

GLOBALIZATION AS A REFLECTION OF TELEVISION SERIALS CONTEXT OF WESTERN¹

Yazar / Author: *Dr. Öğr. Gör. Hicran Özlem İLGIN², Öğr. Gör. Hakan Uruç³*

Abstract

Television culture and life, which are common points of industrial societies, have become a tool for transferring American culture to other societies within the framework of the concept of globalization. In this context, it is assumed that American culture, the adaptation of The Orange County, an American series, is transmitted to the audience with the Med Tezir series. In this context, questions were prepared in a focus group work format with a focus group of 10 people, with the codes of clothing styles, lifestyles, spaces, occupations, family and neighborhood relations. As a result of the study, it can be said that the focus is on the group in which the audience is emotionally influenced by the code that reflects American culture and is eager to live this lifestyle.

Key Words: Globalization, western culture, television series, focus group

KÜRESELLEŞMENİN BİR YANSIMASI OLARAK BATI KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA TELEVİZYON DİZİLERİ

Özet

Sanayi toplumlarının ortak noktası olan televizyon kültürü ile yaşam, küreselleşme kavramı çerçevesinde Amerikan kültürünün diğer toplumlara aktarılmasında bir araç haline gelmiştir. Bu bağlamda bu çalışmada Amerikan kültürünün, bir Amerikan dizisi olan The Orange County'nin uyarlaması Med Cezir dizisi ile izleyiciye aktarıldığı varsayılmaktadır. Bu bağlamda 10 kişilik bir odak grubuna, giyim tarzları, yaşam biçimleri, mekânlar, meslekler, aile ve komşuluk ilişkileri kodlarından hareketle hazırlanan sorular odak grup çalışması formatında sorulmuştur. Araştırmanın sonucunda çalışmanın yapıldığı odak grup için söylenebilir ki izleyici dizide kurgulanan Amerikan kültürünü yansıtan kodlardan duygusal olarak etkilenmekte ve bu yaşam biçimini yaşamaya arzu duymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kürselleşme, batı kültürü, televizyon dizileri, odak grup

1. Giriş

Dünyada olduğu gibi kitle iletişim araçlarının etkilerinin her gün farklı araştırma yöntemleri, farklı araştırma grupları ve alanlarda araştırmalar yapılmaktadır. İzler kitlelerin önemli bir bölümünün tercih ettiği televizyon dizileri bugün ulusal ve uluslararası televizyon kanallarının özellikle tercih ettiği televizyon formatlarından biridir.

Toplumların sanayileşmenin ardından dönüşeme uğradığı yıllardan bugüne ev iş düzleminde yaşayan insanlar televizyon dizileri karşısında kendilerini bulmakta ve boş zaman etkinlikleri olarak televizyon izlemeyi diğer etkinliklere nazaran öne yerleştirmektedir. Bu bağlamda televizyon ve televizyon dizileri önemli bir ideolojik ve diğer bir bağlamda ise ticari araç olarak varlığını sürdürmektedir. Bilgi verme, eğitime, eğlenceli vakit geçirme işlevlerinin sadece paravan halini aldığı ve farklı kültür

¹ Bu çalışma IBANESS 2016'da bildiri olarak sunulmuştur.

² Namık Kemal Üniversitesi, Marmaraeğlisi Meslek Yüksek Okulu hoilgin@nku.edu.tr.

³ Namık Kemal Üniversitesi, Marmaraeğlisi Meslek Yüksek Okulu huruc@nku.edu.tr.

kodlarını toplumlara kabul ettirme özelliğinin ön plana taşındığı bir düzen ile karşımıza yeni bir televizyon kavramı televizyon dizileriyle ortaya çıkmaktadır.

Yapılan araştırmalardan biri olan Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımından hareketle bilindiği gibi her birey televizyon dizilerini izlerken kendinden izler bulmakta, olmak istediği ya da olmak istemediğini izlemekten kendini alıkoyamamaktadır (McQuail ve Windahl, 1993: 112, Çev. Mehmet Küçük Kurt). Bu çalışmada Amerikan kültürünün, bir Amerikan dizisi olan TheOrangeCounty'nin uyarlaması olan Med Cezir dizisi ile izleyiciye aktarıldığı varsayılmaktadır. Bu bağlamda 10 kişilik bir odak grubuna, giyim tarzları, yaşam biçimleri, mekanlar, meslekler, aile ve komşuluk ilişkileri kodlarından hareketle hazırlanan sorular derinlemesine görüşme formatında sorulacaktır. Çalışmanın ilk bölümünde küreselleşme ve kültür kavramı ele alınırken, ikinci bölümde kitle iletişim aracı olarak televizyon ve televizyon izleyici araştırmaları ele alınmıştır. İlerleyen bölümde ise çalışmanın metodolojisi ve araştırma bulgularına ilişkin bilgi verilmektedir.

2. Küreselleşme ve Kültür Üzerine

Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde küresel; dünya ölçüsünde geniş bir bakış açısıyla benimsenen, global olarak tanımlanırken, küreselleşme ise küreselleşmek durumu, globalleşme şeklinde genel bir biçimde isimlendirilmiştir (www.tdk.gov.tr). Ulus devletler arasında artan ilişkileri vurgulayan bir tanımda küreselleşme; uluslararası ilişkilerin yoğunlaşması, fikirlerin, ticaretin, para dolaşımının, yatırımların, artması ve insanların ülkeler arasında kolaylıkla dolaşımını sağlayan sistem olarak görülmektedir (Scholte,2005,54-55).

Küreselleşme üzerine yapılan ekonomik dayanaklı tanımların yanı sıra kültürel ve toplumsal tanımların varlığından da söz etmek gereklidir. Stuart Hall, küreselleşmeyi tanımlarken onun iki özelliği üzerinde durmaktadır. İlki, küreselleşmenin batı merkezli olması, yani batı teknolojisinin ve sermayesinin yoğunlaşması, batının öykülerinin ve görselliğinin yaygınlaşması olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğeri ise küreselleşmeyle beraber dağılan küresel kitle kültürünün türdeşleştirici özelliğinin olmasıdır. Hall, türdeşleştirmenin sonunun asla gelmeyeceğini ve sürekli her yerde küçük Amerika, İngiliz tarzı yaşamların varlığının yerleşebileceğini ifade eder (Akt. King,1998,48-50).

