

T.C
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**TÜKETİM TOPLUMU VE TELEVİZYON DİZİLERİ:
MEDCEZİR DİZİSİ İNCELEMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Sinem ARSLAN

1250Y21203

İstanbul, Haziran 2015

T.C
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ ANA BİLİM DALI
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**TÜKETİM TOPLUMU VE TELEVİZYON DİZİLERİ:
MEDCEZİR DİZİSİ İNCELEMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Sinem ARSLAN

1250Y21203



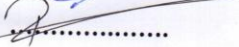
Danışman: Doç.Dr.Zeliha HEPKON

İstanbul, Haziran 2015

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi
Sinem Arslan "Tüketim Toplum ve Televizyon Dilleri"
Medya Dilleri İncelemesi" konulu tez çalışması
jürimiz tarafından Yüksek Lisans tezi olarak (oybirliği / oyçokluğu) ile başarılı
bulunmuştur.

	Adı - Soyadı	İmza
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. Zülke Hayran	
Jüri Üyesi	: Prof. Dr. Celal Aktaş	
Jüri Üyesi	: Y. D. Dr. Dilan Kabay	

Tüketim Toplumu ve Televizyon Dizileri: Medcezir Dizisi İncelemesi

ÖZET

Tüketme terimi, "tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek" anlamlarını taşımaktadır. Tüketime ekonomik açıdan bakıyor olsak da tüketim kültürel bir yapıya da sahiptir. Jean Baudrillard tüketimi kodlar ve kurallarla düzenlenmiş bir göstergeler sistemi olarak tanımlamaktadır. En önemli kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonun etkisi günümüzde gün geçtikçe artış göstermektedir. Televizyon insanların en önemli bilgi kaynaklarından biridir. Hem görsel hem de işitsel özelliği olması sebebiyle hem akılda kalıcı hem de görsel hafızayı canlandırıcı bir etkiye sahiptir. Televizyon dizileri kullandıkları lüks ürünler, evler, arabalar yoluyla insanları tüketmeye sevk ediyor. Bu çalışma Medcezir dizisi üzerinden televizyon dizilerinin gündelik yaşamımız ve tüketim kalıplarımız üzerindeki etkisini ele alacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim toplumu, televizyon, televizyon dizileri, Medcezir

Consumption Society and Television Series: Analyze of 'Medcezir' Series

ABSTRACT

The concept of consumption means 'to destroy, spend, waste or finish something'. Even though we're looking at an economic standpoint of consumption, consumption has a cultural structure. Which is one of the most important mass media impact of television nowadays is increasing day by day. Television is one of their most important source of information. Due to both visual and auditory feature both catchy and visual memory has an invigorating effect. Especially as the television series that they use luxury products, houses, cars encourages people to consume more. This thesis will analyze the effects of television serials on our daily life and our consumption modes through Turkish TV serial Medcezir.

Key Words: Consumption society, television, television series, Medcezir

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
Tez Onay Sayfası	ii
Özet(Abstract)	iii
Tablolar Listesi	vi
Şekiller Listesi	vii
Kısaltmalar	viii
GİRİŞ	1
1.TÜKETİM VE TÜKETİM TOPLUMU KAVRAMI	3
1.1 Kavramsal Çerçeve: Tüketim.....	3
1.2 Tüketime Kuramsal Yaklaşımlar.....	4
1.3 Tarih Boyunca Tüketim.....	7
1.4 Tüketimi Belirleyen Sosyo-Kültürel Faktörler.....	9
1.4.1 Aile Yapısı.....	9
1.4.2 Eğitim Durumu.....	10
1.4.3 Meslek.....	11
1.4.4 Kültürel Değerler.....	12
1.5 Tüketim Toplumu.....	12
1.5.1 Küreselleşme ve Tüketim Toplumu.....	13
1.5.2 Tüketim Toplumu ve Medya.....	15
1.5.3 Türkiye’de Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzlarının Medyadaki Yansımaları.....	18
2.BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK TELEVİZYON VE ÜRÜN YERLEŞTİRME	21
2.1 Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyon.....	21
2.1.1 Televizyon İçeriklerinin Tüketimi.....	22
2.1.2 Televizyon Programlarında Tür.....	23
2.1.3 Eğlence ve Yarışma Programları	24
2.1.4 Dramatik Yapımlar.....	24

2.2 Ürün Yerleştirme Kavramı.....	27
2.2.1 Ürün Yerleştirmenin Özellikleri.....	27
2.2.2 Ürün Yerleştirmenin Avantajları ve Dezavantajları.....	28
2.2.3 Ürün Yerleştirmede Kullanılan Araçlar.....	30
2.2.4 Ürün Yerleştirme Türleri.....	33
2.2.5 Ürün Yerleştirmenin Tüketiciler Üzerindeki Etkileri.....	34
2.2.6 Ürün Yerleştirmenin Marka ve Reklam verenler Üzerindeki Etkileri.....	35
2.2.7 Türkiye’de Ürün Yerleştirme Uygulamaları.....	36

3.TÜKETİM TOPLUMU VE TELEVİZYON DİZİLERİ: MEDCEZİR DİZİSİ İNCELEMESİ.....

39

3.1 Televizyon-Dizi-Tüketim.....	39
3.2 Televizyon Dizileri ve İzleyiciler.....	40
3.3 Yöntem.....	42
3.4 Medcezir Dizi İncelemesi: Sosyal Medya Analizi.....	42
3.4.1 Medcezir Dizisi Facebook Hesabı İncelemesi.....	49
3.4.2 Eylulunnotlari.com Blog Sayfası İncelemesi.....	53
3.4.3 Medcezir Dizisi Twitter Hesabı İncelemesi.....	55
3.4.4 Medcezir Dizisi Instagram Hesabı İncelemesi.....	59
3.5 Derinlemesine Görüşme: Bulgular.....	60
3.6 İzleyici Yorumları.....	60
3.6.1 Televizyon Dizilerinin Tüketime Yöneltilmesinin Araştırılması.....	60
3.6.2 Dizilerde Gösterilen Lüks Ürünlerin İnsanları Tüketmeye Teşvik Ettiğinin Araştırılması.....	61
3.6.3 Dizide Dikkat Çeken Ürün Yerleştirmenin Araştırılması.....	62
3.6.4 Dizide Görüp Satın Alma Kararı Duyulmasının Araştırılması.....	63
3.6.5 Dizide Bulunan Mekanlara Gitme İsteğİ Duyulmasının Araştırılması.....	63
3.6.6 Dizi Karakterinin Almak İstlenen Ürün veya Markayı Kullanmasının Satın Almadaki Etkisinin Araştırılması.....	64
3.6.7 Dizide İnsanları Tüketime Yönlendiren Durumların Araştırılması.....	65

SONUÇ.....

67

EKLER

KAYNAKÇA

TABLolar LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. 2014 Yılında Sosyal Medya Üzerinde En Çok Konuşulan Programlar.....	43
Tablo 2. Sosyal Medyada En Çok Takipçisi Olan Diziler.....	44
Tablo 3. 2015 Yılı Ocak Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı.....	44
Tablo 4. 2015 Yılı Şubat Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı.....	45
Tablo 5. 2015 Yılı Mart Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı.....	45
Tablo 6. 2015 Yılı Nisan Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı.....	46
Tablo 7. 2015 Yılı Mayıs Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı.....	46
Tablo 8. Sosyal Medya Facebook Basın/Yayın Sektörü Hayran Sayfası	46
Tablo 9. Sosyal Medya Twitter Basın/Yayın Sektörü Hayran Sayfası.....	47
Tablo 10. Medcezir' in Twitter ve Facebook Hesabının Takipçileri ile Kurduğu Etkileşimler	47
Tablo 11. 2014-2015 Yılında Twitter'da Medcezir İle İlgili Atılan Tweetler.....	55

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 1. Dizilerin Facebook'ta Konuşulma Oranları.....	48
---	----

KISALTMALAR LİSTESİ

- AB** : Avrupa Birliği
- bkz** : Bakınız
- çev.** : Çeviren
- der** : Derleyen
- DVD** : Digital Versatile Disc
- RTÜK** : Radyo Televizyon Üst Kurulu
- s.** : Sayfa
- S.** : Sayı
- ss.** : Sayfa Sayısı
- TRT** : Türkiye Radyo Televizyon
- TV** : Televizyon

GİRİŞ

Televizyon bir görsel-işitsel iletişim aracı olarak toplumsal hayatımızın önemli aktörlerinden birisidir. Televizyon izleyicisinin günlük yaşam pratikleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Teknoloji-toplum ilişkisi bağlamında yürütülen tartışmalarda televizyon ve toplumsal dolayimler sıklıkla ele alınmıştır. Televizyon dizileri ise son yıllarda en çok izlenen ve ses getiren yapımlar olarak ortaya çıkmaktadır. Yapılan çalışmalar yeni medya mecralarının artan kullanımına rağmen televizyonun izleyici sayısı ve izlenme süresi bakımından liderliğini koruduğunu göstermektedir. İnsanlar iş dışındaki vakitlerinin büyük bir kısmını televizyon karşısında harcamakta, günlük yaşamın yorgunluğunu ve stresini üzerinden atmak için yarışma, diziler gibi programlar izlemektedirler.

Diziler, insanlara belirli bir hayat tarzını göstermektedir. İnsanlar sevdikleri karakterlerle özdeşleşmekte, bu süreçte dizilerin sunduğu tüketim kalıplarını benimsemektedirler. Popüler televizyon dizileri, insanları tüketim toplumu değerlerinin etkisi altında bırakmakta ve gerçeklik duygusunu tehdit eden bilgi ve imaj dünyası sunmaktadır. Böylece gerçek ve hayal arasındaki ayrım belirsiz hale gelir. Dizide bulunan karakterler ve izleyiciye sunulan tüketime ait değerler, yaşam tarzı, cinsiyet rolleri daha kolay kabullenir hale gelir.

Bu çalışmanın amacı, dizilerin belirli tüketim kalıplarının insanlar tarafından benimsenmesindeki rolünü irdelemektir. Bu amaçla son dönemin izlenme oranı en yüksek dizilerinden biri olan Medcezir dizisi incelenmiştir. Çalışma dizinin sosyal medya hesaplarında izleyicilerin yaptıkları yorumlar ve yapılan derinlemesine görüşmelerle izleyici üzerindeki etkisini ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu çalışmanın günümüz televizyonlarının hakim program biçimlerinden dizilerin izleyici üzerindeki etkisini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Bu kapsamda dizilerin izleyicilerini tüketim toplumunun bir parçası haline getirdiği hipotezi öne sürülmektedir. Medcezir dizisi karakterlerin giydikleri, kullandıkları, gittikleri yerler izleyicide bir etki yaratır. Bu çalışmanın araştırma yöntemi Medcezir

dizisinin sosyal medyadaki hesaplarının eleştirel bir okuması ve derinlemesine görüŖme tekniğidir.

ÇalıŖmanın birinci bölümde; tüketim ve tüketim toplumu kavramları ele alınacaktır. Tüketim toplumunun medya ve küreselleŖme ile olan iliŖkisi ortaya çıkarılacaktır. İkinci bölümde, kitle iletiŖim aracı olarak televizyon ve türleri ve ürün yerleŖtirme kavramı ele alınacaktır. Ayrıca, ürün yerleŖtirmenin tüketici, marka ve reklam veren üzerindeki etkileri açıklanacaktır. Üçüncü bölümde ise Medcezir dizisinin sosyal medya hesapları incelenerek dizinin tüketim toplumuna yol açtığı üzerine örnekler sunulacaktır ve derinlemesine görüŖme yapıp izleyicilerin yorumları analiz edilecektir.

1.TÜKETİM VE TÜKETİM TOPLUMU KAVRAMI

1.1 Kavramsal çerçeve: Tüketim

Tüketim olgusu davranışlarımızın şekillenmesinde önemli etkide bulunur. Gerçeklik duygusuna ve güvensizlik hissine alışamamanın sonucu olarak gerçek dünya ile başa çıkabilmek üzere geliştirilen bir savunma stratejisi olarak da karşımıza çıkar. Dünyaya ilişkin korku ve kaygılarımızın üzerini örten tüketim, bu tehditleri tecrit ederek bizi daha güvenli bir sığınağa sokan bir yerdir.¹

Tüketim bireysel bir süreç olarak yaşanıyor görünse de toplumsal olarak oluşturulan, tarihsel olarak değişen bir olgudur.² Bu bağlamda tüketimi insanların para kazanmak ve harcamak için neler yapabiliyor olabileceklerinden çok insanların özelliklerini sıralarken ya da kendilerini konumlandırırken yararlandığı her türlü toplumsal etkinlik olarak tanımlayabiliriz.³

Tüketim kavramını ihtiyaçların giderilmesi şeklinde de tanımlayabiliriz⁴. Burada tüketimin amacı olan ihtiyaç bir eksikliğin hissedilmesi olarak tanımlanır. Tüketimle ilgili literatürde bazı düşünürler fiziksel ihtiyaçları; bir zorunluluk olarak ifade ederken, diğer talepleri yapay, yanlış, lüks ve ahlak dışı olarak değerlendirmektedirler⁵. İktisadi bir olgu olan tüketim aynı zamanda sosyal faktörlerin ağırlığını en fazla hissettirdiği alanların en başta gelenidir.⁶

Günümüzde tüketim denince daha çok tüketmenin daha çok mutluluk getireceği anlaşılmaktadır. Buna göre insan ne kadar tüketirse o kadar var olur ve kendini düşünsel biçimde tekrar üretir. Tüketim, çağdaş toplumun kendisi üzerine bir söz,

¹ Soner Yağlı, “Gündelik Hayatımızda Akıl Tutulması: Medya Uygulamalarında Tüketim İdeolojisinin İzlerini Sürmek”, **Gündelik Hayat ve Medya** kitabı içinde, editör Selda İçin Akçalı, Ankara: Ebabil, Yayınları,2006,s.23

² Robert Bocoock, **Tüketim**, çev.İrem Kutluk,,Ankara: Dost Yayınları,1997,

³ David Chaney, **Yaşam Tarzları**, çev.İrem Kutluk, Ankara: Dost Yayınları,1999,s.24

⁴ Fuat Ercan, **Toplumlar ve Ekonomiler**, İstanbul: Sarmal Yayınevi,1998,s.121

⁵ Mary Douglas ve Baron Isherwood, **Tüketimin Antropolojisi**, Çev. Erdem Atilla Aytekin, Ankara:Dost Kitabevi, 1999,s.35

⁶ Beğlü Eke, “Tüketimin Sosyolojik Anlamı” ,**Sosyal Siyaset Konferansları** (Prof. Dr.Orhan Tuna’ya Armağan), www.journals.istanbul.edu.tr s.413 (Eylül 2014)

toplumumuzun kendiyile konuşma tarzıdır. Bir anlamda tüketim toplumunun tek nesnel gerçekliği tüketim fikri diri gündelik söylem ve entelektüel söylem tarafından sürekli yinelenen ve sağduyu gücüne ulaşmış olan bu yansımali ve söylemsel bileşimdir.⁷

1.2 Tüketime Kuramsal Yaklaşımlar

Tüketim zemini, reklamcılar, pazarlamacılar ve medya tarafından kuşatılmıştır. Tüketimi sadece ekonomik olarak düşünmek yeterli değildir. Tüketimi aynı zamanda sosyo-kültürel bir kavram olarak düşünmek gerekir. Tüketimi yöneten ilişkilerin nitel özellik taşıması kimin neyi tüketeyeğini incelemek açısından önemlidir. Bu durum bu şekildeki tüketimin kültürel belirleyiciler üzerinde tahlil edilmesi bakımından önem taşır.

Bugün olduğu gibi geleneksel toplumlarda da tüketim, temel gereksinmelerin yanında bireyin sosyal ilişkilerini anlamlandıran bir süreç olmaktadır. Modern toplumlarda tüketim bireyin ve toplumsal grupların kendisini ve yaşam şekillerini göstermesi bakımından geleneksel toplumlara göre daha etkili olmaktadır. Tüketim zamanın koşullarına göre şekillenen bir süreç olması tüketimin modern dünyadaki sınırlarını, anlamını ve tüketim eksenli ortaya çıkan yeni kavramları ele almak tüketim sosyolojisinin içeriğini oluşturmaktadır.⁸

Toplumsal bir yapıda tüketim tanımlanırken kuramlardan arındırılmış bir dil kullanma olanağı yoktur. Tüketim kavramının anlamı, farklı genel kuramsal görüşlere göre değişip çeşitleneceği gibi tek bir görüş içinde analiz edilen tarihsel döneme bağlı olarak da farklılık gösterebilir. Bu sebeple, tüketimin oynadığı rolü anlayabilmek için kavramı kapitalizmin başlangıç dönemlerindeki şekillerinin analiziyle elde edilmiş daha geniş bir sosyal kuramsal çerçeve içine yerleştirmek gerekir.

⁷ Figen Ebrin, **Tüketim, Tüketici ve pazarlama üzerine** , Ankara: Detay Yayıncılık, 2009,s.27

⁸ Mehmet Ali Aydemir, **Tüketim; Modern Dünyanın Kültürel Göstereni, Kültür Sosyolojisi**, Ankara: Hece Yayınları, 2007,s.272

Tüketim konusundaki Marksist görüşe baktığımızda üretim ilişkileri ve bunun üzerinde yükselen bir toplumsal üstyapının analiz düzeyleri olarak ortaya çıktığını görüyoruz. Bu noktada metalar, fiziksel objeler olarak üretilir ama ayrıca nasıl yorumlandıklarına göre kültürel olarak tüketim öğeleri olarak oluşturulurlar.⁹

Neoklasik kuram ise insanı “hazcı” terimleriyle ifade eder ve insan doğası üzerinden tüketim olgusunu açıklar.¹⁰ Tüketimde etkisi bulunan objektif ve subjektif faktörler değerlendirilir. Kişisel tercihler birbirinden bağımsızdır ve hem alışkanlık hem de öğrenmenin etkisi bulunmaktadır. Üst düzey tüketim malları ve yüksek yaşam standartlarıyla iletişim bireylerin kendi tüketimini çoğaltma arzusuna yol açtığını ifade etmiştir. Gösteriş etkisi ihtiyacının gösteriş tüketimine bağlı olmadığını ifade etmiştir. Tüketim sadece tek bir evin gelirine bağlı değil ayrıca diğerlerine göre gelirin durumuna bağlıdır.¹¹

Tüketim normlarının ve bunlarla ilgili olarak beliren değerlerin toplumlararası farklılık göstermesinden başka bir de aynı toplum içinde farklılık göstermesi görülmektedir. Herhangi bir toplumda her birey aynı şekilde tüketmez. Tüketimin, bir toplumda var olan toplumsal tabakalaşmaya ve diğer statü organizasyonlarına göre farklılık göstermesi bu konunun ana niteliklerinden biridir. Tabakalaşmış bir toplumun çeşitli tabakalarına mensup kişiler farklı giyim ve besin maddeleri tüketirler veya tüketim konusunda farklı kaygılara sahip olurlar. Tüketimi toplumsal yön olarak incelediğimizde bunun insanlar arasındaki ilişkileri düzenleme fonksiyonları ve statü ve prestij göstergesi durumunu almış olması görülmektedir.¹²

Pierre Bourdieu ve Jean Baudrillard gibi post-yapısalcı kuramcılar da tüketim olgusunun günümüz toplumunu anlamak bağlamında önem taşıdığını söylemişlerdir. Bourdieu'nun amacı diğer şeyler arasında çeşitli tüketim mallarının, yemeklerin, bunları sunma şekillerinin, ev eşyası ve iç dekorasyonlarının belirli grup özellikle sosyo-ekonomik sınıflar tarafından değişik yaşam şekillerini belirginleştirmek ve kendilerini diğerlerinden ayırt edebilmek için nasıl kullandıklarının analizini

⁹ Ebre, s.4

¹⁰ Ebre, s.5

¹¹ Ebre, s.8

¹² Mübeccel Kıray, **Tüketim Normları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma**, İstanbul: Bağlam Yayınları,2005,s.13-14

yapmaktı¹³. Burada iki değişik sermayeye ulaşma imkanından bahsetmiştir. İş, girişimcilik, ticaret, idare grupları ekonomik sermayeyi vurgulayan grupları oluşturmaktaydı. Bu grupların hedefi taşınmaz malları, fabrikaları, dükkanları hisse senetlerini biriktirmektir. Sermaye kelimesine vermiş olduğu ikinci anlam ise, kültür ve eğitim sahasına kadar genişletmişti. Entelektüel sermaye biçimleri olarak adlandırdığı bu sermaye biçimi romandan resimlere, binalardan televizyon programlarına giysilere kadar her şeyi kapsayan yeni kültürel değerler oluşturabilme ve kültür üzerinde konuşup yazabilme üzerinde kurulmuştur.

Tüketim, bir dizi özerk ekonomik etken sonucunda yerleşmiş olan farklılıkları ifade etmeye değil, sosyal gruplar arasında farklılık yaratmaya yarayan toplumsal ve kültürel uygulamalar dizisi olarak kabul edilebilir. Çalışan sınıfa ait bir evin geliri orta sınıfın alt gelir grubuna ait bir evin gelirinden daha fazla olabilir ama Bourdieu'ya göre tüketim kalıplarını etkileyen sadece gelir değil ayrıca ailenin kültürel ve sembolik değeridir.¹⁴

Jean Baudrillard, tüketimi semboller ve göstergelerin tüketimi olarak görmüştür¹⁵. Ona göre bu semboller ve göstergeler zaten var olan bir anlamı ifade etmiyorlardı. Anlamlar tüketicinin dikkatini çeken bu gösterge sistemi içinde oluşmaktaydılar. Tüketim malın alıcısının aktif olarak katıldığı ve satın alınan malları göstererek kimlik duygusu yarattığı ve bu duygunun muhafaza edildiği bir süreç olarak kavramsallaştırılması lazımdı.

Tüketim hem kolektif hem de bireysel kimlik duygularının sembolik oluşumunun içeren etkin bir süreç haline dönüşmüştür. İnsan giderek kendi kimliğini kendisi oluşturmak durumunda kalmaktadır. Tüketimin rolü bu etkin kimlik oluşturma sürecinde büyüktür. Baudrillard tüketicilerin giyim, takı, gıda, mobilya satın almalarını var olan duygularını dışa vurmak için yapmadıklarını öne sürer. Aksine insanların satın aldıkları bu şeyler yoluyla kimlik duygularını oluşturduklarını ifade eder.

¹³ Bocoock, s.71

¹⁴ Bocoock, s.71

¹⁵ Bocoock,s.72.

Baudrillard için tüketim idealist bir uygulamaya sahiptir¹⁶. Yani tüketilenler nesnelere değil düşüncelerdir. Yediğimiz yiyeceğin maddi bir nesne olduğundan şüphe duymayacağımız şeklindeki sağduyuya ters düşen bu savı öne çıkarmasının sebebi tüketimin kültürel göstergeler ve bu göstergeler arasındaki ilişkiler ile ilgili bir konu olduğunu anlatmak istemesidir. Tüketim idealist bir uygulama olduğu için fiziksel bir doyuma sona ulaşamaz.

Tüketim bir eksiklik üzerine kurulmuştur. Modern ve postmodern tüketicilerin doyuma ulaşmaları mümkün değildir. Ne kadar fazla tüketirlerse o kadar çok tüketmek isteyeceklerdir. Postmodern kapitalizmin tüketimci kültürün etkisi altındaki bireyler bütün arzularının doyuma ulaşmasını istemeye devam edeceklerdir.

1.3 Tarih Boyunca Tüketim

Batı ülkeleri yirminci yüzyılın ortasından itibaren kitle üretimi ve tüketim toplumuna geçiş yapmıştır. Küreselleşmenin etkisiyle 1980'ler den itibaren gelişmekte olan ülkelerde tüketim kültürünün etkisi görülmeye başlanmıştır. Tüketim kültürünün gelişmekte olan ülkelere yayılmasının seyredilebilmesi için ulus ötesi şirketlerin icraatlarının gözlemlenmesi gerekir. Bu şirketler, gelişmekte olan ülkelere ürünlerini pazarlamak dışında sanayileşmiş ülkelerin tüketim kalıplarını da götürmektedir.¹⁷

Amerika Birleşik Devletlerinde ve Batı Avrupa da endüstriyel kapitalizm geliştikçe tüketim grupları oluşmaya başlamıştır. Kuzey Amerika'da kapitalizmin gelişmesi aynı zamanda bir burjuva sınıfını da ortaya çıkarmıştır. Bu sınıfın üyelerini çalışmasına konu eden Veblen, onları Avrupa'daki üst sınıfların yaşam tarzlarını taklit etmeye çalışan yeni bir aristokrasi sınıfı olarak görmüştür.¹⁸

Şehirler, hükümet merkezleri etrafında ya da çelik imalatından dantel yapımına kadar değişebilecek çeşitli endüstri merkezleri etrafında geliştikçeydi. Tiyatro, spor salonları, müzikhol ve onların ardından sinemalar, eğlence merkezleri ve dükkanlar yeni gelişen kasaba ve şehir sakinlerinin sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak üzere büyüyüp geliştikçeydiler. Büyük metropollerde yaşayan insanların günlük

¹⁶ Bocoock, s.72.

¹⁷ Gülten Kazgan, **Yeni Ekonomik Düzendeki Türkiye'nin Yeri**, İstanbul: Altın Kitaplar, 1994, s.24

¹⁸ Bocoock, s.25

yaşamlarının aynı yerde yaşayan diğer insanlara karşılık görmüş-geçirmiş, doygun bir hal “geliştirme ihtiyacından etkilendiğini de öne sürmekteydi.¹⁹

Şehir yaşamı, belirli bir grubu yansıtan özellikler ve bireysel tercihleri ortaya çıkarabilecek bir bölge içinde tüketme ihtiyacını arttırır. Metropoldeki birey, gereksiz harcamalardan kaçınmaz. Kimlik hissi yaratabilmek amacıyla tüketir. Bireyin kendisini başkalarından ayırmak için giymiş olduğu kıyafet stiline başkaları tarafından anlaşılması gerekir. Birey kendini başkalarıyla kültürel sembolleri paylaştığı zaman farklı kılabilir.

1950 den sonra televizyonun ortaya çıkmasıyla iş dışında geçirilen zamanda değişiklik yarattı. Televizyon özellikle 25 yaş üzerindeki insanlar için en önemli boş vakitleri değerlendirme aracı durumunu aldı. Aktif yaratıcılığının pek çok insanın boş zaman uğraşlarının dışında bırakılması, yabancılaşmanın artış göstermesine ve iş yerlerinde olduğu kadar tüketim alanında da derinleşmesine neden oldu.

İçinde bulunduğumuz tarihsel dönemde ise ortaya çıkan yeni yaşam tarzı incelendiği zaman; giyim-kuşam, kişisel zinet eşyaları ve zevk için yapılan pahalı alışverişlerden oluşan bir tüketim ortaya çıkmaktadır. Yirminci yüzyıl ilerledikçe bu yaşam şekilleri daha az servet sahibi olan kişiler arasında da yaygın olmaya başladı.

İnsanlar gelişmiş toplumlarda sadece yaşamlarını devam ettirebilmek için değil aynı zamanda tüketim mallarını almaya güçleri yetsin diye de çalışmaktadır. Önemli olan tüketimin çağımızda nereyse bu dünyaya ait olmayan gerçek üstü sembolik bir düzeye eriştiği böylece satın alma eylemi kadar satın alma fikrinin de ücretli işlerde çalışan birçokları için bir güdü haline geldiğidir.

Tüketimcilik, yani yaşamın manasının bir şeyler satın almak önceden belirlenmiş deneyimler yaşamak olduğunu ifade eden etkin ideoloji modern kapitalizmi egemenliği altına almıştır. Bu tüketim ideolojisi hem insanları fantezilerinde olduğu kadar gerçekte de tüketici olabilmeleri için güdülendirmeye yaramaktadır. Örneğin, evler, arabalar, giysiler, tatiller ve pek çok yiyecek ve içecek alım gücünün dışındaysa işsizlik daha fazla üzüntü verir.

¹⁹ Bocock, s.17

Tüketim, televizyon ve reklamlardaki görüntülerin ve fikirlerin tüketilmesi anlamını ifade eder. Sembolik anlamlar modern tüketiciyi giysilerini, disklerini, otomobillerini, ev eşyalarını satın alırken etkiler. Satın alınanlar sadece basit, doğrudan, yararlı kullanımı olan maddi bir nesne değil bir anlam ifade eden o sırada tüketicinin kim olmayı hedeflediğini gösterebilmek amacıyla kullanılacağı nesnelere. Tüketim malları, bireylerin kimlik duygularını, tüketim kalıpları içindeki sembollerin kullanımı aracılığıyla oluşturdukları bir yöntemin parçalarıdır.²⁰

1.4 Tüketimi Belirleyen Sosyo- Kültürel Faktörler

Günümüzde tüketim, ekonomik ve toplumsal hayatların içi içe geçtiği bir bölgede olmaktadır. Bireyler, var olma kaygıları taşıdıkları ve bu kaygıdan kurtulmak için tüketimi araç olarak görmektedir. Tüketim, düşünsel ve duygusal varlığın muhafaza edilmesinde etkili ve toplumsal ve ekonomik yaşantıların birbirine bağlandığı bir alanda olmaktadır. Tüketim olgusu aile, eğitim, meslek, kültürel özellikler gibi pek çok faktör tarafından belirlenmektedir.

