

MEDYA KAHRAMANI İLE KURULAN PARASOSYAL ETKİLEŞİM BAĞLAMINDA KÜLTÜR VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ*



CULTURE AND ITS SUSTAINABILITY WITHIN THE CONTEXT OF PARASOCIAL INTERACTION WITH MEDIA HERO

Filiz GÜVEN**

ÖZ: İletişim olanaklarının dünyayı yeniden yorumlayan farklı bakış açılarına sahip kitleleri meydana getirmesi, yeni bir sosyokültürel sürecin başlamasına ve yeni kahraman tip(ler)inin oluşmasına neden olmuştur. Bugünün kahramanı, arkaik dönemden itibaren varlığı ritüeller ve mitler aracılığıyla tespit edilen düzenleyici idealize tipin, süreç boyunca genel hatları itibarıyla sanal kahramana dönüşmüş hali olarak kabul edilebilir. Bu yeni sanal kahraman, insanlığın tüm dönemlerinde olduğu gibi topluma yol gösterici, kurtarıcı, bireyin kendini onda bulduğu, özdeşim kurduğu, günlük hayatın tanzimini sağlayan ideal kahraman tipinin özelliklerini belli oranda taşımaktadır. Söz konusu özdeşim ile kast edilen parasosyal etkileşimdir. Etkileyenin pasif kaldığı, etkilenenin davranış değişikliği yaşadığı, takipçi/seyirci ile onun kendisine en yakın hissettiği medya kahramanı arasında kurulmaktadır. Nitekim toplumun ya da bireyin kendini onda bulması, onunla bir özdeşim içerisine girmesi, ulusal değerlerin kabulü, yayılımı ve aktarımına zemin hazırlayabilir.

Alan yazında pek fazla yer bulamamış “parasosyal etkileşim” bireyi, içine doğmuş olduğu sosyokültürel ortama yakınlaştıracak gibi; mensubu olduğu toplumdaki uzaklaştırarak bireyin popüler, küresel kültüre adaptasyonunu da hızlandırabilmektedir. Bu noktada parasosyal etkileşim gerçekleştirilen medya tipi kahramanın özellikleri ve bunun sürdürülebilir kültür için nasıl kullanılacağı önemlidir. Çünkü medya araçları, toplumun kabullerine uygun bir etkileşim alanı oluşturabileceği gibi, tek tip insan profili yaratarak toplumların kültürel farklılıklarını ortadan kaldırabilme gücüne sahiptir.

Parasosyal etkileşimin birbirinden farklı medya karakterleri ile geliştirilebilecek bir olgu olması, etkileriyle farklı düzlemlerde karşılaşılacağı savından hareketle medya rol/model(ler)inin hem toplumsal kabullerin sürdürülebilirliğine katkı sağlayabileceği hem de bu kabulleri çözümü zor kültürel uzaklaşmayla karşı karşıya bırakabileceği unutulmamalıdır. Bu kapsamda çalışma, interdisipliner bir anlayışla medya kahramanı etrafında halk kültürünü yeni şartlar çerçevesinde değerlendirmeyi, milli kültürün küresel kültür karşısında hangi anlayışla sürdürülebileceğini, medya karakter(ler)inin kültürel unsurlar üzerindeki etkilerini, gelenekselden küresele yaklaşma sürecinde parasosyal etkileşimin rolünün ne olduğunu, etkilenenin sosyoekonomik düzeyini, etkileyenin hangi nedenlerle etkilediğini açıklamayı hedeflemektedir.

* Bu çalışma, 8-10 Kasım 2018 tarihleri arasında Çanakkale’de düzenlenen Motif Vakfı Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumunda sunulan, “Medya Karakterleri İle Kurulan Parasosyal Etkileşim ve Kültürün Sürdürülebilirliği” başlıklı bildirinin düzenlenmiş ve geliştirilmiş şeklidir.

** Dr. Öğretim Üyesi - Sinop Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü/Sinop - filiz_guven@hotmail.com



Parasosyal etkileşimin birbirinden farklı medya karakterleri ile geliştirilebilecek bir olgu olması, etkileriyle farklı düzlemlerde karşılaşılacağı savından hareketle medya rol/model(ler)inin hem toplumsal kabullerin sürdürülebilirliğine katkı sağlayabileceği hem de bu kabulleri çözümü zor kültürel uzaklaşmayla karşı karşıya bırakabileceği unutulmamalıdır. Bu kapsamda çalışma, interdisipliner bir anlayışla medya kahramanı etrafında halk kültürünü yeni şartlar çerçevesinde değerlendirmeyi, milli kültürün küresel kültür karşısında hangi anlayışla sürdürülebileceğini, medya karakter(ler)inin kültürel unsurlar üzerindeki etkilerini, gelenekselden küresele yaklaşma sürecinde parasosyal etkileşimin rolünün ne olduğunu, etkilenenin sosyoekonomik düzeyini, etkileyenin hangi nedenlerle etkilediğini açıklamayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Parasosyal etkileşim, milli kültür, küresel kültür, sürdürülebilir kültür.

ABSTRACT: *The fact that the communication facilities brought the masses with different perspectives reinterpreting the world led to the start of a new sociocultural process and formation of new hero type(s). Today's hero can be regarded as the changed virtual ideal of an organizer idealized type, whose existence is determined through rituals and myths since the archaic period. As in all periods of humanity, this new virtual hero has certain characteristics of the ideal hero type, leading and rescuing the society, finding himself in it, identifying himself and providing the arrangement of daily life. Through this identification, it is referred to a parasocial interaction. It is established between the follower / audience and the media hero that he feels the closest to him. As a matter of fact that the society or the individual finds himself in an identification with him can prepare the basis for the acceptance, diffusion and transfer of national values.*

"Parasocial interaction", which couldn't find much space in literature, makes the individual closer to the socio-cultural environment in which he was born, and it can accelerate the individual's adaptation to the popular, global culture. Herein, the characteristics of the type of media hero in which the parasocial interaction is performed and how it can be used for sustainable culture are important. Because media tools can create an interaction area appropriate to the society's acceptance, as well as the ability to eliminate the cultural differences of societies by creating a standardized human profile.

Considering that parasocial interaction is a situation that can be developed with different media characters and effects of which can be encountered in different levels, it shouldn't be forgotten that the media role/model(s) can contribute to the sustainability of social assumptions and confront these acceptations with difficult cultural alienation. In this context, it is aimed to evaluate folk culture around media hero with an interdisciplinary understanding within the framework of new conditions, that the national culture can be sustained in the face of global culture against the global culture, the effects of media character(s) on cultural elements, the role of parasocial interaction in the process of approaching from traditional to the global culture, the socioeconomic level of the affected and in which aspects affects the affecting.

