

TÜRKİYE'DE TELEVİZYON DİZİSİ SEKTÖRÜ

TELEVISION SERIES INDUSTRY IN TURKEY

M. Mete DOĞANAY* 

M. Konuralp AKTAŞ** 

Öz

Bu çalışmanın temel amacı Türkiye'de önemli bir iletişim ve eğlence aracı olarak kabul edilen televizyon yayınlarının en çok izlenen ikinci program türü olan dizi filmlerini yapımcılık açısından incelemektir. Bu amaçla dizi sektörü temsilcileri ile görüşmeler yapılmış ve konu ile ilgili birçok kaynak incelenmiştir. Türkiye'de dizi sektörü 2010'lu yılların ilk yarısında önemli bir gelişme göstermiş ve ihracat rakamları önemli ölçüde artmıştır. Türk televizyon dizilerini diğer ülkelerin dizilerinden ayıran önemli farklar olarak, dizilerin yapım kalitelerinin yüksek olması, duyguları çok iyi yansıtması, çoğunlukla melodram türü olmakla beraber hikâyelerinin ve sunumlarının diğer ülke melodramlarından farklı olması, seyircinin merakını canlı tutan olaylar zinciri üzerine kurulması, oyunların fiziki özellikleri ile oyunculuk yetenekleri, çekimlerim değişik ve ilgi çeken mekânlarda gerçekleştirilmesi ve özellikle müziklerinin etkileyici olması değerlendirilebilir. Türk dizi film sektörü çok önemli aşamalar kaydetmiş ve günümüzde dünyaca tanınmış bir sektör haline gelmiştir. Sektörün kendini etkileyen tüm gelişmeleri gözeterak bir strateji oluşturması ve bu stratejiye göre hareket etmesi bundan sonraki başarılarını devam ettirmesi için önem arz etmektedir. Şimdiye kadar elde ettiği başarılar sektörün bunu yapabileceğinin en önemli kanıtıdır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon programları, Televizyon dizileri, Türk dizileri, Dizi sektörü, Dizi ihracatı.

Abstract

The main purpose of this study is to examine TV series, considered as an important communication and entertainment tool in Turkey, which are the second most watched program type of television broadcasts in terms of production. For this purpose, interviews were held with representatives of the TV series sector and also many sources related to the topic were examined. The TV series industry in Turkey has shown a significant

* Çankaya Üniversitesi, İşletme, mdoganay@cankaya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5735-7014

** Ankara Hacı Bayram Üniversitesi, RTS, konuralp.aktas@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7521-6859

development in the first half of the 2010s and the export figures have increased significantly. There are some important differences that distinguish Turkish TV series from the series of other countries; the production quality of the series is high, they reflect the emotions very well, the stories and presentations are different from the melodramas of other countries, although they are mostly melodrama, they are established on the chain of events that keep the audience's curiosity alive, the physical characteristics of the plays and the talents of the actors are impressive, different and interesting places are used in shooting and especially their music is catchy. The Turkish TV series industry has made significant progress and has become a world-renowned industry today. It is important for the sector to create a strategy by considering all the developments that affect it and to act according to this strategy in order to continue its successes from now on. The achievements it has gained so far are the most important proof that the industry can do this.

Keywords: Television programs, Television series, Turkish TV series, TV series industry, TV series export.

1. Giriş

Televizyon günümüzde insanların en önemli haber alma ve eğlence kaynağı olarak önemini korumaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından son yapılan araştırmaya göre Türkiye'de günlük ortalama televizyon izleme süresi 3 saat 34 dakikadır (RTÜK, 2018). Bu oldukça önemli bir süreye karşılık gelmekte olup televizyon yayınlarının insanların yaşamlarındaki önemine işaret etmektedir. Televizyon sektörü, temel olarak, yayıncılar ve yapımcılardan oluşur. Bunların dışında cast ajansları, post prodüksiyon firmaları gibi destekleyici kuruluşlar da vardır.

Yapım firmaları yayıncılar için televizyon programlarını üretmektedirler. Televizyonda program türleri geniş bir yelpazeye yayılmakla birlikte zaman içerisinde türlerin melezleşmesi ve yeni program türlerinin ortaya çıkması söz konusu olmuştur. Türkiye'de televizyon yayıncılığı uzun yıllar kamu hizmeti yayıncılığı şeklinde devam ederken radyo-televizyon mevzuatı ve anayasada yapılan değişikliklerle tecimsel yayıncılığın başlaması yani sermaye gruplarının da radyo ve televizyon sahibi olması için yapılan düzenlemelerle tecimsel televizyonlarda program türleri ciddi bir değişim göstermiştir. En çok izleyici çeken tür olan televizyon dramalarının yapımı için ciddi bütçeler ayrılmıştır. Dolayısıyla televizyon dramalarının kalitesi artmıştır (Özmen, 2013, ss.16-18). Televizyon programları arasında filmleri, dizileri, haberler ve haber programlarını, eğlence programlarını, yarışma programlarını, spor programlarını, açık oturum ve tartışma programlarını, belgeselleri, çocuk programlarını, magazin programlarını ve diğer çeşitli programları sayabiliriz. Yapım şirketleri bu program türlerinden hepsini yapmakla beraber Türkiye'de televizyon yapımcılığı denilince akla diziler gelmektedir. Diğer programları yayıncılar ya kendileri yapmakta veya bu konuda uzmanlaşmış yapım şirketlerine yaptırmaktadırlar. Program türlerine göre uzmanlaşmış yapım şirketleri yapımlarını anlaştıkları televizyon kanallarına sözleşme yaparak satmaktadırlar.

Yukarıda da ifade edildiği gibi, televizyon yapım şirketleri her türlü programı yapıp televizyon kanallarına satmakla beraber, Türkiye'de diziler öne çıkmaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından yapılan son araştırma, Türkiye'deki televizyon izleyicilerinin tercih ettiği ilk üç program türünün sırasıyla haber programları, yerli diziler ve spor programları olduğunu ortaya

koymuştur. Dolayısıyla diziler hem televizyon yayıncılığında hem de televizyon program yapımcılığında çok önemli bir yere sahiptir. Günümüzde Türkiye’de yaşayan insanların temel eğlence aracının televizyon dizileri olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Türkiye’de diğer eğlence araçları olan sinema, tiyatro, canlı konserler, opera, bale vb. izlenme oranları televizyon dizilerine kıyasla oldukça düşük seviyededir. Hemen hemen tüm ulusal kanallarda, akşam haberlerinden sonraki prime time’de gösterime giren en önemli yapımlar yerli dizilerdir. Türk yapımcılar tarafından üretilen televizyon dizileri Türkiye sınırlarını da aşmış ve yurt dışında da önemli bir seyirci kitlesinin ilgisini çekmiştir.

Televizyon dizileri Türkiye’de olduğu gibi diğer ülkelerde de beğeniyle izlenen önemli bir eğlence aracıdır. Bunun yanında dizilerin yapımcı ülkenin kültürünü ve coğrafyasını tanıtmaya yönelik önemli katkıları da bulunmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de önemli bir iletişim ve eğlence aracı olan televizyon yayınlarının en çok izlenen ikinci program türü olan dizi filmleri yapımcılık açısından incelemektir. Bu amaçla sektör temsilcileri ile görüşmeler yapılmış ve konu ile ilgili birçok kaynak incelenmiştir.

2. Dünya’da Televizyon Dizileri

Türkiye televizyonla daha geç yıllarda tanışmış olmasına rağmen televizyon yayıncılığı Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde çok daha erken yıllarda başlamıştır. Televizyon dizilerinin ABD’de popüler olması 1950’li yıllara uzanmaktadır. Bu yıllarda ABD’de temel ev eğlence aracı olan radyonun yerini önemli ölçüde televizyon almaya başlamış ve diziler de televizyonda en çok izlenen yapımlar olmaya başlamıştır. ABD’de televizyon yayıncılığı, Avrupa’nın aksine kamu yayıncılarının değil fakat özel sektör şirketi olarak faaliyet gösteren yayıncıların faaliyetleri sonucunda başlamış ve ilerlemiştir.

ABD’de, söz konusu yıllarda dizileri değişik kategorilerde toplamak mümkündür. Bunlardan ilki ünlü edebiyat eserlerinden uyarlanan televizyon dizileridir. Bunların dışında, diğer bir eğlence aracı olan radyoda, radyo tiyatrosu şeklinde yayımlanan yapımlar da televizyona uyarlanarak dizi şeklinde yayımlanmıştır. Bunlar dizilerin ilk türlerini oluşturmuş ve 1950’li yılların başlarında yayımlanmıştır. Ancak bu ilk nesil televiyon dizilerinin estetik kalitesi vasat düzeyde olup bazıları ise her yönden oldukça düşük kalitedeydi. Bunların diğer bir özelliği ise bant kayıtlarının yapılmayıp canlı olarak yayımlanmaları idi. Bu diziler tiyatronun televizyona uyarlanmış şekli olup ABD’de tiyatronun merkezi olan New York’tan yayımlanmaktaydılar. Ancak bu kategorilerden sonra, yine 1950’li yıllarda, televizyon dizilerinin izleyiciler tarafından en çok beğenilen türü olan Sitcomlar (situation comedy) yayımlanmaya başladı. Sitcomlar çoğunlukla bir evin günlük olarak kullanılan oturma odasında geçmekte ve bir ailenin günlük yaşamını ve karşılaştığı konuları mizahi bir anlatımla ele almaktaydı. Sitcomlar’ın televizyon programlarında odak haline gelmesi 1951 yılında gösterime giren “I love Lucy” ile başlar. Bu dizinin önemli özelliklerinden birisi her bir bölümde aynı karakterlerle ayrı bir hikâyenin işlenmesi, diğeri ise New York yerine Hollywood’da çekilmesidir. Diğer dizilerden farklı olarak “I love Lucy” canlı olarak yayımlanmayıp bir film gibi bant çekimi yapılmıştır. Dizinin tutmasıyla, televizyon yapımcılığına uzak duran Hollywood şirketleri de bu alana girmeye başlamıştır. “I

love Lucy” seyirci tarafından büyük beğeni ile izlenmiş ve diğer yapımcılar için bir standart oluşturmuştur (Allen, 2019).

ABD’de 1950’li yılların ikinci yarısından itibaren farklı türde diziler de çekilmeye başlamıştır. Artık diziler New York’taki mekânlardan canlı olarak yayımlanmamakta fakat stüdyolarda çekilerek bant kayıtları yapılmaktaydı. Bu türler arasında Western olarak adlandırılan (Türkiye’de kovboy filmi olarak isimlendirilmektedir) diziler de yapılmıştır. Bunlardan en çok bilinenleri 1955 yılında yayına giren “Gunsmoke”, 1957 yılında yayına giren “The Gun-Will Travel” ve 1959 yılında yayına başlayan ve 1970’li yıllarda Türkiye’de de gösterilen Bonanza’dır. Diğer bir tür ise Türkiye’de pembe dizi olarak alandırılan melodramlardır. Bunların dışında, bir çizgi roman kahramanı olan Superman’in maceraları da 1952 yılında yayımlanmaya başlayan “Adventures of Superman” isimli dizi ile televizyon ekranlarına taşınmıştır. Ayrıca 1950’li yıllarda polisiye diziler de televizyon kanallarında gösterime girmiştir. Bu yıllarda “The Twilight Zone” gibi bilim kurgu türü diziler de ekranlarda yer almıştır. Ancak sitcomlar en çok çekilen ve en fazla seyirci ilgisini çeken dizi türü olmuştur. Yukarıda da ifade edildiği gibi, ABD’de televizyon yayıncılığı özel sektör kuruluşları tarafından yapıldığından ve bu hizmeti sunan birden fazla televizyon kanalı bulunduğundan, kanallar arası rekabetin dizi çeşitliliği ve kalitesi üzerinde önemli bir etkisi olmuştur.

1960’lı yıllara gelindiğinde ise, ABD’de sonraki yıllarda Türkiye’de de gösterilen meşhur diziler yayına girmiştir. Bunlar arasında, 1966 yılında yayımlanmaya başlayan “Bewitched” (Tatlı Cadı), aynı yıl yayımlanmaya başlayan “Mission: Impossible” (Görevimiz Tehlike), yine aynı yıl yayımlanmaya başlayan “Star Trek” (Uzay Yolu) gösterilebilir. 1960’lı yıllarda ABD’de, medikal dramalar da (hastanede doktorlar ve hastalar çevresinde gelişen olayları işleyen) televizyon dizi türleri içindeki yerlerini almaya başlamıştır. Medikal dramaların ilk örnekleri arasında Türkiye’de de gösterilen ve yayımına 1961 yılında başlanan “Ben Casey (Doktorlar)”, yine Türkiye’de de gösterilen ve ABD’de yayımına 1963 yılında başlanan “Breaking Point” dizileri sayılabilir. 1978 yılında yayına başlayan ve tüm Dünyada izlenen “Dallas” dizisi de ABD dizi yapımcılığı sektörünün önemli başarılarından. ABD televizyon yapımcılığı sektöründe dizi filmler günümüze kadar önemini korumuştur. ABD televizyon yapımcılığının diğer bir özelliği ise dizi filmlerin gösterim haklarının birçok ülkeye satılması (dizi ihracı olarak da ifade edilebilir) ve bu ülkelerdeki yayıncılar tarafından da yayına sokulmasıdır. Günümüzde de ABD’de tüm dizi türleri çekilmekte olup bu diziler, yukarıda da belirtildiği gibi, birçok ülkede izlenmektedir.

