



**TÜRKİYE'DE DİZİ SEKTÖRÜ
VE DIŞ SATIM OLANAKLARI:**

MEDYAPIM ÖRNEĞİ



OKAN ORMANLI / ÖZLEM VATANSEVER

İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları

TÜRKİYE'DE DİZİ SEKTÖRÜ VE DIŞ SATIM OLANAKLARI:
MEDYAPIM ÖRNEĞİ

İmtiyaz Sahibi: Doç. Dr. Mustafa AYDIN

Yayın Kurulu Başkanı: Prof. Dr. Deniz YENGİN

Yazarlar: Prof. Dr. Okan ORMANLI / Arş.Gör. Özlem VATANSEVER

Sayfa Tasarım: İstanbul Aydın Üniversitesi Görsel Tasarım Birimi

Görsel Arşivi: Ali Can SEKMEÇ

Basım Yılı: 2021

Baskı No: I

E-ISBN: 978-625-7783-36-1

Basım Yeri: CB Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti

Litrosyolu 2. Matbaacılar Sitesi. ZA-16

Topkapı - Zeytinburnu / İSTANBUL

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi

Bu yapıtın tüm hakları saklıdır. Yazılar ve görsel malzeme izin almadan tümüyle veya kısmen yayımlanamaz.

Bu kitabın tüm hakları İstanbul Aydın Üniversitesi'ne aittir.

TÜRKİYE'DE DİZİ SEKTÖRÜ
VE DIŞ SATIM OLANAKLARI:
MEDYAPIM ÖRNEĞİ

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	5
ÖNSÖZ	7
GİRİŞ	9
1. TRT TEKELİ DÖNEMİNDE TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI	11
2. TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYONLARIN ORTAYA ÇIKIŞI	17
2.1. Magic Box – Star 1	17
2.2. Teleon	18
2.3. Show TV	19
2.3.1. Show TV'nin Önde Gelen Dizileri (2001-2017)	22
2.4. Cine5 (Türkiye'deki ilk Pay TV / İzle-Öde TV)	33
2.5. ATV	34
2.6. Kanal D	37
2.7. Kanal 6	40
3. TÜRKİYE'DE TELEVİZYON DİZİLERİNİN TARİHİ GELİŞİMİ VE DİZİ İHRACATININ ARTIŞI	41
3.1. Günümüz Türk Dizilerini TRT Dizilerinden Ayıran Özellikler	50
3.2. Dijital Yayıncılık ve Türk Dizileri	60
3.3. Reyting Sistemi	65
3.4. Pandemi Döneminde Değişen Televizyon İzleme Alışkanlıkları	69
4. TÜRKİYE'DE DİZİ İHRACATI VE YAPIM ŞİRKETLERİ: MEDYAPIM ÖRNEĞİ	72
4.1. MEDYAPIM'ın ticari ve genel olarak başarılı olduğu diziler (2006-2020)	73
SONUÇ	86
EK1	89
KAYNAKÇA	96

ÖNSÖZ

Televizyon, kitlelere ses ile ulaşan radyoya bir yenilik katmış ve görüntüyü iletmesiyle yeni bir kitle iletişim şekli doğurmuştur. Bu yeni iletişim aracı her yeni icat gibi zaman içinde birçok dönüşüme uğrayarak günümüze kadar ulaşmıştır. Öncelerinde siyah beyaz yayın yapan televizyon ardından renkli yayıncılığa geçmiş, günümüzde ise teknik gelişmelerinin yanı sıra internet teknolojilerini de içine dahil ederek bireye özel içerik üretebilmesiyle yayıncılık anlamında yeni bir etki yaratmıştır.

Türkiye'de ise televizyonculuk 1960'lı yıllarda TRT tekeli ile siyah beyaz olarak hayatına başlamıştır. 1984 yılında renkli ekrana geçen Türkiye'de TRT'nin tekelliği ise 1990'lı yıllarda özel kanalların kuruluşuna kadar devam etmiştir. Bu zaman diliminde Türkiye'de hem yerli hem yabancı diziler ve filmler yayınlanmış ve büyük ilgi toplamıştır.

Türkiye'de televizyonun ortaya çıkışından bu yana televizyon yayıncılığında dizi yayıncılığı önemli bir yer kaplamıştır. Edebiyat uyarlamaları, yerli ve yabancı yapımlar başlıca olmak üzere dönem dönem birçok dizi yapımı televizyonda kendine yer bulmuştur. Dizi sektöründe ilk yıllarda yurtdışından, özellikle de Amerika'dan yabancı yapımlar ithal edilerek Türk halkına sunulmuştur. Türkiye'nin dizi ihracatı ise 1970'li yıllarda sınırlı olarak başlamış, 2000'li yılların ardından ise yurt dışından ithal edilen dizilerin sayısı azalarak Türkiye'nin dizi ihracatı hareketlenmiştir. Hem ticari hem kültürel olarak gelişime ve yükselişe imkân sağlayarak günümüzde Türkiye'nin dizi ihracatı 500 milyon doları aşmıştır.

Bu ihracatın önemli temsilcilerinden Medyapım'a da katkılarından dolayı teşekkürü bir borç biliriz. Bu kitabın televizyon ve dizi yayıncılığı sektörüne ışık tutması ve buna benzer çalışmalara da referans olmasını dilerim.

Herkese keyifli okumalar...

Prof. Dr. Deniz YENGİN

Yeni Medya Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü

ÖNSÖZ

90’lı yıllarda özel televizyonların kurulmasıyla beraber Türk dizi drama içerik sektörü hızlıca büyümeye başlamış ve bugün global pazarlarda oldukça rekabetçi bir konuma gelmiştir.

İçeriklerin çeşitlenmesiyle, yurtdışından dizilerimize olan talep her geçen gün büyümektedir. Bu sebeple; hem Türkiye’imizin imajı ve tanıtımı açısından hem de yarattığı ihracat gelirleri açısından tüm içeriklerimiz çok önemli bir yer taşımaktadır.

Türk dizi içerikleri dijital platformda da hak ettiği yerlere hızlıca ulaşma yolundadır. Ülke tanıtımı için çok önemli katma değer yaratan içerik sektörü önümüzdeki yıllarda daha da güçlenerek dünya liderliğini hedeflemektedir.

“Türkiye’de Dizi Sektörü ve Dış Satım Olanakları” adlı çalışmanın gerçekleştirilmesindeki destek ve katkılarından dolayı Prof. Dr. Okan Ormanlı, Prof. Dr. Deniz Yengin ve ayrıca bilgi ve tecrübelerinden faydalandığımız MEDYAPIM A.Ş.’ye teşekkürlerimizi sunarım.

Erol Mahir TOK
Medyapım Tasarım Direktörü

GİRİŞ

Televizyon olgusu icadından günümüze sıkça tartışılan üzerine çok sayıda akademik ve sektörel çalışmalar yapılan bir alan olarak göze çarpmaktadır. Dünyada genellikle Batı kökenli olarak ortaya çıkan televizyon yayını ve programcılığı son zamanlarda dijitalleşmenin de etkisiyle büyük bir değişim içindedir.

ABD ve çeşitli Avrupa ülkeleri 1920’lerden itibaren yerel, bölgesel ve ulusal olarak televizyon yayınlarına başlamışlardır. Önceleri siyah beyaz ve az kanallı olarak yürütülen yayınlar sinema ve tiyatro gibi sanat dallarına alternatif olarak milyonlarca kişiyi ekran başına çekmiştir.

ABD’nin başını çektiği birçok gelişmiş ülke çok hızlı biçimde kurumsallaşarak ve giderek küreselleşerek kendi formatlarını üretmiş ve diğer ülkelere satmıştır. Sinema alanında da bir dönem geçerli olan kavramlar (1.Dünya –ABD / 2.Dünya Avrupa / 3.Dünya Diğer ülkeler) televizyon alanında üretici ülkelere tüketici kültüre dizi ve program ihracatı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda ABD liderliğinde olmak üzere, gelişmiş Avrupa ülkeleri, haber, dizi, talk şov, belgesel, yarışma ve benzeri formatları üretmiş ve bu formatları ihraç etmiştir.

Bu formatlardan biri olan diziler, dramatik yapısı ve sinema alanına yakınlığı nedeniyle daha çok tercih edilir hale gelmiştir. Bu bağlamda doğrudan olarak kültür alışverişi, transferi ve dolaylı olarak da kültürel emperyalizmin parçası olarak ele alınabilecek dizi ihracatı ve ithalatı bu kitap kapsamında ele alınacaktır.

Türkiye radyo yayıncılığında dünyayla paralel bir gelişim izlemesine rağmen televizyon alanında oldukça geride kalmıştır. 1960larda TRT kurumu televizyon yayınlarına başlamış ve TRT tekeli özel televizyonların ortaya çıkışına kadar yani 1990’ların başına kadar devam etmiştir. Kısa zamanda yayın alanını genişleten TRT televizyonu uzun yıllar tek kanal ve siya beyaz olarak yayın yapmıştır. Yerli üretimin yanı sıra yabancı diziler ve filmler de TRT’de yayınlanmış ve büyük ilgi çekmiştir. O dönemlerde ölçüm imkanları olmadığında izlenme oranlarını tespit etmek zordur. Ancak çeşitli anı ve kitaplarda bazı dizilerin yayını sırasında “sokakta insan kalmadığı” şeklinde ifadeler yer almaktadır.

Dizi dışında da dünyada en çok televizyon seyreden ülkeler arasında ilk sıralarda yer alan Türkiye 1990’lara kadar TRT’nin ürettiği ya da ithal ettiği programlarla sınırlı vizyona sahipti. Ancak 1990’larda özel televizyonların açılması, internetin yaygınlaşması ve DVD satışları gibi faktörlerle Türkiye’de yabancı dizilere de

ağırlık veren izleyici kültürü oluşmaya başladı.

Bununla birlikte Türk dizilerinin 1970’lerde sınırlı olarak başlayan yurt dışı satışları 2000’li yıllarda giderek artmaya başlamış ve günümüzde dizi ihracatı 500 milyon doları aşmıştır. Dizi satışlarında TRT dışındaki özel yapım şirketlerin ağırlığı göze çarpmaktadır. Bu bağlamda sinema alanındaki film market gibi organizasyonlar dizi sektöründe giderek güçlenmekte, Türk dizileri de yapımcıların da çabasıyla çok sayıda ülkeye satılmaktadır. Bu konudaki en çarpıcı örneklerden biri “Muhteşem Yüzyıl” adlı dizinin 70 ayrı ülkeden 500 milyondan fazla kişiye ulaşmasıdır.

Türkiye’de televizyon tarihine ve olgusuna dair çok sayıda kitap ve yayın bulunmasına rağmen, diziler alanında literatür yetersizliği dikkat çekmektedir. Bu alana dair basılı kitaplara pek rastlanmazken tezlerde veya akademik makalelerde çeşitli yaklaşımlara ulaşmak mümkündür. Ancak bu yayınlar sınırlı sayıda bir kitleye hitap ederken, dizileri tüketen kitlenin dikkatini çekmemekte ya da onlara ulaşmamaktadır.

“Türkiye’de Dizi Sektörü ve Dış Satım Olanakları: Medyapım Örneği” adlı bu kitap çalışmasının alana katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Televizyon ve diziler üzerine yapılan çalışmalar daha çok tarihsel sürece ve popüler örneklerle değinmektedir. Bu çalışmada tarihsel sürecin yanı sıra sektörün önemli aktörlerinden Medyapım’la ortaklaşa bir işbirliği söz konusudur. Medyapım yaklaşık son 15 yıldır bilhassa dizi alanındaki başarılı yapımlarıyla dikkat çekmektedir. Yurt içinde yüksek izlenme oranına sahip projelerin önemli bir kısmı da yurt dışında 3 kıtada gösterilmektedir.

1. TRT TEKELİ DÖNEMİNDE TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Türkiye’de radyo yayıncılığı 1920’li yıllarda, dünya geneline kıyasla erken bir tarihte başlamış olmasına rağmen televizyon yayıncılığı daha geç tarihlerde başlayabilmiştir. Ülkemizde televizyon yayın çalışmalarına 16 Temmuz 1952 tarihli bir iç yazışma ile, İTÜ Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Tekniği kürsüsünde başlanmıştır (Özçağlayan, 2000: 41).

İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Yüksek Frekans Tekniği Bilim Başkanı Prof. Dr. Mustafa Santur, 1938 yılında yaptığı yurt dışı gezilerinde dünyanın birçok ülkesinde o dönemlerde önemli bir kitle iletişim aracı olarak televizyon ile tanışma fırsatı bulmuştur. Televizyonun, diğer bir deyişle ‘camlı kutu’nun Türkiye’de olması gerekliliğini vurgulayarak üniversite yönetimine bir mektup yazmış ve gerekli aygıtları talep etmiştir.

Teknolojik düzeydeki bu girişim ile, öğrencilerin çalışmalar yapabileceği bir elektronik laboratuvar oluşturarak, ilk adımda düzenli yayına geçme düşüncesi olmadan, sadece sistemin kurulması hedeflenmiştir (Yengin, 1994: 67). Bu doğrultuda, İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Frekans Kürsüsü Başkanı Prof. Dr. Mustafa Santur, Doçent Dr. Adnan Ataman ve Asistan Ziya Akçasu ilk yayınları gerçekleştirerek ardından ileri dönemdeki düzenli yayınlara geçişin temelini atmışlardır.

Mustafa Santur, İTÜ Elektrik Fakültesine resmi bir mektup yazarak televizyon yayıncılığı için ilk adımını atmıştır: “Son yıllarda mühim inkişaflar gösteren televizyon alanındaki tedrisatımızı geliştirmek, ileride memleketimize de girmesi mukadder olan televizyon tekniğinde tecrübeli elemanlar yetiştirmek maksadı ile çok yüksek frekans laboratuvarımızda küçük mikyasta bir tecrübi televizyon tesisi kurmak çok münasip olacaktır. Böyle bir tesis için gereken bazı cihazların isim ve özellikleri ilişik şartnamede gösterilmiş bulunmaktadır. Bu cihazların satın alınması için gerekli müdahalenin yapılmasını, derin saygılarımla rica ederim” (Sekmeç, 2011: 3). Bu girişimlerin ardından üniversite olumlu yanıt vermiş ve Prof. Dr. Mustafa Santur’un Philips şirketi ile anlaşması üzerine televizyon yayıncılığına dair ilk aygıtlar Türkiye’ye getirilmiştir. Böylece 1952 yılında Philips’ten alınan 100 Watt gücüne sahip verici ile birlikte ikonoskop kamera kullanılarak Türk

televizyon tarihinin ilk yayını yapılmıştır. Böylelikle ilk deneme yayını yapan televizyon İTÜ televizyonu, ilk deneme yayının yapıldığı yer ise teknik cihazların yerleştirildiği üç odalı çatı katı olan İTÜ Taşkışla binası olmuştur (Demirkıran, 2008: 253). Yayınlar, haftada bir perşembe günleri saat 17.00-19.00 arasında başlamış, ilerleyen zamanda mezun olan öğrencilerin teknik destekleri ile cuma günleri saat 15.30-21.00 saatleri arasında yapılmıştır.

1963 yılının sonunda 359 sayılı Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Kanunu ve ardından 1961 Anayasası 121. maddesine göre Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumuna kendi kendini yöneterek yayınlarını bağımsız ve tarafsız kılabilmesi adına özerklik sağlanmıştır. 24 Aralık 1963 tarih ve 359 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Kanunu'nun 35. Maddesi, Türkiye'de radyo ve televizyon istasyonları kurma ve işletme hakkını Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'na vermiştir. Bu maddenin 1. fıkrasına göre, "9 Haziran 1937 tarihli ve 3222 sayılı Telsiz Kanunu ile ek ve değişkenliklerde gösterilen elektromanyetik dalgalar vasıtası ile ses, işaret ve resim vermeye yarayan tesislerden radyo-difüzyon ve televizyon tesisi niteliğinde olanların kurulması ve işletilmesi hakkı, yalnız Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumuna aittir (İçel, 2018: 375).

Anayasanın 121. maddesine göre Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde, kanunla düzenlenir (İçel, 2018: 375). Ancak Türkiye'de ilk düzenli televizyon yayınları TRT Kurumu'nun Anayasa'nın 121. maddesinde öngördüğü şekilde televizyon yayınları yapması Anayasa'nın kabul edilmesinden 7 yıl sonra gerçekleştirilebilmiştir (Yengin, 1994: 69). Böylece TRT Ankara Televizyonu 5 kilowattlık deneme yayınlarına 1968 yılının Ocak ayında başlamıştır. İlk deneme yayını 1968 yılında Mahmut Tali Öngören'in beş dakika süren açılış konuşmasıyla başlamıştır. Yalnızca Ankara'dan izlenebilen bu yayın yaklaşık 1,5 saat sürmüştür; yayın sırasında Televizyon Müdürü Mahmut Tali Öngören'in konuşmasının hemen ardından 5 dakika süren teknik bir arıza yaşanmıştır (Kale, 2019: 126). 1969 yılında ise Ay'a giden astronotların görüntüsü verilmiş, ardından Zeki Müren'in Ankara konseri ekrana yansıtılmıştır.

1970'li yılların başına gelindiğinde, dönemin tüm dünya üzerinde etkisini hissettirmiş toplumsal hareketlerinden biri olan öğrenci hareketleri sebebiyle Teknik Üniversite basılarak maddi zarara uğratılmıştır. Olayların devam etmesi üzerine 1971 yılında İTÜ Televizyonu yayın hayatına son vermiştir. İTÜ'nün yayıncılık anlamında tüm yetkilerini TRT'ye devretmesi üzerine TRT'nin gelişim

süreci de başlamış olmuştur. Yine aynı sene içerisinde yapılan askeri darbe ile birlikte TRT’nin özerklik kanunu kaldırılarak tarafsız bir kamu kuruluşu olmasına karar verilmiştir.* TRT bu dönemde teknik düzende de kendini geliştirmiş ve paket yayınlar yapmaya başlamıştır. Philips Firması’ndan alınan 75 watt gücündeki bir televizyon vericisi İstanbul’a verilen yayınlar için kullanılırken, 3 Aralık 1971 tarihinden itibaren İTÜ’nün 500 watt gücündeki vericisi ayda 10 bin lira ödenmek suretiyle kullanılmaya başlanmıştır (Yengin, 1994:70).

TRT’nin ilk drama filmini çekmek üzere Tunca Yönder’e görev verilmiş, Yönder ise Şinasi’nin “Şair Evlenmesi” adlı eserini seçmiştir. Drama filmi için bir fragman istemeleri üzerine teknik yetersizliklerden dolayı bant kaydı yapılamamış ve fragman canlı çekilmiştir. Sonuç olarak “Şair Evlenmesi” 6 Şubat 1968 tarihinde canlı oynanmış ve yayınlanmıştır (Kale, 2019: 127). 1974 yılında TRT Genel Müdürü olarak İsmail Cem İpekçi atanmış ve dizi yayıncılığında bir dönüm noktası yaşanmıştır. İsmail Cem İpekçi hem yerli hem de yabancı uyarlamalarla Türk televizyonlarına birçok klasik eseri taşımıştır. İpekçi, yerli yapımlara ayrı bir önem vererek Metin Erksan, Halit Refiğ ve Ömer Lütfi Akad gibi dönemin ulusal sinemacılarından uyarlamalar istemiştir. Böylelikle Ömer Seyfettin’in “Diyet”i, Sabahattin Ali’nin “Hanende Melek”i, Halit Ziya Uşaklıgil’in “Aşk-ı Memnu” eseri televizyona uyarlanmıştır.

* Yapılan değişiklikle, söz konusu 121. madde; “Radyo ve televizyon istasyonları, ancak devlet eliyle kurulur ve idaresi tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir” biçiminde anayasada yerini almıştır (Cankaya ve Batur Yamaner, 2012: 174).

Tablo 1. TRT Dönemindeki Edebiyat Uyarlamaları (1973-1975)

Edebiyat Eseri ve Yılı	Yazarı	Televizyon Uyarlaması ve Yılı	Yönetmeni
Aşk-ı Memnu (1899)	Halid Ziya Uşaklıgil	Aşk-ı Memnu (1975)	Halit Refiğ
Ferman (1917)	Ömer Seyfettin	Ferman (1975)	Ömer Lütfi Akad
Pembe İncili Kaftan (1917)	Ömer Seyfettin	Pembe İncili Kaftan (1975)	Ömer Lütfi Akad
Diyet (1918)	Ömer Seyfettin	Diyet (1975)	Ömer Lütfi Akad
Topuz (1917)	Ömer Seyfettin	Topuz (1975)	Ömer Lütfi Akad
Sazlık (?)	Kenan Hulusi Koray	Sazlık (1975)	Metin Erksan
Müthiş Bir Tren (?)	Sait Faik Abasıyanık	Müthiş Bir Tren (1975)	Metin Erksan
Hanende Melek (1937)	Sabahattin Ali	Hanende Melek (1973)	Metin Erksan
Bir İntihar (?)	Samet Ağaoglu	Bir İntihar (1973)	Metin Erksan
Geçmiş Zaman Elbiseleri (1943)	Ahmet Hamdi Tanpınar	Geçmiş Zaman Elbiseleri (1975)	Metin Erksan

1974 yılında İsmail Cem'in TRT genel müdürlüğüne geçmesiyle dizi yayıncılığında yerleşme çabasının başladığı görülmektedir. TRT'nin bu yeni yayın politikası ile birlikte öncelikle edebiyat uyarlamalarından oluşan yerli diziler çekilmiştir. İsmail Cem'in yerleşme politikası üzerine TRT yönetmenlerinden Çetin Öner, Aziz Nesin'in "Yaşar Ne Yaşar Ne Yaşamaz" adlı romanının; Ahmet Pınar, Tarık Dursun K.'nin (Kakıncı) "Tütün Zamanı" (Zeliş) adlı romanının çekimlerini gerçekleştirmiştir (Kale, 2019: 130). TRT yayınları bir yandan edebiyat uyarlamaları devam ederken bir yandan da gündüz kuşağı yayınları, belgeseller ve spor programları ile devam etmiştir.

İsmail Cem bir yandan da Türk televizyon izleyicilerine yurt dışından belgeseller ve diziler getirmiştir. Dünya çapında yapılan diziler Türkçe dublajlı ya da Türkçe alt yazılı olarak Türkiye televizyonlarında yayınlanmıştır. Böylece Türkiye'de dizi/film kültürünün gelişmesi söz konusu olmuş ve insanlar televizyon karşısında vakit geçirmeye başlamıştır.

1971 yılı içerisinde Federal Almanya yardımıyla İstanbul Televizyonunun dördüncü kanaldan yayın yapmaya başlaması üzerine 1972 yılında Marmara ve Trakya bölgelerinde yaşayanlar da televizyon izlenmeye başlamıştır. Yine aynı süreçte Ankara ve İzmir'de de düzenli televizyon yayınları başlamış, ardından Fransa'dan getirilen teknik araç gereçler sayesinde 100 watt'lık vericilerle Eskişehir ve Balıkesir'de de televizyon yayınları yapılmıştır. Böylece 1972 yılıyla birlikte Türk televizyon yayıncılığının gelişim hızı gözle görülür bir biçimde artmıştır. 1974 yılından itibaren Türkiye'nin birçok şehrinde televizyon yayını yapılabilmiş; paket yayıncılıklardan 7 güne kadar çıkan düzenli yayıncılıklara geçilebilmiştir. Bu süreçte Kıbrıs Harekâtı ile ilgili haberler, "Eurovision Şarkı ve Beste Yarışması" gibi programlar da ekrana taşınmıştır. 1976 yılı başında televizyonun toplam gücü 376 kilowatt iken, 1980'de bu güç 1819 kilowatt 720 watt'a ulaşmıştır (Yengin, 1994: 71). Verici sayısı ise 42'den 101'e yükselmiştir. 1978 tarihli Resmî Gazete'den alınan bilgiye göre; "Televizyon verici sayısı 1976 sonlarında 26, yardımcı verici sayısı ise 37'ye yükselmiştir. 1971'de 101.916 olan ruhsatlı televizyon alıcı sayısı, 1977'de 2.271.781'e yükselmiştir. 1977 yılında ortalama 10 kişiye bir televizyon alıcısı düşmektedir." 1979 yılına gelindiğinde Kocaeli-Sakarya, Bilecik, Sivas ve Ağrı gibi illerde de hizmete giren verici istasyonları sayesinde televizyon yayını yapılabilmıştır (Yengin, 1994).

Tüm bu gelişmelerinin ardından 1984 yılında en önemli yeniliklerden biri olan renkli televizyon yayınları yapılmaya başlanmıştır. İlk denemelerin 1977 yılından beri yapıldığı bilinse de tüm yayınların renkliye dönüşü bu tarihe kadar gelmiştir. 1985-1989 yılları arasındaki Beşinci Beş Yıllık Kalkınma dönemi de yoğun televizyon yatırımlarını öngören planlı bir dönemdir (Aksüt, 2011: 34). Bu dönemde uydu teknolojilerinden faydalanılması amaçlanmış ve 1984 yılında Intelsat uydusu ile yurt dışında televizyon yayını yapılması imkânı bulunmuştur.

Yine aynı dönem içerisinde kanal sayıları arttırılmış, 6 Ekim 1986 tarihinde ikinci kanal olarak TV 2 resmen kurulmuştur. Birinci kanal olan TV 1 genel seyirci kitlesine hitap ederken, TV2 ise daha çok kültür ve sanat ağırlıklı programlar yapmıştır. Üçüncü kanal olarak 2 Ekim 1989 yılında kurulan TV 3 ve GAP TV, yayın alanı ulusal olarak yöre halkına hitap etmiştir. Daha çok kültür yayıncılığı yapan GAP TV, Güneydoğu Anadolu Bölgesinin izlerini ekrana taşımıştır. Dördüncü kanal olarak 30 Temmuz 1990 yılında TV 4 kurulmuş, Orta ve yüksek eğitim alan gençlerin eğitimlerine destek olma ilkesi doğrultusunda

yayın yapılmıştır. 19 Aralık 1990 yılında ise TRT INT kanalı beşinci kanal olarak yayına girmiş ve Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşlarıyla bağlantı kurmak ve Türk kültürünü devam ettirmek amacıyla programlar yapmıştır. TRT 4 ile aynı frekans üzerinden yayın yapan TRT Çocuk ise 2008 yılında kurulmuş, ardından 2009 yılında TRT 6 yayın hayatına başlamıştır. (Tarihçe, 2021)

2.TÜRKİYE’DE ÖZEL TELEVİZYONLARIN ORTAYA ÇIKIŞI

1980’lerin sonuna dek Türkiye’de televizyon yayıncılığı TRT tarafından gerçekleştirilmiştir. Ancak 90’lı yıllara gelindiğinde benzerine dünya genelinde çok az rastlanır bir şekilde özel televizyon yayıncılığına geçiş yapılmıştır. Özel kanallar TRT’yi geçmek adına TRT’nin ekrana veremediklerini verme mücadelesine girişmişlerdir. 1989 yılında Başbakan Turgut Özal’ın oğlu Ahmet Özal ile Cem Uzan arasında bir ortaklık kurulmuş ve özel televizyon yayıncılığının hazırlıklarına başlanmıştır. Sadece TRT ekseninde yapılan yayıncılığını bir adım öteye taşıyarak yurt dışından da yayın yapan kanalların olabileceği anlayışı ile atılan bu temeller sonucunda Türkiye’nin ilk özel kanalı Magic Box Star 1 kurulmuştur.

