



Intermedia International e-Journal, December, 2020; 7(13)



DOI NO: 10.21645/intermedia.2020.89 *Submit Date: 08.11.2020 *Acceptance Date: 30.11.2020 *ISSN: 2149-3669

KÜRESELLEŞMENİN ÜRETİM PRATİKLERİ AÇISINDAN TÜRK DRAMALARINA ETKİLERİ¹

The Effects of Globalization on Turkish Dramas in Terms of Production Practices

Dr. Atacan ŞİMŞEK²

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

0000-0002-7380-3678

Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN³

İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

0000-0002-7286-3070

Öz

Küreselleşme ve kitle iletişim araçları arasında birbirini etkileyen oldukça girift bir yapı vardır. Küreselleşme sürecinin yaşanmasının en önemli sac ayakları kitle iletişim araçları ve iletişim teknolojileri olurken, genel olarak kitle iletişim araçları da küreselleşme sürecinden sahiplik ve uluslararası yayın anlamında etkilenmiştir. Küreselleşme sürecinde televizyon yayınları, küresel hale gelmiş, özellikle dramalar tüm dünyada ihracatı yapılan küresel birer ürün haline dönüşmüştür. Son yıllarda Türk dramaları, nicelik ve nitelik olarak yaşadığı yükselişle sadece yurt içinde değil, yurt dışında da beğenilerek izlenen yapımlar haline gelmiştir. Küreselleşmenin Türk dramalarını ve Türk drama sektörünü üretim pratikleri açısından ne şekilde etkilediğinin araştırılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada yöntem olarak yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu amaçla 17 sektör çalışanıyla dijital ortamda görüşmeler yapılmış, elde edilen veriler betimsel analiz yöntemine göre analiz edilmiştir. Çalışmada Türk dramalarının kısmi olarak küreselleşmeden etkilense de yerel bir noktada durduğu, sektörde yerel düşünen yapımcılardan dolayı üretim pratikleri açısından yerel bir anlayışın devam ettiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Küresel Televizyon, Türk Dramaları

Extended Abstract: The concept of globalization is a very difficult concept to define with its wide meanings. For this reason, different views have been put forward by different theorists about what globalization is. The questions about when and where globalization begins, where and when it will end, what are the dynamics of affecting all economic and political systems, culture and communication are tried to be answered within the concept.

¹ Makalenin Türü: Araştırma Makalesi - Bu makale, danışmanlığını Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN'in yaptığı, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo TV Sinema Anabilim Dalı doktora programında Atacan ŞİMŞEK tarafından hazırlanan "Küreselleşme ve TV Endüstrisi: Türk Dramalarının Uluslararası Dolaşımı" başlıklı doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

² e-mail: atacan.simsek@ibu.edu.tr

³ e-mail: seckinozmen@gmail.com

Giddens sees globalization as a result of modernity. According to Giddens, the three main sources of modernity are: “separation of time and space, development of dislocation mechanisms, reflexive appropriation of knowledge” (2018: s.57). According to Giddens, the separation of time and space is at most in the modern period, and the relations between local and distant social forms and events have stretched in the modern period. Globalization mainly points to this stretch (2018: s.67,68).

In addition to Giddens, Robertson associates the concept of postmodernity with globalization as well as modernity. He states that there is a double-sided relationship between globalization and postmodernity, Robertson emphasizes that globalization is a source of ideas about the conception of postmodernity, and that postmodernity has an important role in the emergence of the phenomenon of globalization as much as modernity (Akt.Bacı, 2006: s.33).

According to Friedman, who examined globalization in two periods, the first period of globalization covers the period before the First World War, while the second period of globalization starts from the end of the cold war period. It defines the period from the First World War to the end of the cold war period as a long break between the two globalizations. Globalization is not a temporary phenomenon or trend, it is an international system that shapes the domestic and foreign policies of almost every country. This international system, contrary to the cold war period, is a dynamic process and markets, nation states and technology are going through a process of integration in a way that the world has never seen before. Computerization, miniaturization, digitalization, internet, satellite and fiber optic technologies are unique defining technologies of globalization (2003: s.15,16,30,31).

Undoubtedly, the emergence of mass media, its spread all over the world and developing communication technologies have enabled people to be aware of each other and the events in distant societies. The absolute integration and unification situation that has emerged has caused the world to be perceived as a global village. According to Giddens, “mechanized communication technologies have dramatically affected all aspects of globalization” (2018:79). Thanks to this globalizing effect, a person sitting in a small village and reading a newspaper in 1892 understands contemporary events better than the prime minister of a century ago. A peasant who is reading a newspaper can simultaneously deal with the events around him, but also with the revolution in Chile, the guerrilla war in East Africa, the genocide in North China and the hunger in Russia, and have an idea about the events (Nordau’dan akt. Giddens,2018: s.79,80).

Thompson tries to explain the beginning of the globalization of communication by centering important developments such as the laying of underwater cables in the late nineteenth and early twentieth centuries, the emergence of international news agencies, and the establishment of international organizations interested in the allocation of electromagnetic spectra. He says that the globalization of communication takes place in the 20th century through global media companies (2014: s.296,302).

The fact that global media companies operate all over the world, purchasing or establishing partnerships with mass media such as radio, television, and newspapers, which have national characteristics as of their establishment, have brought a global character to the ownership structure of mass media. Today, mass media such as television, which have started to lose their nationality and family business features, have shown a global feature with the change of ownership structure and global broadcast policies. However, television has gained a global character, not only due to changes in television ownership structure, cooperation and increase in content trade, but also the development of internet technologies has contributed to this situation. The ability to watch television broadcasts in many countries at the same time has led to the formation of a global audience. Especially the drama production broadcasted in one country has been watched in all countries and has a global fan. The Turkish television industry has become one of the leading television content producers in the world, especially with drama export success. Although it can not be revealed with exact sales figures, it is estimated that Turkish dramas are watched by 400 million viewers in nearly 150 countries. This export success has given drama productions a global character by leaving

the local quality of drama productions.

The purpose of the study is how the globalization process affects Turkish drama productions in terms of production practices. Structured interview technique was used as a method in the study. The obtained data were analyzed according to the descriptive analysis method. In the study, it has been concluded that Turkish dramas, although partially affected by globalization, are at a local point and a local understanding continues in terms of production practices due to local-minded producers in the sector.

Key Words: Globalization, Global Television, Turkish Dramas

GİRİŞ

Kapitalist üretim mantığı içerisinde dünya ölçeğinin küçülmesi, dünyanın ekonomik olarak sadece ortak pazarlar çerçevesinde buluşması olarak değil, farklı kültürlerin, farklı insanların birbirinden haberdar olması ve küresel bir köyde yaşama hissiyatı olarak tanımlanabilecek bir olgu olan küreselleşme, ekonomiden, siyasete, kültülden, iletişime kadar çok geniş alanları etkilemiştir. Bu sebeple tanımlanması oldukça zor bir kavram olarak, son yüzyıl içerisinde birçok düşünür tarafından net bir tanımının yapılmasına ve etki alanlarında ne tür etkilere neden olduğunun ortaya çıkarılmasına çalışılmıştır.

Giddens (2018: s.57)'in modernleşmenin bir sonucu olarak gördüğü küreselleşme kavramı, Robertson (Akt.Balcı, 2006: s.31-33)'a göre hem modernite hem de postmoderniteyle ilgili bir kavramdır. Bauman (2018: s.75), küreselleşmeyi başında bir memur ya da amiri olmayan dünya meselelerinin belirsiz ve düzensiz doğası olarak görürken, Stiglitz (2002: s.31), küreselleşmeyi dünya halklarının bütünleşmesi ve insanların önündeki yapay engellerin kaldırılması olarak görmektedir.

Çalışmada değineceğimiz iletişimin küreselleşmesi meselesini vurgularken, küreselleşme ve iletişim araçları arasında karşılıklı birbirini etkileyen bir yapının var olduğundan bahsetmek gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla insanların farklı coğrafyalarda yaşanan olaylar hakkında kısa süreler içerisinde haberdar olabilmesi dünya ölçeğini küçülterek, birleşme ve bütünleşmeyi olanaklı kılmıştır. Küresel kapitalist politikalar neticesinde sahiplik anlamında ulusal özellikler gösteren medya şirketleri de küreselleşme sürecine uygun olarak çok uluslu şirketler tarafından satın alınmıştır. Ülkemizde de örnekleri olduğu gibi ulusal özellikler gösteren televizyon kanallarının küresel medya şirketleri tarafından satın alınması ya da ortaklıklar kurulması televizyon kanallarına küresel bir nitelik kazandırmıştır.

Günümüzde televizyonun küresel bir nitelik kazanması sadece televizyon sahiplik yapısındaki değişimler, iş birlikleri ve içerik ticaretindeki artışlara bağlı olarak yaşanmamış, internet teknolojilerinin gelişmesi de bu duruma katkı sağlamıştır. Günümüzde televizyon aracından bahsederken, akla eski dönemlerdeki gibi evimizin bir köşesinde duran günlük ulusal kanalların izlendiği araçlar değil, internet bağlantısı olan, bir bilgisayar özelliği taşıyan, çeşitli internet siteleri ve içerik platformlarından yayın izlenebildiği akıllı araçlar gelmektedir. Bu araçlarla ya da bilgisayar, tablet ve cep telefonu gibi cihazlarla internet bağlantısı kullanılarak her zaman ve her yerde dünyadaki tüm televizyon içerikleri izlenebilmektedir. Bu durum, tüm dünyada küresel televizyon izleyicilerinin oluşmasına olanak vermiştir. Özellikle bir ülkede yayınlanan drama yapımı tüm ülkelerde izlenerek, küresel bir hayran kitlesine sahip olabilmektedir.

