

FOLKLORUN 21. YÜZYILDAKİ BAĞLAMI: NİNEDEN TORUNA GELENEĞİN DEĞİŞMEYEN AKTARIMI: “KOCAMIN AİLESİ”

The Context of Folklore in the 21st Century: The Steady Transfer of Tradition from Grandmothers to Grandchildren: “Kocamın Ailesi (My Husband’s Family)”

Mehmet ÖZDEMİR*

Gazi Türkiyat, Bahar 2017/20: 191-208

Öz: Bu makalede medya ve folklor olgusundan hareketle “Kocamın Ailesi” isimli 57 bölümlük dizinin folklorik açıdan tahtlı yapılmaktadır. Bu maksatla dizinin tamamı izlenmiş olup ilk 30 bölümden hareketle çeşitli değerlendirmelerde bulunulmaktadır. Makalede, geleneğin aktarım bağlamı olarak medyanın etki gücü üzerinde durulmaktadır. Çünkü içinde bulunduğumuz yüzyılda yazılı, işitsel, görsel araçlarla dünyayı kuşatan medya, internetin sınırsız gücünü arkasına alıp kültürel bağlamların da önemli aktörlerinden birisi olmuştur. İlk örnekleri sözlü kültür mahsulü olup kayda geçirilen metinlerin veyahut batılı bir tür olarak kabul edilen romanların senaryolaştırılması şeklinde hayatımızda kendisine yer edinen hikâyelerden ve romanlardan kurgulanan filmler veya diziler, günümüzde folklorik pek çok unsurun incelenip yeni kurgularla tüketiciye sunulduğu bağlamlar durumundadır. Dolayısıyla makalenin amacı, değişen ve dönüşen yaşamlar gibi bu yaşamlar çevresinde teşekkül eden folklor mahsullerinin de söz konusu değişim ve dönüşümlerden etkilendiği ve yeni bağlamlarda yaşamaya/yaşatılmaya devam ettiği “Kocamın Ailesi” dizisi örnekleminde hareketle ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: folklor, gelenek, kültür ekonomisi medya, tv, internet

Abstract: In this article, the 57-episode-TV-series Kocamın Ailesi is analyzed in terms of folklore with reference to media and concept of folklore. To that end, all the episodes of the TV-series are watched and various evaluations are made with reference to the first 30 episodes of the series. In this article, the influential power of media is emphasized as the context of tradition’s transfer, because, media, surrounding the world with written, auditory and visual tools in the century we live in, has become one of the most important actors of cultural contexts by being supported by the unlimited power of internet. Fictionalized from stories and novels gaining a seat in our lives by scripting the recorded texts and the novels, which are accepted as a Western type, the movies or TV-series, the first examples of which are products of oral culture, are in the position of contexts represented to the consumer with new fiction by studying many folkloric factors nowadays. Therefore, the aim of the article is revealed with reference to the example of the TV-series “Kocamın Ailesi” in which folklore elements are formed around these lives, like changing and transforming lives, are also affected by the mentioned change and transform and continue to live/be lived by new contexts.

Keywords: folklore, tradition, cultural economy, media, tv, internet

*Doktora Öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi, Türk Halkbilimi Bölümü, Ankara/TÜRKİYE.
mehmet_ozdemir@outlook.com.tr. Gönderim Tarihi: 26.01.2016. Kabul Tarihi: 23.05.2017.

Giriş

Bu makalede, dizi ve folklor olgusundan hareketle “Kocamın Ailesi” isimli 57 bölümlük dizinin folklorik açıdan tahlili yapılmaktadır. Bu maksatla dizi kendi sezonunda ve sonradan kaydedilmiş görüntüler üzerinden olmak üzere iki kez izlenmiştir. Makalenin sınırlanması açısından 57 bölümlük dizinin ilk 30 bölümünden hareketle değerlendirmelerde bulunmaktadır.

Folklorun bilim dünyasınca kabul edilen iki başlangıç tarihi Grimm Kardeşlerin 1812 yılında “Ev ve Çocuk Masallarını” yayınlamaları ile Stith Thompson’un 1846 yılında “Folklore” terimini kullanmasına bağlanmaktadır (Oğuz 2011: 11-12). Ayrıca bu tarihlerden daha önce 1782’lerde Friedrich Ekkard’ın Almanca’da folklor anlamına gelen “Volkskunde” sözcüğünü kullandığı araştırmalarla ortaya konulmuştur (Gözyayın 1992: 1020). Folklorun bilim dünyasında kendisine yer edinmesiyle birlikte özellikle folklor ürünlerinin toplanmasına ve incelenmesine yönelik olarak geliştirilen araştırma yöntemleri, henüz iki yüzyıllık genç bir bilim dalının zengin bir kuramsal birikim oluşturmasını sağlamıştır (Çobanoğlu 2000: 42). Elbette bu makalede folklorun geçmişi ve kuramsal çerçevesini incelemek hedeflenmemiştir. Burada vurgulanmak istenen folklorun değişen devirlerde farklı metotlar ışığında ele alınmasıdır. Günümüzde folklorun geleneksel bağlamlarda yaşatılmasını beklemek, unutulmaya yüz tutmuş veya unutilan kültürel unsurların yeni bağlamlara aktarılmasına karşı çıkmak kültürün tabiatına aykırıdır. Kültür, insanlar tarafından oluşturulan içeriklerden müteşekkil bir yapıya sahip olduğu için insanlarla birlikte olmak zorundadır. Ben-Amos’a göre folklor “küçük gruplarda artistik iletişim biçimidir” (1971: 13). Devirler ve grubu oluşturan üyeler değişse bile “artistik iletişim” unsuru yani folklor, var olmaya devam edecektir.

Kültürü insan olgusundan ayrı düşünmek, sırf yazılı unsurlarla arşivde saklı tutmak veya diğer bir ifadeyle ‘korumak’ [yaşatmak] çok da mümkün ol(a)mamaktadır. Kültürü korumanın yolu, onun günlük yaşama dâhil edilmesiyle mümkün olmaktadır. Kültürün kaybolan [bozulan] doğasının/bağlamının yeniden kurulması ya da farklı bağlamlarda yeniden yaşatılmaya çalışılması gerekmektedir. Bu tarz çalışmaların en bilinenleri olarak “Somut Olmayan Kültürel Miras Müzelerinde” devam eden “Uygulamalı Halkbilimi” faaliyetleri örnek gösterilebilir. Uygulamalı halkbilimi “kırsal veya geleneksel ürünler de dâhil olmak üzere kültürü kentsel alanda yeniden üretmek, canlandırmak, yeni gereksinimler için kullanmak” (Oğuz 2013: 38) şeklinde tanımlanmıştır. Bu çalışmada ele alındığı gibi folklorun günümüz yaşam çevrelerinde icra edildiği bağlamlardan bir tanesi de medyadır. Tarihi bağlamda medya, hemen her dönemde folklor belleğinden istifade eden bir iletişim kanalı olarak gelişme göstermiştir. Medya için oluşturulan içeriklerin tamamı kültürel belekten istifade edilmek suretiyle hazırlandığı için, yeni içerikler ve yeni bağlam düşüncesi yanında kültürel ekonomik amaçları göz önünde bulundurmamak gerekmektedir. Çünkü medya patronları ve yapımcılar her şeyden önce reklam alma kapasitesi

yüksek ve izleyici oranları fazla olacak yapımları arzulamaktadır. Bu istekleri karşılayacak en temel kaynaklardan bir tanesi de hiç şüphesiz folklorudur. Folklorun yerelde masal anası, hikâyecisi, âşığı, muzip ve şakacı bilge tipi, halk hekimi, kaynanası, gelini, güveyisi, eltisi, vb. içerikleri diziler aracılığı ile yeni bağlamlarda, yaşatılmaya devam etmektedir. Bu bağlamda dizi, özellikle işlevsel açıdan tahlil edilmiştir. Bu bağlamda "Gezelim Görelim" tarzı yapımları inceleyen Taşlıova, özelde televizyonu genelde ise medyayı günümüz halkbilimcilerinin yeni derleme sahası olarak görmüştür (2011: 122). Yine, Çevik dizileri halk hikâyelerinin modern şekli olup olmamaları yönüyle karşılaştırmalı bir şekilde incelemiştir¹ (2015: 34-46). Ayrıca bugünkü teknolojinin bir ürünü olan akıllı telefonlar [smartphone] özellikle uygulamalar aracılığıyla "geleneksel anlatı belleğine ait ürünleri" saklayan, yeniden üreten ve yaşatan kültür endüstrileri olarak yorumlanmalıdır. Bundan dolayı genelde medya özelde ise sahip olduğu yaratıcı endüstriyel ürünler modern çağın 'masal anası' olarak yorumlanması gerekmektedir.