1.4.1 Aile Yapısı

Aile, günümüze kadar her toplumda varlığını devam ettiren sosyal kurumlardan biridir. Aile, toplumsal hayatın devamlılığıyla ilgili cinsel ilişkilerin düzenlenmesi, çocukların doğum ve bakımı, karşılıklı sevgi ve güven gibi ekonomik ve sosyal nitelikli temel ihtiyaçları karşılamak amacıyla bir araya gelmiş kişilerden oluşur²¹. Bu sebeple aile, nüfusu yenileme, milli kültürü taşıma, çocukları sosyalleştirme, ekonomik, biyolojik ve psikolojik tatmin fonksiyonlarının yerine getirildiği sosyal bir kurumdur²².

Aile, biyolojik ilişkiler sonucu insan türünün sürekliliğini sağlayan, toplumsallaşma sürecinin ilk ortaya çıktığı, karşılıklı ilişkilerin kurallara bağlandığı, üyelerinin duygusal olarak doyuma ulaştıkları, üretim ve tüketim açısından ekonomik

²⁰ Douglas Kellner, "Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities", Edited by Losh and Friedman, **Modernity and Identity**, Oxford: Basil Blackwell, aktaran Robert Bocoock ,s.59

²¹ Joseph Fichter, **Sosyoloji Nedir?** Çev. Nilgün Çelebi, Ankara: Attila Kitabevi, 1996, s.58

²² Mustafa Erkal, **Sosyoloji**, İstanbul: Der yayınları, 2006, s.88

etkinliklerde bulunan, biyolojik, ekonomik, psikolojik ve toplumsal yönleri bulunan bir birimdir²³.

Sanayileşmeyle beraber şehirler başkasının mülkü üzerinde, ücret karşılığı çalışan insanlarla dolmaya başladı. Bu durum aile içi ilişkilerde de değişikliğe sebep olmuştur. Çekirdek ailenin diğer kurumlarla ilişkileri sonucunda sahip olduğu bilgiyi diğer kuşaklara daha az iletir duruma geldi. Modern toplumda meslek sahibi olmak daha uzun süre eğitim sürecini gerekli kıldı. Bu durum çocukların ailelerine bağımlılığı artırmaktadır²⁴.

Sanayileşmeyle birlikte aile üretim biriminden çok tüketim birimi haline gelmiştir. Modern toplumlarda ailenin işlev ve rollerinde değişikliğe neden olmuştur. Öyle ki sunulan tüketim olanaklarının artması, gelecek için beklentileri çoğaltmış; kadın ve erkeğin aynı anda çalışmasını zorunlu kılmıştır.

Sanayileşme ve hizmet sektörlerinin gelişmesiyle beraber aile tüketim birimi olarak anılmaya başlamıştır. Aile bireyleri aile dışında meslek ve eğitim gruplarında sosyalleşmesine neden olmuştur. Aile yapısı, bireyin içinde bulunduğu sosyal gruplarda tüketim tarzına yön vermektedir.

1.4.2 Eğitim Durumu

Eğitim toplumda kişinin, gelir durumu, meslek, statüsü ve bu değişkenlere bağlı olarak bireyin tüketim eğilimlerini şekillendiren süreci oluşturur. Modern toplumlarda birey şirketler açısından önemli yatırım olarak görülür ve eğitime yatırım insan unsuruna yatırım olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bireye sunulan eğitim, bilgi ve becerinin yanında gerekli değer yargılarının ve davranışlarının bireye aktarılmasını sağlamıştır²⁵. Bu durumda kişinin aldığı eğitim, sistemin ve şirketlerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde olmalıdır²⁶. Modern toplumda kişi tek başına eğitim için yeterli değildir. Birey toplumun ona vermiş olduğu eğitim olanakları çerçevesinde kendini geliştirir.

²³ Önal Sayın, **Sosyolojiye Giriş**, İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları,1994,s.184

²⁴ Metin Özkul, **Çalışma Sosyolojisi İşgücünün Sosyolojik Nitelikleri**, Isparta: 1997,s.18-19

²⁵ Sabri Akdeniz, **Eğitim Sosyolojisi**, İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınları,3.Basım,,1994,s.330

²⁶ Derek Bok, **Piyasa Ortamında Üniversiteler Yüksek Öğretimin Ticarileşmesi**, Çev. Barış Yıldırım, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları,,2007,s.74

Endüstrileşme ve teknolojinin gelişmesi belirli alanda uzmanlaşacak insan gücünü zorunlu hale getirmiştir. Belli alanda uzmanlaşma ise o alanda güç sahibi olmayı uzmanlık otoritesini beraberine getirmiştir²⁷. Uzmanlar dışında herhangi alanda kişisel girişe geçmek aykırı davranış olarak kabul edilmiştir.

Modern toplumda birey, karşı karşıya kaldığı bireysel sorunların farkındadır, ancak bunların nedenini tam olarak bilmediğinden sorunlarını kişisel başarısızlıklar ve şanssızlıklar olarak değerlendirir. Bu durumda kişi kişisel gelişimini, kendini geliştirmeyi sağlayacak, sosyal ilişkilerini düzenleyecek ve istediği hayat tarzı hakkında öneriler verecek yaşam tarzı dergilerine, gazete, kitap ve televizyon programlarına yaşama tarzı uzmanlarına yönlendirilmektedir.

Eğitim tüketimin yaygınlaşmasında etkili bir araç konumundadır. Eğitim kurumlarını çekici kılan unsur çeşitli tüketim ortamları olmakla özellikle üniversiteler sundukları eğitimin yanında aynı zamanda alışveriş ve boş zamanı değerlendirme alanındaki tüketim olanakları sayesinde bir cazibe merkezi haline gelmiştir²⁸.

1.4.3 Meslek

Günümüzde meslek, bireylerin geçimini ve tüketim ihtiyaçlarını sağlayan, toplumsal statülerini belirleyen, kendine özgü hukuki ve ahlaki kuralları olan sürekli bir faaliyet biçimi anlamında kullanılmaktadır.²⁹ Çağımız toplumlarındaki çoğu meslek belirli bir eğitim seviyesinden sonra kazanılmaktadır. Mesleğin en temel özelliği, toplumsal yapıdaki işlevine göre bireyin yaşamın sürdürmesi ve sosyal statüsünü belirlemesidir³⁰. Mesleğin sağladığı koşullar insanların bir takım olanaklar kazanması ve yaşam tarzını şekillendirmesine izin verir.

²⁷ Erhan Atiker, **Modernizm ve Kitle Toplumu**, Ankara: Vadi Yayınları, 1998, s.88

²⁸ George Ritzer, **Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek**, Çev. Şen Süer Kaya, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2000, s.15

²⁹ Beglü Eke, "Bir Sosyal Sınıf Belirleyicisi Olarak Meslek Faktörü", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, Cilt:43, Sayı:1-4, Prof.Dr. Sabri F.Ülgener'e Armağan, İstanbul, 1987, s.377-379

³⁰ Eke, s.388

1.4.4 Kültürel Değerler

Tüketim sadece fizyolojik ihtiyaçlar değil aynı zamanda kültürel gereklerin de bir sonucudur. İnsanlar kullandıkları nesnelere ve kendilerine ifade ettiği anlamlara göre tavır alırlar. Hindistan da sığır etinin kutsal sayılması Mc Donalds ‘ın menülerinde sığır eti yerine koyun eti kullanmasını gerekli kılmıştır. Bu durum şirketin sunduğu hizmet niteliğinin belirlenmesinde bulunduğu yer ve zamanın kültürel öğelerini ne kadar önemseydiğinin bir göstergesidir. Çünkü anlamlar diğer insanlarla ve kültür ortamlarıyla olan etkileşimin bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır³¹.

Toplumlar, yeni kültürel tercihleri zamanla kabullenip; yaş, cinsiyet, aile ve akraba gruplarına bağlı olarak yeni ürün ve fikirlere tepki gösterip değişikliğe gidebilmektedir.

1.5 Tüketim Toplumu

Tüketim toplumunun ortaya çıkışı, endüstrileşme sürecinden kaynağını alan Fordist üretim sistemine dayanmaktadır. Daha sonrasında kitle üretiminin ortaya çıkması, işletmecilik ve pazarlama eğitiminin kurumsallaşması ve “önce al sonra öde” olanağı veren taksitli alışverişin ortaya çıkması, üretim toplumunu, tüketim ve tüketicilerle şekillendiren tüketim toplumuna dönüştürmüştür.³² Bu süreç sonrasında tüketime eleştirel bakan yaşlı bir kuşaktan, tüketime yaratıcığın ve ekonominin dinamosu olarak bakan genç ve dinamik bir kuşağa doğru bir kayma gerçekleşmiştir.³³

Tüketim toplumunun ayırt edici özelliği; kişilerin ihtiyaç için tüketmeleri değil tüketimin tek başına bir amaç ve ihtiyaç durumuna gelmesidir; insanlar hafta sonlarını temiz havaya çıkıp arkadaşlarıyla sohbet ederek geçirmek yerine alışveriş merkezlerine gidip gezmeyi tercih ediyorlar³⁴. Bu tür yerlere giden bireyler gerekli veya gereksiz pek çok şeyi satın alıyorlar ve aldıkları ürünlerin pek çoğu da işlerine yaramayacak ürünlerden oluşmaktadır. Özellikle çalışan insanlar ihtiyaçlarını

³¹ Abdülkadir Zorlu, **Tüketim Sosyolojisi**, Ankara: Glocal Yayınları,2008, s.50

³² Cengiz Yanıklar, **Tüketimin Sosyolojisi**, İstanbul: Birey Yayıncılık,2006,s.76

³³ Kevin Robins, **İmaj**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları,1999,s.175-176

³⁴ Recai Çınar ve İhsan Çubukçu, “Tüketim Toplumu Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,13(1),2009,277-300

karşlamak için alışveriş yapmamakta, haftanın stresini atmak için de alışveriş yapmaktadırlar.³⁵

Tüketim toplumuna ait değerlerin yerleşim göstermesinde özellikle televizyonun büyük etkisi görülmektedir. ABD ve Avrupa kaynaklı dizi ve filmlerde gösterilen yaşam tarzı, tüketim modeli oluşturup, giyim biçiminden ev döşeme tarzlarına kadar pek çok şeyde bize rehberlik oluşturmaktadır. Aynı şekilde ülkemizde yayınlanan pek çok dizilerde ve filmlerde de bunları açıkça görmekteyiz. İnsanlar bu tür dizilerde gördüklerini kendi hayatlarında da sahip olup hemen tüketmek ihtiyacı duyuyorlar. Dizilerde gördükleri karakterler gibi olup onların sahip olduklarına sahip olmak istiyorlar. Daima tüketip tüketmekten bıkmayıp tükettikçe var olduklarını düşünüyorlar.

Tüketim toplumunu belirleyen şey kitle iletişiminde günlük haberin evrenselliğidir. Kitle iletişiminin bize sunmuş olduğu gerçeklik değil asıl olan bu sunduğu gerçekliğin baş döndürücü olmasıdır. İletilerin içeriği, göstergelerin gösterilenleri büyük ölçüde önem taşımaz. Biz bu iletilerin önemsizliğine bağlı değiliz ve medya bizi dünyaya göndermez, medya bize göstergeler olarak göstergeleri, bununla birlikte gerçeğin teminatıyla doğrulanmış göstergeleri tükettirirler³⁶.

Tüketim toplumu var olabilmek için nesnelere yok etmeye ihtiyaç duyar. Nesnelere yok edilmesinde yaratılan değer büyük önem taşır. Nesnelere sadece yok etmede gereğinden çok vardırırlar ve yok oluşlarında zenginliğe tanıklık ederler. Her durumda yok etme ister şiddetli ve simgesel biçimi altında olsun ve isterse sistematik ve kuramsal yok edicilik biçimi altında olsun endüstri sonrası toplumun başat işlevlerinden biri olmaya adanmıştır.³⁷

1.5.1 Küreselleşme ve Tüketim Toplumu

Küreselleşme, Kapitalizmin dönüm noktasından birini oluşturur. Bu kavram ağırlıklı olarak 1980' den sonra gündeme yerleşmeye başladı. Genel olarak küreselleşme,

³⁵ Yılmaz Aslan, **Tüketici Hukuku ve ilgili mevzuatı**, Bursa:Ekin Kitabevi Yayınları,1996,s.14

³⁶ Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, Çev. Hazal Deliceçaylı-Ferda Keskin, İstanbul:Ayrıntı Yayınları,1997,s.27

³⁷ Baudrillard,s.45

lkeler arasındaki ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayırımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi ancak, birbiriyle baēlantılı olguları ierdiēi, bir anlamda maddi ve manevi deēerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin milli sınırları aşarak dünya çapında yayılması olarak tanımlanıyor.³⁸

Küreselleşme, her alanda mesafenin daha az önemli hale gelmesi, siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda dünyanın daha çok bütünleşmesi süreci olarak ifade etmek mümkündür ve bu baēlamda küreselleşme tek taraflı bir süreç deēildir daha çok çift taraflı bir süreç, zıt eēilimleri içererek de geliřmektedir³⁹.

Küreselleşme, uzak yerleşimleri birbirlerine, yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biimlendirildiēi ya da bunun tam tersinin söz konusu olduēu yollarla baēlayan dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoēunlařmasıdır.⁴⁰ Küreselleşmeyle birlikte özellikle yirminci yılın son eyreēinde teknoloji ve haberleşmede görülen gelişmeler sonucu dünyanın iyice küçülmesi, ekonomik ve siyasal sınırların giderek ortadan kalkması ve sonuç olarak maddi deēerlerin milli sınırları aşarak dünya çapında yayılması ile ülkeler ve milletler arasında iktisadi, siyasi, sosyal ve kültürel temas ve etkiler artmıştır. Bu yakınlaşma ekonomik açıdan, dünyanın bir pazar yeri haline gelmesini ve tüketicilerin homojen davranışlarda bulunmasını içerir. Yeni dünya düzeninde toplumlar, diēer toplumların sahip oldukları yaşam standartlarını, ulaştıkları refah düzeyini görebilmekte, yabancı TV dizileri, tüketicilerin yaşam kalitelerini yükseltmek için benzer tüketimde bulunmalarıyla sonuçlanmaktadır.⁴¹

Küreselleşmenin teknik altyapısını iletişim=haberleşme araçları oluşturuyor. Küreselleşme benimsenecek politik sistem, din ve laiklik, demokrasi, evrecilik gibi pek çok deēerin yerleşmesi ve gncelleşmesini dayatıyor. Küreselleşme ayrıca milli ekonomilerin dünya ile bütünleşmesini ve teknolojinin, üretim, tüketimin, teknoloji ve finansmanın önümdeki sınırların kalkmasını istiyor.

³⁸ şadi zdemir, **Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme**, İstanbul: Timaş Yayınları,1998,s.171

³⁹ Duygu Dumanlı Kürkçü, Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşmeye Yönelik Yaklaşımlar, *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, Cilt:3,Sayı:2,2013,s.3

⁴⁰ Anthony Giddens, **Modernliēin Sonuçları**, ev. Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları,2004,s.69

⁴¹ Murat Ferman,"Yaşam Kalitesi ve Pazarlama zerine Deēerlendirmeler",*Pazarlama Dünyası*, Ocak-şubat,Yıl:3, Sayı:13,1989,s.28

Küreselleşme, kapitalizmin günümüzdeki boyutu ve görünümü onun dünyaya dağılması ve yayılması, dünyayı kuşatması ve ileri aşaması olan emperyalizmin yeni ismidir. Kapitalizm temel dayanağı sermayedir ve özü itibariyle “ölü emektir” ve ancak vampir gibi canlı emeği emmekle yaşayabilir ve ne kadar çok emek emerse o kadar çok yaşar. Küreselleşme, dünya ekonomisinde tüketim kalıplarında da etkilidir. İnsanlar daha fazla gelire sahip olmak ve daha çok tüketmek eğilimine girmişlerdir, reklamlarda ve televizyon ekranlarında gördüklerini hemen elde etmeye yönelmektedirler.

Küreselleşme döneminde insanların yaşamının anlamı tüketime bağlıdır. İnsan tüketiyorsa vardır, anlamlıdır. Eğer tüketmiyorsa yoktur, anlam ifade etmez. Tüketim toplumunun temel bileşeni bedendir. Küreselleşmenin inşa ettiği dünyamızda insan tüketici konumuna indirgenir.”Tüketiyorum öyleyse varım “ temel slogan durumunu almıştır.

1.5.2 Tüketim Toplumu ve Medya

Bugünün tüketim toplumlarında medya kanalları oluşturulan tüketim kültürünün geniş kitlelere aktarılmasında önemli unsurların başında gelmektedir. Tüketim kültürünün yayılmasını sağlayan pek çok yeni oluşum söz konusu olmakla birlikte, medya tüketim ilişkilerinin en temel yaratıcısı konumundadır. Medya göstergelerin tüketilmesine yönelik birinci rolü üstlenirken; tüketime sunulan ürünlerin gerçek işlevinden çok sosyal bir işlev barındırıyor gibi gözükmesine ve bir simülasyon içinde gösterilmesine neden olmaktadır. Artık, ürünler farklı zaman ve mekan boyutunu simgeler duruma gelmiştir. Pek çok ürün arasından seçim yapmanın zorluğunu beraberinde getirmiş ve ürün seçimi hayat tarzı haline getirilmiş ve seçkin bir hayat tarzı önemle vurgulanmıştır.

Kevin Robins “medya tüketimiyle ve özellikle televizyon program türleriyle gerçekleştirilenin, izleyiciler açısından sanal bir gerçeklik olduğunu vurgulamaktadır. Sanal gerçekçiliğin çekiciliği, eğlence ve gerilimi, rahatlık ve güvenlik içinde bir

araya getirmesinden kaynaklanmaktadır⁴². Bu zevk tüketimle ortak seviyede olmanın tüketimle etkileşim içinde olmanın zevkidir. Yani, sınırsız tüketimin zevkidir.

Günümüzde medya ve reklamcılık sektörünün küreselleşmesi tüketim kültürünün en önemli aktarıcısı konumundadır. Medya kurumları küreselleştikçe ve medya mülkiyetinde yoğunlaşmanın artış göstermesiyle medya ideolojik olarak çokuluslu sermayenin çıkarlarını tekrar üreten yayıncılık anlayışına yönelmiştir. Küresel medya şirketleri ulusal toplulukların eski sınırlarının ve engellerinin yıkılmasını zorunlu kılarak görsel-işitsel alanların, uluslar arası tüketim kültürünün küresel ilkeleri temelinde yeniden düzenlenmiştir. Uluslar arası şirketler yerel ve özgün olandan seslenir. Küreselleşme olgusu tüketim kültürünün Batı dışı toplumlarda hız kazanmasını ve “yerel” ile birleşerek benimsenmesine yol açmıştır.

Günümüzde tüketiciler açısından medya ve reklam büyük önem taşır. İnsanlar, gereksinimlerini reklam ve medyaya göre belirler. Bu ihtiyacın oryaya çıkması ve bu ihtiyacın hangi ürün veya hizmetle karşılanabileceğinde hem medyanın hem de reklamın etkisi bulunmaktadır.

Reklamın temel yaklaşımı “Saygın ve mutlu olursunuz “ ilkesi üzerine kuruludur. Böylelikle rekabet halindeki ürünlerin fiyat standardı aynı olsa bile, alınacak doyumun aynı olmadığı görünüşü yaratılmaya çalışılır ve tüketici reklamı yapılan markayı tercihe özendirilir.⁴³

Reklamcı, hedef kitlesini ikna edebilmek için duygusal faktörleri olabildiğince fazla kullanır. Bu duygusal faktörlerin tüketicinin karar vermesinde büyük bir etkisi vardır. Reklam, insanlara devamlı olarak yeni ürünlerin daha başarılı ve mutlu yaşam sürdürmelerini sağlayacağını söyler. Tüketim isteğini canlı tutabilmek için tüketicileri yeni ürünler kullanmaya yöneltirler.

Sistemin öngörüsü ve reklamların yardımı sayesinde ürünlerin kitlelerin olmazsa olmaz ihtiyacıymış gibi gösterilip çok önemli olduğu imajı verilmeye çalışılır. Reklam dolayısıyla tüketiciler, toplum yaşamında değil kendi hayatında bir eksiklik duyar.Reklam sürekli alt-orta sınıf insanlarına bu eksiklikleri anımsatır. Tüketim

⁴² Robins, s.198

⁴³ Metin İnceoğlu, **Tutum Algı İletişim**, İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınları,2010,s.135

toplumunun da geçerli olan düşünme şekli, gereğince çok maddi varlığa sahip olmaktır. Zaten reklamda, bir takım şeylerden yoksun olduğumuz düşüncesine bizi ulaştırarak daha çok tüketmemize yol açmaktadır.

Günümüzde insanlar markaları insanları değerlendiriyormuş gibi değerlendirmeye alıyor ve markalar da özelliklerini tüketicilere iletmek istiyor ve bu yolla arzuladıkları imajı oluşturup tüketicilerin zihinlerinde istenilen konuma ulaşmanın yolunu aramaktadırlar. Bu aşamada reklamlar oldukça önem arz ederler. Marka imajının yaratılıp tüketicilere aktarılıp benimsenmesinin sağlanmasında, bağlılık ve sadakatin yaratılmasında reklamlar büyük bir konuma sahiptir.

Nuri Bilgin'e göre tüketim toplumunda reklamların ve kitle iletişimlerinin yarattığı ve sunduğu bir dünyada insanlar "herkes kral olabilir", herkes zirveye çıkabilir " illüzyonuna sahiptir; prestij ve statü yarışını kazanmanın diğerlerinde olmayı elde etmekten geçtiği anlayışı vardır. Bu ise "eşyalarıyla diğerlerini geç " ya da "diğerlerinden geri kalma" sloganını, sosyal bir buyruk havasına sokmaktadır.⁴⁴

Tüketim toplumu ortamında gerçekleştirilen reklam faaliyetleri, ürünün tüketim değeri kullanım değerinden önce gelmektedir, böylece tüketim toplumu ortamında yaşayan insan asıl gereksinimin tüketimin kendisi olduğunu düşünmeye başlar ve bu durum hayatında gerçek manada kullanım değeri olmayan pek çok ürün ve hizmeti ihtiyacı varmış gibi tüketmeye yönelmesi anlamını taşır.⁴⁵

Günümüz insanını reklamdan kopuk olarak düşünmek imkansızdır. Sıradan bir birey, okuduğu gazetede, izlediği televizyonda, aldığı cep telefonunda binlerce kurum ve kuruluşlara ait olan yüz binlerce reklam mesajları ile karşı karşıyadır.

İnsanlar medya araçları aracılığıyla gördükleri, izledikleri, okudukları şeylere sahip olmak ihtiyacı duyuyorlar. Televizyondaki yarışmalar, film oyuncularını, kadın programları kahramanları, dizilerin varlığı tüketim toplumu şirketleri ve uzmanları için büyük önem taşır. Çünkü bu kahramanların giydikleri, takıları, tükettikleri gıda ürünleri karşılıklarına model alınacak olarak çıktıkları kitlelerinin şekillendirilmesinde temeldir. Bu kahramanların imajı tamamen toplumsaldır. Çünkü üzerinde taşıdıkları ve tükettikleri markaların birer yayıcısı, o ürünlerin toplumda kullanımının

⁴⁴ www.sosyologsevgi.blogcu.com/tuketim-koleligi (Eylül 2014)

⁴⁵ Metin İnceoğlu, s.135

yaygınlaşmasını sağlayan insanlardır. Örneğin, sinema yıldızının oynadığı filmde tükettiği Marlboro marka sigaranın hayranları tarafından aktörle özdeşleşme yaşayacağı ve sonuç olarak beğendiği aktörün tükettiği sigarayı tüketmeye başlayacağından hareket edersek uzmanlar sigarayı satabildikleri en üst miktarda satmayı hedefler. ”Sevgililer günü, “Anneler günü” , “babalar günü “ gibi önceden belirlenmiş günler, insanlar alışveriş merkezlerinde normalinde üstünde çaba göstererek gittikleri yerlerdir. Hediye alımı, bu günlerde özellikle ne tür hediye alınması gerektiği medyalar tarafından belirlenerek ve belirtilerek insanlar yönlendirilmeye çalışılmaktadır.

Markaların ve reklamların tüketimi artırdığı ve topluma ve bireylere olumsuz etki yarattığı yönde eleştiriler bulunmaktadır. Son yirmi yılda gitgide artan bu eleştiriler yaratmış olduğu mücadeleyle yeni hareket ve birliktelikler getirmiştir.

1.5.3 Türkiye’de Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzlarının Medyadaki Yansımaları

Türkiye’deki bugünkü medya ortamları magazinleşen içerik ve söylemlerle izleyicileri devamlı olarak tüketime yöneltten bir çerçeve oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları var olmalarını tüketim kültürü dizgelerine borçlu oldukları için ekonominin genel işleyişinden de kendilerini ayıramamaktadır. Bundan dolayı arz talep ilişkisi etrafında hareket etmektedirler.

Tüketim olgusunun yaşam tarzına dönüşmesinde kitle iletişim araçlarının önemli etkisi vardır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde medya sayesinde geniş kitleler olabildiğince tüketici olmaya ikna edilmekte ve tüketim alışkanlıkları kazandırılmaktadır. Türkiye gibi ülkelerde tüketim kültürü, gereğinden fazla harcamaya, yok etmeye dönük bir tüketim halini alıyor. Tüketim kültüründe insanı insan yapan özellikler törpülenmeye çalışılıyor ve "Sadece düşünmeyin, var olan sistemi sorgulamayın, bugünü yaşayın, yarın ne olacağım telaşına düşmeyin" temasının topluma iletişim araçları (gazete, dergi, televizyon, radyo) aracılığıyla devamlı enjekte edildi.⁴⁶ Medyanın buradaki amacı ise insanlara asıl ihtiyaçlarını

⁴⁶ Hasan Kanbolat, "Tüketim Kültürünün Türk Toplumuna Etkileri", *Hürriyet*, 2008 (Erişim Tarihi: Nisan 2015)

karşılacak ürünleri vermektten çok onlara tüketim ürünleriyle beraber değerlerle özdeşleştirecekleri kimlikler sunarak yapay kimliklerin satın alınmasını sağlamaktır.⁴⁷

Türkiye’de bürokratik mekanizmaların haberdan dramaya bütün programlara yansıdığı TRT’nin yayıncılık anlayışının karşısına yeni içerik ve türlerle çıkan ticari televizyon kanalları, demokratik ve çoğulcu bir alternatif yayıncılık sağlayamamışlardır. Pek çok Amerikan televizyonundan alınarak yerelleştirilen soap opera, reality show, situation comedy(durum komedileri) vb. formatlar ise kültürel çeşitlenmenin değil, egemen tüketim kültürünün ve yaşam tarzlarının yeniden üretilmesinin araçları olmuşlardır.⁴⁸

Bu programlar ve reklamlar, bir taraftan izleyiciyi tüketim kültürü alışkanlıkları içinde konumlandırır diğer yandan da bütün medya metinlerinde egemen söylemlerin temsili ön plana çıkar. Bu söylemler bazen modern tüketim kültürü söylemleri bazen de geleneksel ataerkil söylemler olmaktadır. Medyanın temsil ettiği temsil sürecinde azınlıktaki görüşleri dışlayıp çoğulluğun medyası olmaktan dışarı çıkmıştır. Bir anlamda; medya azınlığın çıkarlarını çoğunluğun çıkarlarına dönüştürürken çoğunluğu temsil ettiği yanılsaması yaratmaktadır.⁴⁹

Farklılıklara hitap etmek yerine her program türü ve içeriğinde ortak payda mümkün olduğunca çok sayıda izleyiciyi ekrana bağlamak olmaktadır. Reklam gelirlerinin düşürme endişesi içinde bulunan ticari televizyon kanalları da reklam pastasından alınan payı artırmaya yönelim içerisine girmektedir. Bunun sonucunda medya metinlerinde çeşitlilik ve farklılık yerine homojenleşme ve benzeşme görülmektedir. Benzeşen programlar farklı kanallarda neredeyse aynı zamanda yayınlanmaktadır.