1970'li yıllardan itibaren Türkiye'de TRT'de yayınlanmaya başlayan drama yapımları, 90'lı yıllardan itibaren özel kanalların açılmasıyla prime time kuşaklarının gözde programlarından olmuştur. 2018 yılı RTÜK (2018: s.53,54) araştırmasına göre yerli dramaların haber programlarından sonra Türk televizyonlarında en çok izlenen

program türü olması da bu programların popülarlığını devam ettirmesini sağlamıştır. Türk televizyon sektörü, özellikle drama ihracatında yakalamış olduğu ihracat başarısıyla dünyanın önde gelen televizyon içerik üreticilerinden biri olmuştur. Tam net satış rakamlarıyla ortaya konulmasa da Türk dramalarının 150'ye yakın ülkede 400 milyon izleyici tarafından izlendiği tahmin edilmektedir. Türk dramalarının elde ettiği bu ihracat başarısı, drama yapımlarını yerel niteliğinden çıkarak, dramalara küresel bir nitelik kazandırmıştır.

Küreselleşme sürecinin üretim pratikleri açısından Türk drama yapımlarına etkilerinin olup olmadığı, ol-duysa ne tür değişimlerin yaşandığını açıklamak araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada yöntem olarak yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Sektörün önde gelen yapımcıları, yönetmenleri, senaristleri, ajans ve kanal yöneticileriyle yapılan görüşmeler Covid-19 salgınından dolayı dijital ortamda yapılmıştır. Elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemine göre analiz edilmiştir.

1. Küreselleşme Olgusu ve İletişimin Küreselleşmesi

Genel bir ifadeyle dünya ölçeğinin küçülmesi, ülkeler arasında ortak pazarların kurulması, insanların farklı coğrafyalarda yaşayan diğer insanların varlığından ve kültüründen haberdar olması olarak tanımlayabileceğimiz küreselleşme süreci, siyasetten, ekonomiye, iletişimden, teknolojiye ve kültüre kadar her alanı etkilemektedir.

Küreselleşme kavramı, dünya ölçeğinde her şeyi etkileyen bir süreç olarak tanımlanması oldukça zor bir kavramdır. Küreselleşme; ne zaman başlamıştır, nerede başlar, nerede son bulur, sınırları nelerdir, dünyanın tamamını etkilemesinin dinamikleri nelerdir tarzı sorular küreselleşme kavramı içerisinde cevaplanmayı bekleyen sorulardır. Küreselleşme teriminin belirsiz olmasının ve terimin küreselleşme süreci olarak adlandırılan evrensel süreçleri tam olarak açıklayamamasının sebebi, terimin “hem bir sürecin adı olarak (the process of globalisation) hem de aynı süreç içinde gelişen olguları bütün yönleriyle açıklamayı hedefleyen bir kavramın adı olarak (the concept of globalisation)” algılanması ve kullanılmasıdır (Erbay, 2011:s.293).

Küreselleşme kavramı hakkında birçok tanım yapılmıştır. Bu çeşitli tanımlara bakarak kavramın ne olduğu ve etki alanlarıyla ilgili çıkarımlarda bulunulabilir. Çoban'a göre (2002: s.119):

“Küreselleşme, sermaye akışkanlığı, yatırımların, malların, hizmetlerin ve paranın küresel hareketliliği, ekonomilerin bütünleşmesi, küresel pazar, ulus-devlet sınırlarının ortadan kalkması, ulus-devletin çöküşü, çokuluslu şirketlerin küresel etkinlikleri, toplumsal ilişkilerin dünya çapında yoğunlaşması, insanların küresel hareketliliği, küresel sivil toplumun ortaya çıkışı, küresel kültürün doğuşu, tüketim kalıplarının küresel bir örnekliği, ülkeler arasındaki karşılıklı bağımlılığın artması, iletişim ve bilişim sistemleri ağlarının varlığı, bilginin küresel akışkanlığı, paylaşılan çıkarlar, küresel ve ortak sorunların farkına varılması, küresel bilinçlilik, küresel kimlik ve küresel siyasalar ile küresel kurumların işlevselleşmesi vb. olarak ifade edilmektedir.”

Bauman'a göre küreselleşme fikri, en derin manada dünya meselelerinin ele avuca sığmayan, belirsiz, dağınık ve kendi başına buyruk olan doğasını vurgulamaktadır. Jowitt'in “Yeni Dünya Düzensizliği” olarak tarif ettiği şeyin diğer bir adı olan küreselleşmede bir kontrol masası, bir amir ve bir yönetim kurulu yoktur. (2018: s.75).

Nobel ekonomi ödüllü Amerikalı ekonomist Joseph E. Stiglitz, üzerinde net bir tanım yapılamayan, karmaşık bir süreci nitelendiren küreselleşme süreci hakkında net bir tanım yapmıştır. “Nedir aynı zamanda hem bu kadar iftiraya hem de bu kadar övgüye maruz olan bu küreselleşme meselesi? Temelde, ülkelerin ve dünya halklarının bütünleşmesidir, ulaşım ve iletişim maliyetlerini inanılmaz ölçüde azaltacağı için ortaya konmuştur; ayrıca mallar, hizmetler, sermaye, bilgi ve (daha az ölçüde) insanların sınırları aşmasının önündeki yapay engellerin

kaldırılması demektir.” (Stiglitz, 2002: s.31).

Giddens küreselleşmeyi modernliğin bir sonucu olarak görür. Giddens’a göre modernliğin 3 temel kaynağı: “zaman ve uzamın ayrılması, yerinden çıkarma düzeneklerinin gelişimi, bilginin düşünümsel temellüküdür.” Zaman ve uzamın ayrılması, sınırsız ölçekte zaman ve uzamın birbirinden uzaklaşmasının bir koşulu ve zaman ve uzamın kesin olarak birbirinden ayrılmasının yollarını sağlamaktadır. Toplumsal etkinlikler, yerinden çıkarma düzeneklerinin gelişimiyle yerleşmiş bağlamlardan ve yüz yüze ilişkilerden arındırılıp geniş zaman-uzam uzaklıklarına yayılmıştır. Sistematik bilgi üretimi, bilginin düşünümsel temellüküyle toplumsal yaşamı yerelliklerden ve geleneğin sınırlandırmalarından kurtararak sistemin yeniden üretimi için önemli hale gelmiştir. (2018: s.57).

Zaman ve uzamın ayrılması diğer dönemlerden daha fazla modern dönemde olmuştur. Bu durumdan ötürü de yerel ve uzak toplumsal biçim ve olaylar arasındaki ilişkiler buna uygun olarak esnemıştır. Küreselleşme asıl olarak bu esnemeye işaret eder. “Böylece küreselleşme, uzak yerleşimleri birbirlerine, yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biçimlendirildiği ya da bunun tam tersinin söz konusu olduğu yollarla bağlayan dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması olarak tanımlanabilir.” (Giddens, 2018: s.67,68).

Küreselleşmeyi modernliğin sonucu olarak gören Giddens’ın aksine Robertson, modernite ve küreselleşme arasında doğrudan bağlantı kurulmasına, özellikle de küreselleşmenin modernitenin bir sonucu olarak sunulmasına şiddetle karşı çıkmaktadır. Küreselleşmenin moderniteyle olan ilgisini inkâr etmeyen Robertson, moderniteye olan bir bağlılığa karşı çıkmaktadır. Robertson küreselleşme ve postmodernite ilişkisinin çift taraflı olduğunu belirtir. Küreselleşme, postmodernlik kavramının anlamına ilişkin düşüncelerin bir kaynağı iken, postmodernite de küreselleşme olgusunun ortaya çıkmasında en az modernite kadar önemli bir role sahiptir. “Modernite, küreselleşmenin “evrenselin tikelleşmesi” yönünü temsil ederken, postmodernite “tikelin evrenselleştiği” süreci temsil etmektedir.” Robertson, Giddens’ın aksine küreselleşmenin hem modernite hem de postmodernite yönünün olduğunu vurgulamaktadır (Akt.Balcı, 2006: s.31-33).

Günümüzde dünyanın küçülüp, bütünleşmesi ve küresel bir köy haline gelmesi sonucunda her yerde bulunabilen küresel ürün yelpazeleri ortaya çıkmıştır. Bu ürün çeşitleriyle aslında dünyanın tekipleştiği homojen bir kültür yarattığı tartışmaları yapılmıştır. Artık sadece yurt dışına çıktığımızda değil, kendi sokak ve caddelerimizde yürürken Benetton ve Mc Donald’s gibi küresel mağaza zincirlerini görürüz. Sony, P&G ve Coca Cola gruplarının ürünlerini dünyanın her yerinden satın alabiliriz. Yaşadığımız yerdeki yerel süpermarketlerden dünya mutfaklarından gelen yiyecekleri alabiliriz. Dışarı yemeğe çıkacak olursak İtalyan, Çin, Hint, Kore, Tayland gibi etnik mutfaklar sunan restoranlara gidebiliriz. Paltomuz Türkiye’de, arabamız Kore’de, müzik setimiz Japonya’da üretilmiş olabilir (Robins, 2014: s.287).