Avrupa’da ise televizyon yayıncılığı kamu kurumları tarafından başlatılmış ve geliştirilmiştir (örneğin: İngiltere’de BBC, Almanya’da ZDF, İtalya’da RAI, Fransa’da ORTF). Bu nedenle Avrupa’da kamu kanalları rekabete maruz kalmamışlar ve reyting bu kanallar için önemsiz bir unsur olmuştur. Birden fazla kanalın yayın hayatına başlaması da bir rekabet getirmemiştir. Çünkü bu kanallar da aynı kamu yayın kuruluşu tarafından açılmıştır (örneğin BBC2). Buradaki bir istisna İngiltere’dir. İngiltere’de, 1955 yılında, BBC’ye rakip olması için bağımsız bir televizyon kuruluşu olan ITV kurulmuştur. ITV’de 1960 yılında yayına giren, Manchester’de işçilerin günlük yaşamlarını konu alan ve İngiltere’de en uzun süre yayında kalan “Coronation Street” Avrupadaki drama türü dizilere

verilebilecek en erken örnektir. Yine bu kanalda 1961 yılında yayına giren ve Türkiye’de Tatlı Sert adı ile yayımlanan “Avangers” dizisi de Avrupada macera türü dizilerin en erken örneklerindedir. Bunların dışında, Avrupada uzun süre canlı olarak yayımlanan tiyatral dramalar başat televizyon programlarını oluşturmuştur. Bunlara televizyon tiyatrosu da denebilir. Bununla beraber İngiltere’de az bölümlü diziler de yayına girmiştir. Avrupa televizyonlarındaki diziler genellikle polisiye diziler şeklinde gelişmiştir. Bunun yanında tarihi olayları işleyen erken dönem dizileri de vardır. Bunlara örnek olarak Türkiye’de de gösterilen ve İngiltere’de ITV kanalında 1959 yılında yayına giren “Ivanhoe”, yine ITV’de 1955 yılında yayına giren “The Adventures of Robin Hood” gösterilebilir. Avrupa televizyonlarında diğer program türleri (belgeseller, tarihe yönelik programlar, haber programları vb.) dizilerden daha fazla yer almıştır. İngiltere’de ise diziler, yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı gibi, ana kanal olan kamu kanalında değil fakat özel kanalda yayımlanmıştır. Buradan da görüleceği gibi Avrupadaki kamu yayıncılığı eğlenceden çok eğitici ve bilgilendirici yapımlara yönelmiştir.

1980 ve 1990’larda, Avrupada kamu yayıncılığının tekeli son bulmuş ve özel kanallar yayın hayatına başlamıştır. Bu durum televizyon yayıncılığında rekabetin doğmasına neden olmuştur. Burada Amerikan program ve formatları piyasada en popüler ve beğenilen yapımları oluşturmuştur. Avrupada diğer program türlerinde yerel yapımlar tercih edilmekle beraber televizyon dizilerini de kapsayan kurmaca yapımlar ve eğlence programlarında Amerikan yapımları ve formatları öne çıkarak en çok izlenen yayınları oluşturmuştur. Avrupa kanallarında 1980’li yıllarla beraber ailelerin Avrupa tarihinin önemli aşamalarında (örneğin 2’inci Dünya Savaşı, orta çağ Fransa’sı vb.) yaşadıkları olayları konu edinen kısıtlı bölümlü mini diziler yayına girmiş ve beğeniyle izlenmiştir. Bu mini dizilerde Avrupalılar kendilerinden birşeyler bulmuşlardır. Ayrıca önemli edebi eserlerden uyarlamalar da (örneğin Monte Cristo Kontu) dizi şeklinde Avrupa televizyon kanallarında yayına girmiştir. Melodram türü diziler Avrupalı yapımcılar tarafından fazla tercih edilmemiştir. Bu tür yapımlar Avrupadaki yapımcılar tarafından küçümsenmiştir. Bu arada “Rome” ve “Tudor” gibi ABD/İngiliz ortak yapımı tarihi diziler de çekilmiştir. Bazı Avrupa kanallarındaki diziler ise Amerikan dizilerinden uyarlamalar olarak ortaya çıkmıştır (Bignell & Fickers, 2008). Buradan da anlaşılacağı gibi, dizi film yapımcılığında Avrupa Amerika’nın oldukça gerisinde kalmıştır. Bununla beraber İngiltere Avrupada dizi yapımcılığında başı çekmektedir. İngiliz yapımcıları tarafından çekilen diziler de Dünya’nın birçok ülkesinde beğeni ile izlenmektedir. Bunlara örnek olarak, “Sherlock”, bir drama olan ve ABD PBS kanalı tarafından da desteklenen “The Downton Abbey”, polisiye bir dizi olan “The Line of Duty”, yine bir polisiye dizi olan “Endeavour” gösterilebilir. Son yıllarda İngiltere’nin yanı sıra, Fransa, İspanya ve İskandinav ülkeleri de kaliteli ve beğeniyle izlenen diziler üretmektedir. İnternette dizi filmlerle ilgili yaptığımız bir taramada Fransa komedi, animasyon ve suç/polisiye türlerinde; İspanya dramalarda (özellikle dönem dramaları ve gerilim türü diziler), İskandinav ülkeleri ise polisiye/suç dizilerinde öne çıkmaktadır. Özellikle İskandinav ülkelerinin polisiye/suç dizilerinde önemli bir üstünlüğü vardır. Buna “Nordic Noir” ismi verilmektedir.

Televizyon dizileri konusundaki diğer bir önemli örnek ise Latin Amerika ülkelerinde çekilen ve “telenovela” olarak adlandırılan pembe dizilerdir. Bunlardan bazıları Türkiye’de de gösterilmiştir.

Telenovelalar, Latin Amerika toplumlarında her zaman rastlanabilecek klişe karakterleri ve olayları karmaşık ve duygu yüklü durumlarda (üzüntü, çöküntü, aşk, çaresizlik, komik duruma düşme, vb.) ele alan melodram türü televizyon dizileridir. Telenovelalar Latin Amerika'da, yaklaşık elli yıl önce televizyon yayıncılığının başlamasından beri çekilen temel televizyon yapımlarındandır. Popüler olmuş bu tür dizilerde rol alan oyuncular dünyaca tanınan yıldızlar haline gelmiştir. Bu özellikleriyle telenovelaların yıldız yaratma gibi bir rolleri de olmuştur. Telenovelalar elde ettikleri ticari başarıya göre (reytinglere dayalı) hergün yayımlanan çok sayıda bölüm halinde çekilmektedir. Latin Amerika'da ulusal kanallarda prime timedda en çok gösterilen programlar bu dizilerdir. Telenovelalar, ayrıca, Latin Amerika sınırlarını da aşmış ve bu bölgedeki ülkelerin en önemli kültürel ihracat ürünü haline gelmiştir. Telenovelaların, özellikle, Meksika, Brezilya, Venezuela, Şili, Arjantin ve Kolombiya'da televizyon yapımcılığının gelişmesi üzerinde önemli etkileri olmuştur. En fazla telenovela Meksika ve Brezilya'da çekilmektedir. Telenovelalar Latin Amerika televizyon yapımcılığı ve yayıncılığı sektöründe ABD hâkimiyetini dengeleyen en önemli faktördür. Latin Amerika ülkelerinde izleyicilerin en çok tercih ettikleri ve beğeni ile izledikleri televizyon programları telenovelalardır. Telenovelalar ayrıca başta Hindistan olmak üzere, ABD ve Avrupa yapımlarıyla rekabet etmek isteyen diğer ülkeler için de önemli bir örnek teşkil etmektedir (Dorce, 2014). Türkiye'de de 1980'li yılların sonunda TRT'de, Brezilya yapımı "Köle Isaura" ve Meksika yapımı "Zenginler de Ağlar (dizideki Mariana karakterinden dolayı izleyiciler diziyeye Maria adını vermişlerdir)" isimli telenovelalar yayımlanmış ve önemli oranda seyirci ilgisini çekmiştir (Rogers & Antola, 2006). Bu ilginin nedeni, söz konusu telenovelaların Amerikan dizilerine alışmış izleyiciye farklı bir içerik sunmalarıdır. Daha sonraki yıllarda, Türkiye'deki özel kanallarda da telenovelalar yayımlanmıştır (örneğin Meksika yapımı *Mariamar*, Meksika yapımı *Vahşi Kalpler*, Venezuela yapımı *Bellisima*).

Burada başka bir başarı hikâyesi olan Güney Kore televizyon dizilerinden de bahsedilmesi yerinde olacaktır. Güney Kore televizyon dizileri ilk önce Çin'de gösterime girmiş, başka bir ifadeyle, Çin'e ihraç edilmiştir. Güney Kore televizyon dizilerinden Çin'de en fazla seyirci ilgisini, 1997 yılında Çin'in kamu kanalı CCTV'de yayına giren ve karışık yaşam tarzları olan birbirinin dünüğü iki ailenin çatışmalarını mizahi bir üslupla anlatan "What is Love All About" dizisi çekmiştir. Güney Kore televizyon dizilerinin Çin'e bu başarılı girişinin ardından Güney Kore dizileri aralarında Japonya, Hong Kong, Tayvan, Singapur, Malezya, Tayland gibi ülkelerin bulunduğu Doğu ve Güneydoğu Asya'ya yayılmıştır. Buna "Kore Dalgası" ismi de verilmiştir. Daha sonraları Güney Kore televizyon dizileri Ortadoğu ve Doğu Avrupa ülkelerinde de ekranlara gelmiş; Kuzey ve Güney Amerika'ya da giriş yapmıştır. Ancak Güney Kore televizyon dizileri büyük çoğunlukla Doğu ve Güneydoğu Asya ülkelerinin televizyon kanallarında gösterilmektedir. Güney Kore dizilerini Amerikan ve İngiliz dizilerinden ayıran en önemli fark ikincilerin küresel izleyicileri hedef almasına karşın Güney Kore dizilerinin yerel izleyicileri hedef alması ve içeriklerin buna göre hazırlanması fakat diğer ülkelere de ihraç edilmesidir. Her ne kadar Güney Kore televizyon dizilerinin içerikleri Kore'ye özgü olmakla beraber, dizilerde evrensel temalar olan hastalık, aşk, kıskançlık, entrika, ihanet, çaresizlik, zıt hayat tarzlarının çatışması gibi kişiler arası karmaşık ilişkiler işlenmektedir (Kim, Long & Robinson, 2009).

Güney Kore dizilerinin başarılı uyarlamaları da yapılmıştır. Örneğin “Good Doctor” isimli medical drama Güney Kore’de 2013 yılında yayımlanmıştır. Bu dizinin Amerikan uyarlaması 2017 yılından itibaren ABC kanalında gösterilmektedir. Bu dizinin Türkiye uyarlaması da hala bir Türk televizyon kanalında gösterilmektedir. Bundan başka, Kore dizilerinden uyarlanan diğer televizyon dizileri de Türkiye’de ekranlara gelmiş ve beğeniyle izlenmiştir.

Televizyon yayıncılığında son dönemlerde OTT¹ yayıncılık öne çıkmaya başlamıştır. Bugün adı sıkça duyulan Netflix, Hulu, Amazon Prime, HBO Max birer OTT platformudur. Son yıllarda Türkiye’de de TV +, Blu TV, Puhu TV, Exxen gibi OTT platformları yayına başlamıştır. OTT platformları da abonelerine dizi film sunmakta ve bu diziler dünyanın birçok ülkesindeki geniş bir izleyici kitlesi tarafından izlenmektedir. Günümüzde dizilerin OTT platformlarının menülerinde yer alması ve önemli miktarda izleyici tarafından beğeniyle izlenmesi de önem kazanmıştır. Yukarıda belirttiğimiz tüm ülkelerin OTT platformlarında dizileri bulunmaktadır. Özellikle; Fransız, İspanyol ve İskandinav dizileri OTT platformlarında ilgi çekmeye başlamış olup izleyici kitlelerini genişletmektedirler.

