

KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



2000'Lİ YILLARDA TÜRK DİZİ SEKTÖRÜNÜN DURUMU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BURAK YILMAZ

MAYIS 2014

|BURAK YILMAZ|

|Yüksek Lisans Tezi|

2014

2000'Lİ YILLARDA TÜRK DİZİ SEKTÖRÜNÜN DURUMU

BURAK YILMAZ

Sinema ve Televizyon Programı'nda Yüksek Lisans derecesi
için gerekli kısmi şartların yerine getirilmesi amacıyla
Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne
teslim edilmiştir.

KADIR HAS ÜNİVERSİTESİ

Mayıs 2014

KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

2000'Lİ YILLARDA TÜRK DİZİ SEKTÖRÜNÜN DURUMU

BURAK YILMAZ

ONAYLAYANLAR:


(Ünvan ve Ad) (Danışman) (Üniversite)
Yard. Doç. Dr. Çağrı Yalçın Kadir Has
(Ünvan ve Ad) (Eş-Danışman) (Üniversite)
Universitesi



(Ünvan ve Ad) (Üniversite)
Yard. Doç. Dr. Sunem Koçer Kadir Has
Universitesi



(Ünvan ve Ad) (Üniversite)
Yrd. Doç. Dr. Defne Tüzün Kadir Has
Universitesi
(Ünvan ve Ad) (Üniversite)



ONAY TARİHİ:

“Ben, Burak Yılmaz, bu Yüksek Lisans Tezinde sunulan çalışmanın şahsıma ait olduğunu ve başka çalışmalardan yaptığım alıntıların kaynaklarını kurallara uygun biçimde tez içerisinde belirttiğimi onaylıyorum.”

BURAK YILMAZ



İÇİNDEKİLER

Özet.....	5
Abstract.....	6
Teşekkür Notu.....	7
1. Giriş.....	8
2. Literatür Taraması.....	11
2.1 Televizyon Dizisi	11
2.1.1 Soap Opera.....	12
2.1.2 Telenovela.....	13
2.1.3 Sit-Com.....	14
2.1.4 Drama.....	15
2.2 Türleri Bakımında Yerli Diziler.....	16
2.3 Dünyada Dizi Endüstrisi.....	17
2.4 Türkiye’de Televizyon Dizisi Sektörü (Geçmişten Günümüze).....	20
2.5 Türkiye’deTelevizyon Dizileri Ve İzleyici Eğilimleri.....	22
3. Türkiye’de Dizi Sektörünün Durumu	24
3.1 Türkiye’de Dizi sektörünün Güncel Sorunları	28
3.2 Tehditler	29
3.3 Türkiye ve Ortadoğu	30
4. Yöntem	33
5. Bulgular	35
5.1 Türkiye’nin Batı dizilerine ikame yapım üretmiyor olması	35
5.2 Uzun Çalışma Saatleri	35
5.3 Sektörde Planlama Eksikliği	37
5.4 Ortadoğu’da Türk Dizilerinin İzleyici Bulması	38
5.5 Yurtdışı ile Kıyas	39
5.6 Sektördeki Daralma ve Sektörün Kısa ve Orta Vadede Karşılaşabileceği Tehditler	42
6. Sonuç	44
7. Kaynakça	48

