanır, değişir. Günümüzde iletişim olanakları çeşitlendikçe insanlar ve toplumlar arası yüz yüze iletişimin yerini daha çok medya olanakları alır. Çalışmamızın konusunu oluşturan televizyon yayınları yaygın ve etkin kullanımıyla bu medya olanakları içerisinde öne çıkar. Bu yolla yaratılan popüler kültür televizyon aracılığıyla toplumun tüm katmanlarına yaygınlaşır.

Ercins (2009)'e göre; teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması insanları birbirine daha çok yakınlaştırmış ve kültür alışverişi daha kolay hale gelmiştir. Teknolojik gelişmelerin toplum hayatına getirdiği bazı kolaylıkların yanı sıra aynı zamanda sosyo-kültürel

yapıda bir takım çelişkilerin ve çatışma alanlarının ortaya çıkmasına da neden olduğu bilinmektedir. Zaman içinde; Türkiye bir kitle toplumu görünümü kazanmaya başlamış ve dolayısıyla gündelik yaşama da kitle iletişim araçlarının yaydığı kültür olan popüler tüketim kültürü egemen olmaya başlamıştır.

İletişim teknolojilerinin kullanımı, kültürel değişim ve etkileşimde önemli rol oynamaktadır. Görselleştirilen kültür öğelerini geniş kitlelere ulaştıran en etkili kitle iletişim araçlarından birisi de daha önce belirtildiği gibi televizyondur. Televizyonun gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte izleyici üzerindeki etkisi de artmıştır. Mutlu (1991), televizyonun insanın zaman ve mekan sınırlılıklarıyla çizili gündelik yaşam deneyiminin sınırlarını geliştiren, geliştirmekle de kalmayıp, bu deneyimin nitel ve nicel örüntüsünde önemli değişikliklere yol açan bir teknolojik olanak olduğunu belirtmektedir.

Postman (2010)'a göre, “televizyon ışık hızıyla yayılan bir araç olarak şimdiki zamanı merkeze almaktadır” ve “televizyon bütünden ziyade parçaya, imaja önem verir”. Bilis (2013), bu durumu televizyondaki görüntünün, haberin bir sonraki görüntü ve haber sebebiyle eski, geçmiş, güncel olmayan konumuma düşmesi şeklinde açıklar.

Sonuç olarak; televizyon için üretilmiş her şey (haberler, diziler, yarışma programları) izleyici ile bulunduğu anda tüketilir ve anlıktır. Çalışma kapsamında ele alınan televizyon yayınlarındaki mekan algısı söz konusu olduğunda da izleyicinin o an için televizyonda gördüğü, anlık, seçici ve bütünsel olmayan kişisel algısına dayanan bir mekânsal ilgi oluşur. Ancak, popüler kültürün etkisiyle bu ilgi uzun süreli değildir. Tüketim odaklı olan popüler kültür yapısı gereği bir sonrakine yer açmak ve yaygınlaştırmak için mevcut olanı eskitebileceği gibi, eski olanı da amaçları doğrultusunda güncelleştirebildiği için bu ilgi değişkendir.

Televizyon yayınları ile toplum ve toplumu oluşturan bireylerin kültürel yapısı arasında karşılıklı etkileşim mevcuttur. Bu etkileşim çeşitli yönleri ile irdelendiğinde iki farklı yaklaşımın öne çıktığı görülmüştür. İlki, Televizyon yayınları yoluyla izleyici hem kendi kültürel değerlerini hem de farklı olanları aynı ekranda izler. Bu yayınlar yoluyla kendi dışındaki dünya ile buluşan izleyici, bu süreçte karşılıklı etkileşimle az ya da çok kültürel değişime uğrar. Bu çalışmada ülkemizde var olan davranış kalıplarını ve kültürel kodları doğallığı içerisinde samimi bir dille aktaran “Kaynanalar, Bizimkiler, Süper Baba, Mahallenin Muhtarları” gibi diziler birinci yaklaşıma örnek olarak verilmektedir. İkincisi ise; kültürel değişime neden olan etken, izleyicinin farklı kültürlerle karşılaşmasının yanında, bilinçli olarak seçilip kendisine sunulan kurgular ve yapımlar aracılığı ile popüler olan nesne veya davranış kalıplarınıdır. İkinci yaklaşımda izleyiciyi tüketime yönlendiren bu nesne ve davranış kalıplarını içeren “Asmalı Konak, Muhteşem Yüzyıl, 80’ler, Umutsuz Ev Kadınları” dizileri örnek olarak yer almaktadır.