1980 li yıllarla beraber Türkiye’de küreselleşme sürecinin de etkisiyle artık kamusal yarar düşüncesi ihmal edilmiş ve medya hızla tüketimin kalıplarına göre

⁴⁷ Banu ve Erdal Dağtaş, "Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması, *Eğitim Bilim Toplum*, Cilt:4, Sayı:14, 2006, s.23

⁴⁸ Gülseren Adaklı, "Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol", der. D.Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk ve Gülseren Adaklı, **Medya Politikaları, Türkiye de Televizyon Yayıncılığının Dinamikleri**, Ankara: İmge Yayınevi, 2001, s.145-203

⁴⁹ Ayşe İnal, "Medya, Dil, İktidar Sorunu: İletişim Çalışmalarında Medya ve Siyaset İlişkisini Nasıl Tartışmalıyız?", *İletişim*, Sayı:3, 1999, s.13-36

şekillenmiştir. Bu düzen dolayısıyla izleyiciler yurttaş konumunu değil tüketici konumunu almışlardır.

2.BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK TELEVİZYON VE ÜRÜN YERLEŞTİRME

2.1 Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyon

Televizyon, ortaya çıktığı zamandan bu yana insanların hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Televizyon, belli bir toplumsal yapının siyasal, ekonomik, teknolojik ve kültürel ürünüdür⁵⁰. Televizyon esas olarak haber verme, eğitme, eğlendirme işlevlerini görür. Gelişmiş ülkelerde televizyon bilgi kaynağı olarak daha çok önem taşır. Hem göze hem de kulağa hitap etmesi bakımından diğer kitle iletişim araçlarına göre daha çok tercih edilmektedir.

Televizyon, günümüzün en önemli araçlarından biri durumundadır. İnsanlar televizyonda izlediklerine kendilerini kilitlemiş haldedirler. Günümüzde özellikle, insanların günlük hayatın stresinden uzaklaşmak, kafalarını boşaltabilecekleri önemli bir araç konumundadır.

Kitle iletişim, çeşitli mesajları dağınık bir kitleye geliştirilmiş araçla vasıtasıyla iletilmesi şeklinde tanımlanır. İrfan Erdoğan'a göre kitle iletişimi; yönetici sınıfların ya da egemen güçlerin tek yönlü olarak yukarıdan aşağı kitleye doğru yaptıkları iletişimdir⁵¹. Kitle iletişiminde gönderici ve alıcı arasında yüz yüze ilişki bulunmamaktadır. Gönderici mesajını radyo, televizyon, gazete gibi araçlar yoluyla iletir. Bu iletimin hızlı ve devamlı olması gerekmektedir. Kitle iletişimden söz edebilmek için, baskı tekniklerinin gelişmesi, basılı metinleri tüketecek ortam ve kitlenin oluşması ve kitlenin belirli bir kültür ve gelir düzeyinde olmasının yanında toplumdaki insanların birtakım haklara sahip olması gerekmektedir.

Televizyon, günlük hayatımızın vazgeçilmez parçası halini almıştır. Ailemizden bir üye ve bizimle beraber var olan bir öğe durumunu almıştır. Adeta, bizim günlük stresimizi alan ve kafamızı boşaltmak için en önemli araç konumundadır. Pek çok kişi, gün içinde yaşadığı stres ve sıkıntıları unutmak için de televizyona yönelir.

⁵⁰ İrfan Erdoğan VE Korkmaz Alemdar,"Televizyon:Dünyaya Açılan Pencere?", *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık*,1999,2001,s.169

⁵¹ www.irfanerdogan.com (Mart 2015)

Televizyon, Erol Mutlu'nun "Televizyonu Anlamak" adlı kitabında deđindiđi gibi sadece teknolojik bir ilerlemenin sonucu olan bir iletiřim aracı deđildir. Eđitim dűzeyi, gelir durumu, dűnya gűrűřű, yařı, cinsiyeti farklı olan milyonlarca insanın hayatında bir yeri olan televizyon, bu insanlarla belki de daha derin bir iliřki içindedir. Ayrıca televizyon, sadece "teknolojik bir araç deđil aynı zamanda, toplumsal, kűltűrel ve endűstriyel bir biçimdir.⁵² Televizyon programları ve bu programların içeriđi ile ilgili yapılan eleřtirileri ele alırsak ki bu eleřtirilerin bir kısmı yine televizyon programlarında ve gűnlűk gazetelerde yapılmaktadır, bu eleřtirilerin televizyonun teknolojik yapısından çok, televizyonun ortaya koyduđu sosyo-kűltűrel yapılarla ilgili olduđunu sűyleyebiliriz. İřte bu nedenle Mutlu, televizyonu toplumsal ve kűltűrel bir yapı olarak ele almıřtır.

Televizyon hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir, hatta merkezileşmiş, toplum bireylerinin politika, spor, eğitim, bilim, din gibi konularda bile kavrayış biçimlerinin tamamen şekillendiren bir yapı haline gelmiştir. Bunun sebebi bu konuların bile televizyonun ilgi alanı içinde olmasındır.⁵³

2.1.1 Televizyon İçeriklerinin Tűketimi

İzleyicilerin, programları nasıl izlediđi, programların izleyicileri etkileme řekli izleme deneyiminin nasıl gerçekleřtiđinden daha fazla izlenme oranı ۆnem tařır. İzleyiciler, televizyondan almıř oldukları korku, haz, eđlence karřısında televizyon için iř yapar. Televizyon programları izleyerek tűketilirken, aynı zamanda televizyon ve eđlence sektűrűnűn devamlılıđı için bu ۆretim gerçekleřtirilmiř olur.⁵⁴

Özel televizyon kanallarının artış gűstermesiyle medya hem tűketicisi olma bilincini telkin eder hem de yaşam tarzını benimsetir. Kiřilerin bilgilerini sınavarak para sahibi oldukları yarışmalar insanlara bir gecede milyarlar kazanmalarına yardımcı olmaktadır. Pek çok ihtiyacı olan insanlar bu yarışmalar vasıtasıyla ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. Yarışmalarda bedava ۆrűnlere sahip olmak için yardım çağrısında bulunan ve "Biraz yardım edin Mehmet Bey" diye sűylenen ve kazandığı

⁵² Erol Mutlu, **Televizyonu Anlamak**, Ankara: Gűndođan Yayınları, 1991, s.16

⁵³ Postman, s.90

⁵⁴ Erol Mutlu, **Globalleřme, Popűler Kűltűr ve Medya**, Ankara: ۆtopya Yayınları, 2005, s.107-108

zaman ıgıllıklar atan insanlar, sabah kuşagında reklam hatırlatmaları karşılığında kazanacak bıçak-kaşık setini çeyizi için kullanacağını söyleyen genç kızlar ekranlarda boy göstererek tüketim toplumu profilini gözler önüne sermektedir.⁵⁵

Televizyon her ne kadar dünyanın gerçekliğı üzerine insanlara bilgi verme fonksiyonu görse de aynı zamanda bu gerçekliğı görüp bilme şaşkınlığını kapatma görevini yapar. Robins'e göre; televizyon basit olarak kurgulanamayacak deneyim, hayalleri olabilir duruma getirerek bireyleri etkiler, aynı zamanda "maddenin yok oluşunu" ve deneyiminin "duyarlılık dışında tutulmasını" sağlar.⁵⁶

2.1.2 Televizyon Programlarında Tür

Tür, sadece televizyon programlarını ayırmak için kullanılmaz aynı zamanda yaşamımızdaki nesnelere tanımlanıp, ayırmak amacıyla kullandığımız yöntemlerden birini oluşturur. Bir filmi "korku filmi" olarak isimlendirmemiz türsel ayırlama yapabilmek için kullanabileceğimiz metodlardan biridir. Tür kavramı sadece nesnelere ve olayları sınıflandırma yapmak için kullanılmaz. Bir kitabı roman olarak ayırlamakla "aşk romanı" olarak isimlendirmekteki farklılık, türsel ayırlamanın işlevine örnek olarak gösterilebilir. Bir film veya programı tür olarak sayabilmek için ortak bir tema ve temayı şekillendirmede ortak bir metoda sahip olması gerekmektedir.

Türdeki sınıflandırmalar zamanla farklılık gösterebilir. Program türünde oluşan devamlı değişimler gelenekselle yeni arasında çatışma ortaya çıkarır. Örneğin, belgesel türünün birden fazla alt türü oluşmuştur. Belgesel-drama, gerçeklik televizyon programları (reality tv) örnek olarak verilebilir.

⁵⁵ Filiz Aydoğan, **Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar**, İstanbul: Mediacat Yayınları, 2004, s.64-65

⁵⁶ Robins, s.189-190

2.1.3 Eğlence ve Yarışma Programları

İçerisinde dans, müzik ve yarışmaların yer aldığı ve bunların bir arada ya da ayrı olarak kullanıldığı program türleridir. Bazı eğlence programlarında komedi daha fazla ağır basarken bazı eğlence programlarında ise bilgilendirici yarışma programları ağırlıktadır. Bilgilendirici yarışma programlarında eğlendirmekten çok bilgi vermek önem taşır.

Eğlence programları içinde bulunan talk show programları ise, işi komedyenlik olan sunucunun belirli konukları programına davet ederek, hem sohbet hem de eğlence unsurunun yer aldığı program özelliğini taşır. Günümüzde uzun senedir varlığını sürdüren "Beyaz Show" bu tür programa örnek olarak verilebilir.

2.1.4 Dramatik Yapımlar

Birden fazla kanallı televizyon içeriklerinde anlatı biçimlerinden bir tanesi televizyon dramasıdır. Her bölümü birbirinden bağımsız olan ve içlerinde belirli bir kapanma mantığı olan olaylar dokusu etrafında kurulduğu, uzun yıllar boyunca devam edebilen diziler ve mini diziler bütünlüklü bir hikayeden oluşur.

Dramalarda, insanlar arasındaki sosyal etkileşim büyük önem taşır. Yapım süreleri oldukça uzundur ve fazla bir bütçe gerektirir. İzleyicinin ilgisini kaybetmemek için, televizyondaki dramalarda birbiriyle zıt olan karakterler kullanılmaya dikkat edilir.

TRT'de uzun dönem boyunca yayın hayatını sürdüren "Komiser Colombo" 1990 ve sonrasında büyük ilgi görmüştü. 1993 yılına gelindiğinde gündüz kuşağında yer alan "Yalancı Isabella, Cesur ve Güzel" gibi pembe diziler önem kazanmıştır. Yerli drama olarak gösterebileceğimiz ise "Mahallenin Muhtarları" dizisi özellikle ön plana çıkmıştır ve uzun dönem boyunca ilgi görmüştür. 1994 yılında "Bizimkiler" dizisi çok ses getiren yapımlardan birini oluşturmaktaydı. Dizi önce TRT, sonrasında ise Star TV ve Show TV'de yayınlanmıştır. 13 yıl hız kesmeden yayın hayatına devam etmiştir. 2000'li yıllara geldiğimizde ise ağılık, gelenek-göreneklerin ön planda tutulduğu yapımlar dikkat çekmeye başlamıştır. Asmalı Konak, Berivan bunların en önemli örneklerini oluşturur.

Sevilay Çelenk ve Nilüfer Timisi, televizyon dramasının tematik alt türlerini şu şekilde dikkate almaktaydı.⁵⁷

1)Aile Dizileri: Belli bir aile temel alınarak aile bireyleri, akrabaları,ve aralarındaki ilişkileri konu alan diziler.

2)Cemaat Dizileri: Apartman ve mahallede yaşayanların cemaat ilişkilerini tema alan diziler.

3)Şarkıcı-sanatçı Dizileri: Ünlü bir sanatçı veya şarkıcıyı baş karakter olduğu, onun hayat hikayesinden ilham alınarak yapılan diziler.

4)Çalışma yaşamını ve iş ilişkilerini merkeze alan diziler: Hukukçu, polis kişilerin belirli suç olayını ortaya çıkarmak için çabaları ve iş arkadaşlarıyla ilişkilerini anlatan diziler.

5)Zenginlerin yaşamlarının konu edildiği diziler: Orta sınıf ya da üst sınıfa mensup bireylerin para, iktidar, aşk mücadelesi içindeki ilişkilerini anlatan diziler.

Soap opera, dizilerde işlenen temaların hafifliği ve işleniş şeklinin özenli olmaması olarak görülebilir. Soap-opera hedef kitlesini bayanlar olarak belirlemiştir. Mesajları ise , "İyiler kötülerin yanında mutlaka kazanır" ve "Suçlular mutlaka cezasını çeker" şeklindedir. Soap operaların amacı meydana çıkacak olan sorunların nasıl oluşacağını izleyiciye göstermektir.

1970'lerden sonra dizilerin izleyici profilinde bazı değişiklikler oluşmuştur. Artık gençler, öğrenciler, erkek ve bayan meslek sahibi kişiler de izleyici profilinde yer almıştır. Bu durum içerik özelliklerinde de birtakım değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Artık çalışan kadın, alkoliklik, uyuşturucu bağımlılığı gibi konular işlenmeye başlamıştır. Eski soap operalarda evli olmadan ilişki yaşamak kadın ve erkek için belirli bir ceza gerektirirken, yeni soap operalarda bu tür ilişkiler normal olarak görülmüş ve hiç bir cezai yaptırımını bulunmamaktadır.

Dallas, Şahin Tepesi gibi seriyaller soap-operanın özelliğini barındırır. Gündüz soaplarının gece soap operası olmasında "Dallas" bu türün ilk örneğini oluşturur.

⁵⁷ Sevilay Çelenk, **Televizyon Temsil Kültür**, Ankara: Ütopya Yayınları, 2005, s.306

Gece soap operalarında karakterler yaptıkları hataların bedelini günler boyunca ödemez. Gece soap operalarında yaşam topluluk içinde biçimlendiği için topluluk çok önem taşır. Topluluk içerisinde bazı karakterler öne çıkabilir, ya da karakterlerden bazıları topluluktan çıkabilir veya başka karakterler topluluk içine katılabilir. Topluluk varlığını her zaman korur. Ülkemizde, "Mahallenin Muhtarları", "Bizimkiler", "Baba Evi", "Aynalı Tahir" gibi diziler bu duruma örnek olarak verilebilir. Bu dizilerde topluluk içerisinde dayanışma ve yardımlaşma büyük önem arz eder.

Türkçeye "Durum Komedi" olarak yerleşen "Situation Comedy" yani sit-com önce Amerika'da radyo için geliştirilmiş sonrasında televizyonda komedinin alt türü haline gelmiştir. Durum komedileri, diğer türlerden en önemli farklılığı ana görevinin izleyiciyi güldürmek olmasıdır.

Durum komedileri, karakter merkezli, aksiyon merkezli ve karakter komedileri olarak üç bölümde incelenir. Karakter merkezli, olaylar örgüsü dizide karakterin yönlendirmesi ve ailede oluşan sıkıntılar bu çeşitte güldürü fiilini oluşturur. Bu türe verilebilecek örnek ise "The Cosby Show" dur. Aksiyon merkezli, bu türde duygusal yapı çok önem taşır. Güldürü fiili hatalardan oluşmaktadır. Bu türe örnek olarak "I Love Lucy" örnek verebiliriz. Düşünce merkezli, bu yapımlarda düşüncenin önemi çok büyüktür. Anlık gülünç olaylar önem arz eder. Dizide fazla duygusallığa yer verilirse de işlenen temalar ciddi biçimde incelenir.

Durum komedileri, müzik formlarından, skeçlerden etkilenecek yeni bir tür olarak ortaya çıkmıştır. Eski formların birkaç bölümlerinin birleşmesiyle oluşmuştur. Özellikle Amerikan yapımlarında yaygındır. Karakter çok önemlidir. İzleyicilerin, diziyi kaçırmadan izlemesini sağlamak için karakterlerin sıcak olmasına dikkat edilir. Türkiye'de üç tür durum komedisinden bahsedebiliriz. Bunlardan birincisi Türkçe Dublajla Yayınlanan Durum Komedileri; "Cosby Ailesi, "Altın Kızlar" gibi yapımlardır. Uyarlama Durum Komedileri, Türkiye'de ilk örnekleri 2000 yılı yapımım olan "Dadı" dizisidir. Dizi, formatını bozmayarak fazla değişiklik yapılmamıştır. Aksesuar, dekor, çekim mekanları aynıdır. Türk Yapımı Durum Komedileri, hem yapımı hem senaryosu ülkemizin geleneği, kurallarına göre yapılmıştır. Çocuklar Duymasın dizisini örnek olarak verebiliriz.

2.2 Ürün Yerleştirme Kavramı

Ürün yerleştirme, bir bedel karşılığında bir eğlence medyası içeriğine bir medyanın/kurumun gösterenlerinin fark edilecek biçimde, bedeli ödenmek şartıyla görsel-işitsel ya da hem görsel hem de işitsel olarak yerleştirilmesini ifade eden bir ticari iletişim türüdür⁵⁸.

Ürün yerleştirme, ürünlerin satın alınmasını kolaylaştırmak, tanınmalarını sağlamak ve pozitif tutum yaratmak amacıyla yapılır. Ürün yerleştirmede markayı ifade eden unsurlar; işitsel, görsel ve zaman zaman hem görsel hem de işitsel yöntemler yardımıyla tüketicinin ayırtılmasına yardım edecek şekilde konulur. İzleyicinin uygulamayı fark edebilmesi için bir uyarının varlığı şarttır.

Ürün yerleştirme, dizilerde, filmlerde marka sahibi olan bir ürünün reklamının yer alması, ilgili yerlerde ekranda yer alan kişilerin bu ürünleri kullanması yoluyla reklam olduğunu ifade etmek üzere yapılan reklamdır.

Reklam veren kişiler, ürünlerinin filmin önüne geçmesini tercih etmezler. Uzun süreli bir reklam filmi izliyormuş düşüncesine izleyenler kapılırsa ürün yerleştirmenin diğer reklamlardan bir farkı kalmaz.

2.2.1. Ürün Yerleştirmenin Özellikleri

AB Parlamentosu ve Avrupa Konseyinin 2010/13/EU sayılı "Görsel-İşitsel Medya Hizmetlerinin Sağlanması Hükümüne İlişkin Üye Devletlerdeki Kanun Düzenleme veya İdari Eylem Yoluyla Oluşturulan Belirli Hükümlerin Eşgüdümü Hakkındaki Yönerge"sinde ürün yerleştirme kavramının tanımını ve ilgili düzenlemeyi yapar. Ürün yerleştirme "bir ürün, hizmet, markanın belirli bir ücret karşılığında program içine katılması veya program içinde gösterildiği işitsel, görsel ve ticari iletişim" dir⁵⁹.

Ürün yerleştirmenin özelliklerini şöyle sıralamak mümkündür;

⁵⁸ Vesile Çakır ve Edanur Kınıt, "Televizyon Dizilerinde Ürün Yerleştirme ve Sponsorluğun Sonuçları," *Global Medya Dergisi*,5(9),2014,s.21

⁵⁹ Çakır ve Kınıt, s.22

-Ürün yerleştirme, sponsoru içerik ve mesajlar konusunda denetim sahibi olmalarını sağlar. Reklamda, içerik üzerinde kontrol sahibi olmak bulunmazken ürün yerleştirme sponsorunda ise içerik üzerinde kontrol sahibi olabilir.

-Vurgu; kurum veya marka üzerine yapılır. Marka; kurumu gösteren, onu hatırlatan bir takım semboller, adlar, ambalajlar bazı yöntemlerle yerleştirilir.

-Ürün yerleştirme uygulamalarının belirli bir prosedür dahilinde olması gerekmektedir.Bedel illa ki para karşılığında olmaz.Mutfak araçları ,dekorasyon unsurları ,çekimlerde kullanılacak arabalar karşılığında da ürün yerleştirme uygulanabilir.

-Ürün yerleştirmeyi reklam ve sponsorluktan farklı kılan en önemli özellikten bir tanesi, bedeli ödenen mesajların yapının içine konulmasıdır. Reklam mesajları reklam için belirlenmiş alanlara yerleştirilir. Basılı medyada, reklamlar yine reklam için belirlenen sayfalar ve yerlerde görülür.

-Ürün yerleştirmenin yapılması için belirli kurallar gerekir ve yasal bir uygulamadır. Anlaşma imzaladıklarında belirlenen gerekleri uygulayacaklarını kabul edip haklara sahip olurlar ve yükümlülük altına da girmiş olurlar.

-Ürün yerleştirmede amaç, marka uyaranlarını ortaya çıkarmak, göstermek ve fark edilebilmelerine olanak sağlamaktır. Yasal düzenlemelerde "bu programda ürün yerleştirme bulunmaktadır" şeklinde ibarelerin koyulmasını zorunlu şart koşar.

-Televizyonda yapılan ürün yerleştirme için izleyiciyi mutlaka bilgilendirmek gerekir. Bu bilgilendirme, ülkemizde de yapıldığı gibi "bu programda ürün yerleştirme yapılmaktadır" yazısını ekranın alt köşesinde alt yazı ile vermek yoluyla yapılmaktadır.

2.2.2. Ürün Yerleştirmenin Avantajları ve Dezavantajları

Ürün yerleştirmenin hem reklam veren hem de film yapımcıları için bir takım avantajlarının olduğu kadar aynı zamanda dezavantajları da bulunmaktadır.

Ürün yerleştirmenin avantajlarının şöyle sıralayabiliriz;

-Ürün yerleştirme ürüne karşı tüketicinin üzerinde olumlu tutumlar oluşmasını sağlar. Ayrıca markanın akılda kalmasına yardımcı olur.

-Ürün yerleştirmede hedef kitleyi seçebilme özelliği bulunmaktadır bu durum da en önemli avantajlarından birini oluşturmaktadır.

-Sigara, alkol gibi ürünlerin geleneksel medya ortamlarında gösterilmesi yasakken filmlerde ürün yerleştirme yoluyla gösterilmesi sinema, DVD gibi ortamlarda gösterilmesinde hiç bir engel bulunmaz.

-Ürün yerleştirme reklam veren firmaların ürünleri için dolaylı olarak ünlü onaylaması oluşturmanın bir metodu olarak görülür. Kişi, dizideki karakterin kullandığı ürüne sahip olmak ihtiyacı hissedecek ve karaktere özenme meydana gelecektir. Tüketime yönelme ihtiyacı duyacaktır ve bu ihtiyaçtan faydalanmak markalar ve reklamveren açısından olumlu olacaktır.

Ürün yerleştirmenin dezavantajları:

-Ürün yerleştirmede firmanın markasını ya da ürününü hangi sahnede yerleştireceği konusunda kontrol eksikliğine sahip olması durumu vardır.

-Dizi veya filmlerde kullanılan karakter olumsuz olabilir bu karakterlerin kullandığı ürünler izleyici tarafından olumsuz olarak algılanabilir. Bu durum o markaya karşı izleyicide negatif bir durum oluşmasına neden olabilir.

-Her filme ürün yerleştirme uygulanamaz. Bazı filmlerde ürün yerleştirme uygulamak filmin gerçeklik duygusundan kopmasına neden olabilir. Ürün yerleştirme yapmak için doğru filmleri seçmek gerekir.

-Marka mesajlarının çok sık tekrar etmesi ve izleyicinin bu mesajlardan sıkılması izleyici üzerinde olumsuz tutum yaratılmasına neden olabilir.

-Filmlerde yapılan ürün yerleştirmelerde maliyet bayağı fazladır. Bu durum da ürün yerleştirmenin dezavantajlarından birini oluşturur.

2.2.3. Ürün Yerleştirmede Kullanılan Araçlar

Ürün yerleştirmenin sıklıkla kullanıldığı araçlardan biri sinemadır. Tüketicilerin sinemada gördüklerini hemen satın almak istemesinde büyük etkisi bulunmaktadır. Böylelikle, insanları daha çok tüketmeye yönlendirmektedir.

Örnek verecek olursak; geçmiş yıllarda hem ülkemizde hem de dünyada büyük izlenme rekorları kırmış olan "Yüzüklerin Efendisi" serilerini izleyen kişiler tatillerini Yeni Zelanda'da yapmak istemişlerdi. Narnia Günlükleri: Aslan, Dolap ve Cadı (2005) filminde çocuk kahramanın Türk lokumunu çok sevmesi İngiltere'deki gösterimi sonrasında ülkedeki lokum satışları %50 oranında artış göstermiştir, filmi izleyen çocuklar süpermarketlerdeki lokum reyonlarına akın etmiştir⁶⁰.

Türkiye'ye bakacak olursak; Cem Yılmaz'ın ses getiren G.O.R.A (2004) filminde pek çok markanın yer aldığını görmek mümkündür. Özellikle AVEA firmasına diğer markalardan daha fazla yer verildiği görülmektedir. Film gösterime girmeden AVEA kampanya başlatıp filmde Avea logolu ürünler kullanıp iki taraflı bir tesir oluşturmaya çalışmıştır.

Ürün yerleştirme, her geçen gün alanını ilerletmektedir. Özellikle, televizyonda ürün yerleştirme sıkça yapılmaktadır. Ürün yerleştirmenin sıkça yapıldığı televizyon programları arasında diziler, yarışmalar, durum komedileri bulunmaktadır.

Özellikle dizilerde dizideki karakterlerin o ürünleri kullanması ürünlerin satışının daha da artmasına neden olmaktadır. Örneğin, bir dönem izleyicinin severek izlediği dizilerden biri olan ve ülkemizde de çok tutulan "Aşk-ı Memnu" dizisinde Bihter karakterinin kullandığı parfüm "Givenchy Absolutely Irrestible " çoğunlukla karakter tarafından kullanılıp gösterilmektedir. İzleyiciler Bihter kokusu adı altında bu ürünü satın alma isteği uyandırmaktadır.

Çocuklar Duymasın dizisinde, Havuç karakteri anne ve babasından devamlı olarak cep telefonu almalarını istemesi, sonra bu karakteri canlandıran oyuncunun Turkcell reklamlarında oynamaya başlaması bu markanın dizi için olumlu etkisi olduğunu söyleyebiliriz.

⁶⁰ Hilal Yılmaz, "Türk Lokumu Hollywood'da", *Milliyet*, 5 Aralık 2005,s.32 (Mart 2015)

Dizideki oyuncuların gittikleri yerler, sahip oldukları eşyalar ürün yerleştirme için gayet uygun olması hem reklam gelirlerinde artışa neden olmaktadır. Ayrıca, fazla sayıda insanları etkileyip onların satın almasına yardımcı olmaktadır.

Ürün yerleştirmenin kullanıldığı araçlardan bir diğeri ise bilgisayar oyunlarıdır. Özellikle çocukların ve gençlerin fazla vakitlerini harcadığı bilgisayar oyunları markaların ürünleri gösterip, daha çok satış sağlaması için vazgeçilmez alanlardan biri olmuştur.

Örneğin, Ford Racing oyununda sadece Ford arabaların kullanabilmesini söyleyebiliriz. Tom Clancy's Splinter Cell ajan-aksiyon oyununda, oyunun ana karakterinin görevini yaparken Sony Ericsson'un P900 model telefonunu kullanması bir diğeri örnektir.

Yapılan araştırmalara göre, tüketici televizyonda veya gazete reklamlarında daha pasif bir konumdayken oyun oynarken daha aktif konumda olur ve reklamı yapılan ürünü kullanabilir. Örneğin, The Sims oyununda istenilirse Mc Donalds restoranlarında çalışılabilmesi gibi.⁶¹

Bu uygulama aslında hem telefon üreticisi için hem de oyun için etkili sonuçlar yaratır. Telefon üreticisi, oyun sayesinde kendi ürününü tanıtmaya imkanı bulur oyun için de para kazanmak için ek bir gelir yolu sağlamış olur.

Video kliplere ürün yerleştirmenin duyulması ilk olarak Sting'in Desert Rose şarkısının klip yönetmenliğini yapan kişinin klipte Jaquar kullanmasıyla başlamıştır. Bu durum müzik sektöründe büyük bir patlama getirmiştir. Pek çok reklam anlaşmaları bu olayın sonucunda gerçekleşmeye başlamıştır. Örneğin, Celine Dion'un şarkılarında ve kliplerinde göstermesi için Chrysler Group üç senelik oldukça yüklü miktarda bir anlaşma yapmıştır.

Türkiye'den örnek verecek olursak, Mustafa Sandal Volkswagen otomobil markası ile yapmış olduğu konser turnesi anlaşması sonrasında bu markanın Tuareg model cipini klibinde kullanmıştır.

⁶¹ <http://www.milliyet.com.tr/bilgisayar-oyunlarinda-reklamdonemi/oyun/haberdetay/01.01.1900/883551/default>. (Mart 2015)

Rap müzik yapanlar özellikle şarkı ve kliplerinde markalara yer vermiştir.2003 yılında "Hot 100 Billboard" şarkı listesinde bulunan rap şarkılarının içinde en çok adı geçen marka Mercedes Benz olmuştur.(104 kez) Arkasında Lexus(48),Gucci(47),Burberry(42) markaları takip etmiştir⁶².