Keywords: Parasocial interaction, national culture, global culture, sustainable culture.

Giriş

Mitosun hâkimiyeti altındaki arkaik insan, yaşamak ve kendini korumak için tanrıların her dediğini yapmakla yükümlüyse, aydınlanmayı yaşayan insan da aklın her dediğini yapmak zorundadır (Coşkun, 2013: 4) ve yine aklın önderliğinde farklı yollarla aydınlanmayı yaşamaktadır. İnsanoğlunun animizmle başlayan varlığı anlama ve anlamlandırma serüveni dönemlere göre, başka nesnelere, güçlerle ve kendi geliştirdiği medeniyetle kurduğu bağlarla devam etmiştir. Sözlü kültür dönemi olarak adlandırılan ve insanlık tarihinin en uzun kültürel süreci olduğu kabul edilen sosyal yapıda, tarihin karanlık döneminden itibaren elde edilen bilgiler

gelecek nesillere sözlü kültür içerisinde geliştirilen belirli türler üzerinden aktarılmaya çalışılmıştır. Destanların, halk hikâyelerinin, masalların aktarımı bu noktada edinilen bilginin aktarımında kullanılacak ihtiyaca binaen oluşturulmuş ya da kültürel difüzyon yoluyla alınmış anlatılar/anlatı türleri üzerinden şekillenmiştir. Bu süreçte arkaik dönem ürünlerinden biri olarak kabul edilecek destanların, toplumsal değerleri güncelleştirdiği (Elçin, 1986: 72; Çobanoğlu, 2001: 89) milli değerleri şahsi değerlerin üstünde tutmayı benimsettiği (Ekici, 2002: 18) ve milletin ortak şuurunu yansıttığı (Şahin, 2009: 13) yönünde görüşler söz konusudur. Destanların bu nitelikleri toplumsal hafızanın aktarımına imkân sağlarken, destan kahramanı üzerinden kurulan kozmos, toplumsal değerlerin geleceğe taşınmasına zemin hazırlamıştır. Aynı şekilde halk hikâyelerinde ve efsanelerde de toplumsal kabul ve retlerin belirli kişiler üzerinden yürütüldüğünü ifade etmek mümkündür. Yazılı kültüre geçişle birlikte sözün anlamını büyük oranda kaybetmesi ve örgün eğitimin bilgiyi stabilize etmesiyle bilgi aktarımındaki sistemde değişim meydana gelmiştir. Bu dönemde sözlü kültür teorisi bağlamında geçmişin belirli bir dönemden sonra işlevselliğini kaybettiği kabulü, reel hayatta kendini daha yoğun bir şekilde göstermeye başlamıştır. Medeniyette meydana gelen değişim, yazılı kültürün sürerliliğini devam ettirmesine karşın elektronik kültür ortamının getirdiği yeni koşullar çerçevesinde şekillenmesine zemin hazırlamıştır. Bu çerçevede sözlü kültürdeki destan kahramanı, yeni kültürel daire içerisinde yeniden şekillenmiş ve özellikle sinema, televizyon ve internet yoluyla her tür bilginin ve aktarımın gerçekleştirileceği bir sanal dünyayı doğurmuştur. Teogonik dönemden itibaren varlığı ritüeller ve mitler yoluyla görülen kozmosu düzenleyici idealize tip süreç boyunca genel hatları itibarıyla antropogonik tipe, dünyevi kahramana ve sanal kahramana dönüşmüştür.

Halk kültürünün yeni şartlar çerçevesinde değerlendirilebilmesi için meydana gelen bu değişimi doğru görmek ve bu değişim doğrultusunda halkbilimini değerlendirmek gerekmektedir. Otto Rank'ın ve Raglan'ın kahraman kalıplarını şekillendiren sözlü ve yazılı kültürün büyük oranda değişime girdiği XXI. yüzyılda teknolojinin getirdiği yeni şartlar doğrultusunda halkbilimini ele almak ve çalışmaları bu doğrultuda yorumlamak gerekmektedir. İdeal kahraman tipinden Hobsbawm'ın ifadesiyle "sosyal haydut"a giden kahraman tipi yakınçağda insanoğlunun yeni yaşam koşulları ve bu çerçevede dünyayı yeniden yorumlayan farklı bakış açılarına sahip kitleleri ve dolayısıyla kahramanları meydana getirmiştir. XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren belirli dönemlerde ve belirli bölgelerde yaşayan insanlar hayata bakış ve kabul noktasında sınıflandırılmaya ve kategorilere ayrılmaya başlanmıştır. Bu kapsamda X ve Y kuşağının televizyon ve internet ile olan ilişkisinin sınırlılığına karşın özellikle Z ve Alfa kuşaklarının teknolojiyle iç içe bir yaşamın içine doğmuş olmaları yeni bir kültürel evrenin, bireysel ve toplumsal kabullerin değişimine ne şekilde etki ettiği ilerleyen zaman dilimlerinde kendini gösterecektir. Teknoloji bu boyutla ele alındığında günümüz insanı birçok

şeyi geride bırakarak farklı bir çağda farklı bir bilgiyle varlığını sürdürmektedir. Gelineen süreçte insanın en büyük bilgiye ulaşma aracı, iletişim olanaklarının ona sağladıklarıdır. Bugün, bilgi akışı birden fazla iletişim şekliyle sağlanmakta olup en çok tercih edileni, düzenli izler kitlenin çokluğu nedeniyle televizyondur. Nasıl ki arkaik insan mitleri rol model olarak görmüş ve yaşamlarını o etki altında şekillendirilmişse; televizyon da günümüz insanları için günlük hayatta neler yapabileceği konusunda fikir veren, bir çeşit yol gösterici olarak kabul edilebilir. Şu halde medya/televizyon, geleneksel yapıyı çözümleyici dinamikleri, çeşitli hizmet alanlarıyla birleştirerek bireye yeni bir kimlik ve yaşam tarzı önerir (İçin Akçalı, 2006: 100).