2.1.Magic Box – Star 1

1990 yılının Mayıs ayında ilk özel televizyon kanalı STAR 1’in (Magic Box) kurulması ve uydu aracılığıyla yurt dışından yayına başlamasıyla TRT’nin sürdürdüğü tekel sona ermiştir. Rumeli Holding’in sahibi olan Uzan ailesi, Almanya’da kurdukları “Magic Box Inconparated” adlı şirket aracılığıyla Eutelsat F5 uydusundan iki kanal kiralamıştır (Özçağlayan, 2000: 45). Yengin’in (1994: 117) de belirttiği üzere 1 Mart 1990 tarihinde deneme yayınlarına başlayan Magic Box Star 1 kanalı 7 Mayıs 1990 tarihinde ise, günde 5 saat yayına başlamıştır. Ancak bu dönemde anayasanın 133. maddesine göre yapılan yayıncılık yasal değildir. Çünkü Anayasanın ilgili 133.maddesine göre radyo ve televizyon istasyonları, ancak Devlet eli ile kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir (İçel, 2018).

Dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal ise, 1990 yılında ABD gezisi sırasında yaptığı bir açıklamada, yurt dışından Türkiye’ye yapılacak Türkçe televizyon yayınlarının yasal bir sakıncası olduğunu sanmadığını belirterek “dış memleketlerden bir kanal kiralayan Türkiye’ye yayın yapabilir” demiştir (Tan, 1994 aktaran Kırhan, 2007: 17). 1991 yılında ise Star 1 kanalı ismini İnter Star olarak değiştirmiştir.

Özel yayıncılığın ortaya çıkışı ve gelişimi yasalarda da yeni düzenlemelere yol açmıştır. Anayasanın ilgili 133. maddesi mecliste alınan bir kararla 8 Temmuz 1993’te değiştirilmiştir (Aziz, 2010: 155). Değişen yeni maddeye göre radyo

ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir (İçel, 2018). Böylelikle özel kanalların da yayın yapmasına onay veren bu yasa ile TRT ve Star 1 arasındaki rekabet giderek artmıştır. Star 1 kanalı TRT kadrosundan çalışan transferine başlamış ve ardından daha önce TRT’de ücretsiz yayınlanan futbol maçlarını, Türkiye 1. Futbol Ligi ile anlaşarak ücret karşılığında kendi kanallarından naklen yayınlamışlardır. Futbol müsabakalarının yayınlaması konusunun ardından iki kanal arasında reklam alanında da rekabet yaşanmıştır. TRT, tütün ve tütün ürünlerinin gösterimini yasaklamışken Magic Box yurtdışından yayın yaptığı için bir kısıtlama altına alınamamıştır. Yine aynı şekilde Magic Box, dizi ve filmlerin arasına sıkıştırılan reklamlardan dolayı da tepki toplamıştır. Yengin’in (1994: 129) aktardığı üzere Levent Kırca’nın “Olacak O Kadar” programında, program başlayıp 4 dakika gösterildikten sonra araya reklamlar girmiş ve tam 7 dakika sürmüştür.

TRT ile Star 1 kanalları arasındaki rekabet devam ederken bir diğer olay da 1990 senesinden 1991 senesine geçilen yılbaşı gecesinde yaşanmıştır. Gecede, Star 1 kanalının izleyicilerine otomobil dağıtması üzerine gelen telefonlardan dolayı santraller kilitlenmiş ve Milli Piyango kazananını önceden söyleyerek TRT’den daha çok izlenmiştir. Daha sonraları ise Türk halkını izleme deneyimlerinde çok yer almayan güzellik yarışmasını ekrana taşıyarak bir yenilik sunmuş ve oldukça da dikkat çekmiştir. Aynı şekilde, Star 1, 15 Ocak 1991’de başlayan Körfez Savaşını CNN’e bağlanarak 24 saat kesintisiz yayınlamıştır (Özçağlayan, 2000: 46).

Yayın süresince CNN’den aldığı görüntüleri aktarırken bir yandan da TRT’nin daha önce denemediği bir yöntem kullanarak simultane çeviri yapmış ve izleyicilerini sıcak gelişmelerden haberdar etmiştir. Böylelikle TRT’nin de simultane çeviri yapması için bir teşvik olmuştur. 1991 yılının sonlarına doğru ise kanal ismini değiştirmiş ve Inter Star olarak yayın hayatına devam etmiştir.

2.2. Teleon

Uzan Grubu’na ait Türkiye’nin ikinci özel kanalı olan Teleon, 8 Ocak 1991 yılının sonları itibariyle deneme yayınlarına başlamıştır. 1991’in sonunda test yayınlarına başlayan kanala ilgiyi artırmak için Müjdat Gezen ve Cenk Koray’ın da oynadığı “ON’u bekliyorum” ve “ON’da buluşalım” gibi sloganlar içeren ilginç tanıtımlar yayımlamıştır (Teleon, 2020).

Ahmet Özal ile Uzan ailesi arasında Star 1 ortaklığına dair yaşanan sıkıntıların ardından Uzan Grubu’nun Star 1’e ait imkanlarını kullanması korsan yayın tepkilerine sebep olmuştur. Telsiz Genel Müdürlüğü yetkilileri Teleon’a “korsan” yayın yaptığı için izin verilmemesi gerektiğini savunarak, Türkiye’de televizyon yayıncılığı konusunda yasal düzenlemeyi bekleyen birçok kuruluşa karşı haksızlık yapılacağı ve düzenleme öncesi hiçbir kuruluşa öncelik tanınmaması gerektiğini vurgulamıştır (Yengin, 1994: 143). Tepkilerin ardından kanalın yayın yetkisi durdurulsa da Teleon 1992 yılında test yayınları başlamıştır.

27 Ocak 1992 yılında yayın hayatına resmen başlamasıyla Teleon daha çok yabancı dizi, film ve müzik yayını yapan bir kanal olmayı hedeflemiştir. Ancak daha sonraları Teleon adıyla olan yayın hayatını bitirerek günümüzde de Kral TV olarak bilinen müzik kanalı ile yayınlarını sürdürmüştür.

Cem Uzan tarafından kurulan Kral TV, ilk kurulduğu dönemde test yayınlarına Teleon ile ortak yayın yaparak başlamış ve ardından Türkiye’nin ilk video müzik kanalı olmuştur. Ayrıca müzik yayını haricinde Uzan Grubu’nun Türkiye 1. Futbol Ligi’ne dair yayın haklarını satın almasıyla bu kanal üzerinden şifreli olarak futbol yayınına başlamıştır. Ancak bahsi geçen yayın hakkı Uzan Grubu’nun gerekli anlaşmaları yerine getirmemesinden dolayı Digitürk’e geçmiştir. 1. Lig maçlarının yayın hakları elinden alınınca varoluş amacını yeniden yitiren Teleon, el değiştirme ihalesinden sonraki bir yıl boyunca Kral TV ile dönüşümlü yayın yapmıştır (Teleon, 2020). Ardından, 30 Ocak 2002 itibariyle yayın hayatına son verilmiştir.

2.3.Show TV

Avrupa-Amerika Holding ve İktisat Bankası’nın sahibi Erol Aksoy tarafından 1 Mart 1992 tarihinde “Show Time” adı ile kurulan televizyon kanalı, ABD’de aynı adla bir yayın kuruluşu olduğu için SHOW TV olarak değiştirilmiştir (Öztürk, 2004: 104). Özel yayıncılığın gelişmesi adına Hürriyet ve Sabah gazetelerinin girişimleri üzerine Hürriyetin, Ulusal Radyo Televizyon (URT) ile ortak kurduğu özel televizyon kanalı ile Sabah Gazetesi’nin İmaj TV ile ortaklık yaptığı SATEL özel televizyon kanalı “Birleşik İletişim Radyo ve Televizyon Yapım Anonim Şirketi adı altında birleşmiştir. Ardından Show TV, Fransa’dan kiraladığı uydu aracılığıyla 24 saatlik düzenli yayın hayatına başlamıştır (Yengin, 1994: 166).

İlk haber yayınlarına başlamadan önce daha çok gençlere hitap eden bir kanal olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk haber yayınlarına ise 2 Mart 1992 tarihinde Mehmet Ali Birand'ın sunuculuğuyla başlamıştır. Yine 1992 yılında Uğur Dündar'ın hazırladığı programı, dönemin tartışma haber programı olarak oldukça ilgi çekmiştir. Günümüzde halen Tele1 ekranlarında “Demokrasi Arenası (2020)” adıyla yayına devam etmektedir.

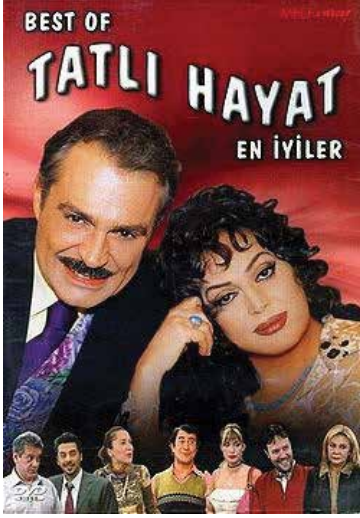
90'lı yılların başında “Tutti Frutti (1990)” gibi kırmızı nokta uygulaması ekseninde erotik yayınlarla dikkat çeken Show TV'ye RTÜK tarafından müdahale edilmiş ve kanal yayınladığı erotik programları sonlandırmak durumunda kalmıştır (Memleket.com, 2014). Yayınlarının sonlandırılmasının ardından dünyaca ünlü yabancı dizilerin yayınını yapmaya başlamıştır. O dönemde Show TV “Simpsonlar (1989)”, “Seinfeld (1989)”, “Dallas (1978)”, “Battlestar Galactica (1978)”, “Yalan Rüzgârı (1973)”, “Roseanne (1988)”, “Power Rangers (1993)” gibi pek çok yabancı dizinin tekrar bölümlerini gündüz ve gece yarısı kuşaklarında yayınlamıştır (Show TV'de Bugün, 2016).

Show TV yarışma formatlarıyla da oldukça dikkat çeken bir kanal olmuş ve o zamana dek 25 yarışma ile en çok sayıda farklı yarışma programı yayınlamış Türk televizyon kanalı olarak tarihe geçmiştir (Show TV Bakın, 2020). “Süper Aile (1992)”, “Çarkıfelek (1992)”, “Biri Bizi Gözetliyor (2001)”, “Kim 500 Milyar İster (2000)”, “Gelinim Olur Musun? (2004)”, “Var Mısın Yok Musun? (2007)”, “Yemekteyiz (2008)” gibi yarışma programları Türkiye'nin en çok konuşulan yapımları arasına girmiştir. Buna bağlı olarak programlarda yarışan yarışmacılar adeta ünlü isimler haline gelmiştir. “Biri Bizi Gözetliyor (2001)”da yarışan Caner Toygar, Tülin Koca ile yaşadığı aşkla uzun yıllar konuşulmuş, haber sitelerinde kendine yer edinmiş ve şu anda Instagram'da 335 bin takipçiye sahiptir (Instagram, 2020). Show TV'nin bir diğer önemli yapımı olan “Var Mısın Yok Musun? (2007)” yarışmasında yarışan Mevlüt isimli yarışmacının annesi Naciye Hanım da Türkiye'nin bir fenomeni haline gelmiş ve bir cips markasının reklam yüzü olmuştur.

Show TV'nin haberleri ve yarışmalarının ardından dizileri de dikkat çekmektedir. Günümüze dek toplam 93 yerli ve 9 yabancı dizi yayınlayan Show TV, en çok farklı dizi yayınlamış Türk televizyon kanalıdır (Show TV'de Bugün, 2017). “Tatlı Hayat (2001)”, “Ekmek Teknesi (2002)”, “Kurtlar Vadisi (2003)”, “Hayat Bilgisi (2003)”, “Cennet Mahallesi (2004)”, “Doktorlar (2006)”, “Muhteşem

Yüzyıl (2011)”, “Adını Feriha Koydum (2011)”, “Suskunlar (2012)”, “Pis Yedili (2011)”, “Çukur (2017)” gibi dizilere ev sahipliği yapan Show TV, bu diziler aracılığıyla büyük başarılar elde etmiştir. Bu diziler izleyici tarafından oldukça beğenilmiştir. Bu bağlamda içlerinde Med Yapım’a ait “Doktorlar (2006)” ve “Adını Feriha Koydum (2011)”, Erler Yapım’a ait “Cennet Mahallesi (2004)”, Tükenmezkalem Yapım’a ait “Pis Yedili (2011)” dizilerinin günümüzde hala tekrarları verilmektedir.

2.3.1. Show TV'nin Önde Gelen Dizileri (2001-2017)



Tatlı Hayat (2001)

Görsel 1. Tatlı Hayat Dizi Afişi

Format: Dizi

Tür: Komedi

Senarist: Haluk Özenç, Bora Tekay

Yönetmen: Bora Tekay

Oyuncular: Türkân Şoray, Haluk Bilginer, Asuman Dabak, Çolpan İlhan, Neco, Celal Kadri Kınöğlü, Gamze Özçelik, Emre Altuğ, Veysel Diker, Sevinç Aktansel, Sedat Kalkavan, Levent Sülün

Sezon Sayısı: 3

Yapım Şirketi: Med Yapım

“Tatlı Hayat”, İhsan ve eşi Sevinç’in alt sınıftan üst sınıfa geçişini konu edinmektedir. Kuru temizlemeden kazandığı para ile Gültepe’den Etiler’e taşınan İhsan ve eşi Sevinç yeni lüks apartmanlarında yaşamaya başlamıştır. Yeni hayatları, üst komşuları Feraye ve Yorgo, yan komşuları İrfan, hizmetçileri Menekşe ile birlikte tatlı bir hayata dönüşmüş ancak yeni sorunlara da kapı açmıştır. Sevinç’in sınıf atlamaya alışması, İrfan’ın apartman sakinleriyle ve Menekşe ile olan diyalogları bu komedi dizisinin konusunu oluşturmaktadır.



Ekmek Teknesi (2002)

Görsel 2. Ekmek Teknesi Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Komedi, Dram

Senarist: Raci Şaşmaz, Mehmet Turgut, Hasan Kaçan, Elif Aktuğ, Bahadır Özdenler, Ömer Lütfi Mete

Yönetmen: Osman Sınav, Sadullah Şentürk, Gürsel Ateş, Metin Günay

Oyuncular: Savaş Dinçel, Sermin Hürmeriç, Kadir Çöpdemir, Peker Açıkalin, Mehtep Bayrı, Arzu Oş, Melike Güner

Sezon Sayısı: 3 Bölüm Sayısı: 106

Yapım Şirketi: Sinegraf, Pana Film

Bir aile dizisi olan “Ekmek Teknesi”, Fırıncı Nusret eşi Ayhan ve kızlarının ailecek yaşadığı kendi halinde orta sınıf bir mahallenin yaşam öyküsünü anlatmaktadır. Mahallede yaşayan Kirli, Cengiz, Bahtiyar, Ruhi, Naim, Korkut ve birçok mahallelinin sıcak öyküleri dizide kimi zaman dram kimi zaman komedi ekseninde izleyiciye sunulmuştur.



Kurtlar Vadisi (2003)

Görsel 3. Kurtlar Vadisi Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Aksiyon, Dram

Senarist: Ahmet Yurdakul, Raci Şaşmaz, Bahadır Özdener, Mehmet Turgut

Yönetmen: Osman Sınay, Mustafa Şevki Doğan, Serdar Akar

Oyuncular: Necati Şaşmaz, Özgü Namal, Oktay Kaynarca, Selçuk Yöntem, Zafer Ergin

Sezon Sayısı: 4

Bölüm Sayısı: 97

Yapım Şirketi: Sinegraf, Pana Film

“Kurtlar Vadisi” dizisi, yüz ameliyatı ile tamamen değişerek mafya kimliğini alan Polat Alemdar ve onun yakın dostu Çakır ile Memati'nin mafya camiasında isimlerini duyurması ve bunun sonucunda edindiği düşmanlarıyla mücadelesini konu edinmektedir. Derin devlet ilişkilerini de içeren “Kurtlar Vadisi” dizisi yayınlandığı dönemde çok tutulmuş ve daha sonraki süreçlerde ortaya çıkacak suç odaklı dizilere de öncülük etmiştir. Dizinin, mafya ilişkileri dışında aşkı, sevgiyi ve dostluğu barındırması, aynı zamanda hayali bir karakter olarak sunulması oluşabilecek tepkilerin engellenmesi açısından da önem taşımaktadır. Dizinin tutulmasının ardından sinema filmi olarak da çekimlerine devam edilmiştir.



Hayat Bilgisi (2003)

Görsel 4. Hayat Bilgisi Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Komedi

Senarist: Gani Müjde, Deniz Akçay, Fatih Solmaz, Gökhan Karagülle, Nilüfer Yenidoğan, Emre Bülbül

Yönetmen: Tarkan Karlıdağ

Oyuncular: Perran Kutman, Tarık Pabuçcuoğlu, Kerem Kupacı, Ümit Erdim, Serhan Arslan, Paşahan Yılmazel, Kaan Yılmaz, Altan Gördüm, İpek Erdem, Gökçe Bahadır

Sezon Sayısı: 4

Bölüm Sayısı: 137

Yapımcı: Ali Gündoğdu

Hayat Bilgisi dizisi, Afet Güçverir ve kardeşi Kerem'in İstanbul Rıdvan Kanat Lisesi'ne gelmesiyle başlamaktadır. Afet Öğretmen ve kardeşi Kerem bu okulda yeni bir yaşama başlamıştır. Dizinin çoğunluğu okulda geçtiğinden dolayı sınıftaki arkadaşlıklar, aşklar, Afet Öğretmen başta olmak üzere diğer öğretmenlerin öğrencileriyle olan sıcak ilişkileri ve hayat dersleri filmin konusunu oluşturmaktadır.



Cennet Mahallesi (2004)

Görsel 5. Cennet Mahallesi Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Komedi

Senarist: Erdoğan Tünaş, Resul Ertaş

Yönetmen: Serdar Akar, Yaşar Seriner

Oyuncular: Melek Baykal, Müjdat Gezen, Özkan Uğur, Alişan, Çağla Şikel, Zeki Alasya

Sezon Sayısı: 3

Bölüm Sayısı: 119

Yapımcı: Erler Film

“Cennet Mahallesi” dizisi, İstanbul’da Romanların yaşadığı bir mahallenin komik olaylarını konu edinmektedir. Dizi boyunca Cennet Mahallesi’nin güzel kızı Sultan ile delikanlısı Alişan’ın evlenmek isteyip birbirilerine kavuşamayışları ekrana gelmektedir. Sultanın annesi Pembe parayı çok sevdiği için kızını da zengin bir damatla evlendirmek istemektedir. Bu yolda kızını Ferhat ile evlendirmemek için büyük bir mücadele vermektedir.



Doktorlar (2006)

Görsel 6. Doktorlar Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Dram

Senarist: Ayça Mutlugil, Nuray Uslu

Yönetmen: Oğuzhan Tercan

Oyuncular: Kutsi, Yasemin Ergene, Leyla Göksun, Bekir Aksoy, Melike Güner, Yeşim Ceren Bozoğlu

Sezon Sayısı: 4

Bölüm Sayısı: 97

Yapımcı: Med Yapım

Med Yapım’ın yapımcılığını üstlendiği “Doktorlar” dizisi, bir hastanede çalışan doktorların iş ve özel hayatlarını bir arada sürdürüşünü konu edinmektedir. Dizi “Grey’s Anatomy (2005)” isimli Amerikan dizisinden uyarlanmıştır. Türkiye’nin başarılı hastanelerinden birinde Operatör Doktor Haldun Göksun ve ekibinin hem hastaların hayatları hem de kendi hayatları ile verdiği mücadele ekran önüne taşınmıştır. Dizi kısa zamanda çok tutulmuş ve günümüzde halen Teve2 kanalında tekrarları verilmektedir.



Muhteşem Yüzyıl (2011)

Görsel 7. Muhteşem Yüzyıl Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Tarih, Dram

Senarist: Meral Okay, Yılmaz Şahin

Yönetmen: Taylan Biraderler, Yağız Alp Akaydın, Mert Baykal

Oyuncular: Halit Ergenç, Meryem Üzerli, Vahide Perçin, Nebahat Çehre, Okan Yalabık, Nur Fettahoğlu, Selma Ergenç

Sezon Sayısı: 4

Bölüm Sayısı: 139

Yapımcı: Tims Productions

“Muhteşem Yüzyıl” dizisi, gerçek tarihi kişilerden uyarlanarak Kanuni Sultan Süleyman ve Hürrem Sultan arasındaki aşkı konu edinmektedir. Hürrem Sultan’ın Kanuni Sultan Süleyman’a olan bağlılığı ve iktidar düşkünlüğü dizi boyunca saraydaki neredeyse herkesin düşmanlığını kazanmasına sebep olmuştur. Valide Sultan, Pargalı İbrahim Paşa, Şehzade Mustafa, Mahidevran Sultan bu düşmanların başında gelmektedir. Kanuni Sultan Süleyman ise devleti, aşkı ve sahip olduğu gücü kaybetmemek için gerektiğinde kendi oğlunu bile öldürtmüştür. Bu saray mücadelesi 4 sezon boyunca ekranlara yansıtılmıştır.



Adını Feriha Koydum (2011)

Görsel 8. Adını Feriha Koydum Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Aşk, Dram

Senarist: Melis Civelek, Sırma Yanık

Yönetmen: Merve Girgin, Barış Yöş

Oyuncular: Vahide Perçin, Hazal Kaya, Çağatay Ulusoy, Metin Çekmez, Deniz Uğur, Yusuf Akgün, Ceyda Ateş, Barış Kılıç

Sezon Sayısı: 2

Bölüm Sayısı: 67

Yapımcı: Med Yapım

Med Yapım’a ait bir diğer dram dizisi “Adını Feriha Koydum”, lüks bir apartmanda yaşayan kapıcının kızı Feriha’nın, gece hayatıyla ünlenmiş Emir Sarrafoğlu ile olan aşkını konu edinmektedir. Feriha özel bir üniversiteyi tam burslu olarak kazanmış ve okulun ilk gününde Emir ile tanışmıştır. Bulunduğu konumu Emir ve arkadaşlarından gizleyen Feriha, kendini bir otel işletmecisinin kızı olarak tanıtmış ve dizi boyunca bu yalanını gizlemeye çalışmıştır. Dizinin sonunda Feriha’nın gerçekleri ortaya çıksa da Emir’le olan büyük aşkının arasına hiçbir şey girememiştir. Ancak dizinin sonunda Emir ile Feriha evlenirken Feriha’nın zorla nişanlandığı eski nişanlısı Halil Feriha’yı vurarak ölümüne sebep olmuştur. Dizi final yaptıktan sonra “Emir’in Yolu” ismiyle devam etmiş ancak dizi kısa sürede bitmiştir.



Suskunlar (2012)

Görsel 9. Suskunlar Dizi Afişi

Format: Dizi

Tür: Aşk, Dram

Senarist: Pınar Bulut, Anıl Eke

Yönetmen: Çağatay Tosun, Çağrı Vila Lostuvalı, Hatice Memiş, Umur Turagay

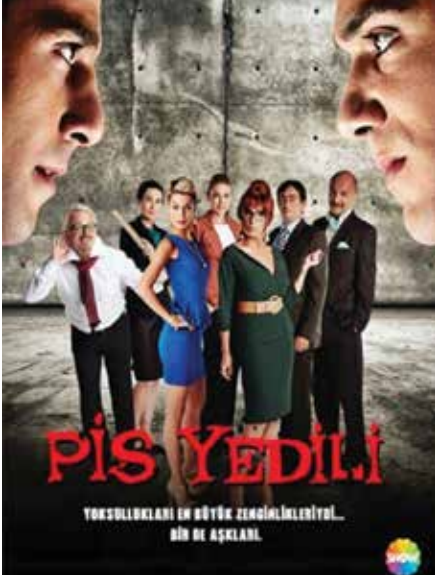
Oyuncular: Murat Yıldırım, Sarp Akkaya, Güven Murat Akpınar, Aslı Enver, Berk Hakman, Pelin Akil

Sezon Sayısı: 2

Bölüm Sayısı: 28

Yapımcı: Tims Productions

Suskunlar dizisi, küçük yaşta hapse girmiş ve hapisten çıktıktan sonra kötü günlerini hatırlamamak adına birbirilerini görmeyeceklerine söz veren 4 arkadaşın birinin ölmesi sonucunda 3 arkadaşın yeniden bir araya gelişini konu alır. Hapishanede gördükleri işkenceler, darp edilmeleri ve tecavüze uğramaları bu arkadaşlar üzerinde büyük izler bırakmıştır. Ayrıca 4 arkadaş arasında tek kız olan Aslı, Ecevit'e aşiktir. Ancak Ecevit'in Aslı'ya olan aşkının yanında Bilal de Aslı'ya aşık olmuştur. Hem arkadaşlığı hem acıyı hem de aşkı bünyesinde bulunduran dizi 2 Aralık 2012 tarihinde ekranlara veda etmiştir.



Pis Yedili (2011)

Görsel 10. Pis Yedili Dizi Afifi

Format: Dizi

Tür: Komedi

Senarist: Tufan Karaköse, Gani Müjde

Yönetmen: Süleyman Seçik, Kartal Çıdamlı, Osman Taşçı

Oyuncular: Ayşegül Aldinç, Turan Özdemir, Asuman Dabak, İlkay Akdağlı, Eda Ece, Kadir Doğulu, Melis Babadağ, Burak Alkaş, Halil Babür

Sezon Sayısı: 4

Bölüm Sayısı: 101

Yapım Şirketi: Tükenmez kalem Film

“Pis Yedili” dizisinde okullarında çıkan yangın sonucu, özel bir liseye öğretmenleri tarafından burslu olarak yerleştirilen 7 öğrencinin okulun geri kalanları arasında dışlanışı ve orada var olma mücadeleleri konu edilmektedir. Lise arkadaşlıkları, lise aşkları ve zengin-fakir ayrımı arasında geçen günler eğlenceli sahnelerle izleyiciye aktarılmıştır.