Medya, Walter Ong'un "ikinci sözlü kültür" çağı olarak adlandırdığı, yazının ve matbaanın icadıyla birlikte başlayan, kitle iletişim araçlarının kullanımıyla yükselen elektronik kültür çağıdır (2010: 23-101-161). Folklor sözden ayrıldıktan sonraki ilk adımı yazıya atmıştır. Ama bir teknolojik buluş olarak yazı, sözün bittiği yer değildir. Sözün yaygınlık ve süreklilik kazandığı bir ortamdır. Sözlü kültürün bütünüyle yok olduğunu düşünmek ispatı zor bir girişimden öteye gidemez. Çünkü insanlar arası ilişkilerde sözlü gelenek yaşamaya devam etmektedir. Buna ilaveten sözlü kültür mahsullerinin yazı ile varlığını sürdürdüğü ispat edilebilir. O halde başta yazı olmak üzere ikinci sözlü kültür çağı olmaksızın folklorun bugünkü bağlamının yeterince anlaşılamayacağı söylenebilir. Dolayısıyla folklorcu için yazı ve elektronik araçlar (radyo, televizyon, internet aygıtları vb.) çok önemlidir.

Folklorun Walter Ong'un (2010) belirttiği gibi "Birinci ve İkinci Sözlü Kültür Dönemleri" şeklinde olmak üzere iki evrede incelenmesi fikri, aynı zamanda "bağlam" düşüncesinin de güncellenebileceğini göstermektedir. Bugün sözlü kültürün tamamıyla yaşamdan elini eteğini çektiği düşüncesine karşın bir teknolojik buluş olarak kabul edilen yazı ve onun 21. yüzyıldaki en büyük yardımcısı olan elektronik teknolojisinin olağanüstü gelişimi, folklor ürünlerinin icra ortamının/bağlamının da değişmesini sağlamıştır. Söz konusu durumun bir "olumsuzlama" olarak kabul edilmesi "folkloru kalıntı ve geçmişin mirası olarak" dar bir çerçevede yorumlanmasına neden olmaktadır; daha açık bir ifadeyle, söz konusu kabuller folklorun yaşayan yönünün ihmal edilmesi, görmezden gelinmesi ve folklorun 21. yüzyılda kendi oluşturduğu ve çeşitli yardımcı araçlarla desteklenen bağlamlarda yaşayabileceği fikrinin kabul edilmemesi anlamına geleceği

¹ Sosyal medyanın önemli araçları olan "Facebook, Instagram, Youtube, Twitter vb. gibi" veya diğer bellek taşıyıcı uygulamalar, folklorun elektronik kültür çevrelerinde arşivlenmesini, yaşatılmasını, aktarılmasını kolaylaştırmaktadır. Söz konusu ortamlarda yer alan folklor ürünleri, halkbilimcilerin yeni çalışma konuları arasına eklenmelidir. Halkbiliminin kuramsal birikiminden hareketle elektronik kültür verileri incelenmelidir.

unutulmamalıdır. Birinci veya ikinci sözlü kültür kavramları kültürün sözlü yanını vurgulama amacı taşımaktadır. Birinci sözlü kültürde söz daha ziyade kendi doğasında müdahale edilmeksizin kullanılırken ikinci sözlü kültür, birincideki sözün tekrarı, kayda alınmış ve teknolojiyle geliştirilmiş şekli olarak biraz daha yapay ve denetimli bir üretim olarak düşünülmelidir. O halde bugünkü bağlamlarda ikinci sözlü kültür, kültür ekonomisi, kültür endüstrisi gibi yaratım esasına dayanan sektörlerin medya bağlamında değerlendirilmesiyle ortaya çıkar. Kültürü; temelde bilim, teknoloji ve ekonomiyle bir araya getiren kavramın yaratıcılık (Özdemir, 2012: 15) olduğu düşünüldüğünde, medyanın kültürel bellekten hareketle yaratıcı ürünlere başvurması açıklanabilir². Radyo yayınları, diziler, sinema filmleri, reklam sektörü, internet dünyası ve sosyal medya paydaşları sayesinde folklor, modern çağda “yaratıcılık ekseninde” kendi bağlamlarını meydana getirmiştir. Gelişen ve değişen dünya düzeni içinde, geleneğin kendi doğasına bırakılmayacak kadar değerli olduğu (Özdemir 2012: 27) bilindiğine göre “geleneksel” olanın kullanım alanları, geleneğin modernlikle oluşturduğu sentez (Öğüt-Eker 2011: 405) folklorun bugünkü bağlamları içerisinde yorumlanmasını gerekli kılmaktadır.

“Medya, Türk kültürünün ve dolayısıyla yazılı ve sözlü edebiyat belleğinin temel icra, yaşam ve geliştirme ortamı olarak işlev görmektedir” (Özdemir 2008: 287). Medya geleneksel olanın kuşaktan kuşağa aktarılmasında önemli bir konuma yükselmiştir. Hemen hemen her evde bir televizyon olduğu düşünülürse 21. yüzyılda hangi medeniyette ya da kültürde olursa olsun, medya ve folklor, internet ve folklor gibi gerçeklikleri görmezden gelmek doğru bir yaklaşım ve bakış açısı değildir. Dolayısıyla kültürel bellek medyayı beslemeye devam ederken medyada kültürel belleğe ait unsurları yeniden yaratmakta, yaşatmakta ve bu unsurların kuşaklar arasında aktarılmasına yardımcı olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak medya, modern insanın ihtiyaçlarına bir cevap olarak yeni bir anlatı türü olan dizileri yaratmıştır (Çevik 2015: 37).

Somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) sözleşmeleri bir başlangıç olarak geleneksel sözlü kültürün korunmasını ve yaşatılmasını amaçlamaktadır. Kültürün somut/maddi unsurlarına yönelik olarak yapılan restorasyon ve koruma politikaları sonucu, maddi kültür unsurları büyük oranda koruma altına alınarak turizme kazandırılmıştır. Ancak SOKÜM için aynı durum söz konusu değildir. Sözleşme her ne kadar söz konusu amaca yönelik olsa da koruma ve yaşatma politikalarının yeterince işletil(e)memesi, sözleşmenin uygulama boyutunun eksik kalması dolayısıyla sadece resmi bir belge niteliğinde kalması sonucunu doğurmuştur. Medyanın ve internetin etki gücüyle beraber SOKÜM unsurları da benzer şekilde kuşaklararası olarak aktarılarak geleneğin yaşatılması sağlanabilir. SOKÜM çalışmaları başta bilgisayar ortamı olmak üzere diğer teknolojik ortamlarda çocuk oyunlarıyla,

² Medya ve kültür incelemeleri için ayrıca bakınız: Özdemir, (2008); Aytaç, Gürsel (2005), *Edebiyat ve Medya*, Ankara: Hece Yayınları.

reklamlarıyla, filmleriyle, dizileriyle, oyuncaklarıyla, kitaplarıyla, giyim-kuşamıyla, el sanatlarıyla ve diğer alanlarda yapılacak çalışmalarla desteklenerek ortak amaca hizmet eden bir yapıya kavuşturulmalıdır. Bu makalede ele alınan dizi bağlamında somut olmayan kültürel mirasın medya vasıtasıyla kuşaklararası aktarılmasına olumlu katkılar yaptığı ortadadır.