Geleneksel yapıların çözülmesiyle birlikte, dönemin kimlik anlayışı eskinin aksine devingen ve yeniliğe (eskiye oranla çok daha fazla) açık hale gelmiştir (Ünür, 2015: 46). İletişim teknolojileri sayesinde, Kimlik üretiminin bu denli çabuk üretiliyor/tüketiliyor olması, toplumların birbiriyle temasa geçmeleri olarak görülebilir. Gerçekte ise birbiriyle temasa geçen “kültür sistemleri” değil, savaş, ticaret, siyasal boyunduruk altına alma, göç vb. nedenlerle o kültürlerin taşıyıcısı olan canlı insanlardır (Özbudun, 2015b: 31). Denilebilir ki geçmişte ve bugün milletlerin birbirini etki altına alma aracı aynı olmamakla birlikte aynı amaca hizmet etmektedir. Geçmişte de bir milletin diğer milleti savaş, istila, göç vb. nedenlerden dolayı, kendi hükmü altına alma arzusu siyasal ve ekonomik önderlik ülküsü gereği yapılmış, bugün de aynı ülkü, farklı bir zeminde, milletler arasındaki farkı bulanıklaştıran kolektif bir hafızanın yaratımıyla yapılmaktadır. Bu, “Eski Dünya” nın “Yeni Dünya” yı keşfi (Özbudun, 2003: 31) gibi, ilk andan itibaren belli amaçları içerisinde barındıran, sorumlu bir eylem olarak algılanabilir.

“Küreselleşme” üzerine yapılan araştırmaların en “mayınlı” arazisi kuşkusuz, “kültür” ile bağlantılı olanlardır (Özbudun, 2003: 266).” Özbudun, bu durumu birkaç nedene bağlamıştır. Ona göre kültür, öteden beri yerellikle bağı olan, ancak bununla birlikte farklı kültürlerle temasları ve temaslardan kaynaklanabilecek olası değişiklikleri bulunan tikel bir yapıya işaret eder, ancak küreselleşmeyle birlikte iletişim, ulaşım teknolojilerindeki artış, kuzey-güney arasındaki gelir farkının büyümesi ve bunun açtığı sorunlar yeni bir yapılanmayı, etnik dinsel çatışmayı, çevresel sorunları, marjinalleşmeyi vb. durumları, bu durumların yol açtığı kitlesel göçler ise tikel çerçeveleri parçalamakta, tikel kültürleri coğrafyalarından koparmakta, sınırları bulandırmakta, kültürleri bölgesizleştirmektedir (Özbudun, 2003: 266-267).

Yoruma ve bakış açısına göre öznellik taşısa da küreselleşmenin konu kültür olunca tehlikeli olması sınırları kaldırmasında değil, ama kimlik farklılığını kaldırmasında aranabilir. Daha başından beri arkaik insan da dâhil tüm insanoğlunun cevabını bulmaya çalıştığı “Ben kimin/nereden geldim/diğer insanlardan farkım ne?” sorularını tek bir öze indirebileceği

için küreselleşme, ulus-devlet kültürleri açısından bir “mayın” kadar tehlikeli, şeklinde savlanabilir.

Bugün teknoloji yarattığı imgelerle, fikirlerle yeni bir kültürel dolaşım alanı açmıştır. Açılan bu alanda kültürlerin çok etkenli çok yönlü hızlı değişim/dönüşümü, kültür bilimciler açısından asli bir kategori olan farklılığı da ortadan kaldırmakta olup küresel türdeşleştirici dinamiklerle yerel veya bölgesel farklılaştırıcı dinamikler, ulus devletlerin “tek-biçimleştirici” yaptırımlarının zaafa uğradığı bir aşamada, siyasal bir düzlemde birbiriyle dans etmektedir (Özbudun, 2003: 267).

Tüm bu koşullar kültürel küreselleşmenin teknoloji ve medya ile yeni bir ivme kazandığını, gelişmiş ülkelerin fikir ve imgelerini yeni ve etkili etkileşim modelleriyle dünyaya pazarladıklarını gösteriyor.

Parasosyal Etkileşim:

Parasosyal etkileşim kavramından, bir izler kitle üyelerinin kitle medyasındaki, özellikle televizyondaki birtakım icracılarla olan aracılı konuşmalarında deneyimledikleri bir tür psikolojik ilişkiye göndermede bulunmak için ilk kez Horton ve Wohl tarafından 1956’da bahsedilmiştir (Chandler ve Munday, 2018: 323). Onlara göre parasosyal etkileşim, izleyicilerin medya karakteri ile geliştirdikleri tek yönlü ve sembolik bir ilişkiyi ifade eden bir terimdir (Arslan, 2013: 2). Elektronik kültür ortamının sosyal etkisi ve özellikleri gözlemlenerek üretilen bu kavram, diğer medya formlarında da görülmektedir (Arslan, 2013: 2). Sözlü kültürün destan devri şartları bağlamında doğurduğu ve kendi içerisinde kutsallaştırarak belirli anlatıcılarca ve sınırları çizilmiş şartlar kapsamında aktarıldığı kültürel süreç, insanoglunun kendi geliştirdiği teknoloji nedeniyle yeni bir anlatıcı dinleyici ya da senarist, sanatçı, izleyici aktarımına dönüşmüştür.

Medya karakterleri ile takipçisi/izleyicisi arasında kurulan ve edilgen bir ilişkiyi işaret eden parasosyal etkileşim, alanyazında çoğunlukla olumlu bir deneyim olarak açıklanmakta ve bu etkileşim, genellikle seyirci ile onun en sevdiği karakter arasında kurulmaktadır (Arslan, 2013: 2). Kişiyi bir duyguyla baş başa bırakması, etkileşimin psikolojik ve kültürel önemine de dikkat çekmektedir. Bu anlamda parasosyal etkileşim, tek taraflı bir etkileşim olması itibarıyla farklı düzlemlerde farklı karakterlerle kurulabilmekte ve takipçisini edilgen bir yapı içerisine çekmektedir. Ancak şunu da unutmamak gerekir izleyici/takipçi parasosyal etkileşimi gerçekleştireceği karakteri tıpkı sosyal hayattaki diğer seçimleri gibi seçme şansına sahiptir; bu da onu, tam anlamıyla pasif kaldığı bir durum içerisine sokmamaktadır. Öyleyse parasosyal etkileşim zorunlu kurulan bir etkileşim olmayıp kişinin kendisine yakın hissettiği karakterlerle kurduğu bir iletişim şekli olarak görülebilir. Diğer taraftan parasosyal bağlarla kurulan ilişkiler bireye, seçimlerinde özgür olmayı vaat etse de bireyi etki altına alan örtük manipülasyonlarla desteklenebilir. Öyle ki düzenli izleyiciler aşına oldukları

televizyon şahsiyetlerini neredeyse arkadaşları gibi görmeye başlarlar (Chandler ve Munday, 2018: 322-323).