Çukur (2017)

Görsel 11. Çukur Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Aksiyon, Dram

Senarist: Gökhan Horzum, Damla Serim

Yönetmen: Sinan Öztürk

Oyuncular: Aras Bulut İyinemli, Perihan Savaş, Mustafa Avkıran, Erkan Kolçak Köstendil, Rıza Kocaoğlu, Öner Erkan, Necip Memili, Damla Sönmez, Nejat İşler, Dilan Çiçek Deniz

Sezon Sayısı: 4

Bölüm Sayısı: 104

Yapım Şirketi: Ay Yapım

Gençliğinde bütün ailesini kaybeden İdris Koçovalı Çukur adında bir mahalleye yerleşmiştir. Mahallenin tüm ihtiyaçlarına destek olur bu bağlamda, mahallenin abisi, delikanlısıdır. Zamanla mahalle İdris Koçovalı'yı babası olarak kabul eder o da mahalleyi ailesi olarak benimsemiştir. Sonrasında mahallenin ismi Koçova mahallesi olarak tüm İstanbul'da duyulmuştur. Çukurun kendine özgü dövmesi mahallenin bütün fertlerinde mevcuttur. Mahallenin kendine has kuralları vardır. En önemli kuralı uyuşturucuyla asla işleri olmamasıdır. Yaptıkları iş genellikle

silah ticaretidir. İdris Koçovalı'nın 4 oğlu vardır fakat mahalleyi en küçük oğlu Yamaç yönetmektedir. Yamaç hem aileyi olası tehditlere karşı mahalleyi korur ve işleri yöneten kişidir. “Çukur” dizisinde ailenin korunması yani bütün ailenin korunması vurgulanmaktadır. Çukurun mottosu ‘ Çukur evimiz, İdris babamız’ dır.

Show TV, günümüzde ve Show Türk isimli yan kanallardan da yayınlarına devam etmektedir (Show TV, 2021). Show Max, daha öncelerinde Show TV’de yayınlanmış eski programların tekrarlarını verirken Show Türk ise Avrupa’da yaşayan Türk halkına program sunma amacıyla yayın yapmaktadır. Bahsi geçen iki kanal haricinde Amerikan eğlence programlarını yayınlamak adına 2006 yılında Show Plus kurulmuş ancak kanal 2012 yılında kapatılmıştır.

2.4. Cine5 (Türkiye’deki ilk Pay TV / İzle-Öde TV)

Cine 5, Show TV’nin bünyesinde çıkmış, seçkin filmleri izleyicileriyle buluşturmayı hedefleyen ilk şifreli kanaldır. Türkiye’nin 10. özel kanalı olarak Erol Aksoy’un sahipliğinde 1993 senesinde kurulan Cine5 seçkin filmleri, lig maçları ve playboy kuşağıyla kendine has ve seçkin bir kitleye hitap etmiştir. Cine5’in hedef kitlesinin özelliklerini bilerek hareket etmesi başarı kazanmasını sağlamıştır. Şifreli yayınlarının ilk birkaç dakikasını şifresiz yayınladıktan sonra ardından şifreliye geçerek farklı bir yayın politikası yürütmüştür. Show TV’nin kardeşliğinde çıkan bu televizyon kanalı üyelerine kaliteli filmler, belgeseller ve son olarak haklarını satın aldığı futbol maçlarının yayınlarıyla büyük başarılar elde etmiştir. Özellikle Türkiye 1. Futbol Ligi’nin maçlarını naklen yayınlama hakkını bünyesine aldıktan sonra abone sayısını artırma hedefine de ulaşmış olmuştur. (Cine 5, 2021).



Görsel 12. Cine5 Abonelik Reklamı (Kaynak: Medyafaresi.com, 2016)

2004 yılında Erol Aksoy'a ait borçların ödenmemesine bağlı olarak kanala el konulmuş ardından da şifreli yayın hakkı kaldırılmıştır. Erol Aksoy borçları ödeyeceğine dair bir taahhüt vermiş olmasına rağmen bu taahhüdünü yerine getirememiş ve sonuç olarak kanal 30 Aralık 2015 tarihinde kapanmıştır (Cine 5'in Kapatılış, 2016).

2.5. ATV

Çukurova Holding'e bağlı Sabah Grubu'nun ortaklığıyla oluşturulan Medya Holding bünyesinde kurulan ATV, 12 Temmuz 1993 tarihinde yayın hayatına başlamıştır (Kars 1996: 500). Günümüzde ise Turkuaz Medya Grubu'na bağlı olarak yayın hayatını sürdürmektedir. Metin Ergen'in genel yayın yönetmenliğini yaptığı ATV kanalı genellikle dizileri ve tartışma haber programları ile ön plana çıkmaktadır.

“Siyaset Meydanı (1994)”, “Arena (2002)”, Zeki Alasya ve Metin Akpınar'ın oyunları gibi programlarla dönemin en çok izlenen özel televizyon kanallarından birisi olmuştur. Günümüzde ise “Müge Anlı ile Tatlı Sert (2008)” programı ile Türkiye'nin en çok reyting alan programlarının başında gelerek gündüz kuşağında 10:00 ile 13:00 saatleri arasında 3 saat boyunca ATV televizyonunda yayınlanmaktadır. İzlenme oranları açısından büyük başarılar elde eden bu program genellikle reyting sonuçlarında kendine ilk 10'da yer bulmaktadır. Aşağıda medyaradar.com'dan alınan habere göre Müge Anlı'nın 2020 Ağustos ayındaki reyting sıralamasına yer verilmektedir. Bu sıralamaya göre Müge Anlı ile Tatlı Sert programı Total'de 4'üncü, AB'de 7'inci, ABC'de ise 6'ıncı sırada kendine yer bularak kanalına büyük başarı kazandırmıştır.

İŞTE TOTAL’DE İLK 10 PROGRAM

1	MASTERCHIEF TÜRKİYE	TV8
2	FOX ANA HABER	FOX
3	GENCLİGİM EYVAH	ATV
4	MUGE ANLI İLE TATLI SERT	ATV
5	MASTERCHIEF TÜRKİYE ÖZET	TV8
6	SHOW ANA HABER	SHOW TV
7	HIZLI VE OFKELİ 7 (Y.5)	STAR TV
8	YAPARSIN ASKIM ÖZET	FOX
9	DELIHA 2 (T.S)	SHOW TV
10	GENCLİGİM EYVAH (ÖZET)	ATV

İŞTE AB’DE İLK 10 PROGRAM

1	MASTERCHIEF TÜRKİYE	TV8
2	FOX ANA HABER	FOX
3	MASTERCHIEF TÜRKİYE ÖZET	TV8
4	GENCLİGİM EYVAH	ATV
5	YAPARSIN ASKIM ÖZET	FOX
6	ŞHREK SONSUZA DEK MUTLU (Y.5)	KANAL D
7	MUGE ANLI İLE TATLI SERT	ATV
8	HUKUMET KADIN 2 (T.S)	TRT 1
9	KANAL D ANA HABER	KANAL D
10	DELIHA 2 (T.S)	SHOW TV

İŞTE ABC’DE İLK 10 PROGRAM

1	MASTERCHIEF TÜRKİYE	TV8
2	FOX ANA HABER	FOX
3	MASTERCHIEF TÜRKİYE ÖZET	TV8
4	GENCLİGİM EYVAH	ATV
5	YAPARSIN ASKIM ÖZET	FOX
6	MUGE ANLI İLE TATLI SERT	ATV
7	HIZLI VE OFKELİ 7 (Y.5)	STAR TV
8	ŞHREK SONSUZA DEK MUTLU (Y.5)	KANAL D
9	KANAL D ANA HABER	KANAL D
10	HUKUMET KADIN 2 (T.S)	TRT 1

Görsel 13. Ağustos 2020 Reyting Tablosu (Kaynak: medyaradar.com, 2020)

ATV “Müge Anlı ile Tatlı Sert (2008)” programının başarısının yanı sıra Nihat Hatipoğlu’nun yaptığı dini programlar ile Kenan Işık’la başlayan ve günümüzde Kenan İmirzalıoğlu ile devam eden “Kim Milyoner Olmak İster (2011)” adlı yarışma programları ile de başarılarına devam etmektedir. Ali Eyüboğlu, 2015 yılında miliyet.com.tr’de yazdığı bir köşe yazısında Nihat Hatipoğlu’nun sahur programına katıldığını belirterek “yeni açtığı nihathatipoglu.com adlı internet sitesi aracılığıyla günde 10-15 bin civarında e-posta aldığını söyleyen Hatipoğlu’nun o anki aktif ziyaretçi sayısına baktım; 75 bin 362’ydi” demiştir. Bundan hareketle geleneksel medyanın bir kolu olan bu dini programın aynı zamanda dijital medyada da aynı başarıyı elde ettiği görülmektedir.

ATV'nin programlarının ardından dizilerinin de çok konuşulduğu bilinmektedir. “Süper Baba (1993)”, “Mahallenin Muhtarları (1994)”, “Çiçek Taksi (1995)”, “Karadayı (2012)” ve “Kara Para Aşk (2014)” gibi televizyon tarihinin önemli dizilerine ev sahipliği yapan ATV, günümüzde de ise “Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz (2015)”, “Bir Zamanlar Çukurova (2018)”, “Kuruluş Osman (2019)” ve “Hercail (2019)” dizileri ile adından bahsettirmektedir. Bahsi geçen diziler büyük hayran kitleleri toplamış ve dijital platformlarda da başarısını kanıtlamıştır. “Hercail (2019)” dizisi, dijitalde en çok takipçi kazanan ve en çok konuşulan dizisi olmuş (sabah.com.tr, 2020), “Bir Zamanlar Çukurova (2018)” dizisi Youtube üzerinde 1 milyon 38 bin aboneye ulaşmış (YouTube, 2020) ve “Kurtlar Vadisi”ne rakip olacak “Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz (2015)” dizisinin tanıtım fragmanı sosyal medyada 20 günde 1 milyon kez tıklanarak rekor kırmıştır (milliyet.com.tr, 2015).

Bu dizilerde dikkat çeken unsur ise dizilerin suç ve şiddet temelli olmasıdır. “Kurtlar Vadisi” ile başlayan suç odaklı diziler furyası günümüzde hala devam etmekte ve ATV dizileri de bu temele birer örnek teşkil etmektedir. “Ezel (2009)”, “Karadayı (2012)”, “Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz (2015)”, “Sen Anlat Karadeniz (2018)” dizileri ATV'nin suç ve şiddet odaklı dizilerindedir.

Tablo 2. ATV'nin Suç ve Şiddet Odaklı Dizileri (2009-2018)

Dizinin Adı	Yapım Yılı	Başrol Karakterleri
Ezel	2009	Kenan Birkan (Ezel), Ramiz Dayı
Karadayı	2012	Mahir, Necdet, Mehmet Saim
Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	2015	Hızır, İlyas, Alparslan
Sen Anlat Karadeniz	2018	Vedat, Tahir

“Kurtlar Vadisi (2003)” dizisinin yakaladığı başarıdan sonra mafya konulu dizilerin üretiminin artması ve bu başarıyı devam ettirmesi her ne kadar olağan görülse de topluma şiddet unsurunu aşılması açısından son derece tehlikeli olabilmektedir. Özellikle mafya dizileri için kurgulanan senaryolarda “iyi”yi temsil eden karakterlerin uyguladıkları şiddet “meşru” olarak sunulmaktadır (Erdoğan, Ekşi, Tektaş, 2012: 86). Bu meşruluk toplumda çocuklar ve ergenler tarafından iyi karakterin davranışlarını doğru bularak kendine bir rol model

oluşturmasına neden olabilmektedir. Zira, bu programların sosyalleşme ve kişilik gelişimi sürecinin kritik döneminde bulunan gençleri birçok açıdan (tutum ve değerler edinme, davranış örüntüleri kazanma, rol modellerini gözlemlene, taklit etme... gibi) etkilediği ileri sürülebilmektedir (Erjem, Çağlayandereli, 2006: 17). Bu doğrultuda benimsenen rol modeller şiddet kullanımını, sigara/alkol tüketimini, silah taşımayı ve genel olarak yasa dışılığı özendirerek kötü örnek oluşturabilmektedir. Sonuç olarak özellikle son dönemde artan mafya dizilerini Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)’nun belirli bir denetime tabii tutması bu açıdan son derece önem taşımaktadır.

ATV kanalı günümüzde A Haber, A News, A Spor, A2, ATV Avrupa, minikaÇOCUK ve minikaGO isimli yan kanallarıyla yayıncılık hayatına devam etmektedir.

2.6. Kanal D

1993 yılında Milliyet-Hürriyet Gazeteleri’nin sahibi Aydın Doğan tarafından kurulmuştur. Yayınları ATV kanalı ile benzerlik gösteren Kanal D, daha çok yaptığı transferle ilgi görmüş ve dönemin önemli özel televizyon kanallarından birisi haline gelmiştir. Kanal D, o dönemde Ferhan Şensoy, Jülide Ateş, Uğur Dündar ve Arena programının ekibi gibi önemli transferlerde bulunmuştur.

2009 senesi ile birlikte ise en çok izlenen kanal olmuştur (2009’un En Çok İzlenen, 2010). Aynı zamanda Türk televizyon tarihinin ilk dizisi olan “Kaynanalar (1974)”ın, 1996 yılının sonuna kadar TRT’de gösterilmesinin ardından dizi 1997 yılı itibarıyla Kanal D’ye geçmiş ve 2005 yılına kadar yayınlanmıştır.

İlk dizisi “Sihirli Safiye (1993)” ile dizi yayıncılığına başlayan Kanal D, ardından 1994 senesinde yayınladığı “Kaygısızlar (1994)” ile 90’lı yıllarda popüler hale gelmiştir. Sonradan Star Tv’ye transfer olan “Kaygısızlar (1994)” dizisinde Halit Akçatepe, Ayşen Gruda, Çiçek Dilligil, Şoray Uzun ve Ercan Yazgan gibi isimlerden oluşan zengin bir oyuncu kadrosu izleyicilerle buluşmuştur (Alkya, 2015). Kanal D bu yapımlarının ardından “Çılgın Bediş (1996)”, “Ruhsar (1998)”, “Yılan Hikayesi (2002)”, “Gümüş (2005)”, “Binbir Gece (2006)”, “Arka Sokaklar (2006)”, “Kavak Yelleri (2007)” ve “Aşk-ı Memnu (2008)” gibi yapımlarıyla birbirinden farklı birçok hikâyeyi izleyicisiyle buluşmuştur.

Kanal D’nin dar bütçeli dizilerle başlayan bu serüveni seneler içerisinde ihracat rekorları kıran dizilerle devam etmektedir. Anadolu Ajansı’ndan alınan başlıklı

habere göre; ihracat tutarı 500 milyon dolara ulaşan Türk dizileri arasında en çok gelir kazandıran 11 diziden (“Kara Para Aşk”, “Kuzey Güney”, “Karadayı”, “Öyle Bir Geçer Zaman Ki”, “Adını Feriha Koydum”, “Gümüş”, “Fatmagül’ün Suçu Ne”, “Ezel”, “Aşk-ı Memnu”, “Diriliş Ertuğrul” ve “Kara Sevda” dizileri) 5’i Kanal D yapımı olarak karşımıza çıkmaktadır (Anadolu Ajansı, 2019). Bu diziler “Aşk-ı Memnu”, “Gümüş”, “Kuzey Güney”, “Öyle Bir Geçer Zaman ki” ve “Fatmagül’ün Suçu Ne?” dizileridir. Bu diziler yayınlandığı dönemlerde öyle ses getirmiştir ki günümüzde hala tekrarları verilmeye ve aynı şekilde izlenmeye devam etmektedir.

Bu dizilerden ilki özellikle Arap ülkelerinde patlama yaşayan “Gümüş” dizisidir. “Gümüş” dizisi Türkiye’de 2005-2007 yılları arasında Kanal D televizyonunda her biri 80’er dakikalık 100 bölüm olarak yayınlanmıştır (Deniz, 2010: 51). Başrollerini Kıvanç Tatlıtuğ’un oynadığı Mehmet Şadoğlu ile Songül Öden’in oynadığı Gümüş karakterleri oluşturmaktadır. Gümüş karakteri özgür ve inatçı bir kadın iken Mehmet karakteri Gümüş’ü ilk başta istemeyen ancak ardından romantik ve şefkat dolu bir eşe dönüşen bir erkeğin tasviri olmaktadır.



Görsel 14. WBC isimli Arap Kanalında Gümüş’ün Afişi

Kanal D dizileri arasında Türkiye’de en çok konuşulmuş, reyting rekortmeni dizilerden biri olan ‘Aşk-ı Memnu (2008)’ ise Kıvanç Tatlıtuğ’nun başrolünü oynadığı bir başka aşk dizisidir. Halit Ziya Uşaklıgil’in aynı isimli romanından uyarlanan “Aşk-ı Memnu” dizisi başarılı bir iş adamı Adnan Ziyagil’in eşi Bihter ve yeğeni Behlül’ün yasak aşkını ekranlara taşımıştır. Dizinin yönetmeni Hilal Saral, eski bir tarihin öyküsünü günümüzün modern dünyasına başarılı bir şekilde uyarlamıştır. Dizinin Selçuk Yöntem, Kıvanç Taltıtuğ, Beren Saat, Hazal Kaya, Nebahat Çehre ve Zerrin Tekindor gibi profesyonel oyuncularından oluşan kadrosu

dizinin başarısındaki en önemli etkenlerden biri olarak sayılabilmektedir. Final bölümünün yayınlandığı 24 Haziran 2010 tarihinde reyting rekoru kıran dizi, aradan 10 yıl geçmesine rağmen 2020 Temmuz ayında yine AB’de ilk üçe girmeyi başarmıştır. (Üzel, 2019)

TÜRKİYE’NİN EN ÇOK İZLENEN DİZİLERİ		TÜM KİŞİLER		AB GRUBU	
REYTING REKORLARI		İzlenme oranı %	İzlenme payı %	İzlenme oranı %	İzlenme payı %
	Tarih				
1. Asmalı Konak	Haziran 2003	25.9	78.0	28.5	81.3
2. Aşk-ı Memnu	Haziran 2010	23.4	58.6	27.1	67.3
3. Kurtlar Vadisi	Haziran 2005	19.4	53.6	17.1	51.7
4. Aliye	Ekim 2006	14.8	40.5	18.7	50.9
5. Binbir Gece	Mayıs 2009	12.4	33.6	16.6	42.0

Yukarıdaki veriler bir dizinin ulaştığı en yüksek izlenme oranlarıdır.

Görsel 15. Aşk-ı Memnu’nun 24 Haziran 2010 Final Bölümü İzlenme Oranları
(Kaynak: Tarihe Geçti, 2010)

Türk televizyonunun dizi tarihinde “Asmalı Konak”tan sonra en çok izlenen dizisi olmayı başaran “Aşk-ı Memnu”, AB Grubu’nda %27,1 izlenme oranı ve %67,3 izlenme payı ile tarihe adını yazdırmıştır. Aynı final bölümü 22 Temmuz 2020 tarihinde Total’de ilk 5, AB’de ise ilk üçe girerek başarısını yıllar sonrasında bile devam ettirmiştir. Dizinin tekrar bölümü ile özetinin tekrarı da aynı şekilde hem Total’de hem AB’de ilk 10’nda görülmektedir.

TOTAL İLK 10 PROGRAM

1	SEN CAL KAPIMI	FOX
2	MASTERCHEF TÜRKİYE	TV8
3	MUGE ANLI İLE TATLI SERT	ATV
4	SEN CAL KAPIMI (ÖZET)	FOX
5	ASK-I MEMNU (TKR)	KANAL D
6	FOX ANA HABER	FOX
7	ATV GÜN ORTASI	ATV
8	ASK-I MEMNU (ÖZET) (TKR)	KANAL D
9	ASK-I MEMNU (TKR)	KANAL D
10	SHOW ANA HABER	SHOW

AB İLK 10 PROGRAM

1	SEN CAL KAPIMI	FOX
2	MASTERCHEF TÜRKİYE	TV8
3	ASK-I MEMNU (TKR)	KANAL D
4	FOX ANA HABER	FOX
5	MUGE ANLI İLE TATLI SERT	ATV
6	SEN CAL KAPIMI (ÖZET)	FOX
7	ASK-I MEMNU (ÖZET) (TKR)	KANAL D
8	ASK-I MEMNU (TKR)	KANAL D
9	KOLONYA CUMHURİYETİ (T.S)	STAR TV
10	MASTERCHEF TÜRKİYE (ÖZET)	TV8

Görsel 16. Aşk-ı Memnu’nun 22 Temmuz 2020 Final Bölümü Reytingi
(Kaynak: medyafaresi.com, 2010)

Dizilerin elde ettiği başarıların arkasında oyuncuların önemi unutulmaması gereken bir detay olmaktadır. Kanal D'nin önemli dizi yapımlarına bakıldığında Kıvanç Tatlıtuğ ve Beren Saat gibi günümüzde hala büyük hayran kitleleri bulunan önemli oyuncuların varlığı dikkat çekmektedir. “Gümüş”, “Aşk-ı Memnu”, “Menekşe ile Halil” ve “Kuzey Güney” isimli Kanal D dizilerinin ortak paydası sadece aşk filmi olmaları değil; başrollerini Kıvanç Tatlıtuğ'un canlandırıyor oluşudur. Yine aynı şekilde “Aşk-ı Memnu” ve “Fatmagül'ün Suçu Ne?” gibi yurtdışında izlenme rekorları kıran iki dizinin de ortak noktası başrolü canlandıran Beren Saat'tir. Ünlü ve bilinen oyuncuların oluştuğu bir kadro, TV kanallarının onayını almada ve dizilerin devamında, - ilk bölümlerin izleyicinin dikkatini çekmesi başarılı reyting eşiklerine ulaşmasını olumlu yönde etkileyeceğinden - kritik öneme sahiptir (Deloitte Türkiye, 2014: 15).

Günümüzde ise “Hekimoğlu (2019)”, “Sadakatsiz (2020)”, “Yeni Hayat (2020)” ve “Çatı Katı Aşk (2020)” gibi dizileri ile başarılarına devam eden Kanal D; Teve2, Euro D, CNN Türk, TAY TV, Dream Türk, Cartoon Network gibi ortak kanallarıyla yayıncılık yapmaktadır.

2.7. Kanal 6

Türkiye'nin dördüncü özel televizyon kanalı olan Kanal 6, 4 Ekim 1992 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Ahmet Özal tarafından kurulan bu kanal 22 Mayıs 2008 tarihine kadar yayınlarına devam etmiştir. Kuruluş döneminde Star TV'den, ekibine önemli sayıda transfer alan Kanal 6 televizyonu aynı şekilde Sezen Aksu'dan İbrahim Tatlıses'e kadar dönemin birçok ünlü sanatçısıyla da anlaşma yapmıştır. 1992-1993 yılları arasında en çok izlenen kanallardan biri olarak bilinen Kanal 6, yayınları içerisinde yerli dizi ve filmlere önemli ölçüde pay ayırmaktaydı. Özellikle de 1992-1994 yılları arasında “Mahallenin Muhtarları” dizisine yer vererek önemli ölçüde izlenme kazanmıştır. (Kanal 6, 2021).

3.TÜRKİYE’DE TELEVİZYON DİZİLERİNİN TARİHİ GELİŞİMİ VE DİZİ İHRACATININ ARTIŞI

Telgraftan internete kadar uzanan kitle iletişimin gelişimi coğrafi sınırların silikleştirilişi ile başlamıştır. Sanayi kapitalizmine geçişle birlikte, Braudel’in “yenilmez bir düşman” dediği coğrafi mesafe yenilmeye başlamış, 1840’larda telgraf iletişimi akıl almaz bir hıza kavuşturmuştur (Oskay, 2017: 31). Telgrafın ardından radyo, telefon ve şimdilerde ise internet teknolojilerinin gelişimi bu yenilmez düşman olarak atfedilen mesafeyi yenilgiye uğratmıştır. İletişimi dünyasallaştırılan bu teknolojilerin gelişmesiyle birlikte kitle iletişim araçları da gün geçtikçe yapılanmıştır. Çünkü Mattelart’ın (2001) da dediği gibi dünyasallaşma toplumsal bir yapıdır ve bu yapı için teknolojiden yararlanmak gerekmektedir. Bunu başaran iletişim teknolojileri toplumlar arasında bir kapı görevi görmüş ve kültürleri aktarmada bir aracı olmuştur. Ülkeler arasındaki sınırları silikleştirerek dünyayı “küresel bir köy” haline getirmiştir. İletişim kuramcısı olan Marshall McLuhan (1962), teknolojinin ve buna bağlı olarak bilginin hızla yayılmasının dünyayı küçülttüğünü söylemiş ve bunu da “küresel köy” olarak adlandırmıştır.

McLuhan’ın da ön planda tuttuğu bir medya aracı olan televizyon bu süreçte önemli rol oynamaktadır. Televizyon, bireylerin boş zaman aktivitesi olarak görebileceği en rağbet gören seçenekler arasında öncü gelmektedir. (Storey, 2000: 18). Televizyon izleme deneyimini yaşayan kitleler kimi zaman gerçek dünyadan uzaklaşarak kurgusal birtakım seyirliklerle eğlenebilir, boş zamanını değerlendirebilir ve bu deneyimler sonucunda da olumlu ya da olumsuz olarak etkilenebilmektedir. Bu etkiler üzerine araştırma yapan Gerbner, “Kültürel Göstergeler ve Etki Kuramı”nda televizyonun fikirleri, inançları, tutum ve davranışları etkileme gücü olduğunu iddia etmiştir (Güngör, 2016:113). Gerbner’e göre bireyin televizyondan etkilenme oranı, televizyon karşısında geçirdiği vakit ile doğru orantılıdır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’in 2016 yılında yaptığı “Zaman Kullanım Araştırması” sonuçlarına göre bireylerin %94,6’sının zamanını televizyon izleyerek geçirdiği görülmüştür (tuik.gov.tr, 2016). Bu doğrultuda, televizyonun Türk toplumu üzerindeki etkisi son derece fazla olacaktır.

Televizyon ve izleyici üzerindeki etkisi geçmişten günümüze kadar birçok araştırmaya konu olmuştur. Kişinin gündelik yaşantısında önemli bir yer tutan

ve adeta bu yaşantının bir parçası olan televizyon sadece teknolojik bir gelişme olarak kalmayarak bireyin gerçek dünyayı anlamlandırma sürecinde de etkili olmaktadır. Birey bu anlamlandırma sürecinde televizyondan aldığı mesajların etkisinde kalabilmektedir. Bazı araştırmacılar izleyicinin televizyon karşısında pasif kalarak; savunmasız ve kolay manipüle edilebilir olduğunu savunurken bazıları ise izleyicinin aktif ve bilinçli olduğunu savunmaktadır. Amerika merkezli iletişim araştırmalarında kitle iletişim araçlarının etkisi altında kalan edilgen izleyici yaklaşımı 1970’li yıllara kadar bu alanda büyük bir egemenlik kurmuştur. Ancak 70’lerden sonra izleyici odaklı araştırmalar yapılmaya başlanmış; böylece dilbilim, göstergebilim, kodlama, kod açılma, okuma gibi açılımlarla izleyicinin bir mesajı anlamlandırma yeteneği ön plana çıkarılmıştır. (Tekinalp; Uzun, 2004, aktaran İlhan, 2014: 49). Bu süreçte izleyicinin izlediği dizinin hitap ettiği hedef kitle, mesajın hangi yollarla ve nasıl verildiği, izleyicinin duygu durumu, ideolojisi, sahip olduğu kültür gibi unsurlara dikkat edilmelidir. Çünkü televizyon her zaman yaşantının içinde ve bir parçası olacaktır.