4. TÜRKİYE'DE DEĞİŞEN KONUT ALGISININ TELEVİZYON DİZİLERİ ÜZERİNDEN ANALİZİ

4.1. Türkiye'de Televizyon Tarihi

Türkiye'de televizyon yayınları ilk kez İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından 9 Temmuz 1952 günü başlamıştır. 1 Mayıs 1964 tarihli TRT Yasası'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte, Türkiye sınırları dahilinde TRT dışındaki kurumların radyo ve televizyon yayınları yapması yasaklanmış, İTÜ TV 1970 yılında yayınına son vermiştir. TRT 31 Ocak 1968'de ilk deneme yayınına gerçekleştirmiştir. Yayınlar siyah beyaz, üçer saat salı, perşembe ve cumartesi akşamları olmak üzere haftada üç gün yapılmıştır. Ankara Televizyonu'nun yayınları büyük ilgi ile karşılanmış ve halk tarafından öncelikle kamuya açık yerlerde ve mağaza vitrinlerindeki alıcı cihazlar tarafından izlenmiştir. Daha sonra televizyon zaman içerisinde konutlara girmiş ve konut yaşamını egemenliği altına almıştır.

Başlangıçta televizyon bir eğlence aracı olmaktan çok, başta haber olmak üzere halkın eğitim ve kültürel seviyesini artıracak bir farkındalık aracı olarak görülmekteydi. Bunun etkisiyle TRT yayınları Anayasa ve 359 sayılı yasa kapsamında halkı eğitecek ve halkın kültür seviyesini artıracak programlardan oluşturmaktaydı.

1989'da TRT 3' ün ve 1990'da TRT 4' ün yayına başlamasından sonra, 1990 yılında test yayınına başlayan Star 1 yayın hayatına girerek Türkiye'nin ilk özel televizyon kanalı olmuştur. Çok kanallı döneme geçiş arkasından özel kanalların açılması ile birlikte yayınlar devlet tekeline çıkmıştır. Bu durum televizyonda yayınlanan programları çeşitlendirmiştir. Günümüze kadar geçen süreçte televizyonun hayatımızdaki yeri değişmekle birlikte farklı yollardan egemenliğini sürdürmektedir. Dijital medya teknolojilerinin gelişmesi ile popüler kültürün en etkin yayılma aracı olan televizyon yayınları günümüzde artık bir eğitim aracı olmaktan daha çok eğlence aracı olmuştur.

4.2. Televizyon Dizileri ve Konut Algısı

Tarihsel süreç içerisinde televizyonun konutlarda kullanılmaya başlanması ile birlikte mekânsal tasarım öğeleri yeniden şekillenmiştir. Televizyon, konutta kullanım alışkanlıkları ve buna bağlı olarak da mekan kullanımını ve tasarımını değiştirmiştir. Mekana girdiği andan başlayarak konutta o güne kadar insanların yüz yüze iletişimine olanak tanıyacak şekilde biçimlenen oturma mekanları ve nerdeyse tüm mekânsal ilişkiler televizyonun yaşamın odağına yerleşmesiyle yeniden şekillenmiştir.

Bu fiziksel etkilerin yanında, televizyonun sosyo-kültürel etkileri de mekanın kurgulanmasında rol oynamaktadır. Günümüzde konularını postmodern bir yaklaşım ile hem güncel hem de geçmiş verilerden alan yerli ve yabancı çeşitli televizyon programları, büyüleyici ve ilgi çekici yaşam tarzları ve mekan kurgularıyla, sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik yapıları, yaşları, cinsiyetleri farklı izleyicilerde ortak beğeniler yaratmaktadır. Özellikle toplum genelinde yüksek izleyici kitlesine sahip televizyon dizileri bu bakış açısıyla ele alınabilir. Bu diziler; bazen bireysel

