

# Türkiye’de Televizyon Yıldızlığı: Tuba Büyüküstün’ün Yıldızlık İmajı Üzerine Bir İnceleme

Yektanurşin Duyan<sup>1</sup>

## Özet

Televizyon yıldızlığı içinde şöhret ve ünü barındırdığından tanımlanması zor kavramlardan biridir. Ünlülük (*celebrity studies*) ve film (*film studies*) çalışmaları dışında çoğu zaman birbirinin eş anlamlısı olarak kullanılmasına rağmen farklı parametrelere sahip olan bu üç kavram, çalışmada televizyon üzerinden incelenmektedir. Çalışmada önce Türkiye’de televizyon şöhreti, ünlülüğü ve kişiliği incelenip, televizyon yıldızlığının kavramsallaştırılması yapılmıştır. Televizyon yıldızlığının kavramsallaştırılması yapıldıktan sonra bir televizyon yıldızı olarak Tuba Büyüküstün’ün yıldızlık imajı ortaya çıkarılmıştır. Büyüküstün’ün yıldızlık imajını oluşturan en önemli etken doğal güzelliğidir. Ekran ve ekran dışındaki mesafeli duruşu onu mesafeli yıldız kategorisine dahil etmektedir. Mesafeli yıldız imajı, onu diğer televizyon yıldızlarından ayıran en büyük farkı olduğu görülmüştür.

## Giriş

Televizyon yıldızı ile ilgili yapılan ilk çalışmalarda kavram genellikle sinema yıldızı kavramının zıt anlamlısı olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlarda televizyon yıldızlığının belirgin özellik ve nitelikleri olumsuzlukla karakterize edilip, sinema yıldızlığının ne olmadığıyla tahayyül edildiği görülmektedir. Örneğin Bennett (2010) televizyon yıldızı teriminin belirli tarihsel kavşaklarda geçerlilik kazandığını ifade eder. Susan Murray’nın (2005) ve Mary Desjardins’in (2009) erken dönem Amerika Birleşik Devletleri’ndeki televizyon yıldızlığı üzerine yaptıkları çalışmalar, Diane Negra (2002) ve Christine Becker’in (2005) film ve televizyon şöhreti arasındaki etkileşimi ile ilgili araştırmaları ve Denise Mann’in

1 Mardin Artuklu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, ORCID: 0000-0003-0937-3041, yektaduyan@gmail.com

(1991) televizyonun Hollywood yıldızlarının geri dönüşümüne ilişkin analizi Holmes'un çıkarımını destekler niteliktedir. Murray, 1950'lerde televizyonun kendisini tanıtmak için yıldızları kullandığını savunurken, Desjardins aynı dönem televizyondaki film yıldızı görüntülerinin dolaşımını inceler. Yazar, çalışmasında Gloria Swanson'ı analiz ederken Swanson gibi sanatçıların sinematik yıldız imajlarından yararlanarak bir televizyon imajı geliştirdiklerini savunur (Desjardins, 2009). Bu nedenle Negra ve Mann'ın çalışmaları gibi Desjardins'in çalışması da televizyonun film yıldızlarının görüntülerini dolaşıma sokma biçimlerine odaklanır. Konuyla ilgili bu çalışmalarda televizyon yıldızlığının kavramsallaştırması yapılmadığı için terimin kullanımında bazı problemler görülmektedir.

Murray'nın (2005) çalışmasında televizyon yıldızlığı teriminin o ülkedeki popüler basınının televizyonda sık görülen "sanatçıları" (*performers*) tanımlamak için kullandıkları bir terim olduğu görülür. Yazar çalışmasında televizyon yıldızlığının estetik olduğu kadar bir dizi prodüksiyon ve alımlama pratiğinden oluştuğunu iddia eder. Çalışmada yıldızların televizyon yapımlarında önemi açıkça belirtilse de incelenen sanatçılar öncelikle hafif eğlence, komediler, çeşitli şovlar, yarışmalar gibi çok çeşitli televizyon ve radyo programlarında görünürlükleri olan kişileri kapsamaktadır. Bu bağlamda çalışmada televizyon yıldızlığının, televizyonda sık görülen sanatçılar için kullanıldığı anlaşılmaktadır. Başka ifadeyle çalışmada televizyon yıldızı bir kavramdan ziyade sıfat olarak kullanılmıştır.

Murray'nın televizyon yıldızı terimini bu şekilde kullanmasının tersine, Jermyn (2006), sinemanın paradoksal film yıldızı imajı rejimine tekabül eden şöhret biçimleri üreterek televizyonun kendisine uygun yıldızlar üretebileceğini, olağanüstülük-sıradanlık ikilemiyle ortaya koyar. Jermyn'nin yaptığı Sarah Jessica Parker analizinde Butler, Langer ve Ellis'in televizyon oyunculuğuyla ilgili argümanlarına meydan okur. Yazar, 2000'lerdeki Amerikan televizyon dizilerinin sıradan-olağanüstü yıldızlar yarattığını iddia eder. Bu dizilerde oynayan oyuncuların bir tür televizyon yıldızı kategorisini formüle ettiği öne sürülür. Ayrıca çalışmada sinemada yıldızlaşp, bu ünü televizyonda devam ettiren ünlülerin değerlendirildiği bölümde yıldızlığın elde edilmesi veya bir oyuncuya bahşedilmesi için kariyerinin sinemada başlamasına da yıldızlık imajı için önemli olduğu vurgulanır (Jermyn, 2006). Bu argümanda dikkat çeken şey, kavramsallaştırılması yapılmadan kullanılan televizyon yıldızı teriminin sorunlu olmaya devam ettiği ve kullanımının televizyonun yıldızlık rejiminin sinema yıldızlığına uyması gerektiği varsayımından başlamasıdır.

Türkiye’deki literatüre baktığımızda televizyon şöhreti ve ünlülüğüne dair akademik ilginin çok fazla olmadığı görülür. Son dönem sosyal medya şöhret ve ünlülüğünün yanı sıra gündüz kuşağı programları ünlüleriyle ilgili çalışmalar yapılmıştır. Yapılan bu çalışmalarda televizyon şöhreti, televizyon yıldızı ve televizyon kişiliği ayrımlarını yapmadan televizyondaki görünümüleriyle şöhrete kavuşan herkesin televizyon ünlüsü olarak kabul edildiği görülür. Oysaki bu kelimeler anlam olarak birbirlerini barındırmalarına rağmen ünlülük çalışmalarında her birinin kendine özgü anlamları ve parametreleri vardır. Bu çalışmada ünlülük (*celebrity studies*) ve yıldızlık çalışmalarında (*star studies*) ortaya çıkan ve sinema yıldızlığı ile karşılaştırılarak, bir “eksiklik” olarak inşa edilen televizyon yıldızlığının temel kavramsal paradigmaları ortaya çıkarılacaktır. Çalışmanın amacı Türkiye’de televizyon şöhreti, ünlülüğü, kişiliği ve yıldızı ayrımını yapıp, Tuba Büyüküstün’ü bir televizyon yıldızı olarak incelemektir. Büyüküstün, 2000li yıllarda yükselişe geçen yerli dizi furçasının en önemli figürlerinden biri olup, geniş bir kitleye sahiptir. Bir televizyon yıldızı olarak Büyüküstün’ün ulusal televizyon kanallarında başrol olarak oynadığı dizilerdeki imajı analiz edilip, ekranda oluşturulan bu imaj ile ekran dışındaki imajı karşılaştırılacaktır. Ekran dışındaki imajı, oyuncu hakkında çıkan internette yayınlanan haberler ve aktif olarak kullandığı Instagram hesabının (tubabustun.official) incelenmesiyle değerlendirilecektir.

### **Televizyon Şöhreti, Televizyon Ünlülüğü, Televizyon Kişiliği ve Televizyon Yıldızı**

Ünlü, belirli bir kişinin özelliğinden ziyade söylemsel bir temsil tarzı olarak kavramsallaştırılır (Turner vd aktaran Bennett ve Holmes, 2010, s. 68).

Televizyon zaman içerisinde aktör, sunucu, yarışmacı, ünlü, yıldız ve kişilikler üretir. Bu nedenle, televizyon şöhreti, ünlüsü, kişiliği ve yıldızı arasında bir ayrım yapmak kavramsal olarak yararlıdır. Televizyon şöhretinin metinler arası dolaşımı ve her terimin birbirinin yerine kullanılması bir ayrım yapılmasının gerekli olduğunu düşündürür. Böyle bir ayrım, televizyon şöhretinin özgüllüklerine daha fazla dikkat çekip, tüm yıldızlık biçimlerinin sinemaya tam olarak uyması gerektiğini öne süren değerlendirici söylemi kırmamıza izin verir. Bu nedenle televizyon şöhretinin kısa bir tarihselleştirilmesini yapıp, yıldızlık söylemlerinin erken dönem televizyon anlayışını nasıl şekillendirdiği ve sıradanlığı, özgünlüğü, yakınlığı ekran önü ve ekran dışı arasındaki sürekliliği vurgulayan bir figür olarak televizyon yıldızlığının ortaya çıkışını incelemekte fayda var.