ÖZET

2000’li Yıllarda Türk Dizi Sektörünün Durumu

Burak Yılmaz

Sinema Televizyon

Danışman: Yard. Doç. Dr. Çağrı Yalkın

Mayıs 2014

Bu tez 2000’li yıllarda Türkiye’de dizi sektörünün sahip olduğu temel özelliklerle sektörün yurtiçinde ve yurtdışındaki hareketlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç için çalışılırken göz önünde bulundurulmuş temel durum, son 6 yıllık periyotta görülen hacimsel daralmanın, 2014 yılında ulaşılan 150 Milyon Türk Lirası ölçeğindeki ihracat geliri ile ilişkisi ve bu ilişkinin dizi sektörümüzün geleceğini nasıl etkileyeceği olmaktadır. Çalışma içerisinde sektör profesyonelleri ile yapılan mülakatlar sonucunda, sektörün yapısının nitel açıdan ortaya konması hedeflenmiştir. Bunun yanında sektörün ürettiği yapımların tür bakımından incelenmesi, ihracat hedefleri ile üretilen ve üretilmesi planlanan yapımların uyumu ve sektörün sahip olduğu sorunlar irdelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dizi, Dizi Sektörü, Türkiye, Ortadoğu, Dizi Ekonomisi, Türkiye’de Dizi Türleri.

ABSTRACT

Turkish TV Serial Sector on 2000's

Burak Yılmaz

Film & Television

Advisor: Asst. Prof. Çağrı Yalkın

May,2014

This thesis aims to investigate the characteristics of Turkish Tv Serial sector and it's acts inside and outside of Turkey. While studying on this purpose the base cases considered are the relationship between the volumetric shrinkage seen in the last 6 years period and 150 Million Turkish Lira scale export revenue reached in 2014 and how this relationship will affect the future of our soap opera industry. As a result of interviews with industry professionals, it is aimed to reveal the industry structure with its qualitative manner. Besides this , on this study , productions made by industry are analysed with their types , the harmonisation of productions produced with export target and planned to be produced with export targets and all kinds of problems that industry have are also studied.

Keywords: Tv Serial, Tv Serial Industry, Turkey, Middle East, Tv Serial Economics, Tv Serial Genres in Turkey

Teşekkür

Başta bu çalışmanın tüm aşamalarında desteğinden ve tecrübelerinden faydalandığım çok değerli tez danışmanım Yard. Doç. Dr. Çağrı Yalkın'a,

Çalışmanın çeşitli aşamalarında desteklerini esirgemeyen çok değerli hocalarım Yard. Doç. Dr. Nalan Büker'e, Emrah Dönmez'e, Prof Dr. Mutlu Parkan'a ve Hüseyin Kuzu'ya,

Tez yazım sürecinde ve öncesinde her türlü desteği almama olanak tanıyan hocalarım Yard. Doç. Dr. Defne Tüzün'e, ve Yard. Doç. Dr. Murat Akser'e,

Ve aileme

Teşekkürü bir borç bilirim.

1. GİRİŞ

Görselliği, işitselliği ve hareketi bünyesinde barındırması açısından sinema, hem resim, tiyatro ve müzik gibi sanat dallarının enstrümanlarını kullanmış hem de bu sanat dallarını yeni işleyiş biçimleri geliştirerek güçlendirmiştir. Sinemanın bu etkileşiminin ölçeği veya sınırları konusunda tartışmalar yüzyıl boyunca devam etmiş olmasına karşın, az ya da çok, hepsiyle bir ilişki içerisinde bulunduğu yadsınmaz bir gerçektir.

19.yy'da Avrupa'da gazetelerin tirajlarını arttırmak ve okuyucu kitlesini sabit tutmak amacıyla geliştirdiği tefrika biçimi, 1920'li yıllarda radyo yayınlarına nüfuz etmiştir. (Buchan, 2003) Romanların bölümler halinde yayınlanması olarak özetlenebilen tefrika biçiminde yayın yolu, özellikle 1950'lerden itibaren televizyonun geniş kitlelere ulaşmasıyla yeni bir boyut kazanmıştır. (Buchan, 2003)

Günümüzde pek çok farklı türde televizyon programının belli bölümlere ayrılarak belirli periyodlar halinde izleyiciyle buluştuğunu bilmekteyiz. Bu yayınların bir kısmı yarışma veya eğlence programlarından oluşurken diğer bir kısmı ise dramatik anlatım kurallarına uyarak gerçekleştirilmektedir. Temel olarak sinemasal öyküleme kurallarına, kurgu prensiplerine ve drama türünün özelliklerine uygun biçimde meydana getirilen bu yapımlar, yayınlanma biçimlerine göre adlandırılmaktadır. Dünyada *TV-Serial* ya da *TV-Drama*

şeklinde adlandırılan bu programlar, ülkemizde genel olarak Televizyon Dizileri olarak bilinmektedir.