anılara ve özlemlere, bazen de toplumsal hafıza ve aidiyet duygularına dokunarak izleyicinin ilgisini sürekli kılmaktadır. Bunun sonucu olarak kolayca ulaşılabilen ve sürekliliği olan Televizyon dizilerindeki mekanlar, kendisini dizideki karakterlerle özdeşleştiren televizyon izleyicisinin gündelik yaşam mekanları için birer örnek model haline gelebilmektedir. İlgile ekran başına kilitlenen izleyici, özellikle mahalle, konut ve yakın çevreyle ilişkili sorunlarında ve aile içi ilişkilerinde ekrandan gördüğü hatta başta yadırgadığı farklı davranış kalıplarını zaman içerisinde benimseyerek bilinçli veya bilinçsiz olarak kendi hayatına yansıtır. Mekânsal ilişkiler, kullanılan mobilya ve donatılar da bu etkilenmeden payını alır. Toplumsal davranış kalıpları ve kültür kodlarının değişmesi mekanlara, eşyalara, olaylara, kişilere yüklenen anlamlar ve değerlerin de farklılaşmasını gündeme getirir. Fakat izleyici tarafından örnek alınan bu anlam ve değerlerin gerçekte izleyicinin yaşam tarzı, kullanım alışkanlıkları ve gerçek ihtiyaçları ile çoğu zaman örtüşmediği görülmektedir.

Televizyon yayınları ve dizilerinde mekanlar bir bütün olarak değil; bütünün içinde odaklanılan parçalar halinde izleyiciye sunulmaktadır. Bu mekanlar bazen mevcut bazen de tamamen kurgu mekanlardır. Mevcut mekanlar da amaca uygun olarak ya olduğu gibi ya da yeniden kurularak kullanılırlar. Televizyon yayınları ve dizilerdeki mekanların bütünüle ilişkisinin kurulması ya da bütüncül bir bakış açısıyla kurgulanması gerekmez. Ancak izleyici kendisine sunulan bu mekanların içine girerek gerçekmiş gibi algılar. Postman'ın (2010) televizyon ve tarih ilişkisini açıklarken üzerinde durduğu parçaya dair imajın önemli olduğu vurgusu televizyon ve mekan algısı söz konusu olduğunda da aynı şekilde gerçekleşir. İzleyicide kalan anlık, kendisi için seçilmiş sürekli tüketilen ve yenilenen bu imajlardır.

4.3. Televizyon Dizilerinden Örnekler

Birinci yaklaşım

70'li yıllar Türkiye'de televizyonun yaygınlaştığı ve TV dizilerinin hayatımıza girdiği yıllar olmuştur. İzleyicinin kendi kültürel değerleri ve farklı olanları aynı ekranda izlediği, karşılıklı etkileşime açık, hoşgörülü bir yaşamı destekleyen "Kaynanalar" dizisi pek çok yönüyle bir ilk örnektir. Bu dizi, 1974 yılının Mayıs ayında TRT ekranlarında yayınlanmaya başlamıştır. Dizide, Anadolu'dan İstanbul'a göç eden, varlıklı Kantar Ailesi'nin büyük şehre uyum çabalarıyla birlikte, dünürleri ile yaşadıkları sosyo-kültürel çatışmalar ve insan ilişkileri de mekanlar üzerinden anlatılmaktadır.

Bu yıllarda köyden kente göçün yaygınlaşması sonucunda yeni bir kentli nüfusu oluşmuştur. Şehirlerde oluşan yeni kentli nüfusu hem yerel kültüre ait değerlerini şehir yaşamına getirmiş hem de kendisi için yabancı olan mobilya ve donatı elemanlarını yaşantısına eklemeye çalışmıştır. Bu mobilya ve donatıları birer statü sembolü olarak algılanması mekanlarda farklı ve eğreti kullanım alışkanlıklarının doğmasına neden olmuştur.

Tasarımcı Faruk Malhan 1989 yılında "Arredamento Mimarlık" dergisinde yaptığı bir röportajında Türkiye'de oluşan bu kullanıcı kültürünü aşağıdaki şekilde ifade etmiştir. "Türkiye'de şöyle bir şey oldu: Anadolu'nun veya Ege'nin bağrından kopmuş bir takım insanlar geldiler ve

İstanbul'da, Ankara'da başarılı oldular ve böylece sınıf atladılar. Nasıl sınıf atladılar? Gelir düzeyleri değişti. Soylu durumuna geçmek istediler. Bunu da soyluların kullandığı mobilyalarla yapmak istediler tabii. Berjerlerle, XV. Louis'lerle, XVI. Louis'lerle. Şimdi, 16. 17. ve 18. yüzyılın saray mobilyalarının kopyalarını alarak soylu olunmaz. Ama bu çaba özellikle İstanbul'da çok ağır bastı. 1950'den 1980'li yıllara kadar soy satın alma çabası içinde bulunan bir sürü insan, paraları fazlaysa, soylulara ait mobilyaları (antikaları), paraları azsa soylulara ait mobilyaların kopyalarını aldılar” (Topçuoğlu, 1989).