George Ritzer ise bu bağlamda Toplumun MCDonaldlaştırması kitabında küreselleşmenin Max Weber'in verimlilik, ulaşılabilirlik, öngörülebilirlik ve denetim kavramları üzerinden topluma özellikle Amerika yemek kültürü ile dayatılmasından bahsederken küresel kültür aktarımını eleştirel bir perspektif ile ele almaktadır (Ritzer,2011,34). Bu bağlamda Amerikan kültürünün farklı üretim biçimleri ile batı dışı topluma dayatılması olarak da tanımlanabilecek olan küreselleşme bağlamında görülen özellikle tüketiciler üzerinde gerekli etkinin sağlanması amacıyla gerçekleştirilen ve satışa ya da iknaya yönelik amaçlarla tüketicinin her nevi davranışının saptanmasına yönelik araştırmalar günümüzde sıklıkla görülmektedir (Tural,2005,31). Bu yaklaşımla biri birine benzer yaşam koşullarını, ve hatta aynı değerler, zevkler, normlar sistemine üye bireylerin oluşturduğu dünya piyasalarını yaratmak amaçlanmaktadır (Mattelart,1999,264-265).

Kültürün ticari boyutunun hakim olduğu A.B.D ve diğer kapitalist ülkelerde, kar elde etmek için üretilen kültürel ürünlerin, popüler olması, alıcıya hitap edecek şekilde yeniden üretilmesi gerekmektedir. Radyo ve televizyonları takip eden izleyicilerin müşteri olarak kabul edildiği yeni ekonomik düzende ortaya çıkan kültür endüstrisi kavramı ilk kez 1940larda Horkheimer ve Adorno tarafından incelenmiştir. Film, radyo, televizyon, komedi dergileri, reklamların insanların boş vakitlerini

düzenlemeye başlamalarıyla gündeme gelen kültür endüstrisi kavramı A.B.D demokrasilerinde ve ona benzeyen diğer ülkelerde kültürün ve iletişimin orta yerinde durmaktadır. 2.Dünya Savaş'ından sonra medya kültürü sosyalleşme sürecinde, politikada, sosyal hayatta başat bir yerde durmaktadır. Kablolü televizyonun, uydu yayınlarının, video kaydedicilerin ve diğer multi medya teknolojilerinin artmasıyla medyanın kültürü kullanma gücü artmıştır (Kellner,1995,16).

Kültür Latince Cultura kavramından gelmektedir. Kültür tanımı insanlık tarihi içinde farklı tanımlamalar içinde ifade edilmiştir. İlk zamanlarda kültür bir şeyi ekip biçme ve yetiştirilme sürecine verilen isimken ortaçağda insan beyninin geliştirilmesi terimi olarak kullanılmıştır. 18. Yüzyıl başlarında ise uygarlık ile eş anlama gelen "civilis" olarak kullanılırken yüzyılın sonlarına doğru barbarlık ve ilkellikten kalkıp incelmeye, yontulmaya, düzene doğru olan ileriye doğru olan anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Alemdar ve Erdoğan,1994,167). E.B.Taylor kültürü "Toplumun bir üyesi olarak insanın elde ettiği bilgi inanç, sanat, moral, hukuk, alışkı ve diğer yetenek ve alışkanlıkları kapsayan bir bütün" biçiminde tanımlamıştır (Fichter,1994,132). Bu bağlamda diğer bir deyiş ile kültür, bilimsel olarak incelenebilen ve belli bir toplumun sahip olduğu inanç ve değerler, gelenekler, yasalar ve bilgi biçimlerinin birbirine bağlı olduğu topluluktur. Türk Dil Kurumu güncel sözlüğüne göre ise kültür; tarihsel toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları sonraki nesillere iletmede kullanılan, insan doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin olarak açıklanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Günümüz haliyle kültür insanların içine doğduğu bir çevresel olgudur. Toplum içinde örülmüş davranışlar toplamı, her bireyin içinde yaşamaya ve bu örgüler toplamını öğrenmeye zorunlu olduğu bir mirastır. İnsan toplumdan bir süreliğine kaçma lüksüne sahip olabilir ancak kültürden kaçmak söz konusu değildir. Bu bağlamda kültürün sosyal davranışlar üzerindeki etkisini belirtmek gereklidir.

Kültür belirli bir toplumun değerler sisteminin bütün halinde sistematik olarak ifadesidir. Kültür kalıplaşmış normlarıyla sosyal hayatı kendiliğinden düzenler; fertler arası, gruplar arası ve hatta milletlerarası dayanışmayı ve kaynaşmayı sağlayan bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle kültür, dayanışmanın, birlik beraberliğin en önemli temelidir. Kültür sosyal yapıyı kendiliğinden kendisinde yansıttığından bir toplumu diğerinden ayırır. Sonuç olarak kültür, insanın kişilik kazanmasında temel rol üstlenmektedir (Sanay,1991,171). Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere kültür kavramı insanın var olduğu andan itibaren farklı anlamlar yüklenerek farklı şekillerde ifade edilmiştir. Ancak tüm tanımların ortak noktası insandır. İnsan davranışlarını belirleyen özelliği ile kültür aynı zamanda toplumların birbirlerinden ayrılmasına da olanak veren bir özellik taşımaktadır.

Kültürün toplumdan ayrılamaz niteliği bağlamında işlevleriyle şu şekilde sıralanabilir; (Fichter, 1994,136-137)

1. Kültür, çok sayıda kişinin sosyal davranışlarını sistematize eder.
2. Kültür toplumun değerlerini yorumlayan ve içeren bir sistemdir.
3. Kültür, yurtseverlik gibi sosyal dayanışma biçimleri için temel oluşturur.
4. Kültür toplumlar arasındaki siyasi sınırlardan daha güçlü bir farklılık ölçüm niteliği taşımaktadır.