## Televizyon Şöhreti ve Televizyon Ünlülüğü

Televizyon, melez bir medya sanatı biçimidir. Düzenli olarak- dijital çağda bile- birleştirici bir ortam olarak görülürse de tarihsel olarak ayrıntı sanat biçimlerinin bir araya getirildiği, eksiksiz bir bütünü parçalarının sunulduğu bir mekandır (Caldwell, 2004, s. 55-56).

Literatüre baktığımızda şöhret kavramının tarihsel kökenleriyle ilgili farklı yaklaşımların ortak bir noktası vardır: Kavramın modernleşme ile ilişkilendirilmesidir. Yapılan çalışmalarda modern dönemde şöhretin, kültürel bir olgu olarak toplumsal hafızada konumlandırılmasının nedeni kitle iletişim araçlarına bağlanır (Çaycı, 2019, s. 12).

İngilizcedeki *celebrity* (ünlü) sözcüğü, herkes tarafından bilinme, tanınma anlamına gelen *fame* (şöhret) ve *famous* (meşhur) kavramlarından oluşur. Ünlülüğün etimolojisinde tanınma, meşhur olma, kalabalıklaşma, farklılık ve gelip geçicilik vardır (Rojek, 2003, s. 11-12). Şöhret, Türkçede herkesçe bilinme, tanınma, ünlü olma durumu iken ün de iyi, üstün bir niteliğiyle herkesçe çok iyi bilinip tanınma halidir (Püsküllüoğlu, 2002, s. 1434, 1559). Ün ve şöhret yaptığı “bir şey ile” -buradaki bir şey, mesleki başarıdan özel hayattaki skandala kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır- herkes tarafından tanınma, bilinme bir başka deyişle göz önünde olma durumudur (Duyan, 2021, s.32).

Boorstin'e göre şöhret, modern döneme özgü herkes tarafından tanınmak için üretilmiş sahte bir olaydır (Boorstin 1972'den aktaran Çaycı, 2019, s. 19). Şöhretler, popüler kültür içerisinde imajlarla insanları büyüleyerek ve gerçeği yapı bozumuna uğratarak, sahte bir kurgusallık yaratırlar (Turner, 2006, s. 5). Bu bağlamda şöhret, paradoksal bir şekilde hem geçici hem de üstün niteliği olmadan medyadaki bir ürün haline gelir. Medyanın ünlü ve şöhret yaratmadaki etkin rolünden dolayı ünlü ve şöhret arasındaki fark belirsizleşir.

Kitle iletişim araçlarına bağ(ım)lı haldeki toplumlarda sadece bu araçlardaki sık görünüşleriyle tanınırlılığın ürünü olan şöhretler, bir gösteri toplumu haline gelen dünyada bireylerin tutum ve davranışlarını etkileyen önemli aktörler haline gelir. Bu bağlamda şöhret, iletişim ortamlarında üretilmeye başlayan ve yine aynı ortamlarda tüketilen ticari bir olguya (Çaycı, 2019, s. 19) dönüşür. Bu görüşü destekleyen Marshall, şöhretin geçiciliği ve kısa ömürlü olmasına karşın ünlülüğün kalıcı olduğunu vurgulayarak şöhret ve ün arasındaki farkın altını çizer (Marshall, 1997, s. 56-66).

Ünlü ve şöhret olabilmenin en önemli parametresi olan kitle iletişim araçlarından her biri kendi özellik ve özgünlüğüne göre şöhretlerini, ünlülerini ve yıldızlarını yaratır. Şöhret, ünlü ve yıldız yaratan en önemli kitle iletişim aracı da televizyondur. Televizyon şöhreti olmak için televizyonda sık görünmek yeterlidir. Literatürde çağdaş ünlü kültürünün üretimi, dolaşımı ve tüketiminde merkezi olmasına rağmen, televizyon şöhretinin ayrıntılı çalışılması, ünlülük araştırmalarında (*celebrity studies*) nispeten göz ardı edilen bir yerdedir. Televizyon şöhreti üzerine yapılan ilk çalışmalar, film çalışmalarından kaynaklı veya genellikle sinema yıldızlığı kavramının zıt anlamı olarak tanımlanmıştır. Bu da genellikle televizyon şöhretinin olumsuz nitelendirildiği anlamına gelir. Bu şöhretin belirgin özellikleri veya nitelikleri olumsuzlukla karakterize edilip, sinema yıldızlığının ne olmadığıyla tahayyül edilir (Bennett ve Holmes, 2010, s. 65).

Ünlülük sisteminde televizyon, şöhret yaratmanın en önemli aracıdır. David Marshall bunu, ortamın aşinalık (*familiarization*) işlevi olarak adlandırır. Televizyonda görünen ünlü, ekranda “oldukları gibi” herhangi bir performans sergilemeden, göründükleri düşünüldüğünden izleyiciye tanıdık ve samimi gelir, böylece bir aşinalık yaratılır. Televizyon kendi özel ünlü türlerini inşa eder ve bazı ünlüleri ünlüler sistemine dahil etmeye çalışır (Marshall 2004, s. 129-130). Murray de Marshall gibi televizyon ünlülüğünün sıradanlık, yakınlık, samimiyet ve özgün kimliklerle inşa edildiğini savunur (Murray, 2005, s. 129–130). Yazarlar televizyon ünlülüğü için izleyicinin evine kendileri yani “oldukları gibi”, sıradan, özgün ve samimi şekilde gelmelerinin yeterli olduğunu iddia ederler. Buradaki sıradanlık ve özgünlük hem sanatçıları ev ortamında onları izleyen izleyiciler için doğallaştırarak samimi görünmelerini sağlarken aynı zamanda bu durum onları seyirciyi cezbedecek kadar çekici kılar. Film yıldızlığının inşa edildiği gizem ve ulaşılmazlık söylemine (de Cordova 1990, Ellis, 1982) karşın televizyon ünlülüğü sıradanlık ve yakınlıkla kurulur. Bir başka ifadeyle film yıldızı, yıldızlığını ulaşılmazlık ile oluştururken, televizyon ünlüsü bunu özgünlük, yakınlık ve sıradanlıkla yapılandırır.

Televizyon ünlülüğünde sıradanlık ve özgünlük dışında kazanılan ünlülüğün uzun ömürlü olması için televizyon becerisi oldukça önemlidir. Televizyon kişilikleri, bu becerilere sahip, samimi, spontane, anında bir performans stili yaratmak için gerekli tekniklerde ustalaşan kişilere denir (Bennett ve Holmes, 2010, s. 73). Televizyon kişiliklerine örnek olarak kendilerine has konuşma tarzı olan program sunucuları (Beyazıt Öztürk<sup>2</sup>,

2 Yaptığı radyo programlarıyla şöhrete kavuşan Beyazıt Öztürk, 1996-2018 yılları arasında televizyonda yayınlanan *Beyaz Show* isimli talk-show programıyla ünlenir. R harfini söyleyememesi ve kendine has sunumuyla ülkenin önemli komedyenleri arasında yer alır.

Okan Bayülgen<sup>3</sup>, Öykü Serter<sup>4</sup>) verilebilir. Başka ifadeyle televizyon kişilikleri aynı zamanda televizyon ünlüsüdür. Aralarındaki fark, televizyon kişiliklerinin bir beceriye sahip olmalarıdır. Televizyonda sık görülene televizyon şöhreti; kazandığı bu şöhreti devam ettirebilene televizyon ünlüsü; bu ünlülüğü bir beceri ortaya koyarak sürdürene de televizyon kişiliği denir.