Dizilerin başarılarında ana karakterleri canlandıran başrol oyuncularının da payı büyüktür. Sinema ve tiyatrodaki olduğu gibi dizilerde de özdeşleşme söz konusudur. Karakter tasarımlarının amacı esasen tasarlanan karakterlerin, iletilmek istenen mesajın alıcılar tarafından tam olarak anlaşılabilmesi için tasarımcılara rehber olmaktır. (Yengin, Bayrak, 2018:97)

Televizyon izleme deneyimini yaşayan bireyler izledikleri kurgusal gerçeklikleri kendi yaşam pratikleriyle özdeşleştirerek, diğer bir deyişle televizyonun etkisinde kalarak reel dünyayı anlamlandırmaya çalışmaktadırlar. Öyle ki, izleyici etkisi altında kaldığı dizinin karakterleri ile kendi yaşamı arasında benzeşim oluşturmaya başlamaktadır. Kötü karakterlere karşı gerçek hayattaki kimliklerine tavır alması, mağdur kişilere acıyarak ekran karşısında onunla konuşması, yeni doğan çocuğuna dizideki karakterlerden birinin ismini vermesi bu durumun göstergeleri olarak kabul edilebilir (Sadakaoğlu, Vatansever ve Bayrak, 2019: 30). Bu yüzden seyirci kendi kültürüne yakın, kendi hayatıyla benzeşim kurabileceği ya da özendiği karakterlerin olduğu dizileri izlemek isterken kendisine aykırı bulduğu dizileri ise tercih etmeyecektir. “Bu prensibe göre hareket eden televizyon dünyası Michael Parenti’nin ifadesiyle halkı kuşatır. İzleyicilerin beklentilerini bilen televizyoncular bu beklentiler çerçevesinde hareket ederler; bu beklentileri önceden tahmin edebilenler ise reyting yarışında ipi göğüsleyenler olur” (Erol, 2019: 7).

Günümüzde kitleler sadece kendi coğrafyasının dizilerini izlemekle kalmamakta, yurtdışından kendine yakın bulduğu dizileri de tercih etmektedir. Çünkü teknolojinin yaşadığı gelişim ve dönüşümler ülkeler arasındaki sınırları kaldırmıştır. “Medya kültürü öyle veya böyle her yana yayılmıştır. Kültürlerin türdeşleşmesinin gerçekleşmesi anlamında, kültürün küreselleşmesi tezine sıkı sıkıya bağlı kalmanın yarattığı sorunlara karşın, uluslararası iletişim araçları ve medya alanının, enformasyon ile eğlencenin üretimi, dağıtımı ve tüketimi konusunda yeni bir uluslararası sistem yarattığı da bir gerçektir” (İrvan 1997:15).

Kitleleri yönlendiren, haber taşıyan, devletin ve toplumun ideolojilerini aktaran, kamuoyu oluşturmaya olanak sağlayan televizyon da hem toplumların kendi kültürlerini başka topraklara taşımaya hem de başka kültürlerin kendi topraklarında tanıtılmasına imkân tanımaktadır. Televizyon kuruluşları sadece kendi ülkesinin ve milletinin isteklerine göre değil aynı zamanda yayın yapacağı ya da yapmayı hedeflediği ülke ve milletlerin beklentilerine ve ilgilerine göre de içerik üretmeye başlamıştır. Böylelikle, evrenselleşen televizyon ile birlikte kitleler çoklu kültürlerden etkilenmeye başlamıştır. Bu durum da televizyon programcılığının, özellikle dizilerin turizmi kuvvetlenmiştir. Ülkeler dizi ihracatı ile sadece ticari anlamda bir gelir etmekle kalmayıp kültürlerini de yurt dışında taşımaya başlamıştır. Kültür ile ticaret iç içe geçmiş ve iletişim teknolojileri bu birleşimin temel aracısı olmuştur. Raymond Williams’ın da belirttiği gibi televizyon, “hem teknolojik hem de kültürel bir biçim”dir; yani televizyon bir yanıyla teknik bir araçtır, diğer yanıyla ise kültür üretim, aktarım ve tüketim (yeniden-üretim) ortamıdır (Mutlu, 1999: 11). Böylece milletler, dizilerinde kullandığı kostümlerden, mekanlarına; yeme-içme alışkanlıklarından örf ve adetlerine kadar birçok detayı dünyaya tanıtma fırsatı yakalamıştır. Televizyon tarihinin başlarında dizi ihracatı Amerika’nın üstünlüğündeyken 2000 yılı sonrasında Türkiye’nin hem teknik hem de konu bakımından dizi yapım tekniğini geliştirmesiyle gözle görünür bir rekabet ortamı oluşmuştur. Türk dizilerinin dünyanın dört bir yanında gösterime girmesi ve belki de beklenmedik derecede bir popülerite kazanması Türkiye’ye hem ticari hem kültürel birçok getiri sağlamıştır. Türkiye bu sayede hem ticari hem kültürel anlamda ihracat geliri elde etmiş ve kültürünü birden fazla coğrafyaya tanıtmıştır.

2000’li yıllardan sonra Türkiye, dizi ihracatında Amerika’dan sonra ikinci sıraya yükselerek 50’den fazla televizyon dizisini Avrupa, Orta Doğu, Orta Asya, Afrika, Kuzey ve Güney Amerika’da toplam 146 ülkede izleyiciyle buluşturmuştur

(Anadolu Ajansı, 2019). Günümüzde bu rakam 175'lere kadar ulaşmış ve Türk televizyonları dünya çapında kendine önemli bir yer edinmiştir. Medyapım şirketinin kurucusu Fatih Aksoy verdiği bir röportajda Türk dizilerinin artan başarısının altını çizmiştir: “Türkiye çok özel bir yere sahip. Dünyada Amerikan dizileri vardı satılan, yine Amerikalıların Latin Amerikalılara ürettiği diziler vardı. Biz 10 yıl içinde Ortadoğu, Doğu Avrupa, Asya, Güney Amerika'dan sonra şimdi İspanya ve Portekiz'den Avrupa'ya girdik. Atlantik kıyısından giriyoruz. Romanya Macaristan, Çekya, Bulgaristan, Yunanistan, buralara zaten satıyorduk. Batı Avrupa yoktu, şimdi Portekiz ve İspanya'dan Batı Avrupa'ya girdik. Umarım bizim girişimlerimizle Japonya'da da olacağız. Çin'e girmeye çalışıyoruz. Dolayısıyla Türkiye'nin çok parlak bir imajı var dizi dünyasında. Türk dizisi diye bir kavram var artık, onun adı “dizi” zaten, dünyada da “dizi” diye geçiyor. Türkiye'den bir sözcük ihraç ettik aynı zamanda dünyaya” (Fatih Aksoy, 2019: 37).

Özellikle yurtdışına en çok ihraç edilen “Muhteşem Yüzyıl (2011)” dizisi gibi oryantalist kurguların yansıtıldığı Doğu kültürünün büyük ilgi görmesi Türkiye'de birçok sektörü yükselişe geçirmiştir. Dizilerin yurt dışına açılmasıyla ev ve mutfak ürünlerinde ihracat %11,21 oranında artarak 63 milyon dolara ulaşmıştır (Dizi İhracatı, 2019). Dünya'nın birçok ülkesinden Topkapı sarayına yapılan ziyaretler adeta bir akın oluşturacak derecede artmış, Hürrem Sultan hakkında yazılan kitapların satışı 3 katına yükselmiş; yine Hürrem Sultana ait mücevherlerin ve kolonyaların benzerlerine olan talep artmıştır. Türkiye'nin önemli turistik yerlerinde Osmanlı dönemine ait kostümler dikilerek gelen turistlerin fotoğraf çekilebileceği alanlar yaratılmış ve büyük ilgi görmüştür. Bu tip diziler “Asmalı Konak (2002)”, “Kurtlar Vadisi (2003)”, “Gümüş (2005)”, “Aşk-ı Memnu (2008)” gibi önemli örnekler ile çoğaltılabilmektedir. Dizi çekimlerinin yapıldığı bölgelerine duyulan ilgi Topkapı Sarayı'nda görüldüğü gibi “Asmalı Konak” dizisi dolayısıyla Kapadokya'da da artmıştır. Dizi yayınlanırken ve sonrasında dizi çekiminin gerçekleştirildiği konak ve çevresi Kapadokya turlarının kapsamı içine alınmıştır. “Gümüş” dizisinin Dubai merkezli MBC kanalında yayınlanmaya başlamasından sonra Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinden Türkiye'ye yönelik seyahatlerde artış kaydedilmiştir (Kömürcü& Öter, 2018: 6-7).

Türk dizilerinin Latin Amerika'da başarısı ve akademik çalışmalara da yansımıştır.

Bu alanda çalışan akademisyenlerden biri olan Prof. Dr. Carolina Costa 18 yıldır dizi odaklı melodramsal televizyon yapımları üzerine çalışmaktadır Latin ve Türk kültürü arasında benzerlik olduğunu belirten Costa, her iki toplumun da hislerini

ve duygularını açıklıkla yaşamaktadırlar. Bu bağlamda, pembe diziler ve Türk dramaları duyguların açık şekilde yansıtıldığı türler olarak dikkat çekmektedir. Yazara göre, her iki tür arasındaki fark; bilindiği sanılan hikayenin şaşırttığı Türk tipi hikaye anlatma tarzıdır. Türk dizilerinde hikaye şaşırtıcı şekillerde değiştirilip çarpıtılmakta ve bu da izleyiciyi ekrana bağlamaktadır. Zirve yapan sahnelerde ve dramatik sahnede ağır çekim, paralel sahneler ve müzik efektleri sıkça kullanılmaktadır. (Costa, 2021:84-85)

Başka bir makalede de Türk dizilerinin popülerliğinin Latin Amerika'da Türkiye'yi modanın parçası haline getirdi. Yeni doğan çocuklara dizi karakterlerini adları verilmektedir. Sosyal medyada hayran sayfaları açılmakta, oyuncuların kişisel hesapları takip edilmektedir. Bunun sonucu olarak 2018'de Latin Amerika'dan gelenlerde %70 artış yaşanmıştır. Latin Amerika'daki bu başarı, 1980'lerdeki Telenovela'ları seyredenler için onlar tarafından zaman makinesi gibi görülmektedir. Türk dizilerindeki genelde mütevazı genç kız ve zengin adam arasındaki imkansız aşk fazlasıyla muhafazakar ve mütevazı bir dünya vizyonuyla desteklenmekte, içerik aile- iş- gelenek üçgeniyle doldurulmaktadır. Eski telenovelalara olan diğer benzerlik ise iyi karakterlerin sahip oldukları erdemle her zaman kazanmalarıdır.

Latin Amerika'daki Netflix izleyicisini etkilemeye çalışan telenovelalar artık hipsterlerin buluşma noktası haline gelmiştir. Yeni içerikler karşısında dışlanmış hatta terk edilmiş hisseden izleyiciler, genelde 45 yaş üstü kadınlar ise daha çok Türk dizilerini izlemektedir. Bu bağlamda Türk dizileri eski telenovelaların boşluğunu doldurmaktadır (Correa, 2020:12)

Kısa adı TİM olan Türkiye İhracatçılar Meclisi de birçok alanda faaliyet gösterirken ve çeşitli teşvik ödülleri de vermektedir. Bu bağlamda son yıllarda yurt dışına film/dizi film satmayı başaran yapımcı firmaları ödüllendirmektedir. TİM'in internet sayfasında 2018 yılında yayınlanan bir yazıda; sinema ve televizyonun sadece ihracat konusunda önem taşımadığı, aynı zamanda Türkiye'nin tezlerinin ve genel algısının hedef ülke ve kitleler nezdinde anlamlı bir şekilde yerleşmesinin sağladığına vurgu yapılmaktadır. (İhracat Rakamları, 2018).

Günümüzde yurtdışından uyarılma diziler de oldukça dikkat çekmektedir. Yapımcılar orijinalini çok değiştirmeden senaryosu Türkiye'ye uyarlanan dizilere önemli bir yer ayırmaktadır. Farklı milletlere ait kültürleri kendi insanı üzerinde görmek seyircinin ilgisini ve beğenisini kazanmış olacak ki bu diziler reyting açısından önemli başarılar elde etmişlerdir. Bu dizilere örnek olarak "Küçük Sırlar

(2010)”, “Tatlı Hayat (2001)”, “Suskunlar (2012)”, “Umutsuz Ev Kadınları (2011)”, “İntikam (2013)”, “Güneşi Beklerken (2013)” ve “Hekimoğlu (2019)” verilebilir. Fatih Aksoy verdiği röportajda (2019: 37) fikrin nereden çıktığının çok bir önemi olmadığını, seyircinin zevk alacağı biçimde filmleri uyarladığını söylemektedir: “Bizim ürettiğimiz “Umutsuz Ev Kadınları”nın Amerikan formatı olduğunu seyreden bilmez. Oturur seyredersiniz, gayet Türk dizisidir. “Anne (2016)”nin Japon olduğunu da bilmezsin, oturur seyredersin. “Kadın (2017)” da Japon, ona baktığında onun da Japon olduğunu düşünmezsin. ‘Kızım (2018)’ Kore işidir. Bunlarla “Yasak Elma (2018)” arasında ya da “Adını Feriha Koydum (2011)” arasında fark yoktur. Hepsi Türk’tür demektir.

Tablo 3. Yurt Dışından Uyarlanan Diziler (2001-2018)

Dizinin Orjinali	Yılı	Uyarlanan Ülke	Türkiye’deki Adı	Yılı
The Jeffersons	1975	ABD	Tatlı Hayat	2001
The Nanny	1993	ABD	Dadı	2001
Grey’s Anatomy	2005	ABD	Doktorlar	2006
Dawson’s Creek	1998	ABD	Kavak Yelleri	2007
Gossip Girl	2007	ABD	Küçük Sırlar	2010
Rich Man, Poor Man	1976	ABD	Kuzey Güney	2011
Desperate Housewives	2004	ABD	Umutsuz Ev Kadınları	2011
Temptation of on Angel	2009	Güney Kore	Beni Affet	2011
Sleepers	1996	ABD	Suskunlar	2012
The O.C.	2003	ABD	Medcezir	2013
Revenge	2011	ABD	İntikam	2013
Monk	2002	ABD	Galip Derviş	2013
Boys of Flowers	2009	Güney Kore	Güneşi Beklerken	2013
Autumn in My Heart	2000	Güney Kore	Paramparça	2014
A Gentleman’s Dignity	2012	Güney Kore	Kiraz Mevsimi	2014
My Husband Got a Family	2012	Güney Kore	Kocamın Ailesi	2014
What Happens To My Family	2014	Güney Kore	Baba Candır	2015
High Society	2015	Güney Kore	Yüksek Sosyete	2016
Get Karl Oh Soo Jung	2007	Güney Kore	Tatlı İntikam	2016
My Fair Lady	2016	Güney Kore	Kızım	2018

Uyarlama dizilerin yapım yıllarına dikkat edildiğinde zaman içerisinde Türk toplumunun izlediği popüler dizilerin yapım yerlerindeki fark göze çarpmaktadır. Geçmiş yıllarda ABD'den yapılan uyarlamalar birbirini izlerken 2013 yılı sonrasında artan Güney Kore dizileri hayranlığı oldukça dikkat çekmektedir. Saygı ve ailenin önemli olduğu Kore dizileri, 90'lı yıllardan beri yayılmakta ve Türkiye'de Kore dizilerinin uyarlaması da oldukça dikkat çekmektedir. Türk insanının zamanla televizyon izleme deneyimlerinin artması ve dizi kültürünün oluşması yabancı dizilere yönelmesine neden olmuş ve bunu fark eden yapımcılar ise Türk toplumunun izlediği kültürleri kendi televizyonlarına taşımıştır. Zaman içerisinde göze çarpan bu değişim Türk toplumunun sosyolojik açıdan incelenmesi ve yapısal birtakım dönüşümlerin ortaya konulması açısından son derece elzem olacaktır. Bahsi geçen "Güneşi Beklerken (2013)" başta olmak üzere "Kiraz Mevsimi (2014)", "Beni Affet (2011)", "Kocamın Ailesi (2014)", "Baba Candır (2015)" ve "Tatlı İntikam (2016)" dizileri uyarlama Kore dizilerine örnek olarak verilebilir.

2000'li yıllarda pembe dizilerin ekonomik arenasına Türkiye hızlı ve güçlü bir giriş yapmış; dünya pazarına satılan ilk Amerikan yapımı dizi olan 'Dallas'ın yakaladığı başarıyı 'Gümüş' dizisi ile tek seferde yakalamıştır (Aktaş, 2016: 26). İlk bölümü 2005'te yayımlanan, başrolleri Songül Öden ile Kıvanç Tatlıtuğ'un paylaştığı "Gümüş" dizisinin, 2008'de yayınlanan Arapça dublajlı final bölümü 85 milyon seyirciye ulaşmıştır (UPA Admin, 2020). "Gümüş" dizisinin Arap ülkelerine satıldığında elde ettiği başarıda dublajın etkisi göz ardı edilmemelidir. Bunun yanı sıra sadece dublajla kalmayarak başrollerin isimleri de değiştirilmiş, Gümüş; Nur, Mehmet ise Muhammed olarak ekrana aktarılmıştır. Dizinin Arap ülkelerinde yayımlanmasından sonra Türkiye'ye Arap turistler akın etmeye başlamıştır. "Gümüş"ü TV'den izlemekle yetinmeyen Araplar, İstanbul'a kadar gelip dizinin çekildiği Abud Efendi Yalısı'na düzenlenen turlara katılıyor. Yatak odasını, yemek salonunu görünce çok heyecanlanıyorlar; onların en büyük hayal kırıklığı ise bizde Mehmet, onlarda Muhammed olarak bilinen Kıvanç Tatlıtuğ'a rastlayamamak" (Tarihe Geçti, 2010).

'Gümüş' dizisi ile yurtdışına açılan Türk televizyonları bu başarısını "Binbir Gece (2006)", "Kara Para Aşk (2014)", "Ezel (2009)", "Karadayı (2012)", "Öyle Bir Geçer Zaman ki (2010)", "Adını Feriha Koydum (2011)", "Aşk-ı Memnu (2008)" ve "Diriliş Ertuğrul (2014)" gibi dizilerle devam ettirmiştir. Tüm bu diziler sadece

Arap ülkeleri ile sınırlı kalmayıp tüm dünyaya açılmıştır. Bu doğrultuda, Venezuela Devlet Başkanı Nicolas Maduro, sosyal medya hesabından ‘Diriliş Ertuğrul’ ile ilgili paylaşım yapmış ve Türkiye ziyaretine geldiğinde dizi setini de gezmiştir. Dünyaca ünlü futbolcu Lionel Messi ise çocuklarıyla birlikte ‘Kara Para Aşk’ dizisini izlerken video paylaşmıştır (Messi’nin Kara Para, 2018). Şimdilerde ise dünyaca ünlü rap şarkıcısı Cardi B. resmen “Muhteşem Yüzyıl” bağımlısı haline gelmiş, ardından Kösem dizisini de bitirmiş ve kişisel sosyal medya hesabından “Türk yönetmenler, lütfen bir sultan dizisi daha yapar mısınız?” Buna gerçekten çok ihtiyacım var” şeklinde paylaşım yapmıştır.

Günümüzde ise Türk dizilerinin başarısını fark eden internet temelli dizi ve film izleme platformu olan Netflix, “Ezel”, “Karadayı” ve “Leyla ile Mecnun (2011)” gibi dizileri bünyesine katmıştır.

Tablo 4. Yurt Dışına İhraç Edilen Türk Dizileri (1975-2015)

Dizinin Adı	Yapım Yılı
Aşk-ı Memnu	1975
Deli Yürek	1999
Gümüş	2005
Sıla	2006
Binbir Gece	2006
Aşk-ı Memnu	2008
Ezel	2009
Fatmagül’ün Suçu Ne?	2010
Öyle Bir Geçer Zaman ki	2010
Adını Feriha Koydum	2011
Muhteşem Yüzyıl	2011
Kuzey Güney	2011
Karadayı	2012
Kara Para Aşk	2014
Diriliş Ertuğrul	2014
Kara Sevda	2015

Yurt dışına ihraç edilen dizilerin genel anlatılarına bakıldığında konularının son derece dramatize edilen kadın-erkek ilişkileri üzerinde dayandığı görülmektedir. Bu noktada Türk dizilerinde zengin kız-fakir olan gibi klasik konuların bile ele alınış şekillerinde melodramın kullanılışı öne çıkmaktadır. Çünkü Türk dizileri klişe gibi görünen bu aşk hikayelerini sadece saf haliyle vermeyerek Türk kültürünü de işin içine dahil ederek aktarmaktadır, bir diğer deyişle oryantalizmin etkisidir. Tayfun Atay 2014’te verdiği bir röportajda oryantalizmin altını özellikle çizmiştir: “Sonuçta format belli. Bugüne dair bir ilişki kalıbını ister tarih öncesinde ister olmayan bir zeminde mitolojik zamanlara, isterseniz gelecekte dünya tasarımı içine yerleştirebiliyorsunuz. Kalıp aynı; entrika, insan ilişkileri, kadın-erkek ilişkileri, aşk, tutku, ihtiras ve çekişme. Bu temalar pembe dizilerin bünyesinde usturuflu bir şekilde ortaya çıkar. Uç noktalarda değil, izleyeni rahatsız edecek bir seviyeye varmayacak şekilde yani muhafazakâr, statükocu formatta ortaya çıkar. Radikal yapımlar değildir hiçbir zaman. Bu model zaten bir klişe. Bu klişeye Ortadoğu’dan oryantal olandan bir içerik kattığınızda bu işin beşiği olan yerlerde bile yeni ve hoş bir fantezi duygusu yarattı. Latin Amerika’da da bunu yarattı mesela. Tabii bu pazara yeni girildiği için henüz varsayım aşamasındayız. Ama oryantal tat, üzerinde durulması gereken bir faktör” (Aydoğdu, 2014). Türk melodramlarının vazgeçilmesi muhafazakâr aile yapısı, kadın-erkek ilişkisinin sadece ikili düzlemde kalmayarak ailelerin de ilişkide kendine yer bulması yurt dışındaki izleyicilerin oldukça dikkatini çekmektedir. Buna ek olarak cinsel öğelere yabancı yapımlara göre daha az yer verilmesi ve buna bağlı olarak kadın bedeninin metalaştırılmaması izleyiciyi kendine çekmeyi başarmaktadır.

3.1 Günümüz Türk Dizilerini TRT Dizilerinden Ayıran Özellikler

Dizilerin bugünkü başarısını incelerken Türk dizi yayıncılığının tarihi arka planını göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Zira bugünün temelleri dar bütçeli ilk dizi yayınlarıyla atılmıştır. Türk dizilerinin bu başarısı TRT dönemine kıyasla gözle görülür bir biçimde artmıştır. TRT dönemine ait dizilerin konu, konuyu işleyiş, teknik ve süre bakımından birçok dönüşüme uğradığını söyleyebilmekteyiz. Tüm bu dönüşümler de olumlu bir geri dönüş yaratmış olacak ki, Türkiye bugün dizi ihracatından elde edeceği geliri 1 milyar dolar olarak hedeflemektedir (Anadolu Ajansı, 2019).

Özel kanalların kurulmasıyla beraber yabancı dizi yayıncılığı dönüşüme uğramıştır. Hem yerli yapımlarda bir artış gözlenmiş hem de Türk televizyonları ulusal pazardan küresel pazara açılmıştır. 90'lı yılların ortasında özel kanalların yayıncıları politikaları iyiden iyiye oturmaya başlamış ve yerli yapımlarla içeriklerini zenginleştirmişlerdir. En dikkat çekici yerli yapımlar olarak diziler ise sayıca artmıştır. Genellikle komşuluk, aile, dostluk ve akrabalık temaları ekseninde şekillenen diziler toplumun içinden birer yansımalar olarak ekrana taşındıklarından dolayı toplum tarafından da hızlıca kabul görmüş ve beğenilmiştir. “Perihan Abla (1988)”, “Bizimkiler (1989)”, “Süper Baba (1993)”, “Çiçek Taksi (1995)” gibi diziler Türkiye'nin o dönemde en fenomen dizileri olarak tarihe geçmiştir. Bu yerli diziler, toplumun hemen her kesimi tarafından ilgiyle ve beğeniyle karşılanmıştır.

Aşağıda, 1988-2017 yılları arasında yayınlanmış, seyirciler tarafından beğenilmiş ve reytingi yüksek dizilerden bazıları ele alınmaktadır:



**Perihan Abla
(1986-1988)**

Görsel 17. Perihan Abla Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Komedi, Mahalle

Senarist: Kandemir Konduk, Fatih Yıldız

Yönetmen: Yalçın Yelence

Oyuncular: Perran Kutman, Şevket Altuğ, Ercan Yazgan, Tuluğ Çizgen, Cihat Tamer

Sezon Sayısı: 2

Bölüm Sayısı: 74

Yapım Şirketi: İstanbul TV (TRT için)

“Perihan Abla”, Perihan adlı karaktere aşık olan Şakir ve mahallede yaşayan diğer mütevazı mahalle sakinlerinin dostluk ilişkilerini konu edinmektedir. Perihan abla o kadar anaç bir karakter ki kimi zaman Şakir’e bile annelik göstermektedir. İlk bölümü 8 Ekim 1986’da yayınlanan Perihan abla, 3 Temmuz 1988 tarihinde son bölümüyle ekranlara veda etmiştir. Türkiye’nin o dönemki sosyolojik özelliklerini içerisinde barındıran bu dizi günümüzde hala tekrarlarıyla seyirciyle buluşmaktadır. Dizi pandemi döneminde TRT arşiv kuşağı kapsamında bir süre yeniden gösterilmiştir.



Bizimkiler (1989)

Görsel 18. Bizimkiler Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Komedi, Aile

Senarist: Fuat Örer

Yönetmen: Yalçın Yelence, Erkavim Yıldırım

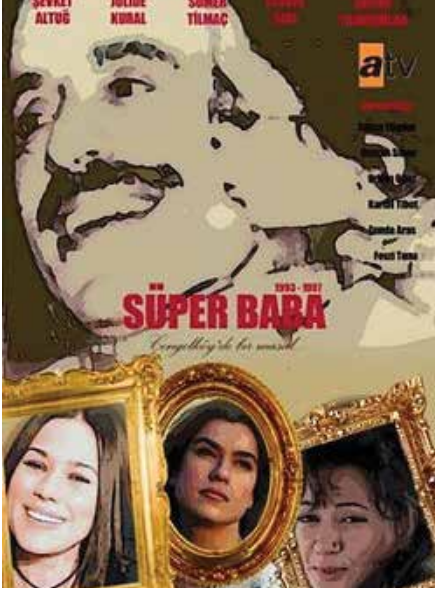
Oyuncular: Erdal Özyağcılar, Ayşe Kökçü, Ercan Yazgan, Mehmet Akan, Atılay Uluışık, Aykut Oray

Sezon Sayısı: 15

Bölüm Sayısı: 458

Yapım Şirketi: Bugay Yapım, Ar Ajans (TRT için)

“Bizimkiler” dizisi, bir apartmanda yaşayan bireylerin komşuluk ilişkilerini konu edinmektedir. Apartmandaki her bireyin farklı karakter özellikleri bulunmaktadır. Kapıcısından dış doktoruna kadar uzanan farklı kültürlerden gelen bireylerin ilişkileri komedi diliyle ekranlara yansıtılmaktadır. 7 Ocak 1989 tarihinde ilk bölümü ekrana getirilen dizi 27 Ekim 2002 yılında seyircisine veda etmiştir.