Küreselleşme süreciyle dünya ölçeğinde mutlak bir bütünleşme sağlanırken bir yandan da parçalanma, yerel kimlikler ve yerelleşme önem kazanmıştır. Bu açıdan bakıldığında küreselleşme ve yerellik arasında diyalektik bir ilişki olduğu öne sürülmüştür. “Hall, küresel olarak adlandırılan şeyin, sistemli bir biçimde her şeyi devirip geçen, benzerlik yaratan bir şey olmaktan çok, aslında tikellik (particularity) aracılığıyla işleyen; tikel mekânları, tikel etkinlikleri müzakere eden, tikel kimlikleri harekete geçirerek işleyen bir şey olduğunu düşünmektedir.” (Akt. İnce, 2009: s.264). Benedict Anderson, Hristiyanlık gibi büyük dinlerin evrensel biçimini bir dizi tikellik ve özgülük aracılığıyla kazandığını söylemiştir. “Kozmik ve evrensel olanla dünyevi ve tikel olan bu şekilde karşı karşıya getirilince, Hristiyanlık, ne kadar devasa olursa olsun, öyle olduğu ne kadar güçlü bir şekilde hissedilirse hissedilsin, tikel Bavyera ya da Endülüs cemaatlerine göre değişen bir biçimde ve daima kendilerinin bir tekrarı, bir kopyası olarak sunulmuş oluyordu.” (1995: s.37,38).

Küreselleşme sürecinin dünya ölçeğini küçülterek dünyayı küresel bir köye dönüştürmesinin, ekonomik, siyasi ve kültürel olarak bütünleşme sağlamasının en önemli sacayağı gelişen iletişim teknolojileridir. Medyanın gelişimiyle zaman ve mekânın yeniden düzenlenmesi, modern dünyayı bazı özellikler bakımından değiştirmiş ve hâlâ da değiştirmektedir. Günümüzde bu süreçler küreselleşme olarak adlandırılmaktadır (Thompson, 2014: s.295). Radyonun, televizyonun, internetin, uydunun ve internet teknolojilerinin gelişimi ve toplumun geniş kesimine yayılması anlık iletişimi mümkün kılmıştır. Bilgi üzerindeki ulusal kontroller kaybolmuş, bilgi merkezleşmiştir. Böylelikle toplum, daha önce hiç görmediği diğer kültürlerin değerleriyle tanışmış ve karşılıklı kültürel akış yaşamıştır. Farklı dillerin konuşulması bile bu fikir ve kültür akışını durduramamıştır (Held ve McGrew, 2014: s.27).

Thompson, iletişimin küreselleşmesinin başlangıcını on dokuzuncu yüzyıl sonları ve yirminci yüzyıl başlarında gerçekleşen üç önemli olayı ön plana alarak açıklamaya çalışır. Bu olaylar: “1- Avrupa’nın sömürgeci güçleri tarafından su altı kablo sistemlerinin geliştirilmesi 2-Uluslararası haber ajanslarının ortaya çıkışı ve dünyayı kendilerine mahsus çalışma alanlarına bölmeleri 3- Elektro manyetik tayfların tahsisiyle ilgilenen uluslararası kuruluşların oluşturulması”dır (2014: s.296). Thompson’a göre yirminci yüzyılda iletişimin küreselleşmesi ise büyük ölçekli iletişim holdinglerinin faaliyetiyle yürütülmüştür. Yirminci yüzyılda büyük holdingler, çalışma sahalarını ortaya çıkıtları ülkelerin dışındaki alanlara doğru genişletmiştir. Bazı büyük sanayi ve ticaret şirketleri, “küresel genişleme ve farklılaşma politikalarının bir parçası olarak” bilgi ve iletişim sektöründe önemli kazançlar elde etmiştir. Büyük şirketler, şirketlerin birleşmesi, diğer rakip şirketlerin satın alınması ya da diğer büyüme yöntemleriyle küresel bilgi ve iletişim ticareti alanında gittikçe artan biçimde varlık göstermişlerdir. Bu tip şirketlere örnek olarak Time ve Warner iletişimin birleşimi olan Time Warner, Almanya merkezli Bertelsmann ve Rupert Murdoch’a ait olan News Corporation verilebilir. Bu büyük şirketlerin dünyanın birçok bölgesinde yayıncılık ve iletişim faaliyetleri vardır (2014: s.302).

İletişimin küreselleşmesinin temel bir özelliği de üretilen medya ürünlerinin yerel olarak kalmaması, uluslararası dolaşıma girmesidir. Örneğin ABD, ürettiği materyalleri özellikle Latin Amerika, Avrupa, Kanada, Avustralya ve Japonya gibi ülkelere ihraç etmekte ve ürünler küresel pazarda dolaşıma girmektedir. Özellikle eğlence alanında Hollywood’un iktisadi gücü, uluslararası film ve TV programları ticareti üzerinde önemli bir etki göstermektedir. Az gelişmiş ülkelerdeki TV kanallarının kendi programlarını geliştirebilmeleri için maddi kaynakları yetersiz olduğundan dolayı Amerikan dramalarının ve filmlerinin ülkelere göre belirlenen ücretlerde ithalatı, ekranları doldurmanın en ucuz ve çekici yolu olmuştur (Thompson, 2014: s.304,305).

Seksenli ve doksanlı yıllardan önce ulusal medya, yerli sahipleri olan gazete, radyo ve televizyon kanallarıyla özdeşleşmişti. Gazete çoğunlukla ulusal özelliğini korumasına rağmen televizyon neoliberal serbest pazar politikalarıyla uluslararası bir boyut kazanmıştır. Kablo ve dijital uydu TV sistemlerinin ele geçirildiği gibi televizyon kanal mülkiyetleri de neoliberal politikalarla özel ve ulus ötesi çıkarların kullanımına açılmıştır. Bu durum Amerika’da kablo mülkiyetini elinde tutan çok uluslu şirketler tarafından işletilen yeni kanalların açılmasına neden olmuştur (McChesney, 2014: s.312). Uydu ve kablo hizmetlerinin gelişmesi ve kamu televizyonculuğu yerine özel televizyon yayıncılığının artmasıyla gelişen daha liberal medya düzenlemeleriyle televizyon pazarı ulusal özelliğini kaybederek ulus ötesi bir duruma geçmiştir. 1991 yılı Körfez Savaşı’nda CNN kanalı dünyanın her yerinden haberleri, kendi bakış açısını da katarak, gerçek zamanlı olarak izleyiciyle buluşturmuştur. Disney kanalı küresel izleyiciyi hedeflerken, dünya MTV dünyası olma yolunda ilerlemektedir (Robins, 2014: s.287).

2. Televizyon Yayınlarının Küreselleşmesi

Dünyanın başlıca ekonomik ve kültürel alanlarda olmak üzere birçok alanda birbirine bağlanması ve farklı coğrafyalarda yaşayan insanların birbirlerinden haberdar olması ve etkilenmesi olarak özetleyebileceğimiz küreselleşme

sürecinin yaşanmasında kitle iletişim araçlarının önemli etkisi vardır. Matbaanın icadından sonra ilk gazetelerin yayınlanması ve yayılması dünyanın farklı birçok yerinde yaşayan insanların birbirinden ve dünyadaki olaylardan haberdar olmasını sağlamıştır.

Küreselleşmenin tanımını yaparken sürekli olarak bir süreç olduğundan bahsedilmiştir. Böyle bir tanım yapılmasının en başta sebebi gelişen ulaşım ve iletişim teknolojileriyle dünyanın bir anda değil, tarihsel bir süreç içerisinde küreselleşme gelişmesini yaşamasıdır. Örneğin gazetelerden sonra radyo, sinema ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması, gelişen ulaşım teknolojileriyle mesafelerin kısalması ve internet ağlarıyla dünyanın birbirine ağlarla bağlanması küreselleşme süreci içerisinde yaşanan önemli gelişmelerdir.

Şüphesiz, küreselleşme süreci içerisinde yaşanan önemli gelişmeler kitle iletişim araçlarının yerellik durumunu doğrudan etkilemiştir. Örneğin internet teknolojilerinin günümüzdeki formuna ulaşmadığı ve hayatımızı bu kadar şekillendirmediği zamanlarda televizyon programları sadece televizyon ekranından izlenen ve gündelik veya haftalık olarak belli bir zaman diliminde yayınlanan programlardı. İnternet teknolojilerinin gelişmesi sonucunda televizyon yayınları bilgisayardan, tableten, cep telefonlarından ve akıllı televizyon cihazlarından her zaman, her yerde izlenebilen programlar haline gelmiştir.

İnternet imkânının olmadığı zamanlarda televizyon ürünleri daha yerel bir boyut taşımaktaydı. Çünkü yabancı bir ülkede yayınlanan programın diğer bir ülkede izlenebilmesi için o ülke televizyonları tarafından yayınlama hakkının satın alınması gerekiyordu. Bu durum televizyon programlarının küresel dolaşımını sınırlamaktaydı. Günümüze baktığımızda ülke televizyonunda yayınlanmasa bile internet yayınları üzerinden yabancı bir ülkenin programlarını, özellikle dramalar, takip eden küresel televizyon izleyicileri oluşmaktadır. Böylelikle televizyon yayınları da günümüzde daha küresel bir nitelik taşımaktadır.