Günümüzde artık bir takım kitaplar marka için yazılmakta ve markaların hikaye açısından büyük önemi bulunmaktadır. Örneğin, Robin S.Sharma "Ferrarisini Satan Bilge" adlı romanında geçen bir bölümünde, "..... değerli Ferrarisini de düşündü ve motorunu çalıştırdığında yırtıcı bir kükremeyle sıçrayarak canlanınca kalbinin nasıl çarptığını"⁶³. Böylece, yırtıcı kükreme, kalpleri çarpıtma gibi özellikler Ferrari'ye de yüklenmiştir.

Bir başka örnek, Dan Brown'un Cehennem adlı kitabında, "Bu sırada kiralanmış bir Fiat Sedan, Duomo Meydanını geride bırakıp Floransada'ki Santa Maria Novella Tren İstasyonuna doğru Via dei Panzani'de hızla kuzeye ilerliyordu". "Kadın yanında eğer kendisi iPhone'nunu kaybetseydi ne kadar üzüleceğinden bahsederken, Langdon, Google'nun arama penceresini açıp mikrofon butonuna bastı.⁶⁴ Bu örneklerde Fiat ve iPhone markaları açık şekilde ifade edilmiştir.

İlk kez,2002 yılında Broadway "Cie" isimli oyunda bu uygulamayı tecrübe etme imkanı bulmuştur."Sweet Charity" oyunun bir bölümünde viskiyle ilgili konuşmalarda garson viskiyi göstererek : "Grand Centenario Tequila ister misiniz? " diye sorar ve oyuncu viskisini önerilen marka tekila ile değiştirmeyi kabul eder.⁶⁵Oyunun dekorları "Tequila " markasına ait logolarla süslüdür.

Ürün yerleştirmenin yapıldığı araçlardan birini karikatürler oluşturur. Faruk Bayraktar'ın çizdiği Süttaş Karikatürlerinden birinde Türk Hava Yolları'na yaptığı "Tek rakibim THY" şeklindeki karikatürünü örnek olarak verebiliriz. Diğer bir örnek ise, Vodafone'nun numara taşınması ile ilgili Selçuk Erdem'in çizmiş olduğu karikatürü verebiliriz.

⁶² Onur Poray,"Gizli Reklam:Gerçek mi ,Paranoya Mı?",*Mediacat*, Kasım 2004,s.22

⁶³ Robin S.Sharma,**Ferrarisini Satan Bilge** ,çev. Osman Özkan, İstanbul: Goa Basın Yayın ve Tanıtım, 2005,s.32-33

⁶⁴ <https://hakansenbir.wordpress.com/2013/06/22/marka-yerlestirme-biraz-abartilmaya-baslamadi-mi-sizce/>

⁶⁵ Erdem Akkan,"Pazarlama İletişiminde Ürün Yerleştirme ve Üniversite Öğrencilerinin Ürün Yerleştirmeye İlişkin Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma",Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,Eskişehir,2006,s.22

2.2.4. Ürün Yerleştirme Türleri

Geçmişte yapılan araştırmalar sonucunda ürün yerleştirme farklı sınıflara ayrılmıştır. Murdock ve Brennan ürün yerleştirmeyi "Sahneye yerleştirme" ve "Yaratıcı yerleştirme" olarak, d ' Astous ve Chartier "açık "ve "örtük" yerleştirme olarak sınıflandırmıştır. Russell ise "Görsel ürün yerleştirmesi", "İşitsel ya da sözel ürün yerleştirme" ve "Görsel ve İşitsel Ürün Yerleştirme" olarak sınıflandırır. Oliver ise "Yaratıcı Yerleştirmeler" ve "Doğal Yerleştirmeler" olarak ürün yerleştirmeyi ikiye ayırır.

Oliver(1986) ürün yerleştirmeyi iki şekilde açıklar⁶⁶;

1)Yaratıcı yerleştirmeler: Yaratıcı yerleştirmelerde ürünler medya araçlarına dolaylı yoldan katılmaktadır. Örnek olarak; ana karakterin arkasında Algida dondurmanın reklam panosunun gösterilmesini verebiliriz.

2)Doğal yerleştirmeler: Ürünü doğal ortamında gösteren yerleştirmelerdir. Örneğin, pizzacıda geçen bir sahnede ünlünün elindeki bir dilim Pizza Hut pizzası.

Russell(1998) ürün yerleştirmeyi 3 şekilde incelemiştir⁶⁷:

1)Görsel yerleştirmeler: Markaların ekranda bulunmasıdır.

2)Sözlü yerleştirmeler: Karşılıklı konuşmalar olurken markanın adının geçmesidir. Markanın söz edildiği sahne, bağlam, bahsedilme sıklığı ,markanın konuşma içindeki yeri, ses tonu, gibi faktörler nedeniyle senaryoya yapılan yerleştirme dereceleri farklılık gösterir.

3)Olay dizisi şeklinde yerleştirmeler: Markanın öykünün ilerleyişine katılmasıdır. Markanın öykü içindeki rolünün belirgin olup olmamasına göre ölçüleri bulunur.Düşük katılımlılarda marka öyküye fazla önemli şekilde dahil değildir, yüksek katılımlılarda ise konunun ana bileşenlerinden biridir.

D' Astous ve Seguin (1999) ürün yerleştirmeyi şöyle sınıflandırmıştır.⁶⁸

⁶⁶ B.Oliver'den aktaran Erdem Akkan, ss.24

⁶⁷ Cristel A.Russell'dan aktaran Erdem Akkan,s.25

- 1) Dolaylı ürün yerleştirme: Marka, ürünün doğrudan gösterilmediği türdür.
- 2) Bütünleştirilmiş açık ürün yerleştirme: Markaya ait olan ürünün faal olarak rol aldığı türdür. Örneğin, programda stüdyodaki izleyicilerin sponsor olan ürünü biliyor olması ve Uludağ Limonata dağıtılması.
- 3) Bütünleştirilmemiş ürün yerleştirme: Hizmet ya da ürün belirtilmiş ama programın içeriği ile kaynaştırılmamıştır. Sponsorun adı programın başında veya sonunda gösterilebilir. Örneğin, Bu program "Karaca tarafından sunuldu" denilebilir.

2.2.5. Ürün Yerleştirmenin Tüketiciler Üzerindeki Etkileri

Ürün yerleştirme, tüketicilerin ürün veya markaya olan tutumlarını etkileyebilmek için ünlüleri gösterme yoluna başvurur. Ünlülerin bu ürünleri kullanması ve izleyicilerin bu görüntüleri görmelerinin sağlanması oluşturulmaktadır.

Tom Cruise'in oynadığı Top Gun filminde, izleyicilerin Tom Cruise'un imajı filmde kullandığı Ray-Ban marka gözlüğe de bu yolla sempati oluşturması görülmektedir.

İnsanlar, reklam mesajlarında istediklerinde televizyon kanalını değiştirip ya da televizyonu kapatmayı tercih edebilir. Ürün yerleştirmede ise böyle bir şans bulunmamaktadır. Ürün yerleştirme, tüketicilerin ürün yerleştirme yapılan ürün ve markayı daha kolay hatırlamalarına yardımcı olur. Ürün yerleştirmenin markanın hatırlanmasına katkı sağlaması için yerleştirme şekli önem taşır. Markanın hatırlanması ve farkındalığı karşısında tutumları arttıran temel neden, markayı öykünün temel karakterinin sunmasıdır.

İzleyici, kendisini öykünün karakterleri ile bağ kurması karakterlerin kullandığı marka ya da ürünlere karşı olumlu olmalarına yol açar. Hatta, bazı ürünler kişilerin sevdikleri karakter kullandıkları için bile tüketilmektedir. Bu durum da ürün yerleştirme yapılan marka ya da ürüne olumlu katkı sağlar. Tam tersi, izleyicinin hoşlanmadığı karakterin kullandığı ürüne karşı negatif bir tutum da oluşabilir. Bunun sonucunda yüksek izlenme oranı olan medya ürünleri ürün yerleştirme için tercih

⁶⁸ Alain d'Astous, Nathalie Seguin'den aktaran Erdem Akkan,s.25

edilir. Yapımcılar finansal ve ticari endişeyle programlarında izlenmeyi arttıracak öğeleri kullanmaya gayret ederler.

Ürün yerleştirme yapılırken, yapımına gösterilen özen yerleştirmenin satın alma davranışına etki eder. Özellikle yapılan fazla tekrarlar izleyiciyi sıkılmaktadır.

Ürün yerleştirme izleyenlerde bir takım güdülerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Örneğin, bir dizide senaryoya göre sosyal statüyü arttırmak için statülü bir marka kullanıldığı zaman(örneğin, Range Rover) böyle statü isteyen izleyiciler hangi markanın böyle statüyü sağlayacağı üzerinde bilgi sahibi olmuş olur. Bu durum da satın alma isteğine yansiyabilir.

Yozgat'ta yapılan bir araştırma izleyicilerin televizyon dizilerinde kullanılan farklı ürün yerleştirme stratejilerine karşı tutumların belirlenmesi ve izleyicilerin demografik özelliklerinin bu stratejik tercihlerde rolü olup olmadığını ortaya çıkarmak için yapılan araştırmada dizi ve markanın uyumlu olduğu ürün yerleştirmeleri olumlu görenlerin olumsuz görenlere oranla daha fazla olduğu görülmüş⁶⁹. Diğer taraftan televizyonda yerli dizileri izleyen değişik demografik özelliklere sahip olan tüketiciler farklı ürün yerleştirme stratejilerini tercih ettikleri ve ürün yerleştirme beklentilerinin farklılık gösterdiği görülmüştür.

Diğer yandan da ürün yerleştirmenin hedef kitleye uymayan programlarda yapıldığı durumlarda yatırımın boşa gittiği veya G.O.R.A filmindeki gibi abartıldığı durumlar olabilir. Bu durum tüketicinin tepkisini görmüş ve tüketiciler programdan uzaklaşmışlardır.⁷⁰

2.2.6. Ürün Yerleştirmenin Marka ve Reklamveren Üzerindeki Etkileri

Ürün yerleştirme marka ve reklamveren açısından olumlu etki sağladığını söyleyebiliriz. Klasik reklama nazaran ürün yerleştirme daha ucuz bir yöntemdir. Bu durum reklamverenlerin ürün yerleştirmeyi daha çok tercih etmek istemesine neden olmaktadır.

⁶⁹ Nilsun Sarıyer, "Televizyon Dizilerinde Marka Yerleştirme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma", *Akdeniz İİBF Dergisi*, 2005, s.217-237. Aktaran, İzzet Bozkurt, s.251

⁷⁰ İzzet Bozkurt, "Pazarlama İletişiminde Sihirli Dokunuşlar", İstanbul: Mediacat Yayınları, 2013, s.252

Ürün yerleştirmenin satış üzerindeki etkisini kesin olarak ölçmek pek mümkün olamamaktadır. Ama yerleştirme yapıldığı zamanlarda satışların git gide artması ürün yerleştirmenin etkisini gözler önüne sermektedir. Örneğin, Top Gun filmi gösterime girdikten sonra Ray-Ban güneş gözlüklerinde satışlarda büyük bir artış gözlemlenmiştir.⁷¹

Ürün yerleştirme hem firma, hem yapım şirketi hem de medya kuruluşuna kazanç getirir. Ancak, televizyon programlarına verilen cezalar da reklamverenler için önem taşımaktadır.

2.2.7. Türkiye'de Ürün Yerleştirme Uygulamaları

Ülkemizde ürün yerleştirme uygulamasına olanak sağlayan yasal bir yapı bulunmamaktadır.3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınlar Hakkında Kanunun Reklamları Düzenleyen 4.Bölümünün 21.Maddesi şöyledir:⁷²

"Reklamlar program arasına yerleştirilir. Programın bütünlüğü, değeri ve hak sahiplerinin hakları zedelenmeyecek biçimde bir program içine de yerleştirilebilir. Her türlü yayında gizli reklam yapılması yasaktır."

Gizli reklam tanımını Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmeliğinin 4.Maddesinde şöyle tanımlamıştır:⁷³

"Yayıncı tarafından reklam yapma maksadıyla, malların, hizmetlerin, ismin, ticari markanın veya üretici veya hizmet sağlayıcının faaliyetlerinin, para karşılığı veya benzer sebeplerle, programda logo, ticari unvan, tescilli marka, görüntü, sözlü ifade veya bunları çağrıştırabilecek imalar yoluyla yapılmaktadır."

Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmeliğinin 14.Maddesinde ürün yerleştirmeye değinilmektedir⁷⁴:

⁷¹ Bozkurt, s.250

⁷² Zakir B.Avşar ve Müge Elden, **Reklam ve Reklam Mevzuatı**, Ankara: Piramit Yayıncılık, 2005, s.124-125

⁷³ Avşar ve Elden , s.340

⁷⁴ Avşar ve Elden ,s.350

"Programlarda açıkça reklam olduğu belirtilmedikçe ürün veya hizmetler, reklam amacını taşıyan şekilde sunulmamalıdır..."

Ürün yerleştirmenin ülkemizde yasal bir tanımı bulunmamaktadır. Yazarların birkaçı ürün yerleştirmeye karşılık olarak "gizli reklam" ifadesini kullansalar da ürün yerleştirmenin tam olarak karşılığı olmamaktadır.

Ürün yerleştirme Türkiye'de 1990 sonlarında faal olarak kullanılmaya başlanmıştır.2004 yapımı olan G.O.R.A filmi ile daha da yaygınlaşarak günümüze kadar etkisini sürdürmüştür. Filmde Samsung, Yeni Rakı gibi pek çok marka yerleştirilmiştir.

Başka örnekler verecek olursak;

-Nerdesin Firuze(2004) filminde Vakko'dan alışveriş yapılmaktadır.

-Yahşi Batı(2010) filminde Cola Turca kola içilmektedir.

-Aşk Tesadüfleri Sever(2011) filminde Anadolu Jet firmasıyla seyahat edilmektedir.

-Anadolu Kartalları (2011) filminde pilotların Vestel marka bilgisayarlar kullanması.

-Romantik Komedi 2: Bekarlığa Veda (2013) filminde karakterler Adam&Eve Hotel'de konaklamaktadır.

Ürün yerleştirmenin sıklıkla kullanıldığı alanlardan biri televizyon dizileridir.2000'li yıllardan sonra televizyon dizilerinde artış olması sonucunda dizideki karakterler de reklamlarda oynamaya başlamıştır.

Televizyonda ürün yerleştirme yaratıcı ve doğal yerleştirmeler olarak yapılmaktadır. Örnek olarak; Aşk-ı Memnu dizisinde karakterlerin iPhone telefon kullanmaları, Medcezir dizisinde oyuncuların Samsung telefon kullanmalarını doğal yerleştirmeye örnek verebiliriz. Mustafa Sandal'ın Tesir Altında şarkısının klibinde BP benzin istasyonu yaratıcı yerleştirme yoluyla yerleştirilmiştir.

Türkiye'de ürün yerleştirmeye alakalı olarak reklam verenlerin sponsorluğu ürün yerleştirmeye çevirdikleri tartışılan bir temadır. RTÜK uzmanının yapmış olduğu açıklamada, markaların ticari mesajlarının açılışlar, defileler, şovlara ilişkin haberlerde haber formatı içinde yayınlandığını bunların karşımıza haber formatında

çıkıldığını söyler. Bu reklamlarda görüntülü ve sözlü mesajların haber bültenlerinde sunucunun haber akışında duyurduğunu ve tehlikenin bu olduğunu söylemiştir.⁷⁵

Ürün yerleştirme sinema filmleri ve televizyon dışında video kliplerde de kullanılmaktadır. Örnek olarak, Mustafa Sandal'ın klibinde Wolksvagen Toureg marka cip kullanmasını verebiliriz. Ayrıca, gençlerin severek takip ettiği Athena grubunun klibinde büyük bir Rejoice şampuanı grup üyeleri tarafından taşınmakta ve yol kenarında öylece gösterilmektedir, Mirkelam'ın bir klibinde ise Toyota Yaris model otomobil sıklıkla görülmektedir.⁷⁶

⁷⁵ www.kazete.com.tr. aktaran, Berat Kaya,s.69

⁷⁶ Gözde Ortancil,"Reklamlarda Star Stratejisi, 2002,
<http://www.danismend.com/konular/fihrist/fihrist.htm> aktaran,Erdem Akkan,s.49

3. TÜKETİM TOPLUMU VE TELEVİZYON DİZİLERİ: MEDCEZİR DİZİSİ İNCELEMESİ

3.1 Televizyon-Dizi-Tüketim

Televizyon geniş kitleler açısından genel olarak bir eğlence aracı olarak görülmektedir⁷⁷. Televizyonda söylem büyük oranda görsel imajla yansıtılır. Televizyon, konuşmayı bize sözcüklerle değil; görüntülerle aktarır. Bu sebeple içerik, imajın arkasında yok olur. Televizyon tarafından kötü ilan edilen bir kişi, ne kadar doğru söylese de, toplum tarafından kötü biri olarak görülmeye devam eder.

Diziler şüphesiz ki her dönemde izleyiciler tarafından kabul görmüştür. Bazı dizilerin ömrü kısa sürse de çoğu diziler de toplum tarafından kabul görmüş ve beğeniyle takip edilmiştir. Diziler gösterdikleriyle ve dizi kahramanlarının yaptıklarıyla insanları daha çok tüketime yönlendiriyor. Popüler televizyon dizileriyle, insanlar tüketim toplumunun değerlerinin etkisinde bırakılırken, onlara gerçeklik duygusunu tehdit eden imaj ve bilgi dünyası sunulmaktadır ve gerçek ve hayal arasında ayırım silik hale gelmektedir⁷⁸ Dizideki karakterler ile izleyiciye sunulan tüketime ait değerler, kalıplar, yaşam tarzları, cinsiyet rollerinin kabulü kolay hale gelmektedir⁷⁹.

Dizilerde ülkede yaşayanların ortalama yaşam standardının üzerinde bir yaşam seyirciye gösterilmektedir, senaryodan ibaret olan bu yaşam standardının toplumun genelinde varmış gibi bir izlenim verilmektedir. Dizilerde, izleyicilere model olarak sunulmuş kişiler gibi yaşayabilmek, onların giydiklerini giyebilmek, kullandıkları ürünleri ya da markaları kullanabilmek belirli bir gelire sahip olmayı gerekli kılar. Bu dizileri az gelir sahibi olan kişilerde izlemektedir. Bu kişilerin amaçlarına ulaşabilmek için hırsızlık, gasp gibi suç işleme yoluna başvurabilir. Aileler

⁷³ www.enfal.de/tele.htm. (Mart 2015)

⁷⁸ Özlem Aydın, TV Reklamlarında Dizi Karakteri Kullanımıyla Sunulan Tüketim Kültürü Değerleri: Yalan Dünya Örneği, *Yaşar Üniversitesi Dergisi*,2014,9(36),s.6276

⁷⁹ Aydın, s.6276

çocuklarının isteklerini reddetmesi çocuklarda yoksunluk ya da kırgınlık duygusunun oluşmasına neden olabilmektedir.⁸⁰

RTÜK Üst Kurul Üyesi Esat Çıplak'a göre; dizi yapımları bir nevi seri imalata dönüşmüş durumda. İnsanlara bu lüks gösterilirken nerden geldiği konusunda bir bilgi verilmediğini söylüyor. Şehir kenarında yaşayan veya kırsal kesimde yaşayan zor geçinen insanların kızları, oğulları bunlardan nasıl etkilendiğine dikkat çekiyor. Lüks hayat için emek harcamaya gerek yokmuş gibi gösterildiğini belirtiyor. Bu algının toplumu tehdit ettiğini söylüyor ve televizyon dizilerinin tüketim ideolojisinin bir aracı gibi çalıştığını ifade ediyor⁸¹.

3.2 Televizyon Dizileri ve İzleyiciler

Kitle iletişiminin toplumsal bağlamı bazında yapılan çalışmalarda izleyici üzerinde yaratılan etki önemli bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla sembolik içerikleri tüketen izleyici/dinleyici/okuyucunun iletişim sürecindeki konumu konusunda farklı yaklaşımlar olduğu görülmektedir. İletilen sembolik içeriklerin tüketiminde izleyicinin sürece nasıl dahil olduğu, nasıl etkilendiği önemli bir tartışma konusudur. İletişim alanında yapılan ilk çalışmalara baktığımızda kitle iletişim araçlarının çok güçlü bir ikna etkisi olduğuna dair genel kabul gören yaklaşımların hakim olduğunu görüyoruz. Sinema, radyo gibi araçlar daha önce görülmemiş sayıda bir izleyici grubu yaratmıştır. Bu dönemde modernleşme sürecinin ve kentleşmenin geleneklerle bağını yitirmiş geniş insan kitleleri yarattığını ve bu insan topluluğunun yabancılaşmış, köksüz bir “yığın” haline geldiğini söyleyen yaklaşımlar ortaya çıkar. Frankfurt Okulu temsilcilerinde de gördüğümüz bu yaklaşım izleyiciyi kitle iletişiminin yaydığı kültürün pasif alıcısı olarak görür. I. Dünya Savaşı sırasında iletişim araçlarının birer propaganda aracı

⁸⁰ Serhat Baran ve Taner Baran, TV Programları, Sembolik Tüketim ve Toplumsal Yansımaları, **Kale Meslek Yüksekokulu Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 2014, Sayı:1, s.173

⁸¹ www.sozgazetesi.org (Mart 2015)

olarak kullanılması da bu görüşü destekleyen bir süreçtir. Bu gelişmeler bağlamında kitle iletişim araçlarının ikna ve yönlendirme gücü olduğu kabul edilir.⁸²

1940'lı yıllarda itibaren özellikle Amerika Birleşik devletleri menşeli araştırmalar Frankfurt Okulu'nun yaklaşımına eleştirel bir tutum alır. Yaptıkları ampirik çalışmalarla kitle iletişim araçlarının etkisinin karmaşık ve dolaylı bir süreç olduğunu, tutum ve davranış değiştirme gücünün sınırlı olduğunu söylerler. Bu yaklaşım izleyici iletişim sürecinde aktif gören bir yaklaşımdır.⁸³ Benzer bir şekilde 1960'ların kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı da iletişim araçlarının izleyici üzerindeki etkisinin "ikna" üzerinden anlaşılamayacağını gerçekte izleyicinin içerikleri aktif bir biçimde seçip yorumladığını söylemektedir. Kullanımlar doyumlar yaklaşımı aktif izleyici vurgusu yapmakta ancak izleyicinin farklı tutum ve davranışlarının ya da seçiciliğinin nedenleri üzerinde durmamaktadır.⁸⁴

1970'li yıllar iletişim alanında izleyici bağlamında yeni yaklaşımların ortaya çıktığı yıllar olur. Güçlü etkiler ve kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının izleyicinin iletişim sürecindeki rolünün analizi konusunda yetersiz olduğu fikri ortaya atılır. İngiltere ve Kıta Avrupa'sında yapılan kapitalist toplumun Marksist eleştirisine dayanan eleştirel paradigma kendi içinde çeşitlilik göstermektedir. İzleyici boyutunda eleştirel paradigmanın üç farklı yaklaşım barındırdığı görülmektedir. Bunlar yapısalcı, politik iktisat ve kültürelci yaklaşımlardır.⁸⁵

Eleştirel paradigma çerçevesinde ortaya çıkan İngiliz Kültürel Çalışmalar yaklaşımı içinde izleyici odak noktada yer alır. İzleyicinin medyaya karşı direnç gösterebileceğini ve güçsüz olmadığını ileri sürmektedir.⁸⁶

Bu çalışma iletişim bilimleri alanında "etki araştırmaları" olarak sınıflandırılan kuramsal yaklaşımlara dayanmaktadır. Buna göre medya aracılığıyla sunulan sembolik içeriklerin bunları tüketen insanların düşüncelerinin, tutum ve davranışlarını belirlemektedir.

⁸² Şahinde Yavuz, "Derleyeninin Sunuşu", **Medya ve İzleyici**, derleyen Şahinde Yavuz, Ankara: Vadi yayınları, 2005, s.7.

⁸³ Yavuz, s.8.

⁸⁴ Yavuz, s.8-9.

⁸⁵ Yavuz, 10-11.

⁸⁶ Yavuz, s.12

3.3 Yöntem

Çalışmamız Medcezir dizisinde yer alan ürün yerleştirme uygulamasının ve dizinin sosyal medya kullanımının izleyici üzerindeki etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda dizinin sosyal medya hesapları incelenmiş, izleyici üzerindeki etkiyi ölçmek üzere derinlemesine görüşme yapılmıştır. Katılımcılarla bireysel görüşmeler yapılmış, katılımcıların görüşlerini açıklıkla dile getirmeleri için uygun ortam sağlanmıştır. Görüşme yönteminde önemli olan unsur katılımcının görüşünü noksansız olarak elde edebilmektir. Bu noktada yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanıldığı veri toplama tekniğinde görüşme soruları ve kalvuzu önceden hazırlanmıştır.⁸⁷ Sorular açık uçludur, görüşme sürecinde yapılan yorumlar üzerine yeni sorular da sorulmuştur. Görüşme ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve sonrasında analiz için çözümlenmiştir. Görüşme için 8 kişilik bir örneklem seçilmiştir. Katılımcı sayısının az olması bir temsil sorunu getirirse de Niyazi Karasar'ın da belirttiği gibi iyi belirlenmiş bir örneklem geniş bir araştırma evreninde yapılmış çalışmalardan daha iyi sonuçlar verebilmektedir.⁸⁸ Ancak katılımcı sayısının sınırlı olması nedeniyle görüşmelerden çıkan sonuçların genelleştirmesinin sorunlu olduğunu düşünmekteyiz. Katılımcıların yaş aralığı 21-35'dir. Katılımcılar farklı sosyo ekonomik sınıflardan gelmektedir.

3.4 Medcezir Dizi İncelemesi: Sosyal Medya Analizi

Medcezir, Star Tv'de yayınlanan, senaristliğini Ece Yörenç'in yaptığı ve Ali Bilgin'in yönetmenliğini üstlendiği drama türündeki televizyon dizisidir. Dizi, Amerikan yapımı olan The O.C dizisinden uyarlamadır. The O.C dizisi 5 Ağustos 2002-22 Şubat 2007 tarihlerinde Amerika'da Fox kanalında yayınlanmıştır. Türkiye'de ise 10 Aralık 2009 tarihinde CNBC-E kanalında yayınlanmıştır. Dizi, Orange Country'de zenginlik içinde yetişen gençlerle ailelerinin hayatlarını konu edinmiştir.50'den fazla ülkede yayınlanmıştır.

Medcezir, ilk bölüm fragmanı 27 Ağustos 2013 akşamı saat 21.00'de Star TV,e2,NTV, Kral TV, Kral Pop TV'de aynı anda yayınlanmıştır. Dizinin ilk bölüm

⁸⁷ Niyazi Karasar, **Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler ve Teknikler**, Ankara: 3A Eğitim danışmanlık, 2012, s.168-169

⁸⁸ Karasar, s. 111.

13 Eylül 2013'te yayınlanmaya başlanmıştır. İlk bölümün yayın sırasında #medcezir etiketi Twitter'da Türkiye çapında trend topic olarak ilk sırada yerini almıştır. İlk bölüm yayınlandıktan sonraki reyting sonuçlarına yüz program içinde ilk sırada yer almıştır. Dizinin ilk sezon finali 13 Haziran 2014'te yayınlanmıştır.

Dizide İstanbul'un kenar mahallesi olan Tozludere'de yaşamını sürdüren Yaman'ın başı ağabeyi yüzünden derde girer. Başarılı bir öğrenci olmak isteyen Yaman, o gece istemeden de olsa suça karışır. Ümidini kestiği anda avukat Selim Serez'le tanışır. Avukatın yardım teklifini ilk başta ciddiye almaz, eve döndükten sonra hayatına böyle devam edemeyeceğinin farkına varır. Avukatın teklifini kabul etmeye karar verir ve avukatın ona açtığı yoldan bambaşka dünyaya adım atar.

Bu çalışmada, dizinin sosyal medya hesapları incelenecektir. Dizinin sosyal medyadaki hesaplarının takipçilerinin yaptığı yorumlar analiz edilecektir.

Dizi, sosyal medya ölçümlerinde üst sıralarda yer alarak Türkiye'nin en başarılı dizilerinden biri olarak adını yazdırmıştır. 2014 yılında sosyal medya üzerinde en çok konuşulan programlar arasında Medcezir dizisi birinci sırada yer almıştır.