3. Türkiye’de Televizyon Dizileri

Türkiye’de televizyon yayınları 1968 yılında başlamıştır. Türkiye televizyon dizileriyle 1970’li yılların ilk yarısında tanışmıştır. Bu yıllarda yerli televizyon dizileri hemen hemen yoktu. İlk televizyon dizileri TRT’nin yurtdışından satın aldığı yabancı yapımlardır. Bu yabancı diziler arasında “Uzay Yolu”, “Kaçak”, “Görevimiz Tehlike” “Bonanza (Türkiye’de Dolu Dizgin adıyla yayımlanmıştır)” ile daha sonraki yıllarda yayına giren “Aşk Gemisi”, “Dallas”, “Beyaz Gölge” dizilerini sayabiliriz. Tek kanallı televizyon yayıncılığının olduğu bu yıllarda söz konusu yabancı diziler oldukça fazla izleyici ilgi çekmiştir. Hatta bazı dizilerin final bölümleri (örneğin Kaçak) insanları evlerinde ekran başına kilitlemiş ve bu bölümün yayın saatinde sokaklar hemen hemen boş kalmıştır (Tanrıöver, 2015). Kaçak dizisinin başrol oyuncusu David Janssen Türkiye’yi ziyaret ettiğinde ülkesinde gördüğünün çok ötesinde büyük bir ilgi görmüş, kendisi bile bu ilgiye şaşırmıştır. Bunun önemli nedenlerinin başında, söz konusu yıllarda Türkiye’de tek kanalın akşamları sınırlı süre için yayın yapıyor olması ve izleyiciler için alternatif başka kanalların bulunmaması gelmektedir. Dolayısıyla, o yıllarda da insanların temel eğlence aracı olan televizyonda, tüm seyirciler mecburen aynı yapımları izlemek durumunda kalmaktaydılar. Yabancı dizilerin seyirci ilgisini çekmesinin önemli nedenlerinden birisi de başarılı Türkçe dublajlardı. TRT dublaj için ses tonu ve vurgulamaları oldukça yerinde olan tiyatro sanatçılarından yararlanmıştı. Dublajlarda dudak senkronizasyonu da başarıyla uygulanmıştır. Başarılı dublajlar dizilerin kolayca izlenmesini sağlamıştır.

Yabancı dizilerin gördüğü bu ilgi TRT’nin de dikkatini çekmiş ve TRT yerli televizyon dizisi yapımına öncelik vermiştir. İlk yerli televizyon dizisi bir sitcom özelliği taşıyan ve 1974 yılında

1 OTT (over-the-top) bir internet televizyon yayın türüdür. OTT’de yayın internet üzerinden yapılmaktadır. OTT yayını izleyebilmek için, bir hizmet sağlayıcıya abone olmak ve şifre kullanmak gerekmektedir. İnternet erişiminin olduğu her cihazdan OTT yayın izlenebilmektedir.

yayımlanmaya başlayan “Kaynanalar” dizisidir. Bunu, 1975 yılında yayına giren ve 6 bölüm halinde yayımlanan, Türk Edebiyatının önemli eserlerinden Halid Ziya Uşaklıgil’in “Aşk-ı Memnu” adlı romanından Halit Refiğ’nin yönetmenliğinde çekilen aynı adlı televizyon dizisi izlemiştir. Bunlardan başka, 1981 yılında, yine sınırlı sayıda bölümlü Dördüncü Murat dizisi de yayına girmiştir. Bu diziler de önemli bir beğeni kazanmıştır. Yerli televizyon dizilerinin izleyicileri ekrana kitlemesi ve önemli derecede ilgi çekmesi, yeni açılan TRT-2 kanalında 1986 yılında yayımlanmaya başlayan “Perihan Abla” dizisi ile olmuştur. 1989 yılı başında TRT-1’de yayına giren “Bizimkiler” dizisi de yerli dizilere olan ilgiyi artırmıştır. Dizilere ilgi 1990’lı yılların ilk yarısında özel televizyon kanallarının kurulmasıyla daha da artmıştır (Tanrıöver, 2015). Yukarıda da ifade edildiği gibi, günümüzde yerli diziler Türk seyircisinin en çok izlediği televizyon program türleri içinde ikinci sıradadır.

Esasen yukarıda adı geçen erken dönem yerli dizilerin seyirci ilgisini çekmesinin başında konuların Türkiye’ye özgü olması ve karakterlerin de günlük hayatta Türkiye’de her zaman karşılaşılabilecek insanlardan oluşmasıydı. Örneğin Kaynanalar dizisi farklı sosyal altyapıya sahip (taşra/geleneksel ve şehirl/modern) iki ailenin yaşadığı günlük olayları ve birbirleriyle ilişkilerini mizahi bir üslupla seyirciye sunmaktaydı. Bizimkiler dizisinde ise bir apartmanın sakinleri olan, yine değişik sosyal ve ekonomik alt yapıya sahip aile ve kişilerin günlük yaşamları ve birbirleriyle ilişkileri mizahi bir anlatımla ekrana getirilmekteydi. Perihan Abla dizisi de aynı format da olup burada da bir mahallede yaşayan değişik kişi ve ailelerin günlük yaşamları ve birbirleriyle ilişkileri ele alınmaktaydı. Bu üç dizinin de temel özelliği Türkiye’de her yerde rastlanabilecek karakterler ve olayları işlemesi ile komedi türü olmasıydı. Bu diziler kanal sayısının fazla olmadığı bir dönemde televizyon izleyicisine yabancı dizilere karşı iyi bir alternatif sunmuştur. Yabancı dizilerde karakterler ve olaylar farklı bir kültüre ait iken yukarıda adı geçen yerli dizilerde tamamen Türkiye’ye özgü idi. Bu durum söz konusu dizilerin beğeniyle izlenmesinin en önemli sebebinin oluşturmuştur. Bu dönemde ekrana gelen dizilerdeki oyuncular büyük çoğunlukla izleyiciler tarafından tanınan film ve tiyatro sanatçılarından oluşmuştur. Dizilerin bölüm süreleri de bir saati aşmamaktaydı.

1993 yılında Anayasada yapılan değişiklikle tecimsel yayıncılığa izin verilmesi ve 1994’de ise 3984 sayılı radyo ve televizyonlarla ilgili kanunla yayınların denetim altına alınmasıyla başlayan özel televizyon yayıncılığı televizyon dizileri için dönüm noktası olmuştur (Özmen, 2013, s.18). 2000’li yıllarda ise Türk dramalarının yurtdışına satılmaya başlanmasıyla birlikte yeni bir dönem başlamıştır. Kanal sayısının ve rekabetin artış gösterdiği bu yıllarla beraber dizi yapımcılığı da yeni bir döneme girmiştir. Bu yıllarda yapımların sayısında ve konu çeşitliliğinde de önemli bir artış olmuştur. Yabancı dizilerin başarılı Türkiye uyarlamaları da ekranlara gelmiş ve seyircinin beğenisini kazanmıştır (son yıllarda önemli sayıda Güney Kore dizisinin uyarlamaları yapılmaktadır). Bu uyarlamaların konu çeşitliliğinin sağlanmasına da önemli derecede katkısı olmuştur. Dizilerde daha önceden tanınmamış yeni oyuncular da başrolleri almaya başlamıştır. Bu yeni oyuncular seyirci tarafından beğenilmiş ve dizilerde oynadıkları roller sayesinde meşhur olmuşlardır. Yukarıda da ifade edildiği gibi, önceki yıllarda dizilerde daha önce film ve tiyatrodan aldıkları rollerle meşhur olmuş oyuncular oynardı. Söz konusu 2000’li yıllarda ise, televizyon dizilerindeki rolleri ile meşhur olmuş oyuncular

daha sonra filmlerde oynamaya başlamışlardır. Gerek konu çeşitliliği gerekse yeni yüzlerin dizilerde rol alması seyirciye alışık olmadığı bir deneyim sunmuş ve yerli diziler ilgi ve beğeniyle izlenmiştir. Ancak bu yıllarda reyting kavramı da önem kazanmış ve iyi reyting alamayan diziler birkaç bölüm sonra yayından kaldırılmış veya erken final yapmak zorunda kalmıştır. Dizilerin sürelerinde az da olsa bir artış yaşanmıştır.

Yerli dizilere ilginin artması televizyon kanallarını ve yapımcılarını yeni diziler çekme konusunda teşvik etmiş ve bu olgu 2010'lu yıllarda etkisini artırarak sürdürmüştür. Bu yıllarda birçok yeni oyuncu dizilerde rol almış ve bu roller sayesinde meşhur olmuştur. Ancak 2010'lu yıllarda dizi sürelerinde önemli bir artış olmuştur. Dünyada, geçmiş yıllarda Türkiye'de de olduğu gibi, dizilerin bir bölümü büyük çoğunlukla 45-60 dakika iken, Türkiye'de bu sürenin oldukça üzerine çıkmıştır. Aslında bu bir mecburiyetten kaynaklanmıştır. Ulusal kanallarda saat 20:00'da yayına giren dizi özet bölümü dâhil 24:00'a kadar sürebilmektedir. Bunun en önemli nedeni yayıncıların reklam gelirlerini artırma isteğidir. Televizyon yayıncılarının ticari iletişim gelirleri içindeki en büyük pay (%90'ın üzerinde) reklam gelirlerine aittir. Dizilerin maliyetinin artması sonucunda yayıncılar da bu maliyeti karşılayabilmek için reklam gelirlerini artırmak istemektedirler. RTÜK kararına göre kanallar bir saatlik yayın süresinde en fazla 12 dakikalık reklam yayımlayabilmektedir. Reklamlardan alınan saniye başına düşen ücretlerde önemli bir artış olmadığından, yayıncılar dizinin süresini artırarak yayımlayacakları reklamların toplam süresini de artırmakta ve bu yolla reklam gelirlerini yükseltme yoluna gitmektedirler.

Türkiye dizi film yapımında oldukça üretkendir. Ancak, yukarıda da belirtildiği gibi, dizilerin bir kısmı birkaç sezon devam ederken bir kısmı da birkaç bölüm sonra final yapmaktadır. Dizinin yayında kalma süresini belirleyen en önemli faktör reytingdir. Bu durum dizi yapımcıları ve yayıncı kanallar için önemli bir risk oluşturmaktadır.

Türkiye'deki televizyon dizilerini ABD ve Batı Avrupadaki dizilerden ayıran farklardan birisi bölümlerin süresidir. Türk dizilerinin diğer bir özelliği ise arkası haftaya veya arkası yarın şeklinde olmasıdır. ABD ve Batı Avrupadaki televizyon dizilerinde, genellikle olay bölüm sonunda çözülür. Bir sonraki bölüm aynı ana karakter veya karakterlerin yer aldığı yeni bir hikâyeyle başlar. Yukarıda ismi geçen ve 1970'li yıllarda yayımlanan yabancı diziler de bu şekildeydi. Kaçak dizisinde sonuç (Dr. Kimble'nin suçsuzluğunun ortaya çıkması) son bölümde olmasına rağmen bundan önceki bölümler bağımsız bölüm niteliğinde olup her bölümde farklı bir hikâye işlenmekte ve hikâye bölüm sonunda sonuca bağlanmaktaydı. Yine yukarıda adı geçen erken dönem Türk dizileri de bu formatta çekilmekteydi. Günümüz Türk dizilerinde ise olay dizinin yayında kaldığı sürece devam eder ve ancak final bölümünde çözülür. Bu durum seyircinin merakını canlı tutmakta ve dizinin izlenilmesini sağlamaktadır. Türk dizilerinde bölüm genellikle seyircinin merakta kalacağı bir noktada biter ve seyirci sonucu öğrenmek için bir sonraki bölümü bekler. Hatta bölüm sonlarına reklamlar konularak izleyici de bölümün devam ettiği hissi yaratılmakta, böylece hem yayımlanan reklam süresi artırılmakta hem de seyircinin kanalda kalması sağlanmaktadır. Dizilerin bir sonraki bölümleri ile ilgili fragmanlar da dizilerin kendisi kadar ilgi çekmektedir. Bölümün seyircinin merakta kalacağı bir

noktada bittiğini belirtmiştir. Seyirci fragmanı izleyerek bir sonraki bölümde olayın nasıl gelişeceği veya çözüleceği ile ilgili bir ipucu bulmaya çalışmaktadır. Hatta sosyal medyada, fragmanlar üzerinden bir sonraki bölümle ilgili analizler yapan hesaplar da bulunmaktadır. Diziler büyük çoğunlukla ana haber bülteninden sonra yayına girmektedir. Bazen ana haber bülteninin sonunda biraz sonra yayına girecek dizi ile ilgili seyircinin ilgisini çekecek bilgiler de verilmektedir. Bu durum sanki dizideki olaylar, öyle olmamakla beraber, gerçekmiş izlenimi de yaratmaktadır. Tüm bunlar televizyon dizilerinin Türk seyircisi için önemini vurgulamaktadır.

Amerika ve Avrupa’da da arkası yarın formatında diziler vardır. Bunlara mini dizi (mini-series) denilmektedir. Ancak bunlar 6-10 bölümde sona ermektedir. Dünyada en çok mini dizi HBO ve Netflix’de yayımlanmaktadır. Türkiye’de de Netflix, Puhu TV, Blu TV gibi OTT yayıncıları mini diziler yayımlamaya daha fazla eğilimlidir. Haluk Bilginer 47’inci Uluslararası Emmy Ödüllerinde “Şahsiyet” isimli dizideki rolü nedeniyle en iyi erkek oyuncu ödülünü almıştır. Şahsiyet, Puhu TV’de 12 bölüm olarak yayımlanan bir mini dizidir.