Küreselleşme süreci sonrasında dünya ölçeğinin küçülmesi ve hemen her alanda görülen iş birliği ve ortaklıklar televizyon şirketlerinin yerellik durumunu da etkilemiştir. Önceki zamanlarda bir ülkede yayın yapan ulusal bir televizyon kanalı, çoğunlukla yerel sermaye tarafından kurulurken, günümüzde küresel medya şirketlerinin satın aldığı ya da ortaklık kurduğu küresel sermayeli televizyon şirketleri ortaya çıkmıştır. Küresel sermayeli televizyon kanallarının kurulması televizyon yayınlarının da küresel bir nitelik kazanmasına yol açmıştır. Örneğin küresel bir medya şirketi olan CNN ile Türkiye’de Doğan Medya şirketi arasında yapılan anlaşma sonucunda CNN Türk kanalı kurulmuş ve bu anlaşma sonucunda CNN Türk kanalı, CNN şirketinin dünyadaki tüm haber üretim merkezlerini kullanma hakkına sahip olmuştur.

Günümüzde küresel medya şirketleri arasında televizyon yayıncılığı alanında yapılan ortaklıklar ve iş birlikleri artarak devam etmektedir. Örneğin 2018 yılında BBC Studios ve Bein Media Group arasında “ortak içerik geliştirilmesi, içeriğin prodüksiyonu ve dağıtımı ile ilgili olarak Katar, MENA ve Türkiye pazarlarındaki fırsatların araştırılmasına yönelik” ortaklık anlaşması yapılmıştır (<https://mediacat.com>, 3 Ağustos 2018).

Ülkeler arasında televizyon alanında yaşanan iş birlikleri sonucu televizyon program ticaretinde yaşanan artış da televizyon yayınlarına küresel bir nitelik kazandırmıştır. Günümüzde herhangi bir ülkeye ait başarılı televizyon dramaları dünyadaki birçok ülkeye ihraç edilmektedir. Sadece hazır televizyon programları şeklinde değil, televizyon program formatları da diğer ülkelere satılmaktadır. Örneğin dünyada çok sevilen “Survivor”, “Who Wants to be a Millionaire” ve “Big Brother” gibi yarışma formatlarının, ülkemiz dahil, birçok ülkede uyarlamaları yapılmıştır.

3. Türk Televizyonlarında Drama Anlatıları

TRT döneminde ilk defa yerli dramalarla tanışan Türk halkı, özel kanalların yaygınlaşması ve özel kanallar tarafından yerli drama üretimine ağırlık verilmesi sonucu bu program türüyle sıkı bir bağ kurmuştur. 2018 yılı RTÜK (2018: s.53,54) araştırmasına göre yerli dramaların haber programlarından sonra Türk televizyonlarında en çok izlenen program türü olması bu bağın azalmadan devam ettiğini göstermektedir. En çok izlenme oranı alan ulusal kanalların hemen hemen hepsinin prime time kuşaklarını yerli dramalar doldurmaktadır.

Türkiye’de televizyon yayınlarının 1974 yılından itibaren yayın gün ve saatleri artmış ve ülke çapında yayılmaya başlamıştır. Yayınların nitelik ve nicelik olarak gelişme gösterdiği bu dönemde “Kaynanalar” adlı ilk Türk draması TRT tarafından 1974 yılında üretilmiştir (Tanrıöver, 2011: s.44).

1974 yılında tartışmalı bir şekilde TRT Genel Müdürlüğüne atanan İsmail Cem döneminde Halit Refiğ, Metin Erksan ve Lütfü Akad gibi Türk sinemasında önemli filmler çekmiş olan yönetmenlere TRT’nin kapıları açılmıştır. Bu dönemde Türk Edebiyatı’nda “Aşk-ı Memnu”, “Hanende Melek” gibi klasikleşmiş eserler mini drama formatında televizyona uyarlanmış ve izleyiciler tarafından ilgiyle karşılanmıştır (Tekinalp, 2011: s.234,235).

80’li yıllara gelindiğinde yine yerli edebiyat kaynaklarından beslenen seriyal tarzda çekilen yapımlar görülmektedir. “Küçük Ağa (1984-Tarık Buğra uyarlaması), Kartallar Yüksek Uçar (1984- Attila İlhan’ın özgün TV senaryosu), Dokuzuncu Hariciye Koğuşu (1986-Peyami Sefa uyarlaması), Çalıkuşu (1986-Reşat Nuri Güntekin Uyarlaması), Aliş ile Zeynep (1985-bir Rumeli türküsü uyarlaması)” bu yapımlar arasındadır. Kaynanalar, Kuruntu Ailesi ve daha sonraki yıllarda yayınlanan Bizimkiler gibi yapımlar dizi/seri formundaki yapımlar olmuştur (Çelenk, 2010: s.20).

Yerli dramaların yığinsal beğeniler oluşturmaları ve toplumsallaşma ögesine dönüşmesi 1986 yılında TRT 2’de yayınlanan “Perihan Abla” dramasıyla olmuştur. Özel kanalların olmadığı, tek kanallı bir dönemde ikinci kamu kanalının açılması yayın saatlerinin artmasına olanak vermiştir. Yine bu yıllarda telekomünikasyon alanındaki gelişmelerle birlikte yayın alanları genişletilmiş ve renkli yayına geçilmiştir (Tanrıöver, 2011: s.44).

Özel televizyonların yayına başladığı 90’lı yılların başında yerli dramalar yayın akışlarında fazla yer almamıştır. Örneğin 90’lı yıllarda yayına başlayan ilk özel televizyon kanalı olan Magic Box Star 1’in 1990 yılı Kasım ayı yayın akışında haberler, söyleşi ya da talk showlar ve futbol maçlarından başka yerli yapımlar yer almazken, bir sonraki yıl bütün gün yayın yapan kanalın yayın akışında sadece birkaç yerli komedi draması yer almaktadır (Kejanlıoğlu,2004: s.313).

Dramaların haber programlarından sonra en çok izlenen ikinci program türü olduğu bilgileri üzerine özel kanallar 90’lı yılların ortalarından itibaren yerli drama üretimine ağırlık vermiştir (Tanrıöver, 2011: s.44). Özel televizyonların iyice yaygınlaştığı 1994 yılı yayın akışına baktığımızda seriyallerin oldukça yaygın olduğunu görürüz. TRT3, TRT GAP ve Kanal 6 dışındaki Kanal D, Show TV, ATV, TGRT, Star, TRT1,TRT2 ve HBB gibi kanallarda seriyal yayınları yer almaktadır. Star televizyonu, gündüz yayın kuşağını, 11.50’den başlayıp 18.30’a kadar, 7 seriyal yayınıyla doldurmuştur (Akbulut, 1994: s.77,78). 2000’li yıllardan itibaren yerli drama sayısının istikrarlı bir biçimde televizyon kanallarında arttığı görülmektedir. “2000 yılında haftada ortalama 36 dizi yayınlanırken, bu sayı 2008 de 57, 2010 da ise 47 olmuştur.” (Şentürk, 2017: s. 209).

Son zamanlarda sadece nicelik olarak değil, dramaların nitelik olarak da gelişme göstermesi ve bazı diğer sebeplerden dolayı dramalarımız yurt dışı izleyicileri tarafından da beğeniyle izlenilmektedir. Hem yurt içinde bu kadar ilgi gören hem de bir ihracat ürünü olarak değerlendirilen dramaların üretildiği drama sektörü tüm bu geliş-

melerle büyümüş ve Türkiye’de önemli bir sektör haline gelmiştir.

Eurodata kurduğu “NOTA- New On The Air” platformuyla televizyon ve internet ortamında yayına giren yeni içerikleri takip etmektedir. 2017 yılında dünya genelinde 48 bölgenin verileri incelenmiş ve 4 bin 100 adet ithal televizyon içeriğinin yayına girdiği görülmüştür. Bu ithal televizyon içeriklerinin en büyük ihracatçısı 500’den fazla program sayısı ile ABD ve İngiltere olmuştur. “İçerik ihracatında ilk 5 içindeki diğer ülkeler Fransa, Almanya ve Türkiye olarak sıralanmaktadır.” (RATEM, 2018: s.13,14).

Dünya televizyon içeriği ihracatında ilk 5’te bulunan Türkiye, dramalarını başta Türki Cumhuriyetler olmak üzere Orta Doğu ve Balkan ülkelerine ihraç ederken şu an Güney Amerika’dan Rusya’ya, ABD’den Çin’e 140’dan fazla ülkeye ihraç etmektedir. Her yıl 100’ün üzerinde dramının üretildiği Türk drama sektöründe çoğu drama, birkaç bölüm sonra düşük reyting oranlarından dolayı ülkemizde yayından kaldırılrsa da bu dramaların %75’i ihraç edilmektedir. Türk dramalarının yaklaşık olarak 400 milyon izleyicisi olduğu tahmin edilmektedir. “Bu veriler Türkiye’yi Amerika’dan sonra dünyaya en çok dizi ihraç eden ikinci ülke konumuna getirmiştir.” (RATEM, 2018: s.14).

4. Amaç ve Yöntem

Küreselleşme sürecinin üretim pratikleri açısından Türk drama yapımlarına etkilerinin olup olmadığı, olduyrsa ne tür değişimlerin yaşandığını açıklamak araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada yöntem olarak yapılan- dırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid 19 salgınından ötürü sektörün önde gelen yapımcıları, yönetmenleri, senaristleri, ajans ve kanal yöneticileriyle yapılması planlanan görüşmeler dijital ortamda yapılmıştır. Genellikle mail yoluyla soru- cevap ve “zoom” programı üzerinden görüntülü konuşma yöntemiyle veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemine göre analiz edilmiştir.