5. Her kültür kişinin sosyal kişiliğinin oluşmasında başat rol oynamaktadır.

Bir toplumu anlayabilmek için yaşadığı ve yaşattığı kültür de ele almak gerekecektir. Kültürel olan siyasal ve ekonomik olanın ayrılmaz bir parçasıdır. Kültür yaşam anı içerisinde bilinçli şekilde deneyimler ve seçimler içerisinde bulunan birey tarafından yeniden şekillenebilen aynı zamanda geçmişten gelen seçim ve değerlendirmelerin mirası olarak nitelendirilmektedir. Bu noktadan hareketle Gramsci hegemonya anlayışı ışığında kültür; yaşanırken, yaşanıp deneylendiği için, kültür toplumunun büyük bölümü için gerçeklik duygusunu oluşturur. Bu nedenle kültür belli sınıfların yaşayan egemenlikleridir (Alemdar ve Erdoğan,1994,170).

3.Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyon

İletişimi kitlesel düzeyde gerçekleştirmeyi sağlayan araçlara kitle iletişim araçları denir. Kitle iletişim araçlarını şu şekilde sıralayabiliriz; gazete, posta, telefon, dergi, televizyon, telgraf, faks ve bilgisayar(internet)dır(<https://gzmoncl.wordpress.com/tag/kitle-iletisim-araclarinin-islevleri/>). Kitle iletişim araçlarının yaygın olarak kullanılmasının ardından kitleleri harekete geçirme amacı taşıyan nitelikte yapılan programlar, haberler, reklamlar gibi kurgular bu araçların toplum ve kültür üzerindeki etkisinin de tartışılmasına neden olmuştur. Sosyal bilim adamları ideoloji ve kültür kavramını bu noktada tartışmaya başlamış ve özgür olmayan kitle iletişim araçlarının ve ürettikleri ürünlerin (programların) aynı ölçüde objektif nitelik taşıyamayacağını savunmuşlardır. Kitle iletişim araçları ile dayatılan, öğretilen, aktarılan, benimsetilen “kültür”ler aslında bir ideoloji çalışmasının ürünü olarak görülmeye başlanmıştır.

Tüm bu noktalardan hareketle kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini araştıran sosyal bilimciler yine aynı noktadan hareketle kültürü buna bağlı olarak da ideolojiyi incelemişlerdir. Kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde etkisine ilişkin olarak McQuail iletişim araçlarının görevini/rolünü egemen görüşleri inceleyerek beş ana kategoride ele almaktadır (<http://www.irfanerdogan.com/uydurular/24rol.htm>).

1. Dünyada ve toplumlarda gelişen durumlar ve aynı zamanda olaylara ilişkin bilgi sağlamak; çıkar grupları ve örgütler arasındaki ilişkileri ortaya koymak; enformasyon görevini, yenilik, uyum ve gelişim açısından sağlamak.

2. Karşılıklı bağ kurma görevi ise açıklama ve yorumlama yapabilmek için enformasyon ve olayların anlamını inceleme; toplumların yerleşmiş kuralları ve egemenlik için destek sağlamaktır. Aynı zamanda toplumsallaşma için ve farklı, faaliyetleri ayarlama buna bağlı olarak fikir birliği sağlamak için önceliklerin sırasını saptama ve birbirine bağlı toplumsal duruma işaret etmektedir.

3. Devamlılık sağlama göreviyse kültürü anlatma, alt kültürler ve yeni kültürel gelişmeleri tanımak için değerler ortaklığını işleme ve tutmak anlamına gelmektedir.

4. İzleyici, için gün içindeki baskılardan uzak olarak eğlenme ve avuntu görevi ise iyi ve hoş vakit geçirme imkânı yaratmaktadır.

5. Ekonomik, siyasi ya da savaş gibi bir takım toplumsal amaçlar için ise harekete geçirme görevinden bahsetmek mümkündür.

Toplum üzerine etkilerinin farklı dönemlerde incelenerek farklı kuramlarla ortaya konulması kültür kavramının da aynı bağlamda tartışılmasına neden olmuştur.

Gerbner okulunun “Kültürel göstergeler” araştırmalarında medyanın kùltürün ihtiyaçlarına uygun şekilde işleyen ideolojilerden bahsetmektedir. Bu yaklaşım izleyicileri kod çözmeye özgür olarak tanımlar.

Televizyon kavramı Latince kökenli olup uzağı görebilme anlamına gelmektedir. McLuhan yaklaşımına göre ise televizyon insanın görme duyusunun uzantısı olarak gör÷lmektedir. Bu yaklaşım ile televizyonu zaman ve mekan gibi sınırları insan için ortadan kaldıran ve yaşam deneyiminin sınırlarını geliştiren bir teknolojik gelişme olarak tanımlanabilmektedir. Bu bakış açısı ile televizyona yaklaşımın iyimser olduğu söylenmelidir (Mutlu,2008,21). Newcomb ve Hirsch ise ideolojik karakter gör÷şünü eleştirel bağlamda red ederek televizyonu kùltürel bir forum olarak tanımlarlar. Bunun yanı sıra Barkin ve Gurevitch televizyonu herkesin her şeyi olan hiçbir şey olarak nitelendirirken kitle iletişim açlarının izleyicinin arzusu ile var olabileceğini savunmuşlardır (Alemdar ve Erdoğan,1994,180-181). Aslında bugün etki araştırmalarının artık etki var mı yok mu sorusundan çok etkinin artık fizyolojisinin ne olduğu nasıl olduğu yönünde araştırmalar yapıldığını görmek mümkündür. Konuřulan etkiler artık toplumsal boyutlar kazanmış bu noktadan hareketle küreselleşme tartışmalarının da önemli bir alanında kendini göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının aynı anda yüksek sayıda insana ulaşabilme niteliği kitlesel iletişimi ortaya çıkarmış bunun doğal sonucu olarak da kùltürler arası etkileşimlerden söz edilmeye başlanmıştır.