4. Türkiye’nin Dizi İhracatı

Dizi film ihracatı da Türkiye’de gündemde önemli bir yer işgal etmektedir. Öncelikle burada bir mal ihracatının olmadığını belirtmek gerekmektedir. Dizi ihracatı ile ifade edilen, bir dizinin yurtdışındaki bir yayıncıya belirli bir süre için ücreti karşılığında gösterim hakkının verilmesidir. Yurtdışındaki yayıncı diziyi yayımlar ve bunun karşılığında Türkiye’de yurtdışı yayın hakkı kime ait ise ona bir bedel öder. Yayın haklarının yurt dışına satışında yayıncı ve yapımcılara bu konuda hizmet sunan aracı kuruluşlar da vardır.

Türk dizilerinin ihracatı, başka bir ifadeyle Türk televizyon dizilerinin yurtdışına açılması, Deli Yürek dizisinin 2001 yılında Kazakistan’a satılmasıyla başlar. Daha sonra, Gümüş dizisinin 2007 yılında Ortadoğu’ya ve Bulgaristan’a satılmasıyla Ortadoğu ve Balkanlara dizi ihracatı başlamıştır. Gümüş dizisi Ortadoğu ülkelerinde büyük bir ilgiyle karşılanmış ve geniş bir izleyici kitlesini çekmiştir. Bu başarı Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerine dizi ihracatının artmasına neden olmuştur. Esasen dizi ihracatı bir piyasa araştırmasına dayalı ve planlı olarak başlamamıştır. İlk ihraç edilen (yayın hakkı yurt dışı yayıncılara verilen) dizilerin gösterildikleri ülkelerde ilgi görmesi sonucu yurtdışı yayın hakkına sahip diğer kuruluşlar da bu yönde faaliyet göstererek dizi ihracatına başlamış ve bunun sonucunda dizi ihracatı önemli oranda artış kaydetmiştir. Ortadoğu, Balkanlar ve Kuzey Afrika dışında Türk dizilerinin başarıyla giriş yaptığı diğer bir pazar Latin Amerika’dır. Latin Amerika pazarına ilk ihraç edilen dizi Binbir Gece’dir (Öztürk & Atik, 2016).

Dizi ihracatında, mal ihracatında olduğu gibi gümrüğe bir beyanname verilmediğinden bu konuda resmi istatistikler mevcut değildir. Bir başka çalışmada da belirtildiği gibi; “Kanallar arasındaki rekabet dolayısıyla güvenilir veri toplamak neredeyse imkânsız hale gelmiştir. Ayrıca bazı kanalların çalıştığı aracı firmalarla ilgili bilgilerin ifşa olması istenmemektedir. Kanallar, hangi ülkelere hangi diziyi sattığı bilinse bile diziyi kaç tane sattıkları konusunda ketum davranmaktadırlar” (Şentürk, Gülçur

& Eken, 2017). Bu konuda bazı rakamlar bulunmakla beraber bu rakamlar düzenli bir istatistiğe dayanmamaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin dizi ihracatı ile ilgili güvenilir bir veri mevcut değildir. Ancak 2000'li yılların başından itibaren 2010'lu yılların ortasına kadar dizi ihracatından elde edilen gelir önemli seviyede artış göstermiştir.

Türk dizilerinin Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri ile Latin Amerika'da izleyicilere hitap etmesinin ve beğeniyle izlenmesinin çeşitli nedenleri vardır. Bunların başında kültürel yakınlık gelmektedir. Kültürel yakınlık teorisi Straubhaar (1991) tarafından ortaya atılmıştır. Bu teoriye göre izleyiciler kendi kültürlerine ve yaşamlarına yakın gördükleri televizyon yapımlarına daha fazla ilgi göstermektedirler. Ortadoğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesinde Türk dizilerinin beğeniyle izlenmesinin nedenlerini araştıran bir çalışma da bu durumu ortaya koymaktadır (Berg, 2017). Çalışmanın sonuçları; dizilerde oynayan oyuncuların görünüm olarak Amerikalı, Avrupalı veya Uzakdoğulu oyunculara kıyasla Araplara daha fazla benzerliğinin, olayların modern bir Müslüman toplumda geçmesinin, sosyal ilişkilerin benzerliğinin (büyüğe saygı, aile bağları, evlilik dışı ilişkilerin tasvip edilmemesi, vb.), yaşayışla ilgili benzerliklerin (fincandan Türk kahvesi içmek, ince belli bardakla çay içmek, tespah çekmek vb.), mimiklerin ve beden dilinin benzerliğinin, Türk dizilerinin MENA bölgesinde beğeni ile izlenmesinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Ancak çalışmada diğer önemli bir bulgu da ortaya konulmaktadır. Bu da Türk dizilerinde kültürlerin harmanlanmasıdır. Türk dizilerinde Arap izleyiciler için kültürel yakınlık vardır. Olaylar Müslüman bir toplumda geçmektedir, ancak bu toplum modern Müslüman bir toplumdur. Dizilerde kadının toplum içindeki rolü MENA bölgesi ülkelerine göre oldukça farklıdır. Çalışmada da ifade edildiği gibi Türk dizileri "doğu ve batı kültürlerinin harmanlanmasına güzel bir örnek" oluşturmaktadır. Türk dizileri Arap izleyicilere kendi ülkelerinde yaşamadıkları, Müslüman bir ülkede doğu yaşam tarzı ile batı yaşam tarzının harmanlanmasından oluşan modern bir yaşam tarzını göstererek ilgilerini artırmaktadır. Özellikle dizilerdeki güçlü ve toplum içinde MENA ülkelerine kıyasla farklı roller üstlenen kadın karakterler kadın izleyicilerin önemli derecede ilgisini çekmektedir. Dolayısıyla MENA ülkelerindeki izleyiciler kültürel yakınlık ve kültürlerin harmanlanması nedeniyle Türk televizyon dizilerine, Kuzey Amerika, Avrupa, Latin Amerika ve Uzakdoğu dizilerinden daha fazla ilgi göstermektedirler. Bunların dışında MENA bölgesinde Türk dizilerine ilgi gösterilmesinde, dizilerde izleyiciler nezdinde popüler olmuş oyuncuların rol alması da önemli bir etkidir. Oyuncular dışında, dizilerin gösterişli mekânlar da geçmesi ve lüks tüketim ile lüks hayat tarzının öne çıkması da Ortadoğu bölgesindeki izleyicileri etkilemektedir (Şentürk, Gülçur & Eken, 2017). Berg'in çalışmasında ifade ettiği gibi Türk dizilerinin başarılı Arapça dublajları da izlenme ve beğeni oranlarına artıran diğer bir faktördür.

Türk dizilerinin MENA bölgesinde 2010'lu yılların başındaki başarısı, dizi film ihracatında önemli bir yere sahip ABD'nin basınında da dikkat çekmiştir. The New York Times gazetesinde yayımlanan bir yazıda, Türkiye'nin televizyon dizileri yoluyla Fas'tan Irak'a kadar olan bölgede ABD'nin sadece hayal edebileceği büyük bir etki yarattığı belirtilmiştir (Kimmelman, 2010).

Balkanlar için de kültürel yakınlıktan söz edilebilir. Balkan ülkeleri de çok uzun bir süre Osmanlı İmparatorluğu'nun bir parçasını oluşturmuştur. Bu nedenle, özellikle, Balkan ülkelerinde geçen Osmanlı tarihi ile ilgili konuları içeren Türk dizileri bu ülkelerde ilgi ile izlenmektedir. Diğer Türk dizileri de kültürel yakınlıktan dolayı Balkan ülkelerinde talep görmektedir.

Ancak Türk dizileri Latin Amerika'da da ilgi ile izlenmektedir. Bu duruma içerik yakınlığı sebep olmaktadır. İçerik yakınlığını diğer ülkeler için inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Lu, Liu & Cheng, 2019). Türk dizileri büyük çoğunlukla melodram türündedir. Bu melodramlarda da çoğunlukla aşk ile çapraşık ve entrikalı ilişkiler konu edilmektedir. Bu haliyle Türk dizileri telenovelalara çok benzemektedir. Bu nedenle Latin Amerikalı izleyiciler alışkın oldukları içeriği farklı bir toplum ve kurgu içinde izlemekten hoşlanmaktadırlar. Bu durum Türk dizilerinin Latin Amerika'da beğeni ile izlenilmesine neden olmaktadır. Bu tür melodramlar MENA bölgesindeki izleyicilerin de ilgisini çeken bir içerik olduğundan, kültürel yakınlıkla birlikte içeriğin izleyici beğenisine hitap etmesi de Türk dizilerinin MENA bölgesinde seyirci çekmesine önemli bir katkıda bulunmaktadır. Esasen MENA bölgesinde, Pastina ve Staubhaar'ın (2005) Latin Amerika için yaptıkları çalışmada belirttikleri birden fazla yakınlık (çoklu yakınlık) söz konusudur. MENA bölgesinde kültürel yakınlık ön plandadır. Bununla beraber içeriğin izleyici beğenisine hitap etmesinin de (içerik yakınlığı) önemli bir etkisi vardır.

Yeşil (2015) kültürel yakınlık, içerik yakınlığı, çoklu yakınlık dışında Türk televizyon dizilerinin erken dönem ihracat başarılarında ekonomik ve politik faktörlerin de önemli etkisi olduğunu belirtmektedir. Çalışmada, Türk televizyon yapım sektöründe 2000'li yıllarda yaşanan dönüşüm ile yine aynı yıllarda yerel ve küresel piyasalarda yaşanan gelişmelerin de dizi film ihracatı ile ilgili fırsatlar yarattığı ve Türk dizi yapım sektörünün bu fırsatlardan başarıyla yararlandığı belirtilmektedir. Yeşil, dizi yapım sektöründe 2000'li yıllarda önemli dönüşümler yaşandığını, bu kapsamda film yapımcılarının da televizyon dizisi çekmeye başladığını ve yeni yapım şirketlerinin kurulduğunu, yetenekli oyuncu, senaryo yazarları ve yönetmenlerin ortaya çıktığını, yeni program formatları ve çekim tekniklerinin geliştiğini ve bunların sonucunda yapım kalitelerinde önemli ilerlemeler kaydedildiğini belirtmektedir. Ayrıca 2000'li yıllarda Türk ekonomisinde yaşanan kayda değer büyüme ve özellikle reklamcılık sektörünün gelişmesi de dizi yapım sektörünü olumlu yönde etkilemiştir. Türkiye'de dizi film sektöründeki rekabet de yapımcıları daha iyi yapımlar ortaya koyma yönünde teşvik etmiştir. Bu dönemde televizyon dizi yapımcılığına yönelik devlet destekleri de yürürlüğe konmuştur. Yeşil 2000'li yıllarda uygulanan dış politika sonucunda Türkiye'nin MENA bölgesi ve Orta Asya'da daha faal olmasının da televizyon dizilerinin ihracatının artmasında önemli bir rol oynadığını ifade etmiştir. Yeşil bunların dışında dizi filmlerin gösterime girdiği ülkelerdeki ekonomik gelişmelerin de dizi film ihracatını etkilediğini belirtmiştir. Çalışmada, 2008 küresel finansal krizi sonucunda Orta Avrupa ve Balkan ülkelerinde ekonomik nedenler dolayısıyla yerel yapımların azaldığı; Türk yapımlarının kalite, içerik ve ABD yapımlarına göre fiyat avantajı nedeniyle tercih edilerek yerel yapımlardaki azalışı telafi ettiği de ifade edilmektedir.

Yeşil'in (2015) çalışmasında belirttiği yukarıdaki paragrafta açıklanan tüm faktörlerin Türk dizi film ihracatında önemli etkilerinin olduğu kesindir. Bununla beraber, daha önce açıklanan kültürel yakınlık, içerik yakınlığı, çoklu yakınlık faktörlerinin de Türk televizyon dizilerinin yurt dışında ilgi ile izlenmesindeki etkisi yadsınmaz.

Türk dizilerinin Pakistan'da elde ettiği başarı da çoklu etkilerin varlığına gösterilebilecek diğer bir örnektir. Pakistan'ın da televizyon dizileri alanında önemli bir tecrübesi vardır. Pakistan televizyon dizi sektörü 1970'li ve 1980'li yıllarda en görkemli dönemini yaşamıştır. Bu yıllardaki Pakistan dizilerinin büyük çoğunluğu melodramlardı. Söz konusu yıllarda Pakistan'da sadece devlet televizyonu yayın yapmaktaydı ve bu melodramlar da devlet televizyonunda yayımlanmaktaydı. Özel kanalların 2000'li yılların başında yayına başlamaları ile bu kanallar devlet televizyonundan farklı içerikler sunma yoluna gitmişlerdir. Pakistan yapımları yanında Hindistan melodramları da yayımlanmaya başlamış ve seyircilere farklı bir alternatif sunduklarından ilgi çekmişlerdir. Pakistan televizyon kanalları 2010'lu yılların başında Türk dizilerini keşfetmiştir. Pakistan televizyon kanallarının bu tercihlerinde rol oynayan faktörlerin başında içerik yakınlığı gelmektedir. Çünkü Türk dizileri de melodram türündedir. Türk dizilerindeki lüks yaşam tarzı ve izleyicilere melodramı farklı bir içerikte sunması da beğeni ile izlenmelerinde etkili olmuştur. Ancak bu tercihte içerik yakınlığının yanı sıra ekonomik nedenlerin de önemli bir etkisi vardır. Bunun nedeni de Türk dizilerinin yerli yapımlara kıyasla daha kaliteli olması ve aynı zamanda daha ucuz olmasıdır. Ayrıca az da olsa kültürel yakınlıktan da söz edilebilir. Pakistan halkı da büyük çoğunlukla Müslümandır. Türk dizilerinde olayların modern Müslüman bir toplumda geçmesi Pakistan'daki kentli kesimlerin ilgisini çekmiştir (Sulehria, 2018).