5. Örneklem

Küreselleşmenin drama sektörüne olan etkilerini detaylı bir şekilde incelemek için drama sektörünün farklı çalışma alanlarında çalışan yönetmen, senarist, yapımcı, ajans ve kanal yöneticileri araştırmada örneklem olarak seçilmiştir. Örneklem olarak farklı meslek gruplarından seçilen kişilerin çoğu alanında tanınan ve hali hazırda sektörde çalışan kişilerdir. Örneklem olarak seçilen kişilerden bazılarının ürettiği, satışına ve gösterimine katkıda bulunduğu dramalar yurt dışına ihraç edilmiştir. Bahsedilen meslek gruplarından seçilen 17 kişiyle 30.03.2020-23.06.2020 tarihleri arasında e-posta yoluyla ve “Zoom” programı üzerinden görüntülü görüşmeler yapılmıştır. Örneklem olarak seçilen kişilerin meslek gruplarında homojen bir yapı benimsenmemiş, bir meslek grubundan ulaşılabilirlik özelliğinden dolayı daha fazla kişi seçilebilmiştir.

Tablo 1: Çalışmada Görüşülen Kişiler

Timur SAVCI	Yapımcı (TIMS&B Production)
Türkan YURDAM DOĞAN	Fox Türkiye Drama Direktörü
Sarp KALFAOĞLU	BluTV Drama Direktörü
Gülen ÇAKIR	Show TV Drama Koordinatörü
Ahmet ZİYALAR	İnterMedya Şirketi Başkanı
Özlem ÖZSÜMBÜL	Madd Entertainment Satış Direktörü
Ozan AÇIKTAN	Yönetmen

Gönenç UYANIK	Yönetmen
Erkan NURHAN	Yönetmen
Ayşe Ferda ERYILMAZ	Senarist
Ramazan DEMİRLİ	Senarist
Koray YELTEKİN	Senarist
Meltem ÇİTCİ	Senarist
Gökhan TEMEL	Senarist
Gökhan HORZUM	Senarist
Berfu ERGENEKON	Senarist
Başak ANGİGÜN	Senarist

6. Araştırma Verileri

Küreselleşmenin drama sektörüne ve üretim pratiklerine olan etkisi:

“Küçük bütçelerle iyi içerik yatırımı yapmaya çalışan ulusal kanallarımız, milyarlarca dolarlık dev bütçeli global yayın şirketleri ve dijital platformlarla mücadele etmek zorunda. Dünyanın önemli bir içerik üreticisi olan Türkiye’ye büyük bütçelerle girdiler ve yapımcı, oyuncu, yazar, yönetmenlerle yani yeteneklerle bütçelerinin ezici gücünü arkalarına alarak doğrudan anlaşıyorlar. Bu, büyük bir hacme sahip drama ihracatımızın önemli ölçüde düşmesine sebep oluyor. Çünkü global şirketler içeriklerin mülkiyetini de alıp gittikleri için ihracat gelirinde önemli bir kalem olan bu gelirden Türkiye mahrum kalıyor. Bunun diğer önemli etkisi de dünyada kendini ispatlamış içeriğimiz bu platformların isteği doğrultusunda şekillenerek özelliğini ve özgünlüğünü kaybediyor.” (Timur SAVCI- Yapımcı-TIMS&B Production)

“Tüm dünya artık tek bir ülkenin farklı bireyleri gibi. Dizilerimizin yurtdışına ulaşmasıyla mesafelerin kıldığı çok önemli bir gerçek. Ekonomiye, turizme, kültüre, ihracata...getirdiği katkılar dikkate değer. Çok uzak coğrafyalarda asla birbirimize seyahat etme imkânı olmayan evlere bu sayede girip nasıl olduğumuzu, kültürümüzü, nasıl yaşadığımızı aktarıyoruz. İnanılmaz bir kültür alışverişi ve elçiliği yapıyoruz.” (Özlem ÖZSÜMBÜL-Madd Entertainment Satış Direktörü)

“Yerel anlatım dili ve lezzetlerinin kaybolmasına yol açar.” (Ahmet ZİYALAR- Inter Medya Şirketi Başkanı ve COO)

“Birçok dizi daha tasarlanma aşamasındayken yurt dışı faktörüne göre düşünülüp projelendiriliyor. Genel bir kod var, hikâyeler yerel olsun ama evrensel duygulara hitap etsin isteniyor. Mesela tamamen yerel özelliklere sahip bir Türk ailesi ve yerel olaylar anlatılsın ama umut, hırs, kıskançlık, aşk gibi evrensel duygular işlensin isteniyor. Yerel karakterlerin evrensel duyguları nasıl yaşadıkları üzerine kuruluyor hikâye ve senaryolar.” (Ayşe Ferda ERYILMAZ- Senarist)

“Biz içerik üreticileri açısından söyleyecek olursam, hikâyeyi yaratırken iki farklı süzgeçten geçiriyoruz. İlki anlatmak istediğimiz hikâyeler, ikincisiyse seyircinin duymak istedikleri. İkisi çok başka şeyler maalesef. Bu anlamda ürünün uluslararası platformda alıcı buluyor olması biz üreticileri –sözleşme maddelerimiz haricinde- çok da etkilemiyor esasen. Bir de Netflix gerçeği var elbette. Büyük umutlarla sarılıp aynı hüsranı yaşadığımız. Küre-

sel anlamda sinemayı, sinemaya ait büyüü hikâyeleri bozup sıradanlaştıran, drama alanında da muhataplarının ciddiye aldığı kadar kendi işini ciddiye almadığını düşündüğüm sabun köpüğü bir müessese bence.” (Başak ANĞİ-GÜN- Senarist)

“Dünyanın bir yerinde üretilen içerikler satışla bambaşka bir ülkede karşılık bulur oldu. Bu insanlara ulaşılabilirliği arttırırken bir yandan benzer kültürlerin sınıflandırılmasını da getirdi beraberinde. Bir de üstüne dijital platformlar eklenince içeriklerin zenginleşim ihtimalini getirdi ancak işte bu noktada bizim sözleşmelerimiz ve tanınmayan haklarımızla dünya üstünde tanınan haklar çelişmeye başladı. Bu bizi hem zorlayan bir süreç hem de doğru yönetilirse güçlenmemize vesile olabilecek bir durum. Türk izleyicisine hitap eden içerikler yine benzer içeriği tercih eden ülkelere satılır halde henüz. Global bakış açısıyla üretilen hikâyeleri yapmaya cesaret edecek global zihniyette yapımcılar olmadıkça ve bu konuda cesaretli davranılmadıkça, hikâye üretsek de bir karşılığı henüz yok.” (Berfu ERGENEKON- Senarist)

“Bize bir etkisi olduğunu düşünmüyorum. Çünkü bir dizinin uluslararası satışının yapılabilmesi için ilk önce mutlaka yurt içinde başarı kazanmış olması gerekiyor. Başarıdan kastım sadece 13 bölümün üstünde yayınlanabilmiş olması. Yurt içinde başarılı olmanın şartları da buraya, bu topraklara yönelik bir iş yapmaktan geçiyor. Senaryo yazarken hiç yurt dışını düşünmem ben. Hikâyemin bu ülkenin seyircileri tarafından sevilmesi önemlidir.” (Gökhan HORZUM- Senarist)

“Olumlu ve olumsuz yönde büyük etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Küreselleşmeyle içerik yönünden git gide derinliğini yitiren televizyon programlarının kapitalist sisteme hizmet eden birer ürüne dönüştüğünü söylemek mümkündür. Kapitalist sisteme hizmet eden birer ürüne dönüşen bu tür televizyon programlarının kültür emperyalizminde oldukça büyük bir etkisi olduğu da söylenebilir. Hikâye ve senaryo üretimine en büyük etkisi; oluşturulan dramatik eserlerin kapitalist sisteme hizmet eden birer ürüne dönüşmesini sağlamasından söz edilebilir. Dramatik eserlerde genellikle zengin ve fakir farkı ortaya konmakta; sürekli olarak çok para sahibi olmak, iyi giyinmek, iyi arabalara binmek, iyi mekânlarda takılmak, iyi evlerde yaşamak ve bu zenginliği elde etmek için her yolun mubah olduğu pompalanmaktadır. Tüm bunlar da dramatik eserleri nitelikli sanat yapıtları olmaktan çıkarıp sıradanlaştırmaktadır.” (Gökhan TEMEL- Senarist)

“Küreselleşme, kapitalizmin tek tip insan yaratma arzusunun önemli dayanak noktalarından olmuştur. Kapitalizm, farklı beğeni gruplarına uygun farklı eserler ortaya çıkarmaktan ziyade, kendi ürününü beğenecek bir kitle yaratmayı daha çok arzular. Şu anda özellikle dijital platformlarda yapılan da budur. Böylelikle dünyanın herhangi bir ülkesinde çekilen bir dizi tüm insanlığa pazarlanabilmektedir. Lakin küreselleşme süreci, Türk dizilerini sahip oldukları yerel kodlardan fazlasıyla uzaklaştırmış değildir. Türk dizilerinde hâlâ ağırlıklı yerel kodları görmektediriz.” (Koray YELTEKİN- Senarist)