Tablo 1. 2014 Yılında Sosyal Medya Üzerinde En Çok Konuşulan Programlar

1)Medcezir	1.256.432
2)Kiraz Mevsimi	999.927
3)Bu Tarz Benim	785.870
4)Kaçak Gelinler	580.561
5)Beyaz Show	385.456

Kaynak:www.campaigntr.com/2014/12/26/95879/sosyal-medyada-2014un-enleri/

Dizi, Eylül 2014 yılında Sosyal Medya'da en çok takipçisi olan dizilerde üçüncü sırada yer almıştır.

Tablo 2.Sosyal Medyada En Çok Takipçisi Olan Diziler

Dizi Adı	Takipçi Sayısı
1)1 Erkek 1 Kadın	Facebook:3.067.754 Twitter:90 binden fazla
2) Kurtlar Vadisi Pusu	Facebook:2.401.427
3)Medcezir	Facebook:2.352.061 Twitter:320 bin
4)Kardeş Payı	Facebook:1.734.324 Twitter:361 bin
5)Seksenler	Facebook:713.748 Twitter:100 binden fazla

Kaynak:www.aristolog.com/sosyal-medyanin-piri-televizyon-dizileri/

2015 yılının Ocak, Şubat, Mart ve Nisan aylarındaki sosyal medya rating oranları ise aşağıdaki tablolarda görüldüğü gibidir.

Tablo 3. 2015 Yılı Ocak Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı

Ocak	Sıra	Kanal	Bölüm	M/K	Rating	Share	Skor
9	2	Star TV	Medcezir	2.19	20.09	29.69	2.80
16	2	Star TV	Medcezir	2.05	23.84	33.93	2.88
26	2	Star TV	Medcezir	2.50	15.68	21.55	2.67
30	1	Star TV	Medcezir	2.57	29.38	40.65	2.89

Kaynak:www.medyatava.com/sosyal-medya-ratingleri

Tablo 4. 2015 Yılı Şubat Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı

Şubat	Sıra	Kanal	Bölüm	M/K	Rating	Share	Skor
6	2	Star TV	Medcezir	3.06	18.50	27.74	2.76
13	2	Star TV	Medcezir	3.20	15.11	22.91	2.61
20	1	Star TV	Medcezir	2.35	24.32	38.50	2.89
27	1	Star TV	Medcezir	3.24	24.30	35.93	3.10

Kaynak:www.medyatava.com/sosyal-medya-ratingleri

Tablo 5. 2015 Yılı Mart Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı

Mart	Sıra	Kanal	Bölüm	M/K	Rating	Share	Skor
6	1	Star TV	Medcezir	2.95	19.76	27.25	2.68
13	2	Star TV	Medcezir	3.03	14.34	19.79	2.67
20	1	Star TV	Medcezir	2.99	23.53	32.78	3.04
27	1	Star TV	Medcezir	2.51	17.89	26.47	2.73

Kaynak:www.medyatava.com/sosyal-medya-ratingleri

Tablo 6.2015 Yılı Nisan Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medya Üzerinde Konuşulma Oranı

Nisan	Sıra	Kanal	Bölüm	M/K	Rating	Share	Skor
3	4	Star TV	Medcezir	2.80	12.11	18.32	2.85
10	1	Star TV	Medcezir	2.86	16.11	22.32	2.70
17	1	Star TV	Medcezir	3.37	22.89	27.31	2.76
24	2	Star TV	Medcezir	4.06	13.04	18.69	2.80

Kaynak:www.medyatava.com/sosyal-medya-ratingleri

Tablo 7. 2015 Yılı Mayıs Ayında Medcezir Dizisinin Sosyal Medyada Konuşulma Oranları

Mayıs	Sıra	Kanal	Bölüm	M/K	Rating	Share	Skor
1	1	Star TV	Medcezir	3.19	30.89	45.28	2.95
8	1	Star TV	Medcezir	3.93	23.26	32.77	2.81
15	2	Star TV	Medcezir	4.07	14.76	20.08	2.84
22	1	Star TV	Medcezir	3.91	21.72	29.33	2.75
29	1	Star TV	Medcezir	3.19	31.78	45.71	2.74

Kaynak:www.medyatava.com/sosyal-medya-ratingleri

Dizinin, sosyal medyada hayran sayfalarına bakıldığında ise şöyledir;

Tablo 8. Sosyal Medya Facebook Basın/Yayın Sektörü Hayran Sayfası

Sayfanın Hayran Sayısı	Sayfa Hakkında Konuşanlar	Hayran Sayısının Haftalık Artışı	Hayran Sayısının Haftalık Artışı Oranı	Etkileşim Oranı
2.502.154	66.968	-3.955	%0,16	%0,64

Kaynak:www.boomsocial.com/Facebook/UlkeSektor/turkey/basin-yayin

Tablo 9. Sosyal Medya Twitter Basın/Yayın Sektörü Hayran Sayfası

Takipçisi	Takipçi Sayısının Haftalık Artışı	Takipçi Sayısının Haftalık Artış Oranı	Etkileşim Oranı
435 B	952	%0,22	%0,11

Kaynak: www.boomsocial.com/Twitter/UlkeAltSektor/turkey/basin-yayin/program

Tablo 10. Medcezir in Twitter ve Facebook Hesabının Takipçileri ile Kurduğu Etkileşimler

Dizinin çekim saatinde çekilen fotoğraflar	Dizi setinde oyuncular ve ekranda görülmemiş fotoğraflar. Facebook'ta fotoğraflar kısmında, Twitter'da 'bölüm albümü' başlığıyla paylaşılmaktadır.
Yayınlanacak bölümün konusuyla ilgili kısa bilgiler	Yeni bölümün konusu ve yaşanacak olaylar ile ilgili kısa bilgiler.
Dizide kullanılan etiketin bilgisi	Yayınlanacak olan kısımda # etiketinin bilgisi.
Yeni bölümün fragmanı	Dizinin yeni bölümü yayınlanmadan birkaç gün önce bölümün içeriği ile ilgili bilgiler veren fragman ya da video.
Twitter ve Facebook aracılığıyla yapılan yarışmalar	Yapı Kredi Play tarafından düzenlenen ve dizide rol almak isteyenler için #medcezirdeoynasam etiketiyle video çekip, rolü sen kap. Olur mu olur! http://medcezir.olurmuolur.com.tr . Medcezir'de neden sen oynamalısın? #medcezirdeoynasam hashtagiyle bir video çek. Olur mu olur!
Dizinin online tekrar bilgi ve linki	Twitter'da "Medcezir yeni bölümüyle televizyondan sonra burada" iletisi paylaşılmaktadır. Facebook'ta Televizyon yayını bittikten sonra, "Yeni bölümümüzü yayından sonra burada izleyebilirsiniz" dizinin TV adresi (http://www.startv.com.tr/dizi/medcezir) linki paylaşılmaktadır.

Sosyal Mesajlar	Twitter ve Facebook adreslerinde Cumhuriyetimizin 91.yılı kutlu olsun paylaşmıştır.
Reklam	Facebook'ta, İşte Axe Black'in size sürprizi: siz#SessizVitrin hashtagiyle sorularınızı soruyorsunuz, Yaman ve Koray Candemir sorularınızı canlı yayında cevaplıyor!#yamansürpriz. Twitter'da Axe Black'ten büyük sürpriz! Yaman&@candemirkoray sorularınızı bu akşam canlı cevaplayacak.#yamansürpriz
Dizide öne çıkan sahnelerin videoları	Mira ve Yaman'ın beraber söyledikleri Beni Benimle Bırak ve Aşk Kırıntıları şarkılarının videoları Facebook ve Twitter sayfalarında linki verilmiştir.

Medcezir dizisi, en çok konuşulan diziler arasında dünya sıralamasında da yer almıştır. Aralık 2013 itibariyle dizilerin Facebook konuşulma oranları şöyledir⁸⁹;

Şekil 1.Dizilerin Facebook'ta Konuşulma Oranları

1. The Walking Dead..... 1,055,647
2. Sons of Anarchy..... 722,476
3. South Park..... 439,702
4. American Horror Story.... 416,120
5. Breaking Bad..... 381,015
6. The Vampire Diaries..... 329,295
7. The Big Bang Theory..... 329,295
8. MEDCEZİR..... 327,707
9. The Simpsons..... 326,375

⁸⁹ http://www.medyatava.com/haber/star-tv-dizisi-facebook-ta-dunya-siralamasinda_100385

3.4.1 Medcezir Dizisi Facebook Hesabı İncelemesi

Dizinin Facebook sayfasına bakıldığında dizi karakterlerinin kullandıkları eşyalar, giydikleri kıyafetler özellikle de dizi kahramanlarınca kullanılan telefonlarla ilgili çok sayıda yorum yapıldığı görülmektedir⁹⁰;

Dizinin Facebook sayfasının takip edildiği Ocak 2015- Mayıs 2015 arası dönemde yapılan yorumlarda dizide yer alan karakterlerin kullandığı telefonun markası sorulmuştur, dizide kullanılan telefon markasının yeni modelinin çıkıp çıkmadığını merak edilmiştir. Diğer bir kullanıcı ise dizide kullanılan telefonun aynısını aldığını yazmıştır. 21 Ocak 2015'te dizide kullanılan Note 3 modelden almak isteyen ve tavsiye bekleyen yorum yapılmıştır. 31 Aralık 2014 tarihinde takipçilerden biri dizi karakterlerinden Elif'in kullanmış olduğu telefonunun zil sesini merak etmiştir. 27 Aralık 2014'te Samsung markasının yeni çıkan telefon modelinin dizi karakteri tarafından kullanıldığını belirten yorum yapılmıştır. 13 Aralık 2014'te diziyeye özenip dizide kullanılan Samsung Note 3 marka telefon aldığını söyleyen yorum yapılmıştır. Aynı tarihte başka bir kullanıcı ise, dizideki karakterlerin kullandıkları telefonlara çok dikkat ettiğini belirtmiştir. 12 Aralık 2014'te dizide kullanılan telefonlardan Samsung Note 4 model telefonu çok beğendiğini söyleyen ve herkese bu telefonu almanın nasip olmasını dileyen yorum karşımıza çıkmaktadır. Aynı tarihte başka bir kullanıcı, dizide kullanılan Note 4 model telefonu haftaya alacağını yazmıştır. 14 Aralık 2014'te Note 4 model telefonun çok iyi olduğunu söyleyen yorum yapılmıştır. 26 Aralık 2013'te yapılan bir yorumda dizideki Mira karakterinin kullandığı telefon çok beğenilirken, 12 Nisan 2014 tarihinde yapılan başka bir yorumda ise dizi karakterlerinden Mira'nın kullandığı telefonun aynısından aldığı üzerinedir. 20 Aralık 2013'te bir kullanıcı dizideki karakterin kullandığı telefonun markasını sorarken, başka bir kullanıcı ise dizide kullanılan Note 3 modelin aynısının kendisinde de olduğunu söylemiştir. Ayrıca, dizide aşırı derecede telefon reklamının yapıldığını söyleyen yorumlar da karşımıza çıkmaktadır. 11 Nisan 2014 ve 22 Aralık 2013'te oldukça fazla Samsung reklamı yapıldığı söylenmiştir.

⁹⁰ Bkz. Ek:1

Dizideki karakterlerin giydikleri kıyafetler ve kullandıkları aksesuarlara yapılan yorumlar yapılmaktadır.⁹¹ 15 Nisan 2015 tarihinde dizideki karakterin giymiş olduğu ceketi nereden bulabileceğini soran yorumcu bulunmaktadır. Aynı tarihte başka bir kullanıcı karakterlerden birinin giymiş olduğu montu bir türlü bulamadığını belirten yorum yapmıştır. 20 Mart 2015 tarihinde yapılan yorumlardan biri dizideki oyuncuların moda tarzını çok beğendiği yönündedir. 21 Şubat 2015'te dizi karakterlerinden Mira'nın giyim tarzını çok beğenip kışkırdığını dile getiren yorum yapılmıştır. 15 Şubat 2015 tarihinde dizi karakterlerinden Mira'nın dizideki giydiği kıyafetlerinin nerede satıldığını söyleyen yorum yapılmıştır. 4 Nisan 2015'te dizi karakterlerinden kullandığı küpeyi çok beğenmiştir ve başka bir kullanıcı ise küpenin markasını sormuştur. 7 Nisan 2015'te dizi karakterinin kullandığı gözlükleri çok beğendiğini dile getiren yorum yapılmıştır. 23 Ocak 2015'te dizideki Mira karakterinin giydiği tişört çok beğenilmiştir. 17 Ocak 2015'te dizi karakterinin kıyafeti çok beğenilmiştir. 3 Ocak 2015'te yorumcu dizi karakterinin ceketinin markasını sormuş ve her yerde bu ceketi aramıştır. 15 Ocak 2015'te dizi karakterinin saçı ve kolyesi çok beğenilmiştir. 27 Aralık 2014'te dizi karakterinin giymiş olduğu tişörtten üretilmesini isteyen, ne zaman satışa çıkacağını soran ve eğer satılan bir yer varsa alacağını söyleyen yorumlara rastlanmaktadır. 26 Aralık 2014'te dizi karakterinin kazağının markası sorulmuştur, ayrıca dizi karakterinin giymiş olduğu tişörtten isteyen yorum yapılmıştır. 19 Aralık 2014'te dizi karakterinin takmış olduğu saç bandı çok beğenilmiştir. 12 Aralık 2014'te dizi karakterinden biri olan Eylül'ün dizide giymiş olduğu etek çok beğenilmiştir.

Aralık 2014'te dizi karakteri Mira'nın dizide giydiği kıyafetin aynısını aldığını söyleyen yorum yapılmıştır. 10 Mayıs 2014'te dizi karakterinin giydiği gömlek çok beğenilmiştir. 8 Mayıs 2014'te dizi karakterinin dizide giydiği bikiniyi nereden bulabilecekleri sorulmuştur. 26 Nisan 2014 ve 5 Nisan 2014'te dizi karakterinin kullandığı çantanın nereden bulunabileceği linki verilmiştir, ayrıca başka bir karakterin giydiği ayakkabının markası yazılmıştır. 31 Mart 2014'te bir kullanıcı dizi karakterinin tişörtünün nereden satıldığını sormuştur. 27 Mart 2014'te başka bir kullanıcı da yine dizi karakterinin giydiği tişörtün nereden satıldığını sormuştur. 29 Mart 2014'te bir kullanıcı dizideki Yaman karakterinin giydiklerini satın alacağını

⁹¹ Bkz. Ek:2

söylemiştir. 20 Mart 2014'te dizideki Mira karakterinin taktığı gözlüğü almayı ne kadar çok istediğini yazmıştır. 1 Şubat 2014'te yorumculardan biri dizideki Yaman karakterinin dizide takmış olduğu kolyenin fotoğrafını istemiştir ve bunu kocasına almak istediğini ifade etmiştir, başka bir kullanıcı ise bu kolyeyi sevgilisine almak istediğini belirtmiştir. 18 Ocak 2014'te dizideki karakterin kullandığı bilekliği nereden alabileceğini soran olmuştur. 25 Aralık 2013'te bir kullanıcı dizi karakterinin giydiği kıyafetlerin markasını bulabilecekleri bir blog adresini vermiştir. 27 Eylül 2013'te yorum yapan kişilerden biri dizi karakterinden birinin taktığı çantayı nereden bulabilecekleri konusunda yardım istemiştir. 4 Ekim 2013'te dizi karakterinin giydiği gömleğin markasını soran olmuştur.

Dizide gidilen yerler, mekanlar izleyici tarafından merak konusu olmakta ve insanlar buraları merak edip gitmek isteği duymaktadırlar.⁹² 30 Ocak 2015'te yorumcular dizideki çekilen mekanın yerini sormuştur. Diğer bir yorumcu ise evinin yakınlarında çekildiğini ama görmeye gitmediği için duyduğu üzüntüyü dile getirmiştir. Diğer bir yorumcu da dizide geçen park bölümünün nerede çekildiğini sormuştur. 15 Nisan 2015'te bir yorumcu dizide çekim yapılan evin kimin olduğunu sormuştur. 31 Mart 2015'te diziden çekilen fotoğrafın İstanbul'un neresinde olduğunu sormuştur. 2 Mayıs 2014'te dizi karakterlerinin dizide gittikleri Pazar sorulmuş ve gitmek isteği belirtilmiştir. 25 Nisan ve 19 Nisan 2014 tarihinde dizide çekim yapılan yerlerin nereleri olduğu dikkat çekmiştir. 21 Nisan 2014'te dizinin yayınlanan son bölümünde gidilen oyuncakçı dükkanının nerede olduğu sorulmuştur. 24 Ocak 2014'te dizi karakterlerinin çay içtikleri yer çok beğenilmiş ve mekanın nerede olduğu sorulmuştur, başka bir kullanıcı da dizi karakterlerinin deniz kıyısında çay içtikleri yer sorulmuştur, diğer bir yorumcu da karakterlerin pasta yedikleri mekanın yerini çok merak etmiştir. 2 Ekim 2013'te dizideki evin yeri merak edilmiş ve 24 Eylül 2013'te dizide yer alan villaların adı sorulmuştur.

31 Mayıs 2014'te karakterlerin gittikleri restoranın adı sorulmuştur. Diğer bir kullanıcı ise gidilen restorani eşine de söyleyeceğini belirtmiştir. 30 Mayıs 2014'te dizi karakterlerinin boğaza karşı yemek yedikleri restoranın adı merak edilmiştir. 4 Haziran 2014,30 Mayıs 2014,31 Mayıs 2014 ve 30 Mayıs 2014 tarihlerinde dizide gidilen restoran, mekanların nerede olduğu üzerine yorumlar gelmiştir.

⁹² Bkz. Ek:3

İzleyiciler dizi karakterlerini fazlasıyla benimsemekte ve onlar gibi olmak istemektedirler. Saç stillerinden, yaptıkları kombinler ve yaşadıkları aşka kadar insanlar özenmektedirler ve yaşam tarzı haline dönüştürmüşlerdir. Bazı kişiler de dizinin insanları özentiyeye ve tüketmeye götürdüğü konusunda yorumlar yapmaktadır⁹³.

31 Ocak 2014 tarihinde dizi karakterlerinden Yaman ve Mira'nın hastası olup dizinin her gün yeni bir bölümünün olmasını çok isteyen yorum yapılmıştır. Başka bir yorum, hayran kartı isteyen yorumcu bulunmaktadır, diğer bir yorumcu ise aşık olacak şekilde diziyi izlediğini söylerken başka bir yorumcu da sırf bu dizi için LED televizyon aldığını söylemiştir. 29 Ocak 2014'te bir yorumcu diziyi kaçırmadan izlediğini ve odasının duvarlarında dizinin fotoğraflarını koyduğunu yazmıştır. 28 Ocak 2014'te bir yorumcu dizideki Yaman karakterini canlandıran Çağatay Ulusoy'a özendiğini belirten yorum yapmıştır. 21 Ocak 2014'te bir yorumcu dizi karakterleri gibi olmayı çok istediğini yazmıştır. 7 Haziran 2014'te dizideki Eylül karakterinin yapmış olduğu kombinlerin kendisine ilham verdiğini belirten yorum yapılmıştır. 20 Haziran 2014'te Eylül karakterinin yaptığı kombinleri nereden bulabileceği sorulmuştur. 3 Ocak 2014'te dizinin karakterine olan hayranlık ve zengin olsa evlenme teklif edeceğini söyleyen yoruma rastlamak mümkündür. 5 Mart 2014'te dizideki Yaman karakterinin telefon tutuş tarzını çok beğendiğini söyleyen yorumcu vardır. 30 Mart 2014'te dizide çalan şarkıyı sırf dizinin karakteri söylediği için en sevdiği şarkı olduğunu söyleyen yorumcu vardır. 6 Mayıs 2014'te bir yorumcu dizinin karakterlerinden Yaman'a benzemek için her şeyi yaptığını söylemiştir. 25 Mart 2015'te bir yorumcu da dizinin karakteri gibi olacağını söylemiştir. Bunun yanında 8 Nisan 2014 tarihinde yapılan bir yorum gençlerin dizideki karakterleri örnek almayı ile ilgilidir. 17 Nisan 2014 tarihinde bir yorumcu dizinin insanları para harcamaya teşvik ettiğini söylemiştir.

14 Ocak 2015 tarihinde başka bir yorumcu hayatın dizide gösterildiği kadar basit olmadığı ve insanların diziyi izleyip uymaya çalıştıklarını belirtirken, 10 Mart 2015 tarihinde yapılan diğer bir yorum ise ev hasreti çeken onca insan varken dizide gösterilenler dolayısıyla insanlara olumsuz örnek olduğu ile ilgilidir.

⁹³ Bkz. Ek:4

Yılbaşı alışverişi için,#EyluleNotumVar etiketiyle @eylulbuluter' den bahseden ve tarzını video veya fotoğrafla gösteren kişiler arasından seçerek alışveriş yapmaya çıkaracaktır. Medcezir dizisinin Facebook sayfasında bu video altına yazılan yorumlara bakıldığında insanların Eylül karakteriyle alışveriş yapmak için tüketmeye ne kadar istekli olduğunu görebilmekteyiz⁹⁴; 19 Ağustos, 26 Ağustos,11 Temmuz 2014 tarihlerinde yapılan yorumlarda alışverişe çıkmaya ne kadar istekli olduğunu görmekteyiz. 20 Aralık ve 13 Haziran 2014 tarihlerinde yapılan yorumlarda Eylül karakteri ile alışverişe çıkmak için yalvaran yorumculara rastlamak mümkündür.20 Aralık tarihinde yapılan diğer yorumlar da seçilmek isteyenler ve alışverişinin Eylül karakterinin yapmasını isteyen yorum görülmektedir. 21 Aralık 2014 tarihinde bir yorumcu ise karakterle alışverişe çıkmayı çok istediğini ama yaşının yetmediğinden ötürü üzüntüsünü dile getirmiştir.

Dizideki karakterlerden biri olan Yaman'ın gitarını kazanmak için Yapı Kredi Play tarafından yarışma düzenlenmiştir. İzleyicilerin, “O gitara sahip olmak istiyorum”, “Ben bu gitarı çok istiyorum” şeklindeki yorumlarına rastlamak mümkündür⁹⁵. 27 Mart 2015 tarihinde gitarı kazanmayı çok isteyen ve Yaman karakteriyle beraber gitarı çalmak isteyen yorumlar yapılmıştır. 26 Mart 2015'te Yaman gibi gitar çalmak isteyen ve 25 Mart 2015 tarihinde gitara sahip olmayı çok isteyen kişilerin yorumlarına rastlamaktayız.

3.4.2 Eylulunnotlari.com Blog Sayfasının İncelenmesi

Dizinin karakterlerinden olan Eylül (Hazar Ergüçlü) eylulunnotlari.com adında bir blogu bulunmaktadır.Buradan moda,teknoloji,güzellik hakkında yazılar yazıp paylaşmaktadır. Örneğin, Samsung Galaxy Note 3 ile uyumlu olan Gear modeli hem saat olarak kullanılmakta hem de arama yapabilme özelliği bulunmaktadır. Yazının altına yapılan yorumlarda bu ürünü dizide görüp satın almak isteyenler hatta ailesine karne hediyesi olarak aldirmek isteyenler bile vardır⁹⁶. 7 Kasım 2013'te Gear saati çok isteyen, 20 Aralık'ta dizide görüp bu saati aradığını söyleyen,22 Aralık 2013'te

⁹⁴ Bkz.Ek:5

⁹⁵ Bkz.Ek:6

⁹⁶ Bkz.Ek:7

dizide görüp muhteşem bir şey olduğundan bahseden yorumlar yapılmıştır. 21 Aralık 2013 tarihinde piyasaya ne zaman çıkacağını çıktığı zaman babasına aldıracağını söyleyen yorumlar yapılmıştır. 28 Aralık 2013'te kesin alacağını söyleyen yorum yapılmıştır. 28 Aralık 2013'te Eylül karakterine bu modelin fiyatı sorulmuştur. Bir başka yorum ise Adana'ya geldiği zaman hemen satın alacağı şeklindedir. 24 Aralık 2013'te hem Samsung Gear hem de Eylül karakterine bayıldığını ifade eden yorum yapılmıştır. 29 Aralık 2013'te piyasaya çıktığı gibi alacağını söylemiştir. 3 Ocak 2014 tarihinde bir kullanıcı karne hediyesi olarak satın almayı düşündüğünü söylemiştir. 24 Ağustos 2014 tarihinde bir yorumcu piyasaya hemen gelmesini isterken, bir başka yorumcu da ne zaman piyasaya geleceğini merak etmiştir. 17 Nisan 2015 tarihinde bir kullanıcı da piyasaya çıkıp çıkmadığını sormuştur.

Ayrıca, blogunda kombinler yapıp paylaşmakta ve blogunu takip edenlere kombinler hakkında soru sormaktadır. İnsanlar, karakterin kıyafetler, aksesuarlar, dizide giydiği kıyafetlerle ilgili nerede bulabilecekleri hakkında sorular yöneltmektedir. Pek çok kişi Eylül karakterinin yaptığı kombinlerle kombin yapmaktadır, giydiği kıyafetleri giyip kullandığı ürünlerin aynısını kullanmaktadır⁹⁷. 6 Haziran 2014'te yapılan bir yorumda çantayı nereden alabileceğini sorulmuştur, başka bir yorumcu da Mira ve Eylül karakterlerinin kullandığı şampuanların aynısından kullandığını ve her zaman ne giydiklerine baktığını yazmıştır. Diğer bir yorumcu da eteği nereden bulabileceğini sormuştur. 7 Haziran 2014'te yapılan bir yorumda Eylül karakterinin yaptığı kombinlerin kendisine ilham verdiği şeklindedir. 20 Haziran 2014'te yaptığı kombinleri nereden alabileceğini sormuştur. 5 Mayıs 2014'te Eylül karakterinin takmış olduğu gözlüğün markası sorulmuş ve dışarıda bir türlü bulamadığını dile getirmiştir. 11 Ağustos 2014'te bir yorumcu bir yere gittiği zaman Eyluluunnotlari.com sitesinden bakarak giyindiğini söylemiştir. 11 Ocak 2014'te karakterin yılbaşı gecesinde giymiş olduğu kıyafetin markası sorulmuştur. 11 Nisan 2014'te karakterin ayakkabısının aynısından istediğini belirten yorum yapılmıştır. 18 Ocak 2014'te dizi karakterinden 15-16 yaş arası kızlar için elbise koleksiyonları bulması istenmiştir. 12 Ocak 2015'te karakterin üzerine giydiklerini nereden aldığını kendisine e-mail yoluyla cevaplaması istenmiştir. 3 Nisan 2015'te yapılan yorumlarda biri karakterin giydiği gibi etek bulamadığı ve kendisine yardım etmesini

⁹⁷ Bkz. Ek:8

istemesi yönündedir. 20 Mart 2015'te diziyi Eylül karakteri için izlediğini ve kıyafetlerini çok beğendiğini belirten yorum yapılmıştır. 15 Mart 2014'te karakterin tarzının kendisine çok uyduğunu söylemiştir. 21 Kasım 2014 tarihinde sarı rengi sevmemesine rağmen karakter sayesinde renk kullanmaya başladığını belirten yorum yapılmıştır. 12 Aralık 2014 tarihinde yapılan bir yorumda karakterin yapmış olduğu kombinleri, işlemleri dikkate aldığı yönündedir.

3.4.3 Medcezir Dizisinin Twitter Hesabının İncelenmesi

Dizi, Twitter'i aktif kullanan dizilerden biridir. Dizi hashtaglarıyla (#aşkafeda,#unutamamçünkü,#kandırmakiçin vb.) trend topic olmuştur. Twitter'da en son sayısıyla 441 bin takipçisi bulunmaktadır. Medcezir izleyicileri Twitter yoluyla dizide kullanılan etiket ile ilgili yorumlar yapabilmektedir. Dizide kullanılan ürün yerleştirme reklamları ile ilgili eleştirilerini yapmaktadır. Dizideki karakterlerin giyinişi, kullandıkları aksesuarlar, gittikleri yerler ve karakterler ile ilgili düşüncelerini paylaşmaktadır. Yorumlara bakıldığında, insanların tüketmeye ne kadar istekli olduğunu, zengin hayata özendiğini, telefon zil seslerini dizideki kişilerin zil sesi ile aynı yaptığını belirten yorumlara rastlanmaktadır.