Bunun yanında karşılıklı etkileşim sonucu apartman dairelerinde; şark köşeleri veya modern mobilyaların yanında aksesuar amaçlı kullanılan geleneksel objeler de görülmeye başlanmıştır.

1974 yılına ait Kaynanalar dizisinin iç mekanları ve daha sonraki yıllarda çekilen devam bölümlerinde kullanılan iç mekan tasarımları dönemin konut anlayışına bu anlamda birer örnek olarak gösterilebilir. (Görsel 1a-b)

1980'lerde en fazla iki katlı konutların olduğu geleneksel mahallelerin yerini almaya başlayan apartmanlar sahip olduğumuz mahalle kültürünü bu çok katlı konutlara taşımıştır. Mahalle yaşamından farklı olarak bu apartmanlar sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik düzeyleri birbirinden farklı kullanıcıların ortak yaşam alanları olmaya başlamıştır. Bu duruma örnek olarak Türk televizyon tarihinin en uzun soluklu dizilerinden birisi olan “Bizimkiler” gösterilebilir. Bizimkiler dizisi 13 yıllık yayın hayatına 1989-1994 yılları arasında TRT 1'de, 1994-1999 yılları arasında Star TV'de, 1999-2002 yılları arasında ise Show TV'de devam etmiştir.



Görsel 1.(a) Kaynanalar Dizisi Seti, 1974



Görsel 1.(b) Kaynanalar Dizisinden İç Mekan ve Mobilya Kullanımları

Bizimkiler dizisi aynı niteliklere sahip apartman dairelerinin, farklı sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik nitelikleri olan kullanıcılar tarafından, değişik şekillerde kullanılmasıyla nasıl farklılaştığını göstermesi açısından iyi bir örnektir. Dizi hem mekânsal ilişkilerin görselleşmesi hem de henüz kaybedilmemiş geleneksel mahalle kültürünün getirdiği bir arada yaşamın gerekleri olan (komşuluk, yardımlaşma, dedikodu, merak, selamlaşma, bayramlaşma gibi) toplumsal özelliklerin bu çok katlı apartmanlara taşındığı ve böylece her apartmanın neredeyse bir mahalleye dönüştüğü bir dönemi tüm canlılığı ile yansıtır. Dizide yer alan apartman sakinleri neredeyse eski bir mahalle ya da konakta bir arada yaşayan aileler gibi kurgulanmıştır. Değişen yaşam koşullarını yansıtan bu süreçte komşulardan bazıları bir arada olma halini aidiyet duygusu olarak değerlendirirken, bazıları ise rahatsız olmaktadır.

Konutta apartmanlaşma eğilimi Cumhuriyetin ilanından sonra modernleşme hareketleri ile birlikte başlayarak Geleneksel Türk evindeki yaşam kültürü bir boyutuyla çok katlı konutlara taşınmıştır. Bu geçiş döneminde geleneklerden gelen bir takım özelliklerin apartman kültürüne entegre olması kaçınılmazdır. Geleneksel mahalle ve konut kültürünün biçimlenmesinde büyük aile yapısı düzeni etkili olmuştur. Konutlar bu büyük ailenin, zaman içinde genişlemesiyle birim birim büyüebilmekte ya da sonradan bölünebilmektedir. Esneklik kavramı, bu farklı kullanıma olanak sağlayan ilkelerden birisidir. Geleneksel yaşam kültürümüzden gelen kalabalık aile yaşantıları, aile büyükleri ile bir arada yaşama gibi alışkanlıklar apartman dairelerinde yeni mekânsal çözümleri gerekli kılmıştır. Gündüzleri yaşama mekanı olarak kullanılan odaları, geceleri aile büyükleri ya da çocuklar için yatak odasına dönüştüren fonksiyonel mobilyalar (çekyat, divan), kullanılmadığında duvara dayanan yemek masaları, kapatılan balkonlar ya da kullanılmayıp depo haline getirilen tuvaletler, pek çok fonksiyonu karşılamak durumunda kalan salonlar ve apartman boşluklarına bırakılan eşyalar ve ayakkabılarla görselleşen, hiçbir şekilde esnek kullanıma imkan vermeyen apartman yaşamının olumsuzlukları Bizimkiler dizisinin dışı vurduğu geçiş dönemi kültürel kodlarıdır. Dizide insanlar arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin fiziksel çevreye yani mekana, sokağa yansımalarıyla birlikte ele alınıp işlenmiştir.