1975 yılında ilk örneğini görmemize rağmen, 1990 yılında çok kanallı yayıncılığa geçiş ile birlikte ülkemizde dizi yapımında büyük bir atılım da gerçekleşmiştir. Geride bıraktığımız yıllar sonunda dizi yapımcılığı başlı başına bir sektör haline alarak 2008’de 63 dizinin bir yıl içerisinde yayınlandığı bir hacme ulaşmıştır. Dahası, sektör son 5 yılda ülke sınırlarını aşarak yurtdışına açılmış ve 2014 verilerine göre 54 ülkeye ihracat yapar hale gelmiştir. Bu ihracatın hacmi 150 Milyon doları bulmaktadır.¹ (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, 2013) Dizi sektörünün büyümesi, gelişmesi ve sahip olduğu ihracat hacminin artması yönünde çalışmalara destek verdiğini belirten Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türk Dizi Sektörünün 2023 yılında 1 Milyar Dolarlık bir ihracatı karşılayacak düzeye gelmesini amaç edindiğini ifade etmektedir.²

Görülen bu hızlı genişlemenin yanında yine 2008 yılından itibaren sürekli biçimde ekonomik hacim olarak küçülen bir sektör karşımızda çıkmaktadır. Dahası, ürünlerin alıcısı olan ülkelerin çoğunluğunun tek bir coğrafyada toplanması, bu ülkelerin dizileri tüketim biçimleri, rekabet yeteneği ve ihracatın sürekliliği ile ilgili soru işaretleri bulunmaktadır. Türkiye’de dizi sektörünün geleceğinin hangi faktörlerle şekilleneceği şu an için belirsiz olmakla birlikte güncel veriler bir değişimin yapılmasının elzem olduğunu göstermektedir.

² Kültür Bakanı Ömer Çelik ITVF 2014 fuarında yaptığı konuşmasında dizi sektörümüzün 2023 yılı ihracat hedefinin 1 Milyar Dolar olduğunu açıklamıştır. (ITVF, 2014)

Bu çalışmada Türkiye’de dizi sektörünün yapısı genel olarak ortaya konarak 2008 -2013 yılları arasında görülen ihracat hamlesi ve yine aynı yıllarda görülen sektörün yurtiçindeki hacimsel küçülmesi incelenecektir. Bu hacimsel küçülme sektör uzmanları ve çalışanlarının sektör ile ilgili değerlendirmeleri üzerinden sorgulanacak ve küçülmenin temel nedenleriyle gittiği yön belirlenmeye çalışılırken 2023 yılında 1 Milyar Dolarlık ihracat hacmine ulaşması hedeflenen dizi sektörümüzün söz konusu hedefe ulaşabilmesi için gerekli olan hamleler ve yine bu sıçramanın önünde duran engeller de araştırılacaktır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1 Televizyon Dizisi

Televizyon Dizisi veya Dizi Film, sinemasal anlatım kuralları çerçevesinde işlenmek kaydıyla yapısal olarak bölünmüş anlatım biçimlerine sahip ve çoğunlukla ticari amaçlar güdülenerek oluşturulan hareketli görüntülerdir. Diziler içerik açısından tıpkı beyaz perde yapımları gibi türlere ayrılabilir. Fakat bunun dışında dizilerin yapısal belli başlı kurallar çerçevesinde gruplandırıldığı çeşitleri mevcuttur. Bunlardan uluslararası ölçekte kabul gören örnekleri ‘Soap Opera’, ‘Telenovela’, ‘Sit-com’ ve ‘Drama’ olarak sıralanmaktadır.