Süper Baba (1993-1997)

Görsel 19. Süper Baba Dizi Afişi

Format: Dizi

Tür: Komedi, Aile

Senarist: Yavuz Turgul, Sulhi Dölek, Nilgün Önes, Muharrem Buhara, Güliz Kucur, Ayhan Sonyürek

Yönetmen: Osman Sınav, Tunca Yönder, Orhan Oğuz, Kartal Tibet, Feyzi Tuna

Oyuncular: Şevket Altuğ, Sümer Tilmaç, Sevinç Erbulak, Jülide Kural, Şevval Sam, Bennu Yıldırımlar, İsmet Ay

Sezon Sayısı: 4

Bölüm Sayısı: 137

Yapım Şirketi: Kare Ajans

“Süper Baba” dizisi, eşinden ayrıldıktan sonra 3 çocuğuyla birlikte yaşam bir babanın çocuklarıyla olan ilişkisini konu edinmektedir. Fikret Aksu, diğer bir deyişle Fiko, boşandığı eşinin ardından başkasıyla beraber olmayı denese de İpek’i unutamamıştır. Ancak dizinin sonunda İpek’le de kavuşamayan Fiko, dizinin sonunda Elif’e aşık olmuştur. Bir babanın hikayesini anlatan “Süper Baba” dizisi 25 Eylül 1993 tarihinde başlayarak 6 Haziran 1997 tarihine kadar ekranda kalmaya devam etmiştir.



Çiçek Taksi (1995-2003)

Görsel 20. Çiçek Taksi Dizi Afişi

Format: Dizi

Tür: Komedi, Aile

Senarist: Yılmaz Okumuş, Serap Gazel, Sedat Bilgin, Hayal Tacirleri, Gülsüm Öz, Gülsüm Kaplan, Gökтуğ Kara, Erdoğan Tünaş, Atay Sözer

Yönetmen: Yaşar Seriner, Ümit Efekan, Mehmet Bozkuş, Erdoğan Tokatlı

Oyuncular: Erol Günaydın, Eşref Kolçak, Ümit Yesin, Bekir Aksoy, Cengiz Küçükayvaz

Sezon Sayısı: 7

Bölüm Sayısı: 367

Yapım Şirketi: Ulusal Radyo Televizyon, Erler Film

“Çiçek Taksi” dizisi, İstanbul’da bir taksi durağında çalışan taksicilerin bir aile gibi yaşayışını konu edinmektedir. Takside çalışan her bir karakterin farklı aile öyküsü, farklı yaşamışlıkları ve farklı deneyimleri bulunmaktadır. Dizinin her bir bölümünde bu karakterlerin aileleriyle yaşadıkları olaylar, müşterileriyle olan diyalogları ve kendi aralarındaki samimiyetleri komedi ekseninde sunulmuştur. 27 Eylül 1995 tarihinde ilk bölümüyle ekranlara gelen “Çiçek Taksi” 27 Aralık 2003 tarihinde seyircisine veda etmiştir.

TRT döneminde diziler konu bakımından yukarıda da bahsedildiği gibi genellikle komşuluk, aile, dostluk ve akrabalık ekseninde şekillenmektedir. Örneğin,

“Bizimkiler (1989)”; bir apartmanda yaşayan ailelerin birbirleriyle olan komik ilişkilerini, “Kaynanalar (1974)”; Anadolu’dan Ankara’ya göç eden Kantar ailesinin büyük şehirde var olma çabasını, “Perihan Abla (1998)”; Perihan abla ve ona âşık olan Şakir ve mahalledeki diğer dostlarının ilişkisini konu edinmektedir.

Bu dizilerde kadınlar genellikle ev hanımıdır, çalışan kadınlara çok nadir rastlanır. Gösterişten uzak, sade bir hayat yaşamaktadırlar. Kadınlar fedakardır, ailesine sadıktır ve güçlüdürler. Erkekler ise çalışkandır, ailesine bakar, her gün ailesiyle yemek masasında toplanarak günün sohbetini yapar. İyi bir eş, iyi bir baba olma gayesindedirler. Genel olarak hem kadın hem erkek karakterler geleneksel Türk aile yapısının birer temsilidir. Ancak izleyici kimi zaman toplumsal normlara aykırı olanı da görmek isteyebilir. Entrika, dedikodu, aldatma, yalan gibi unsurlar her dönemde toplumun içinde var olmuştur. Bunu bilen izleyici izlediği dizideki karakterlerin bu yönünü de görmek isteyecektir. Bu yüzden ki, günümüzde televizyon dizileri konu bakımından o dönemin neredeyse tümüyle zıttı olmasına rağmen daha büyük başarılar da elde etmektedir.

Günümüzde genç, zayıf ve güzel başrollerle stereotipleştirilen kadınlar genellikle kendi işinin patronu, ekonomik özgürlüğünü kazanmış, eğitilmiş kadınlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar ve genellikle her dizide iyi kadının karşısına çıkan kötü kadın karakter de bulunmaktadır. Bu kadınlar entrikalar peşinde koşan, elde etmek istediği olgunun izinde her türlü kötü yolu deneyebilen, rahatlıkla yalan söyleyebilen kadınlardır. “Yaprak Dökümü (2005)”, “Aşk-ı Memnu (2008)”, “Ufak Tefek Cinayetler (2017)” dizileri bu tarz içeriklere sahip dizilere iyi birer örnek olacaktır. İzleyici bu tarz karaktere karşı kin beslemeye başlar ve mücadele veren iyi kadını da bir o kadar yüceltir. Genellikle dizinin sonunda iyi kadınlar daha da iyi bir konuma gelirken, kötü kadın rolündekiler kaybeden tarafta görülmektedir. Böylelikle izleyici duygusal bir doyuma ulaşmış olmaktadır. Çünkü kişiler izledikleri dizi karakterlerinde ya kendilerinden bir şeyler bulmakta ya da kendilerinde var olmayan, eksik yönleri bu karakterlerle tamamlamaktadırlar (Kapsal, 2012: 54). Aynı şekilde, izleyicilerin gerçek yaşamlarında karşılaştıkları, dizilerdekine benzer kötü olaylarla ya da kişilerle baş etme sürecinde kendi problemlerine çözüm bulabilme isteği de bireyi bu tarz yapımlara itebilmektedir.



Yaprak Dökümü (2005-2010)

Görsel 21. Yaprak Dökümü Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Dram

Senarist: Ece Yörenç, Melek Gençoğlu

Yönetmen: Mesude Erarslan

Oyuncular: Halil Ergün, Güven Hokna, Bennu Yıldırımlar, Tolga Karel, Caner Kurtaran, Bedia Ener, Deniz Çakır, Gökçe Bahadır Fahriye Evcen

Sezon Sayısı: 5

Bölüm Sayısı: 174

Yapım Şirketi: Ay Yapım

Küçük bir kasabadan kente gelen, İstanbul'un büyüklüğüyle baş etmeye çalışan bir ailenin dram dolu öyküsü konu edilmektedir. Reşat Nuri Güntekin'in aynı isimli romanından uyarlanan "Yaprak Dökümü", Ali Rıza Bey ve Hayriye Hanım'ın çocuklarıyla ilgili yaşadığı problemlerini ekrana taşımaktadır. Ali Rıza Bey ve Hayriye Hanım'ın 5 çocuğu; Fikret, Şevket, Leyla, Necla ve en küçükleri Ayşe'dir. Fikret dolandırıcılıktan içeri girmiş, Leyla ve Necla aynı adamın peşinden gitmiş, Fikret habersizce evlenmiş ve böylece ailedeki yaprak dökümü başlamıştır. Ali Rıza Bey dizinin sonunda yaşadıklarına direnememiş, önce felç kalmış ve ardından vefat etmiştir. Ailenin geri kalan fertleri, Necla hariç, memleketine geri dönmüştür. 13 Eylül 2006 tarihinde ekrana gelen dizi 29 Aralık 2010 tarihinde seyircisine veda etmiştir.



Aşk-ı Memnu (2008-2010)

Görsel 22. Aşk-ı Memnu Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Dram, Aşk

Senarist: Ece Yörenç, Melek Gençoğlu

Yönetmen: Hilal Saral

Oyuncular: Beren Saat, Kıvanç Tatlıtuğ, Selçuk Yöntem, Hazal Kaya, Nebahat Çehre, Zerrin Tekindor, Nur Fettahoğlu

Sezon Sayısı: 2

Bölüm Sayısı: 79

Yapım Şirketi: Ay Yapım

Aşk-ı Memnu dizisi, Halit Ziya Uşaklıgil’in aynı isimli romanından uyarlanmış, Bihter ve Behlül’ün yasak aşkını konu edinmiştir. Bihter, babasının ölümünden sonra annesini hiç affetmemiştir. Babasının ölümünden sorumlu tuttuğu annesi Firdevs Hanım ve kız kardeşi Peyker ile birlikte sosyete camiası tarafından “Melih Bey Takımı” olarak tanınmaktadırlar. Bihter bu sıfatlardan kurtulmak için ani bir kararla kendisinden yaşça büyük, iki çocuklu zengin iş adamı Adnan Ziyagil ile evlenmiştir. Ancak Bihter zaman içerisinde kalbini Adnan Bey’in yeğeni Behlül’e kaptırmıştır. Kızının evliliğinin bitmesini istemeyen Firdevs Hanım, Behlül ile Adnan Bey’in kızı Nihal’in arasını yaparak evliliğe kadar götürmüştür. Ancak bu adım kızının intiharına sebep olmuştur. 4 Eylül 2008 tarihinde ilk bölümü yayınlanan dizi 24 Haziran 2010 tarihinde son bölümüyle ekranlara veda etmiştir. Günümüzde halen Bihter’in intihar ettiği tarih olarak sosyal medyada anma törenleri gerçekleştirilmektedir.



Ufak Tefek Cinayetler (2017-2018)

Görsel 23. Ufak Tefek Cinayetler Dizi Afışı

Format: Dizi

Tür: Polisiye

Senarist: Meriç Acemi

Yönetmen: Ali Bilgin, Deniz Yorulmazer

Oyuncular: Gökçe Bahadır, Aslıhan Gürbüz, Bade İşçil, Tülin Özen, Mert Fırat, Yıldırım Şahinler, Selim Bayraktar ve Ferit Aktuğ

Sezon Sayısı: 2

Bölüm Sayısı: 45

Yapım Şirketi: Ay Yapım

“Ufak Tefek Cinayetler” dizisi, lise yıllarında öğretmeniyile ilişki yaşadığı şeklinde iftira atarak okuldan atılmasına sebep olan Oya'nın geriye dönüp arkadaşlarından intikam almasını konu edinmektedir. Filmde her bir kadının ayrı entrika oyunları seyircinin karşısına sunulmaktadır. Merve, Pelin, Arzu ve Oya isimli bu dört kadın arasından sadece Oya evli değildir. Pelin ise Oya'nın eski sevgilisiyle evlenmiş ve Oya'nın geri dönüşünden oldukça korkmuştur. Ancak Pelin'in korktuğu Merve'nin başına gelmiş ve Merve'nin eşi Serhan Oya'ya âşık

olmuştur. Dizi boyunca bir partide camdan itilerek hayatını kaybeden Edip'in katili aranmaktadır. 24 Ekim 2017 tarihinde ekrana gelen dizi 11 Aralık 2018 tarihinde seyircisine veda etmiştir.

TRT dönemi dizileri ile günümüz dizileri arasında en dikkat çekici farklardan biri ise bölümlerin süre bakımından uzamasıdır. Dizi sayıları ve süreleri arttıkça izleyicilerin ekran başında geçirdiği süre de artmaktadır. Televizyon İzleme Araştırmaları A.Ş (TİAK) tarafından yapılan araştırmada son 2019 yılında kişi başı günlük ortalama TV izleme süresi 4 saat 14 dakika iken, hanelerde günlük TV izleme ortalaması 7 saat 3 dakikadır. Türkiye bu ortalama izleme süreleri ile dünyada en çok televizyon izlenen ülkeler arasında ilk grupta yer almaktadır. (tiak.com.tr, 2021a). TRT döneminde dizilerin bir bölümü ortalama 45-50 dakika sürerken günümüzde bu süre 120 dakikaya kadar ulaşmaktadır. Bu konu hakkında hem olumlu hem de olumsuz görüşler yer alsa da pandemi ve karantina süreçleri ile birlikte dünya genelinde evde kalma sürelerinin uzaması, dijital yayınların ve televizyon yapımlarının izlenme süresini arttırmıştır. Öyle ki, insanlar vakitlerini doldurarak, akşamlarını kapatacak bir aktiviteye ihtiyaç duymaya başlamıştır. Böylelikle dizi sürelerinin uzunluğu göze batmayacak bir hale gelmiştir.

Son zamanlarda televizyon dizilerinin, sosyal medya ya da video izleme platformları üzerinde dizinin kendisine ait ya da hayran kitlesi tarafından açılmış hesaplarla etkileşim içerisinde olması dizilere olan dikkati de arttırmıştır. İzleyicinin yayınlanan bölümü izledikten sonra anında geri dönüşte bulunabilmesi, diğer izleyicilerle açılan ortak #etiketlerle birlikte görüşlerini paylaşabilmesi, bölümü beğenip/beğenmediğini yorum olarak belirtebilmesi, önerilerini ve isteklerini dile getirebilmesi ve hatta kaçırdığı bölümlerin tekrarını bu mecralardan izleyebilmesi izleyiciyi ekran karşısındaki pasif konumundan alarak aktifleştirmesi ve sosyal izleyici konumuna getirebilmesi açısından son derece elzemdir. Diğer yandan sosyal medya, diziler aracılığıyla kıyafet, mobilya, mücevher, emlak sektörlerine katkı sağlamaktadır. Sosyal medyada dizilerdeki karakterlerin giydiği kıyafetleri, taktığı takıları, oturduğu evleri, evdeki eşyalarını bulup paylaşan birçok sayfa bulunmaktadır. Diziyi izleyen birey dizide görüp beğendiği bir eşyayı bu sayfalardan bularak satın alma davranışı içerisine girebilmektedir.

Tablo 5. TRT Dönemi Dizilerin Tematik Bakımdan Yeni Dönem Dizileri ile Karşılaştırılması

	TRT Dizilerinde	Yeni Dönem Dizilerinde
Tema	Komşuluk, Aile, Dostluk, Akraba İlişkileri	Aşk, Entrika, İhtiras, Tutku, Zengin-Fakir İlişkileri
Karakterler	Ev Hanımları, Aile Babaları Apartman Sakinleri	Patronlar, CEO'lar, Gösterişli Kadınlar, Site Sakinleri
Süre	45-50 dakika	120+ dakika
Etkileşim Durumu	Dönemin teknolojik yetersizliklerinden dolayı izleyicilerin etkileşimde bulunacakları bir mecra bulunamamaktadır.	Sosyal Medya Platformları (Facebook, Twitter, Instagram vb.) YouTube Yorumları, Dizinin Web Sayfası

Sonuç olarak televizyondaki teknik ve tematik gelişmeler dizi sektörünü ve daha genel olarak Türkiye'yi olumlu yönde etkilemiş ve Türk dizi tarihi açısından olumlu sonuçlar yaratmıştır. Yurt dışından ithal edilen dizilerin sayısı azalmış, aksine dizi ihracatı hareketlenerek hem ticari hem kültürel olarak gelişime ve yükselişe imkân sağlanmıştır. Sayıca neredeyse 200'e ulaşmış birçok dünya ülkesi Türk dizileri aracılığıyla Türkiye'yi tanımış ve Türk kültürüne yakınlık göstermeye başlamıştır. Şimdilerde ise internet teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin televizyonla birleşmesi sonucunda ortaya çıkan dijital televizyon yayıncılığının televizyon izleme alışkanlıkları üzerindeki etkisi incelenecektir.

3.2. DİJİTAL YAYINCILIK VE TÜRK DİZİLERİ

Teknolojinin gelişimi ve sağladığı olanaklar tüm kitle iletişim araçlarını etkilediği kadar televizyon üzerinde de etkili olmuştur. Televizyon yayıncılığının gelişmesiyle analog yayıncılık terk edilmiş ve yerini sayısal yayıncılığa bırakmıştır. Sayısal yayıncılık anlayışının en temel özelliklerinden biri seyirciye seçim şansı sunarak onu özgürleştirme denilebilir. Televizyon izleme deneyimini yaşamak isteyen kullanıcılar analog yayıncılıkta olduğu gibi bir saate, bir kanala ve bir programa bağlı kalmadan istediği programı, istediği zamanda izleyebilmektedir. Bu özgürlüğün yanında seyirciye etkileşim şansı tanıyarak bir noktada programa yön verebilme şansı da tanımaktadır. Seyirciyi aktif kılan bu yayıncılık anlayışı karasal yayıncılık, sayısal kablo yayıncılığı, Web TV, IPTV, OTT (Over the Top Tv) gibi uygulamalar ekseninde şekillenmektedir.

IPTV, şifreli veya şifresiz radyo, televizyon, veri kanallarının, depolanan video, ses ve veri içeriklerinin IP (internet protokol) paketlerine dönüştürülerek geniş bant erişim teknolojileri (Xdsl, fiber...) üzerinden son kullanıcıya yayınlanmasıdır. (Taşçı, Tekcan, Sunar,2011). Geniş bant teknolojileri üzerinden müşteriye aktarılan televizyon kanalları bir yayın merkezinde IP paketlerine dönüştürülmektedir. İçerisinde 4K içerikleri, zengin bir VOD (Video on Demand-İsteğe Bağlı Video) arşivi, alternatif kanal çözünürlükleri, istenmeyen içerikleri çıkarabilme özellikleri son zamanlarda IPTV'nin tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır (Çalışır, 2015).

Web TV diğer bir deyişle internet televizyonu, açık bir çerçevede birçok küçük ya da orta ölçekli pek çok sayıda video yapımcısı tarafından sunulan bir ortamdır (Akaydın, 2014: 21). Kullanıcıların izlemek istediği video içerikler internet üzerinden iletilmektedir. Web TV'ye IPTV'nin aksine bir aracıya ihtiyaç duymadan internet hizmetlerinin alınmasıyla ulaşılabilmektedir. Web TV, aynı alıcı üzerinden hem TV sinyallerini hem de internet hizmetlerinin alınmasına imkân tanır; bu aslında birbirinden bağımsız iki ayrı teknolojinin kullanıcı dostu bir ortamda birleştirilmesidir (Castells, 2013: 488). İzleyici zamana ve mekâna bağımlı kalmaksızın sadece televizyondan değil telefonundan, tabletinden, dizüstü bilgisayarından istediği içeriğe ulaşabilmektedir.

Tablo 6. IPTV ve Web TV Karşılaştırması

IPTV	WEB TV
Set Top Box denilen harici bir cihaz gerektirmektedir.	İnternet aracılığıyla yayın yapılabilmektedir. Harici bir cihaza gerek duyulmamaktadır.
Bir Telekom operatörü üzerinden özel kapalı devre ağ sistemi ile hizmet vermektedir.	Açık internet üzerinden yayın yapmaktadır. Yayın kalitesi bu nedenle garanti altına alınmaktadır.
Daha fazla fonksiyona sahip olduğundan dolayı kullanıcıya maliyeti vardır.	Daha az yatırım gerektirmektedir.
Etkileşim çok yüksek seviyededir.	Etkileşim daha alt seviyededir.
Kurumsal firmalar ekseninde yasal prosedürlere bağlı olarak yapılmaktadır.	İsteyen herkesin yapabileceği bir yayın şeklidir.
Evde, geniş ekran televizyon üzerinden izlenebilmektedir.	Bilgisayar, tablet ve telefon gibi küçük ekranlar üzerinden izlenebilmektedir.

OTT (Over The Top TV) ise, video içeriklerinin internet üzerinden son kullanıcıların çevrimiçi cihazlarına taşınmasına denir (Akaydın, 2014: 22). Ancak interneti IPTV ve Web TV'den farklı olarak açık bir şekilde kullanır, ki bu durum görüntü kalitesini etkilemektedir. Ancak herkesin içerik üretip tüketebilmesi, maliyetinin düşüklüğü ve akıllı telefonların gelişimi ile beraber kullanımının kolaylaşarak yaygınlaşması OTT'nin de popülerliğini arttırmaktadır. Netflix, Youtube, Amazon, Apple Tv, Google Tv gibi servisler OTT için birer örnektir.

Tablo 7. IPTV ve OTT Karşılaştırması

IPTV	OTT
Bir Telekom operatörü üzerinden özel kapalı devre ağ sistemi ile hizmet vermektedir.	Açık internet üzerinden yayın yapmaktadır. Yayın kalitesi bu nedenle garanti altına alınamamaktadır.
Tivibu, Fastweb, Now Tv gibi servislerden içerik sağlamaktadır.	Netflix, Youtube, Amazon, Apple Tv, Google Tv gibi günümüzün en popüler servislerinden içerik sağlamaktadır.
Kişiye özel ve Set Top Box'a dayalı yayın sağladığı için kullanıcıya yayın kalitesi sunmaktadır.	Açık internet kullandığından dolayı yayın kalitesi konusunda garanti sağlayamamaktadır.
Premium ve canlı yayın içerikleri sağlamaktadır.	Bedava ve popüler içerikleri sağlamaktadır.

Özetle, internetin televizyon teknolojilerine dahil olmasıyla birlikte işinden, okulundan, toplantısından yorgun dönen bireyin televizyon karşısında bir yandan dinlenip bir yandan akşamını değerlendireceği seyir etkinliğini kendi seçme şansını yakalaması, bireyi ekran karşısında daha fazla vakit geçirmeye itebilmektedir. Çünkü geleneksel televizyonun içerisinde pasif bir şekilde ona sunulanı izleyen birey, bu yeni teknolojiler eşliğinde yine aynı televizyonun içerisinde aktif rol oynayarak kendi seçimlerini izleyebilmektedir. Yeni medya teknolojileri ile daha kaliteli ses ve görüntü imkânı, artan kanal kapasitesi, daha temiz ve hatasız yayıncılık, etkileşim olanakları, kaldığı yerden devam edebilme, zamansızlaşma ve mekansızlaşma özellikleri ile izleyiciye daha iyi bir seyir kalitesi verebilmektedir. Tüm bunlara ek olarak artık internet teknolojilerinin televizyona bile ihtiyaç duymadan, tüm televizyon yayınlarını aynı şekilde telefonlara kadar taşıyabilmesi yayıncılık anlamında izleyicinin de televizyon izleme alışkanlıklarını değiştirerek birçok yeni üretime kapı açmıştır. Bu bağlamda günümüzde sınırsız seçim şansı

sunan, dünyanın birçok ülkesine ait programları cebimize kadar taşıyan dijital yayın platformları ortaya çıkmıştır.

Günümüzde dijital yayın platformlarından en çok izlenen programlar arasında diziler dikkat çekmektedir. Sayısal yayıncılık olanaklarıyla izleyicinin istediği diziyi seçebilme, istediği bölümü izleyebilme, izlemekten hoşlanmadığı sahneleri atlatabilme, diziyi izleyen diğer kullanıcılarla etkileşim içerisinde olabilme şansını elde eden seyirci gün geçtikçe internet temelli içerik izleme platformlarına yönelmeye başlamıştır. Bu platformlara Digiturk, Puhu Tv, Blu Tv, Netflix ve Youtube örnek verilebilir (Çağıl & Masdar Kara, 2019). “Bu bağlamda yerli platformlar olan Puhu TV 2016 aralık ayında, Blu TV 2016 Ocak ayında yayına başlamışlardır. Dünyanın birçok ülkesinde yayın yapan Netflix 2016 yılında Türkiye'nin de içinde olduğu 130 yeni ülkede yayınlarına başlamıştır. Blu TV'nin “Masum (2017)”, Puhu TV'nin “Fi (2017)” dizisi dikkatleri çeken ilk orijinal içerikleri olmuştur” Çağıl & Masdar Kara, 2019). Ardından Netflix, “Hakan: Muhafız (2018)” ve “Atiye (2019)” gibi ilk orijinal yerli yapımlarını izleyicilerine sunmuştur.

Bu platformlar dizi yayıncılığının dünya çapında hızlı bir çıkış kazanmasına neden olmuş ve internetin diziler için iyi bir pazar ortamı olduğunun farkındalığını yaratmıştır. Öyle ki, gençler kendi imkanlarını kullanarak düşük prodüksiyonlu içerikler üretip Youtube üzerinden dizi yayıncılığına başlamışlardır. “Sıfır Bir (2016)”, “Hile (2017)”, “Barut (2017)”, “Kutu (2018)” gibi diziler YouTube üzerinden seyirciye aktarılmış dizilere örnek olarak verilebilir. (Masdar Kara & Çağıl, 2019: 12). “Sıfır Bir” dizisi 2 sezonda 10 milyon izleyiciye ulaşarak büyük ses getirmiş ve ardından Blu Tv ile anlaşarak internet televizyonculuğuna büyük bir giriş yapmıştır. 5. sezonu yayımlanan dizi hala büyük ilgiyle seyredilmektedir.

İnternet televizyonculuğunun hem seyirciler hem de yapımcılar açısından bu kadar cezbedici olmasında en büyük etkenlerden biri RTÜK unsurudur. 2019 yılına kadar internet yapımları üzerinde denetim hakkına sahip olmaması, içerik üreticilerin daha rahat ve daha az kontrollü içerikler sunabilmesine olanak sağlamıştır. Bu rahat alandan yararlanmak isteyen yapımcılar da dizilerini televizyondan internet platformlarına taşımışlardır. Ancak denetimsizlik bir yandan da içeriğinde zararlı unsurlar bulunan, şiddete ve cinsel içeriklere olması gerekenden fazla yer verilen ve çocuklar açısından tehlikeli olabilecek içerikleri de beraberine getirebilmektedir.