90'lar kaybolan mahalle yaşamını bize tekrar hatırlatan "Süper Baba" ve "Mahallenin Muhtarları" gibi dizilerin popüler olduğu yıllardır. Eskinin aksine apartmanlarda komşuluk ilişkilerinin giderek ortadan kalktığı, birbirini tanımayan kişilerin aynı çatı altında yaşadığı bir dönemde çekilen bu dizilerde eski mahalle kurgusu içerisinde kullanılan bir ya da iki katlı konutlar izleyicinin anılarında da izleri bulunan bu tür mekanlara karşı yeniden bir ilginin doğmasına yol açmıştır. Bu ilgi bu tür mahallerdeki mevcut konutların alım satımı ya da kiralanmasında bir hareketlilik yaratmıştır. Ancak bu semtlerde (Beylerbeyi, Kuzguncuk, Üsküdar vb.) değişen yaşam koşulları ve yasal düzenlemeler yeni sakinlerinin beklentilerinin bir kısmını karşılanmasını engellemiştir. Aynı zamanda yeni sakinlerin farklı olan geçmiş yaşam deneyimleri nedeniyle bu mahallelerdeki yaşantıya kendi doğallığı içinde katılmaları çok da mümkün olamamıştır. Aslında yaşanan yine TV yoluyla yaygınlaşan popüler kültürün yansımalarıyla oluşan gerçekçi olmayan beklentilerdir.

İkinci yaklaşım

İzleyicinin kendisine sunulan kurgular aracılığı ile popüler olan nesne veya davranış kalıplarını kullanarak tüketime yönlendiren ikinci yaklaşımın ilk örneği; 2000'lerin başında kendi tarzındaki diziler arasında öncü sayılabilecek "Asmalı Konak'tır. 2002-2003 yılları arasında ATV'de yayınlanan dizi, izleyiciyi farklı doğal oluşumlar ve yöresel mimari değerler çerçevesinde şekillenen Ürgüp taş konaklarına götürür. Geleneksel yerleşim bölgelerinin dokuları ve mimari karakterleri; bölgesel verilere, geleneklere, kültüre ve yaşam koşullarına bağlı olarak biçimlenir. Bu oluşum ve biçimlenmede insanın yaşamının ve toplum yapısının etkisi açıkça görülür. Farklı bölgesel koşullar kendilerine ait yaşam tarzları ile bir "Bölgesel Mimarlık Dili" oluşturmaktadırlar (Sızak, 2007). Dizide büyük şehir insanının yabancı olduğu feodal yapının ve doğal verilerin şekillendirdiği, yerel mimari özelliklere sahip mekanların kullanılması bölgeye ilgiyi arttırarak,

Kapadokya Bölgesi'nde geleneksel konutların butik otel olarak kullanımını yaygınlaştırmıştır. Hatta popüler kültürün tüketim odaklı yapısı dizinin gördüğü büyük ilgi, Ürgüp'te Asmalı Konak dizisinin çekildiği konağı neredeyse bir müze konumuna taşımış ve bu ilgi bir anıt yoluyla kamusal alana kadar uzanmıştır. Tekrarlanamayacak doğal ve özel koşulların oluşturduğu bu konaklarda, izleyicinin birkaç gece de olsa konaklamayı farklı bir deneyim olarak yaşama isteği bölgede turizmi de canlandırmıştır.

Yakın geçmişimizde konuta etkilerini çok açık bir biçimde gözlemlediğimiz bu başlık altındaki diğer örnek ise "Muhteşem Yüzyıl" dizisidir. 2011-2013 yılları arasında yayınlanan dizi Osmanlı İmparatorluğu padişahı Kanuni Sultan Süleyman'ın ve Hürrem Sultan'ın hayatından bir kesit aktarır. Padişahın yaşadığı konut olarak değerlendirilebilecek Topkapı Sarayı Harem Dairesi diziyi çekenlerin yorumuyla da olsa Osmanlı imparatorluğunun en parlak döneminin iç mekan özelliklerini gözler önüne sermeye çalışır. Yayınlandığı dönemde ülkenin sosyo- kültürel, ekonomik, siyasal yapısındaki değişimlerle de ilişkili olarak dizinin konutlar üzerindeki etkisi reklamlara kadar yansımıştır. Konut reklamlarında konut için "Saray" tüketici için ise "Saraylara Layık", "Bugünün Saraylısı" gibi ifadelerin kullanılması, reklamlarda kullanılan kostümler, mobilyalar veya renklerle saray temasının ön plana çıkarılması, Muhteşem Yüzyıl dizisinin yaygın olarak izlendiği dönemle eş zamanlıdır. Tüketicilerin beklentilerinin yönlendirilmesi doğrultusunda tasarlanan reklamlarda saray etkisinin bu kadar sık kullanılması dizinin tüketici beklentileri üzerindeki etkisini gösteren bir örnektir. Benzer etki sadece konut reklamlarında değil; mobilya, mefruşat, seramik, boya, vitrifiye malzemeleri gibi konutla ilgili tüm alanlara yansımıştır. Bu yansıma aynı zamanda kullanıcıların tasarımcılardan (iç mimar, mimar, endüstriyel tasarımcı vb.) istek ve beklentilerini yönlendirmiş ve bir tasarım "trendine" dönüşmüştür. Bu noktada gözden kaçırılan önemli bir husus bu tür dizilerin oluşturup beslediği popüler kültür; tüketicinin içinde yaşadığı dönemin kültürüne yabancılaşmasına neden olarak aslında bağlamdan kopması sonucunu da doğurduğudur.