“Küreselliği iki şekilde değerlendirebilirim: Birincisi, Netflix gibi portalların tüm dünyaya yayın yapmasından kaynaklı her türlü içeriğe açık olması. Bu hem Türkiye’de hem de diğer ülkelerde sektörü olumlu yönde etkileyen bir durum. İkincisi, dramaların direkt yurt dışı satışlarının yapılabilmesi. Daha önce söylediğim gibi gelir açısından artışa sebep olsa da bir yandan sürelerin kısalmasının bir sebebi gibi geliyor bana. Türkiye’de yayınlanan bir bölüm yurt dışına üç bölüm olarak satılıyor. Dizi evreni yaratılırken bile bunun yurt dışı ayağı düşünülüyor. Yapımcıların kaygıları o taraftan gelen talepleri de karşılayabilmeye yönelik. Mesela senarist tarafından kırsal alanda geçmesi istenilen bir projeye zorla konak sokulmaya çalışılıyor.” (Meltem ÇİTCİ – Senarist)

“Dijital platformların ülkemizden içerik almaya başlaması yapımcılar için işleri daha da zorlaştıracak. Yurt dışına içerik satmak, hele ki döndüre döndüre önümüze koydukları içerikleri satmak artık pek mümkün görün-

müyor... Senaristler için de yeni ve zorlu bir sınav bu küreselleşme aslında. Yazma alışkanlıklarımız yıllar içinde o kadar değişti ki birçok arkadaşım kısa yazamaz oldu. Derdini kısa sürede anlatamaz oldu çünkü sayfa doldurmak için o kadar çok duyguya ve aksiyona abandılar ki basit hikâye anlatımını, aktarımını unuttular. Neyse ki hızlıca toparlanacaklarına inanıyorum. Küreselleşmenin diğer bir faydasıysa bizim yeni ve özgün içeriklere burun kıvrıran yapımcılarımızın, hâlâ “bunu fasulye ayıklayan Ayşe teyze izleyecek,” diyen kanal drama koordinatörlerinin elinden bir nebze kurtulacak olmamız. Artık bir projeyi üretirken bunu hangi ülkelere satabiliriz, sorusu ister istemez aklımıza geliyor. Hatta bu düşünceyle biraz da ülke trendlerine bakıyoruz.” (Ramazan DEMİRLİ- Senarist)

“Ulaşılabilirlik anlamında altın bir çağda yaşıyoruz. Platformda izleyip beğendiğimiz yabancı bir dizinin yönetmeni ile sosyal medyadan iletişim kurabiliyoruz. Performansına hayran kaldığımız bir oyuncuyla iletişim kurup karakteri nasıl ele aldığı hakkında fikir alabiliyoruz. Yeni çekim tekniklerine, yeni alışkanlıklara, yeni teknik yeniliklere hiç olmadığı kadar yakınız. Yeni ve yenilikçi yönetmenler olarak artık dünya bir tık uzağımızda olduğuna göre daha fazla izler, daha fazla teknikleri sorgular hale geldiğimizi düşünüyorum. Her ne kadar ulusal kanal işleminde hâlâ eski kafa alışkanlıklara bağnaz şekilde saplanmış yapımcılarla bunları tartışmasak dahi... (Piyasadaki birçok yapımcı hâlâ dramatik bir sahnenin kontrast ışığını beğenmeyip size: “Ben bu oyuncuya şu kadar para veriyorum, onun gözlerini göreceğim!!!” diye çıkışabiliyor.) Bu anlamda geliştirmizi iddia etsek de hâlâ yerel bir noktadayız.” (Erkan NURHAN- Yönetmen)

“Artık insanlar dünyanın her yerinden gelen hikâyeleri izlemeye başladılar. Ben bir Türk olarak Viking Sagalarını öğrendim ya da bir Amerikalı “Atiye” sayesinde Anadolu hikâyelerini öğrendi. Artık dünya kültürü, dünya mirası sadece bulunduğu ülkelere değil, global olarak bütün dünyaya mal olmaya başladı. Dolayısıyla lokal film yapımcılarının projeleri daha değerli olmaya, daha orijinal olmaya başladı. Yeni platformlar sayesinde farklı formatlar olabileceğini görmeye başladık. Mesela 8 bölüm, 45 dakikalık diziler ve hikâye anlatımları olduğunu gördük. Her bölümü başka yönetmenin çektiği, ona göre evrilen dizi formatları gördük. Bu örneklerle beraber ben de Türkiye’nin ilk iki Netflix projesinde bulunma fırsatı yakaladım ve bu süreçler içinde yazar ekipleriyle, yapımcı ekipleriyle tamamen yabancı olduğumuz bu yeni dünyayı beraber keşfetme fırsatı yakaladım. Bu gibi yapımların sayısı arttıkça, bu yapımlarda çalışan teknik ekiplerin ve yaratıcı ekiplerin tecrübesi arttıkça dünya standartlarında ve hatta üstünde işler ortaya koyacağımızı düşünüyorum.” (Gönenç UYANIK- Yönetmen)

“Televizyona, ulusal kanala bir iş yapıyoruz. O işin küreselleşmeyle, seyircinin tükettiği dramatik ürün çeşitliliğiyle artması diyelim bunun adına. Onunla nasıl ilişkisi vara şöyle bakmak lazım. Kime yapıyoruz bu diziyi, ulusal kanalda Star TV’de bir dizi yapacağız yaş grubu kim, kime hitap edecek durumu devreye girdiğinde o yaş grubu eğer küreselleşmeden payını alıyorsa yani mobilden izliyorsa, istediği zaman izliyorsa, bölük pörçük izliyorsa bu dramatik yapıyı değiştirecektir. Şu an Türkiye’de sanırım hâlâ %64 gibi bir şey ana akım televizyonun ağırlığı ve medya tüketiminde biz daha ana akım televizyona bağlı bir kitleye dizi yapıyorsak burada küreselleşmeyle bir işimiz olmaz. Eskiden nasılsa hani sinema filmleri de var, dünyadan da filmler geliyor, açıp filmi izleyebiliyorsunuz aynı kanallarda Star TV’de bir şey izlerken, çevirip bir Robert De Niro filmi izleyebildiğiniz gibi dolayısıyla küreselleşme ne kadar yakınsa o kadar orada duracak. Ama tüketimi hızlandırdığı yani sizin seçim alanınızı genişlettiği yerde kitle kim, kime yapıyorsunuz sorusu devreye girer. Kime yapıyorsunuz girildiğinde de nerede yapıyorsunuz giriyor. Ulusal kanalda gençlere yapıyorsak o zaman küreselleşmenin belki bölük pörçük izlemeden nasibini alacağı kesin. Ona göre kesip, biçmek ya da bir tane şarkı söyleyen Serenay spotunuzun olması gerekecek ki dolaşıma girsin. Belki bulaşıcılığı artırmak için düşünürken oralara girecektir. Ama dramatik içeriğin küreselleşmeyle bağı falan bence oralara daha çok var ulusal kanallar açısından. Ana akım özel televizyon kanallarında bir şey yapılırken küreselleşmenin belki hani Netflix’le, Amazon’la yarıştığınız için kaliteyi yükseltmeniz gerektiğini söyleyebiliriz. Ama bunun da totalde 120 dakikalık bir dizide ne kadar kaliteyle işleneceğinden emin değilim, önemli olan 120 dakikayı doldurmak olacaktır. Tabii ki Netflix’e yaptığımızda yaptığımızın otomatik olarak 50 dile çevrili-

yor olmasını bilmek başka bir filtre getiriyor, o filtre bazen yerel dokudan taviz vermek olabilir dramatik anlamda. Zaman zaman da çektiğinizi bir kez daha düşünmemize sebep olabilir ama benim zaten bütün tasam yaptığımızın evrensel bir şey olması gerektiği üzerine.” (Ozan AÇIKTAN- Yönetmen)

“OTT (over-the-top) dünyasının en gözde iş modeline sahip dijital televizyonculuk modeli SVOD (subscriptional video on demand) hiçbir koşulda yerelle yetinmiyor. İş modeli buna müsait değil. Hem daha fazla abone ve daha fazla sektöre el atmalı, hem emperyal davranmalı. Bu anlamda Netflix, HULU, Amazon Prime, HBO Max, Disney+ gibi platformların hepsi er ya da geç tüm dünyada hizmet vermek zorunda. Tüm dünyada hizmet veren hiçbir platform büyük ölçüde lokal düşünemez. Avusturalya’da üretilen içerik, Türk izleyici için de ilgi çekici olmalı örneğin ya da Arjantin’den çıkan herhangi hikâye, Fransız’a da bir şeyler söylemeli.” (Sarp KALFAOĞLU- BluTV Drama Direktörü)

“İnsanlığın ortak değerleri üzerinde yükselen iyi hikâyelerle, “küresel” bir bakış açısı dramının doğasında zaten ilk günden beri var. Dolayısıyla küreselleşmenin içerik açısından büyük bir fark yaratmadığını söyleyebiliriz. Ancak teknik anlamda özellikle de dijital platformlar üzerinden insanların dünyadaki bütün yapımlara kolaylıkla ulaşmasını sağladı küreselleşme. Bu belki orta vadede televizyon sektörünün mesela genç izleyiciyi dijital platformlara kaptırması sonucunu doğurabilir.” (Türkan YURDAM DOĞAN- FOX Türkiye Drama Direktörü)