Denetimin olmayışından faydalanmak isteyen yapımcılar internet temelli dizi platformlarını kendilerini ifade edebilecekleri bir mecra olarak görebilmektedir. İfade özgürlüğünü dile getirmedeki iletim araçlarıyla ilgili Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında da önemli maddeler bulunmaktadır. Örneğin Anayasanın 26'ncı maddesinin 1. fıkrasına göre "Herkes düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmi makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsamaktadır (Türkiye Anayasası, 2021). Ancak bu hükümler radyo, televizyon ve sinema gibi kitle iletişim araçlarından yapılan yayımların denetlenmediği anlamına gelmemelidir. Yapılan her türlü yayın hem devleti hem de izleyiciyi rahatsız edecek unsurlar barındırmamalıdır. Zira, RTÜK denetimleri tek taraflı kalmayarak seyircinin şikayetleri üzerine de devreye girmektedir. Televizyon yayıncılığının en öne çıkan ve tercih edilen yapım türü diziler izleyiciler tarafından RTÜK'e çok kez şikâyet edilmiştir. "RTÜK'ün 2018 Nisan ayı verilerine göre kuruma ulaşan 4939 adet şikâyetin %35'i diziler hakkındadır. Şikayetlerin %70'i erkek izleyicilerden gelmiş ve şikâyet konusu ise "Sen Anlat Karadeniz (2018)" adlı dizide "kadına karşı şiddet" içeren sahnelerin fazla olması olarak yoğunlaşmıştır (Kavi, 2019: 34)".

Yayımların bu şekilde denetleniyor olmasıyla ürettikleri içerikleri internet ortamında taşıyan yapımcılar bu mecralarda büyük başarılar elde etmişlerdir. Puhu TV'de yayımlanmış Azra Kohen'in Fi, Çi, Pi romanından uyarlanan "Fi (2017)" dizisi bu alanda iyi bir örnek olacaktır. Yayınlandığı günden itibaren büyük izlenme rekorlarına ulaşmış, profesyonel oyuncu kadrosuyla ilgileri üzerine çekmiştir. 15 bölümüyle 17 milyon izleyiciye, 100 milyon izlenmeye ulaşmış, Google'da en çok aranan diziler arasına girmiştir (Fi Dizisi, 2017). Dizide rahatça sunulan müstehcen sahneler, saplantılı aşk öyküsü, sansürlü küfür söylemleri ve sınırlamaya tabi tutulmayan ürün yerleştirmeler yönetmenin özgürlük alanını sınırlamadığından bu ilgiyi yakaladığı söylenebilmektedir. Zira, dizi final yapmasının ardından Show TV'ye satılmış ve aynı başarıyı televizyon kanalı üzerinden yakalayamamıştır. Dizinin yayın saati üzerinde sürekli değişikliğe gidilmiş ve düzenli bir yayın periyoduna yerleşememiştir. Televizyon izleyicisinin, internet izleyicilerinden farklı olması bu değişkenliğin üzerinde etkili olmuştur.

Günümüzde internet yayıncılığının en çok tercih edilme sebeplerinden bir diğeri ise çevrimdışı izleyebilme imkânı sağlamasıdır. Dizileri herhangi bir sınırsız

Wi-Fi ağına bağlı iken indirerek daha sonra internet erişiminin olmadığı ya da kısıtlı olduğu alanlarda (örneğin tatil yerlerinde, uçakta, metroda...) çevrimdışı olarak izleyebilme şansı internet dizilerinin fazla izlenmesine katkı sağlamıştır. Buna ek olarak çevrimdışı izlenen dizilerde internetin offline olmasından kaynaklı araya reklamların girmemesi kesintisiz izleme deneyimi sunmaktadır. Bu açıdan izleyiciyi sadece internet erişiminin olmadığı yerlerde çevrimdışı izlemek yerine internet erişimi olmasına rağmen diziyi araya reklam girmeden izleyebilmek adına öncesinde indirip ardından çevrimdışı izleyebilmektedir. Ayrıca istenilen sayıda bölüm ister tek tek ister sezon olarak koleksiyon halinde indirilebilmektedir.

İnternet yayıncılığının bir diğer unsuru olan mekansızlaşma özelliği sadece istenilen yerde içerik tüketilebiliyor olması dışında aynı mekânda bulunma zorunluluğu olmadan birlikte izleyebilme denemi sunabiliyor olmasını da kapsamaktadır. Son zamanlarda Netflix dizi/film izleme platformunun ‘Netflix Party’ özelliği kullanıcılarına farklı ekranlarda aynı anda aynı içeriği izleyerek bir taraftan da WhatsApp, SMS, Messenger gibi uygulamalar aracılığıyla sohbet edebilme olanağı sağlamaktadır. Özellikle Covid-19 döneminde kalabalık gruplar halinde bir araya gelmekten çekinen arkadaş grupları kendi evlerinde bireysel olarak ekran karşısına geçip toplu izleme deneyimini elde etmiş olmaktadır. Televizyon izlemek için misafiriğe gitmek; diğer bir 80’li yılların popüler deyişiyle “telesafirlik” zaman içinde yok olmuştur. Etkileşimin bu derecede kolaylaşması ve yaygınlaşması internet yayıncılığının toplumsal yaşamın her alanına vakıf olması ve etkilemesi açısından büyük bir gelişme ve gelenekselin önünde büyük bir engeldir. Çünkü geleneksel televizyon ile sadece izleyici olan birey internetin sağladığı olanaklar sayesinde sadece izleyici değil kullanıcı olmaya başlamıştır. Yayıncılık alanında yaşanan bu tarihi dönüşümler geleneksel televizyon yayıncılığının önünü kesmekte ve internet yayıncılığının giderek artmasına neden olmaktadır.

3.3.Reyting Sistemi

Televizyon izleme ölçüm sistemleri, bireylerin ölçüm verilerinin kaydedilmesini ve bu bilgilerin raporlanmasını sağlayan yakın gelecek için oldukça ilgi çekici bir üründür (Özbek, Ayav, Yatır, Kirişken, 2011: 89). Televizyon izleme ölçümünde iki önemli kavram bulunmaktadır; reyting ve share. Reyting, izlenme oranı anlamında bir panelin yüzde kaçının o programı izlediğinin sonucunu vermektedir. Share ise izlenme payı olup panelde bulunan açık televizyonlardan yüzde kaçının o programı izlediğini ölçmektedir.

Reyting ölçümü reklamcılar, reklam verenler ve kanallar adına yapılmaktadır. Çünkü reklamveren bir programa para öderken kime ve ne için bu ödemeyi yaptıklarını bilmek istemektedir. Ulusal kanallarda verilen reklamların saniyelerinin bile maliyeti çok büyüktür. Bu kadar büyük maliyetle yayınlanan reklamların en çok sayıda izleyiciye ulaşması reklam verenler ve televizyon kanalları için çok kritiktir (Özbek, Ayav, Yatır, Kirişken, 2011: 89). Reklamverenler hedef kitlesinin kim olduğunu, ne istediğini ya da ne istemediğini, ne zaman ekranın karşısına geçtiğini, ne izlediğini tespit ederek reklam planlamalarını bu yönde yapmak istemektedir. Aynı şekilde kanallar izleyicilerinin ne zamanlarda ekran başında olduğunu, bir programı izlerken reklam arasında hangi kanala geçtiğini, hangi programı ne kadar izleyicinin izlediğini bilerek gelecek planlamalarını bu doğrultuda gerçekleştirmek istemektedir.

Dünyada reyting sistemi üç farklı sistem ekseninde gerçekleşmektedir. Bu sistemler; Müşterek Endüstri Komiteleri-MEK (Joint Industry Committee-JIC), Kullanıcı Sektör Komitesi (Media Owners Committee-MOC) ve Araştırma Şirketinin Kendi Servisi (Own Service-OS)'dir ve bu sistemler Avrupa Yayıncılar Birliği (EBU) tarafından yayınlanan "Televizyon İzleme Ölçümüne İlişkin Global Kılavuz"una (Global Guidelines for Television Audience Measurement-GGTAM) göre esas alınarak belirlenmiştir (TİAK, 2021b).

Kullanıcı Sektör Komitesinde (Medya Sahipleri Komitesi), reyting ölçümü yapmak isteyen reklamverenler, reklamcılar, yapımcılar ve reklam ajansları gibi gruplar bir araya gelerek reklamlarının ulaşacağı hedef kitleyi belirlemek ve bu yönde çalışmak istemektedir. Sistemden yararlanan tüm kullanıcılara resmi veya düzenli danışma hizmeti verilmesindeki aksamalar özellikle reklamcılar ve ajanslar bakımından kabul edilemez bulunmaktadır. Medya sahipleri telif haklarına sahip olabilirler, ya da araştırma şirketinin telif haklarını elinde tutmasına engel olarak bilgiyi diğer taraflara satabilmekteydiler (TİAK, 2021b).

"Müşterek Endüstri Komiteleri" ise Türkiye'de kullanılmakta olup dünya çağında da en yaygın olarak kullanılan sistemdir (Kuyucu, 2020: 762). Burada adından da anlaşılacağı gibi reklamverenler, reklamcılar, ajanslar ve kanallar bir araya gelerek ortak bir endüstri komitesi kurarak en adil, şeffaf ve güvenilirliği yüksek bir şekilde ölçüm yapmayı hedeflemektedir.

Son olarak “Araştırma Şirketinin Kendi Servisi” (own service), abonelik üzerine kurulan bir sistemi benimsemektedir. Sunduğu hizmeti satın alanlara özel reyting ölçmekte ve sonuçları paylaşmaktadır. TNS ve NIELSEN bu araştırma şirketi formuna uygun birer örnek olarak verilebilmektedir (TİAK, 2021).

Hangi ölçüm sistemi kullandığı fark etmeksizin dikkat edilmesi gereken unsurlar bulunmaktadır. Etik açıdan sorun oluşturacak herhangi bir şaibeli duruma yol açılmaması gerekmektedir. Ölçümün sonucunda elde edilen verilere ve çıkarılan raporlara müdahale edilmemeli, otomatik olarak hesaplanan veriler olduğu gibi kalmalıdır. Araştırmanın temeli olan aileler herhangi bir şekilde yönlendirilmemeli, ailelerin gizliliği korunmalı ve deşifre olmamalıdır. Sonuç olarak televizyon izleme ölçümlerinin en şeffaf ve doğru şekilde yapılması gerekmektedir.

Türkiye’de reyting ölçüm sistemi dönemsel olarak farklılıklar göstermiştir. 1990’lardan 2012 yılına kadar tüm televizyon reklam yatırımlarına yönelik kararların dayanağı olan reyting sistemi AGB Nielsen araştırma kuruluşu tarafından yönetilirken, TRT 2009 ve 2012 yılları arasında bu reyting sistemine katılmayı reddetmiştir (Deloitte Türkiye, 2014: 7). 2013 yılına kadar TRT bu sistemin dışında kalmıştır. Günümüzde ise TİAK ölçümün farklı şirketler tarafından raporlanması amacıyla GENAR, DİYALOG Araştırma ve VTE Araştırma ile sözleşme imzalamıştır. Halihazırda Panelin kurulumu, yönetimi ve televizyon kanallarının karşılaştırmalı izlenme oranları ölçümü ve raporlaması ise Kantar Media tarafından yürütülmekte olan hizmetlerdir (TİAK, 2021a).

Reyting ölçümleri hem dünya genelinde hem de Türkiye’de insan-metre (peoplemeter) olarak adlandırılan bir teknoloji ile gerçekleştirilmektedir. Bu teknoloji telefon, tablet ve bilgisayar gibi mecraların dışında sadece televizyon üzerinden gerçekleştirilen izlemeleri kapsayarak televizyon karşısında kimin hangi programı izlediğini ölçmektedir. Bu insan-metreler daha önce sosyal yapı araştırmalarına bağlı olarak belirlenen hanelerin televizyonlarına takılarak düzenli olarak bu hanelerin verilerini merkeze iletmektedir. Bu hanelerden birinin deşifre olması, hane üyelerinden birinin evden ayrılması gibi durumlarda ölçüm sistemleri ailelerden geri alınmaktadır. İnsan-metreler üç bölümden oluşmaktadır; frekans tespit edici, kumanda cihazı ve zaman ölçer.

Tablo 8. İnsan-Metre (peoplemeter) Ölçüm Bölümleri

1	Frekans Tespit Edici	Televizyon açıldığında hangi kanaldan hangisine geçildiğini tespit etmektedir ve televizyonun içine monte edilen kibrit kutusu büyüklüğündedir.
2	Kumanda Cihazı	Evdeki her aile bireyine bir numaranın tahsis edildiği sekiz düğmeli bir cihazdır. (Bu kişiler televizyon izlemeye başladıkları an kendilerine ait düğmeye basmaktadırlar.)
3	Zaman Ölçer	Televizyonun hangi saatte açılıp kapandığını tespit eden bir araçtır. Merkezdeki bilgisayar saat 02:00 – 06:00 arasında, aileleri hiç rahatsız etmeden cihazlardan bilgileri almakta ve birleştirip düzenlemektedir.

(Kaynak: Reytingler, 2017)

Tüm bu araştırmaların sonucunda izleyici ölçümü sayesinde, belirlenen ailelerin özelinde kimin hangi programı izlediği ülke geneline yansıtılarak programların başarısı ortaya koyulmakta ve reklam şirketleri de bu sonuçlara göre kanallardan reklam süresi satın almaktadır.

Reyting ölçümlerinde yarışma programları, diziler, filmler, maçlar, haberler, tartışma programları ve çocuk programları gibi birden çok yapım karşımıza çıkmaktadır. Bu yapımlar arasında diziler şüphesiz ki önemli yer tutmaktadır. Dizilerin tekrarları ya da özetlerinin dahi ilk beş program arasında önemli oranda kendilerine yer bulduğu da dikkate alındığında, rating sıralamasında ilk 5 programın yaklaşık %50-55'inin dizilerden oluştuğu söylenebilmektedir. (Deloitte Türkiye, 2014: 9). Günümüzde artan süreleriyle birlikte 3 saati bulan diziler özellikle prime-time kuşağının önemli bir kısmına hâkim olmaktadır. Kanallar, RTÜK tarafından reklam sürelerine gelen kısıtlamalarına karşı dizilerin tekrarlarına ve özetlerine ayrı bir süre ayırarak reklam dilimlerini arttırmayı hedeflemişlerdir. Böylelikle bir dizinin yayın kuşağında kapladığı zaman dilimi 3 saatten de fazla olmaya başlamıştır. Zira bir kanalın en önemli geçim kaynağı aldığı reklamlar olduğundan dolayı dizinin tüm maliyetini çıkararak üstüne kâr edebilmesi için yeterli seviyede reklam alması gerekmektedir.

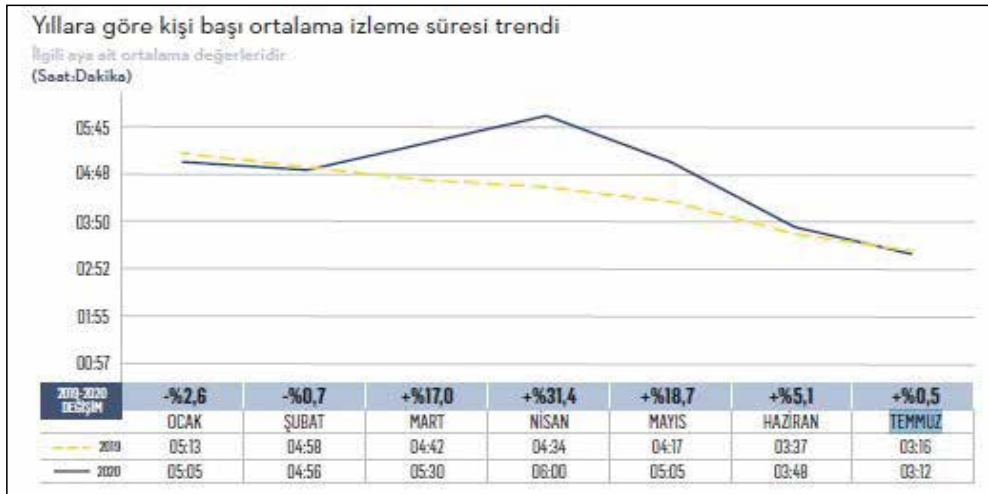
RTÜK tarafından televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik yapılan düzenli kamuoyu yoklamalarında televizyon izleyenler arasında yerli dizileri takip edenlerin yüzdesinde düzenli bir artış gözlenmektedir. Bu eğilimde televizyon kanallarının büyüyen ve farklılaşan dizi portföylerinin önemli etkisi bulunmaktadır (Deloitte Türkiye, 2014: 8). Türk toplumunda evlere giren televizyonun geçmiş dönemlere oranla ciddi artış göstermesi ve televizyon izleme faaliyetlerinin artmasıyla

beraber Türk toplumunda bir dizi kültürü oluşmuş ve buna bağlı olarak da dizi yapımcıları toplumun isteklerini karşılama mücadelesine girişmişlerdir. Böylelikle dizi portföyleri farklılaşmış ve gelişmiştir. Bunun sonucunda hem kanallar hem yapımcı şirketleri hem de reklam şirketleri reyting ölçümlerine önem vererek hedef kitlelerine iyi planlanmış yapımlar sunmayı hedeflemektedir.

3.4. PANDEMİ DÖNEMİNDE DEĞİŞEN TELEVİZYON İZLEME ALIŞKANLIKLARI

Çin'in Hubei Eyaletine bağlı Wuhan şehrinde ortaya çıkan Yeni Koronavirüs pandemisi tüm dünyayı büyük ölçüde sarsmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından Covid-19 olarak adlandırılan bu virüs, Çin'de ilk kez 2019 yılının Aralık ayında görülürken ülkemizde 2020 yılının Mart ayında ortaya çıkmıştır. Virüs kapsamında alınan önlemlerde sosyal hayatlarımıza birçok kısıtlama getirmek zorunda kalırken, ülke genelinde de sokağa çıkma yasakları ilan edilmiştir. Vaktimizin birçoğunu evde geçirmek zorunda kaldığımız bu dönemde gündelik hayatlarımızda eylemlerimiz dönüşmeye; yeni alışkanlıklarımız ortaya çıkmaya başlamıştır. Çevrimiçi etkinliklere katılım, televizyon izleme süreleri, internette arattığımız içerikler, alışveriş alışkanlıklarımız gibi birçok konuda ciddi dönüşümler yaşanmıştır. Bu dönüşümler arasında en çok dikkat çekenlerden biri ise televizyon izleme alışkanlıklarımızın olduğu söylenebilmektedir. Yapılan araştırmalara göre evde geçirdiğimiz süreler boyunca televizyon izleme sürelerimiz artış göstermiştir.

Görsel 24. 2019-2020 Yıllarında Televizyon İzleme Sürelerinin Karşılaştırması



(Kaynak: marketingturkiye.com.tr, 2020)

TİAK'ın Marketing Türkiye için özel olarak hazırladığı aktif olarak izlenen televizyon araştırmasına bakıldığında 2019 yılına kıyasla televizyon izleme sürelerindeki artış dikkat çekmektedir. Özellikle toplam televizyon izleme ortalamalarına bakıldığında pandemi döneminde özellikle Nisan ayında bu sürelerin 6 saati bulduğu görülmektedir.

Pandemi öncesi Ocak ve Şubat aylarında 2019 ve 2020 yılları arasında dikkat çekici fark olmamakla birlikte 2019 yılında daha fazla süre televizyon izlendiği görülmektedir. 2019 Ocak ayında ortalama 5 saat 13 dakika olan televizyon izleme süresi 2020 Ocak ayında ise 5 saat 5 dakika ile sınırlı kalmıştır. Aynı şekilde 2019 Şubat ayında 4 saat 58 dakika olarak görülen ortalama televizyon izleme süresi 2020 Ocak ayında 4 saat 56 dakika olarak daha düşük bir oranla karşımıza çıkmaktadır. Ancak pandemi sürecinin devreye girdiği Mart ayıyla birlikte bu sürelerde değişim gözlenmiştir. 2019 yılının Mart ayında 4 saat 42 dakika olan televizyon izleme süresi 2020 yılının Mart ayında yaklaşık olarak 1 saat daha artmış ve 5 saat 30 dakikaya ulaşmıştır. Sokağa çıkma yasaklarının en çok arttığı ve buna bağlı olarak farkın en çok açıldığı Nisan ayında ise, 2019 yılında 4 saat 34 dakika olarak görülen televizyon izleme süresi 6 saate çıkmıştır. Mayıs ayından Temmuz'a doğru ilerleyen süreçte kısıtlamalarında kaldırılmaya başlaması sebebiyle tekrardan 2019 ve 2020 yılları arasında fark kapanmaya başlamıştır (Türkiye'nin En, 2020).

Televizyon izleme sürelerine bağlı olarak etkilenen programlar arasından diziler dikkat çekmektedir. Dizi/film izleme platformu olan Netflix'in yaptığı açıklamalara göre pandemi döneminde abone sayısı 15.7 milyon artarak 183 milyon aboneye ulaşmış ve pandemi koşullarının olumsuz getirilerinden en az etkilenen medya şirketi olmuştur. (Aktan, 2020).

Dizi izleme oranlarındaki artışla birlikte hayatımıza özellikle Netflix ile birlikte anılan "binge-watching" gibi yeni kavramlar da girmiştir. Tıkınırcasına yemek yemek, aşırı içmek ve alem gibi anlamları olan "binge" kelimesinin izleme alışkanlıklarıyla birleşmesiyle "binge watching"; yani "tıkınırcasına izlemek" tanımlamaları ortaya çıkmıştır. Adından da anlaşılacağı gibi "binge-watching" bir oturuşta bir dizinin ya da genel anlamıyla programın bir ya da birkaç sezonluk bölümlerini tıkınırcasına izlemek, kesintisiz izlemek, tamamlamak, bitirmek gibi anlamlara gelmektedir. Bu davranışa sahip bireyler genellikle bir oturuşta birden fazla bölüm izlemektedir.

Bu çığınca dizi tüketimini farkedenden televizyon endüstrisi, insanları art arda izlemeye zorlayan ve bu davranışı teşvik eden web dizileri yapmakta ve genellikle web dizisinin belirli bir sezonunun tüm bölümleri aynı anda yayınlamaktadır. (Umesh ve Bose, 2019 aktaran Dixist, Marthoenis, Arafat, Sharma ve Kar, 2020: 2). Ancak pandemi döneminde televizyon endüstrisi büyük bir ikileme düşmüştür. Covid-19’un yıkıcı risklerine rağmen bazı dizi çekimleri devam ederken bazı diziler de durdurulmuştur ya da stoktaki bölümlerini izleyiciye sunmuştur. Küresel Covid-19 krizi dünyadaki tüm film ve TV yapımlarını aniden durdurmuştur. Binlerce işletmenin kamera önünde ve arkadaşında çalışan işçileri işlerini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmıştır. Küresel Covid-19 krizi Çin film endüstrisinin 2020 Mart’ına kadar 2 milyar dolar kaybetmesine neden olmuştur. Kuzey Amerika, 13-15 Mart tarihleri arasında 1998’den beri en düşük gişe hacmini görmüştür. Türkiye’de ilk Covid-19 vakasının açıklanmasıyla birlikte 13 Mart’ta gösterime girmesi planlanan “Müstakbel Damat”, “Aslan Hürkuş Kayıp Elmas”, “Malazgirt 1071” ve 20 Mart vizyon tarihli “Adanış Kutsal Kavga” filmlerinin gösterimleri ertelenmiştir. Dizilerin çoğunda setlere salgın boyunca ara verilse de bazı yapımcılar, “Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz” gibi bazı dizilerde ise önlemleri artırarak çekimlere devam etmeyi sürdürmüştür. Ayrıca Dünyanın önde gelen dizi, film, içerik, TV ve yapım sektörü fuarı MIPCOM, pandemiden dolayı Nisan ayındaki fuarını ertelemiştir. Bu da Türkiye’de yayınlanan dizilerin diğer ülkelerdeki ihracatına engel olmaktadır. (Med Yapım’dan gelen mailden alınmıştır).

Devam eden diziler sağlık açısından tehlike yaratmaktayken durdurulan dizilerde ise hem oyuncular hem set çalışanları ekonomik açıdan mağdur duruma düşmüştür. Ancak unutulmamalıdır ki sağlık ekonomiden çok daha ciddi bir mağduriyete sebep olabilmektedir. Med Yapım, Avşar Film gibi yapım şirketleri bu dönemde çekimlere ara veren şirketlere örnek gösterilebilmektedir. Avşar Film Şirketi’nin sahibi Şükrü Avşar, sağlık konusundaki hassasiyetini vurgulayarak “Çekimleri ve yapımları bir müddet durdurduk. Bizim için insan sağlığı daha önemli. Her şey gelir geçer, sağlık önemlidir. Ama ileride her şey normale dönerse kaldığımız yerden devam edeceği” demiştir (Özbek, 2020).

4. TÜRKİYE’DE DİZİ İHRACATI VE YAPIM ŞİRKETLERİ: MED YAPIM ÖRNEĞİ

1993 yılında Fatih Aksoy (Yapımcı – Yönetmen) ve Güzel Sanatlar Holding A.Ş. ortaklığı ile kurulan MEDYAPIM, Türk televizyon sektörünün önde gelen yapım şirketleri arasında bulunmaktadır.

Deneyimli insan kaynağı ve çağdaş vizyonu ile kurulduğundan bugüne kadar 10 bin saati aşkın televizyon içeriği üretmiş olan MEDYAPIM; dizi, sitcom, yarışma ve eğlence programları alanlarında birçok beğenilen projeye imza atmıştır.

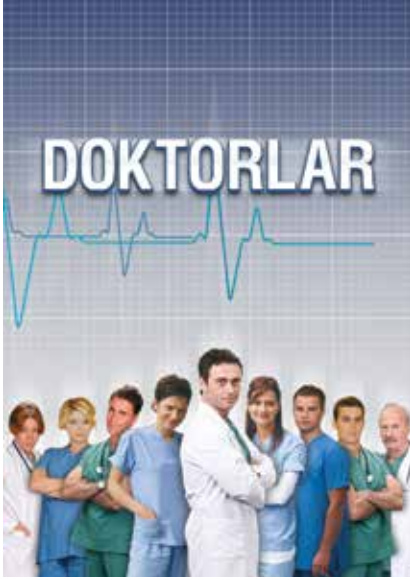
MEDYAPIM, bünyesinde bulundurduğu MF YAPIM – VADİ FİLM – NO 9 – FORMED gibi şirketler ile beraber Türk televizyon dizilerini başarı ile dünya pazarlarına sunmakta ve sektörün lider şirketleri arasındaki yerini her geçen gün daha da güçlendirmektedir.

Med Yapım 1990’lardan beri diziler, sinema filmleri ve yarışma programları üretmektedir. Bu ortak kitap çalışması bağlamında şirketten iletilen bilgiler bağlamında günümüze kadar; yaklaşık 60 dizi, 9 sinema filmi ve 80’den fazla yarışma programı gerçekleştirilmiştir. Med Yapım’a ait tüm yapımların listesi kitabın sonunda ek olarak sunulacaktır.