George Ritzer, toplumu akılcılaştırma bağlamında toplumun hızlı bir şekilde McDonaldlaştığını bu noktada ise insanları ve buna bağlı olarak toplumları standartlaştırarak özgünlüklerini kaybettiklerini öne sürmüştür (Ritzer,2011,34). Bu iddia kitle iletişim araçlarının etki gücü ile de desteklenebilir. Saniyeler içinde haber akışlarını gerçeğeştiren bu teknoloji kùltürlerin aynılaşmasına da neden olabilir denebilir. Bu bağlamda küreselleşmenin sadece ekonomik boyutu olmadığını söylemek yerli olacaktır

4. İzleyici Araştırmaları Üzerine

İletişim çalışmaları bakımından 1980’li yıllar farklı eğilimlerin ortaya çıktığı bir dönem olmuştur. StuartHall’un başkanlığını yaptığı Birmingham Kùltür Çalışmaları Merkezi’nin izleyici araştırmaları üzerine önemli bir yer tutmaktadır. Hall’un ilk çalışması olan kodlama-kodaçımılama öncü nitelik ile bu araştırmalara ışık tutmuştur. Ferdinand de Saussure’ün yapısalcı yaklaşımından etkilenen Hall, bu yaklaşımında, her metnin sınırlı sayıda okunma olanağı olduğunu ve böylelikle okuyucunun ya da izleyicinin bu sınırlı sayıdaki anlamlar arasından bir seçim yaptığını söyler. Televizyon izleyicisini edilgin bir biçimde tanımlayan bu yaklaşımda, etkiler yaklaşımının ‘yapısalcı’ bir versiyonunu sunar. Hall daha sonraki çalışmalarında ise medya mesajlarının izleyici tarafından müzarekeci diğer bir deyişle tartışmacı bir biçimde okunabileceğini ortaya koymaktadır (Mutlu,1997,99-100).

Hall, 1980’de Kùltürel İncelemeler: İki paradigma çalışmasında Marksist kùltürel incelemeleri “Kùltürelcilik” ve “Yapısalcılık” şeklinde iki kampa ayırmıştır. Birinci kampın önderliğini R.Williams yapar, ikinci kamp ise Althusser tarafından temsil edilir. Hall ise R.Williams’ı sınıf ve deney arasındaki özdeşlik, Althusser’i yapısal işlevcilikle eleştirir. Hall’a göre anlamlar gerçeğ ve pozitif toplumsal güç olarak ihtilafli ve çelişkili toplumsal meselelere girerler bu da sonuçları etkiler ve ideoloji iletiler yaratmada semantik kurallar sistemi olarak tanımlanabilir (Alemdar ve Erdoğan,1994,238-243).

Hall, televizyon mesajlarının oluşturacağı üç durumdan söz etmektedir. Bunlardan ilki ‘dominant-hegemonik’ pozisyonudur. Bu pozisyonda, izleyici mesajı verici nasıl vermek istiyorsa o biçimde okur. Bahis geçen pozisyon iletişim için ideal sayılan geçirgen bir tarzdır. Bu durumda, profesyonel kod tarafından oluşturulan pozisyonu ayırt etmemiz gerekir. Bu o kitle iletişim aracında yani televizyonda çalışan kişilerin ne pozisyonda durduğu ile ilintilidir. Hegemonik boyutta tamamlanan profesyonellerin kodlamaları çok önceden tamamlanmıştır. Profesyonel kod egemen kodlamaya göre daha bağımsız görülür ve kendisine ait ölçütleri, değişimleri ve işlemleri hayata geçirir. Buna rağmen, dominant kodun hegemonyası profesyonel kodun üzerinde hissedilir. İkinci okuma biçimi, ‘müzakereci/tartışmacı okuma’dır. Mesajların içerisinden çıkarılması istenen asıl mesajın farkında olan halk söz konusudur. bu noktada halkın önemli bir kısmı mesjda verilmek isteneni görür. Fakat hâkim tanımlar oldukça hegemoniktir; çünkü küresel anlamda ‘hâkim pozisyon’da olan olayları ve durumları temsil ederler. Müzakereci okumayı içeren bir kodaçıklamanın içinde benimsenen aynı zamanda red edilen unsurları içinde barındırmaktadır. Hall, müzakereci okumaya, endüstriyel ilişkiler sebebiyle grev yapma hakkını sınırlayan bir yasa veya ücret artışının durdurulması ile karşı karşıya kalan işçinin tepkisini örnek vermiştir (Aydın,2007,119-131).

Hall’un kitle iletişim teorisi çalışmasının katkısı söyleme fazla odaklanması nedeniyle eleştirilmiştir. Ekonomi ve devletin kültürel üretimi nasıl şekillendirdiğine ilişkin ayrıntılı bir derlendirme yapmamıştır. Hall’un toplumsal söylemleri biçimlendiren daha süregelen kurumsal ilişkileri açıklayamamasının nedeni, göstergenin keyfi niteliği üzerine vurgusudur. Hall, Barthes ve Althusser’in izinden giderek tarafsızlık ve nesnellik ilkelerinin burjuvazinin egemen ideolojisiyle ilişkili olduğunu savunmaktadır. StuartHall’un çalışmalarının olumlu yönü sistematik olarak düzenlenmiş söylem düzeyleri olarak kodlar ve anlamın çok vurgululuğu arasındadır (Stevenson,2008,79-84).

Fiske ise kod açılama modeline yaklaşırken televizyon metinlerinin kapalı olmadığı ve izleyiciyi ideolojik olarak manipüle etmediğini ileri sürer kodlama kod açılama modeline karşı çıkmaktadır. Fiske’e göre, televizyonda egemen ya da muhalif okuma biçimlerinin yeri yoktur. Çok başka bir yaklaşım ile ona göre televizyon dizileri metinleri kültür edebiyatı temeli incelenmesi gerektiğine dair fikrini savunmaktadır. Ona görme televizyon dizileri çoklu değişken kökene sahiptir. Medya metinlerinde egemen anlamı aramak yerine tercih edilen yapılardan hareket etmek gerektiğini düşünmektedir. Medya metinleri sosyal ve tarihsel gerçekliklerle ele alınmalı ve ilişkilendirilmelidir. . Metinler, kültürü yapan anlamların ve eğlenmenin dolaşımının bir parçasıdır. Fiske’e göre bu noktalardan hareketle okuyucu diğer deyişle izleyici alımladığı metnin yazarıdır (Alver,2009,48-49). Okuyucunun diğer bir deyişle izleyicinin edilgen olmadığı, her bir okuyucunun farklı biçimde yorumlama / kod-açılama yaptığı üzerinde geliştirilen alımlama araştırması çalışmamızın izleyeceği yolu belirlemektedir.