Daha önce de değinildiği üzere parasosyal bağ gerçekleştiren birey, medya aracılığı ile kurduğu iletişimi sosyal ilişkilerinde olduğu gibi şekillendirmeyecek, kimi takip edeceğini ya da kimi izleyeceğini kendi belirleyecektir. Kişi sosyalleşirken birtakım zorunlu ilişkiler kurmak zorunda kalmış olabilir; ancak burada durum sosyal hayattaki iletişimden farklıdır. Birey kendisine uymayan, davranışını beğenmediği iletişimden hemen sıyrılma şansına sahiptir. Ancak Taylan ve Arklan'a göre filmlerdeki ya da medya metinlerindeki kahramanların sergiledikleri davranışlar, sahip oldukları alışkanlıklar hatta kullandıkları nesnelere seyirciyi etkiler bu süreçte çok az etkilediği düşünülen bu tür ayrıntılar gerçek değişim modelleri yaratırlar. Yaratılan bu yapı içerisinde kültürel değişim boyutu büyük oranda arka planda gerçekleşir (Taylan vd., 2008: 90-91). Bu bağlamda toplumların hayatında sembolik biçimlerin dolaşımında ve üretiminde önemli yer edinmiş medya, rutin bir şekilde gündelik yaşamı oluşturan pratikleri belirleyen semboller ve değerleri insanlara sunar (Kurt, 2006: 115).

Medya Aracılığı İle Parasosyal Bağlar Ölçeğinde Oluşturulan, Kitle Kültürü ve Kültür Endüstrisi

Parasosyal iletişimin doğası gereği olan seçme hakkı, medya kullanıcılarının özgürlük derecesini saptamada belirleyici bir unsur değildir. O, yalnızca medya kullanıcısı tarafından neyin seçilebileceğini ve neyin seçilmiş olduğunu göstermeye yaramaktadır. Ancak, medyanın araçsal, işlevsel görünen bu durumu (Kurt, 2006: 115) küresel güçlerin savladığı gibi otonom bir yapının ötesinde, ulusların -tıpkı mit döneminde olduğu gibi- kolektif hafıza üretimine zemin hazırlayıcı bir nitelik taşımaktadır.

İlk bakışta neyi izleyeceğini/takip edeceğini seçme hakkı, bireyi özgür seçimle baş başa bırakmış gözükse de yerel kültürden kopmayı ve küresel kültüre yaklaşmayı ortadan kaldırmamaktadır. Öte yandan, bir ulusun kültürel değerlerine uygun biçimde oluşturulmuş yetenekli medya karakteri, takipçi/izleyici kitlesi ile arasında kurulan bağı bulanıklaştırırken takipçisini, kültürel dönüşüm unsurları ve kitle kültürü etkisine maruz bırakabileceği gibi ulusal varlığın pekişmesinde ve devam ettirilmesinde önemli bir rol üstlenebilir. Bu bağlamda kitle kültürü, tekeli kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve gereksinimlerine göre biçimlenip değişen, önceden yapılmış, önceden kesilip biçilmiş, paketlenip sunulmuş bir kültürdür (Karaca vd., 2018: 33). Medya ve oluşturduğu medya karakterleri, bireylerin iradesinden ve çıkarından bağımsız olarak tüm olanaklarıyla kapitalizmi, hem mal hem de yarattığı imajlarla desteklemektedir.

Medya, kültür değişmelerini yaratan temel bir dinamiktir (Bars, 2018: 124). Yarattığı çeşitli akıl hileleri ile diğer insanları baskın kültüre nasıl

yakınlaştıracığına bakmakta ve kültürel değerleri, bilgi ve yaşam açısından önemsiz bir role indirgemektedir. Bu durum, ekonomisi ilerlemiş toplumların diğer toplumlar üzerinde uygulamak istediği tipik bir özellik olup küresel kültür endüstrisi ile doğrudan ilgilidir, şeklinde savlanabilir. Bu şekildeki bir savdan hareketle kültürel küreselleşme, ekonomik anlamdaki küreselleşmeden sonra en etkili küreselleşme konularından birini temsil eder (Talas vd., 2007: 151) şeklinde yapılmış bir söylem doğru kabul edilebilir. Herhangi bir medya karakteri ile etkileşim geliştiren birey, kendisine en yakın hissettiği ve genellikle yerinde olmayı istediği karakterle bağ kurmaktadır. Bu bazen yerel kültür özelliklerini taşıyan bir karakter olacağı gibi bazen de küresel kültür özelliklerini yansıtabilir. Bu bağlamda medya, toplumun manipüle edilmesinde önemli görevler üstlenerek yerel kültür öğelerine alternatif popüler kültür öğeleri üreterek bireyi denetim altına alabilir. Bu süreçte medya kullanıcısı, ampirik varoluşun karmaşık, teknolojik, kavranamaz yine de kendi içinde tutarlı mantıkla işlendiğini düşündüğü için bu sistemin değerlerine, ihtiyacına ve arzularına uymadığından şüphelenmek yerine hiç olmazsa hayali teselli sağlayan bir sistemin ona sunduğu her türlü şeyi kabul etmeye razı durumdadır.

Gerçeklikten usanmış bireyin, film/dizi /sosyal medya kahramanına inanıp onunla bağ kurma nedeni, ampirik dünyanın bin bir çeşit yüzünü yansıtırken ona çok şey sunup ondan hiçbir şey talep etmemesidir. Bu yönüyle parasosyal etkileşim, kapitalist güçlerin küresel kültür endüstrisine katkı sağlamakta olup masum bir etkileşim olmanın ötesine geçebilmektedir.