DEĞİŞEN ŞARTLAR, DEĞİŞMEYEN AKTARIM: FOLKLOR VE DİZİ KÜLTÜRÜ

Folklor ürünleri için bağlam önemli bir olgudur ve folklor tabiatı gereği kendi bağlamlarında teşekkül etmektedir. Bağlamsal çevre önceden düzenlenmiş olabileceği gibi tamamen tesadüfe dayalı olarak da kurulabilir. Kültürel unsurları canlı tutmanın yolu, onların sürekli olarak başka dönemlerde, dönemin şartlarına uygun bağlamlarda yaşatılmasına bağlıdır (Aktulum 2013: 9). Dolayısıyla medya, folklor için yeni bağlamlar meydana getirmektedir. Medyanın folklorun daha ziyade mevcut yönünü -yazılı kültürle ilgili olan metin boyutunu- vurguladığı söylenebilir. Ancak medya merkezli performansın kendi bağlamsal çevresinde değerlendirilmesi gerektiği hatırd tutulmalıdır. Medya merkezli bir folklor incelemesinde kültürün ilk icra şekli beklenmemelidir. Belli bir senaryo çizgisinde ilerleme zorunluluğundan dolayı folklorun önemli hususiyetlerinden olan irtical geleneği büyük oranda arka plana atılmaktadır. Ancak medya bağlamlarında folklorun sadece daha önceden tespit edilen ve kayda geçirilen yönünün aktarılması bile geleneklerin ve kültürün yaşatılması açısından oldukça önemlidir. Botkin’in ifadesiyle folklor, yeni şişelerde eski şarap olabileceği gibi eski şişelerde de taze şarap olabilir (Ben-Amos 1971: 5). Söz konusu tanım, folklorun devirler arasındaki devingen yapısına işaret etmektedir.

Televizyonun en önemli özelliği, ses ve görüntüyü hareketle birleştirmesidir. Her ne kadar mekân olarak bir yakınlık söz konusu değilse de televizyon anlatım ve gösterimde en çok kullanılan medya aracıdır. Televizyonun en çok izlenen ürünleri ise çoğunlukla dizilerdir. Türk medya belleği incelendiğinde yıllara meydan okumuş uzun soluklu dizilerin olduğu görülecektir³

Dizi kültürünün etkisini daha iyi anlamak için dizilerin izlenme amacıyla hangi stratejilere başvurduğu belirlenmelidir. *Alışkanlık etkisi, çeşitli beklentiler, hoş vakit geçirme, eğlenme, gülme, rahatlama, günlük yaşamdan kaynaklı stresten kurtulma ve arınma, aitlik duygusu, kültürlenme, kendi yaşantısına yakınlık, bilinir öğeleri vurgulama, önemli değerleri yansıtma* bunlardan bir kaçıdır. Ancak dizilerin izlenmesi için yapımcılar birtakım teknikler uygulamaktadır. Dizinin en önemli stratejisi “alışkanlık

³ Bizim Evin Halleri (1680), Unutma Beni (1597), Ferhunde Hanımlar (1200), Kaynanalar (950), Bizim Mahalle (510), Bizimkiler (465), Ayrılacak da Beraberiz (450), Çocuklar Duymasın (424), Arka Sokaklar (383), Çiçek Taksi (367), Mahallenin Muhtarları (337), Kurtlar Vadisi Pusu (277), Avrupa Yakası (190), Akasya Durağı (174), Yaprak Dökümü (174), Kavak Yelleri (170), Süper Baba (137), gibi diziler çok sayıda bölüme yer vererek yıllarca ekranlarda kendine yer edinmiştir (<http://onedio.com>).

oluşturma"dır. Her gün ya da her hafta, belli saat diliminde, belli bir süre ekranda kalan ve bu şekilde izleyicide bir alışkanlık oluşturan diziler, kendi izleyici profilini oluşturur. Bu amaçla ilk bölüm yayınlanmadan önce reklamlardan yararlanılır. Dizinin mizahi, eleştirel, bilgilendirici vb. yönleri fragman olarak özellikle vurgulanır. İlk bölüm belirlenen günde, belirlenen saatte yayınlandıktan sonra genellikle ikinci veya üçüncü kez tekrar gösterimler yapılır. Dizinin "*kendi gününde, kendi saatinde, kendi kanalında*" şeklindeki sloganı, bir alışkanlık etkisinin olduğunu vurgulamaktadır. Diziler sezon sonunda ya da belli sebeplerle ara verilmesi nedeniyle de izleyici kaybı yaşar. Dizinin günü, saati, kanalı ya da oyuncularını değiştirildiğinde izlenme oranlarında düşüşler yaşanmaktadır. Makalede incelenen Kocamın Ailesi dizisi de ikinci sezonda söz konusu değişiklikler nedeniyle sadece 6 bölüm ekranda kalabilmiştir. Dolayısıyla yapımcılar zorunlu olmadıkça dizilerde söz konusu değişikliklere başvurmazlar.

Alışkanlık oluşturmak için başvurulmuş bir başka strateji *düğüm atmadır*. Dizinin ilk bölümü genellikle ikinci bölümün izlenmesi amacını taşıyan bir düğümlerle sonlandırılır. Olay örgüsü içerisindeki en kritik noktada diziyi sonlandırma, merak güdüsünü ortaya çıkaracağından, izleyicinin bir sonraki bölümü heyecanlı bir şekilde beklemesine ve dolayısıyla dizi ve izleyici arasında bir bağ kurulmasına yardımcı eder. *Geçen haftanın özetini sunma* alışkanlık oluşturma için başvurulmuş yollardan bir diğeridir. Özet sunma, yeni izleyici kitlesi oluşturma gibi var olan izleyici kitlesini de elde tutmak için başvurulmuş önemli bir stratejidir. Ancak mevcut izleyici her yeni bölümden önce, hatırlatma ve mümkünse yeni izleyici kazanma amacıyla yapılan bu özet sunma girişimlerinden dolayı diziden kopmaktadır. Yani izleyici gereksiz tekrarlardan sıkılır, bunu çözümlenmiş yolunu arayan yapımcılar "*özetsiz yeni bölüm*" şeklinde yeni bir arayışa girmişlerdir.

Diziler modern yaşamın roman ve hikâyesidir. Geçmişte gazetelerde tefrika olarak sunulan hikâye ve romanların yerini günümüzde diziye dönüşen hayatlar almıştır. Ayrıca sözlü ve yazılı kültür mahsulleri geçmişte olduğu gibi günümüzde de dizi ve filmler aracılığı ile medya ortamına aktarılmıştır. "*Leyla ve Mecnun, Ferhat ile Şirin, Arzu ile Kamber, Selvi Boylum Al Yazmalım, Ezo Gelin; Aşk-ı Memnu, Yaprak Dökümü, Çalılıkusu, Bugünün Saraylısı, Hanımın Çiftliği, Fatih Harbiye, Yılanların Öcü*" vb. şekilde liste uzayıp gitmektedir.

NİNEDEN TORUNA KUŞAKLARARASINDA BİR FOLKLOR MASALI: "KOCAMIN AİLESİ"

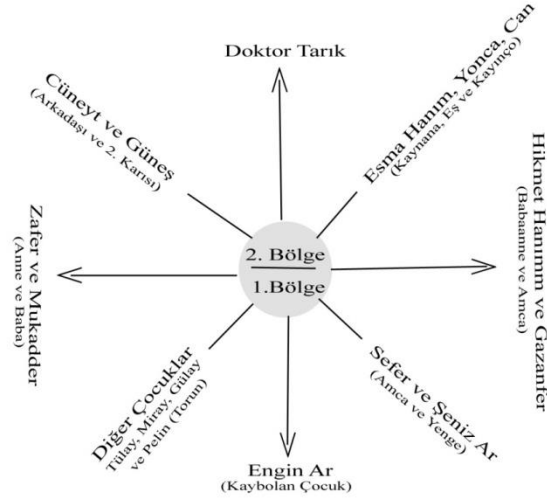
Bu makalede incelenen Kocamın Ailesi, FOX TV aracılığıyla izleyiciyle buluşan dram ve komedi tarzında 57 bölümlük bir dizidir⁴. Dizinin ilk sezondaki gösterimleri

⁴ Dizinin kayıtları şu adresten izlenmiştir: [http://www.fox.com.tr/Kocamin-Ailesi/izle].