Önceleri televizyon program sunucu, haber spikerlerine kısaca sık ve düzenli ekranda görünen, geniş kitlelerce tanınan ve izleyicilerle rahat iletişim kuran kişilere verilen televizyon kişiliği sıfatı zamanla değişir, üç türe ayrılır: temsili, sunumsal ve belgesel. İlk kategorideki televizyon kişiliği, apaçık kurmaca, yapıntısal bir karakterdir (Mutlu,1991, s. 50). Dizilerde gördüğümüz karakterler bu kategoriye girer. *Kurtlar Vadisi*<sup>5</sup> dizisindeki Polat Alemdar karakterini buna örnek olarak verebiliriz. İkinci kategorideki kişilikler, izleyicilere kendileri olarak hitap ederler. Örnek: Beyazıt Öztürk. Son kategori ise gerçek yaşamları, serüvenleri, kamuoyunu ilgilendiren konulardaki görüşleri, yaşam tarzlarıyla başka programların konusu olan karakterlerdir. Buna örnek olarak Seren Serengil<sup>6</sup> verilebilir. Televizyon kişilikleri, televizyon yıldızları ve ünlülerinden farklıdır. Mutlu'ya göre televizyon yıldızı ve ünlüleriyle bir özdeşleşme, bağ kurulurken televizyon

- 
- 3 Tiyatrocu, radyo sunucusu Okan Bayülgen, 1997 yılında ATV'de yayınlanan *Gece Kışu* programı ile üne kavuşur. İnteraktif televizyon programların ilk örneklerinden olan *Gece Kışu*'nda telefon ile programa katılan seyircilerin suratına telefonu kapatması, dönemi ve kendinden önceki dönemdeki sunucular arasındaki farkını yaratır. Bu, Bayülgen'in zeki, memnuniyetsiz, hiciv yeteneği güçlü sunucu imajını güçlendirirken aynı zamanda bu özellikleri, onu televizyon kişiliğine dönüşmesini sağlamıştır.
  - 4 Kariyerine radyo sunucusu olarak başlayan Öykü Serter, televizyona Cine 5 yayınlanan *5te5* isimli program ile geçse de 2001 yılında Show TV'de yayınlanan *Biri Bizi Gözetliyor* (BBG) isimli reality şovu sunumdaki farkıyla televizyon kişiliğine dönüşür. *BBG*'den sonra televizyon program sunuculuğuna devam Serter, Osmanlıca kelimeler kullandığı, uzun sıfat tamlamalı cümleleriyle kendine has sunuşuyla birçok sunucudan ayrıldığı için kendisini televizyon kişiliğine örnek olarak verebiliriz.
  - 5 *Kurtlar Vadisi*, 2003-2005 yıllarında 3 sezon, prime time'da 97 bölüm olarak yayınlanır. İlk iki sezonu Show TV'de, son sezonu da Kanal D'de gösterilen dizi, Türkiye'nin en çok seyredilen dizileri arasında yer alır. Dizinin devamı niteliğindeki *Kurtlar Vadisi Terör* ilk bölümünden sonra yayından kaldırılır. 2007 yılında *Kurtlar Vadisi Pusu* ismiyle *Kurtlar Vadisi*'nin devamı niteliğindeki dizi, 2013 yılına kadar 300 bölümü yayınlanır. Yapımcıları tarafından "Bu bir mafya dizidir" şeklinde tanımlanır. Dizideki karakterlerin büyük çoğunluğu, iddialı, güçlü ve kötüdür. İlişkiler de çıkar, şantaj, yalan üzerine kuruludur. Kahraman imgesiyle sunulan Polat Alemdar, temelde insanlık yanlısı, savunucusu ve koruyucusudur. Bu nedenle "mafya", "katil" olsa da bu özelliklerinden dolayı toplumda kabul görür. Dizide kurulan erkeklik-kahramanlık ilişkisi Polat Alemdar ile özdeşleşir (Gültekin, 2006, s. 20, 26). Polat Alemdar karakterini canlandıran Necati Şaşmaz'ın asıl mesleği turizmdir. Kurtlar Vadisi dizilerinin dışında *Kurtlar Vadisi Irak*, *Kurtlar Vadisi Filistin* ve *Kurtlar Vadisi Vatan* filmlerinde rol alır.
  - 6 Kariyerine 1986 yılında ses sanatçı olarak başlayan Seren Serengil, 1990 yılında TRT'de yayınlanan *Böyle Olur Ağaların Düğünü* dizisinde baş rol oynar. 2000li yıllara kadar birçok sinema filmi ve televizyon dizisinde oynayan Serengil sunduğu televizyon programıyla yakaladığı şöhreti, üne çevirir. Özellikle sunuculuğunu yaptığı magazin programlarındaki tavır ve yorumları televizyondaki kişiliği haline gelir.

kişileriyle böyle bir durum söz konusu değildir (Mutlu,1991, s. 51). Çünkü izleyici için temsili televizyon kişiliği, gerçek bir kişilik değil, kurmaca bir karakterdir Bir örnek üzerinden açıklamak gerekirse *Kurtlar Vadisi* dizinde seyirci Polat Alemdar ile özdeşleşir, Necati Şaşmaz ile değil.

John Ellis ise yetenekten bağımsız olarak televizyonun sunduğu şeyin kişilik olduğunu iddia eder ve televizyon kişiliğini şu şekilde tanımlar: Televizyon kişiliği, ünlü olmasıyla tanınan kişidir ve yalnızca sık sık televizyona çıktığı ölçüde ünlüdür (Ellis, 1982, 107). Bir başka ifadeyle televizyon kişilikleri televizyonda yüzleri anında tanınabilen ancak başka hiçbir belirgin yeteneği olmayan ünlülere denir. Fakat Langer, bu tanımları biraz daha genişletip terimi televizyonda düzenli/sürekli görünen herkes için kullanır. Bu tanımlamaya spikerleri, televizyon yarışmacıları ve oyuncularını da dahil eder (Langer, 1997, s. 165). Bu bağlamda televizyon kişiliği kategorisini hem televizyon oyuncusu hem de televizyon ünlüsü ile nasıl sınırlandırdığını belirtmekte fayda var. Bu sınırlılığı Bennett, performans olarak belirler; ve televizyon kişiliğini televizyonda yetenekli icracı (*televisually skilled performer*) ve mesleğinde yetenekli icracı (*vocationally skilled performer*) olarak ayırt edebileceğini önerir. Ayırım, ne mutlak ne de her şeyi kapsayan bir tipoloji olarak sınırlandırmaya da televizyon kişiliğinin geniş kategorisine dahil edilen icracı türleri arasındaki farkları anlamamıza yardımcı olur (Bennett, 2010, s. 20). Türkiye televizyonlarında yetenekli icracıya örnek olarak Beyazıt Öztürk, Okan Bayülgen; mesleğinde yetenekliye Mehmet Ali Birand, Arda Türkmen<sup>7</sup>i verebiliriz. Televizyonda yetenekli icracılar, hafif eğlencelerde (*light entertainment*) çalışırken mesleğinde yetenekliler ise yaşam tarzı, aşçılık, haber programları veya belgesel programlarını sunarlar. Birand gibi sunucuları, karakterlerinin özgünlüğü, iddia edilen becerilerinin güvenilirliğine ayrılmaz bir şekilde bağlı olan, mesleki açıdan yetenekliler olarak görebiliriz. Dolayısıyla bu ayırım, televizyon kişiliği ve onun türle olan geniş ilişkisini faydalı bir şekilde gösterir. Bir başka ifadeyle televizyondaki “sıradan” kişinin, en bariz haliyle realite şov yarışmacısının bile televizyon kişiliği olabilmesinden ötürü televizyon becerisini geliştirmesi veya bir beceri sergilemesi gereklidir. Aksi takdirde kişi sadece televizyon görünürlüğünden dolayı televizyon şöhreti olarak kalır.

7 2003 yılında Roka Davet Catering şirketini kuran Arda Türkmen, İstanbul'da 11 Leblon isimli restoranın sahibi ve aşçısıdır. 2010 yılında CNNTürk televizyonunda *Arda'nın Mutfağı* isimli yemek programını yapmaya başlar. Farklı kanallarda *Arda'nın Mutfağı* isimli programını hazırlayıp, sunmaya devam etmektedir. Profesyonel hayatta da aşçı olan Türkmen, mesleğindeki yeteneği televizyona taşıdığı için Bennett'in mesleğinde yetenekli televizyon kişiliğine örnek olarak verebilir.



Televizyon kişilikleri ve televizyon yıldızı arasındaki ayrımlar katı ve sabit kal(a)maz. Televizyon kişiliği ve yıldızı kavramları komplike olduğundan bir konumdan- televizyon kişiliğinden- diğerine -yıldızlığa- salınabilir. Yıldız, bir yarışma programına konuk olduğunda canlandırdığı karakter gibi de davranabilir, kendi karakterini başka bir dizi veya programda dramatik bir kurguyla da gösterebilir. Çünkü Karen Lury'nin de ifade ettiği gibi televizyon kişiliği her zaman bir anlamda oyunculuk, rol yapmadır (Lury, 1995, s. 117).

Bennette'e göre icracı (*performers*) ve kişilik arasındaki ayrım gibi, oyunculuk kategorileri arasındaki sınır da sabit değildir. Bu geçişkenlikte dikkat edilmesi gereken iki eğilim vardır: İlki, giderek artan bir şekilde televizyon becerisine yapılan vurgu; ve diğeri de bu vurgunun, oyuncunun televizyonda görünen performansına dayanan özgün mesleki becerisi arasında bir kopuşa yol açmasıdır (Bennett, 2010, s. 22). Bu geçişkenlik kariyerleri boyunca bir dizi farklı yapımda yer almış oyuncuların televizyon kariyerlerini kolay şekilde sınıflandırılmasına neden oluyor. Örneğin, Şerif Sezer<sup>8</sup> birçok filmde farklı rollerde oynamasına rağmen televizyonda canlandırdığı hanım ağa rolleriyle üne kavuştuğu için bu ve buna benzer karakterlerde akla gelen ilk isim haline gelmiştir.

Özetlemek gerekirse televizyon kişiliği kavramlaştırması yaptığımızda bunun üç önemli parametresi vardır: a) şöhret b) beceri, bilgi, uzmanlık ve/ya emeği içinde barındıran vasıf /iş/yetenek c) performans tarzı (Bennett, 2010, s. 17).