Burada bahsedilmesi gereken bir dizi de "Muhteşem Yüzyıl" dizisidir. Dizideki olaylar Osmanlı İmparatorluğunun yükseliş döneminin en önemli padişahı olan ve Batıda "Muhteşem Süleyman" olarak adlandırılan Kanuni Sultan Süleyman döneminde geçmektedir. Bu dizinin MENA ülkeleri, Balkanlar, Pakistan ve İran gibi Müslüman ülkelerde ilgi ile izlenmesi kültürel yakınlıktan dolayı beklenen bir durumdur. Ancak Muhteşem Yüzyıl Latin Amerika ve İtalya'da da büyük ilgi uyandırmıştır. Bu ilginin temel nedeni dizinin tarihi olaylardan esinlenmesi ve tarihi şahsiyetleri canlandırmasına rağmen tamamen tarihi drama olmaması ve özünde harem hayatını, Padişah ile Hürrem'in aşkını ve haremdeki entrikaları konu almasıdır. Ayrıca, halkı çoğunlukla Müslüman olmayan ülkelerde harem hayatına karşı bir merak vardır. "Mekân, televizyon dramalarında kültürü yansıtan bir unsurdur; mekânın nasıl kullanıldığı bize kültürel yapı hakkında bilgi verir. Televizyon dramaları farklı kültürel yapılara sahip ülkelerde yayınlanırken farklı kültürel unsurların diğer kültürlerle aktarılmasına yardımcı olur. Mekân hem modern hem de geleneksel olarak düşünülebilir. Muhteşem Yüzyıl, Osmanlı İmparatorluğu'nun en görkemli dönemlerinden birinde geçer. Topkapı Sarayı ve İstanbul'un muhteşem görüntülerinin izleyiciye bir arzu nesnesi olarak sunulduğu, bununla birlikte döneme ait kıyafetlerin eşliğinde büyülü bir ortamın yaratıldığı tarihi bir dramadır. Bu dramada eski-geleneksel mekânlar ve yaşam tarzları temsil edilmektedir (Özmen & Al-Zaid, 2021, s.8).

Muhteşem Yüzyıl bir yönüyle Latin Amerika ve İtalya'daki izleyicinin bu merakına da hitap etmektedir. Bunların dışında yapım kalitesi, oyuncuların fiziki özellikleri ve oyunculuk yetenekleri ile çekimlerin simgesel lokasyonları (Topkapı Sarayı gibi) yansıtması da dizinin yurt dışı başarısında rol oynayan önemli unsurlardır (Williams, 2013). Muhteşem Yüzyıl dizisi salt kurgusal bir dizi olmanın ötesine geçmiş ve New York Üniversitesi Tarih Bölümü öğretim üyelerinden Leslie Peirce (2019) tarafından yazılan ve Hürrem Sultan'ı konu alan araştırma kitabında da bahsi geçmiştir. Peirce kitabında "Muhteşem Yüzyıl" dizisinin dünya çapında büyük ilgi gördüğünü, bu ilgiden etkilenerek dizi setini ziyaret ettiğini, yönetmen ve oyuncularından bazıları ile konuştuğunu belirtmiştir. Pierce ayrıca, kitabında bazı konuları öne çıkarmasında sete yaptığı bu ziyaret ile dizinin etkisinin bulunduğunu da ifade etmiştir. Buradan da görüleceği gibi başarılı bir dizinin dünya çapında değişik etkileri söz konusu olabilmektedir.

Türkiye'de dizi sektörü 2010'lu yılların ilk yarısında önemli bir gelişme göstermiş ve ihracat rakamları önemli ölçüde artmıştır. Ancak daha sonra dizi ihracatında bir düşüş yaşanmıştır. Bunun değişik sebepleri bulunmaktadır. Türkiye'nin dizi ihracatındaki en önemli müşterisi Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleridir (MENA). 2010'lu yılların ilk yarısında dizi ihracatında görülen önemli tırmanışta temel faktör de MENA ülkelerine yapılan ihracat olmuştur. MENA ülkelerine yapılan dizi ihracatı, toplam dizi ihracatının %65'ini oluşturmuştur (Şentürk, Gülçur & Eken, 2017). Ancak 2010'lu yılların ikinci yarısından itibaren MENA ülkelerine yapılan dizi ihracatı önemli ölçüde azalmıştır. MENA bölgesinde büyük bir firmanın Türkiye'den dizi gösterim haklarını satın almayı durdurması bu düşüşün en önemli nedenidir. Burada politik nedenlerin ve MENA ülkelerinden bazıları ile yaşanan sıkıntılarının da önemli rolü olmuştur. Yukarıda açıklanan ve dizi ihracatının yükseldiği dönemlerde bu sonucun alınmasına önemli bir katkıda bulunan olumlu politik faktörler daha sonra olumsuzla dönünce bu defa dizi film ihracatında önemli düşüşlerin oluşmasına neden olmuştur. Buradan Yeşil'in (2015) çalışmasında belirttiği politik faktörlerin dizi ihracatına bazen olumlu bazen de olumsuz katkıları olabileceği görülmektedir. Türk dizi film ihracatı, Yeşil'in de belirttiği gibi politik faktörlerin olumlu olduğu dönemde bunlardan yararlanmış ancak son dönemlerde görüldüğü gibi politik faktörlerin olumsuz olduğu dönemlerde de bunlardan olumsuz yönde etkilenmiştir.

Türk dizi sektörü MENA bölgesindeki ihracat kaybını telafi etmek için alternatif pazarlara yönelmiş, fakat bu yöneliş MENA bölgesindeki kaybı telafi konusunda yetersiz kalmıştır. Türk dizi ihracatı hâlihazırda Uzakdoğu pazarında etkin değildir. Türk dizi sektörü, özellikle, Latin Amerika'ya başarılı bir giriş yapmış ve izlenme oranını önemli derecede artırmıştır. Yukarıda da belirtildiği gibi Türk dizileri Pakistan'da da ilgi ile izlenmektedir. Türk dizilerinin Batı Avrupa'da yükselişte olduğu ülkeler İspanya, Portekiz ve İtalya'dır. İspanyol Divinity televizyonundan Marina Vallejo Anadolu Ajansına verdiği demeçte "İspanya'da bu zamana kadar dizilerdeki hâkimiyet Latin Amerika dizilerindeydi ama Türk dizileri buna son verdi" demiştir (Bolelli, 2019). Anadolu Ajansının aynı haberrinde bir İspanyol izleyici "Türk dizilerinin görsel yanından çok etkilendiğini dile getirmiştir". Aynı haberde Vallejo'nun "Ayrıca diğer dizilerden farklı olarak birçok farklı yerde çekimler olması çok etkileyici" ifadesi de Türk dizilerinin bu görsel yanına vurgu yapmaktadır. Buradan da görüleceği gibi

İspanya'da da içerik benzerliği ön plandadır. Latin Amerikan dizilerinin içeriğine alışkın olan İspanyol izleyici benzer içeriği farklı bir hikâyede, farklı bir ortamda ve daha kaliteli bir yapımda görünce beğenmekte ve kendisine daha iyi bir alternatif sunan Türk dizilerine ilgi göstermeye başlamaktadır.

Buraya kadar açıklanan temel pazarlar dışında, Türk dizileri başka birçok ülkeye de ihraç edilmektedir.

Türk televizyon dizileri Ortadoğu ve Balkanlarda önemli bir izleyici kitlesi çekmiş ve yüksek ihracat geliri elde etmiştir. Ancak Türk televizyon dizileri bu ülkelerde bazı kesimlerin tepkisini de çekmiştir. Örneğin, Salamandra (2012) çalışmasında Gümüş dizisinin (Arapça adı Noor) yarattığı panik ve tepkileri incelemektedir. Arap medyasında, aile içi şiddet ve boşanma olayları, dizinin erkek başrol oyuncusunun fiziki özellikleri ve tavırlarının kadın seyirciler üzerinde yarattığı etkiye bağlanmıştır. Dolayısıyla dizi buna benzer nedenlerle (özellikle Arap dünyasında Türk modernizmine mesafeli duruş) Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde belirli kesimlerin tepkisini çekmiştir. Bu çevreler dizinin, Arap toplumu için kötü örnekleri barındırdığını, bunun sonucunda sosyal düzeni bozduğunu ve bu nedenlerle engellenmesi gerektiğini öne sürmüşlerdir. Benzer bir durum İran için de söz konusudur. İrandaki bazı çevreler de aynı nedenlerle Türk dizilerine karşı olumsuz bir tavır takınmışlardır (Jones, 2013). Yeşil'in (2015) çalışmasında aktardığı gibi Yunanistan ve Makedonya'daki aşırı milliyetçi çevreler ve yönetimler de Türk dizilerine karşı olumsuz tavır almakta ve yayımlanmalarına kısıtlama getirebilmektedirler.

Dizi ihracatını olumsuz etkileyen diğer bir faktör ise son dönemlerde içerik kalitesinde yaşanan düşüş ve içerik çeşitliliğinin azalması, başka bir ifadeyle içeriklerin birbirinin tekrarı olmasıdır. Bu durum, son dönemlerde ihraç edilen dizilerin yeni yapımlardan çok daha önce çekilmiş, Türkiye ve gösterildiği diğer ülkelerde beğeni kazanmış diziler olmasından da anlaşılmaktadır. Yeni girilen İspanya, Portekiz ve İtalya gibi ülkelere arşivdeki diziler ihraç edilmektedir. Dizi ihracatına aracılık yapan Global Agency firmasının sahibi İzzet Pinto Anadolu Ajansı'na verdiği bir demeçte "Keşfedeli sadece 2-3 yıl oldu (İspanya, Portekiz ve İtalya'yı kast ediyor). Arşivimize bu nedenle büyük ilgi gösteriyorlar" ifadesini kullanmıştır (Pinto, 2020). Bu ifade esasen diğer ülkelerde de büyük beğeni kazanmış arşivdeki dizilerin yeni girilen söz konusu ülkelerde başarılı olduğunu belirtmektedir. Dizi ihracatının oldukça yüksek olduğu dönemlerde yurtdışında ilgi ile izlenen diziler ayarında yapımlar son zamanlarda ortaya konulamamaktadır. Sektör temsilcileri bunun önemli nedenlerinden biri olarak reyting uygulamasında yapılan değişikliği göstermektedirler. Reyting için belirlenen denek oranında kırsal kesim ve varoşlar lehinde düzenleme yapılmıştır. Buna AB grubuna dâhil olan deneklerin tanımının değişmesi neden olmuştur. Bunun sonucunda iç pazarda daha çok tutan ancak dış pazara hitap etmeyen içerikler üretilmeye başlanmıştır. Ancak bunun yapımcılar için önemli bir zorlu süreç yarattığını belirten yaklaşımlar da vardır. Böyle bir yaklaşım aşağıdaki ifadede görülmektedir:

".....yapımcılara da, belirli bir toplum kesiminin değil, bilakis Türkiye genelinin beğeni düzeyini yakalama sorumluluğu yükleyerek çıtayı daha da yükseltmekte, hem içerik hem de biçim yönünden

yeni bir tavır benimseme zorunluluğuna, ihracat başarısının devamı ve daha da artması için, alışılmış şablonlardan ziyade yeni arayışlara sevk etmektedir.” (Şentürk, Gülçur & Eken, 2017).

Burada esas olarak, yapımcıların hem Türkiye'nin genel beğeni düzeyine hitap eden hem de ihracat potansiyeli taşıyan yapımlara yönelmeleri gerektiği ifade edilmektedir. Bu da içerik açısından önemli derecede yaratıcılık gerektirmektedir. Eğer bu sağlanabilirse önemli bir aşama kaydedilmiş olur.

Tüm bunlara rağmen, Türkiye'nin dizi ihracatında dünyada çok önemli bir yer işgal ettiğini de belirtmekte yarar vardır. Bunu sağlayan en önemli faktörler, dizilerin belli bir yapım kalitesine sahip olması, içeriklerinin genelde uygunluğu ve içeriklerin aşırı cinsellik ve şiddet içermemesidir. Dizi içerikleri özellikle duyguları (kadın, çocuk, toplumsal kesimler, intikam, öfke, çaresizlik vb.) çok iyi bir şekilde yansıttığından dünyada izleyicilerin ilgisini çekmektedir. Ayrıca dizilerin hikâyeleri de izleyicilerin merakını daima canlı tutacak şekilde kurgulanmaktadır. Diziler bu özellikleri nedeniyle izleyicide adeta bağımlılık yaratmakta ve izleyici bir sonraki bölümde olayların nasıl gelişeceğini merakla beklemektedir. Dizilerin duyguları yansıtmasıyla ilgili aşağıdaki ifade bu konuyu açıklamaktadır.