Kimliklerin giderek çok referanslı (etnik, cinsel, dinsel, sınıfsal, ulusal) dönüşümüne (Özbudun, 2003: 267) katkı sağlayan gelişmiş sanayi toplumlarının tüm parametreleri üretmek ve tükettirmek üzerine kurulmuştur. “gelişmiş ülke–az gelişmiş ülke” dualizmine göre gelişmiş batılı ülkelerin dünyanın geri kalanındaki ülkelerden daha güçlü olduğu ve onlar üzerinde erk kurabileceği yetisine sahip olabileceği düşüncesi daha fazla kapital için sömürünün somut göstergelerini meydana çıkarmıştır (Eroğlu ve İrmis, 2006: 59-60). Üretme ve tüketme ikilemi üzerine kurulmuş yeni bir alanın varlığı, öncelikli olarak tüketmenin cazip hale getirilmesi medya organları aracılığıyla yapılmaktadır. Nitekim özendirme bir grubu ya da toplumu etki altına almaya başladığı anda değişimlerin yaşanması kaçınılmazdır. Parasosyal bağlar kullanılarak yapılan özendirme işinin ister özgürlük ister barışçıl yönüne vurgu yapılsın; endüstrinin tekelleştirici etkisi göz önüne alındığında, kolektif kültürel davranışların gelişeceği bir atmosferin oluşması kaçınılmazdır.

Ulusal/bölgesel farklılaştırıcı dinamiklerin medya karakteri aracılığıyla sunulması, bireyi donuk ama tatmin edici bir gerçekliğe sürükleyebilir. Bu aşamada, kişi kendine yakın bulduğu herhangi bir medya karakteriyle bağ kurarken onun yerel kültürün bir parçası olup olmamasına veya farklılaştırıcı etkileri üzerinde taşıyıp taşıyamamasına dikkat etmez.

Medyanın bu çok etkili ve çok yönlü ortamı, bir endüstri toplumuna üretmekten daha öncelikli bir hedef olarak tüketmenin özendirilmesi yerine, öncelikli olarak bazı paradigmatik değişimlerle toplum kesimleriyle özdeşleşebilecek rol modeller yaratarak işlevsel olarak kullanılabilir.

Parasosyal bağ sonucu geliştirilen özdeşleşmeyle vurgulanmak istenen, bireyin varoluş amacının medya karakteriyle bütünleşmiş olması ve onda öz gelişim ve doyumunu bulması kastedilir. Örneğin: “Çukur” adlı diziden etkilenen bir ailenin soyadlarını Koçovalı olarak değiştirmesi ve torunlarına dizinin başrol oyuncusu “Yamaç”ın adını koymak istemeleri, izleyicinin yaratılan sanal karakter ve onun yaşantısıyla özdeşleşme derecesini açıklamaya yardımcı olacaktır. Bu tür bir özdeşleşmenin boyutunu belirleyen etmenler önemlidir. Öncelikle etkileşime giren kişinin veya kitlenin kendisini neye bulduğu, ihtiyaçlarının ne olduğu anlaşılmalıdır. “Kurtlar Vadisi” dizisi Afganistan’da yayınlanmış ve çok sevilmiştir. Aydos (2019: 86)’a göre bunun sebebi: dizideki başrol oyuncusunun mitik arketipsel kahramanın özelliklerini taşıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Ek olarak ülke halkının içinde bulunduğu siyasi atmosfer gereği, kurtarıcı bir güce ihtiyaç duymaları ve onda kendilerini bulma duygusu onların parasosyal bağ gerçekleştirme nedenlerini açıklayabilir.

Yukarıdaki özdeşleşme, bir yanılsama olabileceği gibi bir yabancılaşma da olabilir. Eğer bir yanılsama değilse ve bir yabancılaşmaysa birey, kendi arzu ve isteği ile geliştirmiş olduğu bu iletişimde denetim altına girmeye başlamıştır. Bu şekildeki bir sorun sorgulanması ve üzerinde düşünülmesi gereken bir durum olarak değerlendirilebilir. Ancak yabancılaşmanın varlığı yerelin sonu gibi imlenmemelidir. Tersine, medyanın bu gücü ulusal ve kültürel değerler için ileri işleyimsel bir şekilde kullanılabilir. Bugün yaygın kültürün etkisi altına yerel değerleri sokan medya, doğru kullanıldığında iletişimde sağladığı kolaylığın yanı sıra ulus ve kültürel değerlerin varlığını ve sürdürülme işini de imkânlarıyla destekleyebilir.

Konuya ilişkin olarak yerel kültürlerin Amerika’nın kültürel emperyalizminden korunması gerektiğini savunan “Kültürel Çalışmalar Birmingham Okulu” düşünürleri, Antonio Gramsci ve Louis Althusser kitle iletişim araçlarının yaydığı metinlerin hegemonya ve ideolojik yeniden-üretim bağlamında ele alınması (Ünür, 2013: 33) gerekliliğini özellikle belirtmektedirler. Bu görüş ile gelişmemiş ülkeler ve kültürleri dünya güçlerinin eline teslim edilirken bu teslimiyete karşı kendi öz değerlerini korumak ve yeniden canlandırmak isteyen toplumların durumu gözden geçirmeleri ve önlem almaları gerekliliği hatırlatılmalıdır. Bu tür bir yeniden üretim ve yerel kültürü kalkındırma fikri, ancak medya organları aracılığı ile gerçeklik bulabilir. Her ne kadar tek tip kültür yaratma arzusu daha barışçıl bir dünya fikrini barındırıyor olsa da kültürel emperyalizm, güçsüz milletleri güçlü milletler erki altında eritmekten öteye geçmeyecek bir yapılandırma

olarak değerlendirilmelidir. Bu durumda bireylerin kendilerini yaşamlarını şekillendiren şeylerde bulunduğu (medya karakterleri gibi) bir ortam, gözlemleniyorsa bunun bir takım yasalar ezberletilerek değil ama benimsetilerek yapılmış olacağı düşünülmelidir.

Bu bağlamda denebilir ki medya gerçekliği diye bir gerçeklik insanoğlunun hayatında yer almakta ve medya her eyleminde takipçisine olumlu veya olumsuz yönlendirici bir misyon üstlenmektedir. Medya ile kurulan iletişim şekillerini bir başlık altında toplamak veya medya zararlıdır, olumsuzdur demek başlı başına çok büyük bir hata olur. Yine de ayrıca belirtmek gerekir ki medya parasosyal bağlarla mevcut düzene alternatif düzen yaratabilir ve gelenek görenek aktarım işini işleyimsel olarak üstlenebilir. Bu noktada yapılması gereken, medyanın bu özelliği doğru hamlelerle -birey ya da toplum katmanları göz önünde bulundurularak- ileri ve işleyimsel bir şekilde toplum menfaatine, bilinçaltı beklentilerine uygun medya karakterleri/kahramanları yaratarak toplumu çağın gereklerine uygun gelişmiş ama yabancılaşmamış bireylerden oluşturmak olmalıdır.