Televizyon şöhret, ünlü ve kişiliğini tanımladıktan sonra televizyon yıldızlığını kavramsallaştırabiliriz. Literatürde televizyon yıldızlığının kavramsallaştırması yapılırken ekran -televizyon- ve perde -sinema- arasındaki karşıtlık, üstünlük-aşağılık ilişkisi gözler önüne serilir. Bu nedenle televizyon yıldızı kavramsallaştırmasını televizyon standartları ile yapılması önemlidir. Böylece televizyon yıldızlığının özgüllüklerine daha fazla dikkat etmeye başlamamıza ve tüm yıldızlık biçimlerinin sinemaninkine tam olarak uyması gerektiğini öne süren değerlendirici söylemi yerinden oynatmamıza izin verir.

Film yıldızının filmsel metni, diğer mesajlarla, görüntülerle kesintiye uğramadan görece bütünlüklüdür. Bir başka ifadeyle perdedeki imaj, perde dışında da sürdürülür. Film yıldızı bu imajın bütünlüğünü, ayrıcalıklı havasını

8 1980 yılında Sinan Çetin'in yönetmenliğini yaptığı *Bir Günün Hikayesi* filmiyle ilk defa kamera karşısına geçen Şerif Sezer sonrasında da birçok sinema filminde oynar. Sezer'e ünü, *Asmalı Konak* (2002-2003) dizisi getirir. Bu dizideki görüntüsü sonradan oynayacağı dizilerde de tekrar eder.



korurken, televizyon yıldızının imajı ise televizyon metnini çevreleyen sayısız mesaj ve ürün tarafından sürekli olarak kırılır. Çünkü performans gösterdiği programa uygun, uyum sağlayan imaj(lar) üretmesi beklenir. Televizyon yıldızı estetikten sıyrılıp, üretim ve tüketimin çıplak ekonomisine çekilir. Bu nedenle Murray televizyon yıldızlarının aurasının üç faktör nedeniyle azaldığını iddia eder. Bunlar: a) televizyon izlemenin yerel doğası, b) yıldızın kurumlarla yakın ilişkisi ve c) tüketim kapitalizminin sürdürülmesi ve herhangi bir programa reklamların serpiştirilmesiyle meydana gelen karakterin devamlılığının ve bütünlüğünün parçalanmasıdır (Murray 2005, s. 121).

Televizyon yapımcıları izleyicilerin dikkatini çekebilmek için ürünlerine insani ve kültürel bir şekil verip, yıldızları yaratırlar. Bu da finansman ve prodüksiyon için senaryo ve filmlerin seçilme şeklinin bir parçasıdır. Ancak televizyon endüstrisinde, izleyici hatta hayran oluşturma en önemli aşamadır. Hayran oluşturma için de yakınlık ve özdeşim kurulması gerekir. Televizyon, yakınlık, sıradanlık ve kendiliğindenlik ürettiği söylendiği için, aynı zamanda özgün kimlikler de üretir. Televizyon estetiği söyleminde televizyon izleyicileri, bir televizyon sanatçısının gerçek kişiliğini performansının içinde bir yerde bulabileceklerine inanmaya teşvik eder (Murray 2005, s. 129–130). Televizyon yıldızlarının izleyiciyle farklı bir ilişki yapısı vardır ve bu da film yıldızlığının aksine mesafe ile değil, yakınlık/samimiyet havası ile yaratılır. Peki Tuba Büyüküstün'ün televizyon yıldızlığı bu yakınlık/samimiyet üzerine mi kuruludur?

### **Mesafeli Yıldız (*Reluctant Star*): Televizyon Yıldızı Olarak Tuba Büyüküstün**

#### **Türkiye'de Televizyon Dizileri**

Televizyon iletişimi, kesintisiz bir deneyim sunduğundan işlev ve biçim olarak bir programlama stratejisi geliştirir. Bu programlama stratejinde televizyon dramaları önemli bir yere sahiptir. Televizyon dramaları, televizyon program türlerinin en önemlilerinden biri olmakla beraber, seriyaller, soap operalar, sitcom ve diziler gibi birçok formatı vardır.<sup>9</sup> Dizi, aynı ana karakterler, bazen sürekli ortak bir mekân paydasına dayanan fakat birbirinden farklı olay dizilerinden oluşan dramatik anlam bütününden oluşur. Dizide bölüm bittiğinde, o bölümün olaylar dizisini harekete geçiren olay ve durumlar çözülür, sonraki bölümlere bırakılmaz. Seriyalde ise tek tek bölümlerde kesintisiz bir öykü anlatılır ve her bölüm, öykünün en heyecanlı yerinde kesilir. Seriyallerin öyküleri bir ana olay dizisinin yanı sıra, iç içe geçen

9 Bu konu ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Mutlu, 1991.

çok sayıda yan olaylardan oluşur (Mutlu, 1991, s. 197-201). Seriyallerin genel söylemsel yapılarına bakıldığında ortak nokta, diziselliktir -ki buna tefrika mantığı da diyebiliriz-. Dizisellikte, her bölüm sonunda, izleyiciyi sonraki bölümü izlemeye yönlerecek bir gerilim yaratılırken, alt ya da yan öykülerle bölüm içinde ortaya çıkıp, çözüme kavuşan olay ve durumlar da olur (Tanrıöver, 2008, s. 215). Günümüzde artık formatlarındaki farklılıklara bakılmadan tüm televizyon dramalarına dizi denilmektedir.<sup>10</sup>

Türkiye'de televizyon yayını 1968 yılında başlar, kısa bir süre sonra yetmişlerde, televizyon dizileri yayınlanır. İlk televizyon dizileri TRT'nin ithal ettiği yabancı yapımlardır. Bu yabancı diziler arasında *Uzay Yolu*, *Kaçak*, *Aşk Gemisi*, *Dallas* gibi kült yapımlar yer almaktadır. Tek kanallı dönemde bu yabancı diziler, izleyicilerin ilgisini çeker (Tanrıöver, 2015). Yabancı dizilerin gördüğü bu ilgi üzerine TRT, 1974 yılında *Kaynanalar* ile yerli dizi yapımına başlar. TRT yapımı bu diziyi daha sonra *Aşk-Memnu* (1975) izler. 1975 yılında edebiyat uyarlamalarıyla yerli dizi yayını devam eder. Seksenli yıllara gelindiğinde yerli dizi sayısı artar. *Küçük Ağa* (1984), *Kartallar Yüksek Uçar* (1984), *Kuruntu Ailesi* (1985) *Perihan Abla* (1986), *Dokuzuncu Hariciye Koşuşu* (1986), *Çalokuşu* (1986), *Bizimkiler* (1989) gibi birçok yerli dizi çekilir (Çelenk, 2010, s. 20-21).

Dizi üretiminin yükselme dönemi özel kanalların yayın hayatına başladığı doksanlı yıllardır<sup>11</sup>(Tanrıöver, 2012, s. 47). *Mahallenin Muhtarları* (1992), *Süper Baba* (1993), *Çiçek Taksi* (1995), *Deli Yürek* (1998), *İkinci Bahar* (1999) gibi dizilerin seyirci tarafından beğeniyle izlenmesi (Karakulas, 2019, s. 37) yerli yapımların sayılarını artırır. Doksanların ikinci yarısından itibaren yabancı dizi izleme, yerini yerli dizilere bırakır (Tanrıöver, 2012, s. 47). 2000'li yıllarda yerli dizi sayısı istikrarlı şekilde yükselişe geçer (Şentürk, 2017, s. 169).<sup>12</sup> Bu artış beraberinde dizi ihracatını da getirir.

2000'li yıllarda dizi ihracatıyla yeni bir dönem başlar. Bu yıllarda yapım sayı ve çeşitliliği artar. Artan sayı, tanınmamış yeni oyuncuların dizilerde başrollerde oynamalarını sağlarken aynı zamanda sevilip, hayran kitlesi oluşan bu oyunculara televizyon ünlülüğünü de getirir. Doğanay ve Aktaş'a göre önceki yıllarda dizilerde sinema ve/ya tiyatrunun ünlü oyuncularını rol

10 Çalışmada da dizi ibaresi tüm televizyon drama formatları için kullanılacaktır.

11 Yabancı dizi izleme tamamen ortadan kalkmaz, özellikle dijital platformların gündelik hayata yerleşmesi ile birlikte yabancı dizi izleme sayısının tekrar arttığı düşünülmektedir.

12 2000 yılında haftada ortalama 36 dizi yayınlanırken, bu sayı her geçen yıl hızla artmaya devam eder. 2016 yılına gelindiğinde önceden devam eden ve yenileriyle birlikte haftada 159 ve tekrarlarıyla birlikte Türkiye'deki televizyonlarda yılda yaklaşık 358 dizi yayınlanır (Şentürk, Gülçüt ve Eken, 2017, s.169).

alırken 2000lerde durum değişir, televizyonda ünlenen oyuncular sinema ve tiyatrolarda oynarlar (Doğanay ve Aktaş, 2021, s. 859-860).