“Aşk olması lazım. Bu bir annenin çocuğuna, babanın kızına, iki yetişkin insanın arasında... Aslında belki aşk değil de güçlü bir duygu durumu olmalı. İntikam da olabilir, nefret de. İzleyicinin peşine takılabileceği birşey. Kendinden bir şey bulacak, ya da olmak istediği bir şey bulacak.” (Ateşalp, 2016).

Türk dizileri içerikleri ile bunu sağlamakta başarılıdır. Ayrıca bu konuda dizi oyuncularının yeteneklerini de vurgulamakta yarar vardır. Dizilerin sürelerinden dolayı durağan bir seyir izlemeleri de oyuncuların yüz ifadeleri ile duygularını yansıtmalarına imkân tanımaktadır.

İngiliz The Guardian gazetesindeki bir yazıda ünlü dizi oyuncusu Halit Ergenç'e atfen “Amerian dizileri zaman geçirtmektedir ancak insanların duygularına tesir etmemektedir. Amerikan dizileri bizi insan yapan duygulara dokunmamaktadırlar” ifadesi yer almaktadır (Bhutto, 2019a). Bu ifade ile dolaylı olarak, Türk dizilerini özgün yapan ve dünyada ilgi ile izlenmelerine sebep olan temel faktörün duyguları çok iyi yansıtması olduğu belirtilmektedir. Türk dizilerinin özgünlüğü ile ilgili bir adım daha ileri gidilmektedir. Bunlar (diziler) kendilerine özgü anlatımları, mekân kullanımları ve müzikleri ile gelişim sürecindeki bir yapım türüdür ve bunlar çok popülerdirler” ifadesi yer almaktadır. Ayrıca “dizi” ifadesi uluslararası bir kitapta da geçmektedir (Bhutto, 2019b). Söz konusu kitapta Batı dünyası dışında bir kültürel hareketin oluşmaya başladığı ve bu hareketin dünyada birçok kişiyi cezbediği belirtilmektedir. Kitapta, bu harekette bazı Hindistan Bollywood filmlerinin, Türk dizilerinin (kitabın başlığı ve içinde de dizi Türkçe olarak yazılmıştır) ve K-Pop olarak adlandırılan Kore pop müziğinin çektiği ifade edilmektedir. Bu yayınlardan da görüleceği gibi, Türk televizyon dizileri klasik melodramlardan ayrılarak tamamen farklı bir tür olarak sınıflandırılmakta ve bu türün dünyada da kabul görmeye başladığı anlaşılmaktadır.

Dizi ihracatının başka etkileri de bulunmaktadır. Bunu en güzel şekilde Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy aşağıdaki şekilde ifade etmiştir:

“Türk yapımları (dizi-film), dünya seyircisiyle buluşarak hedef kitlesini yüz milyonlara çıkarırken bu durum ülke ekonomisine de olumlu yansıyor. Sanırım dizi film ihracatının elle tutulur en önemli tarafı budur. Ancak dizi film ihracatı yalnızca ekonomik göstergeleri olumlu seviyelere çıkarması açısından önemlidir dersek, meselenin mahiyetini hafifletmiş oluruz. Zira Türk dizilerinin ve Türk filmlerinin dünyanın çeşitli ülkelerinde milyonlara ulaşıyor olması; Türk kültürünün, Türk sanatının, Türk müziğinin ve tabii ki Türk markalarının da dünyanın çeşitli ülkelerinde milyonlara ulaşması demek. O nedenle de dizi-film ihracatını yorumlarken meseleye bu açıdan bakmak daha doğru olacaktır” (Sağlam, 2019).

Ayrıca Türk dizilerinin yurtdışında da gösterilmesinin turizme de katkısının olduğu belirtilmektedir. Yurtdışında Türk dizilerini izleyen yabancıların Türkiye’yi ve dizilerin geçtiği yerleri merak ettiği ve bu meraklarını gidermek için Türkiye’yi ziyaret ettikleri belirtilmektedir (Yağcı, 2019). Türk dizileri Güney Amerika’da 2017 yılında gösterime girmiştir. Bunu takip eden yıl olan 2018 yılında Güney Amerika’dan gelen turist sayısında %64,83 oranında artış olmuştur. Bu artış Avrupa ülkelerinde %31,70 seviyesinde gerçekleşmiştir (Yağcı, 2019). Bu durum Güney Amerika’daki Türk dizilerinin etkisini göstermektedir. Türk sinemasında ve televizyon dramalarında ana mekân İstanbul’dur. Film ve dramalarda en İstanbul görünümü sıklıkla kullanılmaktadır. İstanbul, Boğaziçi ve muhteşem Boğaz konutları küresel izleyiciler için çekici mekânlardır. Özellikle Orta Doğulu izleyiciler bu ortamlara büyük ilgi göstermektedir. Orta Doğu ülkelerinden İstanbul’a gelen pek çok izleyici Boğaz’ı ve buradaki konutları görmek istemektedirler. Onlar için önemli bir çekiciliğe sahiptir (Özmen, 2016).

OTT platformlarının yaygınlaştığı ve birçok ülkedeki izleyicilerin bu platformlara ilgisinin arttığı daha önce belirtilmişti. Türk ve yabancı OTT platformları da Türkiye’deki yapımcılara dizi film yaptırmaktadırlar. Bu tür yapımların ileriki yıllarda artarak devam etmesi beklenmektedir.

OTT yayınlar dünyanın her yerine ulaşabilmektedir. Türk OTT firmaları yurtdışından da abone alabilirler. MENA bölgesine Türk dizi ihracatında yaşanan düşüş bu bölgede Türk OTT firmalarının faaliyetleriyle bir ölçüde telafi edilebilir. MENA bölgesine dizi ihracatında yaşanan düşüş çok büyük oranda politik sebeplerden kaynaklanmaktadır. Bu bölgedeki izleyicilerin Türk içeriklere olan ilgisi hala çok yüksek düzeydedir. Bu durum Türk OTT firmalarına bu bölgede önemli bir fırsat sunmaktadır. Ayrıca Netflix gibi yabancı OTT platformlarının da MENA bölgesinde önemli bir izleyici kitlesi vardır. Bu yayıncılar da Türk yapım firmaları için önemli bir potansiyel müşteri kitlesini oluşturmaktadır.

OTT yayıncıların dizi filmlere yönelik en önemli avantajı, daha önce belirtildiği gibi, 45-60 dakikalık ve 10-12 bölümlük mini dizileri yayınlayabilmeleridir. Bu avantaj dizilerin kalitesini de artırmaktadır. Bunun dizi ihracatına da önemli bir etkisi vardır. Netflix Türkiye İçerik Direktörü Pelin Diştaş bu durumu aşağıdaki şekilde ifade etmektedir:

“Netflix gibi global erişimi olan dijital platformlar, dizi ihracatını çok daha geniş bir coğrafyaya taşıyor. 190 ülkede faaliyet gösterdiğimiz için daha önce dizilerimizi sattığımız belirli ülkelerin ötesine geçerek yapımlarımızı Asya’dan Afrika’ya, Amerika’dan Avrupa’ya dünyanın dört bir yanında izletiyoruz. Üstelik

Türk yapımları Netflix arayüzünde vitrine çıktığında dünyanın en kaliteli işleriyle, örneğin Scorsese, Coen Kardeşler, Soderbergh gibi efsane isimlerin imza attığı yapımlarla birlikte sergileniyor. Bu durum kreatif sektörümüzün kendini dünyaya doğru bir şekilde tanıtılabilmesi için önemli bir imkân.” (NTV, 2019).

Küresel düzeyde izleyicilerin OTT platformlarına kayması konvansiyonel kanallara yapılan dizi ihracatını da olumsuz yönde etkilemekte ve geleneksel dizi ihracatını tehdit etmektedir. Çünkü insanlar artık OTT platformlarını tercih ettiklerinden konvansiyonel kanalların izlenme oranları her yıl düşmektedir (Salih, 2020). Bu nedenle yapımcıların OTT platformlarını da dikkate almaları ve bu platformlara uygun yapımlar üretmeleri önem arz etmektedir.

Dizi ihracatına yönelik devlet desteği de bulunmaktadır. 15 Ekim 2019 gün ve 30919 Sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “Sinema Sektörünün Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik” de dizi film desteği de tanımlanmıştır. Yönetmelikte dizi film desteği, “Yurt dışına satışı gerçekleştirilen ve ülke tanımına katkı sağlayan yerli dizi film projeleri için dizi filmin yapımcısına verilen destek” şeklinde tanımlanmıştır. Dizi film desteğinden yararlanmak için Yönetmelik bazı şartları sıralamıştır. Buna göre; dizi filmin en az üç kıtada, on ülkeye ve en az bir sezon olarak ihraç edilmesi ve dizi filmin ilk sezonunun, başvuru tarihi itibarıyla, son iki yıl içerisinde üretilmiş olması gereklidir.

5. Sonuç

Televizyon dizileri dünyada 1950’li yıllarda ortaya çıkmış ve o tarihten bu yana televizyon programları içinde önemli bir yere sahip olmuştur. Günümüzde dizi filmler hem konvansiyonel televizyon kanallarında hem de OTT platformlarında büyük bir izleyici kitlesi tarafından beğeniyle seyredilen bir program türüdür. Türk televizyon izleyicisi dizi filmlerle 1970’li yılların başında tanışmıştır. Bu yıllarda ekrana gelen dizilerin büyük çoğunluğu ABD yapımıydı. Bu yıllarda televizyon yayınları Türkiye’nin küçük bir bölümüne ulaşmaktaydı, yayın süreleri oldukça kısıtlıydı ve televizyon sahipliği düşük seviyede idi. Bununla beraber söz konusu yıllarda televizyon, o zamana kadar Türk halkının temel eğlence kaynağı olan sinema ve radyoya farklı bir alternatif olarak ortaya çıkmış ve izleyicilerin ilgisini çekmiştir. Televizyon cihazına sahip olmayan kişiler yayınları ya kahvehane gibi toplu yerlerde izlemiş ya da televizyon sahibi bir tanıdığına evine giderek orada izlemiştir. Tele-safir ifadesi 1970’li yıllarda televizyon izlemek için bir tanıdığına evine gidenler için kullanılmıştır. Yabancı diziler bu yıllarda televizyon izleyicisinin en çok ilgisini çeken yapımlar olarak öne çıkmıştır. Bu ilgiyi fark eden TRT’de yerli televizyon yapımlarını ekranlara getirmeye başlamıştır. Ancak yerli diziler bu yıllarda televizyon programlarında küçük bir yer işgal etmekteydi. Yerli diziler 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren ekranlarda öne çıkmaya ve Türk seyircisinin ilgisini çekmeye başlamıştır. Bunun en önemli nedeni yerli dizilerin içeriğinin Türkiye’ye özgü olması ve karakterlerin de günlük hayatta Türkiye’de her zaman karşılaşılabilecek insanlardan oluşmasıydı. Seyirciler bu dizilerde kendi hayatlarından bir parça bulduklarından yerli diziler yabancı dizilere karşı önemli bir alternatif oluşturmuştur. Türkiye’de dizi film yapımcılığı 2000’li yıllarla birlikte önemli bir aşama kaydetmiş ve sektör endüstrileşmeye başlamıştır. Bu yıllarda sinema filmi çeken şirketler de dizi film yapımcılığına

başlamış, sektöre yeni yapım şirketleri girmiş, yapım kaliteleri artmış, yeni oyuncular dizi filmlerde rol almış ve yerli diziler seyircilerin önemli derecede beğenisini kazanmıştır.

Türk televizyon dizileri 2010'lu yılların başında ülke sınırlarını da aşmış, özellikle Kuzey Afrika ve Ortadoğu'daki televizyon kanalları tarafından yayın hakları satın alınarak bu ülkelerde de gösterime girmiş (bir Türk dizisinin yayın hakkının yabancı bir televizyon kanalı tarafından satın alınması dizi ihracatı olarak isimlendirilmektedir) ve önemli seyirci beğenisi kazanmıştır. Daha sonraki yıllarda Türk televizyon dizileri Balkanlar, Latin Amerika, Pakistan, İran gibi ülkelere de ihraç edilmiştir. Son yıllarda bazı Avrupa ülkeleri de Türk dizilerine ilgi göstermeye başlamıştır. Türk dizileri günümüzde birçok ülkede beğeniyle izlenmektedir. Türk dizilerinin bu kadar ilgi çekmesinin nedenleri arasında kültürel yakınlık, içerik yakınlığı, çoklu yakınlık gibi faktörlerin önemli etkisi vardır. Ayrıca dizi ihracatının yeni başladığı yıllarda sektör küresel piyasalarda yaşanan olumlu gelişmelerden de başarılı bir şekilde yararlanmışır. Türk dizilerinin ABD, Avrupa, Güney Kore vb. dizilerini seyreden kitleye farklı ve iyi bir alternatif sunması da dizi ihracatını olumlu yönde etkilemiştir. Türk televizyon dizileri dünyada yeni bir tür olarak ortaya çıkmış ve telenovela, Bollywood, K-drama, nordic noir gibi Türkçe "dizi" adıyla önemli bir yer işgal etmeye başlamıştır. Artık "dizi" dünyanın birçok ülkesinde kabul gören ve seyirci ilgisini çeken bir televizyon program türü olarak yerini almıştır. Bu durum Türk televizyon dizi yapıcılığı için önemli bir başarıdır.