“Dünyada küreselleşmenin televizyon dizileri açısından Türk televizyonlarına olumlu ve olumsuz etkileri olmuştur. Özellikle kültürümüze daha yakın olarak ele alabileceğimiz Güney Kore dizilerinin uyarlamaları ve tabii ki her alanda örnek aldığımız Amerikan dizileri ile ülkelerinde yayınlanmış ve yüksek reyting almış formatlar üzerinden ilerlemek, iyi yapılmış ve rüştünü ispatlamış örneklerle bir bakıma rekabete daha önde başlamak demek oluyor. Bunun son zamanlarda en başarılı örnekleri “Anne” ve “Kadın” dizileridir. Türkiye’deki uyarlamaları o kadar başarılı oldu ki kendi ülkelerinde yayınlanan orijinallerinden daha çok ses getirdiler. Türk televizyonlarında küreselleşmenin olumsuz etkileri ise, yaratıcılığı ve özgün işler yapmamızı kısıtlaması sadece başarılı olan işlerin benzerlerini tekrar etmemize neden olmasıdır. Olumlu etkilerinin getirdiği başarıların yanı sıra olumsuz etkilerini de özellikle son birkaç yıldır hissetmekteyiz.” (Gülen ÇAKIR- Show TV Drama Koordinatörü)

7. Araştırma Verilerinin Analizi

Sektör çalışanları, küreselleşme sürecinin Türk drama sektörü üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin olduğunu belirtmiştir. Yüksek bütçeli küresel şirketlerin sektöre girmesi rekabeti olumsuz yönde etkilemektedir. Bir yanda küçük bütçelere sahip, iyi içerik yatırımı yapmaya çalışan ulusal kanallar varken, diğer yanda yüksek bütçeli küresel yayın şirketleri ve dijital platformlar vardır. Bu tarz küresel şirketler, yetenekli yapımcı, oyuncu, yazar ve yönetmenlerle bütçelerinin ezici gücünü arkalarına alarak doğrudan anlaşıp daha güçlü içerikler oluşturmaktadır. Bu durum yerel üreticiyi olumsuz olarak etkilemektedir. Küresel şirketler, ürettiği içeriklerin telif haklarına da sahip olduklarından dolayı bu içeriklerin Türkiye’ye ihracat geliri olarak da bir faydası dokunmamaktadır. Bunun dışında küresel şirketlerin Türk içeriklerini istedikleri tarzda şekillendirerek, içeriklerin özelliğinin ve özgünlüğünün kaybolmasına neden olduğu vurgulanmaktadır. Küresel yayın platformu Netflix, sinemaya ait büyümlü hikâyeleri bozup sıradanlaştıran, drama alanında muhataplarının kendisini ciddiye aldığı kadar kendi işini ciddiye almayan sabun köpüğü bir müessese olarak tanımlanmıştır. Süreler açısından sektör çalışanlarına iyilik yapan Netflix, nite-lik konusunda hayal kırıklığı yaratmıştır.

Küreselleşme süreciyle içerik yönünden derinliğini kaybetmeye başlayan televizyon programlarının kapitalist sisteme hizmet eden birer ürüne dönüştüğü ve bu tür televizyon programlarının kültür emperyalizmine hizmet ettiği vurgulanmıştır. Küreselleşmenin hikâye ve senaryo üretimine en büyük etkisinin “oluşturulan dramatik eserlerin kapitalist sisteme hizmet eden birer ürüne” dönüştürülmesi olduğundan bahsedilmiştir. Küresel-

leşmenin kapitalizmin tek tip insan yaratma amacına hizmet ettiği mantığı içerisinde dijital platformlar, dünyanın herhangi bir yerinde üretilen bir içeriği tüm insanlığa pazarlayabilmektedir.

Küreselleşme sürecinin olumlu yanlarının da olduğu belirtilmiştir. Dünyadaki tüm içeriklerin aynı anda birden fazla ülkede yayına girebildiği, ortak yayınların yapılabilirdiği, bir ülkeye ait hikâyenin başka ülkelerde kendi karakterleriyle yeniden üretildiği, ulusal içeriklerde yabancı karakter ve müzisyenlerin kullanılabildiği vurgulanmıştır. Türk dramalarının yurt dışına ihracı ekonomiye, turizme, kültüre çok büyük katkılar sağlamıştır. Aynı zamanda dramalar vasıtasıyla “inanılmaz bir kültür alışverişi ve elçiliği” yapılmaktadır. Küreselleşmenin bir diğer faydası da senaristleri özgün içeriklere burun kıvrıran yapımcılardan ve kanal drama koordinatörlerinin elinden kurtaracak olması olarak görülmüştür.

İnsanların dünyanın her yerinden gelen hikâyeleri izlemesiyle dünya kültürünün tüm dünyaya mal olduğunu ve yerel film yapımcılarının projelerinin de daha değerli, daha orijinal oldukları belirtilmiştir. Netflix gibi küresel dijital platformların Türkiye’de çektikleri yapımlarda çalışan teknik ekiplerin ve yaratıcı ekiplerin tecrübesi arttıkça dünya standardında işlerin gerçekleşeceği vurgulanmıştır.

Bir drama yapımının uluslararası platformlarda alıcı buluyor olması, sözleşme maddeleri dışında senaristleri çok da etkilemediğinden söz edilmiştir. Dijital platformlar, yaygınlaşınca içeriklerin zenginleşmesi ihtimali doğmuş ama bu noktada Türk drama sektöründe yapılan sözleşmelerle ve tanınmayan haklarla dünyada uygulanan haklar arasında karşıt bir durum olduğu belirtilmiştir. Küreselleşmenin hikâye üzerinde belirgin bir etkisinin şimdilik olmadığı, küresel bir bakış açısıyla oluşturulan içerikleri çekmeye cesaret edecek küresel zihniyette yapımcılar olmadıkça ve bu konuda cesaretli davranılmadıkça, hikâye üretilse de bir karşılığının olmadığı vurgulanmıştır. Ayrıca “insanlığın ortak değerleri üzerinde yükselen iyi hikâyelerle” “küresel” bir bakış açısı dramının doğasında ilk günden beri zaten var olduğu için küreselleşmenin içerik anlamında bir değişiklik yaratmadığı belirtilmiştir.

Dramaların ihracının yapılabilmesi için önce yurt içinde başarılı olması gerektiği gerçeğinden hareketle küreselleşmenin sektör üzerinde bir etkisinin olmadığı vurgulanmıştır. Görüşülen senaristlerden biri, senaryo yazarken yurt dışını hiç düşünmediğini, bu ülkenin seyircileri tarafından hikâyesinin sevilmesinin önemli olduğunu belirtmiştir. Küreselleşme sürecinin Türk dramalarını yerel kodlarından koparamadığı, ağırlık olarak dramalarda yerel kodların ağır bastığı dile getirilmiştir.

Bazı görüşmeciler ise küreselleşmenin hikâye anlamında etkilerinin olduğunu, drama evreni oluşturulurken bile yurt dışı ayağının düşünüldüğünü belirtmiştir. Örneğin kırsal alanda geçen bir hikâyeye zorla bir konak eklenmek istenmekte, zengin taraf mutlaka olmalı denilmektedir. Ayrıca birçok drama yapımının daha tasarım aşamasındayken yurt dışı faktörlere göre projelendirildiği, senaryo beklentilerinin değişerek evrensel duygulara hitap eden yerel hikâye beklentisinin yapımcılarda oluştuğu vurgulanmıştır.

Görüşülen yönetmenler tarafından küreselleşmenin drama sektörüne kesinlikle etkisinin olduğundan ve ulaşılabilirlik anlamında altın bir çağda yaşadığımızdan söz edilmiştir. Küresel platformlarda beğenilen yabancı bir içeriğin yönetmeni ile sosyal medyadan iletişim kurabildiklerini, performansına hayran kalınan bir oyuncuyla karakteri nasıl ele aldığı hakkında fikir alabildiklerini, yeni çekim tekniklerine, yeni teknik yeniliklere hiç olmadıkları kadar yakın olduklarını belirtmiştir. Yeni ve yenilikçi yönetmenlerin yaptığı yapımlar bir tık uzakta olduğu için daha fazla izleyip, teknik daha fazla sorgulanır hale gelmiştir. Fakat yine aynı sorun dile getirilmiştir. Yapımcılar, hâlâ eski alışkanlıklarına göre davrandıkları için hâlâ yerel bir noktada durulmaktadır. Küreselleşmenin drama yönetimi ve çekim anlamında yönetmenlere yeni kurgu teknikleri, yeni rejisi opsiyonları, kamera hareketleri gösterdiği fakat sektörde kopyala- yapıştır mantığının olmasından dolayı özgünlükten uzak işlerin ortaya çıktığı belirtilmiştir.

Küreselleşmenin drama sektörüne olan etkisi üzerinde konuşurken çekilen yapımın hedef izleyici kitle-sinin ve hitap ettiği kitlenin kim olduğu üzerinde düşünülmesi gerektiği belirtilmiştir. Hedeflenen “yaş grubu eğer küreselleşmeden payını alıyorsa yani mobilden izliyorsa, istediği zaman izliyorsa, bölük pörçük izliyorsa” bu durum dramatik yapıyı değiştirecektir. Diğer yandan ana akım televizyon izleyicisine yönelik bir yapım hazırlanıyorsa küreselleşmeyle bir ilişki olamaz. Bu sebeple ulusal kanallar açısından dramatik içeriğin küreselleşmeyle bağı olması durumuna daha çok vardır. Fakat Netflix’e yaptığınız bir işin 50 dile çevrileceğini bilmenin ister istemez bir filtre getirdiğinden bahsedilmiştir. Bu filtre, bazen yerel dokudan taviz vermek bazen de çektiğiniz iş için bir kez daha düşünmeniz şeklinde olabilmektedir.