2000li yılların televizyon tarihi için önemli bir diğer noktası da reytingdir. Beklenen reytingleri al(a)mayan birçok yerli dizi birkaç bölüm sonra yayından kaldırılır veya erken final yapar. Yüksek reyting beklentisi önceki projelerinde ünlenen oyunculara talebi artırır, onları televizyon yıldızı statüsüne getirir. Başka ifadeyle reyting kaygısı, yapımcılar için televizyon ünlüsü oyuncuları reyting garantisini olarak görüp onlara talebi artırırken bu talep, televizyon dizi oyuncularına kariyerlerine yıldız olarak devam etmelerinin önemli bir etkeni olur.

Televizyon dizi oyuncularına yıldızlık yolunda ilerlemelerindeki diğer önemli etken de yerli dizi ihracatıdır. *Deli Yürek* dizisinin 2001 yılında Kazakistan'a, *Gümüş*'ün de 2007 yılında Ortadoęu ve Bulgaristan'a satılmasıyla Ortadoęu ve Balkanlara dizi ihracatı başlar. Bu dizilerin Ortadoęu ülkelerinde büyük bir ilgiyle karşılanıp, geniş bir izleyici kitlesi çekmesi, Türk dizi ihracatını artırır (Doğanay ve Aktaş, 202, s. 860; Öztürk ve Atik, 2016, s. 75). 2011-2016 yılı itibarıyla Balkanlara, Orta Doęu ve Afrika ülkelerine, Orta Asya'da Kazakistan, Afganistan, Pakistan, Malezya, Endonezya, Vietnam'a, Amerika'nın bir bölümü ve Latin Amerika ülkelerinin tamamına, merkez Avrupa'nın Polonya, Moldova, Ukrayna, Slovakya ve İspanya gibi kenar ülkelerine Türk dizileri ihraç edilir (Şentürk, Gülçüt ve Eken, 2017, s. 188). Bu ülkelerde Tuba Büyüküstün, Beren Saat, Bergüzar Korel, Kıvanç Tatlıtuğ, Kenan İmirzalıoğlu gibi oyuncular ünlenir (Öztürk ve Atik, 2016, s. 76). Oyuncuların kullandıkları aksesuarlara, kostümlere talebin oluşmasından yola çıkarak, ülkelere dizi dışında imajların da satıldığını söyleyebiliriz. Yıldızlar, Hürrem yüzüğü<sup>13</sup>, Sıla tokası<sup>14</sup>, Asi yüzüğü<sup>15</sup> gibi ürünlerin üretilmesini sağlarlar. Aksesuarların dışında giydikleri kıyafetler, saç modelleri de moda haline gelir. Bu durum, dizi oyuncularının yıldızlaşmalarındaki önemli bir etkidir. Ayrıca dizi ihracatı yapılan ülkelere bazı firmalar dizi oyuncularını reklamlarında oynatırlar. Örneğin İsviçreli bir saat şirketi Ortadoęu'daki satışlarını yükseltmek için Tuba Büyüküstün'ü marka yüzü olarak kullanır. Televizyon yıldızlarının marka yüzü olarak kullanımı Türkiye'de de görülmektedir (Şentürk, Gülçüt ve Eken, 2017, s. 2002).

13 *Mubteşem Yüzyıl* (2011-2014) dizisinin ilk sezonunda Kanunu Sultan Süleyman'ın Hürrem Sultan'a hediye ettiği zümrüt taşlı yüzük, Hürrem yüzüğü olarak popüler hale gelir.

14 *Sıla* (2006-2008) Boran ağanın, Sıla'ya hediye ettiği telkâri saç tokası Sıla tokası olarak moda haline gelir.

15 *Asi* (2007-2009) dizisinde Tuba Büyüküstün'ün serçe parmağına taktığı yüzük Asi yüzüğü/Tuba Büyüküstün yüzüğü olarak satılır.

## Televizyon Yıldızı Olarak Tuba Büyüküstün

### Televizyon Kariyeri

Tuba Büyüküstün, televizyon kariyerine reklam oyunculuğuyla başlar. Büyüküstün, 2000 yılında Colins daha sonra Türkiye İş bankası Maximum Kart, Kremini ve Molped gibi birçok marka ve ürünün televizyon reklamlarında oynar. Tomris Giritioğlu ile tanıştıktan sonra 2004 yılında *Sultan Makamı* (Aydın Bulut, Avşar Film) dizisinin son üç bölümünde oynar. Oyuncu, 2004 yılında Çağan Irmak'ın yönetmenliğini yaptığı *Çemberimde Gül Oya* (Çağan Irmak, Avşar Film) dizisinde canlandırdığı Zarife karakteri ile üne kavuşur.<sup>16</sup> *Sultan Makamı* ve *Çemberimde Gül Oya*'dan sonra yine Giritlioğlu'nun proje tasarımcılığını yaptığı, *Ihlamurlar Altında*, *Asi* ve *Gönülçelen* dizisinde oynar. Kariyerinde ve yıldızlık imajının oluşumunda Giritlioğlu'nun önemli bir etkisi olduğu düşünülmektedir.

### Dik Başlı, Doğal Güzellik: Yerli Audrey Hepburn

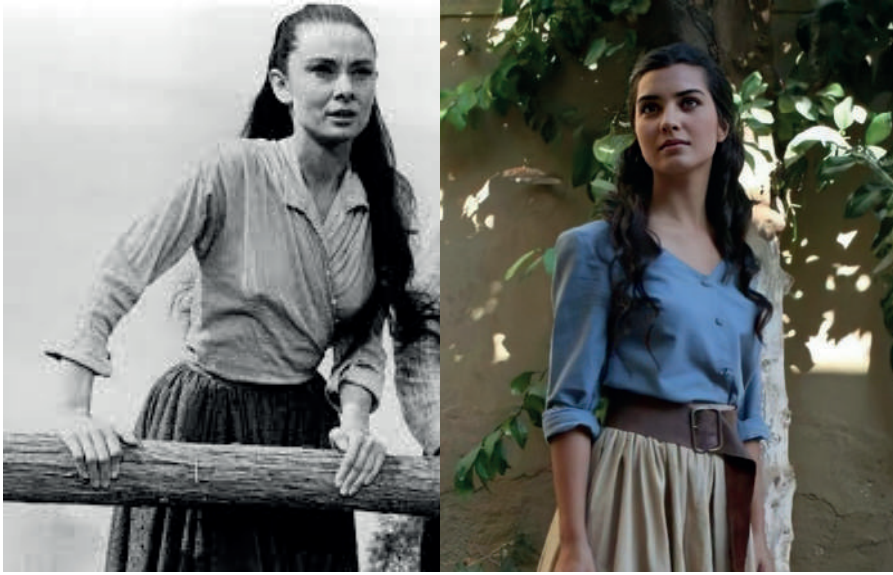
2005-2007 yılında Kanal D'de yayınlanan *Ihlamurlar Altında* (Aydın Bulut, Avşar Film), televizyon dizisinde Filiz Tekiner karakterini canlandırır. Dizi konusuyla aynı yıl Show TV'de yayınlanan *Acı Hayat* ile benzerlikler gösterir. *Acı Hayat*, 1962 yılında Metin Erksan'ın yönetmenliğini yaptığı aynı isimli filminin, dizi uyarlamasıdır. Karakterlerin isimlerinden rol ağırlıklarına kadar filmin uyarlaması olan dizinin, *Ihlamurlar Altında*'dan farkı, Filiz karakterinin ön planda oluşudur. Filiz, *Acı Hayat*'ın hem film hem de dizisinde yan karakterken, *Ihlamurlar Altında*'da ilerleyen bölümlerde ana karaktere dönüşür. Büyüküstün'ün yakaladığı ün, ana kadın karakterin geri planda kalmasına neden olur. Filiz karakteri yurt dışında eğitim almış, başarılı, hırslı ve dik başlıdır. Ailesini özellikle babasını çok seven biridir. İlişkilerinin başlangıcında gururu yüzünden sevdiğine kavuşamayan Filiz daha sonra babasına verdiği sözden dolayı aşkından vazgeçse de dizinin finalinde aşkına kavuşur.

16 Aynı yıl Cemal Şan'ın yönettiği *Gülizar* isimli televizyon filmiyle Sırbistan-Karadağ Cumhuriyeti International TV Bar 2005 Uluslararası TV Festivali'nde en iyi kadın oyuncusu ödülü alır. Oyuncu, ödül ile ilgili yapılan gazete röportajında "şimdiye kadar kendime oyuncu adayı diyordum ama oyuncuymuşum ki, böyle bir ödül aldım" yorumunda bulunur (İpek, 2005).



Bu dizide Tuba Büyüküstün'ün saç modeli moda haline gelir. Bu saç modeli Audrey Hepburn'nün *Funny Face* (Stanley Donen, 1957) filminde kullandığı saç modelidir. Büyüküstün'ün Hepburn hayranlığı sonraki dizilerinde ve imajında sıkça görülecektir.