Bir diğer örnek dönem dizisi niteliğindeki "80'ler" dizisidir. 2012 yılının Ocak ayında yayına başlayan 80'ler dizisi dönem mobilyaları ve kostümleri ile dikkat çekicidir. Dönem dizileri ve klasik romanlardan uyarlanan diğer diziler gibi bu dizi de "retro, vintage" etkisini günümüz konut iç mekan tasarımları ve mobilyalarına taşımıştır. Popüler mobilya firmaları bu tür koleksiyonlar oluşturmuş ya da yeni koleksiyonlarında bu stillerden parçalara yer vermiştir. (Görsel 2a-b) İskandinav koltuklar, ahşap sandalyeler, karosiman ve karo çini yer kaplamaları, perde desenleri, çağdaş tasarımlarda sıklıkla kullanılır hale gelmiştir. İzlerken tüketiciyi yakın dönem hatta kendi geçmiş yaşam deneyimlerine götüren, giderek hızlanan toplumsal değişimin etkilerini kendi yaşamlarında algılamalarına olanak tanıyan bu diziler anıları canlandırarak tüketicinin istek ve beklentilerinin yönlendirdiği bir tasarım "trendine" dönüşmüştür.



Görsel 2.(a) 80'ler Dizisi



Görsel 2.(b) Vukan Kitaplık, Mudo Concept, 2015

Desperate Housewives'ın Türkiye Uyarlaması "Umutsuz Ev Kadınları" dizisi İkinci yaklaşıma son örnek olarak verilebilir. Kitaplar, gazete ve dergiler, ulus ötesi televizyon yayınları, televizyon film ve dizileri, sinema filmleri, video ve bilgisayar oyunları, müzik ürünleri, sınır aşan medya içerikleri arasında sayılabilir (Kartarı, 2013). Hem yabancı diziler hem de yabancı yapımlardan uyarlanan diziler de bu bağlamda ele alınabilir. Söz konusu uyarlanmış diziler olduğunda, orijinal dizi mekanları ve toplumsal davranış kalıpları, kendi kültürel kodlarımız ile birlikte ele alınarak yeniden yorumlanmaktadır. Uyarlama dizilerin ticari başarısı denenmiş olduğundan bu dizilerde kullanılan mobilya, aksesuar ve mekansal özelliklerin moda etkisi yaratması olasılığı yüksektir. Desperate Housewives'ın Türkiye uyarlaması Umutsuz Ev Kadınları dizisinde Zeliş karakterinin evindeki koltuk bir örnek olarak gösterilebilir. (Görsel 3) Zeliş karakterinin evindeki koltuk, Türkiye'de farklı tüketici profilleri tarafından kabul görmüş dizideki pek çok popüler kültür ögesinden biridir. (MED yapım Suzan Sümeli ile yüzyüze görüşme, 2014)

Bunların yanında çekim kolaylığı sağlaması amacıyla oluşturulan kurgu mekanların gerçek hayatta görülmeye başlanan karşılıkları işlevsellikten uzak, konut kültürüne yabancı, pek çok yönüyle yaşamı zorlayan mekansal uygulamaları ortaya çıkaran önemli bir etkidir. Son dönem yapılan konutlarda giriş holünün tamamen ortadan kaldırılması buna örnek verilebilir.