“OTT (over-the-top) dünyasının en gözde iş modeline sahip dijital televizyonculuk modeli SVOD (subscriptional video on demand)” iş modeli, daha fazla aboneye ve daha fazla sektöre ihtiyaç duyduğu için hiçbir platformun hiçbir şekilde yerelle yetinemediği belirtilmiştir. Bu platformların devamlılığı için dünyanın bir yerinde üretilen içerik diğer ülke insanları için de ilgi çekici hale gelmelidir. Dolayısıyla dijital platformların doğası gereği küresel bir yapı üzerinden işlediği vurgulanmıştır.

Değerlendirme ve Sonuç

Küreselleşme etkisinin tüm dünyada yakalamış olduğu ihracat başarısıyla küresel ürün üretme anlamında adından söz ettiren Türk drama sektörünü ne şekilde etkilediğine dair yapılan araştırmada önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Öncelikle küreselleşmenin Türk drama sektörünü üretim anlamında tahmin edildiği kadar etkilemediği ortaya çıkmıştır. Türk drama sektöründe yerel olsun ama evrensel duygulara da hitap etsin ya da dramanın castı, mekânları yurt dışındaki izleyici için de çekici olsun gibi isteklerle hikâyeler oluşturulabilirken, çoğunlukla yerel izleyicilerin beklentilerine göre hikâyelerin oluşturulduğu sektör paydaşları tarafından vurgulanmıştır.

Sektörde çalışan senarist ve yönetmenler, küreselleşmenin ve küresel dijital içerik platformlarının drama sektöründe değişikliklere ve gelişmelere yol açtığını ya da açacağını kabul etmekle birlikte şu an için sektöre bakıldığında yerel kodların dışına çıkılamadığını belirtmiştir. Öncelikle bunun nedeni olarak küresel gelişmelere rağmen hâlâ yerel bir noktada duran yapımcılar görülmektedir. Küresel bir hikâye oluşturmak, yurt dışındaki başarılı çekim tekniklerini uygulamak isteyen senarist ve yönetmenlerin karşısına, bunu Ayşe Teyze izleyecek diyen yapımcılar çıkmaktadır. Bu durum da sektörün yerel özelliğini korumasına neden olmaktadır. Belki Netflix gibi küresel dijital platformların yaygınlaşması, yaratıcılığı ve evrenselliği destekleme adına sektöre yardımcı olabilir. Sektörde küreselleşme denildiğinde akla ilk olarak drama ihracatı gelmektedir. Bir ülkeye drama satmanın ilk şartı da o yapımın yurt içinde başarılı olması olduğundan dramalar hazırlanırken, ilk olarak yerel izleyicinin beğenileri dikkate alınmaktadır.

Elde edilen verilere göre dünyada birçok ülkeye ihracatı yapılan, ortalama 400 milyon izleyici tarafından izlenen Türk dramaları, küresel bir niteliğe sahip olsa da üretim anlamında hâlâ yereldir. Bu durum, küreselleşme sürecinin zıtlıkları içerisinde barındırdığı, parçalı yapısını akla getirir. Küreselleşme süreciyle dünyada mutlak bir bütünleşme sağlanırken, bir yandan da yerel kimlikler ve yerelleşme önem kazanmaktadır. Küreselleşmenin yerellikten beslendiği ve tikelden tüme gidildiği çeşitli kişiler tarafından vurgulanmıştır. Yerel üretim pratikleriyle üretilen dramalar, diğer ülkelere ihraç edilerek küresel bir nitelik kazanmıştır.

Küreselleşmenin drama sektörümüz üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin olduğu görüşmelerde vurgulanmıştır. Küreselleşme sayesinde dünyanın bütünleşmesi, insanlığın birbirinden haberdar olması ve bir ülkede yayınlanan televizyon dramalarının diğer ülkelerde de yayınlanabilmesi, insanların farklı kültürlerle tanışmasını ve kültürel alışverişi hızlandırmıştır. Ayrıca Netflix gibi küresel içerik platformlarının ülkemizde yaygınlaşması, yurt dışındaki drama üretim pratiklerinin ülkemizde tanınmasına ve buna yönelik sektörün kendini

düzenlemesi için bir fırsat yaratmasına olanak vermiştir. Netflix gibi küresel platformlara iş yapmak, ülkemizde uzun yazmaya alışmış senaristleri olması gerektiği uzunlukta yazmaya, yaratıcılıklarını kullanmalarına imkân vermektedir.

Küreselleşmenin drama sektörümüz üzerindeki olumsuz etkilerine de dikkat çekilmektedir. Küreselleşme sürecinin içerisinde barındırdığı bütünleşme ve tek tipleştirme mantığının dramalarımızın yerel dokusuna zarar vererek, yerel lezzetlerin kaybolmasına neden olacağı vurgulanmaktadır. Özellikle Netflix gibi küresel platformlarda tek tip şablonda farklı hikâyeler anlatılmaktadır. Küresel bir izleyici kitlesi yaratmak için bu tip platformlarda belli bir şemada hikâyeler anlatılmakta, bu durum yerel anlatım biçimlerinin değer kaybetmesine neden olmaktadır.

Küreselleşme süreciyle televizyon programlarının derinliklerini kaybettiği ve kültür emperyalizmine hizmet eden ürünlere dönüştüğü iddia edilmektedir. Hikâyelerde sürekli olarak çok para kazanmanın, iyi giyinmenin, iyi mekânlara gitmenin ve iyi yaşamanın önemi vurgulanmakta, kapitalist sistem özendirilmektedir.

Netflix gibi küresel platformların küresel sermayeyle bir ülkede üretim yapmaya başlaması, o ülkede iş yapmaya çalışan ulusal yapımcıları da olumsuz yönde etkilemektedir. Maddi güçleriyle ülkedeki en iyi senarist, yönetmen ve yapım ekibiyle anlaşılan bu tip platformlar, kısıtlı reklam gelirleriyle geçinen kanallara iş yapmaya çalışan yapımcıları olumsuz olarak etkilemektedir. Ayrıca ülkemizde küresel platformlar için çekilen dramaların tüm hakları platformlara ait olduğu için drama ihracatımıza da herhangi bir katkısı olmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akbulut, Nesrin Tan (1994). Televizyon Yayınlarında Soap Operalar. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Anderson, Benedict (1995). *Hayali Cemaatler Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*, 2.bs. İstanbul: Metis Yayınları.
- Balcı, Ali (2006). “Roland Robertson, Küreselleşme ve Kültür”, Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:1, s.25-37.
- Bauman, Zygmunt (2018). *Küreselleşme*, 8.bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çelenk, Sevilay (2010) “Aşk-ı Memnu’dan Aşkı Memnu’ya Yerli Dizi Serüvenimiz”, Birikim Dergisi, sayı: 256-257, s. 18-27.
- Çoban, Aykut (2002). “Küreselleşmeye Karşı Olmak: Olanaklar ve Sınırlılıklar”, Praksis Dergisi, No:7, s.117-165.
- Erbay, Yusuf (2011). “Küreselleşme Sürecini Anlamaya Yardımcı Bazı Kavramlar”, İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi, C.2011, No:32, s.279-294.
- Friedman, Thomas (2003). *Lexus ve Zeytin Ağacı Küreselleşmenin Geleceği*, 3.bs. İstanbul: Boyner Yayınları.
- Giddens, Anthony (2018). *Modernliğin Sonuçları*, 8.bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Held, David; McGrew, Anthony (2014). “Büyük Küreselleşme Tartışması”, Küresel Dönüşümler Büyük Küreselleşme Tartışması, Haz. David Held, Anthony McGrew. Ankara: Phoenix, s.7-70.
- İnce, Murat (2009). “Küreselleşme ve Yerelleşme: Bir Çelişki mi?”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11-1, s.259-275.
- Kejanlıoğlu, Beybin (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*, Ankara: İmge Kitabevi.
- McChesney, Robert W. (2014). “Yeni Küresel Medya”, Küresel Dönüşümler Büyük Küreselleşme Tartışması, Haz. David Held, Anthony McGrew, Ankara: Phoenix, s.311-319.
- Mediacat.com (Ağustos 2018). BEIN Media Group ve BBC Studios’tan Stratejik İş birliği, 10.02.2020. <https://www.mediakat.com/bein-media-group-ve-bbc-studiostan-stratejik-isbirligi/> adresinden alındı.
- RATEM (2018). *Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu*. İstanbul.
- Robins, Kevin (2014). “Küreselleşme Karşılaşmaları”, Küresel Dönüşümler Büyük Küreselleşme Tartışması, Haz. David Held, Anthony McGrew, Ankara: Phoenix, s.287-294.
- RTÜK (2018). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*. Ankara.
- Stiglitz, Joseph E. (2002). *Küreselleşme Büyük Hayal Kırıklığı*, (Çev: Arzu Taşçıoğlu - Deniz Vural), 2.bs. İstanbul: Plan B Yayınları.

Şentürk, Rıdvan (2017). *Türkiye’de Film Endüstrisi*. İstanbul: İTO Yayınları.

Tanrıöver, Hülya Uğur (2011). *Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri*. İstanbul: İTO Yayınları.

Tekinalp, Şermin (2011). *Camera Obscura’dan Synopticon’a Karşılaştırmalı Radyo ve Televizyon*, 2.bs. İstanbul: Beta.

Thompson, John B. (2014). *“İletişimin Küreselleşmesi”*, Küresel Dönüşümler Büyük Küreselleşme Tartışması, Haz. David Held, Anthony McGrew, Ankara: Phoenix, s.295