*Iblamurlar Altında*'dan sonra televizyon dizisindeki ilk başrolünü *Asi*'de (2007-2009) oynar. Birçok özelliğiyle dizi, *Aşk ve Gurur* (Jane Austen, 1813) romanını hatırlatsa da romanda ayrılan yanları da vardır. Eğitilmiş, doğa ve hayvanları seven Asi-Asiye tıpkı Filiz gibi dik başlıdır. Dizi Antakya'da geçtiği için Asi, hem Asi nehrinin hem de karakterin dik başlılığının temsilidir. Asi'nin asiliği, mevcut duruma, kurallara karşı çıkıştan öte annesinin ona attığı "kadınlık" kodlarını kabul etmemesidir. Sade giyip, makyaj yapmayarak annesinin ona yüklemeye çalıştığı tüm toplumsal cinsiyet kodlarını reddeder. Asi de tıpkı Filiz gibi önce gururundan daha sonra ailesi ve sevdiği adam arasındaki gerginlikten dolayı sevdiğine adama kavuşamaz. Fakat dizinin finali *Iblamurlar Altında*'da olduğu gibi sevenlerin kavuşmasıyla mutlu son ile biter.

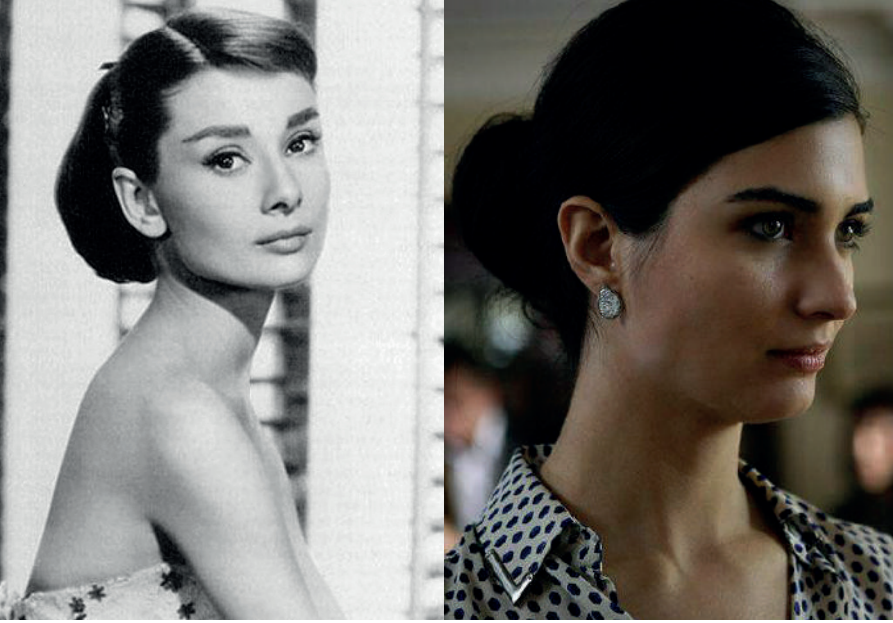


Büyüküstün'ün dizide kullandığı kostümler yine Hepburn'ü hatırlatır. Oyuncunun *Asi* dizisindeki görüntüsü, Hepburn'nün *The Unforgiven*'da (John Huston, 1960) canlandığı Rachel Zachary'ninkiyle benzerlik gösterir. Özellikle oyuncunun dizide giydiği kıyafetler, Hepburn'nün filmde giydiklerinin neredeyse aynısıdır. Zaten oyuncu yaptığı bir televizyon röportajında ilham kaynağının Audrey Hepburn olduğunu ifade etmiştir (Büyüküstün, 2017).

*Asi*'nin sadeliği, doğal güzelliği ve dik başlılığı Büyüküstün'ün daha sonra canlandıracağı *-20 Dakika* dizisindeki Melek karakteri hariç- tüm karakterlerde de görülüp, oyuncunun en önemli yıldızlık imajı haline gelir.

Bir *Pymalion* hikayesi olan *Gönülçelen* (2010-2011), *My Fair Lady* (George Cukor, 1964) uyarlamasıdır. Büyüküstün, dizide hayranı olduğu Hepburn'ün oynadığı Eliza karakterini, Hasret olarak canlandırır. Dizide uzun kısal saçlı çingene kızı Hasret, Murat'ın (Cansel Elçin) onu dönüştürmesi sonucu siyah saçlı, doğal güzel *Asi*'ye döner. Böylece Büyüküstün, *Asi*'deki imajını devam ettirir. Oyuncu da tıpkı Hepburn gibi bu rolle yıldızlığa kavuşur.





Tuba Büyüküstün'ün oynadığı televizyon dizilerindeki tek farklı rol, *20 Dakika*'daki (2013) seyirciyi, iyi-kötü arasında arafta bıraktığı, Melek'tir. *The Next Three Days* (Paul Haggis, 2010) sinema filminden uyarlanan dizide cinayetle suçlanan Melek Halaskar'ı canlandırır. Dizinin 22.bölümüne kadar seyirci zaman zaman şüpheye düşürse de Melek'in masum, cinayeti işlemediğine yönelik işaretler verilir. 22.bölümünde karakterin cinayeti işlediği anlaşılır, fakat bunu yapması için haklı gerekçeler gösterilmesi ihmal edilmez. Bu dizinin önemli bir farkı da Büyüküstün'ün yakışıklı jön oyuncu yerine karakter oyuncusu olan İlker Aksum (Ali) ile başrolü paylaşmasıdır. Dizide Melek-Ali aşkını sorgulatmasındaki inandırıcılığın kaynağı da tam da budur: Melek güzel, Ali değil; ve Tuba yıldız, İlker değil. Çünkü kariyeri boyunca yakışıklı oyuncularla<sup>17</sup> başrolü paylaşan oyuncu ilk kez bir karakter oyuncusuyla beraber oynamaktadır. Bu nedenle dizi boyunca bu aşk, bir gerilim nedeni oluşturur. Oyuncunun dizideki imajına baktığımızda ense topuzu, sade şıklığıyla Hepburn'ü anımsatmaya devam eder.

17 *İhlamurlar Altında*'da Bülent İnal, *Asi*'de Murat Yıldırım, *Gönülçelen*'de de Cansel Elçin, *Kara Para Aşk*'de Engin Akyürek, *Cesur ve Güzel*'de Kıvanç Tatlıtuğ ile oynar.





20 Dakika dizisinden sonra *Kara Para Aşk*'da (2014-2015) başrolde oynar. Bu sefer *Roma Tatili* (Roman Holiday, William Wyler, 1953) filmindeki bazı sahneleri yeniden canlandırılmasıyla ve *Tiffany'de Kalırtı*'ya (Blake Edwards, 1961) selam göndermesiyle Audrey Hepburn yine Büyüküstün'ün yanında yer alır.



Dizide Hepburn ile özdeşleşen siyah elbiseyi ve siyah-beyaz çizgili tişörtü bu sefer Büyüküstün'de görürüz. Dizideki yıldız oyuncuya en önemli gönderme Büyüküstün'ün canlandırdığı Elif'in telefon kılıfındaki Hepburn fotoğrafıdır.



*Kara Para Aşk*'dan sonra *Cesur ve Güznel*'de (2016-2017) Sühan Korkludağ olarak seyirci karşısına çıkar. Sühan da tıpkı Filiz, Asi ve Elif gibi eğitilmiş, güzel, dik başlı ve gururludur. Sühan ve bu diğer üç kadın arasındaki benzerlikler, baba sevgisi ve gururdan dolayı sevdiği adama kavuşamamadır. Sühan da babasını çok sever ve düştüğü zor durumda kurtarmak için elinden geleni yapar. Cesur'a (Kıvanç Tatlıtuğ) ilk görüşte âşık olsa da gururu yüzünden dizi boyunca ilişkilerini inişli-çıkışlı şekilde yaşarlar. Dizinin finali yine mutlu son ile biter.

Bu dizide Tuba Büyüküstün imajını tamamen değiştirir. Büyüküstün'ün yıldızlık imajının önemli parçası olan uzun saçları artık yoktur. Kısacık kestiği saçlarıyla beğeni toplayan Büyüküstün, Hepburn'nü hatırlatır.



Tuba Büyüküstün, oynadığı televizyon dizilerinde sadece saç modelleri, giyim tarzı ve kullandığı aksesuarlarla Audrey Hepburn'ü anımsatmaz aynı zamanda yıldızlık imajını da tıpkı Hepburn gibi güzellik, zarafet ve masumiyet (Karaohlaian, 2014, s. 77) üzerinden inşa eder.