51 bölümden oluşmaktadır. Dizi ekranlara tekrar döndükten sonra büyük oranda izleyici kaybetmiş ve sadece 6 bölüm yayınlanmıştır⁵. Dizinin senaristleri Nuray Uslu, Verda Pars, Şeyda Delibaşı, yönetmeni ise Kemal Uzun'dur. Dizi, çocuklarından biri 25 yıl önce kaybolan geleneksel, kalabalık bir Türk ailesinin yeni taşınan apartman komşuları (kiracı) çevresinde oluşan hikâyesini anlatmaktadır. Dizinin felsefesine göre "kocasını seven, kocasının ailesine katlanır" (<http://www.fox.com.tr>). Dizinin adı muhtemelen Tarık'ın eşi Yonca tarafından takılmıştır. Çünkü o, kocasıyla sırf "çöpsüz üzüm" olduğu için evlenmiştir. Tarık her ne kadar geniş bir aile özlemiyle tutuşsa da Yonca, kocasının bir ailesi olabileceği fikrini düşünmek dâhi istememektedir. Çünkü *gelinler elkızıdır*. Bu yüzden Tarık ve Ar ailesi arasındaki yaklaşma Yonca'yı huzursuz etmektedir. Kocasının hayali ve özlemi, babaanneleri, amcaları, yengeleri, apartmanda koşuşturan çocuklarıyla; salça-soğan kokularını, geleneksel piknik ortamını, mangalları, ortak kurulmuş sofralarıyla; ip atlamalı, top oynamalı, hamaklı eğlenceleriyle paylaşılan kocaman bir ailenin ortasına düşmektir.

Dizide gelenek ve modernite diz dizedir. Geleneksel ve modern aile modelleri farklı daireler içerisinde sunulmaktadır. Klasik müzik dinleyen Tarık ve Yonca ile Ankara havası dinleyen Ar ailesi gelenek ve moderniteyi birleştirmektedir. Kaynana Hikmet Hanım, bir yanıyla geleneksel yaşamı temsil eden Mukadder'e bir yanıyla da modern yaşamı temsil eden Şeniz'e bağlanır. Dizi oyuncularını ve akrabalık ilişkileri aşağıdaki çizimde gösterilmiştir.

⁵ Dizi, 3 Temmuz 2014 tarihinde izleyiciyle buluşmuştur. Birinci sezon, 51. Bölümle, 25 Haziran 2015 tarihinde tamamlanmıştır. Bir dizinin izlenme oranı yayıncılık için önemli bir belirleyicidir. İzlenmeyen diziler birkaç bölümden sonra ekranlara veda eder. Toplamda 57 bölüm halinde izleyiciye sunulan Kocamın Ailesi, reyting sıralamasında, 11 kez ilk, 25 kez ikinci, 11 kez de üçüncü sırada yer almıştır. Yani toplamı 57 bölüm olan dizi, 47 bölümde ilk üçte yer alma başarısını göstermiştir. Dizi, izlenme verilerine göre ilk bölümlerden itibaren izleyicinin bir hayli ilgisini çekmiştir (<http://www.dizisi.info.tr>). Dizinin ikinci sezonu 7 Ekim 2015 tarihinde başlamış ancak yeterli izlenme oranlarına ulaşamayınca 11 Kasım 2015 tarihinde 57. bölümde sonlandırılmıştır.



Şekil 1. Olay örgüsünde yer alan en etkili kişiler

1989 yılının gösterimiyle başlayan dizinin öyküsü Engin'in henüz çocukken pazar alışverişi esnasında kaybolması ve sonrasında yaşananlar şeklinde özetlenebilir. Dizi, içerik itibarıyla özgündür, birçok özellikleriyle geleneksel yaşam tarzına sahip bir ailenin yaşantısının medya bağlamında sunumuna dayanır. Dizide geleneksel aile yaşamına ait özelliklere yer verilmiştir. Geniş ve çekirdek aile olguları, farklı açılardan izleyicinin dikkatine sunulmuştur. Geniş aile kurgusu babaanne merkezlidir; yemekler birlikte yenilir; bir karar alınırken büyüklere danışılır. Aile reisi Zafer Ar'dır; her ne kadar pasif olarak sunulsa da pek çok konuda ona danışılmadan hiçbir iş yapılmaz. Dolayısıyla ataerkil aile yapısı dikkati çekmektedir. Çekirdek aile kurgusu ise Tarık ve Yonca çevresinde şekillenmiştir. Geniş ailede şenlik bir ortam varken çekirdek ailede ciddiyet ön plandadır. Kaynanalık, gelinlik, görümcelik, eltilik vb. gibi müesseseler işlevsel bir biçimde sunulmuştur. Ar ailesi türkülerıyla, fıkralarıyla, esprileriyle, dedikodularıyla, ninnileriyle, masalarıyla, tekerlemeleriyle, altın günleriyle, görücü usulü evlilikleriyle, çocuk yetiştirme alışkanlıklarıyla, gelenek ve göreneklerine olan bağlılıklarıyla Türk aile yaşamından örnekler sunar.

Dizide aile olgusu etrafında çocuk yetiştirmek, birlik beraberlik, komşuluk ilişkileri, mahalleli olmak ve aidiyet duygusu, gelenek ve görenekler, olumlu ve olumsuz davranış örneklerinin birlikte sunumu, olumsuz davranış örneklerinin olumlu davranışlara çevrilmesi için eğitsel örnekler verilmektedir. Tülay ve Hakan'ın evliliği ve boşanmaları üzerinden aile müessesinin önemi, Pelin'in gözünden boşanmış eşlerin ve çocukların bozulan psikolojisi yansıtılmak istenmiştir. Ayrıca Tülay üzerinden toplumsal yapıda aldatılan kadınların dramı, bunun kadın açısından utanılan bir yönü olduğu için kimseyle paylaşılmaması bir toplumsal cinsiyet göstergesi biçiminde sunulmuştur. Ayrıca kaybolan oğullarından sonra doğan Miray,

cinsiyet bakımından kız olsa bile erkek olarak yetiştirilmiştir ve dizide erkeksi özellikleri temsil etmektedir. Dizide her karakterin ailesine ve içinde bulunduğu toplumsal yapıya dönük görev ve sorumlulukları vardır. Yalan söylemenin kötülüğü, yalanın toplum üzerindeki zararları detaylı bir şekilde işlenmiştir. Dizi geleneksel bağlamda görücü usulüne dayalı evlilik ilişkileriyle modern bağlamda gençlerin flörtlerini buluşturan bir yapıya sahiptir.

Dizinin en yaşlı karakteri olan babaanne Hikmet Ar, kaynanalık müessesinin en güçlü temsilcisidir. Gelenekteki kaynana modelinde olduğu gibi sınırlıdır, aksidir, hiçbir şeyi beğenmez ve her şeyde mutlaka bir eksik yan bir kusur bulur. Dizinin şenlik isimlerinden birisi de Amca Gazanfer Ar'dır. Hiçbir şeyi dert etmeyen, işten yüzü olmayan, olumsuz durumları olumlu olarak yorumlayan, kişiliği ile herkesten ayrılan bir tiptir. Dizinin ilk bölümlerinde bir emlakçı olarak gösterilen Gazanfer Bey, kiralık evleri gezdirmektedir. Kiracının daireleri beğenmemesi üzerine, her şeyde bir eksiklik bulmak, zor beğenir olmak anlamına gelen şu deyimini söyler: "Armudun sapı, üzümün çöpü dersin sokakta kalırsın" (1)⁶. Gazanfer Bey'in söylediği deyim, hem kendi özelliklerini yansıtmakta hem de izleyiciye folklorik açıdan mesajlar vermektedir. Renkli karakterlerden birisi de Tarık'ın kaynanası Esmâ hanımdır. Sürekli gülümseyen yapıcı ve geleneksel ile modernin kesişme noktasında duran bir karakterdir.

Dizi, geniş aile yapısının yanı sıra çocuk yetiştirme, gelin-kaynana-elti-görümce ilişkilerinde rol model işlevi görmektedir. Bu kapsamda kültürel mirası aktarma ve yaşatmada önemli görevler üstlenen medya, aynı zamanda informal eğitim ortamı olarak da folklorun "eğitme" işlevini sürdürmektedir. Bugün pek çok kişi tarafından bilinmeyen deyim, atasözü gibi kalıp ifadelerin, adetlerin, gelenek ve göreneklerin medya vasıtasıyla daha geniş çevrelere aktarıldığı bilinmektedir. Halk edebiyatı ürünlerinin "gelenek taşıyıcılığı, eğitme, sosyal motivasyon, yararlılık, bütünleştiricilik, dengeleme, bir düşünceyi destekleme, sosyal eleştiri ve denetim mekanizması, dikkat çekme, az sözle çok şey anlatma, son sözü söyleme, kıssadan hisse kapma, gerilimleri yumuşatma, eğlendirme, güldürme ve rahatlama" (Öğüt-Eker 2011: 394) gibi fonksiyonları olduğu düşünüldüğünde başta diziler olmak üzere medya aracılığıyla bu işlevselliğin büyük oranda sürdürüldüğü görülmektedir.