Med Yapım, Covid-19 sürecinde “Baraj” ve “Öğretmen” isimli iki dizisine ara vermiştir. “Baraj”, Med Yapım ve No:9 Productions imzalı, ilk bölümü 17 Mart 2020 tarihinde yayımlanan, yönetmeliğini ve senaryosunu Hasan Tolga Pusat’ın üstlendiği Türk yapımı dram dizisidir. 1977 yapımı “Baraj” filminin dizi versiyonudur. “Baraj” dizinin ekip sayısı 66 kişiden oluşmaktadır. İlk bölümü 17 Mart 2020 tarihinde yayınlanan dizinin pandemi nedeniyle son yayınlanan bölümü ise 24 Mart 2020’dir. “Öğretmen” dizisi ise Med ve MF yapım imzalı, ilk bölümü 4 Mart 2020 tarihinde yayımlanan, yönetmen koltuğuna Koray Kerimoğlu’nun oturduğu, senaryosunu Merve Girgin’in kaleme aldığı Türk yapımı gençlik, psikolojik gerilim ve dram türündeki televizyon dizisi. Japonya yapımı Mr. Hiiragi’s Homeroom dizisinden uyarlanmıştır. “Öğretmen” dizinin ekip sayısı 59 kişiden oluşmaktadır. İlk bölümü 4 Mart 2020 tarihinde yayınlanan dizinin pandemi nedeniyle son yayınlanan bölümü ise 25 Mart 2020’dir (Med Yapım’dan gelen mailden alınmıştır).

4.1 MEDYAPIM'ın ticari ve genel olarak başarılı olduğu diziler (2006-2020)

Bu kitap çalışması İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları olarak hazırlanmış ve Med Yapımla ortak bir proje olarak yürütülmüştür. Bu bağlamda 1990'larda başlayan yapım süreçlerine dair ayrıntılı liste ekte verilirken bu bölümde, dizi ihracatının giderek güçlendiği 2000'li yıllardan günümüze Medyapım tarafından üretilmiş ve geniş bir coğrafyada izlenmiş



Görsel 25. Doktorlar Dizi Afişi

Doktorlar (2006-2011) E.R dizisi uyarlaması (ABD)

Yönetmen: Merve Girgin, Oğuzhan Tercan

Senarist: Ayça Mutlugil, Nuray Uslu

Oyuncular: Ahmet Kutsi Karadoğan, Yasemin Ergene, Leyla Gökşun

Sezon Sayısı: 4

Bölüm Sayısı: 97

Yayınlandığı Kanallar: Show TV, Fox TV

Dizi, Arap Dünyası olarak bilinen; Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Mısır, Lübnan, Fas, Katar ve Tunus gibi 7 ülkede yayınlanmıştır.



Görsel 26. Adını Feriha Koydum Dizi Afışı

Adını Feriha Koydum (2011-2012)

Senarist: Sırma Yanık, Melis Civelek

Yönetmen: Merve Girgin

Oyuncular: Hazal Kaya, Çağatay Ulusoy, Vahide Gördüm

Sezon Sayısı: 2

Bölüm Sayısı: 67 Bölüm

Yayınlandığı Kanal: Show TV

Dizi başta Arap Devletleri olmak üzere, 30'a yakın ülkede gösterilmiştir: İspanya, Bulgaristan, Pakistan, Romanya, Hırvatistan, Bosna Hersek, Afganistan, Slovakya, İran, Ukrayna, Kazakistan, Sırbistan, Karadağ, Hindistan, Peru, Uruguay, Kolombiya, Litvanya, Arjantin, Çek Cumhuriyeti, Şili, Panama, Porto Riko, Macaristan.



Görsel 27. Umutsuz Ev Kadınları Dizi Afışı

Umutsuz Ev Kadınları (2011-2014)

Senarist: Gül Gürsoy, Hatice Meryem, Yelda Eroğlu (Dizi, “Desperate Housewives”) (ABD) dizisinden uyarlanmıştır

Yönetmen: Eylem Koza Merve Girgin

Oyuncular: Benu Yıldırım, Ceyda Düvenci, Evrim Solmaz, Özge Özder, Songül Öden, Serhat Tutumluer,

Sezon Sayısı: 3

Bölüm Sayısı: 154

Yayınlandığı Kanallar: Kanal D (2011-2013), FOX Tv (2013-2014), TV2

Hikaye bir sabah Gülçikmazı Sokağı’nda yaşayan ev kadını Handan’ın intiharıyla başlar. Yakın arkadaşları bu ani ölümün sır perdesini aralamaya çalışırken kendi yaşamları da karışır. Titizlik hastası Nermin, eşinin ani boşanma isteği ile yıkılır. 4 çocuğu ile yapayalnız baş etmeye çalışan Elif kendine yardım edecek birisini arar ama bulamaz. Eski güzellik kraliçesi, yeni ev kadını Zeliş’in akli mahallenin genç üniversiteli Levent’in ilgisi ile karışır. Eşinin bir genç kız uğruna terk ettiği Yasemin, sokağa yeni taşınan Sinan ile tanışır. Bunu gören eski eşi deliye döner. Yasemin mahallenin şen dudu Emel ile de didişmek zorunda kalır ve büyük bir felaketin ortasında kalabilir.

“Umutsuz Ev Kadınları” Türkiye dahil yaklaşık 15 ülkede daha yayınlanmıştır. Dizi en son Yunanistan’da 14 Temmuz 2014 tarihinde Star Channel adlı kanalda, Yunanistan saati ile hafta içi her gün 18:40’ta Yunan seyircisi ile buluşmuştur.

Dizi başta Birleşik Arap Emirlikleri olmak üzere, Mısır, Bahreyn, Lübnan ve Suudi Arabistan’da aşırı ilgi görmüştür ki bu ilgi halen devam etmektedir. 13 Ocak 2012 tarihinde MBC4 adlı kanalda Arapça dublaj ile başladı. Her bölüm süresi yaklaşık 2 saat sürmüştür. Yine MBC kanalının yaptığı anketlerde “En İyi Türk Dizisi” ve “En İyi Türk Kadın Oyuncu” (Songül Öden) dallarında başarı kazanmıştır. Makedonya’da ise 28 Nisan 2012 tarihinde yayına başlamıştır. Dizi, her hafta sonu saat 19:50’de, TV5 adlı kanalda Makedon dublaj ile yayımlanmıştır.

“Umutsuz Ev Kadınları” Bulgaristan’da 4 Haziran 2012 tarihinde yayına başlamıştır. Dizi hafta içi her gün 19:45’te Bulgarca dublaj ile Nova TV adlı Bulgar televizyon kanalında süresi 45 dakika olarak yayınlanmıştır. Dizin ilk sezonu Eylül 2012 ortalarında sona ermiştir. Fakat diğer başka bir Bulgar kanalı olan Diema Family kanalı ilk sezonu her hafta sonu 16:00-20:00’da tekrar yayınlanmaya başlamıştır. Arnavutluk’ta ise 2012 yılının Eylül ayında TV Klan adlı kanalda yayınına başlamıştır.

Dizi Sırbistan’da ise ilk yayınına 20 Ocak 2014 tarihinde başlamıştır. Sırp kanalı olan Prva adlı kanalda hafta içi her gün 19:20’de yayınlamaktadır. Aynı yıl içinde Yunanistan’da 14 Temmuz tarihinde Star Channel adlı kanalda, Yunanistan saati ile hafta içi her gün 18:40’ta yayınlanmaya başlamıştır. Dizi Yunanistan’da altyazılı olarak yayınlanmaktadır. Ayrıca haftalık olarak atılan bir Yunan gazete veya dergisi dizinin bölümlerini cd olarak ücretsiz bir şekilde piyasaya sunmuştur.



Görsel 28. Güllerin Savaşı Dizi Afişi

Güllerin Savaşı (2014 – 2016)

Senarist: Sırma Yanık, Melis Civelek

Yönetmen: Emre Kabakuşak

Oyuncular: Damla Sönmez, Barış Kılıç, Canan Ergüder

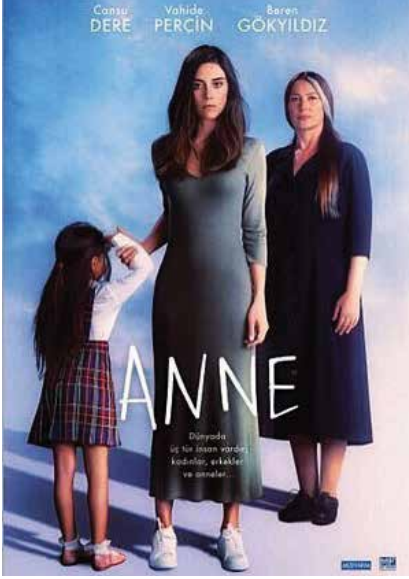
Sezon: 2

Bölüm Sayısı: 68

Yayınlandığı Kanal: Kanal D

İstanbul'un kenar mahallelerinden birinde doğup, mahallenin 'öteki' ucunda, babasının bahçıvanlık yaptığı köşkte büyüyen Gülru'nun (Damla Sönmez), 6 yaşından beri tek bir dileği vardır; büyüyünce köşkün güzeller güzeli kızı Gülfem (Canan Ergüder) gibi olmak.

Güllerin Savaşı 2016 Yılında En Çok İhraç Edilen İkinci Dizi Oldu.



Görsel 29. Anne Dizi Afışı

Senarist: Merve Gür, Berfu Ergenekon

Yönetmen: Merve Girgin Aytekin

Oyuncular: Cansu Dere, Vahide Gördüm, Beren Gökyıldız

Sezon Sayısı: 1

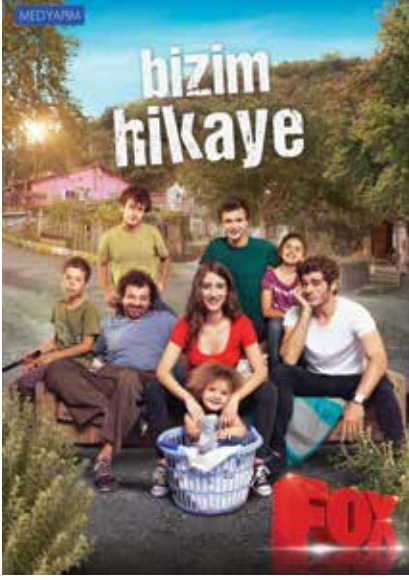
Bölüm Sayısı: 33

Yayımlandığı Kanal: Star TV

Dil: Türkçe

14 ülkede yayınlandı. Japonya, Bosna Hersek, Sırbistan, Karadağ, Bulgaristan, Kolombiya, Kosta Rika, Slovenya, İsrail, Yunanistan, Arnavutluk, Ukrayna, Şili, Peru.

Japon dizisi “Mother”ın uyarlaması “Anne” dizisi annesi tarafından önemsenmeyen ve kötü davranılan 7 yaşındaki Melek’in öğretmeni Zeynep’le anne/kız olma sürecini anlatıyor.



Görsel 30. Bizim Hikaye Dizi Afışı

Bizim Hikaye (2017-2019)

Senarist: Banu Kiremitçi Bozkurt, Hatice Meryem
Dizi “Shameless” (ABD) adlı diziden uyarlanmıştır.

Yönetmen: Serdar Gözelekli

Oyuncular: Hazal Kaya, Burak Deniz, Reha Özcan

Sezon Sayısı: 2

Bölüm Sayısı: 70

Yayımlandığı Kanal: Fox TV

Dil: Türkçe

Şehrin yoksul semtlerinden birinde yaşam mücadelesi veren bir aile ve o ailenin adeta annesi haline gelmiş en büyük çocuğu Filiz’le başlar hikayemiz... Anneleri terk edip gittiğinden beri 5 küçük kardeşine bakan Filiz, alkolik babaları Fikri’ye rağmen ailesine sahip çıkar ve şikayet etmeden hayata sıkı sıkı tutunur



Görsel 31. Kadın Dizi Afifi

Kadın (2017-2020)

Senarist: Hande Altaylı (Japon yapımı “Woman” dan uyarlanmıştır.)

Yönetmen: Merve Girgin Aytekin

Oyuncular: Özge Özpınırçı, Caner Cindoruk, Feyyaz Duman

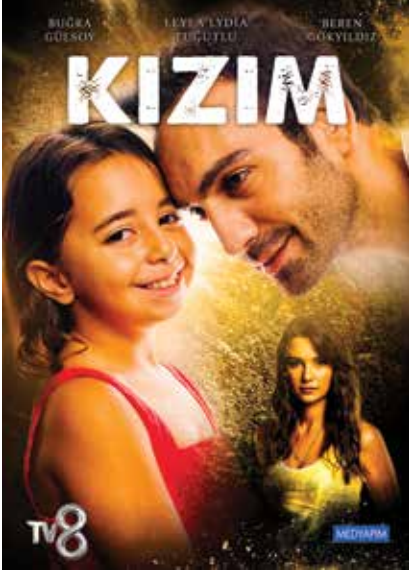
Sezon Sayısı: 3

Bölüm Sayısı: 81

Yayımlandığı Kanal: Fox TV

Dünyada 17 ülkede yayınlandı. İspanya, Hırvatistan, Yunanistan, Romanya, Bulgaristan, Slovakya, Lübnan, İsrail, Kolombiya, Meksika, Ekvador, Porto Riko, Özbekistan, Ukrayna , Etiyopya, Sri Lanka, Arnavutluk

“Kadın”, hayatın içinde iki çocuğunun ağırlığını ve sevgisini yüreğinde coşkuyla taşıyan, onları fakirliğin ve yaşam mücadelesinin içinde güldürmeyi ve hayatın zorluklarına kendini siper ederek korumayı başaran bir annenin, Bahar’ın öyküsü.



Görsel 32. Kızım Dizi Afişi

Kızım (2018-2019)

Senarist: Irmak Bahçeci, Banu Kiremitçi Bozkurt

Yönetmen: Gökçen Usta

Oyuncular: Buğra Gülsoy, Leyla Lydia Tuğutlu, Beren Gökyıldız

Sezon Sayısı: 1

Bölüm Sayısı: 34

Yayınlandığı Kanal: TV 8

Güney Kore dizisi uyarlaması (My Fair Lady -2016)

Konu: Öykü sekiz yaşında, akıllı bir kızdır ve doğduğundan beri teyzesiyle yaşamaktadır. Teyzesi bir gün onu terk edince Öykü babası Demir’i bulur. Demir hayatında sorumluluk almamış, yetimhanede büyümüş bir dolandırıcıdır. Demir dolandırıcılıktan tutuklanır ama Hakim Demir’i kızına bakması şartıyla salıverir. Demir ve ortağı Uğur bir yandan Öykü’den kurtulmaya bir yandan da büyük bir vurgun yapmaya çalışmaktadır

Madd Entertainment’in yaptığı açıklamaya göre “Kızım” dizisinin satışları 20 ülkeyi geçmiş durumda. “Kızım” dizisinin satıldığı ülkeler arasında Güney Asya ve Güney Amerika ülkeleri yoğunluktadır

“Kızım” dizisi: Arnavutluk, Bulgaristan, Gürcistan, Makedonya, Özbekistan, İsrail, Kuzey Irak, Peru, Arjantin, Bolivya, Uruguay, Kosta Rika, Ekvador, Panama, Romanya, Meksika ve Şili gibi ülkelere satılmış durumdadır. Tam olarak dokuz Latin Amerika ülkesine satılan “Kızım” ilk olarak Şili’de izleyiciyle buluşmuştu. Şili’nin Mega kanalıyla yurt dışı yolculuğuna başlayan “Kızım” şu Yunanistan’ın Skai Kanalında yayınlanmıştır



Görsel 33. Yasak Elma Dizi Afışı

Yasak Elma (2018 -)

Senarist: Melis Civelek

Yönetmen: Neslihan Yeşilyurt

Oyuncular: Şevval Sam, Talat Bulut, Eda Ece

Yayınlandığı Kanal: Fox TV

Zeynep (Sevda Erginci) ve Yıldız (Eda Ece) birbirine çok düşkün ama hayalleri birbirinden tamamen farklı olan iki kardeşirler. Yıldız'ın hayatı sosyetenin kraliçesi Ender Argun'la (Şevval Sam) tanışınca değişir. Ender, Yıldız'ı kocası Halit Argun'dan (Talat Bulut) kurtulmak için kullanmaya karar vermiş ve Yıldız'a hayatının teklifini sunmuştur. Yıldız'ın hayatında bunlar olurken, Zeynep'in çalıştığı firma Alihan Taşdemir (Onur Tuna) tarafından satın alınır. Alihan son derece kibirli, ukala, zengin bir iş adamıdır. Zeynep ve Alihan'ın zıtlıkları kısa zamanda bir etkileşime dönüşür.



Görsel 34. Sadakatsiz Dizi Afışı

Sadakatsiz (2020-)

Senarist: Dilara Pamuk, Kemal Hamamcıoğlu

Yönetmen: Neslihan Yeşilyurt

Oyuncular: Cansu Dere, Caner Cindoruk

Yayınlandığı Kanal: Kanal D

“Doctor Foster” (2015) adlı İngiliz dizisinden uyarlanmıştır

“Sadakatsiz” dizisi; AB kategorisinde 11.85 reyting, 27.60 izlenme payı, ABC 1 kategorisinde ise 11.89 reyting, 24.99 izlenme payı ile reytinglerde genellikle ilk sırada yer almaktadır. Günün en çok izlenen yapımı oldu. Dizi Mednova adlı Medyapım’ın kardeş kuruluşuyla ortak olarak üretilmektedir. Yayınlandığı ilk günden itibaren ilgiyle izlenen ‘Sadakatsiz’, sosyal medyada da bir rekora imza atıp 4 milyon erişim aldı. Ekranda olduğu süre boyunca dünya gündeminin üst sıralarda yer alan ‘Sadakatsiz’, Türkiye trend listesinde de birinci sıradaydı.

Bu bölümde Med Yapım’ın kuruluş sürecinden başlayarak bugüne kadar bilhassa dizi sektöründeki faaliyetleri ve bu sektöre hizmet ihracatı bağlamındaki katkıları ele alınmıştır. 1990’ların başında kurulan Med Yapım günümüze kadar çok sayıda dizi, yarışma programı ve sinema filmi üretmiştir. Ulusal çapta başarı kazanan

üretimlerden birçoğu da uluslararası alanda azımsanmayacak başarılar elde etmiştir. Sinema filmleri yurt dışında kısıtlı başarılar elde ederken, ki başarılar daha çok ödül bazlı almaktadır. 2000'li yıllarda dizi sektörü, bazıları sinema geçmişine de sahip rekabetçi ve yenilikçi firmaların da etkisiyle uluslararası alanda eskisine göre daha büyük başarılar elde edilmiştir.

Yurt dışında başarılı olan Türk dizileri incelendiğinde aşk ve melodram ağırlıklı türler göze çarpmaktadır. Tarihi diziler daha azınlıkta kalırken, komedi ağırlıklı dizilerin daha çok ulusal sınırlar içinde kaldığı gözlemlenmektedir. Med Yapım dizilerinde bu tür benzerlikler ön plandadır. Bununla birlikte Güney Kore ve ABD dizilerinden uyarlamalar da söz konusudur. Diziler ortalama 3 sezon kadar sürmektedir. Afişler incelendiğinde erkek karakterler kadar güçlü kadın karakterler de dikkat çekmektedir. Bu bağlamda gerçek hayatta çoğu zaman hak ettiği değeri ya da ilgiyi göremeyen belirli bir kesim için diziler bir anlamda özdeşleşme imkânı da sunmaktadır. Güçlü kadınlar pozitif etki yaratmakta dizilerin teknik kalitesiyle de başarı beraberinde gelmektedir.

Diğer yandan Med Yapım'a ait dizilerin tek bir bölgede değil geniş bir coğrafyada yayınlandığı da görülmektedir. Latin Amerika'dan Ortadoğu'ya, Avrupa'dan Asya'ya kadar 4 kıtada gösterilen Türk dizileri hizmet ihracatı olarak da büyük işleve sahiptir.

SONUÇ

20.yüzyılın en önemli icatlarından biri olan televizyon kısa sürede yaygınlaşmış ve geniş kitlelere ulaşmıştır. Radyo kadar taşınması pratik ya da fiyatı ucuz olmasa da televizyon zamanla kültürün önemli bir parçası olmuştur. ABD başta olmak üzere, birçok gelişmiş Avrupa ülkesi önce ulusal daha sonra uluslararası çapta analog yayınlarla güçlü bir endüstri yaratmışlardır.

Geleneksel yazılı medyayla birlikte ilerleyen televizyon görsel kültürün önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu bağlamda medya çalışmalarının ve iletişim çalışmalarının ana eksenlerinden biri olan televizyon olgusu, popüler kültürün ve kültür endüstrisinin tartışmalı alanları arasındadır.

Bu kitap çalışmasında Türkiye'deki televizyon olgusu, son dönemlerde öne çıkan hizmet ihracatı alanındaki önemli kalemlerinden biri olan dizi ihracatı genel çerçevesinde Med Yapım özelinde ele alınacaktır.

Kronolojik akış bağlamında çalışmada TRT dönemi ele alınmış ve bu dönemdeki diziler incelenmiştir. TRT tekeli bağlamında sadece TRT'nin yayın lisansı olduğu için 1990'lara kadarki televizyon tarihi aynı zamanda TRT tarihidir. Bu dönemde yayınlanan ve ilgi gören çok sayıda dizi bulunmaktadır ancak bu başarı sadece ulusal çapta kalmış ve yurt dışına yönelik bir çaba gösterilmemiştir.

Siyah beyaz ve tek kanallı dönemden renkli ve çok kanallı dönem ele alındıktan sonra sayıları hızla artan özel kanallar tarihsel süreç bağlamında araştırılmıştır. Bu bağlamda özel TRT ile rekabetin bir sonucu olarak agresif bir politikayla farklı içerikler oluşturma yolunu izlemişlerdir. Bu nedenle her ulusal kanalın çok izlenen ve dolayısıyla fazla reklam alan bazı dizileri olmuştur. Bunların yanı sıra bazı paralı / şifreli kanallar da ortaya çıkmış ancak diğer ulusal kanallar kadar uzun ömürlü olamamışlardır.

Kitapta tarihsel sürece değinilirken çeşitli tablolarla dizi uyarlamaları kronolojik olarak verilerek bilgiler görselleştirilerek daha anlaşılır hale getirilmiştir. Tablolarda ayrıca TRT dizileriyle özel kanallardaki dizilerin farkları, uyarlamaların hangi ülke menşei olduğu gibi bilgilerin aynı yanı sıra, yayıncılık alanındaki teknolojik gelişmelere de yer verilmiştir.

Daha önce bahsedilen TRT ile rekabetin sonucu olarak, reklam piyasasının gelişmesi, iletişim araçlarının dijitalleşmesi ve teknolojik yatırımların artmasıyla

diziler büyük bir gelişim göstermiştir. Sezon sayıları ve dizilerin süreleri artmış ve büyük ulusal kanallar iç yapım ve dış yapımlara yönelmiştir.

Dizilerin teknik ve içerik daha kaliteli hale gelmesi, sosyal medyanın giderek yaygınlaşmasıyla yurt dışından da Türk dizilerine talepler gelmeye başlamıştır. Bu bağlamda çoğu İstanbul'da geçen Türk dizileri, başta Arap ülkeleri ve Ortadoğu olmak üzere büyük kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Yakın coğrafyada başlayana dizi hizmet ihracatı zamanla; Asya, Güney Amerika ve Avrupa ülkelerine de yayılmıştır. Söz konusu ihracat yakın zamanda 500 milyona ulaşmıştır. Bu başarı aynı zamanda kısa adı TİM olan Türkiye İhracatçılar Meclisinin de dikkatini çekmiştir. Bu bağlamda çeşitli alanda ticari başarı elde kuruluşlar ödüllendirilmektedir. Dizi ihracatı yapan yapım şirketleri de bu kapsamdadır. Bu şirketler arasında bilhassa Ay Yapım ve Med Yapım öne çıkmaktadır.

Ay Yapım'a ait "Muhteşem Yüzyıl" adlı dizi 70 ayrı ülkeden 500 milyondan fazla kişiye ulaşmıştır. Med Yapım'a ait "Güllerin Savaşı" adlı dizi ise 2016 yılında en çok ihraç edilen dizi olmuştur. 4 bölümden oluşan bu kitap çalışması Med Yapım'la ortaklaşa yapılan bir çalışmadır ve bu alandaki ilk ortak çalışmalar arasında yer almaktadır.

Bu bağlamda 1990'ların başlarından itibaren faaliyete geçen Med Yapım, 2000'lere kadar ulusal çapta başarı kazanırken, daha sonraki dönemlerde uluslararası alanda Med Yapım dizileri gündeme gelmeyi başarmıştır. Kitabın dördüncü ve son bölümünde Med Yapım'a ait 10 dizi ele alınmıştır. 2006-2020 yıllar arasındaki dizilerin bazıları ABD bazıları ise Güney Kore dizilerinden uyarlanmıştır. Dizilerin sezon sayıları değişkenlik göstermektedir. 4 sezon süren dizilerin yanı sıra tek sezon diziler de yayınlanmıştır. Söz konusu diziler başta Arap ülkeleri olmak üzere 30'dan fazla ülkede yayınlanmıştır. Ayrıca Güney Amerika, Asya, Afrika ve Avrupa ülkelerinde de diziler gösterilmektedir. Dizilerde erkek karakterler kadar kadın karakterler de ön plana çıkmaktadır. Diziler; Kanal D, Fox TV, TV8, Star TV ve Show TV gibi çok izlenen ulusal kanallarda yayınlanmıştır.

Dijitalleşmenin giderek arttığı, seyir alışkanlıklarının ve mekanlarının değişim-dönüşüm geçirdiği son dönemlerde köklü film şirketleri ve yapımcılar da zamana uyum sağlama çabası göstermektedir. Yaş gruplarının izleme biçimleri arasındaki giderek keskinleşse de, rekabetin de getirdiği motivasyonla Med Yapım gibi diğer şirketler hem ulusal kanallarının klasik ekranında hem de dijital ortamda

örneklerini sunabilmektedir. Dijital platformlar da artık televizyonları izleme sunmaktadır, ya da tek tek dizileri haftalık ya da sezonluk olarak yayınlama imkanına sahip olabilmektedir.

Türk dizilerinin yurt dışı başarıları ekonomik ve kültürel alanda farkındalık yaratırken, dizilerin gösterildiği coğrafyalarda medya alanında karşılık bulmakta ve aynı zamanda Türk kültürünün taşıyıcısı görevi de üstlenilmektedir. Bununla birlikte Latin Amerika ülkelerindeki Türk dizilerinin başarısı çeşitli akademik çalışmalara da konu olmuştur. Böylece dizi hizmet ihracatı sadece ekonomik katkı sağlamanın dışında kültürel etki anlamında bilimsel ve akademik çalışmaların odak noktası haline gelmektedir.