Dizilerde başrol oyuncusu olarak canlandığı karakterlerin hepsi -20 *Dakika* dışında- babasının sevgi dolu, gurur kaynağı olan çalışkan, üniversite mezunu, becerikli masum kızıdır. Babası, maddi güçlük çektiğinde, onları bu zor durumda sevgi dolu kızı çıkarır. Büyüküstün'ün canlandığı karakterlerin diğer bir ortak özelliği fedakâr ve çok iyi abla olup, anneleriyle çatışmalarıdır. Karakterlerin aşk hayatları ise -20 *Dakika* dışında- inişli çıkışlıdır. Bu iniş çıkışın nedeni karakterlerin dik başlılığıdır. Fakat âşık olduğunda dik başlılığı yerini uysallığa bırakır.

Canlandığı karakterlerin aşk hayatlarındaki gerilimin nedeni babalarıdır. Her defasında ailesi ve aşkı arasında kalır ve ailesini seçer. Ailesini seçmesine rağmen sevdiği adama karşı duyduğu aşk ve sadakat devam etse de aşkları, gurur ve kötü adam/kadın karakterlerin kurduğu tuzaklara final bölümüne kadar takılır. Final mutlaka sevenlerin kavuştuğu düğünle biter ve mutlaka iyiler, dostluk ve aile kazanır.

Tuba Büyüküstün'ün oyunculuk performansını incelediğimizde oyuncunun Stanislavski'nin sistem adını verdiği oyunculuk tekniğini kullandığı görülmektedir. Kendisi ile yapılan bir röportajında "Oyuncu

olarak en büyük malzemen kendinsin zaten. Kendinden başka malzemen yok” beyanında bulunmuştur (Tuba Büyüküstün: Oyuncu Olarak En Büyük Malzemen Kendinsin Zaten). Sistem oyunculuk tekniğinin temelinde oyuncunun kendisi ve deneyimleri vardır. Oyuncu kendi hayatında yaşadığı deneyim ve duygularını oynadığı karakterle bütünleştirir; daha gerçekçi bir karakter ortaya çıkarmak için kendi duygularını ve yaşadıklarını oynadığı karakterin hisleri ve düşünceleriyle bir araya getirir (Özüaydın, 2013).

Tuba Büyüküstün’ün hem ekran hem de ekran dışındaki yıldızlık parametresindeki önemli iki imaj, mesafe ve doğal güzelliştir. Hem ekran hem de ekran dışında Hepburn gibi sade, hafif makyajlı ve zarif görünürken takı ve aksesuarları trend haline gelir.

### Mesafeli Yıldız

İnsanların benim alanıma izinsiz girmeleri beni kızdırıyor (Büyüküstün, 2011)

Lorraine York, *Reluctant Celebrity: Affect and Privilege Incontemporary Stardom* (Mesafeli Ünlü: Çağdaş Yıldızlıkta Etki ve Ayrıcalık, 2018) isimli çalışmasında mesafeli ünlü (*reluctant<sup>18</sup> celebrity*) ve münzevi ünlü (*reclusive celebrity*) ayırımı yapar. Mesafe, kişinin tutarlı bir şekilde sahip olmadığı konuşkanlığın yıldızlık imajının bir parçası haline gelmesidir. Bu imaj aynı zamanda yıldızın, oyunculuk yönteminin de temelini oluşturur. Mesafe, oyuncunun benliğinin kameranın önünde ve arkasındaki sunumunun anahtarı haline gelir (York, 2018, s. 139-140, Rinella, 2019, s. 1-3, 50-52).

Münzevi ünlü, yalnızca kamusal alanda hareket etmeye yönelik antipatik, aynı zamanda bu alanı tamamen terk eden kişi olarak tanımlanır. Bu kişiler, şöhretinin tüm süslerini reddetmeye ve/ya toplum hayatından mümkün olan en uzak noktaya kadar inzivaya çekilmeye yönelik harekete geçerler. En efsanevi münzevi yıldız, Greta Garbo’dur. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra 1990’daki ölümüne kadar uzun bir süre Manhattan’ın doğusunda, kamuya açık olmaktan özenle kaçındığı hayatı ile aktif film kariyeri arasında ince bir ayırımı hep olmuştur. Oyuncu, hiçbir zaman hayranlarına imza dağıtmadı,

18 *Reluctant*, isteksizlik olarak Türkçe’ye çevrilse de çalışmada *reluctant star* kavramı, mesafeli yıldız olarak Türkçeleştirilmesi uygun görülmüştür. *Reluctant* eylemdeki isteklilik veya isteksizlikle ilgilidir. *Reluctant*’i isteksizlik olarak ele aldığımızda da kişinin bir durum veya olay karşısında isteksizliğinden öte harekete geçme veya geçmeme duygusunu aynı anda yaşaması ile ilgili olup, birbirinin karşıt duygusu değildir (Ingleton ve York, 2019, s. 367). Fakat yıldızlık ve ünlülük çalışmalarında isteksizliği mesafe olarak okumak mümkündür. Çünkü ünlü ve yıldız karşılaştığı durum ve/ya olayda harekete geçme yerine hareketsizliği seçmesindeki motivasyon, eylemi yapma isteksizliğinden ziyade işi, basın ve hayranlarıyla arasına koyduğu mesafe ile ilgilidir. Mesafe sayesinde yıldızın oluşturduğu aurasının bozulması engellenip, büyüülü ulaşılamazlığı sağlanır. Bu da onlara yıldızlık yolunu açar.

onlardan gelen mektupları yanıtlamadı, Oscar törenlerine katılmadı (York, 2018, s. 4-5). Bir başka ifadeyle münzevi ünlü, işini yapıp göz önünde olmayı tercih etmeyen, medyatik olmayan ünlülere denir. Özetlemek gerekirse mesafeli yıldızlık içinde hem münzeviliği hem de alçak gönüllüğü barındırır da bu ikisiyle zıtlıklar da gösterir. Mesafeli yıldızlıkta hem bir hareket bir başka ifadeyle göz önünde olma ile ilgili bir isteksizlik olsa da bu aynı zamanda ona karşı hissedilen duygulara karşılık verme isteksizliğini de barındırır.

Yıldızlık çalışmalarında yıldızların mesafelerinin imajlarını korumak için bir stratejisi olarak okuma yönünde geçerli bir eğilim olduğu görülmektedir. Çünkü yıldızın koyduğu mesafe, halkın daha fazla dikkatini çeker, bu durum da -mesafe- onlara daha fazla beğeni ve ücret getirir (York, 2018, s. 9-10). Çünkü yıldızlık imajı ulaşılamamazlıkla kurulur. Ekran dışında fazla görülmeyi tercih etmeyen Tuba Büyüküstün, basında fazla yer almayı, göz önünde olmamayı tercih ettiği görülmüştür. Mesafeli yıldızlar, göz önünde olma ile ilgili bir isteksizlikleri olsa da bu aynı zamanda ona karşı hissedilen duygulara karşılık verme isteksizliğini de barındırır. Mesafeli yıldızların bu davranışı iki şekilde anlaşılır: alçak gönüllük ve/ya soğukluk. Alçakgönüllük veya soğukluk olarak anlaşılan bu durum, onlara profesyonel bir görünüm sağlamaktadır.

Tuba Büyüküstün'ün mesafesi, samimiyet ve yakınlık üzerine kurulan televizyon yıldızlığı için büyük ölçüde esrarengizdir. Bu belirsizlik, hayranlarına ve medyaya Büyüküstün'ü birçok farklı biçime sokmaya izin verir. Sosyal medyadaki paylaşımlarına baktığımızda ekrandaki imajından farklı olarak toplumsal cinsiyet kodlarına karşı bir duruş sergilese de kadın hakları konusunda aktivist olmadığı görülür. Sosyal medyadaki postları dışında aktif olarak hassasiyetlerini, duyarlılığını gösterdiği başka bir alan yoktur. Açık siyasi eylem kanallarından bu kendini dışlama ve mesafeyi koruması (Moffat ve Käpä, 2022, s. 205), yıldız oyuncunun Lorraine York'un mesafeli yıldız olarak nitelendirdiği şeyi gösterir.

Tuba Büyüküstün'ün Instagram hesabını incelediğimizde hayranlarıyla interaktif iletişime geçmediği, sıklıkla hakkında çıkan haberleri yayınladığı, kızlarının fotoğraflarını paylaştığı, Türkiye'de ve dünyada olan olaylara karşı düşüncelerini aktardığı ve Unicef ile ilgili paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir. Sosyal medyadaki kadına, hayvana ve çocuklara yönelik şiddeti protesto ettiği paylaşımlar, bu konularla ilgili bir kamuoyu yaratmak, hayranlarını harekete geçirmekten öte kişisel görüşünü beyan etme amacıyla yapıldığı görülür. Özetle birçok ünlünün aksine sosyal medyayı seyircisi/hayranlarıyla olan bağlarını güçlendirme, kamuoyu yaratma amacıyla değil, günlük hayatından kesitler sunmak için kullanmaktadır. Oyuncunun sosyal

medya kullanımı da attığı postlarda tıpkı oyunculuğu gibi mesafelidir. Onu diğer televizyon dizi oyuncularından ayırıp yıldızlaştıranda bu mesafesidir.

tubabustun.offical isimli Instagram sayfasının 5.900.000 takipçisi vardır. Paylaştığı videoların 2000.000'nun üzerinde görüntülenmesine rağmen Büyüküstün'ün paylaştığı postların beğeni sayısı 600.000'ü geçmemektedir. Bu da takipçileriyle arasında bir etkileşiminin olmadığını gösterir.