5. Metod

Bu çalışmada “TheOrangeCounty” dizisinden esinlenerek kurgulanan “Med Cezir” dizisiyle Amerikan Kültürünü izleyiciye aktardığı var sayılmaktadır. Bu bağlamda yaşam biçimleri, mekân kullanımı, meslekler, komşuluk, giyim, ailenin yeri üzerinde dizi kurgusu Amerikanlaşmaya yönelik bir eğilim göstermektedir. Bu noktada araştırmanın bağımsız değişkeni The O.C. dizisi Med Cezir uyarlaması olarak bağımlı değişken ise Amerikan Kültürü olarak belirlenmiştir. Araştırmada ortaya konulması

amaçlanan Med Cezir dizisine ilişkin, izleyicinin yukarıda belirtilen kategoriler üzerinden görüşlerinin ortaya konulmasıdır.

Temel çıkış noktası temel psikoloji, sosyal psikoloji ve iletişim teorileri olan odak grup görüşmeleri, eylem araştırmalarında sıklıkla kullanılan nitel veri toplama tekniğidir. Sosyal bilimlerde birebir görüşmeler ve anketler için temel dayanak oluşturan bu yöntem, aslında en sistematik veri toplama yöntemlerinden biridir. (Kitzinger, 1995). Bir Amerikan dizisi olarak The. O.C. uyarlaması Med Cezir yapımının izleyici üzerinde Amerikanlaşma bağlamında kültürel alımlama araştırması Med Cezir dizisi izleyicilerinden oluşan bir odak grup üzerinde derinlemesine görüşme yöntemi ile yapılacaktır.

18-22 yaş arası Med Cezir dizisi izleyicilerinden 10 kişilik odak grup oluşturulmuştur. Örneklem kümesinin sınırlarının bu biçimde çizilmiş olmasının nedeni özellikle genç neslin özgür düşünce ve yorumlama yeteneğine sahip olmaları gösterilebilir. Bu bağlamda belirlenen odak grup görüşmesi örneklem grubunda özellikle üniversite öğrencisi olarak eğitim yaşamına devam eden birbirinden farklı toplumsal sınıflara ve kültür düzeylerine sahip katılımcıların belirlenmesine özen gösterilmiştir. Örneklem içinde bulunan her bir katılımcı Med Cezir dizisi izleyicisidir. 10 katılımcının tamamı üniversite öğrencisidir. Katılımcılardan 4'ü aynı zamanda yarı zamanlı çalışmaktadır. Öğrenciler Tekirdağ'a farklı şehirlerden gelmişlerdir. Katılımcılar aslında İstanbul, Tokat, Trabzon, Kars, Edirne ve Balıkesir'de yaşamaktadır. Katılımcıların 5'i erkek, 5'i kadındır.

Yapılandırılmış görüşmelerde hazırlan soru listesinin dışında soru sorulmamalıdır. Yapılandırılmamış görüşmeler daha esnek ve görüşmenin akışına göre şekillenebilmektedir. Soruların mutlaka bir amacı vardır. Katılımcılar tarafından kolay anlaşılır nitelikte, açık ve kolay anlaşılır nitelikte olması çok önemlidir (Krueger, 1998, 92-93) Odak grup görüşmesi için hazırlanan 8 soru dizideki karakterlerin yaşam şekilleri, kullanılan mekânlar, meslekleri, giyim tarzları, aile ilişkileri ve komşuluk ilişkileri çerçevesinde 6 kategori belirlenerek alınarak hazırlanmıştır. Sorulardan ilk 6'sı belirlenen kategoriler üzerinden katılımcıların görüşlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Son iki soru ise diziyeye ilişkin genel değerlendirme ve dizi üzerine görüş bildirilebilmesini sağlayan geniş bir alan oluşturabilmek amacıyla sorulmuştur. Belirlenen bu kategoriler üzerinden, katılımcıların batı kültürüne ilişkin kurguları nasıl alımladıklarının çözümlenmesi ve bu kültüre duydukları özlem düzeyinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Hazırlanan araştırma soruları şu biçimde sıralanmaktadır;

1. Dizideki karakterlerin yaşam şekilleri sizin çevrenizdekilere benziyor mu? Neden açıklayabilir misiniz? – Yaşam Şekilleri

2. Dizide kullanılan yaşam alanları sizin yaşamak istediğiniz mekânlar mı? Neden açıklayabilir misiniz? - Mekânlar

3. Dizideki karakterlerin mesleklerden hangisini yapmak isterdiniz? Neden açıklayabilir misiniz? - Meslekler

4. Dizi karakterlerinin giyim tarzlarını nasıl buluyorsunuz? – Giyim Tarzları

5. Dizide kurgulanan aile ilişkileri sizin çevrenizdeki aile ilişkilerine benziyor mu? Aile ilişkilerinizin dizideki gibi olmasını ister miydiniz? – Aile İlişkileri

6. Dizide kurgulanan komşuluk ilişkileri hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizin içinde bulunduğunuz komşuluk ilişkilerinden farklılıklar var mı? – Komşuluk İlişkileri

7. Size göre bu dizinin yaşadığınız toplum içindeki kültürel değerlerden yola çıkarak en belirgin özelliği nedir? – Genel Değerlendirme

8. Size göre Med Cezir dizisini diğer dizilerden ayıran temel özellik var mıdır? Varsa nedir? –Genel Değerlendirme

5.1. Med Cezir Dizisi Odak Grup Araştırma Bulguları

Bu bölümde odak grup çalışması sonucunda elde edilen bulgular belirlenen konu başlığı sıralaması ile verilecektir. Buna göre bulgular yaşam şekilleri, kullanılan mekânlar, meslekler, giyim tarzları, aile ilişkileri ve komşuluk ilişkileri kategorileri sıralamasıyla verilecektir. Çalışmanın bu bölümünde odak grup çalışması sonuçlarından hemen önce ise dizinin teknik bilgileri, künyesi ve konusu belirtilecektir.

Medcezir, Star TV'de yayınlanan bir televizyon dizisidir. Ay Yapımın yapımcılığını üstlendiği dizinin senaristi Ece Yörenç, yönetmeni Ali Bilgin'dir. İlk bölümü 13 Eylül 2013 tarihinde Star TV'de yayınlanmıştır. Dizinin yapımını Ay Yapım, yapımcılığını ise Kerem Çatay üstlenmektedir. Dizi müzikleri ise Toygar Işıklı tarafından bestelenmiştir. Medcezir, Amerikan yapımı The O.C. dizisinden uyarlanmıştır (<http://www.medcezir.tv>). Özellikle zengin bir yaşam içerisinde yetişen gençleri konu alan dizide gecekondu mahallesinde yaşayan Yaman'ın avukat Selim Serez ile yollarının kesişmesine bu yaşama dâhil oluşu ve süre giden olaylar dizinin konusunu oluşturmaktadır. The O.C. dizisinin uyarlaması olmasının yanı sıra dizi karakterlerinin Türkiye versiyonunda bir takım değişiklikler yapılmış, dizi Türk kültürel yapısına uygun hale getirilmeye çalışılmıştır. Dizinin temel öğeleri üzerinde gerçekleşmeyen bu değişiklikler ana kurguyu bozar nitelikte değildir.