Türk kültüründe sofrâ, başlı başına önemli bir kültürel unsurdur. Sofra etrafında teşekkül eden zengin bir kültürel miras vardır. Dede Korkut Kitabı'ndaki bilgilere "Kız anadan görmeyince öğüt almaz; oğul atadan görmeyince sofrâ çekmez" (Ergin 2004: 74) sofrâ çekmek/düzmek atadan kalan önemli bir mirastır ve kendi kodları içerisinde cömertlik sembolüdür. Türk kültüründe Halil İbrahim Sofrası deyimiyile, İbrahim Peygamber'in bereketi ve cömertliği yaşatılmaktadır. Ar Apartmanında da sofrâ çok önemli bir yer tutar. Sofra kadınların hüner sergileme alanıdır. Yemekler Mukadder Ar'ın evinde

⁶ Parantez içinde verilen rakamlar, ilgili metnin hangi bölümde yer aldığını göstermektedir.

hazırlanır ve hep birlikte yenilir. Yemeğe aile büyüğü olarak babaanne başlar. Sofraya saygı her fırsatta vurgulanan bir unsurdur. Sofra tüm maharetlerin sergilendiği kültürel bir alandır. “Erkeğin kalbine giden yol midesinden geçer” deyişi misali Tarık, Ar ailesinin yemek teklifini, “davete icabet etmek adettendir” düsturu gereği geri çevirememektedir (28). Çünkü Türk kültüründe misafir önemli bir konuma sahiptir.



Fotoğraf 1. Dizide sofranın kültürü

Sofrada geçen bir diyalog geleneksel aile yapısına yönelik önemli ipuçları vermektedir: Esmâ Hanımın “Maşallah, sizin ailenizin pek içli-dışlı bir yapısı var” şeklindeki sözlerine Hikmet Ar şu şekilde karşılık vermiştir: “Öyleyiz efendim; ana-babalarımızdan ne gördüysek odur. Bizde gelinler kayınvalidesinin rahle-i tedrisinden geçer. Bilmemek değil öğrenmemek ayıptır. Kadın dediğin usul-erkân bilecek. Yemeğinden dikişine elinden her türlü iş gelecek.” (3). Hikmet Ar, Esmâ Hanım’ın övgüsünü fırsat bilerek Yonca’ya örtülü mesajlar vermektedir. Ayrıca burada kadının aile içindeki toplumsal cinsiyet rollerine atıf yapılmaktadır. Geleneksel toplumda “yuva yı dişi kuş yapar” atasözünde olduğu gibi kadın evin neredeyse bütün görevlerinden sorumludur. Esasında kadının çalışma yaşamında kendisine yer edinmesinden çok önceleri gelişen bir toplumsal cinsiyet rolü de ev hanımı olmaktır. Erkek ise daha ziyade maddi gereksinimleri karşılamakla yükümlüdür. Ancak kadının iş yaşamına atılmasıyla birlikte toplumsal cinsiyet rollerinde de birtakım değişiklikler yaşanmıştır. Çalışan erkek figürü yanına çalışan kadın figürü yerleşerek kadın toplumda daha aktif bir konuma yükselmiştir⁷.

⁷ Söz konusu çıkarımların daha da genişletilmesi mümkündür; burada yazının amacına uygun olarak hareket edilmiş ve konuyu dağıtmamak için çıkarımlar sınırlı tutulmuştur. Daha fazla bilgi için ayrıca bk. Mehmet

Dizide geleneklerle ilgili bilgiler de paylaşılmıştır. Hikmet hanım her fırsatta geleneklerine olan bağlılıklarını hatırlatır. Psikiyatrist Cüneyt, Tarık’a “âşık atmakla” deyimiyle ilgili şu bilgiyi aktarır: **Cüneyt:** “*Ohh be, iyi geldi. Açık hava, açık deniz, açık alan iyidir. Sen nasılsın? Oha bu arada amma kafiyeli konuştum ha. Aslında ben ozan olacak adamdım; ama psikiyatrist olup kendimi harcadım. Normalde benim tipimde bir adamın, şu anda elinde saz o köy kahvesi senin, bu köy kahvesi benim, âşık atması gerekirdi. Âşık atmak bir ozanın birinci görevidir*”(15). Türkistan havzasında teşekkül eden ozanlık geleneği çeşitli işlevsel ve kültürel unsurların dönüşmesiyle Anadolu sahasında âşıklık geleneği olarak devam etmiştir. Gördüğü dinî-mistik bir rüya ile sade kişilikten sanatçı kişiliğe geçen âşık, bütün memleketleri gezerek hünerlerini ortaya koyar. Gittiği memleketlerde farklı âşıklarla karşılaşır ve çeşitli atışmalar yapar ve bu sayede âşıklar, âşıklık hünerlerini gösterir (Günay, 2011: 52). Geleneğin temsilcileri düğünlerde, şenliklerde ve âşık kahvehanelerinde çeşitli yarışmalar düzenleyerek atışmalar yapmışlardır. Ayrıca Türk çocuk oyunlarından olan “âşık oyunu” bazen kız ve erkek çocukların bazen de erkek çocukların karşılıklı oynadıkları bir oyundur (ayrıca bk: Özdemir 2006: 25-27) ve dolayısıyla “âşık atmak” deyimi söz konusu kültürel zeminlerde teşekkül etmiştir.

Tömbelek geleneği veya Ramazan ayına özel olarak gelişen mâniler, Türk kültüründe önemli bir yer tutmaktadır. Ramazan geceleri, pek çok yörede yaşatılan bir gelenek olarak “*atma türküsü ve mânilerin*” önemli icra bağlamları arasında yer alır. Ramazan davulcularının sokak sokak gezerek icra ettikleri söz konusu gelenek, bazı yörelerde tamamen ekonomik amaçlara hizmet etmeye başlamıştır. Dolayısıyla söz konusu geleneğin modern çizgisinin bugünkü bağlamsal çerçeve içinde kültürel ekonomik açıdan sorgulanması gerekmektedir. Dizinini Ramazan ayına denk gelen bölümlerinde gelenekle ilgili mesajlar verilmiştir. Ramazan davulcusu mahalleliyi sahura uyandırmak için şu mâniyi söylemiştir: “*Sahur oldu ışıyor / Bülbüller ötüşüyor / İftara çay deyince / Yüreğim tutuşuyor*” (3).

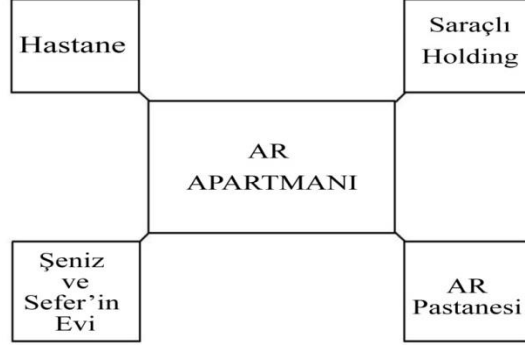
Dizide dikkati çeken bir başka konu da komşuluk ilişkileridir. Kültürümüzde “*Komşu hakkı Tanrı hakkı; komşu komşunun külüne muhtaçtır*” vb. gibi deyim ve atasözlerinde komşuluk müessesesi yaşatılmaya devam etmektedir. Komşular arası ilişkiler günlük hayatta renk katmaktadır. Bu ilişkiler bazen olumlu bazen de olumsuz olmaktadır. Dizide daha ziyade olumlu-olumsuz özelliklerin yarıştırılması ve çekişme şeklinde sunulan komşuluk ilişkisi önemli bir sürükleyici dinamiktir. Söz konusu çekişmelerde sarf edilen sözler Türk kültür belleğinin yansıtıldığı bağlamlar arasında değerlendirilmelidir.