Marcuse'ye göre yabancılaşma kavramı ile bireyler kendilerini onlara dayatılan varoluşla özdeşleştirip onda kendi öz gelişim ve doyumlarını buldukları zaman sorgulanabilir olur (Marcuse, 1986: 10). Burada bahsedilen özdeşleşmeyi Marcuse bir yanılısma olarak değil bir olgusalılık olarak kabul etmiş; ancak ona göre olgusalılık daha ilerleyici bir yabancılaşma anlamına gelmektedir (Marcuse, 1986: 10). Dolayısıyla bireyi kendi kültürel varlığı dışına çıkaracak her türlü özdeşleşme onu bir çeşit dönüşümle/yabancılaşmayla karşı karşıya getirecek ve yerel kültürel yapıyı tehdit edici nitelikte olacaktır.

Eğer bu dönüşüm, bireyi kendi kültürel varlığı dışına çıkarmıyorsa geleneğin doğası gereği yaşanıyorsa ve sürekliliğini doğasında bulunan değişebilme gücünden alıyorsa sorun olmadığı düşünülebilir. Özbudun, "dönüşüm" terimiyle "gelenek" olarak ifade bulan süreğenliğin inkâr edildiğini belirtmiş ve geleneği gelenek yapan tam da bu dönüşümlere yani yeni koşullara uyarlanmada esnekliğe sahip olması (Özbudun, 2015: 29) şeklinde ifade etmiştir. Gelenek meşruiyetini sürekliliğinden almakta ve bu sürekliliğin sağlanmasında başat rol dönüşebilme yetisidir. Demek ki gelenek her ne kadar da değişmez bir kavram gibi anlaşılıyor olsa da dönüşümsüz bir gelenek geleceğe uzanmakta güçlük çeker (Ölçer Özünel, 2010: 12). Özbudun ve Ölçer Özünel'in ifadelerinden hareketle denilebilir ki geleneğin sürekliliği, dönüşüme ve yeni koşullara ayak uydurmasıyla ilgilidir. Bu durumu yine Özbudun'un ifadesiyle esnekliğini yitiren, yeni koşul ve durumlara uyarlanamayan ve bunlarla ilgili veriler taşımayan gelenek, bir süre sonra taşıyıcıları açısından işlevselliğini yitirecek ve unutulacaktır (Özbudun, 2015: 29).

Gelenek dönüşümü içinde birincil roller toplumun katmanları açısından tıpkı eski dönemlerin destan, hikâye kahramanının da olduğu gibi

bugün de medya karakterleri/kahramanları üzerinde ifade bulmaktadır. Nasıl ki destan kahramanı toplumun katmanları açısından önemli özellikleri üzerinde taşıyorsa, medya karakteri de bugünün istendik davranışlarını üzerinde taşımaktadır. Bu nedenle medya karakteri/kahramanı ile kurulan parasosyal bağ, kültürün sürerliliği konusunda önem kazanmaktadır. Parasosyal bağlar, bireyin sosyal ortamı, öğrenim seviyesi, ekonomik durumu gibi birincil etkenlerden dolayı farklı karakterlerle kurulabilir. Bu etkenler bireyin kimi takip edeceğini belirleyici niteliktedir. Ancak sadece sayılan bu öğeler bireyin seçiminin bizatihi belirleyicisi olmayıp toplumun geçmiş bilinçaltı bağıyla da ilgili olabilmektedir. Örneğin Türk epik destan geleneğinde idealize edilen ve topluma model olarak sunulan tiplerin başında başkahraman olan “Alperen Tipi”, “Bilge Devlet Adamı Tipi”, “Kadın Tipleri” ve “Hayvan Kahraman Tipleri” vardır (Çobanoğlu, 2011: 100). Aynı tasnifte Çobanoğlu, destanlarda yer alan asil tiplerin yanı sıra kahramanın düşmanları, yoldaşları bulunduğunu da dile getirmiş ve destan kahramanlarının kahramanlıklarının ortaya çıkmasına “yapılmayanı yapacak, başarılmayanı başaracak kahramanlar” olduklarına (Çobanoğlu, 2011: 100) dikkat çekmiştir. Buradan hareketle bugün TV kanallarında beğeniyle izlenen dizilerin başkahramanları ve yardımcı karakterler tıpkı teogonik, antropogonik, destan vs. dönemlerinde olduğu gibi toplumun benimsediği tiplerle benzerlikler taşımaktadırlar. Yukarıda da değinilen Çukur dizisi karakterleri bu duruma bir örnektir. Dizideki Yamaç, Çukur’dan yıllar önce ayrılmıştır; ancak yüce ülkü uğruna (ailesini ve Çukur’u korumak için) Çukur’a geri döner. Kahramanın doğup büyüdüğü yere dönmesi Türk anlatı geleneğinde sıklıkla görülmektedir. Bu dönüş ya vatanın/toprağın menfaati ya da ailesi ve sevdikleri uğruna yapılmaktadır. Her iki durum da yüce ülkü sayılabilir. Dizide Yamaç’ın sevdiklerini ve Çukur’u koruma adına yaptığı eylemler dikkat çekicidir. Konuya diğer bir örnek: Kurtlar Vadisi başkahramanı Polat Alemdar gösterilebilir. Dizi kahraman ailesinden, sevdiklerinden vazgeçer ve yeraltına iner, canavarlarla savaşmaz ama uluslararası suç örgütleriyle savaşır, birçok kez hayatını tehlikeye atar, kimi zaman insanüstü bir yetenek sergiler ve başarır (Aydos, 2019: 86). Bu aynı zamanda kahramanın arketipsel yolculuğunu hatırlatan bir durumdur. Kahraman sevdikleri ve ülkesi için fedakârlık yapıp hizmet etmek ve ödün vermek ister. Bu fedakârlığa neden olan sorunlar ise sevdiği birinin kaybı, bir nesne ya da sevgilisinin peşine düşmesi olabileceği gibi toplumsal sorunlar ve adaletin tesisi de olabilir (Aydos, 2019, Yücel 2014’ten). Kaldı ki Çobanoğlu’na göre alperenin özellikleri olarak ortaya konulan ve “benmerkezci” bir bencilliğin ötesinde toplumun menfaatleri ve inanılan dünya görüşü, yüce ülkü için varlığını feda etme duygusu, Türk epik destan geleneğinde istendik değerlerin hepsini yansıtmak bakımından “olumlu kahramanların” ortak özelliği olarak görülmektedir (Çobanoğlu, 2011: 100).