Görsel 3. Umutsuz Ev Kadınları Dizisi, Zeliş Karakterinin Koltuğu

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kuramsal bir temel oluşturularak, ülkemizdeki televizyon dizilerinin toplumu oluşturan bireylerle karşılıklı etkileşiminde öne çıkan iki farklı yaklaşımı değerlendirilen örnekler üzerinden görüldüğü gibi; aslında televizyon için üretilmiş her şeyin (haberler, diziler, yarışma programları) izleyici ile buluştuğunda anlık olduğu ve tüketildiği hatırlanmalıdır. Ancak bu izleyicinin üzerinde etki bırakmadığı anlamına gelmez, izleyicinin bilinçaltında kalan bazı ipuçları birbiri üzerine eklenerek, onun gereksinmelerini karşılama biçimini etkileyerek, istek, beklenti ve beğenilerini değiştirir. Bu değişim kısa süreli de olsa izleyicinin üzerinde oluşturduğu etki ile gerçekçi olmayan gereksinmeler de yaratır ve izleyiciyi tüketime yönelen bir davranış içerisine sokar. İşte bu nedenle daha televizyon yapımlarının tanıtımı yapılırken, onların izleyiciler üzerinde yaratacağı bu etkileri karşılayacak ürünler de pazarda yerini alır.

Bu etkileşimler sadece ülkemizde üretilen yapımlar yoluyla değil, yabancı ve uyarlama diziler yoluyla da gerçekleşmektedir. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşmasının sonucu olarak farklı ülkelerde, farklı kültürel kodlarla üretilmiş medya içerikleri dünyanın her yerinde tüketilmektedir. Tek kanallı TRT yıllarından başlayarak, özel kanalların yaygınlaşmasından günümüze kadar geçen süreçte Türk televizyon yayınları arasında da farklı kültürlerden birçok televizyon programı bulunmaktadır. Bu yapımlar kültürlerarası bir etkileşim oluşturmaktadır. Yabancı kaynaklı diziler veya bunların Türkiye uyarlamaları bu kapsamda değerlendirilebilir. Bu dizilerin de etkisiyle farklı kültürlerden gelen birçok özellik konutlarımızda yerini almaya başlamıştır. Bunun sonucunda; kendi kültürel değerlerimizden ve kendi yaşantımızdan uzak etkilerle tasarlanan mekanlar gündelik yaşamda kullanıcı açısından fonksiyonel olmamakla birlikte bir prestij göstergesi olarak uygulanmaktadır. Çocuklukta; yaşama ve mutfak eylemlerini bütünleştiren Avrupa ve Amerika'da kullanılan açık mutfaklar yabancı kültürlerle ait dizilerde yer almaktadır. Bu dizilerin de etkisiyle 80'li yıllarda birçok konutta yer bulan açık mutfaklar ülkemizin aile yapısına, sosyo-kültürel değerlerine ve yaşam şekline, uzun saatler süren ve çok çeşitli baharatların kullanıldığı Türk yemek pişirme kültürüne uymadığı halde uygulanmıştır. Yine aynı şekilde yabancı dizilerde görülen Amerikan barlar önce Yeşilçam filmlerinin mekanlarında sonra da gerçek yaşamda işlevsiz ancak prestij nesnesi olarak yer almıştır. Mobilyacılar da yemek masası, sandalyeler, büfe ve Amerikan bar uzun süre takım olarak satılmıştır.

Aynı zamanda son dönemde yayınlanan dizi sayısındaki artışla birlikte, ekranlarda bir taraftan uçsuz bucaksız lüks villaları, bir taraftan da gecekonduları izleyen izleyicinin yaşadığı karmaşa ve tüketime yönelim Türkiye'de konut kültürünün ve kentlerin günümüzdeki halini yansıtan bir ayna gibidir. Geleneksel konutların yok oluşunu, köyden kente göç ile birlikte oluşan gecekondu ve yapsat apartmanlar izlemiş, günümüzde ise gecekondu mahallelerinin yanına yüksek yoğunluklu lüks konutlar inşa edilerek tam bir karmaşa yaratılmıştır (Görsel 4). Son dönemde bu karmaşanın dizilerdeki karakterlerden başlayarak konulara, olaylar dizisine, kostüm tasarımı ve aksesuar seçimlerine, kurgulanan ve seçilen mekanlara kadar yansıdığı görülmektedir. İnsan ilişkileri gibi mekana dair tüketim kalıpları da giderek bu dizilerde sığ, altyapıdan yoksun ve niteliksiz seçimler olarak izleyiciye sunulmaktadır.