Dizide geçiş törenleriyle ilgili önemli bilgilere yer verilmiştir. Sünnet için bir toplumsal ciniyet göstergesi olarak “*şapka çıkarma merasimi*”(3) adlandırması yapılmıştır. Gazanfer, Yonca’nın asistanı olan Bahar’ın sevgilisi olup olmadığını

anlamak için “aynı keşküle kaşık salladığı” birisi olup olmadığını sormuştur. Yine Gazanfer evlenme isteğini bildirme anlamında ise “pilava kaşık saplamak” ifadesini kullanmıştır (4). Ayrıca evlenecek kişilerin eşit olması ve sevdanın karşı konulmazlığı anlamına gelen atasözleri kullanılmıştır: “Davul bile dengi dengine ama öteki yandan gönül ferman dinlemiyor”. Dizide her yerde bulunan, sıradan anlamında “Bulunmaz Hint kumaşı mısın?”(29) deyimini kullanılmıştır. “Gözünü açtığı ilk adamla evlenmek”(4) deyimini, görücü usulü evliliklerin sonucu ortaya çıkmıştır. Türk kültüründe görücü usulü evlilikler önemli bir mevkii işgal etmektedir. Halen bazı yörelerde görücü usulü evliliklerin yapılmaya devam edildiği bilinmektedir.

Beyninde anevrizma oluşan Yonca'nın hastalık belirtileri (baş dönmesi, mide bulantısı, kusma) hamilelik belirtilerine benzemektedir. Yoncanın hamile olduğunu düşünüldüğünden ailede bir heyecan baş göstermiştir ve dizide hamilelik kültürü etrafında teşekkül eden şu adet ve inanmalara değinilmiştir: Yonca için “Az değil bu kız! Baktı ki pabuç pahalı hemen hamile kaldı” (10). Hikmet hanımın hazırladığı hamilelik muskası da başka bir inanmadır: “Karnın yastığının altına koyacaksın ki hamileliği güzel geçsin. Bize nur topu gibi güzel bir torun versin” (10). Ayrıca Miray'ın patronu Fatih, “Leylekler bacayı ziyaret etmiş” (10), diyerek çocuklara anlatılan leylek masalı gibi önemli bir kültürel olguya dikkat çekmiştir. Bir başka bölümde Hikmet Hanım: “Bak bakalım hangisini canın çekiyor. Ye ekşiyi çıkar Ayşe'yi, ye tatlıyı çıkar Hakkı'yi derler. Yonca: Ay şimdi ne Ayşe'si ne Fatma'sı Hikmet Hanım ne diyorsun? Hikmet Hanım: Evladım, gebe kadının kız mı erkek mi doğuracağı yediklerinden belli olurmuş. Ekşiyi yerse Ayşe'yi tatlıyı yerse Hakkı'yi çıkarırmış”(12). Medya vasıtasıyla kuşaklararası aktarılan söz konusu bilgiler, uygulamalar ve sözler, geleneğin önemli miraslarıdır.

Dizide bazı mekân ve olaylar diğerlerinden baskındır. Mekân olarak pazar yeri, pastane ve iş yerlerini; eylem olarak ağaç dikme balık tutma; bir araç veya eşya olarak kırmızı kazak, muska, kayısı kurabiye, mısır, sarma çok sık kullanılmıştır. El örgüsü kırmızı kazak, kazağın önemi çocuk kaybolduğunda üzerinde bu kırmızı kazağın bulunmasından gelir. Kazağı babaanne Hikmet Hanım örmüştür ve kendi el örgüsünü tanıdığını belirtmiştir (3). Söz konusu mekân, nesne ve olayları Türk halk hikâyelerindeki motifler gibi değerlendirmek mümkündür. Çünkü dizideki süreklilik söz konusu unsurlar ve yapı üzerine kurulmuştur. Ayrıca dizide merkezi mekânlar aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Şekil 2. Dizinin önemli mekânları

Zafer Ar ve kaybolan çocuk Engin'in apartmanın bahçesine diktikleri akasya ağacı, Türk kültüründeki ağaç kültü bağlamında değerlendirilebilir. Türk mitolojisine göre her hanenin kendi kutsal ağacı bulunmaktadır. Ayrıca her çocuk için ağaç dikildiği bilinmektedir. Çocuğun ve ağacın birlikte büyümesi aile için mutluluk kaynağıdır. Dilekler "ağaçlar kadar ömrün olsun inşallah" şeklinde yapılır.



Fotoğraf 2. Baba-oğul ağaç dikerken

Babaanne karakteri Hikmet Ar'ın kurduğu cümleler Türk dilinin özgün ifadeleri olarak değerlendirilen deyim, atasözü ve diğer kalıp ifadelerdir. Dizide kullanılan söz konusu ifadeler nineden toruna geleneğin medya ortamında sözlü, yazılı ve görsel süreçlerle aktarım imkânı bulmasını sağlamıştır. Dolayısıyla medya, folklor belleğini gelecek kuşaklara aktarma işlevini görmektedir. Hikmet Hanım seslenmelerine bir türlü cevap vermeyen torunu Gülay'a: "Kaybolan danasını arayan inek gibi ne bağırtıyorsun beni"(5) demiştir. Diğer ifadelerden bazıları şunlardır: "Delikli taş yerde kalmaz, deli kız evde kalmaz (9). Havan dövücünün hmk deycisi (18). Köyde öküz arabasına bin şehirde gel özel şoförle gez. Ev sahibi istemediği misafire kapıda yatak açarmış. Senin

amacın üzüm yemek değil bağcıyı dövmek. Cennete girer fidan kırar, cehenneme girer kazan deler (22). Buldun danayı salla anayı. Kör keçinin değeri ancak süt verdiğiinde anlaşılır (23). Boş boğazı cehenneme atmışlar odun yaş demiş (24). Burnundan kıl aldırılmaz, burnu düşse yerden almaz (26). Ağalar paşalar kellere kaldı köşeler (28). Arpaya katsan at yemez, yala katsan it yemez. Sen ağa ben ağa bu inekleri kim sağa (29). Kel kız ablasının saçıyla övünür, eli hamur ovalar, gözü dana kovalar. Acemi nalbant işi gâvur eşeğinde öğrenir. Ben tutarım turnayı o çalar zurnayı. Bal tattırma ayıya, pekmez tulumunu yırttırırsın. Çarşı iti koyun beklemez. Güttüğü üç davar ıslığı dağlar aşar, Dadandı dayı köfteye yine gelir haftaya (30).

Ayrıca dizide kullanılan atasözü ve deyimlerden bazıları şunlardır: **Atasözleri:** “Kurunun yanında yaş da yanar, denize düşen yılan sarılır (5), fazla naz âşık usandırır, mal canın yongasıdır (6), komşu komşunun eşeğini ıslık çalarak ararmış (7), büyük lokma yiyeceksin ama büyük laf konuşmayacaksın (10), elçiye zeval olmazmış, (15), ana gibi yâr Bağdat gibi diyar olmazmış (16), kasap et derdinde koyun can derdinde (18), öfkeyle kalkan zararlar oturur, yanlış hesap Bağdat’tan döner, derdini söylemeyen derman bulamazmış (23), iyilikten maraz doğar (29). **Deyimler:** “Yüz yüze bakmak (4), başına çalmak, üstüne gitmek, lafı ağzına tıkmak, arkasından iş çevirmek (3), yangına körükle gitmek (6), akli beş karış havada olmak (8), öküz altında buzağı aramak, ağzından kaçırarak (9), kısmeti kapanmak, kılını kıpırdatmamak, nevri dönmek (10), mumla aramak, adını çıkarmak, karşısına dikilmek, damarına basmak (15), canımıza ot tıkadı, büyüklük göstermek, elden geçirmek, muhabbetin belini kırmak, zaptırap altına almak, taş çıkarmak (16), ayakları üzerinde durmak (16), ayak bağı olmak, ayağı alışmak, elden ayaktan düşmek, iç güveysinden hallice olmak, dizlerinizi dövmek, boynunu aşmak, dış kapının mandalı, bozuk plak gibi, mantar gibi bitmek, sorumluluk almak (17), ayak basmak, darısı başına, yaralı parmağa işlemek, açık vermek, midesine oturmak (18), gemi azıya almak, pabucu dama atılmak (19), altı kaval üstü şışhane, soğuk ter dökmek, iştah kesilmek, üstüne vazife olmamak (20), gönül almak, hem suçlu hem güçlü, yüreğine inmek, ağzının payını vermek, alnını karışlamak, tepe tepe kullanmak (21), sırta kadem basmak, bardağı taşıran son damla, başından savmak, gözü arkada kalmak (22), yardım yataklık etmek, iki yakası bir araya gelmemek, tıka basa yemek, yaş tahtaya basmamak, yakasını bırakmamak, hayal kırıklığına uğramak, karanlıkta göz kırpmak (23), koynumuzda yılan beslemişiz, kuyruğu titretmek, iki dirhem bir çekirdek (24), köşe kapmaca oynamak (25), pıreyi deve yapmak (27), gökten zembille inmek (29).