Helen Fulton’ın Introduction: Power of Narrative adlı makalesinde açıkladığı gibi medya birincil olarak ticari bir fonksiyona sahiptir. (Fulton, 2005) Dolayısıyla televizyon dizilerinin yapımlarının arkasında yatan ticari sebepler, sinemadan farklı olarak, bu yapımların biçim ve bazen de anlatım yönünden değişimine neden olmaktadır. Bir filmin reklam kuşakları göz önünde bulundurularak süresi veya epizod parçaları³ değiştirilmezken, dizi filmler zaman zaman muadillerinden daha uzun ve daha parçalı biçimlere çevrilebilmektedir. Günümüzde, özellikle de Türkiye’de, bu parçalı yapı gittikçe dizi bölümlerinin uzamasına yol açmaktadır.

³ Bu noktada bahsedilen Epizod Parçaları kavramı, filmin reklam veya başka sebeplerden ötürü kesilip belirli bir aradan sonra tekrar başlatılmasını açıklamaktadır. Filmler genellikle 10 dakikalık tek bir arayla bölünürken dizi filmler üç veya daha fazla kez kesintiye uğrar.

Çalışmanın ileriki aşamalarında üzerinde durulacak Türkiye’de dizi sektörünün koyduğu hedefleri ve mevcut durumunu tahlil etmek için dizi film kavramını, türlerini, bu türlerin özelliklerini ve nihayet ülkemizdeki örneklerini incelemek yararlı olacaktır.

2.1.1 Soap Opera

Soap Opera adıyla anılan türün köklerinin 19. Yüzyılda Fransız gazetelerinde yayınlanan politika dışı haberlere ve dedikodulara uzandığı görülmektedir.⁴ (Lizaur, 2002) Feuilleton adı verilen bu gazete bölümleri, 1930’lu yıllarda Amerikan gazetelerinde de kullanılmaya başlanmış ve adı İngilizceye ‘Talk of the Town’ olarak geçmiştir.⁵ (Buchan, 2003)

Dolayısıyla türün kökeninde bulunan ‘‘Politika Dışılık’’ ve ‘‘Dedikodu’’ öğeleri, günümüz Soap Operalarının temel özelliklerinde de görülebilir.

Genellikle ‘*Soap (sabun)*’ olarak adlandırılan ve ismini dönemin ünlü kozmetik üreticileri Colgate, Palmolive ve P&G gibi firmaların söz konusu yapımlara sponsor olmalarıyla kazanan (Willey,1960) soap opera, radyoda veya televizyonda yayınlanan, birden fazla hikayenin birden fazla karakter üzerinden işlendiği drama serileridir. Bu hikayeler çoğunlukla duygusal ilişkilerden beslenirler.⁶ (HarperCollins Publishers, 2013) Öykünün devamlılığını sağlamak amacıyla senaryoya ilave edilen diğer unsurlar ise arka planda kalan yan hikayelerdir.

⁴ (Lizaur, 2002)

⁵ (Buchan, 2003)

⁶ (HarperCollins Publishers, 2013)

Soap opera olarak nitelendirilebilecek ilk yayın *Painted Dreams* 20 Ekim 1930 tarihinde Chicago'da yayın yapan WPN radyosunda yapılmıştır.⁷ (Cox, 2003) Bu gibi erken soap operalar, genellikle gün içinde, hafta içi günleri yayınlanmış ve o saatlerde evde olan ev kadınlarını, bir başka deyişle kadın dinleyicileri hedef kitle olarak belirlemiştir.⁸ Türün adı, bu dönemde yayınlanan örneklerin çoğunluğunun sponsorunun sabun üreticileri olmasından ve yayın aralarında verdikleri reklamlarla özdeşleşmelerinden gelmektedir. (Bowles, 2000)