Fakat belirtmek gerek ki medyada idealize edilen kahramanlar gerçekte ideal olan bir karakterin özelliklerini taşıyamayabilir. Kişinin kendine yakın bulunduğu ideal olarak belirlediği veya etkileşime girdiği

kahramanın ayırt edici özelliği ise ekonomik gelirleri ve öğrenim seviyesi farklılıklarına göre değerlendirilmelidir. Yani toplumun farklı katmanları farklı tip medya kahramanlarıyla etkileşim geliştireceklerdir. Örneğin, Kurtlar Vadisi, Çukur, Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz gibi genellikle mafya hesaplaşmasını da içerisinde barındıran dizilerdeki karakterlerle yakın zamanda Azra Kohen'in Fi adlı kitabından uyarlanarak internet üzerinden izlerkitle ile buluşan Fi dizisi karakterleri aynı toplumsal katmana hitap etmemektedir. Bu bağlamda medya karakteri ile kurulan iletişim ve onun gerçekleşme seviyesini, iletişime girenin yaşadığı toplumsal, siyasi ve ekonomik ortam belirleyici olacaktır. Öte yandan medya karakteri ile izlerkitle arasında kurulan tek taraflı etkileşim, takipçisine sadece yeni bir yaşam tarzı önermesi boyutuyla dikkat çekici değildir. O aynı zamanda bireysel/toplumsal huzuru ve güvenliği de tehdit eder boyuta gelebilmektedir. Örneğin, "La casa de papel" dizisinden etkilendiklerini belirten gençler, tıpkı dizideki gibi maske takmış ve yedi yüz bin liralık soygun yapmışlardır (www.yenisafak.com).

Sonuç

Günümüzde gündelik hayatın kurgulandığı en temel kaynak olan medyanın varlığı (İçin Akçalı, 2006: 97) insanoğlunu imkânlarıyla bir uçtan, diğer uca dünyada olup biten her şeyden aynı evde yaşıyormuş gibi haberdar etmektedir. Bu, son derece yararlı olmakla beraber kişilere popüler kültür davranışları kazandırabilmektedir. İletişim teknolojileri sayesinde medya aracılığı ile yaşanan popülere doğru dönüşüm, aynı zamanda bireye yeni bir yaşam tarzı önerir bu da milletlerin başka milletler altındaki dönüşümüne benzer bir yapıyla, önce bireyi, sonra tüm toplumu etkisi altına alır.

Parasosyal etkileşim, gerek küresel kültür gerekse yerel kültür üreten toplumlar için, küresel bir olgu olarak ortadadır ve bireyi popüler kültüre yaklaştırmaktadır. Marshal tarafından daha önceleri tasvir edilen popüler kültür ile genellikle çok daha yaygın ve herkes için erişilebilir bir içeriğe sahip (Marshal, 1999: 591) bir kültür kastedilir. Popüler kültürün esas işi, eğlence (Marshal, 1999: 591) olup televizyonların ve tüm medyanın bütün olayları, eğlenceli bir biçimde, görsel bir show gibi halka sunması ve bu yolla halkı uyuşturması (Postman, 2004: 101) hedef kitleyi bireyselleştirerek küreselleşme sürecinde daha da kolay güdülenecek topluluklar haline getirmektedir. Daha da ileri gidildiğinde bunlar aralıksız olarak ve tekeli bir biçimde toplumun katmanlarını hipnotize edici medya karakterlerine dönüşebilmektedir.

Kültürel üretim iletişim teknolojisi ve pazar sayesinde çok uluslu devletlerin hegemonyası altına girmekte ve ulusların kültürel anlamlandırılmalar bağlamını dönüştürmektedir (Özbudun, 2003: 273). Ek olarak küreselleşmeyle beraber çok konuşulacak olan kimlik kavramı, kültürden ayrı düşünülmemelidir. Kimliği inşa eden unsurların başında gelen kültürün küreselleşme sürecinde yaşadığı dönüşüm (Ünür, 2015: 46),

medya yayın organları aracılığıyla (televizyon ve diğer sosyal medya ortamları) medya karakterleri ve izleyici arasında kurulan iletişim modelleriyle baskın kültürel yapıya karşı ulus-devletin varlığını destekleyici kültürel yapı için kullanılabilir. Bu aşamada öncelik verilmesi gereken, medya yayın organlarının, yerel ve ulusal yönetim organlarının, yerel/ulusal kültür öğelerini, küresel kültüre karşı koruma konusunda hemfikir olmalarını sağlamaktır.

Medya sunum şekilleri aynı olduğu için birey, kendi seçimlerinde bile bir dönüşüme maruz kalabilir. Ancak bu, her zaman birey ve ait olduğu topluluk açısından olumsuz doğru bir dönüşüm olmamakla birlikte bireye ve topluma faydalı da olabilmektedir. Bu tamamıyla medyanın hangi amaçla kullanıldığıyla ilgilidir. Medyanın bu gücüyle yeni bağımlılıklar yaratılabilir veya yeni bir kültür inşa edilebilir. Ya da küresel bir model yaratılarak yerel değerler, küresel içinde eritilebilir. Böylesi bir senaryo karşısında unutulmaması gereken, medyanın etki gücünün derecesidir. Çünkü alınan önlemin yaratılandan daha az olmaması, yerel-ulusal kimliğin menfaatine olacaktır. Bireyin parasosyal bağ geliştirdiği karakter, kültürel değerleriyle çeliyorsa ve yine de birey onunla özdeşleşme içerisine giriyorsa altını çizmek gerekir ki durum ön görülemez bir süreçle özellikle ulus-devlet için tehlikeli olacaktır.

Parasosyal bağlarla güçlendirilen küresel kültüre entegrasyon, küresel kültür endüstrisi içerisinde yeni iktisadi ilişkiler geliştirecek, yeni etki alanları yaratacak ve bunun sonucunda hiçbir bireyin kendini dışında tutamayacağı ortak kültürel değerler oluşturabilecektir. Bu bağlamda küreselleşme, toplumları sadece ekonomik yönden etki altına almakla kalmayacak yarattığı medya karakterleri ile de yeni küresel kültürel değerlerin oluşumuna destek verecektir. Böylelikle sanayi devletleri, tüketim toplumu insanların geliştirdikleri hileler ile denetleyecek ve diğer bütün kültürleri istedikleri kültüre entegre edebileceklerdir. Durum farklı okunacak olursa medya aracılığı ile oluşturulacak söylem evrenleri milletin kendini doğrulamasına yardımcı olabilir. Ulusal kültürler, küresel kültür dinamiklerine karşı, tikel kültürü koruyucu ve geliştirici önlemler alabilirler, ancak bu önlemlerin bir çeşit muhalefet dalgasıyla değil; kültürel anlamlandırmaların göz önüne serilmesiyle yapılması gerekir. Kuşkusuz kültürel fark ve işleyimsel çeşitliliğin üretimi, küresel kültür güçlerinin kolaylıkla üstesinden gelemeyeceği bir alanı oluşturur.