Hikmet hanımın geleneklerine bağlılığı hemen her diyalogda vurgulanmıştır. Anne ve babasının boşanacağını öğrenen Pelin, bunu önlemek amacıyla ailesine, babası da evde varmış gibi davranmış, kendince bir çeşit oyun oynamıştır. Bunun üzerine Hikmet Hanım ve Gazanfer arasında şu konuşma geçmiştir: **Hikmet Hanım:** “Bu çocuk iyi saatte olsunlara karıştı. Kurşun mu döktürsek acaba? **Gazanfer:** Bu durumdan kurtulup rahatlamak için gidip biz kurşun siktiralım en iyisi anne. **Hikmet Hanım:** Aman densiz densiz konuşma. Olmadı, Kamil hocaya götürelim bi okuyup üflesin bu çocuğu, onun nefesi güçlüdür. **Gazanfer:** Ar ailesinin musibetlerden kurtulması için değil Kamil Hoca’nın nefesi kasırğa bile yetmez” (24). Görüldüğü gibi “nazar, cin çarpması, kötü huylular, iyi saatte olsunlar” vb. kültürel unsurlar, “kurşun döktürme, okuma ve üfleme” gibi

geleneksel tedavi unsurları etrafında dile yerleştiği için diyalog şeklinde ekranlarda da yer almaktadır.

Dizide ayrıca bayramda çocuklara şeker ve mendil dağıtma âdetinden bahsedilmiştir. Ayrıca Gazanfer'in bayram kutlaması için yazdığı mesajlar (SMS) aracılığıyla bayram tebriklerine yönelik toplumsal eleştirilere yer verilmiştir. "Şimdi şöyle mânili bir bayram mesajı yazıyorum; ama son dizeyi tutturamadım". Gazanfer'in bayram mesajı: "Bayram geldi, hoş geldi / Ne tasa kaldı ne keder / Kutlarım can dostlarım / Çekil git başımdan Gazanfer⁸". Ayrıca Gazanfer'in şu mesajı her kandil veya bayramda gönderilen çoklu alıcılı mesajlara bir gönderme olarak değerlendirilebilir: "Gönül bahçesinden bir gül kokusu sarsın etrafımızı / Sevda bankasının mutluluk hesabına adınıza milyonlarca sevgi yatırdım". Son dizesi eksik kalan Gazanfer'in bir başka mesajı da şöyledir: "Bu bayram ne güzel bir bayramdır / O güzel peygamber bile hayrandır / Dostluğu bilmeyenin gönlü ayrandır / Ramazan Bayramınız..." (4). İletişim teknolojisinin gelişimiyle birlikte konuşma süreçleri mesajlaşma süreçlerine dönüşmüştür. Mesajları (SMS) en fazla sevgililerin kullandığını hatırlatırsak bir eleştiri ve mizah karışımı olarak gelin arabalarının arka camlarında "Elveda 5000 SMS" yazılarına yer verilmiştir. Ayrıca bugün sıklıkla gönderilen "... konulu mesajı" en az 10 kişiye göndermezsen başına gelecek felaketlere hazır ol, gönderenin ve dileyenin duası kabul olur vb. mesaj kültürü çevresinde gelişim gösteren memoraatlar olarak değerlendirilmelidir.

Dizide mizahi pek çok unsur işlenmiştir. Fatih ve Miray arasında geçen şu konuşma mizah ve eleştiri kavramlarının birleşimini ve gücünü göstermektedir: "**Miray:** Parayı Lidyalılar buldu, havasını sen atıyorsun. **Fatih:** Normal bir kızın cep telefonu, normal insanlarda olur. Seninki ise şimdiye kadar 3 avukat, 2 savcı, 1 polis memurunda var. (Burada ayrıca kızın telefonunun herkeste olamayacağına yönelik toplumsal cinsiyet rollerine işaret edilmiştir). **Miray:** Biraz fazla ileriye gidiyorsun artık. **Fatih:** İleri gitsem ne olacak, senin vahşiliğinle rekabet etmek mümkün mü? Ailenle konuş, seni Milano Sirkine göndersinler. En azından bir iki eğitim görüp 'lütfen, rica, özür' gibi insani sözcükler öğrenirsin. Çünkü normal eğitim sisteminde insanlarla gorilleri aynı anda eğitmiyorlar. **Miray:** Ben üniversite bitirmiş sanatçı ruhlu biriyim be ne konuşuyorsun öyle. **Fatih:** Sanatçı ruhlu! Ne yapıyorsun, mağara duvarına ok, yay, Tibet Öküzü falan mı çiziyorsun?" (6). Ayrıca Gülay'ın yaptığı şu espri, yalanın hem eleştirisini yapmakta hem de gülünçlüğüne ortaya koymaktadır: "Yani siz burada kalın diye söylediğim yalanları Pinokyo söyleseydi burnundan çıkan odunla iki kış geçirdik" (10).

Misafir ve misafirlik üzerine Türk kültüründe birtakım davranış biçimleri ve kalıp ifadeler türemiştir. Beklenemeyen bir misafir geldiğinde "hangi rüzgâr attı seni"(10), bayram değil seyran değil, hayırdır"(20), denilir. Yine benzer bir şekilde "Sen öyle çat kapı gelmezsin"(15) deyişi kullanılır. Beklenen ve davet edilen misafire ise "Hoş geldin,

⁸ Son dize Zafer Ar'a aittir ve bayram günlerinde insanlarla mesajlaşmak yerine konuşmak gerektiğini vurgulamıştır.

buyuramaz mısın?"(20), gibi ifadelerle yaklaşılır. Kapıyı hızlı tıklatmak ya da zile uzun süre basılı tutmak şu ifadenin türemesini sağlamıştır: *"Ne o alacaklı gibi kapıya dayandın"* (10). Geleneksel evlerde kapı tokmakları ve cinsiyet ilişkisi önemli simgesel ve anlamsal kodlar içermektedir. Kapıyı açanın cinsiyeti, kapıyı çalanın kullandığı kapı tokmağıyla yakından ilişkilidir. Eğer büyük tokmak kullanılırsa erkek, küçük tokmak kullanılırsa kadın misafirin geldiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla zile uzun süre basmak borçlu-alacaklı ilişkisi üzerinden yeni kültürel örüntüler oluşturmuştur.

Dizide şiirler, türküler ve şarkılara da bir hayli yer verilmiştir. Tarık, eşi Yonca'ya Âşık Veysel'in şu dizeleriyle seslenmiştir: *"Sana verebileceğim pek bir şey yok aslında sevgilim. Çay var içersen, ben var seversen, yol var gidersen"* (9). Yine Tarık, Güneş'e Can Yücel'in "Eğer" isimli şiirinden şu bölümü okur: *"O kadar da önemli değildir bırakıp gitmeler / Arkalarında doldurulması mümkün olmayan boşluklar bırakılmasaydı eğer / Utanılacak bir şey değildir ağlamak / Yürekte süzülüp geliyorsa gözyaşı eğer..."* (17). Ayrıca türkülü halk hikâyelerinde olduğu gibi dizi de şarkılarla zenginleştirilmiştir. Aliye Mutlu tarafından seslendirilen *"Dönmez Diyar'da mısın?"* isimli şarkı, kaybolan çocuğun bir türlü bulunamayışına yakılan bir ağıt gibidir: *"Oğlumun kuzusu seni kimler aldı / Kimler aldı da beni bin derde saldı / Yaorum kokun burnumda asılı kaldı / Ermedi gecem güne, sabah olmadı (tekrar) / Yavrum bi kere yüzümü yüzüne sürsem / Kalmadı canımda derman halimi görsen / Özüm viran feryat figan sesimi duysan / Yaorum yoksun her gün ziyan, her yer zindan / Dönülmez diyar'da mısın çıkıp da gelsen / Gözümde yaş bağrım ateş âh bi söndürsem / Yaorum bi kere yüzümü yüzüne sürsem (tekrar)"* (23). Babası Hakan geçici velayeti alınca Pelin evden ayrılır. Bu esnada arka fonda Aliye Mutlu'nun *"Kınalı Kuzum"* (26) şarkısı çalmaktadır. Bu şarkı daha ziyade Tülay'ın dilinden Pelin'in gidişine yakılan bir ağıt gibi sunulmuştur. Ayrıca Zerrin Özer *"Her Şey Seninle Güzel"* (10), Hüseyin Çebişiçi *"Gidenlerin Ardından"* (14), Oğuz Yılmaz *"Bas Bas Paraları Leyla'ya"*, Ankaralı Coşun *"Ankara'nın Başları"* (21), Cem Özkan, *"Olmayacak Bir Hayal"* (25), Funda *"Çaresizim"*, yer verilen diğer şarkılardır.