Bir soap operayı niteleyen en temel özellikler türün yapısı incelendiğinde ortaya çıkmaktadır. Buna göre soap operalarda ucu açık öykünün birçok bölümden oluşan çerçeve hikaye ile desteklendiği görülmektedir. Bir televizyon programını soap opera yapan en temel özellik, Albert Morgan'a göre öykünün açık uçlu olmasıdır ve her bölümün gelecek bölümde devam etmek üzere bir beklenti ile sona ermesidir.⁹ (Bowles, 2000)

2.1.2 Telenovela

Telenovela, Soap Opera'dan farklı olarak görece kısa ve sonu belli bir yapıya sahiptir. Genellikle 1 yıldan kısa süren Telenovela türündeki diziler özellikle Latin Amerika ülkelerinde her gün yayınlanır.

Tür, Blanca De Lizaur'a göre tıpkı Soap Opera gibi Feuilleton adı verilen gazete bölümlerine dayanır.

Ucu Açık (Open Serial) anlatımın aksine Telenovela, ucu kapalı bir öykülemeye sahiptir. Brezilya Telenovelalarında öyküleme yapısı üçe ayrılır. İlk bölümde

⁷ Cox, Jim. Frank and Anne Hummert's radio factory: the programs and personalities of broadcasting's most prolific producers. McFarland.

⁸ Bowles, Kate. *Soap opera: 'No end of story, ever'* in *The Australian TV Book*, (Eds. Graeme Turner and Stuart Cunningham), Allen & Unwin, St Leonards, NSW, 2000.

⁹ Bowles. K. p. 121

karakterler ve olaylar dizisi aktarılır. İkinci bölümde (yaklaşık 20 veya 30 epizod) karakterler daha detaylı tanıtılır ve entrikalar karmaşıklaşır. Son bölümde ise her entrika ve olay dizisi için “çözüm formları” uygulanır.¹⁰ (Allen, 1995)

Nico Vink’e göre –yine diğer anlatım türlerinden farklı olarak- Telenovela, teleolojik bir baskıyla final epizodlarını izleyicinin beklentilerine ve tatminine göre ayrıcalıklı hale getirir.¹¹ (Allen, 1995)

Dünyada Telenovela türünün ihracatında ABD ve Güney Amerika ülkeleri başı çekmektedir. Buna en uygun örnek *Slave Isahura* (1975) dizisi önce kendi kıtasında ardından da doğu bloku ve Çin’de çok yüksek izlenme oranlarına ulaşarak fenomen haline gelmiştir. (Lopez, 1995)

2.1.3 Sit-Com

Sit-com, Situation-Comedy teriminin kısaltılmış haliyle adlandırılan bir dizi türüdür. Özellikle Amerikan ve İngiliz televizyonlarında 1950’li yıllardan itibaren oldukça rağbet gören bu tür geniş izleyici kesimleri tarafından takip edilmektedir.

Sit-com türünün karakteristik özellikleri arasında ilk sırayı “Dördüncü Duvar” kuralını uygulaması almaktadır. Geleneksel bir tiyatro kavramı olan Dördüncü Duvar, tiyatro oyununun oynandığı sahnenin üç duvarına ek olarak görünmez bir dördüncü duvarın var olduğunu kabul eder. Bu görünmez duvar, izleyicinin sahneyi, dolayısıyla oyunun oynandığı dünyayı gördüğü tarafta bulunur.¹² (Bell, 2008)

Sit-com türü, tıpkı tiyatro oyunlarında olduğu gibi oyunun oynandığı dünyayı 3 duvar arasında kabul eder. Erken dönem sit-comların tamamı konuk izleyiciler

¹⁰ Allen, Robert C. To be continued... p:19

¹¹ Allen, Robert C. To be continued... p:19

¹² Bell, Elizabeth S. (2008). Theories of Performance. Sage. p. 203.

karşısında oynanmakta iken, günümüzde birçok yapım çekimleri seyircisiz ortamda yapmakta ve bunun yerine “izleyici gülüşü” gibi suni efektler kullanmaktadır.