Türk televizyon dizilerini diğer ülkelerin televizyon dizilerinden ayıran önemli farklar olarak; dizilerin yapım kalitelerinin yüksek olması, duyguları çok iyi yansıtması, çoğunlukla melodram türü olmakla beraber hikâyelerinin ve sunumlarının diğer ülke melodramlarından farklı olması, seyircinin merakını canlı tutan olaylar zinciri üzerine kurulması, oyuncuların fiziki özellikleri ile oyunculuk yetenekleri, çekimlerin değişik ve ilgi çeken mekânlarda gerçekleştirilmesi ve özellikle müziklerinin etkileyici olması değerlendirilebilir.

Türk dizilerinin dünyanın birçok ülkesinde gösterilmesinin turizme, Türk kültürünün, Türk sanatının, Türk müziğinin ve Türk markalarının tanıtımına önemli etkileri bulunmaktadır. Ancak dizi ihracatı ilk başlardaki ivmesini koruyamamış ve daha sonradan düşüşe geçmiştir. Bu düşüşte, özellikle bazı Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri ile yaşanan siyasi sorunların önemli bir etkisi olmuştur. Ancak yapımcıların dizi ihracatının yükselişinin yaşandığı yıllardaki kadar başarılı içerikler ortaya koyamamaları da dizi ihracatının duraklamasındaki diğer bir önemli nedeni oluşturmaktadır. Günümüzde ihraç edilen dizilerin büyük kısmını önceki yıllarda hem yurtiçinde hem de yurtdışında başarılı olmuş diziler oluşturmaktadır. Her ne kadar çekim kalitesinde bir gerileme olmasa da orijinal içerik kalitesinde bir sıkıntı yaşanmaktadır. Bu duruma reyting sisteminde yapılan değişikliğin neden olduğu belirtilmektedir. Bunun sonucunda yeni yapımların, yurtiçinde reyting alan ancak yurtdışında daha önceki dizilere kıyasla daha az ilgi çeken içeriklerden oluştuğu belirtilmektedir. Bu ifade de belirli bir haklılık payı olmakla beraber her yapım için bunun geçerli olduğunu söyleyemeyiz. Bununla beraber Türk dizi sektöründe içeriklerin birbirini tekrar ettiği ve orijinal içerik üretmede bir kısırlık olduğu da bir gerçeklik olarak göze çarpmaktadır.

Dizi film sektörünün önemli sorunlarından bir diğeri de, daha önceki bölümde de ifade edildiği gibi, Amerika ve Avrupa'dan farklı olarak Türkiye'deki dizi filmlerin arkası yarın formatında olmasıdır. Burada da dizi reyting aldıkça uzatılmakta, dizi uzadıkça başlangıçtaki hikâyeden uzaklaşmakta ve bu da içeriğin kalitesine olumsuz etki yapmaktadır. Dizi film süreleri de uzayınca, diziler eskilerin pehlivan tefrikalarına benzemektedir. Bu da izleyicilerin ilgisini azaltmaktadır. Bunun sonucunda da yeni çekilen Türk dizileri yurtdışı piyasalarda yeterince seyirci ilgisini çekememektedir.

İngiliz The Guardian gazetesinde yayımlanan bir yazıda Selin Arat'a atfen "Türk dizileri dünyada belirli bir popüleriteye ulaştı. Talepte daha fazla bir artış olmayabilir, fakat Türk dizi yapımcılığının sunabileceği dizilere karşı dünyada bir istek vardır" ifadesi yer almıştır (Bhutto, 2019a). Esasen burada Türk dizilerine küresel seyircilerin alıştığı ve bu seyircilerin ilk zamanlarda değişik bir tür ile karşılaşmalarından doğan merak ve ilgilerinin belirli bir doygunluğa ulaştığı ifade edilmektedir. Türk dizi sektörünün küresel hedefi yeni içerikler ile bu merak ve ilgiyi yükseltmek olmalıdır. Daha önce de ifade edildiği gibi sektörün önündeki zorlu süreç hem yurtiçinde reyting alacak hem de yurtdışında Türk dizilerine karşı olan merak ve ilgiyi artıracak yapımların ortaya konulmasıdır. Bir dizinin yurtdışına ihraç edilebilmesi için Türkiye'de tutması ve belirli bir bölüm sayısına ulaşması gerekmektedir. Türkiye'de belirli bir bölüm sayısına ulaşmadan yayından kaldırılan dizilerin yurtdışına ihracatı mümkün olmamaktadır (Salih, 2020). Türkiye'de dizilerin süreleri oldukça uzun olduğundan yurtdışında Türkiye'deki bir bölüm birkaç parçaya ayrılarak yayımlanmaktadır. Ayrıca, yurtdışında diziler çoğunlukla her gün yayımlanmaktadır. Bu nedenle yurtdışındaki yayıncı önemli sayıda bölüm talep etmektedir. Türkiye'de bir dizinin yayından erken kaldırılmasına yeterince reyting alamaması sebep olmaktadır. Bu nedenle bir dizinin yurtdışına ihraç edilebilmesi için Türkiye'de yüksek reyting alması gerekmektedir.

Bu zorlu süreçte dizi yapım sektörünün endüstrileşmesinde biraz daha yol kat etmesi gerekmektedir. Sektör endüstrileşme yönünde önemli adımlar atmıştır. Ancak bu adımların daha ileriye taşınması gerekmektedir. Bir sektörün endüstrileşmesinde etkili bir değer zinciri oluşturulması çok önemlidir. Değer zinciri; araştırma ve geliştirme, tasarım, üretim (prodüksiyon), pazarlama, dağıtım ve satış sonrası faaliyetler aşamalarından oluşur. Değer zincirinin her aşaması ürüne belli bir değer katar. Dizi film yapımcılığı sektöründe bu aşamaların tamamının veya bir kısmının yeterince dikkate alınmadığı görülmektedir. Ortaya çıkacak yapımın hem yerli hem de küresel izleyicinin beğenisini kazanması gerekmektedir. Türk dizi yapım sektörü, dizi ihracatının ilk yıllarında yakaladığı ivmeyi tekrar etmek istiyorsa bunu yapabilmelidir. Araştırma, geliştirme ve tasarım aşamalarında yerli ve küresel izleyiciler dikkate alınarak, Türk dizi film sektörünün rekabet avantajı bulunan içerikler iyi bir şekilde analiz edilerek buna uygun yeni konsept ve senaryoların ortaya çıkarılması önem arz etmektedir. Türkiye'de, ortaya konan konseptlere uygun senaryo yazabilecek birçok yetenekli senarist vardır. Üretim aşaması ise dizinin yazılan senaryoya göre bizzat çekilmesi yani prodüksiyon safhasını oluşturmaktadır. Türk dizi film yapım sektörünün yüksek bir prodüksiyon kalitesine ulaştığı daha önceki bölümlerde ifade edilmiştir. Değer zincirinin bundan sonraki aşaması pazarlama aşamasıdır. Pazarlama ve dağıtım birbirine karıştırılmamalıdır. Pazarlama potansiyel müşteride (dizilerde

potansiyel izleyiciler ve yayıncılar) bir farkındalık ve merak uyandırmaktır. Dağıtım ise pazarlaması yapılan ve potansiyel müşteri kitlesinde farkındalık ve merak yaratılan dizinin yabancı bir televizyon kanalına yayın hakkının satışıdır. Pazarlama aşaması yurtiçi izleyiciler için çok başarılı bir şekilde yürütülmektedir. Ancak yurtdışı izleyicilere yönelik olarak pazarlama faaliyetlerine yeterince önem verilmediği değerlendirilebilir. Yurtdışında pazarlamanın iki önemli ayağı olduğu düşünülebilir. Bunlardan ilki hedef ülkelerdeki izleyicilerde ve televizyon kanallarında Türk dizilerine karşı merak ve ilgi uyandırılmasıdır. Bu iş Türkiye'deki şirketlere düşmektedir. Bunun için etkili bir tanıtım ve iletişim stratejisinin geliştirilmesi ve bu strateji de öngörülen aksiyonların hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Ortaya konulacak strateji fuarlara katılımın yanında, yurtdışında popüler olmuş dizi film oyuncularından yararlanılması, yurtdışında medyada görünürlüğün artırılması, dizilerle ilgili hatıra eşyalarının oluşturulması gibi aksiyonları da dikkate almalıdır. Türkiye'de yurtdışına dizi film pazarlanmasıyla ilgilenen birkaç profesyonel şirket faaliyet göstermektedir. Bu şirketlerin sayısının artması rekabeti getirecek ve bu yolla etkili ve profesyonel bir iletişim ve pazarlama stratejisi oluşturulabilecektir. Pazarlamanın ikinci ayağı ise dizinin yayın hakkının satılmasını müteakiben yabancı yayın kuruluşu tarafından ilgili diziyeye yönelik pazarlama faaliyetidir. Ortadoğu ve Kuzey Afrika pazarında yaşanan sıkıntıdan sonra dizi ihracatı için farklı pazarların araştırılmasına başlanmıştır. Bu çok olumlu bir gelişmedir ve bu çabalar artırılarak sürdürülmelidir. Dizilerin pazarlamasını yapan firmalar ayrıca dağıtımını da yapmaktadır. Dağıtımda da dizilerin farklı ülkelerde dağıtımının yapılması çeşitlendirme açısından önem kazanmaktadır. Dizi bir ülkede ilgi görmezse diğer bir ülkedeki yüksek ilgi düşük ilgiyi telafi edebilir.

Günümüzde OTT platformlarına artan bir izleyici ilgisi vardır. Bu ilginin gelecekte de devam edeceği öngörülmektedir. Bu durum yayınların hem Türkiye'de hem de dünyada önemli ölçüde dijitalle kayacağını göstermektedir. Böyle bir gelişme Türkiye'deki dizi film yapımcılarına hem fırsat sunmakta hem de tehdit yaratmaktadır. İzleyicinin OTT platformlarına kayması konvansiyonel kanallara olan ilgiyi azaltmakta ve bunun sonucunda konvansiyonel kanalların tercih ettiği uzun süreli ve uzun bölümlü dizilerin izlenme oranlarını da azaltmaktadır. Türk dizi filmlerini yurtdışına pazarlayan bir firmanın sahibi olan İzzet Pinto da bu duruma dikkati çekmekte ve Türk dizilerinin konvansiyonel televizyonun hala güçlü olduğu Ortadoğu, Balkanlar ve Latin Amerika'da daha fazla talep gördüğünü belirtmektedir (Salih, 2020). Ancak bu ülkelerde de dijitalle kayışta bir artış olması durumunda Türk dizi film ihracatı bundan olumsuz olarak etkilenecektir. Türk içeriklerin OTT platformlarında küresel izleyiciler tarafından izlenme derecesi arzu edilen seviyede değildir. İş insanları da bu durumun farkındadır. Bu farkındalığı İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç aşağıdaki şekilde ifade etmektedir:

"..... Avdagiç, Türkiye'nin çok başarılı olduğu TV dizileri, filmler ve animasyon film üretiminin yanı sıra 'streaming'e dayalı (OTT platformlar) global dağıtım iş modellerinde de bir atılma ihtiyacı olduğunu söyledi. Avdagiç, dizilerin global platformlarda yer almasının önemine ilişkin, şu değerlendirmelerde bulundu: 'Açık kanallara yapılan dizi satışlarıyla birlikte bundan böyle 'kaçı Amazon Prime, Netflix,

iTunes gibi global platformlarda yer almıştır?’ sorusunu da kendimize sormalıyız. Doğru ürünlerle, yapımlarla Netflix gibi global platformlarda sağlam bir yer edinmemiz gerekiyor.” (Yıldız, 2019).

Konvansiyonel kanallar ile OTT platformlarının seyirci kitleleri farklı olduğundan bunların tercihleri de farklıdır. Konvansiyonel kanal seyircileri bir dizi filme 3,5-4 saat ayırabilmekte iken OTT platformu seyircisi ancak 45-60 dakika ayırmaktadır. Bu nedenle OTT kanallar için hazırlanacak yapımların konseptleri farklı olmalıdır. Daha önce de belirtildiği gibi Türk dizi film yapımcıları OTT platformları için iyi tasarlanmış ve senaryosunun tamamı baştan oluşturulmuş mini diziler çekebilirler. Bu dizilerde de temel olarak Türk dizilerini diğer ülke dizilerinden farklılaştıran güçlü yönleri dikkate alınmalıdır. Bu yapımların konvansiyonel kanallar için çekilen dizilerden tek farkı bölüm süresi ve bölüm sayısı olmalıdır.

Türk dizi film sektörü çok önemli aşamalar kaydetmiş ve günümüzde dünyaca tanınmış bir sektör haline gelmiştir. Sektörün, kendisini etkileyen tüm gelişmeleri dikkate alarak strateji oluşturması ve bu stratejiye göre hareket etmesi bundan sonra da gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında başarısını devam ettirmesi için önemlidir. Şimdiye kadar elde ettiği başarılar sektörün bunu yapabileceğinin en önemli kanıtıdır.