Görsel 4. Ekranlardaki karmaşanın kente yansımaları, Mahalle aralarında yer alan lüks konutlar

Değişen teknoloji, gelişen iletişim olanakları ve popüler kültürün etkilediği ya da yönlendirdiği kullanıcı gereksinimleri, istek ve beklentileri, üretim ve tüketim ilişkileri, yönetim, eğitim ve diğer alanlardaki örgütlenmenin de değişmesi kaçınılmazdır. Ancak son söz olarak bu değişimlerin insan ilişkileri ve fiziksel çevrenin niteliksizleşmesi, sıradanlaşması, toplumsal ve bireysel yaratıcılıktan uzaklaştırılmasıyla her şeyin metalaştırılması gibi olumsuz etkilerini engelleyecek şekilde insan ve doğa lehine kontrol edilip yönlendirmesi gerekir. Bu noktada mekan tasarımcılarının da sorumluluğu olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Bilis, Ali Emre (2013). Popüler televizyon dizilerinden muhteşem yüzyıl dizisi örneğinde tarihin yapı söküümü, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 2013/II 45 19-38.

Canoğlu, Seda (2012). Türkiye'de Modern Mobilya Tasarımının Gelişimi: Öncü Mobilya Tasarımcılar Üzerine Bir Analiz, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İçmimarlık Anasanat Dalı, Eskişehir.

Ercins, Gülay (2009). Türkiye'de Popüler Kültür Görünümleri Ve Gençliğe Yansımaları, Adnan Menderes Üniversitesi, 6. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Aydın. Güvenç, Bozkurt. (1979). İnsan ve Kültür, Remzi Kitapevi, 3. Basım, İstanbul.

İTÜ TV, wikipedi özgür ansiklopedi yer: http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0T%C3%9C_TV Erişim Tarihi: 18.03.2015

Kartarı, Asker (2013). Kültürlerarası Etkileşim, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim fakültesi Yayını, Eskişehir.

Kıray, Mübeccel Belik (1964). Ereğli Ağır Sanayiden Önce Bir Sahip Kasabası, Başbakanlık D.P.T. Ankara.

Kıray, Mübeccel Belik (1964) Kent Sosyolojisi Açısından Tarihi Çevre Koruma Ayır Basım

Mutlu, Erol (1991). Televizyonu Anlamak, Gündoğan Yayınları, Ankara.

Nalçakan, Meral (1993). Tarihi Ve Kültürel Sürekliliğin Fiziksel Çevrede Değişime Yansıması Ve Eskişehir Örneği, Doktora Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Bina Bilgisi, İstanbul.

Postman, Neil (2010). Televizyon: Öldüren Eğlence. Osman Akınhay (Çeviren). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Rapaille, Clotaire (2009) Kültür Kodu, Çeviri: Duygu Dölek, Fgp Yayıncılık, İstanbul. Rapaport , Amos (1977). A Human Aspect Of Urban Form. Oxford: Pergomon Press

Sak, Güliz (2014). Mutfak Tasarımında Modüler Sistemlerin Kullanıcı Ergonomisi Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı. İstanbul.

Sızak, Emine (2007). Konut tasarımına Frank Llyod Wright'ın yaklaşımı ve geleneksel Türk evi Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, mimarlık Anabilim Dalı, Eskişehir.

Sümeli, Suzan (2014). Yüz Yüze Görüşme, İstanbul: Med Yapım

Topçuoğlu, Nazif (1989). "Faruk Malhan: Ürüne, Onu Üretene Ve Tüketene Şekil Veriyoruz" Arredamento Dekorasyon Dergisi, 04:33-36.

Türkiye'de radyo ve televizyonun geçmişi, wikipedi özgür ansiklopedi yer: http://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_radyo_ve_televizyonun_ge%C3%A7mi%C5%9Fi Erişim Tarihi: 18.03.2015

Görsel Kaynaklar

Görsel 1.(a) Kaynanalar dizisi seti 1974; <https://www.youtube.com/watch?v=6Yvz0Gia7tI>

Görsel 1.(b) Kaynanalar dizisinden iç mekan ve mobilya kullanımları https://www.youtube.com/watch?v=017_J_aabNQ

Görsel 2. (a) 80'ler dizisi http://www.mobdizayn.com/wp-content/uploads/2013/02/IMG_0267.jpg

Görsel 2. (b) Vukan kitaplık, Mudo concept, 2015 https://www.mudo.com.tr/kitaplik/vukan-kitaplik_774_28945

Görsel 3. Umutsuz Ev kadınları dizisi Zeliş karakterinin koltuğu <https://www.youtube.com/watch?v=viPi0wkMk1s>

Görsel 4. Ekranlardaki karmaşanın kente yansıması, Mahalle aralarında yer alan lüks konutlar Canoğlu, Seda (2015)