Dizinin ikinci bölümü odak grup katılımcıları ile izlenmiştir. Dizinin birinci bölümünün seçilmeme nedeni ilk bölümde karakterlerin yaşamlarına ilişkin bilgilerin ve kurgunun tamamen anlaşılmasının güç olmasıdır. İzlenen 1 saat 37 dakikalık bölümün ardından katılımcılara sorular sorulmaya başlanmış ve soruların başlamasını takip eden 2 saat 14 dakikalık süre içinde görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Dizinin izlenme süresi içinde özellikle erkek izleyiciler zaman zaman dikkatlerini kaybetmiş ancak genel süre içerisinde yüksek konsantrasyon gözlemlenmiştir. Dizi izlenirken kadın katılımcılar kendi aralarında dizi karakterinin üzerinde bulunan ve kendi beğendikleri kıyafet, makyaj gibi bir takım konular üzerine kısa süreli diyaloglar yaşarken, erkek katılımcıların özellikle spor arabaların bulunduğu sahnelerde kendi aralarında arabalara ilişkin yorumlarda buldukları gözlemlenmiştir.

Katılımcılara dizideki yaşam şekilleri ile kendi yaşam biçimleri arasındaki benzerlik sorulduğunda ise, katılımcıların önemli bir bölümü özellikle gecekondu bölgesinden gelerek zenginlerin yaşamına dâhil olan Yaman'ın eski yaşam biçimini kendilerinin yaşamına benzediği sonucuna ulaşmaktadır. Özellikle yeme alışkanlıklarını örnek veren KD4 kodlu katılımcı “Hangimizin evinde pişen yemeği yememe lüksü var, valla biz yemezsek bir gün annemin yaptığı yemeği, aynı Yaman'ın annesinin yaptığı gibi ertesi gün annem yine aynı yemeği koyar ta ki bitene kadar. Hiç şakası yoktur hiç, nerde o bolluk bizde...” şeklinde ifade etmektedir. Katılımcı, yaşam biçimleri arasındaki benzerliği ifade ederken zenginlerin yaşam biçimine de özlemine bu şekilde dile getirmektedir. KD6 kodlu katılımcı ise teknoloji alışkanlıklarını örnek vererek “ Valla bizde öyle Mert'in yaptığı gibi altı ayda bir bilgisayar değiştirmek nerde, bir taneyi bulduysan şükredeceksin” derken teknolojiye kendinin de düşkün olduğunu ancak dizi karakteri Mert gibi her yeni çıkan sürümü alabilme gücüne sahip olmadığını ifade etmektedir.

Dizideki yaşam alanlarına ilişkin sorulan soruya ise katılımcıların tümü özellikle dizide bulunan yaşam alanlarında yaşamak istediklerini ifade etmektedirler. Dizide “Altın Koy” adıyla anılan zengin ailelerin oturduğu sitenin içinde güzel yaşamak için gerekli olan tüm gereklilerin bulunduğunu ifade eden katılımcıların diğer bir ortak noktası ise güvenli site oluşunun çok hoşlarına gittiğini belirtmeleridir. KD3 kodlu katılımcı “İçeri girmenin zor olduğu bir alan kumuşlar ve dışarı çıkmıyorlar. Tozludere ise bunun tam zıddı. Altınkoy’da evler birbirinden farklı şekilde döşenmiş, herhalde iç mimarlar yapmıştır o evleri...” şeklinde ifade ederken, KD10 kodlu katılımcı ise “Evde ayakkabı ile bile dolaşıyorlar, ama evleri hep temiz, süper!” şeklinde düşüncesini belirtmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan özellikle zengin kesimin yaşamının kurgulandığı mekânlara özlemleri açıkça anlaşılmaktadır.

Katılımcılara dizide karşılaştıkları mesleklerden hangisini yapmak istedikleri sorulduğunda ise katılımcıların yarısı dizide özel üniversitede okuyan “öğrenci”lerden biri olmak istedikleri, diğer yarısının ise mimar ve avukat olmak arasında karar veremedikleri tespit edilmiştir. Öğrenci olmak isteyen katılımcılardan KD7 kodlu katılımcı neden sorusuna ise “Oh valla mis özel üniversitede, baban parasını versin, altında son model araba, güzel kızlar her tarafta, cepte kredi kartları, okula mokula da gittikleri yok zaten, az ders çok gezme, eğlenme... Ben de isterim tabi onlar gibi öğrenci olmayı niye işe gireyim niye kendime meslek beğeneyim ki?” şeklinde yanıt vermiştir. KD8 kodlu katılımcı “Ben avukat olmak isterim hem saygın meslek hem çok para kazanıyorlar. Oturdıkları evlere bindikleri arabalara bakınca insan avukat olmak istiyor bence...” Mimar olmak istediklerini belirten katılımcıların ise özellikle başka kişilerin yaşam alanlarını şekillendirmenin çok keyifli olduğunu, kendi zevklerine göre yarattıkları alanlarda başkalarının yaşamalarının kendilerini çok mutlu edeceği yönünde fikir belirttikleri kayda alınmıştır.