Tablo 11.2014-2015 Yılında Twitter'da Medcezir İle İlgili Atılan Tweetler

Gün	Ay	Yıl	Atılan Tweet Sayısı
28	Şubat	2014	15,094
7	Mart	2014	14,293
28	Mart	2014	6,262
4	Nisan	2014	11,762
11	Nisan	2014	3,585
18	Nisan	2014	984
25	Nisan	2014	10,644

2	Mayıs	2014	11,825
9	Mayıs	2014	35,588
13	Haziran	2014	67,661
12	Eylül	2014	32,535
19	Eylül	2014	48,225
26	Eylül	2014	17,579
10	Ekim	2014	17,662
17	Ekim	2014	25,552
24	Ekim	2014	39,653
14	Kasım	2014	26,925
21	Kasım	2014	30,447
28	Kasım	2014	83,204
5	Aralık	2014	17,228
12	Aralık	2014	13,444
19	Aralık	2014	52,087
26	Aralık	2014	208,758
9	Ocak	2015	24,991
16	Ocak	2015	60,715
23	Ocak	2015	20,175
30	Ocak	2015	63,625
6	Şubat	2015	28,003
13	Şubat	2015	18,556
20	Şubat	2015	63,634
27	Şubat	2015	23,547
6	Mart	2015	17,501
20	Mart	2015	41,802
27	Mart	2015	19,184

3	Nisan	2015	16,046
10	Nisan	2015	11,298
24	Nisan	2015	18,973

Kaynak:www.starmetre.com

Dizinin Twitter hesabına baktığımızda, yine kıyafetler, mekanlar, hakkında yapılan yorumlara rastlamaktayız. Dizide kullanılan telefonlar hakkında yapılan yorumlar yapılmaktadır.⁹⁸ Dizideki telefonun kendisinde olmasını çok isteyen yorumcu bulunmaktadır. Bir başka yorum ise telefon zil sesleri kullanıcıların zihnine yerleşip ve zil sesi çaldığında insanların aklına dizinin geldiği şeklindedir. 13 Şubat 2015 tarihinde yapılan bir yorumda dizideki Eylül karakterinin telefon şarjının hiç bitmemesine dikkat çekmiş ve kendisi de bu telefonu almak istediğini belirten tweet atmıştır. 5 Mayıs 2014 tarihinde takipçilerden bir tanesi dizi karakterlerinden birinin telefon kılıfından kendisine hediye geldiğini söylemiştir. 11 Nisan 2014 tarihinde yapılan bir yorumda hayatında dizideki gibi son model telefonların olması istenmiştir. 28 Mart 2014 tarihinde atılan bir tweet ise diziyi izlediği zaman canının Samsung telefon çektiği üzerinedir. 21 Şubat ve 7 Şubat 2014 tarihlerinde telefon zil sesini dizi oyuncularıyla aynı yaptığını söyleyen bir yorum bulunmaktadır. 3 Ocak 2014 tarihinde dizi karakterinin kullandığı telefon kılıfının aynısını aldığını söyleyen ve bundan mutluluk duyduğunu ifade eden bir yorum yapılmıştır. 17 Aralık 2013 tarihinde atılan bir tweet ise dizideki sponsor olan telefon markasının onlara da sponsor olmasını istemesi yönündedir. 4 Ekim 2013'te dizi karakterinin telefon kılıfından almak istediğini belirten bir tweet atılmıştır.

Dizideki kıyafetle hakkında yapılan yorumlarda karakterlerin kıyafet tasarımlarını soran, iş toplantılarını karakterlerin saç, makyaj, kıyafeti gibi hazırlanan kişiler bulunmaktadır.⁹⁹ 9 Ocak 2015 tarihinde takipçinin biri dizinin akşam yayınlanan bölümün kıyafet bilgilerini istemiştir. 4 Aralık 2015 tarihinde başka bir yorumcu dizideki kıyafetlerin ilgisini çektiğini söylemiştir. 17 Ekim 2015 tarihinde bir yorumcu toplantılarına dizideki karakter gibi hazırlandığını kıyafetlerine dikkat ettiğini söylemiştir. 17 Ocak 2014 tarihinde dizideki Mira karakterinin kıyafet

⁹⁸ Bkz.Ek :9

⁹⁹ Bkz.Ek :10

tasarımının nereden olduğu merak edilmiştir. 21 Mart 2014 tarihinde bir kullanıcı tarafından dizinin dün akşam ki bölümünün kıyafet markalarının yer aldığı web sitesi belirtilirken,2 Mayıs 2014 tarihinde ise başka bir kullanıcı dizinin kıyafetten çok kıyafet showuna dönüştüğünü söylemiştir.

Mekanlar hakkında da tweetler atılmıştır. Mekanlar hakkında beğenisini dile getiren, mekanların neresi olduğu hakkında bilgi veren aynı zamanda bu mekanlara gitmek isteyen kişiler bulunmaktadır¹⁰⁰. 28 Mart 2014 ve 2 Ağustos 2013 tarihlerinde yapılan yorumlarda dizide yer alan mekanların harika olduğunu söyleyen yorumlar yapılmıştır. 1 Kasım 2013 tarihinde dizinin yayınlanan bölümündeki mekanların hepsine gittiğini söyleyen yorum yapılmıştır. 12 Nisan 2014 tarihinde bir yorumcu tarafından atılan tweet dizideki evlerin aklını başından aldığı yönüyle,21 Eylül 2013 başka bir kullanıcı ise dizideki evlere kıskançlıkla baktığını ifade etmiştir. 20 Eylül 2013 tarihinde atılan bir tweet dizideki evlere hayran kalındığı ve gerçek olup olmadığı üzerinedir. 4 Ekim 2013 tarihinde dizideki villaların nerede olduğu ve bulunduğu sitenin adı sorulurken,7 Ağustos 2013 tarihinde bir kullanıcı tarafından dizinin çekildiği villaları görmek isteyenlere yardımcı olabileceğini söyleyen tweet atılmıştır.

Ayrıca, dizide gösterilen zenginlik unsuru da atılan tweetlerin içerisinde yer almaktadır. İnsanlar dizideki gibi aşk yaşamak ve dizideki gibi zenginliğe sahip olmak istediğini anlatan tweetler de atmaktadır¹⁰¹. 10 Nisan 2015 tarihinde zenginliğin dizide var olduğunu ve ekrana kilitlenmek gerektiğini söyleyen tweet atılmıştır.30 Ocak 2015 tarihinde bir kullanıcı dizideki gibi zenginlik istediğini anlatmıştır. 12 Eylül 2014 tarihinde bir kullanıcı zenginliğin yaşamasının karakterlerin lüks yerlere gitmesiyle olacağını söylemiştir. 3 Ocak 2014 tarihinde atılan tweet zenginliğin hiç sıkıntı çekmemek olduğu ile ilgiliyken atılan başka bir tweet ise zenginlik belirtisinin dizideki gibi kutulardan milyonlar ya da kredi kartı çıkması olduğu hakkındadır. 28 Aralık 2013 tarihinde bir kullanıcı zenginlik konusunda da diziden etkilendiğini ifade etmiştir. 13 Aralık 2013 ve 18 Ekim 2013 tarihlerinde kullanıcılardan biri zenginliğin güzelliğinden bahsederken diğer bir kullanıcı zenginliğin herkesin lüks içinde yaşaması demek olduğunu söylemiştir. 13

¹⁰⁰ Bkz.Ek:11

¹⁰¹ Bkz.Ek:12

Eylül 2013 tarihinde dizinin çok hoşuna gittiğini ama ruh halini olumsuz etkileyebileceğini söyleyen tweet atılmıştır. 18 Ekim 2013 tarihinde, bir kullanıcı dizideki karakterlerin çantaya milyonlar verdiği ama mesaj paketi almayı sosyal medya üzerinden mesajlaşmasına zenginlik unsuru olduğuna dikkat çekerken, diğer bir kullanıcı ise karakterlere zenginlik verilmesinin diziyi izleyenleri kötü etkilediğini söylemiştir.

3.4.4 Medcezir Dizisinin Instagram Hesabının İncelenmesi

Dizinin Instagram sayfasına baktığımızda yayınlanan fotoğraflara çok sayıda yorum yapıldığı görülmektedir.¹⁰² Yapılan yorumlar da “Burası neresi”, “Bölüm nerede çekiliyor?” , “Gezilmeye degecek bir yer mi “ şeklinde mekanlarla ilgili yorumlar yapılmaktadır. Kullanılan mekanların orada oturan kişiler ise cevap vermektedir. Dizideki kıyafetler ve aksesuarların markasını ve nereden bulabileceğini soran yorumlar bulunmaktadır¹⁰³. Yapılan yorumların birinde dizi karakterinin dizide kullandığı küpelerin markası ve nereden alındığı sorulmuştur. Başka bir yorumda ise dizi karakterinin giymiş olduğu kıyafetin kendisinde olmasını çok isteyen yorumcu bulunmaktadır. Başka yorumlarda ise, elbisenin markasını merak eden, karakterin ceketinin nereden olduğunu ve nereden bulabileceğini soran yorumlar yapılmıştır.

Dizi karakterinin giydiği botları satın almak isteyenler varsa yardımcı olabileceğini söyleyen yorumcu bulunmaktadır. Karakterlerin giydiği pantolon, bluz, tulum takımını nereden bulabileceği sorulmuştur. Başka bir yorumcu ise dizi karakterinin yüzük ve bilekliği uygun fiyata bulabilecekleri adreslerin linkini verirken, diğer bir kullanıcı da dizide kullanılan saatleri ve dizi karakterinin dizide kullandığı telefon kılıfını bulabilecekleri sayfaların adresini vermiştir. Başka bir yorum ise dizi karakterlerinin giydiği formaların satışta olup olmadığı üzerinedir.

Dizideki karakterle duygusal bağ kuran pek çok yoruma rastlanmıştır. Dizi karakterleri gibi güzel olmak istediğini belirten yorumlar yapılmıştır. Yapılan bir yorumda yorumcu dizideki Yaman-Mira karakteri gibi aşk yaşamak istediğini

¹⁰² Bkz.Ek:13

¹⁰³ Bkz.Ek:14

belirtmiştir. Başka bir yorumcu ise dizideki Mira karakteri ağladığı zaman kendisinin de ağladığını söylerken diğer bir yorumcu da Mira karakteri mutsuz olduğu zaman kendisinin de mutsuz olduğunu belirtmiştir. Başka bir yorum ise gerçek hayatın dizideki gibi olmasını istemesi üzerinedir.

3.5. Derinlemesine Görüşme: Bulgular

Günümüzde her geçen gün sayısı artan diziler izleyici tarafından ilgi görmektedir. Konuları ve izler kitleleri farklılık gösterse de tüketim unsurları pek çok dizide kendini gösteren bir olgudur. Özellikle reytinglerde üst sıralarda yer alan ve çok konuşulan Medcezir dizisi izleyicilerinin de incelenmesi ihtiyacı duyulmuştur.

3.6 İzleyici Yorumları

Görüşmelerden önce Medcezir dizisinin izler kitlesini ortaya çıkarmak için, diziyi izleyip izlemedikleri sorulmuştur. Görüşmecilerin çoğu diziyi düzenli olarak izledikleri, bazıları ise belirli bir dönem ya da ara sıra izledikleri ön bilgisi alınmıştır. İzleyiciler cinsiyetlerine göre (K1,K2,K3,K4,E1,E2,E3,E4) şeklinde isimlendirilmiştir.

3.6.1 Televizyon Dizilerinin Tüketime Yöneltilmesinin Araştırılması

Görüşmede ilk olarak genel biçimde televizyon dizilerinin insanları tüketime yönlittiği konusunda fikirleri sorulmuştur. Genel olarak televizyon dizilerinin tüketime yönlittiği konusunda görüş bildirilmiştir.

“Bence yönlüyor. Dizideki kız ne giymiş, nereden alışveriş yapmış bakıyoruz.” – K1

“Yöneltilir. Özellikle giyim, teknoloji üzerinde özendirir, gösterilen yaşam tarzına teşvik eder.” – K2

“Yönelttiğini düşünüyorum. Özellikle moda ile ilgili alanlarda ve genç izler kitleyi etkileyici unsurlar barındırır.” –K3

“ Yöneltir. Bende bizzat yönleniyorum.” –K4

“ Yöneltir. Televizyon dizilerinde yaratılan karakterler, markalar ürünlerini satabilmek için karakter yaratmak zorundadır. Bunun için de televizyon dizilerindeki karakterler kullanılmaktadır. İnsanlar dizide görülen karakterlerle bağlantılı olarak giydikleri kıyafetlerin aynısından giymek istiyorlar. İnsanlar televizyon dizilerine göre alışveriş yapar hale geldiler.”-E1

“ Yöneltir. Diziler reklam için yapılıyor. Ama onayladığım bir durum değil.” – E2

“ Yönelttiğini düşünüyorum. İnsanlar dizide gördüklerinin kendilerinde olmasını istiyorlar. Toplumunuz zaten her gördüğünü ister hale geldi. Diziler de gösterdikleriyle bunu daha da tetikliyor.”- E3

“ Bence yöneltiyor.”- E4

3.6.2 Dizilerde Gösterilen Lüks Ürünlerin İnsanları Tüketmeye Teşvik Ettiğinin Araştırılması

Daha sonra izleyicilere dizilerde yer alan lüks, zenginlik unsurlarının insanları tüketime teşvik etmekte etkisi olup olmadığı sorulmuştur. Alınan cevaplara göre kesinlikle dizilerin tüketime bir etkisi olduğu ve insanları etkilediği üzerinedir.

“Çok lüks, evler ve arabalar var. Hedef kitle açısından uygun değil. Lüks tüketime özendiriyor.” – K1

“ Kesinlikle teşvik ediyor. Dizinin geçtiği Tuzladaki bir kafe diziden sonra kahvaltayı daha pahalı satmaya başladı.-K2

“ Özendirici tarafı var. Dizide görüp gündelik hayatta kullanmak isteyen insanlar var.” - K3

“Tüketebilecek kısmı ve tüketemeyecek kısım var. Görüp, isteyip bunları alamayacak insanlar var. Aşırısı zarar diye düşünüyorum” .-K4

“Televizyonda zengin karakterler, durumlar gördüğünüzde kendisiyle onu bağdaştırıp, onun gibi olmak ister veya bunun benzerini yapmak ister. İnsanlar kazandığına bakmadan gördüklerini alıp kullanmak istiyorlar.” - E1

“Kesinlikle tüketimi teşvik eder. Medcezir tam bir tüketim dizisi.-E2

“Tüketimi teşvik ettiğini düşünüyorum. İnsanlar da bu lüks ürünleri, yaşamı görüp sahip olmak istiyor.”-E3

“Teşvik ediyor. “ -E4

3.6.3 Dizide Dikkat Çeken Ürün Yerleştirmenin Araştırılması

Daha sonraki soruda izleyicilere Medcezir dizisinde en çok dikkatlerini çeken ürün yerleştirmeler sorulmuştur. Genel olarak Samsung telefon ve arabalar dikkat çekmiştir.

“Samsung reklamları.” – K1

“Superfresh,Samsung,Fiat,Mercedes” – K2

“Samsung,Mizu.com reklamı,arabalar”- K3

“Super Fresh.”- K4

“Samsung ve arabalar”- E1

“Elidor şampuan” – E2

“ Mercedes ve Samsung telefonlar “ – E3

“Arabalar”- E4

3.6.4 Dizide Görüp Satın Alma Kararı Duyulup Duyulmadığının Araştırılması

Daha sonraki soru ise dizide gösterilenlerin izleyicileri satın alma isteği duyup duymamaları ile ilgilidir.

“Kıyafet aldım.” – K1

“Mira'nın kot pantolonunu aldım. Mira ve Sedef'in bütün kıyafetlerini almak istedim.” - K2

“Almak istediğim olmadı. Ama Mizu.com'u duydum bu vesileyle.”-K3

“Almak istediğim oldu. Diziyi izledikten sonra bu nereden diyip baktığım kıyafetler oldu.”-K4

“Fiat L-500 araba almak istedim. Küçük gözükmesine rağmen dizide 5-6 kişi birden binebilince algım değişti. Motor kullansaydım Vespa almak isterdim”.-E1

“Elbiseleri almak istedim. Markası aynı olmasa da aynı modelden aldığım şeyler oldu.”-E2

“ Mercedes almak isterdim.”-E3

“ Arabalardan almak isterdim”-E4

3.6.5 Dizide Bulunan Mekanlara Gitme İsteği Duyulmasının Araştırılması

Ardından gelen soru izleyicilerin gördükleri mekanlara gitme isteği duymaları veya gitmeleri üzerinedir. Bazı izleyiciler gitmek istediğini belirtirken bazıları ise böyle bir istek duymadığını ifade etmişlerdir.

“Böyle bir isteğim olmadı.”-K1

“Gittiğim yer oldu. Adriano Antik Cafe.”-K2

“Hep oturdukları güzel bir yer var ama gitmeyi düşünmedim.”-K3

“Böyle bir isteğim olmadı.”- K4

“Hungry Ghost mekanına gitmek istedim ve gittim. Arkadaşlarıma da tavsiye ettim. Arkadaşım diziyi izlemiyordu ama hoşuna gitti ve benden sonra da bu mekana gitmeye devam etti. Medcezir dizisi sayesinde bu mekan arkadaşlarımızla gidebileceğimiz hoş bir mekan oldu.”-E1

“Neredeyse bütün güzel olanlara gitmek istedim. Örnek vermek gerekirse, Ağva’da gittikleri yer, Uludağ’da kaldıkları yer diyebilirim.”-E2

“Hungry Ghost mekanına gittim.”-E3

“ Böyle bir isteğim olmadı.” -E4

3.6.6 Dizi Karakterinin Almak İstenen Ürün veya Markayı Kullanmasının Satın Almadaki Etkisinin Araştırılması

Sonraki soruda izleyicilere satın almak istedikleri ürünün dizi karakterinin kullanıyor olmasının satın almak istemelerinde etkisi sorulmuştur. Genel olarak olumlu etkilediği yönünde cevaplar alınmıştır.

“Etkiler. Alma kararında etkili oldu. İnternette görüyorsun, nasıl duracak bilemiyorsun ama dizide karakterde görünce daha rahat oluyor.”-K1

“Olumlu etikler.”-K2

-Kararımda bir etkisi olmaz.- K3

“Olumlu etiler.”-K4

“Olumlu etikler. Televizyonda aldığım ve alacağım ürün kullanılıyor olması demek ki seçimlerim iyiymiş diye düşünürüm.”-E1

“Olumlu etkiler. O kullandığına göre güvenilir derim bende kullanırım.”-E2

“Olumlu etkiler. Doğru karar aldığımı düşünürüm.”- E3

“Olumlu etkiler.”- E4

3.6.7 Dizide İnsanları Tüketime Yönlendiren Durumların Araştırılması

Son soru Medcezir dizisinde insanları tüketime yönlendiren hangi durumlara rastladıkları sorulmuştur.

“Arabalar, telefon modelleri, kullandıkları çantalar, makyaj ürünleri diyebilirim. İnternet sitelerinde şu karakterin makyajı şu marka ürünlerle ve şu şekilde yapılıyor gibi videoların olması.”-K1

“Evler diyebilirim. Yaşam tarzını yansıttığı için insanlar açısından cazip edici oluyor. Giyim, kuşamları ve bol bol parti vermelerini de sayabilirim. Eylül’ün blog açıp kıyafet seçimlerini buradan yapması bunlar hep tüketime yönelten durumlar.”-K2

“Sosyal etkinlikler ve burada giydikleri kıyafetler, seçilen karakterler ve tüketim alışkanlıkları insanları özendirici nitelikte.”-K3

“Lüks yerlerde yemek yemeleri ve giydikleri kıyafetler diyebilirim.”-K4

“Dizi insanlara kendi içinde tüketimi yansıtıyor. Son model telefonlar kullanılıp gençler ailelerine bunları aldırarak istiyor. Genç kız sevgilisiyle burada yer alan mekanlara gitmektedir.”-E1

“Lüks yaşamaları ve yiyip içmelerini söyleyebilirim. Giydikleri kıyafetler, oturdukları villalar ve kullandıkları arabaları da ekleyebilirim. Ayrıca çoğunlukla alışveriş yapıp neredeyse her gün kuaföre gidiyorlar.”- E2

“Zenginlik göstergesi olan her türlü şey diyebilirim. Kıyafet, araba, oturdukları evler, kullandıkları cep telefonları ve markalı ürünler.”- E3

“Kıyafetler, villalar, karakterlerin bindiği arabalar.” -E4

SONUÇ

Televizyon toplumun haber alma ve bilgilenme konusunda temel kaynaklarından birisidir. Bu bağlamda insan ve davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Televizyon yayıncılığın ticarileşmesine paralele olarak haber ve bilgi kaynağı olma özelliğinden çok eğlence ve boş vakitlerin değerlendirildiği bir araç konumuna gelmiştir. Televizyondaki dizilerin her geçen gün artması ve diziler aracılığıyla toplumu tüketime yönlendiren unsurların içeriklerde yer alması git gide artış göstermektedir.

Tüketim sadece ürünü almak ve kullanmak değil ayrıca kimlik oluşturmak ve ürünler yoluyla insanlara mesajlar yollamak amacını taşımaktadır. İnsanlar sevdikleri karakterler aracılığıyla kendine sunulan tüketim kalıpları, yaşam tarzlarını kabullenmesi daha kolay olmaktadır. Dizi karakterlerinin kullanmış oldukları ürünlerin satışa sunulması, karakterlerin dizide giydikleri kıyafetlerin mağazalarda aranması, dizide karakterlerin gittikleri mekanların merak edilip sorulması insanların tüketime yönlendiren durumlar olmaktadır.

Bu çalışmada, incelenen Medcezir dizinin Facebook sayfasında da görüldüğü gibi, "Medcezir'e özendim Note 3 aldım", "Serenay senin kıyafetinin aynısını aldım", gibi yorumları görmek mümkündür. Twitter hesabında "Yaman'la telefon zil sesini aynı yaptım", "Medcezir izleyince canım Samsung telefon almak istiyor" gibi yorumları da görmek mümkündür. Facebook sayfasında, dizideki Yaman karakterinin dizide kullandığı gitar yarışma yoluyla kazanan izleyiciye verilecektir. İzleyicilerin," O gitarı çok istiyorum", "O gitara sahip olmak istiyorum" şeklindeki yorumları karakterler yoluyla insanların tüketime yönlendirildiği tezini doğrular niteliktedir. İnsanların dizi karakterinin dizide kullandığı bir eşyaya bile sahip olmak için tüketmeye ne kadar istekli olduğunu görmekteyiz. Eylül karakterinin blog sayfasında " Senin tarzını takip ediyorum, çok beğeniyorum", "Ben de senin tarzına uyup öyle yapıyorum" şeklinde yorumlar da dizi karakteri üzerinden insanların tüketime yöneldiğini bize göstermektedir.

Yapılan derinlemesine görüşmenin sonucunda, televizyon dizilerinin tüketime yöneltmesi sorulduğunda görüşme yapılan kişilerin hepsi yönelttiğini düşünmektedir. Pek çok konuda özendirip, teşvik ettiğini düşünmektedir. Böylece televizyon dizilerinin tüketime yöneltecek durumlar barındırdığı ortaya konmuştur. Dizilerde gösterilen lüks ürünlerin insanları tüketmeye teşvik ettiği konusundaki görüşler sonucunda lüks ürünlerin dizilerde bulunması tüketimi daha da etkilediği ortaya çıkmıştır.

Medcezir dizisinde en çok dikkati çeken ürün yerleştirmeler sorulduğunda Samsung telefon ve arabalar cevabı alınmıştır. Bunun sonucunda insanların teknoloji ve arabaya daha çok ilgilerinin çektiğini söylemek mümkündür.

Dizide görüp satın almak istedikleri duyup duymadıkları konusunda genelde Medcezir dizisindeki kıyafetler satın alınmak istenmiştir. Dizideki ürünlerin insanları tüketmeye götürdüğünü söyleyebiliriz.

Dizideki yer alan mekanlara gitme isteği duyup duymadıkları sorulduğunda, gitmeyi düşünenler olduğu kadar düşünmeyenler de vardır. Yine de belirli bir kesim üzerinde etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Dizi karakterlerinin almak istenen ürün ya da markayı kullanıyor olmasının satın alma üzerindeki etkisi sorulduğunda, genelde etkilediği cevabı alınmıştır. İnsanların bir ürünü satın almasında dizideki karakterin payının olduğu sonucuna varabiliriz.

Dizide insanları tüketime yönlendiren durumları söylemeleri istendiğinde, lüks yaşamları, giydikleri kıyafetler, kullandıkları eşyalar ön plana çıkmıştır. Bu durum, dizinin içerisinde insanları tüketime yönlendiren pek çok unsuru barındırdığı ortaya çıkmıştır.

Kitle iletişim araçlarının izleyiciler üzerindeki etkisi hem ana akım hem de eleştirel yaklaşımların üzerinde çok çalıştığı bir alan olmuştur. İzleyicileri kavramlaştırılmasında ise her iki yaklaşımın değerlendirmelerini “aktif” ve “pasif” izleyici bağlamında yaptığımızı görüyoruz. İzleyiciyi aktif gören yaklaşımlar izleyicinin medya içeriklerini tüketirken alımlama süreci gerçekleşmekte, izleyici içeriği yorumlamakta hatta yeniden kurmaktadır. Pasif izleyici yaklaşımında ise

izleyici medyanın kendine sunduğu içeriklerden doğrudan etkilenmektedir.¹⁰⁴ Medcezir dizisindeki ürün yerleştirme uygulamalarının izleyici üzerindeki etkisini ele alan bu çalışmada elde edilen bulgular izleyicilerin medya içeriklerinden doğrudan etkilendikleri yönünde sonuçlar ortaya koymaktadır.

¹⁰⁴ Süleyman İrvan, “Eleştirel Yaklaşımlarda İzleyici Araştırmaları: Bir Yöntem Olarak Alımlama zmlemesi, *A., İLEF Yıllık* 94-95, 1997, s.205.

EKLER

EK 1: Facebook Kullanıcılarının Dizide Kullanılan Telefonlar Hakkında Yaptığı Yorumlar

Enes Dogan Elindeki telefon hangi marka hangisi

Beğen · Yanıtla · 20 Mart, 14:23

Yunus Oktay s6 çıktımı ?

Beğen · Yanıtla · 20 Mart, 16:49

Ayten Dadashova Nasibova Yaaa 1 ri bana soylesin şunlarin elindeki mob hangisi samsung galaxy s5 mi?

Beğen · Yanıtla · 15 Şubat, 00:38

Tuğba Diker aa samsung galaxy a aynısıı varr çıkar çıkmaaz aldıkkk

Yunus Oktay mira nın telefonun ne ya

Beğen · Yanıtla · 29 Ocak, 18:18

Burak Efe Varlık Yaman'ın telefonu grand prime

Beğen · Yanıtla · [11 Nisan, 14:49](#)

Ertan Tizel Elindeki telefon markasını bilen

Beğen · Yanıtla · [10 Nisan, 20:21](#)

Renaz Sude Not3 kullanan var mı almak istiyorum tavsiye edeniniz var mı gençler

Beğen · Yanıtla · [21 Ocak, 01:15](#)

Arslan Perincek Arkadaşlar elif in telefon zil sesinin ismini veya linkini bilen varsa atabilirmi?

Beğen · Yanıtla · [31 Aralık 2014, 22:42](#)

Can Berk Ruşen İşte Samsung'un yeni telefonu Sude'nin elinde. (her yönden konuşabilme özellikli) 1.41.40 Dikkat.!

Beğen · Yanıtla · [2 · 27 Aralık 2014, 01:53](#) ·

Buse Serinol Mirada note 3 vardı s5 aldı sonra da note 3 kullanıyo sonrada s5 ya da note 4 e döndü

Beğen · Yanıtla · [13 Aralık 2014, 07:32](#)

Kıbıcı Kadir Medcezire özendim mart ayında note 3 aldım şimdi note 4 çıktı

Beğen · Yanıtla · [13 Aralık 2014, 03:24](#) ·

Nida Uran Note4 ya bu kadar mı güzel olur yha allahım herkese bu telefondan almayı nasip etsin....

Beğen · Yanıtla · [12 Aralık 2014, 15:51](#)

İbrahim Kılınc Not 4 haftaya Alyom seni

Beğen · Yanıtla · [12 Aralık 2014, 10:24](#)

Musa Tarhan Not 4 süper ya

Beğen · Yanıtla · 14 Aralık 2014, 14:58

Cevdet Alparslan Özkan bende Mira'nın aynı telefonda var

Beğen · Yanıtla · 12 Nisan 2014, 09:20

Cengiz Kan Asiri derecede reklam var dizide (telefon)

Beğen · Yanıtla · 11 Nisan 2014, 22:43

Özgür Ünsal miraaaaaaaaa telefon güzelli

Beğen · Yanıtla · 26 Aralık 2013, 21:01

Berhan Ericek note 3 yakıyooo

Beğen · Yanıtla · 24 Aralık 2013, 18:30

Özer Göktay Dizi bastan sona Samsung galaxy note 3 reklamı...