Anlatım biçimi bakımından sit-comlar durum komedilerine öncelik tanır. Olay örgüsü ana karakterlerin etrafında gelişir ve sıklıkla bu karakterler değişmez. Yan karakterler ise her daim geçicidir.

Sit-com bölümleri genellikle 20-30 dakika arasında değişen sürelerle yayılır. Ancak Türkiye’de sit-com türünün yapı ve içerik bakımından özelliklerini taşıyan dizilerin epizod uzunluğunun 90 dakika civarında olduğu görülmektedir.

2.1.4 Drama

Drama, kurgunun performans ile sergilenen özel biçimidir. (Elam, 1980) Aristoteles ise dram sanatını “yaşamdaki bir olayın ya da hareketin yeniden yaratılması” olarak açıklamıştır. (Tunalı, 1987) Televizyon dramaları ise (TV Drama), konunun günlük hayattan alınmış olması, hem acıklı hem de komik olayların iç içe anlatılması, her tür olayın seyircinin karşısında cereyan edebilmesi gibi drama kurallarının çerçevesi içinde kalacak şekilde biçimlendirilen programlara verilen addır.

Günümüzde Tv Drama başlığı, televizyon dizileri için kapsayıcı bir isim olarak kullanılmakla birlikte Sopa Opera, Sit-com ve Telenoveladan ayrı olarak tekil bir tür ismi olarak da kullanılmaktadır. Bu duruma yol açan sebeplerin başında yapımların çeşitli şekillerde birden fazla türe ait özellikler taşıması gösterilebilir. Bu duruma örnek olarak Amerikan ABC kanalının fenomen dizisi *Lost* (2004) örnek gösterilebilir. Soap Opera’larda görülmeyen bilimkurgu ve fantastik öğelerin hikayenin ana ekseninde bulunduğu yapının plot bölümü drama özellikleri taşımaktadır. Fakat ilerleyen bölümlerde karakterlerinin gitgide artması, 6 sezon

sonunda final yapması, ana hikaye yanında birçok yan hikaye barındırması ve karakterler arasındaki duygusal ilişkilerin yoğun biçimde işlenmesi gibi sebeplerle *Soap Opera* türünün özellikleri taşıdığı gözlemlenebilir. (Lost, 2004)

Günümüzde özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde dizi sektörü, TV Drama adı verilen formatta örnekler vermektedir. Dünya çapında yüksek izlenme oranlarına sahip bu dizilere “*True Detective*”(2013) “*Mad Men*” (2007) , “*The Wire*” (2002) ve “*Breaking Bad*”(2008) gibi yapımlar örnek gösterilebilir.

2.2 Türleri Bakımından Yerli Diziler

Dizi sektörümüzün yukarıda sınıflandırılan dört türde de yapım ürettiğini belirtmenin yanında, üretilen yapımların kimilerinin yapı ve içerik bakımından uluslararası standartların dışına taşıdığını belirtmekte fayda vardır. Bu “standart dışılık” dizilerimizin sınıflandırılması noktasında çeşitli handikaplar doğurmaktadır.

Türkiye’de son yıllarda yayınlanmakta olan diziler incelendiğinde yaygın türün Soap Opera olduğu görülmektedir. Hem yurtiçi hem de yurtdışında yüksek izlenme oranlarına ulaşan *Gümüş* (2005), *Öyle Bir Geçer Zaman ki* (2010), *Yaprak Dökümü* (2006) *Muhteşem Yüzyıl* (2011) vb. dizilerin yayın süreleri ve içerikleri göz önünde bulundurulduğunda Soap Opera türünün özelliklerini taşıdıkları gözlemlenmektedir. Bunun yanında 2 sezon yayınlanan *Ezel* (2009) ve ilk bölümünden itibaren bitiş tarihi açıklanarak Soap Opera’nın olmazsa olmazı “ucu açıklık” kriterinin dışına çıkan 25 bölümlük *Son* (2012) gibi diziler, drama türüne daha yakın özellikler taşımaktadırlar.