Katılımcıların dizi karakterlerinin giyim tarzlarına ilişkin düşünceleri sorulduğunda ise özellikle kadın katılımcıların, dizideki zengin kesimde yaşayan karakterlerin giyim tarzlarını çok beğendiklerini belirttikleri tespit edilmiştir. Bu bağlamda KD4 kodlu katılımcı “Ben Mira’nın giyimini çok seviyorum, onun gibi giyinmeyi çok isterim, kaliteli yani... Mesela pazarda -Mira’nın Yaman’ı baştan çıkararak pantolonu- diye o yırtık kotlardan satıyorlardı, almadım ama almak istiyorum, tabi erkek arkadaşım giymeme izin verirse...” sözleri ile fikrini belirtmiştir. KD1 kodlu katılımcı ise “İster istemez onların giyimine özeniyorum. Ben de Mira gibi her gün farklı biçimde giyinip okula gelmeye özen gösteriyorum, öyle ki artık buradaki evimde eşyalarımı koymak için dolap kalmadı, acaba onların bu kadar giysiyi nerede tuttıklarını da gösterebiliriz iyi olmaz mıydı?” sözleri ile dizi karakterlerinin giyim tarzlarına duyduğu özlemi ifade etmektedir. KD9 kodlu katılımcı ise “Bence çevremizden gelen toplumsal baskı olmasa biz de onlar kadar açık giyinebiliriz, mini etek ya da ip askılı elbiseler falan...” biçiminde fikrini belirtmiştir. KD3 kodlu katılımcının şu sözleri ise ilginçtir; “11 yaşındaki yeğenim geçen gün gömleğini göbeğini açarak bağlamış evin içinde dolaşıyordu, -O ne? ne yaptın öyle kıyafetini dediğimde, -Mira da böyle yapıyor hala- diye cevap verdi, abim çok kızdı sonra düzelttirdi gömleğini”. Tüm bu söylemlerden hareketle dizideki giyim tarzlarının özellikle kadın katılımcılar tarafından yakından takip edildiğini hatta bu giyim tarzlarının uygulanmaya çalışıldığını söylemek güç olmayacaktır.

Dizide kurgulanan aile ilişkilerinin aslında doğal bulunmadığı tüm katılımcılar tarafından onaylanmıştır. Yine tüm katılımcılar gibi KD5 kodlu katılımcı “Dizideki aile ilişkilerinin normal olmadığını biliyoruz aslında ama dizide izlerken bize normal geliyor belki zamanla biz de aile ilişkileri anlamında onlara benzeriz.” biçiminde bu durumu ifade etmiştir. Diğer taraftan ise özellikle evlilikten önce yaşanan ilişkiler,

erkek arkadaşla tatile gidebilme, boşanmaların kolayca yaşanması, boşanan çiftlerin aile dostlarıyla aşk yaşayabilmeleri gibi aslında kendi yaşamlarında olamayacak ama dizide olduğunda olağan görünen ilişkilere de katılımcılar tarafından dikkat çekilmiştir.

Katılımcılar komşuluk ilişkilerine ilişkin görüşlerini belirtirken Altınkoy'da zenginlerin yaşadığı komşuluk ilişkilerinin çıkar ilişkisi olduğunu konusunda fikir birliğine sahip olan katılımcılar, Tozludere'de ise insanların birbirine daha vefalı bir yaklaşımda olduğunu belirtmiştir. KD1 kodu katılımcı "Atınkoy'da yaşayanların ilişkileri hep çıkar ilişkisi olduğundan komşuluk da yok. Mesela Mira, çocukluğundan beri yan komşunun oğlu Mert'i biliyor ama tanımıyor. Arkadaşlık hiç kurmamış." sözleriyle fikrini ifade etmiştir. KD3 kodlu katılımcı ise "Yaman'ın abisinin eski nişanlısını babası evden atınca, Yaman'ın annesi ona sahip çıktı evine aldı mesela" sözleriyle Tozludere'de komşuluk ilişkilerinin varlığına dikkat çekmektedir.

Katılımcılara dizinin toplum içindeki kültürel değerlerden yola çıkarak en belirgin özelliği sorulmuştur. Tüm katılımcılar zengin ve fakir ilişkisine dikkat çekmiş ve yaşamlarındaki zıtlıklar üzerinden kurgulanması nedeniyle hem zengin statüsünün hem fakir statüsünün kültürel değerlerinin bulunmasının en belirgin özellik olduğunu ifade etmişlerdir.

Med Cezir dizisini diğer dizilerden ayıran özellik sorulduğunda ise katılımcılar izleme nedeni olarak "dizinin kaliteli olmasını" işaret etmektedir. Dizinin kaliteli olmasının açılması istendiğinde ise, oyuncuların çok başarılı olması öne sürülmektedir. KD1 kodlu katılımcı Med Cezir dizisinin diğer dizilerden ayıran farkı ifade ederken şu cümleleri kurmuştur; "Med Cezir bence gerçeğe en yakın dizi, her şey gerçek gibi. Mesela Yaman ve Mert sanki bizim ailenin bir üyesi gibi, sanki bizden biri... Böyle sarılıp içime sokasım geliyor Mert'i, annem bile çok seviyor, annemin oğlu yok, annem Mert'i oğlu gibi seviyor, o kadar yani...". Bu noktada katılımcı dizinin ve dizi karakterlerinin katılımcının yaşamının bir parçası haline gelmiş olması gerçeğini açıkça ifade etmektedir.

Alımlama çalışmamızın sorularına verilen cevaplar dışında, katılımcılar dizi hakkında görüşlerini belirtirken "dizinin markaları" söylemiyle ulaştıkları sonucu KD8 kodlu katılımcı şöyle ifade etmiştir. "Dizinin markaları var, mesela Fiat marka arabalar lüksmüş gibi bir algı ile veriliyor, Fiat markanın pahalı modelleri dizide kullanılıyor, burada dizi ile "Bak siz de bu zenginlerin arabalarından kullanabilirsiniz" mesajı veriliyor, ama arabalar da güzel Allah için...". KD1 kodlu katılımcı ise "Samsung da öyle bence... ben mesela bu telefonu diziyi izlemeye başladıktan sonra aldım. Bir yerde Samsung'un bu melodisini duysam "İşte bir Med Cezir-ci daha" diyorum içimden, mutlu oluyorum..." sözleri ile diziden marka alımlamaları yaptıklarını ifade etmektedir. Çalışma bu bağlamda marka pazarlaması, markalaşma üzerine yoğunlaşmamakla birlikte izleyicinin diziyeye ilişkin izlenimleri kaydedilirken dizi içindeki markaları tespit ettikleri ve ekonomik bağlamda elde edebilecekleri düzeyde olanları satın aldıkları, alamadıkları markaları ise elde etme özlemi içinde dile getirdikleri belirlenmiştir.