En çok beğeni aldığı post, 597.384 beğeni ile rol arkadaşı Engin Akyürek ile çekmiş olduğu fotoğrafıdır. Takipçilerinin beğendiği postlar çoğunlukla oyuncunun dizi setlerinde çektiği fotoğraflar ve öz çekimleridir. Instagram sayfasını incelediğimizde kendi ile ilgili paylaşım yapma yerine bir parçası olduğu sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili duyulara, toplumda kadınlara ve hayvanlara yönelik şiddet haberlerine ve kız çocuklarını korumaya yönelik haberlere yer verdiği görülür. Bu paylaşımlarda Hepburn gibi Unicef iyi niyet elçisi olmasından dolayı olduğu düşünülmektedir.

1 Temmuz 2022-1 Şubat 2023 tarihleri arasında Instagram hesabını incelediğimiz Büyüküstün'ün kadın hareketlerine verdiği desteğin en görünürü, 16 Eylül 2022 tarihinde başörtüsünü düzgün takmadığı için öldürülen Mehsa Emimi ve sonrasında İran'da yaşanan olaylardır. Konuyla ilgili ilk paylaşımını 21 Eylül 2022 tarihinde yapar, bir ay boyunca konuyla ilgili sık sık paylaşımında bulunur. İran'daki kadın protestolarıyla ilgili son paylaşımını 21 Ekim 2022 tarihinde yapar.

## Sonuç Yerine

Tuba Büyüküstün'ün ekran dışındaki imajına baktığımızda kendisini açıkça anlamak için mücadele etmediğini, yanlış olandansa hiçbir kelime seçmemeyi tercih ettiğini görüyoruz. Bu da onun özgünlüğünü yaratmaktadır. Konuşması genellikle kelimelerle değil, sessizlikle kurulmaktadır: Kalkmış bir avuç içi, eğik bir baş sallama, yarı omuz silkme, kaşların çatılması gibi. Ekran dışındaki imajı ekrandaki imajını desteklemektedir. Canlandırdığı rollerde çok fazla diyalogun olmaması ve üstün bir performans gerektiren rollerde görülmemesi ekranda izlenildiğinde kendini oynadığı hissini vermektedir. Böylece izleyiciler, ekrandaki karakter ile Büyüküstün arasından ayrı bir kimlik oluşturma ihtiyacı duymamaktadır. Ekrandaki Filiz, Asi, Sühan ne ise Tuba da odur.

Tuba Büyüküstün'ün mesafesi, kendi başına bir hayat süren, gizemli Büyüküstün mitini yaratır. Sessizlik ve mesafesi onun büyüleyici bir tuval gibi görülmesine imkân sağlar. Mesafe ile yarattığı bu gizem ve aura, yıldızlığın en önemli parametresi haline gelir.



## Kaynakça

- Becker, C. (2005). Televising Film Stardom in The 1950s. *Framework*, 26 (2), 5-21.
- Bennett, J. (2010). *Television Personalities: Stardom And The Small Screen*. Roudledge: London
- Bennett, J. ve Holmes, S. (2010). The Place of Television In Celebrity Studies. *Celebrity studies*, 1(1), 65-80.
- Caldwell, J. (2004). Convergence Television: Aggregating Form And Repurposing Content The Culture of Conglomeration. J. Olsson ve L. Spigel (Ed.). *Television After TV* içinde (s. 35-74). New York:Duke University Press.
- Çelenk, S. (2010). Aşk-ı Memnu'dan Aşk-ı Memnu'ya Yerli Dizi Serüvenimiz. *Birikim Dergisi*. 256/257, 18-27
- Çaycı, B. (2019). *Dijital İletişim Çağında Toplumun Medyatikleşmesiyle Dönüşen Şöhret Kültürü*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- De Cordova, R. (1990). *Picture Personalities: The Emergence of The Star System In America*. Chicago: University of Illinois Press.
- Desjardins, M. R. (2015). *Recycled stars: Female Film Stardom in The Age of Television And Video*. Duke University Press:USA.
- Doğanay, M. ve Aktaş, M. K. (2021). Türkiye'de Televizyon Dizisi Sektörü. *Öneri Dergisi*, 16(56), 852-878.
- Duyan, Y. (2021). *Türk Sinemasında Kadın Yıldız Olma*. Ankara: Dipnot
- Ellis, J. (1982). *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. Roudledge: London
- Gence, H. (28.08.2011). Onu En Çok Ne Kızdırıyor, *Hürriyet Kelebek*. Erişim Linki: <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/onu-en-cok-ne-kizdiriyor-18594906>
- Gültekin, Z. (2006). Irak'dan önce: Kurtlar Vadisi dizisi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 22(1), 9-36.
- Ingleton, P., & York, L. (2019). From Clooney to Kardashian: Reluctant Celebrity And Social Media. *Celebrity studies*, 10(3), 364-379.
- İpek, B. (2005). Oyuncu Adaylığından oyunculuğa terfi, *Sabah Gazetesi*, Erişim Linki: <http://arsiv.sabah.com.tr/2005/11/05/gny/gny108-20051105-200.html>
- Jermyn, D. (2006). 'Bringing out the star in you' S J P, Carrie Bradshaw and the evaluation of television star. Su Holmes and Sean Reymond (ed.), *Framing Celebrity: New Directions In Celebrity Culture* içinde. (s. 67-85). London: Routledge.
- Karaoghlanian, A. (2014). Little Black: Audrey, Fashion And Fans. Miller, J. (Ed.). *Fan Phenomena: Audrey Hepburn* içinde. (s.76-83). Intellect Books: Bristol.



- Karakulas, S. (2019), *Bir Endüstri Ürünü Olan Dizilerin Uluslararası Pazarlanması: Türk Dizilerine İlişkin Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Langer, J. (1981). Television's 'Personality System'. *Media, Culture & Society*, 3(4), 351-365.
- Lury, K. (2010). *The Child in Film: Tears, Fears And Fairy Tales*. Bloomsbury Publishing: London.
- Mann, D., 1992. The Spectacularization of Everyday Life. L. Spigel and D. Mann, (eds.), *Private Screenings* içinde. (s. 41-69). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Marshall, D. (1997). *Celebrity and Power: Fame and Contemporary Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Moffat, K., ve Käpä, P. (2022). Taking The Green Pill? Keanu Reeves As 'Reluctant Eco-Celebrity'. *Celebrity Studies*, 13(2), 200-213.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu Anlama*. Ankara: Gündoğan.
- Murray, S. (2005). *Hitch Your Antenna To The Stars: Early Television and Broadcast Fame*. New York: Routledge.
- Negra, D. (2002). Re-Made for Television: Hedy Lamarr's Post-War Star Textuality. J. Thumin (ed.). *Small Screens, Big Ideas: Television in the 1950s* içinde. (s. 105-117). London: I.B Tauris.
- Our Becoming Audery Hepburn Tuba Büyüküstün Birthday (Rola Büyüküstün). (2017). [Video]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=B737lj1wura>
- Özüaydın, N. U. (2013). Stanislavski Sistemi ve Metot Oyunculğunun Aralarındaki Temel Farklar Açısından Karşılaştırılması. *Tiyatro Araştırmaları Dergisi*, 35(1).23-36.
- Öztürk, M., ve Atık, A. (2016). Ulusal Pazardan Küresel Pazarlara Uzanan Süreçte Türk Dizilerinin Gelişimi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 66-82.
- Püsküllüoğlu, A. (2002). *Türkçe Sözlük: Türkiye Türkçesinin En Büyük Sözlüğü*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Rinella, M. D. (2019). *Margaret Sullavan: The Life and Career of a Reluctant Star*. USA: McFarland.
- Rojek, C. (2003). *Şöhret*. İstanbul: Ayrıntı.
- Tanrıöver, H. U. (2015). Diziler: Türkiye'nin En Sevdiği Alışkanlık. *National Geographic Türkiye*, Nisan.
- Tanrıöver, H. U. (2012). *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Tuba Büyüküstün: Oyuncu Olarak En Büyük Malzemen Kendinsin Zaten (10.11.2021) *Habertürk*. Erişim adresi: <https://www.haberturk.com/>

tuba-buyukustun-oyuncu-olarak-en-buyuk-malzemen-kendinsin-za-  
ten-3248808

Turner, G. (2006). *Understanding Celebrity*. California: Sage Publications.

Şentürk, R., Gülçur, A. S., ve Eken, İ. (2017). *Türkiye'de Film Endüstrisi (2011-2015)*. İstanbul: İTO Yayınları.

York, L. (2018) *Reluctant Celebrity: Affect and Privilege Incontemporary Stardom* Springer: Berlin.