Beğen · Yanıtla · 22 Aralık 2013, 23:50

Dicle Su Öztürk note 3 aynısı bende var sıyahı

Beğen · Yanıtla · 20 Aralık 2013, 22:56

Şahin Çiçek Bu telefonun markası ne idi ya

Beğen · Yanıtla · 20 Aralık 2013, 18:03

EK 2: Facebook Kullanıcılarının Dizinin Karakterlerinin Kıyafet ve Aksesuarlarına Yaptıkları Yorumlar

Bahar Seker Şu ceket çok hoşuma gitti nerden bulabilirim acaba onu?

Beğen · Yanıtla · 15 Nisan, 22:59

FıRat Altın Şu mertin üzerinde ki montu bi türlü bulamadım ona yanarım

Beyza Gençoğlu Moda gerçekten çoooooooooooooooooooooooooooooook iyi

Beğen · Yanıtla · 20 Mart, 18:51

Neslihan Gunaydin kışkandığım tek şey şu Kızın güzeliği ve Tarzı! mükemmel

Beğen · Yanıtla · 21 Şubat, 23:45

Melek Altın medcezir serenay sarıkaya kıyafetleri burada

Beğen · Yanıtla · 15 Şubat, 13:11

Aliya Taqibeyli Kupelerine bayılırim

Beğen · Yanıtla · 2 · 4 Nisan, 10:08

Gülşah Çelik Küpesine bayıldım acabaa markası ne yaaa çok hoş

Beğen · Yanıtla · 1 · 4 Nisan, 10:54

Naz Yılmaz Gözlüklerin Süper

Beğen · Yanıtla · 7 Nisan, 20:48

Fulya Ihtiyaroğlu Mira'nin tişörtü güzelmiş

Beğen · Yanıtla · 1 · 23 Ocak, 18:46

Pelin Haya miranın kıyafeti çok güzel. kırmızıda çok yakışmış..

Beğen · Yanıtla · 1 · 17 Ocak, 18:11

Dovlet Mirzayev serenay kırmızı elbise harika bu kadar güzel olunur ancak

Beğen · Yanıtla · 15 Ocak, 18:54

Saygı Temurtaş Miranın montu çok güzelmiş

Beğen · Yanıtla · 17 Ocak, 07:40

Tc Murat Bulut bu ceketin markasını bilen varsa lütfen solesinnnn cıldırıcam yoksa aramadığım marka kalmadı yaaa

Beğen · Yanıtla · 3 Ocak, 00:59 · Düzenlendi

Berna Alver Miranın sacları ve kolyeleri çok güzel

Beğen · Yanıtla · 1 · 15 Ocak, 00:09

Sevcan Yanku Bilgin ya man tişörtlerinden üretsinler

Beğen · Yanıtla · 27 Aralık 2014, 17:40

Mehmet Maşuk Polat Yaman yazılı tişörtler ne zaman satışa çıkar:-)

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [3](#) · [26 Aralık 2014, 22:16](#)

[Gürkan Dinç](#) Yaman tişörtler efsaneymiş satılan yer varsa alalım

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [26 Aralık 2014, 22:27](#)

[Görkem Avcı](#) O T-Shirten bende istiyorum [Serenay Sarıkaya](#)

[Nedret Çelik Şahin](#) mira'nın üstündeki kazak harika markasını öğrenebilirmiyim Admin cevap lütfen :((

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [26 Aralık 2014, 21:04](#)

[TC Mehmet Mine Safak](#) miranın saç bandına bayıldım

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [19 Aralık 2014, 15:01](#)

[Yonca Kara Demir](#) Eylülün etegi ne güzelmiş *-.* bayıldım

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [2](#) · [12 Aralık 2014, 16:28](#)

[Dalia Cicek](#) serenay sarıkaya ben senin aynen kıyafetin aldım sayfa yi buldum

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [2](#) · [5 Aralık 2014, 20:32](#)

[Selina Baser](#) Elbisesi aynı melek gibi

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [5 Aralık 2014, 21:25](#)

[Dilfuza Bekmuradova](#) Bence kızlar çok kıskançsınız seranay çok güzel bir kız bakmaya doyamıyosunki modadan anlayanlar bilir bence süper giyiniyor bayılıyorum giydiği kıyafetlere

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [6](#) · [24 Mayıs 2014, 11:08](#)

[TC Kiraz Ayyıldız](#) Bence çok güzel giyiniyor çok güzel oynuyor bu kızı yeşim olarak çok sevmiştim tuttuğunu koprandı toprakıdelirtiyordu mira olarak ta güzel oynuyor

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [24 Mayıs 2014, 19:23](#)

[Açelya Gözebe](#) Miranın gömleğine bayıldım

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [10 Mayıs 2014, 11:16](#)

[Berna Tınmaz](#) mrb sudenin son bölümdeki bikinisini nerden temin edebiliriz cvp

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [8 Mayıs 2014, 18:57](#)

[Murat Kbk](#) Şu Botun Markası Ne Acaba Çok Merak Ettim

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [19 Nisan 2014, 04:49](#)

[Nemi Ihleuom](#) Bu Mira çanta :<http://www.hm.com/de/product/27161?article=27161-A...#>

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [26 Nisan 2014, 04:01](#)

[Büsra Teoman](#) Mert in ayagındaki ayakkabilar > Air Max <

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [5 Nisan 2014, 07:13](#)

[Efekan Yılmaz](#) yaman'ın tişörtü nerde satılıyo ?

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [31 Mart 2014, 10:28](#)

Ömer Özata ben bu filim kadar güzel bir filimgörmedim ve soluksuz izliyorum hele o yaman koper üstündekilerden alacam yeni

Beğen · Yanıtla · 1 · 29 Mart 2014, 17:40

Emre Can Bu t-shirt nerde satılıyor bilen mesaj atsın

Beğen · Yanıtla · 27 Mart 2014, 22:28

Zeynep Cakmak serenay gözlüğün çok güzel bende alabilsem

Beğen · Yanıtla · 20 Mart 2014, 16:45

Bahar Saligheh Çağatayın taktığı kolye nasıl bir şey olur bir photosu yok mu? Onu kocama almak istiyorum

Beğen · Yanıtla · 1 Şubat 2014, 09:36

Bahar Saligheh Benim sevgilim yamanın zincirin beyeniyor ve ben sevgililer gününde onu almak istiyorum ama tam nasıl bir şey olduğunu gormiyorum yardımcı olarmisiniz lutfen

Beğen · Yanıtla · 1 Şubat 2014, 09:13

Ahmet Halit Ergüven bilekliği ni nereden almış acaba

Beğen · Yanıtla · 18 Ocak 2014, 11:36

Ayşe Güzel Mira'nın kıyafetlerine merak eden arkadaşlar "dizilerdekimnegiyim" diye bir blog var orada oyuncuların giydiği tüm kıyafetlerin markası yazıyor, çok güzel

Beğen · Yanıtla · 1 · 25 Aralık 2013, 21:11

Ecme! Şahin birde o beyaz çantayı nereden alabileceğimizi söyleyiniz süper olacak

Beğen · Yanıtla · 27 Eylül 2013, 22:45

Görkem Ekinci Abi Gömleğin markası ne ya rengi çok iyi

Beğen · Yanıtla · 4 Ekim 2013, 23:33

Melek Altın medcezir serenay sarıkaya kıyafetleri burada

Beğen · Yanıtla · 15 Şubat, 13:11

EK 3: Facebook Kullanıcılarının Dizideki Mekanlar Hakkında Yaptıkları Yorumlar

Fadimeray Yılmaz Burası nerde?

Beğen · Yanıtla · 1 · 30 Ocak, 22:05

Hülya Ulutaşkın Nibnt burası neresi

Beğen · Yanıtla · 1 · 30 Ocak, 21:53

Seval Koca hem bizim evin yakınlarında cekildi hemde arkadslarim da oynadi vvvee ben gidemedim ya gormeye Allh karetsinn yaa

Beğen · Yanıtla · 30 Ocak, 16:49

Gamze Saraç Çık O park neresi oluyo

Beğen · Yanıtla · 1 · 30 Ocak, 23:22

Furkan Kaya Burasi emirgann yaa ayağımızın altına kadar gelmisler uff

Beğen · Yanıtla · 1 Şubat, 09:15

Gamze Serbest Nerede çekilmiş bu sahneler

Beğen · Yanıtla · 30 Ocak, 13:30

Damla Soytürk bu ev kimin acaba yardımcı olurmusunuz ?

Beğen · Yanıtla · 1 · 15 Nisan, 15:37

Hafise Nurieva Öztürk bu fotografi Istanbulun neresinde cektiler bilen var mi ?

Beğen · Yanıtla · 31 Mart, 18:35

Batuhan Esiktas Yamanin arabaya baktığı yer besiktasin Akatlar tesisine gittiğim yol leventte

Beğen · Yanıtla · 21 Mart, 11:16

Ahmet Yılmaz İstanbullu olan arkadaşlar! 52. bölümdeki alışveriş merkezinin adını bilen var mı?

Beğen · Yanıtla · 14 Aralık 2014, 16:42

Bahar Ayaz Adminler acil cbvp yamanla miranın gittiği pazarr neresii bendee gitmek istiyorumm

Beğen · Yanıtla · 2 Mayıs 2014, 21:57

Mert Örnek Burası Neresi bilen varmı ıı

Beğen · Yanıtla · 25 Nisan 2014, 15:13

Rumeysa Civan Medcezir'in son bölümündeki oyuncakçı dükkanı nerede?

Beğen · Yanıtla · 21 Nisan 2014, 21:28

Salar Beqjani neresi burasi

Beğen · Yanıtla · 19 Nisan 2014, 17:21

Arnağan burası neresi bilen varmı? çok hoşuma gitti merak ettim yardımcı olursanız sevinirim tşkr arkadaşlar

Gökhan Özdemir bu ev tuzlada

Beğen · Yanıtla · 18 Mayıs 2014, 23:25

Aliye Albuzlu Özer Bu bölüm nerde çekilmiş ya bilen var mı?Superdi cay ictimeler yer falan:?

Beğen · Yanıtla · 1 · 24 Ocak 2014, 23:59

TC Cömert Yılmaz yamanla miranın deniz kıyısında çay içtikleri mekan neresi? bilen varsa yazabilirmi tşk.ler.

Beğen · Yanıtla · 1 · 24 Ocak 2014, 22:30

Nurhan Elma Dabaçoğlu mirayla yamanın mozaik pasta yedikleri mekanı bilen varmı çok hoş biryerde

Beğen · Yanıtla · 1 · 24 Ocak 2014, 22:22

M Furkan Güneş dizideki sitenin adı ne ? bilen varmı villaların adı

Beğen · Yanıtla · 24 Eylül 2013, 18:10

Bahar Nermin bu ev nerede yaaa

Beğen · Yanıtla · 2 Ekim 2013, 10:26

Aysun Dünder neresi burası bilen var mı??

Beğen · Yanıtla · 5 Ekim 2013, 00:18

Seval Oğuz mekanin adini bilen

Beğen · Yanıtla · 31 Mayıs 2014, 00:18

Tülay Sengönül Orası hangi restoranttı çok beğendim manzara şahane

Beğen · Yanıtla · 1 · 31 Mayıs 2014, 00:12

Safak Yapıcı Bunların şu anda yayında olan boğazda yemek fasılları hangi mekanda geçiyo bilen var mı ?

Beğen · Yanıtla · 30 Mayıs 2014, 22:27

Ceyda Günay bu mekanın adını bilen varmı??????????

Beğen · Yanıtla · 31 Mayıs 2014, 00:22

Eda Onur Köse Harikaydı bu bölüm mekan dahadA guzeldi ama nerde bu mekan bilginiz varmı eşime soylemem lazim

Beğen · Yanıtla · 31 Mayıs 2014, 00:19

Oktay Şahin o resteorantn nerde olduğunu bilen varmı acaba ? ismini?

Beğen · Yanıtla · 5 Haziran 2014, 22:04

Embiye Tütüncü Hakketten bu mekan in adını bilen yok mu ??

Beğen · Yanıtla · 1 · 4 Haziran 2014, 12:45

Burcu Tağa Bu mekanın ismini bilen var mı?

Beğen · Yanıtla · 1 · 4 Haziran 2014, 12:26

Furkan Yıldırım Mekanın yerini ve ismini bilen var mı !

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [4 Haziran 2014, 12:37](#)

[Dilek Arslan](#) istanbulun neresi burasi cok guzel bi yer

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [5](#) · [30 Mayıs 2014, 23:49](#)

[Emre Türkoğlu](#) Burasi nerede istanbulda admin ?

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [31 Mayıs 2014, 00:17](#)

[Selin Altınay](#) Bu mekanın adı ne bilen var mı ??

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [31 Mayıs 2014, 00:07](#)

[Yağmur Dane](#) Mekan nere bilen varmı

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [30 Mayıs 2014, 23:53](#)

[Serhat Kus](#) Bu mekanin tam olarak yerini adini bilen varmii???

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [30 Mayıs 2014, 23:49](#)

[Hülya Tikenli](#) bu restoranin ismini bilen varmiii ???

EK 4: Facebook Kullanıcılarının Dizi ve Karakterleri Hakkındaki Yorumları

Gökdeniz Gökmen yaman ve miranın hastasıyım keşke hergü yeni bi bölüm olmuş olsa

Beğen · Yanıtla · 31 Ocak 2014, 11:09

İrem Deniz size bayılıyorum ve her cuma izliyorum

Beğen · Yanıtla · 1 Şubat 2014, 18:22

Nazar Kara bennnnnn çok hazırım bu arada lütfen bana yaman ve mira ile hayran kartı yapar mısınız lütfennn yaparsanız çok sevinirim ve turuncu olsun lütfennn

Beğen · Yanıtla · 31 Ocak 2014, 20:02

Emre Özen birisine aşık olmadan önce bu filme aşık oldum

Beğen · Yanıtla · 31 Ocak 2014, 18:49

Mine Karalar led tv aldım medzecer için ha haahaaa::))

Beğen · Yanıtla · 31 Ocak 2014, 15:38

Ismail Orman aralarındaki buzlar eridiyse çok iyi ayrıldıklarından beri filmi çok az izliyordum

Beğen · Yanıtla · 31 Ocak 2014, 10:53

Ebru Keskin Özkan her zaman izliyorum duvarlarımda filmin fotoğrafları var

Beğen · Yanıtla · 29 Ocak 2014, 22:54

Ahmet Gümüş saçların şimdiki gibimi

Beğen · Yanıtla · 28 Ocak 2014, 16:53

Ahmet Gümüş Çağatay Ulusoy sana özenicem hastenim

Beğen · Yanıtla · 28 Ocak 2014, 16:54

Idil Su senin gibi olmayı çok isterim

Beğen · Yanıtla · 21 Ocak 2014, 14:26

Lütfi Güngör ben bı kıza bayılıyorum zengin olsam yanına gider evlenme teklifi bile edern

Beğen · Yanıtla · 3 · 3 Ocak 2014, 11:48

Ali Kayapınar Evde televizyon. Olmasada izlemem gerekir

Beğen · Yanıtla · 25 Ocak 2014, 11:43

Ahmet Nazım Yerli telefon tutus tarzı çok güzel iz seni herşeyinle ve miranla seviyoruz

Beğen · Yanıtla · 5 Mart 2014, 14:59

Rengin Yersen sırf mira söylediği için en sevdiğim şakı

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [30 Mart 2014, 22:54](#)

Zuleyha Murat Yksl Simdi gencler hep bunlari ornek aliyor kimin eli kimin cebinde luks yasanti carpik iliskiler ahlaksizlik diz boyu

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [8 Nisan 2014, 20:26](#)

Furkan Karaoğlan medcezir benim icin bir yaşam tarzı

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [15 Nisan 2014, 16:01](#)

Nadir Çoban Resmen insanlara para harcamayı ve şehveti özendiriyorlar. evet yola devam özgür Türkiye alkışlayın hep beraber Türkiye de yaşayan insanlara bakın bakalım hangisi 1915 yılında bunları yaptı hadi söyleyin bana

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [17 Nisan 2014, 23:58](#)

Alexandro Santos Salvatore yaa sizin icinnn oluyorummm Vee yaman abi sana enzemek icin elimdennn ne gelirse yapıyorumm

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [6 Mayıs 2014, 02:11](#)

Hüseyin Aldanmaz Hayranıyım mirayla yapmanın aşkına herkes zengin olup öyle rahat aşk yaşasa

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [2](#) · [20 Mayıs 2014, 16:15](#)

Kader Dinçtürk Hayat bu dizi kadar basit değil. Bence insanlık bu dizileri izleyip uymaya çalışıyor farkında değİlsiniz HAYATINIZIN EN BÜYÜK KUMARINI BURDA OYNUYORSUNUZ.

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [14 Ocak, 11:56](#)

Elif Tuğçe Bilgiç Ev hasreti çeken milyonlarca insan var iken böyle genç kesimin takip ettiği bir dizide çok güzel örnek oluyorlar.Doğru yoldasın ay yapım !dejenere olmuş bir yayın daha

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [13](#) · [10 Mart, 11:25](#)

Özgür Tepe Bir gün senin gibi olcam

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 17:47](#)

EK 5: Facebook Kullanıcılarının Eylül Karakteriyle Alışveriş Yapma Üzerine Yaptıkları Yorumlar

Ayşen Aşki Eğer isterseniz ben ola bilirim tabi siz isterseniz

Beğen · Yanıtla · [19 Ağustos 2014, 11:43](#)

İlayda Sıla Kaya Yaaa ben

Beğen · Yanıtla · [13 Ağustos 2014, 13:49](#)

Rümeysa Parla ben

Beğen · Yanıtla · [26 Temmuz 2014, 15:58](#)

Ali Arslantaş Bende varım

Beğen · Yanıtla · [11 Temmuz 2014, 00:05](#)

Ali Arslantaş Bende varım

Beğen · Yanıtla · [11 Temmuz 2014, 00:05](#)

Gülcan Sezer Ben isterim;))

Beğen · Yanıtla · [13 Haziran 2014, 16:51](#)

Buse Bulat Yaa yalvarırım benimle cikin lutfen sizin hayraninizim lütfennn benim ile birlikte alışveriş e çıkın

Beğen · Yanıtla · [1 · 20 Aralık 2014, 00:03](#)

Tugba Emirhan gönderdim nolurr beni seç

Beğen · Yanıtla · [3 · 19 Aralık 2014, 23:28](#)

Perihan Aldemir Deliklitas Ben katıldım ilk kişi olarak secildum cok heyecanlıyimm

Beğen · Yanıtla · [29 Aralık 2014, 18:36](#)

Tuana Özer ben çıkmak isterim alışverişe Medcezir - Eylül

Beğen · Yanıtla · [20 Aralık 2014, 18:55](#)

Eren Enes Bayram ben yıl başında senle alışveriş yapmak isterim ama kabul etmeyeceğini biliyorum ama yinede şaşmı denemek istedim iyi günler by

Beğen · Yanıtla · [1 · 20 Aralık 2014, 18:54](#)

Sevit Can Ekin Ben çok ama çok isterim

Beğen · Yanıtla · [20 Aralık 2014, 18:04](#)

FB'mert Polat Altan eylül abla benimlevcık alışverişe

Beğen · Yanıtla · [20 Aralık 2014, 14:39](#)

Furkan Öztürk Beni secc lutfennnn

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [1](#) · [20 Aralık 2014, 14:34](#)

Taner Umut Yarıcı Beni seçer misin ? Seçersen çok sevirim Hazal hanım

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 12:00](#)

Hülya Sudenaz Durgut Hazal abla lütfen beni seç

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 11:48](#)

Seher İlhan Bende isterim

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 11:29](#)

Damla Çulfaz Beni alirmisiniz sizi cok seviyorum ve sizinle tanismak istiyorum sizinle alisverise cikmak bi mutluluk benim icinn

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 11:22](#)

Zeynep Demir Yaa lütfen beni seç HAZAR ablaaaaa seni çok seviyorummmmm

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 10:53](#)

Aygun Musayeva Yaaaaa bende istiyorum♥

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 10:31](#)

Mediha Cansu Tunca nolurrr bende istiyorum beraber yılbaşı alışverişine gidelim

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 10:03](#)

Mert Uzun Ne olur beni seç kelebek

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 10:03](#)

Çağatay Pele Çakir Gelirim

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 09:34](#)

Imge Bekil Gelebilirmiyim

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 05:44](#)

TC Çağdas Hasan Çiçekgil Ben senin alışveriş ini yapamm ama sen benim alışverişimi yaparsın

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [20 Aralık 2014, 02:18](#) ·

Emine Numanoglu Ne olur beni seç

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [19 Aralık 2014, 23:33](#)

İÖÖ Sercan ÖÖİ Hürriyetoğlu Ben çıkarım

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [19 Aralık 2014, 23:28](#)

Nisa Gürışık Beraber gidelim mi

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [19 Aralık 2014, 23:18](#)

Doğukan Ünsün lütfen benle çık

Beğen · Yanıtla · 1 · 20 Aralık 2014, 00:47

Yıkılan Umutlara Inat Benimle

Beğen · Yanıtla · 22 Aralık 2014, 22:11

Berkay Göncüoğlu Bende cökk istiyorum ama yaşım yetmiyor

Beğen · Yanıtla · 21 Aralık 2014, 23:30

Reyna Arıç Bende istiyorum beraber yapsak ya ne olur lütfennnn eylüll

Beğen · Yanıtla · 19 Aralık 2014, 23:30

EK 6: Facebook Kullanıcılarının Yaman Karakterinin Gitarını Kazanmak İçin Yaptığı Yorumlar

Yaren Elif İstiyorum

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [27 Mart, 19:08](#)

Cumali Akcan Ne zaman belli olacak bilen varmı ??

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [29 Mart, 17:55](#)

Aslıhan Toprakcı Gitar benim olsada... güzel olurdu yamnla birlikte çalardık

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [27 Mart, 22:03](#)

TCmerve Bilir çağatayla tanışmak çok istiyorum ve gitarınıdaaa istiyorum inşlhh olurr

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [27 Mart, 22:12](#)

Pınar Özlem Kinter Durak #gitarbenimolsa#olurmuolur almak çok çok çok çok çok çok çok isterim #ÇağatayUlusoy ile tanışmak #prensiesialmak hayatım da en güzel şey olurdu onunla bestelediği şarkılar hee şey yapardım lütfen lütfen lütfen lütfen lütfen lütfen lütfen lütfen verim

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [27 Mart, 22:23](#)

Baran Mehtap İstiyorum be nim olmalııııı □

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [27 Mart, 20:49](#)

Seda Yüce hem o gitarı isterdim hemde çağatay ulusoy ile tanışıp bir kare fotoğraf çekilmek isterim çok küçük bir ihtimal ama belli olmaz #olurmuolur

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 18:41](#) · [Düzenlendi](#)

Arda Yaşlı Nolar ben o gitarla gitar çalmayı öğrenmek istiyorum

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 17:50](#)

Burcu Medcezir Yalman Senib için ölürüm hayatımı veririn aşkım bitanem seni yanında görmek için heşeyi yaparım

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 17:12](#)

Mukaddes Keklik Cağatayla tanismayi çok istiyorum o gitar benim olmalı hayran olduğun adamın gitarı bende olmalı...

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 19:26](#)

Berna Yigit Benim olsun ben gitar çalmak istiyorum yaman hayranıyım hatta MEDCEZİR hayranıyım nolurrrr o gitar benimmmmm olsunnnnnnn

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 18:13](#)

Linda Bakırcı Kêşke benim olsa

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 17:08](#)

Ferhat Etingü varmi benden iyi taniyan yanitlasin bakalim arkadaslar bu bnim jönüm emirin yollundada medcezirdede her bolumunu 10ar kere tek izleyen benim heralde keske bende gorebilseydim insallah gercek hesabindir cağatay abimmmmm.. keske gorebilsem..... sebi benden iyi taniyan hic bi kul olamaz senin taklidlerini senin repliklerini en iti ben biliyorum

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 22:46](#)

Ferhat Etingü yaman gibi olmak icicn elimden geleni yaparım

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 22:43](#)

Nergiz Lara aa ne kadar güzel bir gitaar , keşke benim olsaaa :))))))))))

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 17:31](#)

Abdullah Tekeli Ya valla keşke benim ossaa hep yamanla tanışmak isterdim ve yine hep bi gitarım olsun isterdim keşke #gitarbenimolsa

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [25 Mart, 17:15](#)

Yiğitan Ceylan #gitarbenimolsa yaman gibi çalmaya çalışırım #olurmuolur

[Beğen](#) · [Yanıtla](#) · [26 Mart, 18:34](#)

El'Mira Alaydinova #gitarbenimolsa#olurmuolur çok isterim , hemde çok ama imkansiz

Beğen · Yanıtla · 26 Mart, 16:31

Rabia Günbaş #gitarbenimolsa #olurmuolurlutfeeeeen ben çooook istiyorum çagatay abiyi lutfennn

Beğen · Yanıtla · 25 Mart, 17:49

Mustafa Kalaycı Gitar benim olsa

Beğen · Yanıtla · 25 Mart, 17:25

gear 1 nerelerden alabilirim harika bir buluş harika bir şey

AYSU *24 Ağustos 2014*

bu hemen piyasaya gelsin lutfeeeeeeen

SEBNEM GURSOY *24 Ağustos 2014*

bu ne zaman piyasada olucaaaaaak

GÜLÇİN YAĞMUR *6 Nisan 2015*

Bende İstiyorum

SİRİN *17 Nisan 2015*

ohhh cok guzelmis piyasaya ciktimi acaba?

EK 8: Blog Takipçilerinin Eylül Karakterinin Yaptığı Kombinler Üzerine Yaptıkları Yorumlar

SEVTAP SÖNMEZ 6 Haziran 2014

Beyaz çantaya bayıldım. Nerden bulabilirim. Lütfen yardımcı olun.

GALA 6 Haziran 2014

Slm.ben azerbaycandan geldim.bursada yasiyorum.seni ve mirayi cok beniyorum.ve her zaman bakyorum ne giyimisiz.hem sampuanda ayni kulanıyorum.)) Bugun de bakacayam aksam sizi.size ugurlar diyorum.♥♥♥

SERAY 6 Haziran 2014

eteği nereden bulabilirim ?

MELİSA 7 Haziran 2014

Gerçekten çok güzel eylül abla bu kombin.Kombin için teşekkürler bana ilham verdi :)......

GÖZDE 20 Haziran 2014

peki bunları nereden bulabileceğimizi yazabilir misiniz özellikle eteği

TAYFUN 5 Mayıs 2014

Merhabalar,

33.bölümde taktığın gözlüğün markasını öğrenmek istiyorum ben okadar gezdim fakat bulamadım söylersin?

FATMA 11 Ağustos 2014

yya ben de samsung gear 2 istiyorummm :)))))) bence zevkinn son derece mütişş bir yere gideceğimde senin sitenden yardımım alarak giyiniyorum :))))

SARA 11 Ocak 2014

yılbaşında giydiğiniz kırmızı elbisenin markası nedir acabaaaa

İPEK 11 Nisan 2014

Ayakkabın benimkinden daha güzel olmak zorunda mı? Bende istiyorum güzel ayakkabı :))

LEMEN 18 Ocak 2014

Sayfan çok güüüüüzeeeeell . İlk defadır bakıyorum.Harika olmuş. Senden rica ederim benim 15-16 yaşlı kızlar için yeni elbise kolleksiyonları bulabilirmisin? Şimdiden teşekkürler

HURİYE 12 Ocak 2015

eylülüm ilk olarak seni çok seviyorum ve üzerindeki nereden aldığını bana epostayla yollarsan sevinirim cnm görüşmek dileğiyle

ALEYNA 3 Nisan 2015

Senin tarzını takip ediyorum çok beyniyorum.Ve seni çok seviyorum.Ama senin giydiğin gibi etek bulamıyorum.Umarım cevap yazarsınız.

BERFİN 20 Mart 2015

eylül ablacım çok güzel giyiniyorsun ve medceziri sadece senin için izliyorum ve medcezir dizisindeki kıyafetlerin harika

GAMZE 15 Mart 2014

merhaba hazar'cım ilk olarak çok güzelsin ama her mevsimin bir modası vardır kışın kış modası yazın yaz modası ama senin kış modanla yaz modan keşişiyö ve çok güzeller kış modasıyla yaz modasını karıştırıyosun mesela,elbise giyiip veya etek giyip ceket giyiyosun bende senin tarzına uyup her zaman öyle yapıyorum dev hayranınım seni seviyorum <3

ÖZLEM 21 Kasım 2014

Sarının zaferi... sarı rengi pek sevmesem de seninle renk kullanmaya alıştım... yine tarzı ve şıklığı birleştiren bir kombin...