6. Sonuç

"Amerikan yapımı TheOrangeCounty" dizisi, "Med Cezir" uyarlaması ile Amerikan kültürünü izleyiciye aktarmaktadır" varsayımından hareketle hazırlanan araştırma varsayımı doğrular nitelikte sonuçlara ulaşmıştır. Yaşam biçimleri, komşuluk ve aile ilişkileri, giyim tarzları ve yaşam alanları kategorileri üzerinden hazırlanarak sorulan sorulara verilen cevaplar batı kültürüne ilişkin veriler izler kitle tarafından ayırt edilerek

Katılımcılar kendi kültürlerine benzemeyen ancak özlemle izlenen dizi kurgusunun kendi yaşamları için gerçek olamayacak biçimler taşıdığına fakındadır. Bu noktayı açık bir biçimde ifade edebilen katılımcılar aynı zamanda bir gün onlar gibi olabilme ihtimallerinin varlığını da benimsemektedirler.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan özellikle dizide yer alan karakterlerin giyim tarzları, meslekleri ve yaşam alanlarına ilişkin arzu açıkça gözlemlenmiştir. Dizi karakterleri gibi giyinmeye çaba gösterdikleri ifadelerinde tespit edilmiştir. Diğer yandan özellikle tüketim kültürünü körükleyen her gün farklı giyinme çabası kadın katılımcıların cevaplarında açıkça yer almaktadır. Erkek katılımcıların ise teknolojik gelişmeleri takip etme arzusu ifadelerin içinde yer almaktadır. Büyük evler, farklı iç tasarımlar katılımcıların beğeni ile bahsettikleri noktalar olmuştur.

Aile ve komşuluk ilişkileri gerçeğe yakın bulunmasa da izlerken doğal görünen biçimi katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Özellikle evlilik dışı ilişkilerin yaşamlarında var olamayacağı ancak dizide izlerken toplumsal yaşam içinde olağan bir durum gibi seyrettikleri de ifadeler içinde yer almıştır. Katılımcıların bir kısmı gelecekte kendi yaşamlarındaki ilişkilerin de onlarınki gibi olacağı inancını taşımaktadır.

Çalışma TheSparkes Network isimli Avrupa merkezli bir yapım firmasının The OC dizisini Ay Yapım ortaklığı ile Türkiye versiyonunu üreterek Amerikan kültürünün aktarımı ve bu bağlamda da Türk dizisi seyreden diğer Ortadoğu ve Balkan ülkelerine de kültürel geçişin sağlanması varsayımından hareket etmiştir. Araştırmanın sonucunda çalışmanın yapıldığı odak grup için söylenebilir ki izleyici dizide kurgulanan Amerikan kültürünü yansıtan kodlardan duygusal olarak etkilenmekte ve bu yaşam biçimini yaşamaya arzu duymaktadır

Kaynakça

- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1994). Popüler Kültür ve İletişim, Ümit Yayıncılık
- Alver, F. (2009). Kültürel Çalışmalarda Medya Metinlerinin Okunması Sürecinde İzleyicinin Konumlandırılması. M. Şeker, & N. T. Şeker (Edt.) içinde, Terör ve Haber Söylemi (s. 27-60). Konya: Literatürk Yayınevi.
- Aydın, O.Ş. (2007/2) Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı:11
- Çelenk, S. (2005) Televizyon Temsil Kültür, Ankara, Ütopya
- Deniz, S.O. (2010) Televizyon Dünyasında Çocuğun Temsili; Televizyon Dizilerinde ve Reklamlarda Çocuk Kimlikleri, Ege Üniversitesi, Doktora Tezi
- Erol, S.A. (2012) Yerli Televizyon Dizilerinde Kent Olgusu; İstanbul Örneği, İstanbul Üniversitesi, Doktora Tezi
- Fichter, J. (1994) Sosyoloji Nedir?, (N. Çelebi, çev) Atilla Kitapevi
- Hall, S. (1998) "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik", der: Anthony D. King, Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi, Çev: Gülcan Seçkin-Ümit Hüsrev Yolsal, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara
- <http://www.aber.ac.uk/media/Students/cr19501.html> (Erişim tarihi 04.04.2015)
- <http://www.irfanerdogan.com/uydurular/24rol.htm> (Erişim tarihi 02.06.2015)

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.538598ab589402.01054611 (Erişim tarihi 28.05.2015)

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.53299ad9c64f90.52830077 (Erişim tarihi 01.04.2015)

<https://gzmoncl.wordpress.com/tag/kitle-iletisim-araclarinin-islevleri/> (Erişim tarihi 22.03.2015)

Kellner,D.(1995), *Media Culture: CulturalStudies, Identity andPoliticsBetweenthe Modern andPostmodern*, Routledge, London

Kitzinger, J.(1995). *Qualitativeresearch: introducingfocusgroup*, British MedicalJournal, 311, 299–302.

Krueger, R.A. (1998). *ModeratingFocusGroups*. California: SAGE.

Küçük, M.(2005), *Medya İktidar İdeoloji*, Ankara, Bilim Sanat

Mahmutoğlu, V. (2007), *Küreselleşmenin Yerel Televizyon Programlarına Yansması: “Doğu Karadeniz televizyonlarında Sağlık Programları*, Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi

Mattelart, A. (1999), *La ComminicationMonde, La Decouverte*, Paris

McQuail, D., Windahl, S.(1993), *İletişim Modelleri*, Çev: Mehmet Küçükkurt, İmaj, Ankara.

Mutlu, E.(2008), *Televizyonu Anlamak, Ayraç*, Ankara

Mutlu,E. (1999), *Televizyon ve Toplum*, Ankara, TRT

Ritzer, G.(2011), *Toplumun MCDonaldlaşması*, Ayrıntı Yayıncılık, İstanbul

Sanay, E.(1991), *Genel Sosyoloji Dersleri*, Gazi Üniversitesi, 2.baskı

Scholte, J. A.(2005), *Globalization a Critical Introduction*, PalgraveMacmillanPress,New York

Tatal, N. (2005), *Küreselleşme İletişim, Kültürlerarasılık, Kırmızı Yanınları*, İstanbul

Young, W.(1991), *FamilyTelevision: CulturalPower of DomesticLeisure*, CanadianJournal Of Communication, Vol 16, No 2

<http://www.medcezir.tv> (Erişim tarihi 01.04.2015)