Son olarak üzerinde ısrarla durulması gereken önemli detay, toplumsal ve kolektif alana hizmet eden aynı zamanda ulusal ortak belleği işaret eden imgeleri, sembolleri, davranışları kısacası her türlü göstergeyi medya ve medya karakteri aracılığıyla sunmanın gerekliliğidir. Fakat Türkiye'de kültür endüstrisi alanında yapılamayanların başında imge oluşturma veya oluşmuş hazır imgeleri kullanamama veya küresele taşıyamama sorunu gelmektedir (Oğuz, 2007: 74). İşte bu noktada, folklorun yarattığı ortak bellek ve paylaşılan deneyimden faydalanmak (Oğuz, 2007:

74) medya aracılığıyla kolektif bir kimlik üretmek, üretilen kimlik üzerinden “biz”i yaratmak, dinamik bir kültürel yapı inşa edilebilir. Ancak bu şekilde yerel, ulusal kültürler hem birey hem toplum merkezli yaklaşımlarla batının baskın kültürüne entegre olmaktan kurtarılabilir.

KAYNAKÇA

Yazılı Kaynaklar

- ARSLAN, Özge (2013). *TV Dizilerinde Yer Alan Karakterler İle Kurulan Parasosyal Etkileşim: Bağlanma Biçimleri Ve Yalnızlık Açısından Bir İnceleme*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- AYDOS, S. Serpil (2019). “Afganistan’da Kurtlar Vadisi Dizisi ve Modern Halk Masalı Kahramanı Olarak Polat Alemdar”. *Millî Folklor*, 2019, S. 121, s. 81-94.
- BARS, M. Emin. “Sözlü Gelenekten Elektronik Döneme Bilgelik Dönüşümü: Irkıl Ata’dan Şahin Ağa’ya”. *Millî Folklor*, 2018, S. 117, s. 120-131.
- CHANDLER, Daniel - MUNDAY, Rod (2018). *Medya ve İletişim Sözlüğü*. (Çev.: Babacan Taşdemir), İstanbul: İletişim Yayınevi.
- ÇOBANOĞLU, Özkul (2001). “Türk Destanları”. *Türk Dünyası Ortak Edebiyatı-I*, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
- ÇOBANOĞLU, Özkul (2011). *Türk Dünyası Epik Destan Geleneği*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- ÇOŞKUN, Bergen (2013). “Frankfurt Okulu: Düş Kırıklığı, Aklın Büyüsü ve Sirenlerin Sesi”. *Posseible Düşünme Dergisi*, S. 4, s. 48-58.
- EKİCİ, Metin (2002). “Destan Araştırma ve İncelemelerinde Kullanılan Bazı Terimler Hakkında-II”. *Millî Folklor*, S. 54, s. 11-18.
- ELÇİN, Şükrü (1986). *Halk Edebiyatına Giriş*, Ankara: Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- EROĞLU, Feyzullah - İRMİŞ, Ayşe (2006). “Küreselleşmenin Yol Haritası: Küreselleşen Kültürden Küresel Pazar”. *Türk Yurdu*, 26 (222), s. 59-64.
- İÇİN AKÇALI, Selda (2006). *Gündelik Hayat ve Medya (Tüketim Kültürü Perspektifinde Okumalar*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- KARACA, Şükran - GÜMÜŞ, Niyazi (2008). *Kültür ve Tüketim (Hofstede Kültür Boyutları Ve Ülke Örnekleri İle)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- KURT, Hanifi (2006). *Gündelik Hayat ve Medya, Bölüm: Türkiye’deki Egemen Politik Kültür Sembollerinin Medyadaki Tezahürü Üzerine Bir Değerlendirme*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- MARCUSE, Herbert (1990). *Tek Boyutlu İnsan*. (Çev.: Aziz Yardımlı), İstanbul: İdea Yayınları.
- MARSHALL, Gordon (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (Çev.: Osman Akınhay - Derya Kömürcü), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- OĞUZ, M. Öcal (2007). "Folklor: Ortak Bellek veya Paylaşılan Deneyim". *Millî Folklor*, S. 74, s. 5-8
- ÖZBUDUN, Sibel (2003). *Kültür Halleri*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- ÖZBUDUN, Sibel (2015). *Hermes'ten İdris'e Bir Dinsel Geleneğin Dönüşüm Dinamikleri*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- ÖLÇER ÖZÜNEL, Evrim (2010). "*Türk Anlatı Geleneğinde Kahraman Mitoloji ve İktidar İlişkisi*", Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- POSTMAN, Neil (2004). *Televizyon Öldüren Eğlence: Göster Çağında Kamusal Söylem*. (Çev.: Osman Akinhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ŞAHİN, Halil İbrahim (2009). *Türkmenistan Sahası Destancılık Geleneği ve Türkmen Destanları*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- TALAS, Mustafa - KAYA, Yaşar (2007). "Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları". *Türklük Bilimi Araştırmaları (TÜBAR) Dergisi*, XXI, s. 149-162.
- TAYLAN, Hasan Hüseyin ve ARKLAN, Ümit (2008). "Medya Ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığı İle Küreselleşmesi". *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 85-97.
- ÜNÜR, Ece (2013). "Türk Televizyon Dizilerinde Toplumsal Kimliklerin Temsili". *Erciyes İletişim Dergisi "Akademia"*. S. 2, s. 32-42
- ÜNÜR, Ece (2015). *Yerli Dizilerdeki Kimlik Kalıpları*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Elektronik Kaynaklar

- URL-1: <https://www.cnnturk.com/turkiye/diziden-etkilenip-soyadlarini-degistirdiler?page=1> (Erişim: 04.03.2019)
- URL-2: <https://www.yenisafak.com/video-galeri/gundem/la-case-de-papel-dizisinden-etkilenip-700-bin-tllik-soygun-yaptilar-2187668> (Erişim: 10.03.2019)