BETÜL 12 Aralık 2014

Ben sizin yaptığınız işlemleri kategorileri dikkate alıyorum çok güzel bir şey çıkıyor

EK 9 :Twitter Kullanıcılarının Dizide Kullanılan Telefonla İlgili Attıkları Yorumlar

Onda Gördüm @OndaGordum 28 Şub 2014

#Medcezir Samsung Gear'ın sırf telefon bulma özelliği için alabilirim :)))

Ali Çetin Akbayrak @alicetinonline 13 Şub 2014

bu **#medcezir** in **telefon** sponsuru galaxy note 3 mü :) bune önüne gelen note 3 kullanıyor :))

Selin SS @sscumedcezir 3 sa.3 saat önce

O **telefon** bizde olacaktı şimdi **#aşktanüstün** **#medcezir**

Berkay Kalem @BerkayKalem1 11 Mar

Yanımda samsung **telefon** çalınca medcezir geliyo aklıma **#medcezir** **#Samsung**

İpek @istanbulmydream 13 Şub

Eylül'ün telefonun şarjı asla bitmiyor,her yerde çekiyor nasıl bir **telefon** o bizde alalım (parası yetmedi bye) **#medcezir** **#dikkataşk**

döndü liberlandzade @liberlandgil 26 Ara

#medcezir de hiç halktan insanlar yok niçün hep zengin aile hayatı hep **telefon** konuşması bu ne biçim ortam.insan kurufasulye yemez mi

Jan Özgür @LiyAygün 19 Ara

#yaman **#medcezir** Altın Koy'da aynı tip **telefon** kullanma kuralı var herhalde :)

Serkan Kılıç @GSerkanKilic 10 Eki

Neden hepsinin **telefon** melodisi aynı **#medcezir**

Zeljko Hadiovic @1907_hadi 20 Haz

#medcezir de amma gizli reklam yapılıyor RTÜK niye bir şey demiyor **telefon** markası ve alış veriş sitesi reklamları yapılıyor dizi çekilmiyor

□ **MeralisHome** @Meralisce 05 May 2014

#Medcezir ' deki Mira'nın Telefon Kılıfından Geldi bugün ;) Hediye olarak kazanmışım. Ama nerden bilmiyorum unuttum :) yine de mersi

sezai @SGARIPOGLU 11 Nis 2014

Türkiyede ki hayat keşke **#medcezir** de ki gibi olsa, özel okullar üniversiteler, villalar, son model **telefon**, pc bol para.. Neyin kafası bu?

Bedriye Bağış @bedriyeeb 28 Mar 2014 Şanlıurfa, Türkiye

#Medcezir izleyince canım samsung telefon almak istiyor. Ama tabi telefonla bitmiyor.

Saim Karabaş @saimkarabas 21 Şub 2014

#medcezir 'den sonra samsung **telefon** kullananlar olarak over the horizon zil sesi yaptığımız doğrudur.

EFSA @cagatay1905ask 07 Şub 2014

Yaman la **telefon** zil sesini aynı yaptım. **#medcezir**

Okan GEZER @okangezer 27 Oca 2014

Bu **#medcezir** **#samsung** a ortaklık teklif etse yeridir ne **telefon** sattirdi be **#overthehorizon** bakiniz gene **#müzik**

EBRAR @gamzelerimlens 24 Oca 2014

#medcezir de ne zaman **telefon** çalsa kendi telefonum sanıp heyecan yapıyorum D:

Muhammet Yıkılmaz @Muhammetenesykl 17 Oca 2014 Türkiye

Samsung un zil sesi **#medcezir** dizi müziği gibi birşey oldu evde **telefon** çaldığı an dizi mi basladi tepkileri veriyor bizimkiler :)

Mavi 🐣 @ruhusiyahdan 03 Oca 2014

ender serezin **telefon** muzigini kendi cep sesime kayd etdim :DD @Minetugay
#medcezir

Emir Eltutan @emireltutan 03 Oca 2014

Mira nin **telefon** kabiyla benim yeni aldığım kabin aynı olması=Mutluluk
@SrnySrkyResmi **#medcezir**

Lisa @MeLissaMetin 17 Ara 2013

#medcezir e sponsor olan **telefon** bizim eve de sponsor olsa ne güzel olur

mine ucgun 🍷 @mineucgun 13 Ara 2013

Şu **#medcezir** de note3'ü öyle bir gösteriyorlar ki 5 gün kullanıp iade ettiğim **telefon** değil sanki. Pişman olacam neredeyse **#note3**

EFSA @cagatay1905ask 29 Kas 2013

Mesaj Bildirim Sesini Yamanla Aynı, **Telefon** Müziğininide Mertle Aynı Yapan Ben.
#medcezir **#ilkkavgamız**

Gözde Şap. @gzdesap 04 Eki 2013 **Türkiye**

Bana Eylül'ün **telefon** kabından alın **#medcezir**

Sacide Yeşilyayla @sacideben 23 Oca

O kadar çok **Samsung** reklamı yaptınız ki, söz medcezir bitince gitcem oradan alışveriş yapcam. **#benimiçinMert** **#medcezir**

EK 10: Twitter Kullanıcılarının Dizide Giyilen Kıyafetler Hakkında Attıkları Tweetler

Onda Gördüm @OndaGordum 9 Oca

bugünlük **#Medcezir** izleyemiyorum, bu yüzden bu akşamın kıyafet bilgileri de gönderebilirsiniz. herkese yardımcı oluruz tabii sorularınızı da

Stratosferde @talvej 13 Ara

Vay Arkadaş **#medcezir** ' de beğendiğim bir **kıyafet** bari Max&Co olmasın. intihar sebebim olacak

□ **Emilya KoZaL** □ @emilyakozal 4 Ara

#medcezir sıkıntıdan yüzyıl olmuş başlayalı ben bakım dedim;) ilişkilerinin bir çekiciği yok benim arada hissettiğim. ama kıyafet ve şarkılar 🍷

İclal @tunaiclal 17 Eki

Toplantılara ben de Sude gibi full saç/makyaj/**kıyafet** hazırlanıyorum Başka türlü kafam çalışmaz :)))

ayşe @ayslmass 02 May 2014

Dizi değil **kıyafet** show mübarek **#medcezir**

ZG @ZeyneepGnaydn 14 Mar 2014

Medceri izlerken canım **kıyafet** çekiyo :) **#medcezir**

nLnAyDn @nLnAyDn 17 Oca 2014

Mira'nın kıyafet tasarımı nerden bilen varmı? **#medcezir**

susluvitrin @susluvitrin 21 Mar 2014

#medcezir Bu akşamın **kıyafet** markaları ..susluvitrin.com daaa..

Ecem @ecemyavuzz 04 Nis 2014

Bu dizi giydikleri kıyafetler için bile izlenir **#medcezir**

Gamze Öncü @gulgamze 07 Mar 2014

bu akşam **#medcezir** var bakalım ne giyinmişler :) sırf **kıyafetler** için izliyorum

EK 11:Twitter Kullanıcılarının Dizide Gidilen Mekanlar Hakkında Attıkları Tweetler

T.C.Rafaello Mancini @ManciniRafaello 23 Oca

Ay yapım hep güzel mekanlar seciyor ; dugun Cubuklu 29 da , dans yarışması Le meridien Hotel , şirket balosu Esmâ Sultan Yalısı **#medcezir**

Stratosferde @talvej 28 Mar 2014

dizideki kıyafetler,**mekanlar**,kızlar,erkekler bir harika dostum **#medcezir**

Özkan Özmen Pinhani @OzkanOPinhani 01 Kas 2013

#Medcezir 'in bu akşamki bölümünde izlediğiniz tüm **mekanlar** Tuzla'da ve o mekanların hepsine gittim.

Harun baş ç @lazofli61 30 Eyl 2013

#MEDCEZİR dizisine biraz bakalım .Zengin sosyete **mekanlar** insanlar falan

Medcezir @Med_czr1 02 Ağu 2013

mekanlar ciddi anlamda çok güzel **#medcezir**

melek cetin @melek_2002 13 Eyl 2013

#medcezir mekanlar kıyafetler 10 nummara.....

FatihMehmetÇAKIRTAŞ @FmCakirtas 12 Nis 2014

#itirafediyorum Ne zaman **#medcezir** izlesem o **evler** aklımı başımdan alıyo !

Night_knight @AbartyN 18 Eki 2013

#medcezir hemen hemen tüm dizilerin senaryolarının %90'ında lüks şaşa, karı-kız, lüks **evler**, lüks arabalar oluşturmakta...

Ali. @aliiZenghinGE 21 Eyl 2013

ya bisi dicem bu **#medcezir** deki **evler** ne oyle be oturduğum yerde kiskanclıktan geberdim be

BLMYRM KFM ÇK KRŞK @nysbnbsydmym 20 Eyl 2013

Bu dizideki **evler** gercek mi ki? **#medcezir**

Ali. @aliiZenghinGE 20 Eyl 2013

ohaaaaaaaaa ya **#medcezir** deki **evler** nedir oyleeeeeeeeeeee :))))))

Adios Amigos @AdemBabaoglu 04 Eki 2013

#medcezir bu beyaz **villalar** tuzlada nerde yada sitenin adı nedir biliyomusunuz DM atarmısınız

elif altinkaya @AltinkayaElif 07 Ağu 2013

Kesin bilgi **#medcezir** tuzlada **villalar** bolgesinde cekiliyomus...bende gebzedeyim gelecek olan arkadaslar varsa ben yaramci olabilirim

EK 12:Twitter Kullanıcılarının Dizide Gösterilen Zenginlik Unsuru Hakkında Attıkları Tweetler

Zehra Abdulhadi @Zehraslife 31 Oca 2014

[#BugünGünlerdenMedcezir](#) [#medcezir](#) Oyuncuları bugün hangi marka giyecek, tasarımcısı kim [aksesuarlar...](#) [instagram.com/p/j1c_svjayv/](#)

Ali M.Karagöz @alimuratkaragoz 10 Nis

Zenginlik, tutku, şatafat, hırs, aşk, masumiyet, sadakat, ihanet hepsi [#medcezir](#) 'de ekrana kitlen. [#senibeklerkenben](#)

aadamar @admrdr 30 Oca

[#birdilekdiledim](#) yamira gibi bir ask [#medcezir](#) deki gibi bi **zenginlik** :)

pembe @cherry_pembe 12 Eyl

Fakirliğin gozu kor olsun yavaşın zenginlik ender oldu Selim yaman Mert yat tatilinde enderin babası desen ibizada balayında [#medcezir](#)

oksaNicomedia @oksaNicomedia 03 Oca 2014

[#medcezir](#) yahu zenginlik böyle bişi kutulardan ya milyondolar çıkıyo ya kredi kartı bak bize en fazla yedek ayakkabı bağı çıkar oda belki

Ceren Özgüler @Aytilbenimbb 03 Oca 2014

Zenginlik hiç sıkıntı çekmemek puff [#medcezir](#)

♡ **burcu** ♡ @buurjuva 28 Ara 2013

Aşkı memnudan sonra ilk defa bi diziden bu kadar etkilendim. Ah bu **zenginlik** gözün kör olsun ahahaha [#medcezir](#)

akın @akinhuseyin 13 Ara 2013

Zenginlik güzel sey [#medcezir](#)

sercan @secobrs 18 Eki 2013

[#medcezir](#) adamın evine haciz geldi, kendi lüks otele yerleşti karısının kızının kendinin altında lüks araba , **zenginlik** böyle bişey

£. @eebrubekarr 04 Eki 2013

Millet telefonla görüşmek istemeyince tünele girer bunlar uçağa biniyor **zenginlik** işte :)
#medcezir

Feray @Mademoiselle_F 13 Eyl 2013

#medcezir hosuma gitti, ama ruh halimi bozacak gibi. **Zenginlik** fena.

emre o.O @32Emredoan 18 Eki 2013 Türkiye

abi **#medcezir** deki karakterler nasıl bir **zenginlik** vermişler yok sonra onları gerçek sanıyoruz ayarlar bozuluyo abi olmuyo böyle

Hakan Eser @djhakaneser 18 Eki 2013

Sen 3 bin lira ver çanta al ama bi SMS paketi alma dm den mesajlaş ah şu **zenginlik**
#medcezir

Erhan YILDIZ @rhnyildiz 15 Kas 2013

#medcezir dizisinde kahvaltıda portik suyu ve cay var.. Kahvaltidan kalkarken icilmemis duruyorlar . **Zenginlik** basa bela:)

EK 13:Instagram Sayfasında Takipçilerin Dizideki Mekanlar Hakkında Yaptıkları Yorumlar

fidanussaaaaBurasi neresi

yaseminkarademir4181Olduğu yer kocaali basiskele baraji çok guzeldir bi orda oturuyoruz

elifruhanOldukları yer neresi acaba bilen varmı [@medcezirstartvtr](#)

tugceehasanKaravanla gittikleri mekan neresi bilen var mı?

gunesyudumGittikleri yer yuvacık baraji

berna tekerekBurasi nere

seher80kayaİzmit yuvacık baraji mekan merak edenlere ;)

seviyorum diyenlerBu bölüm nerede çekiliyor biliyo musun ? [@kadirtalayyy](#)

kadirtalayyyÜsküdar sahilinde fenerin karşısındaki sokağın hemen başında [@seviyorum diyenler](#)

seviyorum diyenlerGezilmeye değer biyer mi [@kadirtalayyy](#),

harun.kurtNeresi burası

gulcanmelisBurasiii neresi biri soyleyebilirmiii ?????

yelishnHangi otel orasu bilen varmı

yaseminduzcan agvadaki hangi otel biliyusunuz?

atakancandeger cok saol arkadasim.eyvallah listeye ekledim burayı

cagla_cgrr1907bu suprizi yaptigi yer neresi bilen varmı?

birsenkeskinBalayı nerde çekildi...

EK 14: Dizideki Kıyafet ve Aksesuarlar Hakkında Takipçilerin Yaptığı Yorumlar

myfav.picMiranın nişandaki küpeleri harikaydı markasını bilen var mi acaba ? **@medcezirstartvtr**

ecmozdmirNerden aldigini soylesede bizde alsak **@mugeileri**

nursereniElbise süper keşke benim olsa□□□

dilannadirMiranin elbisesinin markasını bilen var mi

bukeet24bu ceket nerden bilen varmi?özellikle turkiyedeki arkadaşlara soruyorum :)

emrhtunaaYaman'ın deri ceketini nerede bulabiliriz bilen varmı?

emirhannoguzzYaman in deri botlari satılık almak isteyen ulassin

jassminsooriSedefin kız isteme seremonisinde üzerindeki pantolon- bluz-tulum nereden acaba? Bilen varsa paylaşabilir mi?

joyaksesuarMİRANın yüzükleri bilekliği en uygun fiyatlar

tarz.accessoryMedcezir dizisinde kullanılan saatler bu sayfada haydi kizlar tarz olmaya

ayyub.98bu formalar satiwda varmı?

avonburadaaEn guzel telefon kiliflari miranin kullandigi note 3 kiliflari burada

mugesahin1Elbisenin aynisini nereden bulabilirim yardimci olabilmisiniz lütfen ☺☺

burcuertan_Eylulun giydigi dunki bölümdeki bu kazak hangi markadan acaba?almak istiyorum cok guzel,lutfen soylermisiniz

tugcesari91Miranin renkli tasli taci nerden acaba? :) **@medcezirstartvtr**

serpil78**@serenayss** bu ceketinizi baska bir dizide gormustum ve simdi sizde nerden acaba? hicbiryer de bulamadim yurtdisindan oldugum icin :)

bukeet24bu kiyafeti nerden acaba bilen varmı?

nursereniElbise süper keşke benim olsa□□□

firinka91After partyde giydiyi elbiseni nereden bula bilirim?

hatce154 Serenayin beyaz elbisesinin markası nedir?cok guzel soylermisiniz lutfen

@medcezirstartvtr

EK 15: Dizi ve Karakterlerle Bağ Kuran ve Onlar Gibi Olmak İsteyen Takipçilerin Yaptığı Yorumlar

rasimclsknZengin olursan olur para durdurmuyor adamı böyle lanet olası

irmak333mira abla çok tatlısın ya keşke bende sizingibi güzel olsaydım

amirreza a77@faranak.sh ben boyle aşk istiyorum

amin ademarosana hic bi zaman aglamak yakismiyor serenay sen aglarke. bende agliyorum sen her gun gulll

nilay atabas Mira mutsuz o zaman bende mutsuzummmmmmm ☹ ☹

carullazade seymur_Canim ya bu dizini coook seviyorum ((boyle bi sevgi yawasam :((

serhatbicakciiKeske hayat ordaki gibi basit olsaa :)

tati 071Sizi okada izliyorumki arkadaslarimdan biri saniyorum ☐☐☐

necibehesenov435COK TAT LILAR COK CAN NARIM BENİM SİZİ COK SRVİ YORUM İK VAR SİZ İKDE SİZİ SEVMİ ŞİM İYKİ AŞK♥♥♥♥ @seranaysarikaya

feride ibrahimovaSuper sizleri çok seviyorum hiç bir bölümün kaçırmıyorum canlarım Mira ve Yaman canlarım benim

nehir islamogluMira abla sana bayılıyorum çok güzelsin

orcoveliyevCok.guzel bende onun gibi guzel olmak isterim. Yerim seni tatlim benim

seydda 1905lnana miyorum cok guzelsin! Yaa bana ver su guzelini

66mhmt1905 Barisin artik ya!Yoksa diziye bakmayi birakacağım!

feride_pkcn Bunlarin aşkı gibi aşk istiyorum bunlarim düğünü gibi düğün istiyorum ☹ ☹
☹

sg_selbi_gurbanova Yaaaaa lutfen bitmesin olurum ben o biterse intihar ederim o derece yani

cicekmaraz Sizleri çok ama çok seviyorum yaman ve mira evliligimi daha da güzelleştirmek sevgiyi utanmadan çekinmeden yaşamam için hayatıma renk kattınız.Heleki yaman ve mira sizinle tanışmak çok isterdim..yolunuz açık olsun...

_poinciana_daisy_ O kadar baglandimki onlara bitsin istemiyorum icimde bir sevgi var onlara karsi sanki yasiyorum onlarla beraber herseyi.

harundmrtss benden bi can alsaydin da kekse bitirmeseydinizz @eceyorenc01

KAYNAKÇA

Kitaplar

Adaklı, G. (2001). "Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol" **Medya Politikaları, Türkiye 'de Televizyon Yayıncılığının Dinamikleri**. Derleyen: B.Kejanlıoğlu, S.Çelenk ve G.Adaklı. Ankara: İmge Yayınevi

Akdeniz, S. (1994). **Eğitim Sosyolojisi** . İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınları

Aslan, Y. (1996) .**Tüketici Hukuku ve ilgili mevzuatı** .Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları

Atiker, E. (1998) .**Modernizm ve Kitle Toplumu**. Ankara: Vadi Yayınları

Avşar, B. ve Elden, M. (2005).**Reklam ve Reklam Mevzuatı** . Ankara: Piramit Yayıncılık

Aydemir, M.(2007). **Tüketim: Modern Dünyanın Kültürel Göstereni** . Kültür Sosyolojisi. Ankara: Hece yayınları

Aydoğan, F. (2004).**Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar**. İstanbul: Mediacat Yayınları

Baudrillard, J.(1997). **Tüketim Toplumu**. Çev.H.Deliceçaylı-F. Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Bocock, R.(1997) .**Tüketim** . Çev.İ. Kutluk . Ankara: Dost Yayınları

Bok, D. (2007). **Piyasa Ortamında Üniversiteler Yüksek Öğretimin Ticarileşmesi** . Çev.B.Yıldırım. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları

Bozkurt, İ .(2013).**Pazarlama İletişiminde Sihirli Dokunuşlar**. İstanbul: Mediacat Yayınları

Chaney, D.(1999).**Yaşam Tarzları** . Çev.İ. Kutluk . Ankara: Dost Yayınları

- Çelenk, S .(2005).**Televizyon Temsil Kültür**. Ankara: Ütopya Yayınları
- Çetinkaya, Y.(1992). **Reklamcılık ve Manipülasyon** . İstanbul: Ağaç Yayıncılık
- Douglas, M ve Isherwood, B .(1999). **Tüketimin Antropolojisi** . Çev.E.Aytekin. Ankara: Dost Kitabevi
- Dönmezer, S. (1984). **Sosyoloji** . Ankara: Savaş Yayınları
- Ebren, F.(2009).**Tüketim, Tüketici ve pazarlama üzerine**. Ankara: Detay Yayıncılık
- Ercan, F. (1998) .**Toplumlar ve Ekonomiler** . İstanbul: Sarmal Yayınevi
- Erkal, M.(2006). **Sosyoloji**. İstanbul: Der Yayınları
- Featherstone, M. (1996). **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**. Çev.M.Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Fichter, J.(1996). **Sosyoloji Nedir?**.Çev.Nilgün Çelebi.Ankara:Attila Kitabevi
- Giddens, A .(2004). **Modernliğin Sonuçları** . Çev.E. Kuşdil . İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Hall, S ve Jacques, M.(1995). **Yeni Zamanlar 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi** . Çev.A. Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- İnceoğlu, M .(2010).**Tutum Algı İletişim**.İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınları
- Jay, M. (1989). **Diyalektik İmgelem**. Çev.Ü.Oskay. İstanbul: Ara Yayıncılık
- Kazgan, G.(1994). **Yeni Ekonomik Düzende Türkiye’nin Yeri**. İstanbul: Altın Kitaplar
- Kellner, D .(1991).Reklam ve Tüketim Kültürü içinde Çev.Y.Kaplan. **Enformasyon Devrimi ve Efsanesi**. İstanbul: Rey Yayınları
- Kevin, R .(1999). **İmaj**. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Kıray, M. (2005). **Tüketim Normları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma**. İstanbul: Bağlam Yayınları
- Marcuse, H. (1990). **Tek Boyutlu İnsan, İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler**. Çev.A.Yardımlı. İstanbul: İdea Yayınları

- Murray, R.(1995).”Fordizm ve Post Fordizm” **Yeni Zamanlar 1960’larda Politikanın Değişen Çehresi**. Derleyen: S.Hall ve M.Jacques . Çev.A.Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Mutlu, E .(1991).**Televizyonu Anlamak**. Ankara: Gündoğan Yayınları
- Mutlu, E.(2005).**Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**. Ankara: Ütopya Yayınları
- Özdemir, Ş.(1998). **Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme**. İstanbul: Timaş Yayınları
- Özkul, M.(1997). **Çalışma Sosyolojisi İşgücünün Sosyolojik Nitelikleri** . Isparta
- Postman, N .(1994). **Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem**.Çev.O. Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Ritzer, G.(2000). **Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek**. Çev.Ş.Kaya.İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Robins, K. (1999). **İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası**. Çev.N.Türkoğlu . İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Sayın, Ö .(1994) .**Sosyolojiye Giriş**. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları
- Serim, Ö.(2006). **Türk Televizyon Tarihi 1952-2006** . İstanbul: Epsilon Yayınevi
- Sharma, R.(2005). **Ferrarisini Satan Bilge**. Çev.O. Özkan.İstanbul: Goa Basın Yayın ve Tanıtım
- Urry, J. (1995). **Örgütlü Kapitalizmin Sonu, Yeni Zamanlar**. Derleyen:S.Hall, M.Jacques.İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Yağlı, S . (2006). ”Gündelik Hayatımızda Akıl Tutulması: Medya Uygulamalarında Tüketim İdeolojisinin İzlerini Sürmek”. **Gündelik Hayat ve Medya**. Editör:Selda İçin Akçalı. Ankara: Ebabil Yayınları
- Yanıklar, C. (2006). **Tüketimin Sosyolojisi**. İstanbul: Birey Yayıncılık
- Zeldin, T.(1998). **İnsanlığın Mahrem Tarihi**. Çev.E. Özsayar.İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Zorlu, A .(2008). **Tüketim Sosyolojisi** . Ankara: Glocal Yayınları

Sürelî Yayınlar

Aydın, Ö .(2014).”TV Reklamlarında Dizi Karakteri Kullanımıyla Sunulan Tüketim Kültürü Değerleri: Yalan Dünya Örneği” . *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 9(36), ss.6261-6380

Aydoğan, F .(2000). ”Tutumluluk Uygarlığından Tüketim Uygarlığına” . *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, ss.167-171

Baran, S ve Baran, T. (2014).”TV Programları, Sembolik Tüketim ve Toplumsal Yansımaları” . *Kale Meslek Yüksekokulu Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:1, ss.171-175

Çakır, V ve Kınıt, E. (2014). “Televizyon Dizilerinde Ürün Yerleştirme ve Sponsorluğun Sonuçları”. *Global Medya Dergisi*, 5(9), ss.19-47

Çınar, R ve Çubukçu, İ. (2009). “Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları” . *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), ss.277-300

Dağtaş, B ve E . (2006).”Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması”. *Eğitim Bilim Toplum*, 4(14), ss.4-31

d’astous,A, Seguin,N. (1999).”Consumer Reactions to Product Placement in Television Sponsorship”. *European Journal of Marketing*, Vol. 33., Issue 9/10, ss.896-910

Eke, B .(1987). ”Bir Sosyal Sınıf Belirleyicisi Olarak Meslek Faktörü”. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası* , 43(1-4), Prof.Dr. Sabri F.Ülgener’e Armağan, İstanbul, ss.377-401

Erdoğan, İ, Korkmaz, A. (2001).”Televizyon: Dünyaya Açılan Pencere?”.*Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık* :1999

Ferman, M. (1989).”Yaşam Kalitesi ve Pazarlama Üzerine Değerlendirmeler”. *Pazarlama Dünyası*, 3(13)

Gürgen, H. (1996).”Reklama Nasıl Bakalım”.*Yeni Türkiye*, 2(11)

- İnal, A. (1999).”Medya, Dil, İktidar Sorunu: İletişim Çalışmalarında Medya ve Siyaset İlişkisini Nasıl Tartışmalıyız?”. *İletişim*, (3) , ss.13-36
- İrvan, S.(1997). “Eleştirel Yaklaşımlarda İzleyici Araştırmaları: Bir Yöntem Olarak Alımlama Çözümlemesi”. *A.Ü İLEF Yıllık*: 94-95,ss.205-223
- Kürkçü, D.(2013). “Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşmeye Yönelik Yaklaşımlar”. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication* ,2(3),ss.3-11
- Oliver, B .(1986). "The Latest Screen Stars". "*Marketing*", March
- Poray, O .(2004).”Gizli Reklam: Gerçek mi, Paranoya Mı?”. *Mediacat*, Kasım
- Russell, C .(1998). "Toward a Framework of Product Placement:Theoretical Propositions. "*Advances in Consumer Research*, Vol.25,Issue 1, ss.357-362
- Sarıyer, N. (2005).”Televizyon Dizilerinde Marka Yerleştirme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma". *Akdeniz İİBF Dergisi*, ss.217-237
- Suğur, N.(1999) . ”Fordizm Postfordizm ve ötesi”. *Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1) , ss.134-152

Tezler

Akkan, E. (2006).”Pazarlama İletişiminde Ürün Yerleştirme ve Üniversite Öğrencilerinin Ürün Yerleştirmeye İlişkin Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma".
Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaya, B.(2013).”Marka Farkındalığı Yaratmada Ürün Yerleştirme Stratejileri: Türk Sinemasında Ürün Yerleştirme Üzerine Bir Uygulama”.Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İnternet Kaynakları

www.aristolog.com/sosyal-medyanin-piri-televizyon-dizileri/ , 4Mart 2015

www.boomsocial.com , 5 Nisan 2015.

www.campaigntr.com/2014/12/26/95879/sosyal-medyada-2014un-enleri , 5 Nisan 2015.

Eke, B .(2014). ”Tüketimin Sosyolojik Anlamı”. 20 Eylül 2014,
www.journals.istanbul.edu.tr

www.enfal.de/tele.htm. , 10 Mart 2015.

www.irfanerdogan.com , 9 Mart 2015.

Kanbolat, H .(2008)."Tüketim Kültürünün Türk Toplumuna Etkileri". 15 Nisan 2015, <http://www.hurriyet.com.tr/strateji/10687736.asp>

www.medyatava.com , 14 Nisan 2015.

http://www.medyatava.com/haber/star-tv-dizisi-facebook-ta-dunya-siralamasinda_100385 ,12 Nisan 2015.

<http://www.milliyet.com.tr/bilgisayar-oyunlarinda-reklamdonemi/oyun/haberdetay/01.01.1900/883551/default>. , 8 Mart 2015.

Ortancil,G. (2002). “Reklamlarda Star Stratejisi” ,
<http://www.danismend.com/konular/fihrist/htm> , 20 Nisan 2015.
www.sosyologsevgi.blogcu.com/tuketim-koleligi , 14 Eylül 2014.
www.sozgazetesi.org , 15 Mart 2015.
www.starmetre.com , 25 Nisan 2015.
www.wikipedia.org , 18 Mart 2015.

Yılmaz,H.(2005). "Türk Lokumu Hollywood'da".12 Mart 2015,
<http://www.milliyet.com.tr/2005/12/05/yasam/yas07.html>