Dizide Pelin tarafından aile fertlerine halk anlatıları kapsamında değerlendirilebileceğimiz bir de fıkra anlatılmıştır: *"Temel yolda yürüyormuş, şişe varmış, şişeye takılmış, oradan da cin çıkmış, Temel ayağa kalkmış, demiş ki cin: Dile benden ne dilerse, Temel de özür dilerim"* (24), demiştir. Ayrıca: *"Beygirci kel kör kazımın kızı / Peynirci çolak Ahmet'in oğlu"* (24), sözü bir çeşit tekerleme olarak sunulmuştur. Bazı yemeklerin tarifi başta olmak üzere yemek kültürüne yönelik önemli bilgiler verilmektedir. Ayrıca İzmir kültürüyle ilgili *çekirdek-çiğdem, simit-gevrek ve bayoz-yumurta* ilişkisi hakkında bilgiler verilmiştir. Geçmiş yıllardan kalma bir eğlence kültürü unsuru olarak sokak salıncakçılara değinilmiştir. Dizide kullanılan dua ve beddualar da önemli bir yekûn tutmaktadır. Gazanfer'in neredeyse her cümlesi *"Allah cezamı vermesin"* kalıp ifadesiyle bitmektedir. Ayrıca Esmâ, Mukadder ve Hikmet Hanımlar da sık sık alkış ve kargışlardan yararlanmışlardır. Dizide dikkati çeken önemli bir olgu da *"sessiz sinema"* (6) oyunudur. Sessiz sinema, günlük yaşamda ellerden düşmeyen akıllı telefonların çok yaygın olmadığı dönemlerde, entelektüel bir

oyun olarak aile yaşamını renklendirmiştir. Ayrıca Gazanfer, yılbaşı gecesinde köçek oynamıştır (26).

Diziler kendi kültür kodlarını ve kültürel imgelerini oluşturmaktadır. Diziler aracılığıyla toplumsal bilinirlik, güvenilirlik ve sempati kazanan karakterler farklı alanlarda da değerlendirilmektedir. Pelin ve dedesi Zafer Bey dizisiyle birlikte toplumsal hafızada güvenilirlik ve sempati kazanmıştır. Diziye ek olarak dondurma reklamında izleyicinin karşısına çıkmıştır. Bu durum kültür, reklam ve ekonomi ilişkisi bağlamında değerlendirilebilir. Ayrıca reklamı yapılan ürün, Algida tarafından seri üretimi yapılan geleneksel Maraş dondurmasıdır. Reklamda yer alan ifadeler Maraş dondurmasının özellikleridir. "**Pelin:** Dede bak, Algida Maraş usulü dövme dondurma. **Dede:** Yılların pastanecisiyim, her dondurmayı yemem de satmam da. **Pelin:** Ama bu dövme dondurma. **Dede:** Dövme dondurma dediğin kaşığı bükür. **Pelin:** Büküyor. **Dede:** Yetmez. Öyle bir kroama gelir ki uzar da uzar. **Pelin:** Uzuyor. **Dede:** Uzuyor da sütlü tat? Mesela bu, (dondurmayı yiyor) halis muhlis dövme dondurma, hey maşallah. **Slogan:** Algida Maraş usulü dövme / Hey maşallah var mı böyle" (<https://www.youtube.com>).

SONUÇ

Bu makalede medya ve folklor ilişkisi bağlamında Kocamın Ailesi dizisi üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda incelenen 30 bölümlük dizinin içeriği itibariyle folklor arşivi olduğu görülmüştür. Folklorun günümüz bağlamları arasında yer alan medya, merkezde televizyon olmak üzere, günlük yaşamının her anında yer almaktadır. En çok izlenenler arasında ilk sıralarda yer alan diziler, kültürel değerlerin daha geniş çevrelere aktarılmasında önemli görevler üstlenmiştir. Ayrıca dizi, W. Bascom'un "Folklor'un Dört İşlevi" makalesinde ele aldığı "eğlenme, eğlendirme ve hoşça vakit geçirme işlevi; toplumsal kurum, değer ve törelere destek verme işlevi; kültürü gelecek kuşaklara aktarma ve eğitim işlevi; kabul edilmiş davranışların sürdürülmesiyle toplumsal ve kişisel baskılardan kurtulma işlevi (Bascom 2010: 78-81) bakımından çözümlendiğinde folklorun medya bağlamlarında da birçok işlevde kullanıldığı görülmüştür. Kocamın Ailesi dizisi de yayınlanan bölümleriyle kültürel değerlerin yaşatılmasında önemli görevler üstlenmiştir. Dizilerin kültürü ekonomik amaçlarla kullandığı ortadadır; 2002 yılında yayınlanan Kınalı Kar dizisinin çekildiği Bursa ili Cumalıkızık köyü bir kültürel imgeye dönüşmüştür ve söz konusu mekânda kültür turizmi patlaması yaşandığı bilinmektedir. Bu bağlamda kültür gerek sinema gerek dizilerde işlenerek yaratıcı bir sektöre, kültür endüstrisine dönüşmüştür.

KAYNAKÇA

- AKTULUM, Kubilay (2013), *Folklor ve Metinlerarasılık*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- BASCOM, William R. (2010), "Folklorun Dört İşlevi" (Çev. F. Çalış), *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2*, Sayfa: 71-86.

- BEN-AMOS, Dan (1971), "Toward a Definition of Folklore in Context", *The Journal of American Folklore*, Vol. 84, No: 331, pp:3-15.
- ÇEVİK, Mehmet (2015), "Televizyon Dizileri Halk Hikâyelerinin Modern Şekli midir?" *Millî Folklor*, Yıl: 27, Sayı: 106, Sayfa: 34-46.
- ÇOBANOĞLU, Özkul (2000), "Bilim Felsefesi Bağlamında Halkbilimi ve Halkbilimsel Bilginin Teleolojik Serüveni", *Folklor ve Edebiyat*, Sayı.24, Sayfa: 27-42.
- ERGIN, Muharrem (2004), *Dede Korkut Kitabı*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları
- GÖZAYDIN, Nevzat (1992), "Yine Folklor Üzerine", *Türk Dili Dergisi*, Sayı: 486, Sayfa: 1018-1021.
- GÜNAY, Umay (2011), *Âşık Tarzı Şiir Geleneği ve Rüya Motifi*, Ankara: Akçağ Yayınları
- OĞUZ, M. Öcal (2011), "Araştırmaların Tarihi", *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı*, Ankara: Grafiker Yayınları, Sayfa: 1-56.
- OĞUZ, M. Öcal (2013), *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?*, Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- ONG, Walter J. (2010), *Sözlü ve Yazılı Kültür*, İstanbul: Metis Yayınları.
- ÖĞÜT-EKER, Gülin (2011), "Gelenekten Geleceğe Halk Edebiyatı", *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı*, Ankara: Grafiker Yayınları, Sayfa: 393-410.
- ÖZDEMİR, Nebi (2006), *Türk Çocuk Oyunları*, Cilt: 2, Ankara Akçağ Yayınları.
- ÖZDEMİR, Nebi (2008), *Medya Kültür ve Edebiyat*, Ankara: Geleneksel Yayıncılık
- ÖZDEMİR, Nebi (2012), *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi*, Ankara: Hacettepe Yayınları
- TAŞLIOVA, M. Mete (2011), "Televizyon Folkloru: Alan Araştırmasında Televizyon Tekniği ve Elektronik Turist Rehberliği", *Türkbilig*, Sayı: 22, Sayfa: 121-136.

İNTERNET KAYNAKLARI

- <http://onedio.com/haber/turkiye-nin-uzun-omurlu-dizileri-392159> [15.12.2015].
- <http://www.dizisi.info.tr/kocamin-ailesi/reytingleri/> [14.12.2015].
- <http://www.fox.com.tr/Kocamin-Ailesi/bilgi> [22.12.2015]
- <https://www.youtube.com/watch?v=UC6FlcAN1oA> [21.12.2015].