Elinize aldığınız bu kitap sadece tarihsel süreci incelememekte mevcut durumu da gözler önlerine sererek, akademi sektör işbirliği bağlamında ilk örneklerden biri olmaktadır. Bu çalışmanın ilerideki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

EK1: MEDYAPIM PRODÜKSİYONLARI (1993-2020)

Dizi & Sitcom

2020: Öğretmen

2020: Baraj

2019: Bir Aile Hikayesi

2018: Yasak Elma

2018: Kızım

2018: Bir Litre Gözyaşı (Ortak Yapımcı: MF Yapım)

2017: Kadın (Ortak Yapımcı: MF Yapım)

2017: Bizim Hikaye

2016: Anne - (Ortak Yapımcı: MF Yapım)

2015: Hayat Mucizelere Gebe

2015: Acil Servis

2015: Acil Aşk Aranıyor

2014: Güllerin Savaşı

2013: Fatih

2012: Eve Düşen Yıldırım

2012: Veda

2012: Merhaba Hayat

2012: Adını Feriha Koydum - Emir'in Yolu

2011: Adını Feriha Koydum

2011: Umutsuz Ev Kadınları

2011: Canım Babam

- 2010: Karadağlar
2010: Cuma'ya Kalsa
2009: Biz Evlendik
2009: Kahramanlar
2008: Hayat Güzeldir
2008: Ece
2008: Dedektif Biraderler
2007: Fikrimin İnce Gülü
2007: Kaptan
2007: Üç Tatlı Cadı
2006: Doktorlar
2006: Fırtınalı Aşk
2006: Deli Dolu
2006: İlk Aşkım
2005: Aşk Oyunu
2005: Belalı Baldız
2005: Çat Kapı
2005: Nefes Nefese
2005: Haylaz Babam
2005: El Bebek Gül Bebek
2005: Kanlı Düğün
2005: Yine de Aşığım
2004: Çocuğun Var Derdin Var

2004: Sahra

2004: Ağa Kızı

2004: Evli ve Çocuklu

2004: Sayın Bakanım

2003: A.G.A

2003: Hürrem Sultan

2002: Aslı İle Kerem

2002: Çekirdek Aile

2001: Tatlı Hayat

2001: Oyun İçinde Oyun

2000: Dadı

1998: Ölümün El Yazısı

1997: Bir Umut

1997: Beşi Bir Yerde

1996: Gölgele Uzarken

Sinema Filmleri

2018: Bizim İçin Şampiyon

2019: Bir Aşk İki Hayat

2019: Özgür Dünya

2018: Mahalle

2006: Kısık Ateşte 15 Dakika

2004: Hırsız Var

1999: Ölümün El Yazısı

1996: Usta Beni Öldürsene

1994: Yengeç Sepeti

Yarışmalar

2019: Benimle Söyle

1995: Huysuz Show

1996: Hülya Avşar Show

2013: X Factor (Türkiye)

2000: Kim 500 Milyar İster

1995: Şahane Cumartesi/Pazar

1999: Film Gibi

1995: Teke Tek

2008: Çarkıfelek (yarışma)

2018: Yaşım Kaç?

2018: Şöhret Kafası

2001: Ateş Hattı

2002: Sibel Can - Ata Demirer Show

2003: Popstar (Türkiye)

2004: Serdar Ortaç'la Hep Beraber

2007: Buzda Dans

2008: 50 Sarışın

2013: Ben Buradan Atlarım

- 2010: Çal Kalbimi
- 2009: Evimiz Lokanta
- 2009: Birimiz Hepimiz İçin
- 2009: Ucunda 1 milyon Var
- 2009: Şaşırtmalı
- 2009: Bak Şu Duvara
- 2009: Korolar Çarpışıyor
- 2008: Doğruların Zamanı
- 2008: Can Dostum
- 2008: 50 Sarışın
- 2007: Şarkı Söylemek Lazım (TV yarışması)
- 2007: 1'e Karşı 100
- 2007: Güzel ve Dahi
- 2007: Şarkı Söylemek Lazım (TV yarışması)
- 2006: Anlat Bakalım
- 2006: Kick Boks Modeller Dövüşüyor
- 2006: Bunu Yayında Söyle
- 2006: Sürpriz Teklif
- 2006: Star Avı
- 2006: Showtime
- 2006: Kazan Kazan
- 2005: Bambaşka Biri
- 2005: Nükhet Duru - Cenk Eren

2005: Bülent Ersoy'la Hatırla Bakalım

2005: Ünlüler Kampta

2005: Sahte Gelin/Sahte Damat

2005: Ha Babam De Babam

2005: Beyaz Atlı Prens

2005: Atv'de Ayda Bir

2004: Ünlüler Çiftliği

2004: Türkstar (yarışma)

2004: Bir Yıldız Doğuyor

2004: Gülben'ce Show

2004: Kasa

2004: Televizyon Milleti

2003: Türkiye'nin Yıldızı

2003: Sokaktan Mutfağa

2003: Veto

2003: Güzel ve Çirkin

2003: Arkadaşım İnek

2003: Hokus Pokus Show

2002: Bana Evet De

2002: Eve Doğru

2002: Şaka Gibi

2002: Maksimum Risk

2001: Oyun İçinde Oyun

- 2001: Hepsi Gerçek
2001: Pakize Suda Gündüz Programı
2001: 102 Milyon
1999: Şans Kapıyı Çalınca
1999: Ece Erken Yaz Programı
1999: Başka Yerde Yok
1999: Guinness Rekorlar
1998: Deniz Show
1997: Hande ile Açık Açık
1996: Prizma
1996: Muhteşem İkili
1995: Bülent Ersoy Show
1994: Kırklar Meclisi
1993: Laf Lafı Açıyor
1993: Muhabbet Pınar'ı
1993: Tatil Penceresi
1993: Yarışma ABC

KAYNAKÇA

- 2009'un en çok izlenen kanalı (2010) (2010, Ocak 3). <https://www.milliyet.com.tr/cadde/2009-un-en-cok-izlenen-kanali-1181160> adresinden alındı
- 22 Temmuz 2020 Çarşamba reyting sonuçları: Sen Çal Kapımı, Masterchef Türkiye, Müge Anlı, FOX Haber. (2020, Temmuz 23). Nisan 20, 2021 tarihinde Medya Faresi: <https://www.medyafaresi.com/haber/22-temmuz-2020-carsamba-reyting-sonuclari-sen-cal-kapimi-masterchef-turkiye-muge-anli-fox-haber/945562> adresinden alındı
- Adını Feriha Koydum. (2018). Mart 28, 2021 tarihinde IMDB: <https://www.imdb.com/title/tt1826071/> adresinden alındı
- Akaydın, A. (2014). Değişen Televizyon Platformlarının İzleyiciye Sunduğu Seçenekler. Erciyes İletişim Dergisi, 3 (4), 18-24.
- Aksüt, A. (2011). Kamu Yayıncılığı Açısından TRT Haberciliği, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktan, S. (2020, Nisan 22). Covid-19 salgınında Netflix'e yaklaşık 16 milyon abonelikte rekor artış. Nisan 25, 2021 tarihinde Euronews: <https://tr.euronews.com/2020/04/22/covid-19-salg-n-nda-netflix-e-yaklas-k-16-milyon-abonelikte-rekor-art-s> adresinden alındı
- Alkaya, O. V. (2015, Aralık 12). Kanal D'nin 22 yıllık yayın hayatında gelmiş geçmiş en bomba 30 dizi. Şubat 1, 2021 tarihinde Radikal: <http://www.radikal.com.tr/radikalist/kanal-dnin-22-yillik-yayin-hayatinda-gelmis-gecmis-en-bomba-30-dizi-1254866/> adresinden alındı
- Anadolu Ajansı (2019). (2019, Kasım 9). Türk dizileri ihracat 500 milyon dolara ulaştı. Nisan 20, 2021 tarihinde Ekotrent: <https://ekonomi.haber7.com/ekonomi/haber/2914079-turk-dizileri-ihracat-500-milyon-dolara-ulasti> adresinden alındı
- Aşk-ı Memnu (2020) 30 Kasım 2020 tarihinde <https://www.dizisi.info.tr/ask-i-memnu/> adresinden alınmıştır.
- Aydoğmuş, H. (2014, Aralık 27). Türk Dizileri Neden Tutuluyor. Ocak 27, 2021 tarihinde Aljazeera Türk: <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/turk-dizileri-neden-tutuyor> adresinden alındı
- Aziz, A. (2010). İletişime Giriş. İstanbul: Hiperlink.
- Bizimkiler. (2021). Nisan 25, 2021 tarihinde Sinema Türk: <http://www.sinematurk.com/film/36571-bizimkiler/> adresinden alındı

- Cankaya, Ö., Batur Yamaner, M. (2012). Kitle İletişim Özgürlüğü. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Castells, M. (2013). Ağ Toplumunun Yükselişi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cine5'in Kapatılış Hikayesi. (2016, Nisan 11). Ocak 26, 2021 tarihinde Medya Faresi: <https://www.medyafaresi.com/haber/1993ten-2015e-cine5in-kapatilis-hikayesi/764513> adresinden alındı
- Cine 5 (2021) 19 Mayıs 2021 tarihinde <https://tr.wikipedia.org/wiki/Cine5> adresinden alındı.
- Costa, Caroline (2021) İnfomag Sezon: Sayı1: 2021 Mart-Nisan s.84-85.
- Correa A D. (2020) “Latin Amerikada Türk Dizileri çılgınlığı yaşıyor”
- Le Monde Diplomatique- Cumhuriyet Gazetesi eki, 7 Aralık 2020, sayı:11
-
- Çağıl, F, Masdar Kara, F. (2019). Dijital Dönüşüm Bağlamında Türkiye’de Dizi Sektörü ve Geleceği. ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi, (1), 8-18
- Çalışır, İ. (2016). İnternet Protokolü Televizyon (IPTV) Hizmetinin Yaygınlaşma(ma) Nedenleri: Dünya’da ve Türkiye’de Oyuncuların Çözümlemesi. Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 3 (1) , 31-51
- Çiçek Taksi (2020) 23 Mart 2020 tarihinde <https://tr.pinterest.com/pin/303922674823704229/> adresinden alınmıştır.
- Çukur (2021) 25 Nisan 2021 tarihinde <https://www.dizisi.info.tr> adresinden alınmıştır.
- Deloitte Türkiye (2014). Dünyanın En Renkli Ekranı Türkiye’de Dizi Sektörü Araştırma Raporu, Erişim Adresi: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-media-tv-report.pdf>
- Demirkıran, C., (2008), “Uluslararası Televizyon Yayıncılığının Tarihsel Gelişim Süreci: Fransa TV5 MONDE ile Türkiye TRT-INT ve TRT TÜRK Karşılaştırmalı İncelemesi”, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Deniz, A. Ç. (2010). Gümüş Dizisinin Arap Kamuoyuna Etkileri Bir Sosyal Medya İncelemesi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3 (1), 50-67.
- Dixit, A., Marthoenis, M., Arafat, S. M. Y., Sharma, P., & Kar, S. K. (2020). Binge Watching Behavior During COVID 19 Pandemic: A Cross-Sectional, Cross-National Online Survey. Psychiatry Research, 289

- Dizi İhracatı, O Sektöre de Yaradı. (2019, Kasım 4). Nisan 15 2021 tarihinde Kanal Finans: <https://kanalfinans.com/haberler/turk-dizilerine-yasak-turkiyenin-dizi-ihracati-ne-kadar> adresinden alındı
- Doktorlar. (2021). Mart 25, 2021 tarihinde Beyazperde.com: <https://www.beyazperde.com/diziler/dizi-9733/> adresinden alındı
- Ekmek Teknesi. (2021). Mart 11, 2021 tarihinde Beyazperde.com: <https://www.beyazperde.com/diziler/dizi-9915/> adresinden alındı
- Cennet Mahallesi. (2021). Şubat 20, 2021 tarihinde Sinemalar.com: <https://www.sinemalar.com/dizi/134799/cennet-mahallesi> adresinden alındı
- Erdoğan, Y., Ekşi, H., Tektaş, A. (2012). Medya ve Şiddet: Mafya Dizileri Üzerine Karma Bir Araştırma. Değerler Eğitimi Dergisi, 10 (23), 83-116
- Erjem, Y., Çağlayandereli, M. (2006). Televizyon ve Gençlik: Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 30 (1), 15-30
- Erol, E. G. (2019). Bir Çerçeve Bin Dünya: Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı Üzerine Okumalar, İstanbul: Hiperlink.
- Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz fragmanı rekor kırdı. (2015, Haziran 21). Nisan 20, 2021 tarihinde Milliyet: <https://www.milliyet.com.tr/gundem/eskiya-dunyaya-hukumdar-olmaz-fragmani-rekor-kirdi-izle-2076964> adresinden alındı
- Eyüboğlu, A. (2015, Temmuz 14). Nihat Hatipoğlu niye çok izleniyor? Mart 15, 2021 tarihinde Milliyet: <https://www.milliyet.com.tr/cadde/ali-eyuboglu/nihat-hatipoglu-niye-cok-izleniyor-2087861> adresinden alındı
- Fatih Aksoy Röportajı, (2019). Episode, 2 Aylık Dizi Kültürü Dergisi, Sayı 13
- Fi Dizisi (2017) 25 Şubat 2021 tarihinde <https://www.haber7.com/medya/haber/2507230-fi-ci-kesin-final-tarihi-belli-oldu-mu-fi-ci-ne-zaman-bitiyor> adresinden alınmıştır.
- Güngör, N. (2016). İletişim Kuramlar-Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hayat Bilgisi. (2021). Mart 16, 2021 tarihinde Beyazperde.com: <https://www.beyazperde.com/diziler/dizi-10246/> adresinden alındı
- Hercai’den bir rekor daha! ATV dizisi Hercai dijitalde de birinci oldu! . (2020, Nisan 1). Nisan 21, 2021 tarihinde Sabah Günaydın: <https://www.sabah.com.tr/magazin/2020/01/04/hercaiden-bir-rekor-daha-atv-dizisi-hercai-digitalde-de-birinci-oldu> adresinden alındı
- İçel, K. (2018). Kitle İletişim Hukuku. İstanbul: Beta Yayınevi.

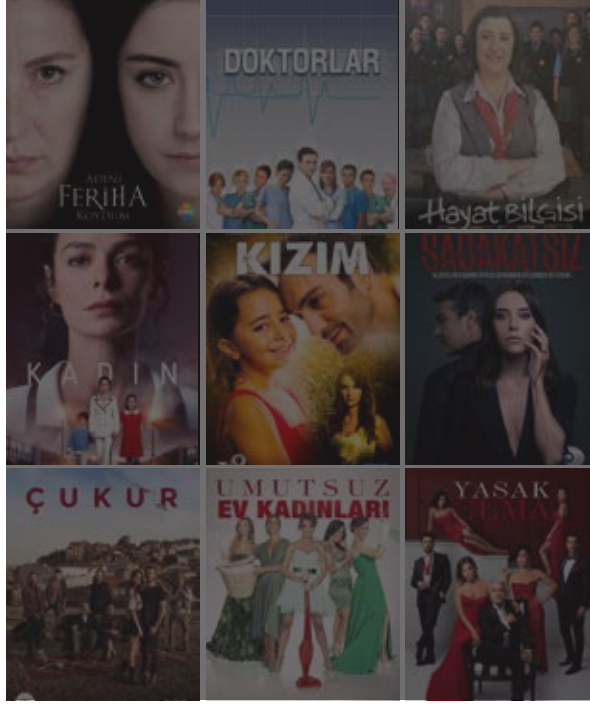
- İhracat Rakamları (2021) 6 Mayıs tarihinde <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari> adresinden alınmıştır.
- İlhan, V. (2010). Medya ve Gençlik: 15-24 Yaş Arası Gençlerin Televizyon Dizilerini İzleme Pratiklerindeki Dönüşüm, Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- İrvan, S. (1997), Dış Politika ve Basın: Türk Basınındaki Dış Politika Haberlerinin Gündem Belirleme Yaklaşımı Açısından Çözümlemesi, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kale, F. (2019). TRT Yerli Edebiyat Uyarlamaları 1968-2015, TRT Akademi Geçmişten Günümüze Televizyon Yayıncılığı, 4 (7), 126-147.
- Kanal 6 (2021) 5 Mayıs 2021 tarihinde https://tr.wikipedia.org/wiki/Kanal_6 adresinde alındı.
- Kapsal, H. (2012). Son Dönem Türk Dizilerinde Kadının Toplumsal Kimliğinin “Değişimi”, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kars, N. (1996). Televizyonda Sermaye ve Haber, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, 11, Ankara.
- Kavi, A. N. (2019). Televizyonda Yayınlanan İnternet Dizileri Üzerine Bir İnceleme: Fi Dizisi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kırhan, A. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Tematik Televizyon Kanal Tercihleri Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı-Sosyal Öğrenme Kuramı Çerçevesinde Maltepe Üniversitesi'nde Bir Çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Kömürcü, S. & Oter, Z. (2013). Türkiye'nin destinasyon pazarlamasında dizi ve filmlerin rolü. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, 43, 15-19
- Kurtlar Vadisi. (2021). Şubat 22, 2021 tarihinde Sinemalar.com: <https://www.google.com/search?q=sinemalar+kurtlar+vadisi&coq=sinemalar+kurtlar+vadisi&aqs=chrome..69i57j0i22i30.5667j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8> adresinden alındı
- Kuyucu, M. (2020). Televizyon Mecrasında Reyting Sorunsalı: Türkiye'de Yayın Yapan TV Kanallarının İzlenme Oranlarının Ölçülenmesinde İletişim Eğitimi Alan Gençlerin Gözünde Yaşanan Aksaklıklar ve Bu Aksaklıklara Yönelik Çözüm Önerileri. USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi 2(4), 754-780.

- Mattelart, A. (2001), İletişimin Dünyasallaşması, İstanbul: İletişim Yayınları.
- McLuhan, M. 1962. Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man, University of Toronto Press, Canada. Medyapım. (2021). Mayıs 2021, <https://www.medyapim.com/> adresinden alındı
- Messi'nin Kara Para Aşk dizisi hayranı olduğu ortaya çıktı (Kara Para Aşk hakkında bilmeniz gerekenler). (2018, Mayıs 31). Nisan 20 2021 tarihinde NTV: <https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/messin-kara-para-ask-dizisi-hayrani-oldugu-ortaya-cikti-kara-para-ask-hakkinda,T1KVg-xJvk6nAFDuyWaeuQ> adresinden alındı
- Muhteşem Yüzyıl. (2021). Mart 20, 2021 tarihinde Beyazperde.com: <https://www.beyazperde.com/diziler/dizi-9820/> adresinden alındı
- Mutlu, E. (1999). Televizyon ve Toplum, Ankara: TRT Kurumu Yayınları.
- Müge Anlı Ekranlara Dönüş Yaptı. (2020, Ağustos 25). Nisan 20, 2021 tarihinde Medya Radar: <https://www.medyaradar.com/muge-anli-ekranlara-donus-yapti-reyting-tablosu-karisti-haberi-2032193> adresinden alındı.
- Oskay, Ünsal (2000a). XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım. İstanbul: Der Yayınevi.
- Özbek, C. (2020, Mart 27). Dizi sektöründe koronavirüs ikilemi. Nisan 11, 2021 tarihinde DW: <https://www.dw.com/tr/dizi-sekt%C3%B6r%C3%BCnde-koronavir%C3%BCs-ikilemi/a-52942456> adresinden alındı.
- Özçağlayan, M. (2000). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi, Selçuk İletişim, 1 (2), 41-52.
- Öztürk, Ş. (2013). Özel Televizyon Kanallarının Türk Haberciliğine Etkisi. Selçuk İletişim, 3 (2), 97-112.
- Perihan Abla. (2021). Şubat 21, 2021 tarihinde Sinemalar.com: <https://www.sinemalar.com/dizi/8573/perihan-abla> adresinden alındı
- Pis Yedili. (2021). Şubat 21, 2021 tarihinde IMDB: <https://www.imdb.com/title/tt3467416/> adresinden alındı
- Reyting Nedir Nasıl Ölçülüyor. (2017, Ağustos 29). Mayıs 2, 2021 tarihinde Dünya Atlası: [https://www.dunyaatlas.com/reyting-nedir-nasil-olculuyor/#:~:text=Reyting%20%C3%B6l%C3%A7%C3%BCm%C3%BC%20%C3%B6zetle%20%C5%9F%C3%B6yle%20yap%C4%B1%C4%B1yor,izleyici%20%C3%B6l%C3%A7er\)%20denilen%20cihazlar%20tak%C4%B1%C4%B1yor](https://www.dunyaatlas.com/reyting-nedir-nasil-olculuyor/#:~:text=Reyting%20%C3%B6l%C3%A7%C3%BCm%C3%BC%20%C3%B6zetle%20%C5%9F%C3%B6yle%20yap%C4%B1%C4%B1yor,izleyici%20%C3%B6l%C3%A7er)%20denilen%20cihazlar%20tak%C4%B1%C4%B1yor) adresinden alındı

- Sadakaoğlu, M. C., Vatansever, Ö., Bayrak, T. (2019). Değişen Politik, Ekonomik ve Kültürel Yapıyı Televizyon Temsilleri Üzerinden İncelemek: Bizimkiler ve Ufak Tefek Cinayetler TV Dizileri Örneği, Bir Çerçeve Bin Dünya: Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı Üzerine Okumalar içinde (E. Gülbuğ Erol), İstanbul: Hiperlink.
- Sekmeç, A. C. (2012). Türk Televizyon Dizileri 1974-2011, Antalya: Aksav Yayınları.
- Show TV Bakın Kimin Oldu? (2014, Temmuz 19). Şubat 20, 2021 tarihinde Memleket: <https://www.memleket.com.tr/show-tv-bakin-kimin-oldu-show-tv-satildi-mi-424038h.htm> adresinden alındı
- Show TV yayın akışı (21 Şubat Salı). (2017, Şubat 21). Şubat 15, 2021 tarihinde haber50.com: <https://www.haber50.com/genel/show-tv-yayin-akisi-21-subat-sali-2-h177143.html> adresinden alındı
- Show TV'de Bugün Neler Var? (26 Kasım Cumartesi Show TV Yayın Akışı). (2016, Kasım 26). Şubat 18, 2021 tarihinde haberler.com: <https://www.haberler.com/show-tv-de-bugun-neler-var-26-kasim-cumartesi-8999540-haberi/> adresinden alındı
- Show TV (2021) 14 Mart 2021 tarihinde https://tr.wikipedia.org/wiki/Show_TV adresinden alındı.
- Suskunlar (2021) 14 Mayıs 2021 tarihinde [cinedb.com.tr](https://www.cinedb.com.tr) adresinden alındı
- Storey, J. (2000). Popüler Kültür Çalışmaları. İstanbul: Babil.
- Süper Baba (2020) 21 Nisan 2021 tarihinde https://tr.wikipedia.org/wiki/Süper_Baba adresinden alınmıştır.
- Tarihe Geçti (2010) 4 Nisan 2021 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/cadde/tarihe-gecti-1255466> adresinden alınmıştır.
- Tarihçe 2021 <https://www.trt.net.tr/Kurumsal/tarihce.aspx>
- Taşçı, O. ve Tekcan, T. A. ve Sunar. K. (t.y.). İletişim Teknolojilerindeki Gelişmelerde IPTV'nin rolü Televizyon Endüstrisi ve Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri.
- Tatlı Hayat. (2021). Mart 26, 2021 tarihinde Beyaz Perde: <https://www.beyazperde.com/diziler/dizi-9924/> adresinden alındı
- Tekcan A. T., Kahramanoğlu G., Yatır M. N., Kirişken B., Gündüzalp M. (2011). Saha Geri Dönüş Oranını AR-GE Aşamasında İndikatör ile Tahmin Etme Yöntemi, EMO Bilimsel Dergi, 1 (2), 67-74.

- Teleon. (2021, Mart 2021). Nisan 24 2021 tarihinde Wikipedia: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Teleon> adresinden alındı .
- Teleon 2020 <https://tr.wikipedia.org/wiki/Teleon>
- TİAK. (2021, Nisan). TİAK. Mayıs 3, 2021 tarihinde Televizyon İzleme Araştırmaları: <http://tiak.com.tr/tablolara> adresinden alındı
- TİAK. (2021, Şubat). TİAK A.Ş. Veri Tabanı Araştırması (VTA). Nisan 28, 2021 tarihinde Televizyon İzleme Araştırmaları: <http://tiak.com.tr/tv-izleme-olcumu/tiak-as-veri-tabani-arastirmasi-vta> adresinden alındı
- TİAK. (2021, Mayıs). TİAK. Dünyada Televizyon İzleme Ölçümü. Mayıs 21, 2021 tarihinde Dünyada Televizyon İzleme Ölçümü: <http://tiak.com.tr/tv-izleme-olcumu> adresinden alındı.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. (2021). Mart 22, 2021 tarihinde tbmm.com: https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tc_anayasasi.maddeler?p3=26 adresinden alındı
- Türkiye'nin en itibarlı iş ortakları B2B Marketing & Management Summit'te açıklanacak. (2020, Kasım 8). Mayıs 2, 2021 tarihinde Marketing Türkiye: <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/turkiyenin-en-itibarli-is-ortaklari-b2b-marketing-management-summitte-aciklanacak/> adresinden alındı
- Ufak Tefek Cinayetler. (2017). Mayıs 3, 2021 tarihinde Cinematerial: <https://www.cinematerial.com/tv/ufak-tefek-cinayetler-i7535994> adresinden alındı
- UPA-Admin. (2020, Eylül 9). Uluslararası Politika Akademisi. Ocak 21, 2021 tarihinde http://politikaakademisi.org/2020/09/09/turk-dizileri-ve-turkiyeye-katkilari/#_ftn19 adresinden alındı
- Uştuk, H. (2019, Kasım 11). ABD'den sonra en fazla dizi ihraç eden ülke Türkiye. Ocak 28, 2021 tarihinde Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524> adresinden alındı
- Üzel, A. (2019, Haziran 11). Aşk-ı Memnu, nasıl her seferinde hepimizi ekrana kilitliyor? Mayıs 1, 2021 tarihinde Milliyet: <https://www.milliyet.com.tr/ask-i-memnu--nasil-her-seferinde-hepimizi-ekrana-kilitliyor--molatik-12106/?Sayfa=5> adresinden alındı
- Yaprak Dökümü. (2021). Mart 20, 2021 tarihinde Beyazperde.com: <https://www.beyazperde.com/diziler/dizi-9547/> adresinden alındı

- Yayıncı Künye Bilgisi. (2021). Mart 20, 2021 tarihinde Show TV: <https://www.showtv.com.tr/kunye> adresinden alındı
- Yengin, H. (1994). Ekranın Büyüsü: Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar, İstanbul: Der Yayınevi.
- Yengin, D., Bayrak, T. (2018). Film Çalışmaları, İstanbul: Der Yayınevi.
- Zaman Kullanımı Araştırması. (2021). Nisan 21, 2021 tarihinde TÜİK: <https://www.tuik.gov.tr/media/microdata/pdf/zaman-kullanimi-arastirmasi.pdf> adresinden alındı



TÜRKİYE'DE DİZİ SEKTÖRÜ
VE DIŞ SATIM OLANAKLARI:
MEDYAPIM ÖRNEĞİ

OKAN ORMANLI / ÖZLEM VATANSEVER



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
YAYINLARI