KAYNAKÇA

- Allen, S. (2019). Television in the United States. *Britannica*. <https://www.britannica.com/art/television-in-the-United-States/additional-info#contributors> adresinden alındı.
- Ateşalp, S. T. (2016). Nitelikli Televizyon: Medya Profesyonellerinin Perspektifinden Türk Televizyon Dizilerinde Nitelik. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 25, 9-37.
- Berg, M. (2017). The Importance of Cultural Proximity in the Success of Turkish Dramas. *International Journal of Communication*, 11, 3415-3430.
- Bhutto, F. (2019a, 13 Eylül). How Turkish TV is taking over the world?. *The Guardian* (Erişim tarihi: 13 Kasım 2020). <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/sep/13/turkish-tv-magnificent-century-dizi-taking-over-world>
- Bhutto, F. (2019b). New Kings of the World: Dispatches from Bollywood, Dizi, and K-Pop, *Columbia Global Reports*.
- Bignell, J., & Fickers, A. (Eds.). (2008). *A European Television History*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Bolelli, Ş. (2019, 24 Kasım). Türk dizileri İspanya'daki Latin Amerika dizilerinin hegemonyasını yıktı. *Anadolu Ajansı* (Erişim tarihi: 5 Kasım 2020). <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/turk-dizileri-ispanyadaki-latin-amerika-dizilerinin-hegemonyasini-yikti/1653912>
- Dorce, A. (2014). Latin American Tele novelas: Affect, citizenship and interculturality. Alvarado, M, Buonanno, M., Gray, H. & Miller, T. (Ed.). *Handbook of Television Studies*. (ss.245-268). SAGE Publication.
- Jones, D. (2013, 31 Mart). Iran pins rise in divorce on steamy Turkish TV. *The Times* (Erişim tarihi: 10 Aralık 2020). <https://www.thetimes.co.uk/article/iran-pins-rise-in-divorce-on-steamy-turkish-tv-h7h89q3lfls>
- Kim, S., Long, P., & Robinson, M. (2009). Small Screen, Big Tourism: The Role of Popular Korean Television Dramas in South Korean Tourism. *Tourism Geographies*, 11(3), 308-333.

- Kimmelman, M. (2010, 17 Haziran). Turks Put Twist in Racy Soaps. *The New York Times* (Erişim tarihi: 26 Ekim 2020). <https://www.nytimes.com/2010/06/18/arts/18abroad.html>
- La Pastina, A. C., & Straubhaar, J. D. (2005). Multiple Proximities between Television Genres and Audiences: The Schism between Telenovelas' Global Distribution and Local Consumption. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 67(3), 271-288.
- Lu, J., Liu, X., & Cheng, Y. (2019). Cultural Proximity and Gender Proximity: Why Do Chinese Viewers Enjoy American and Korean Dramas. *SAGE Open*, Ocak-Mart 2019, 1-10.
- NTV, Atiye dizisinin hedefi Göbeklitepe'ye ilgiyi artırmak. (2019, 29 Kasım). *NTV* (Erişim tarihi: 15 Ekim 2020). https://www.ntv.com.tr/galeri/sanat/atiye-dizisinin-hedefi-gobeklitepeye-ilgiyi-artirmak,UPHr39eY8E2Ew81ab_VjPw
- Özmen, S. (2013). *Radyo ve Televizyon Okumaları*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Özmen, S. (2016). Mediation of Culture Intercultural Dialog Through Dramas. Gonçalves, S. & Majhanovich, S. (Eds.). *Art and Intercultural Dialogue*. (ss.129-142). Rotterdam: Sense Pub.
- Özmen, S., & Al-Zaid, E.A. A.(2021). Ortadoğu'lu Kadınların Türk Dramalarını İzleme Deneyimleri ve Alımlamaları. Özmen, S., & Parlayandemir, G. (Eds.). *Kültürel Çalışmalar Perspektifinden Toplumsal Cinsiyetin Alımlanması*. (ss.1-12). İstanbul: Kriter.
- Öztürk, M., & Atik, A. (2016). Ulusal Pazardan Küresel Pazara Uzanan Süreçte Türk Dizilerinin Gelişimi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 66-82.
- Peirce, L. (2019). Hürrem Sultan. (Akman, R. Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Pinto, İ. (2020, 17 Nisan). Amaç Türk dizilerini ticari olarak çok daha değerli hale getirmek. *Anadolu Ajansı* (Erişim tarihi: 23 Ekim 2020). <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/izzet-pinto-amac-turk-dizilerini-ticari-olarak-cok-daha-degerli-hale-getirmek/1808392>
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK). (2018). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*.
- Rogers, E. M., & Antola, L. (2006). Telenovelas: A Latin American Success Story. *Journal of Communication*, 35(4), 25-34.
- Sağlam, M. F. (2019, 7 Mart). Türkiye dizi film ihracatında 2. Sırada. *Branding Türkiye* (Erişim tarihi: 10 Aralık 2020). <https://www.brandingturkiye.com/turkiye-dizi-film-ihracatinda-2-sirada/>
- Salamandra, C. (2012). The Muhannad Effect: Media Panic, Melodrama, and the Arap Female Gaze. *Anthropological Quarterly*, 85(1), 45-77.
- Salih, Y. (2020, 16 Nisan). Avrupa Türk dizilerine yöneldi. *Dunya.com* (Erişim tarihi: 16 Kasım 2020). <https://www.dunya.com/gundem/avrupa-turk-dizilerine-yoneldi-haberi-467853>
- Sinema Sektörünün Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik. (2019, 15 Ekim). *Resmi Gazete* (Sayı: 30919). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/10/20191015-3.htm> adresinden alındı.
- Straubhaar, J. (1991). Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity. *Critical Studies in Media Communication*, 8(1), 39-59.
- Sulehria, F. (2018, 24 Eylül). Why Turkish soap operas are a hit in Pakistan. *TRT World* (Erişim tarihi: 21 Ekim 2020). <https://www.trtworld.com/opinion/why-turkish-soap-operas-are-a-hit-in-pakistan-20418>
- Şentürk, R., Gülçur, A. S., & Eken, İ. (2017). *Türkiye'de Film Endüstrisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası ve İstanbul Düşünce Akademisi.
- Tanrıöver, H. U. (2015). Diziler: Türkiye'nin En Sevdiği Alışkanlık. *National Geographic Türkiye*, Nisan 2015.

- Williams, N. (2013, 28 Haziran). The rise of Turkish soft power. *BBC News* (Erişim tarihi: 3 Kasım 2020). <https://www.bbc.com/news/magazine-22282563>
- Yağcı, S. (2019, 25 Ekim). Meksika TV'lerinde Türk yapımı yarışı. *Dunya.com* (Erişim tarihi: 20 Kasım 2020). <https://www.dunya.com/ekonomi/meksika-tvlerinde-turk-yapimi-yarisi-haberi-455861>
- Yeşil, B. (2015). Transnationalization of Turkish dramas: Exploring the convergence of local and global market imperatives. *Global Media and Communication*, 11(1), 43-60.
- Yıldız, Y. (2019,14 Ekim). Türk dizi ve sinema sektörü 22 firmayla MIPCOM'da. *Anadolu Ajansı* (Erişim tarihi: 5 Ocak 2021). <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/turk-dizi-ve-sinema-sektoru-22-firmayla-mipcomda/1613103>

TELEVISION SERIES INDUSTRY IN TURKEY

M. Mete DOĞANAY* 
M. Konuralp AKTAŞ** 

Television serials are an important entertainment tool that is admired in most of the countries as well as in Turkey. In addition, the series also have important contributions to promote the culture and geography of the producer country.

The main purpose of this study is to examine TV series, which is the second most watched program type of television broadcasts as an important communication and entertainment tool in Turkey, in terms of production. For this purpose, interviews were held with sector representatives and many sources related to the subject were examined. Television broadcasts in Turkey started in 1968. Turkey met with television series in the first half of the 1970s. During these years, there were almost no domestic TV series. The first TV series were foreign productions that TRT bought from abroad. Among these TV series, we can mention about “Star Trek”, “Fugitive”, “Our Mission is Danger”, “Bonanza (published under the name of Dolu Dizgin in Turkey)” and also the ones which were broadcast in the following years are “Love Ship”, “Dallas” and “White Shadow”. In these years of single-channel television broadcasting, the aforementioned foreign series attracted a lot of audience attention. In fact, the final episodes of some TV series (for example the Fugitive) locked people in front of the screen at their homes and the streets were almost empty at the broadcast time of that episode (Tanrıöver, 2015). When David Janssen, the lead actor of the fugitive series, visited Turkey, he attracted a great interest beyond what he saw in his country, and even he was surprised by this interest. One of the most important reasons for this is the fact that there were only one channel broadcasts for a limited time in the evenings in Turkey in those years and there were no alternative channels for viewers. Therefore, in the television, which was the main entertainment tool of people in those years, all the

* Çankaya University, Business Administration, mdoganay@cankaya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5735-7014

** Ankara Hacı Bayram University, Radio, Television, Cinema, konuralp.aktas@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7521-6859

audience was obliged to watch the same productions. Another the important reason why foreign series attracted the attention of the audience was successful Turkish dubbing. For the dubbing, TRT has benefited from theater artists whose tone and emphasis are quite appropriate. Lip synchronization has also been successfully applied in dubbing. Successful dubbing made the serials easy to watch.

With the 2000s, when the number of channels and competition increased, TV series production entered a new era. During these years, there was a significant increase in the number of productions and subject diversity. Successful Turkish adaptations of foreign series were also screened and won the appreciation of the audience (a significant number of South Korean TV series have been adapted in recent years). These adaptations also contributed significantly to provide subject diversity. New actors who were not known before in the series have also started to take the lead roles. These new actors were appreciated by the audience and became famous thanks to the roles they played in the TV series. As mentioned above, in previous years, actors who were famous for their roles in movies and theater played in the series. In the 2000s, actors who became famous for their roles in television series started to play in movies later on. Both the variety of topics and the role of new faces in the series offered an unfamiliar experience to the audience, and the local TV series were watched with interest and admiration. However, in these years, the concept of rating also gained importance and the series that did not get good ratings were canceled after a few episodes or had to make an early final. Also, there has been a slight increase in the duration of the series.

The TV series industry in Turkey has shown a significant development in the first half of the 2010s and the export figures have increased significantly. However, there was a decrease in the export of TV series afterwards. There are different reasons for this decline. Turkey's most important customer in TV series exports is the Middle East and North African countries (MENA). The main factor in the significant rise in TV series exports in the first half of the 2010s was the export to MENA countries. TV series exports to MENA countries accounted for 65% of total TV series exports (Şentürk, Gülçur & Eken, 2017). However, TV series exports to MENA countries have decreased significantly since the second half of the 2010s. The most important reason for this decline is that a large company in the MENA region has stopped purchasing TV show rights from Turkey. Political reasons and problems with some of the MENA countries also played an important role here. When the positive political factors explained above contributed significantly to the achievement of this result during the periods when TV series exports increased, this time the effect of political factors turned negative and caused a significant decrease in serial film exports. Therefore, it can be seen that the political factors stated in Yeşil's study (2015) may have positive and sometimes negative contributions to the series exports. As Yeşil argued, Turkish TV series exports benefited from them in the period when political factors were positive, but as seen in recent years, it was negatively affected by these in periods when political factors were negative.

Turkish television series also crossed the borders of the country at the beginning of the 2010s, and were screened in other countries, especially by purchasing the broadcasting rights by the television channels in North Africa and the Middle East (the purchase of the broadcasting rights of a Turkish

series by a foreign television channel is called serial export) and gained significant audience appreciation. In the following years, Turkish television series were exported to countries such as the Balkans, Latin America, Pakistan, and Iran. In recent years, some European countries have started to show interest in Turkish TV series as well. Turkish TV series are watched with admiration in many countries today. Among the reasons why Turkish TV series are attracted so much attention is that there are factors such as cultural affinity, content closeness, and multiple affinity. In addition, in the years when TV series exports were just in the beginning, the sector successfully benefited from the positive developments in the global markets. The fact that Turkish TV series offer a different and good alternative to the audience in USA, Europe, South Korea and so on has also positively affected the export of TV series. Turkish television series emerged as a new genre in the world and started to occupy an important place with the Turkish name “serial” such as telenovela, Bollywood, K-drama, Nordic noir. Now “TV series” has taken its place as a type of television program that is accepted in many countries of the world and attracts the audience. This is an important success for Turkish television series production.

There are many important differences that distinguish Turkish television series from the television series of other countries such as the high production quality of the series and successfully reflecting emotions. The series are mostly melodrama, but their stories and presentations are different from other countries’ melodramas. Additionally, they are based on a chain of events that keep the audience’s curiosity alive. Moreover, the physical characteristics of the actors and their acting abilities gained attention and the shootings are carried out in different and interesting places with the use of impressive music in the series.

The Turkish TV series industry has made significant progress and become a world-renowned industry today. It is important for the sector to create a strategy by considering all the developments that affect it and to act according to this strategy in order to continue its success both at home and abroad. The achievements it has achieved so far are the most important proof that the industry can do this.