Türkiye’de yüksek izleyici oranlarına ulaşan bir diğer tür de sit-com türü içinde üretilen dizilerdir. *Çocuklar Duymasın* (2002), *Ayrılsak da Beraberiz* (1999), *Tatlı*

Hayat (2001) gibi diziler bu kategoriye girmektedir. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi söz konusu yapımlar biçim olarak sit-com olarak üretilse de yurtdışındaki muadillerinin 2-3 katı uzun bölüm sürelerine sahiptirler.

Televizyon kanallarımızda en az rastlanan tür Telenovela'dır. Günlük yayınlanan bu türe *Ferhunde Hanımlar* (1993) ve *Bizim Evin Halleri* (2001) (Bizim Evin Haller, 2001) örnek olarak gösterilebilir. Söz konusu iki yapım, diğer türlerin örnekleri göz önünde bulundurulduğunda, hem biçim hem de içerik açısından uluslararası muadillerine en fazla benzerlik gösteren yapımlar olarak dikkat çekmektedir.

2.3 Dünyada Dizi Endüstrisi

Türkiye'de Televizyon dizilerin oluşturduğu ekonominin henüz bir sektör çerçevesinde değerlendirildiği ancak dünyada dizi ihracatı ve iç ekonomik hacim olarak başı çeken ülkelerde ulusal dizi sektörlerinin birer endüstri haline geldiği yadsınmaz bir gerçektir.¹³ Bu bölümde özellikle Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere ve Latin Amerika dizi endüstrilerinin incelenmesinin nedeni, ülkemizin önümüzdeki 10 yıl içerisinde oldukça büyük ihracat hedefleri koymasından kaynaklanmaktadır. Sevindirici ve ilham verici olan bu hedef – kabul edilmelidir ki- beraberinde yoğun bir çalışma ve araştırma sürecini de beraberinde getirmektedir.

Türkiye'deki izleyici profilinin çoğunluğunun Soap Opera ve Drama türüne yakın yapımları tercih ettiğini göz önünde bulundurarak, bu iki türün geniş kitlelere yayıldığı ve büyük bir pazar haline geldiği Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'yi incelemek yararlı olacaktır. Bunun yanında, bir dönem Türk izleyicisinin oldukça beğenisini kazanan Latin Amerikan Telenovelalarının etkisinin, günümüz

¹³ Kültür Bakanlığı Baş danışmanı Dr. Abdurrahman Çelik ITVF 2014 Fuarın "Kültür Endüstrisi" başlıklı oturumda yaptığı konuşmada Türk Dizi sektörünün endüstrileşmesinin gerektiğini belirtmiş ve bu noktadaki açığın yetersiz bulgu ve araştırmalardan kaynaklandığını sözlerine eklemiştir.

yerli yapımlarda görüldüğü göz önünde bulundurularak, Latin Amerika telenovela ve soap opera piyasasından söz etmek önem arz etmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'nin en büyük Soap Opera yayıncıları ABC, CBS ve NBC kanallarıdır. Kablolu ağ üzerinden yayın yapan bu kanallar *Daytime* uzantılı, günün belirli saatlerinde yayın yapan farklı kanallara sahiptirler. ABC Daytime, CBS Daytime ve NBC Daytime, genellikle 11:00 ve 15:00 saatleri arasında çeşitli Soap Opera dizilerini izleyicilerle buluştururlar.

Kısaca *Soap* olarak adlandırılan bu diziler, 50'li yıllardan itibaren Amerikan televizyonlarında etkili olmuş, bazıları 30-40 yıl gibi sürelerle sürekli yayınlarına devam etmişlerdir. 70'li yıllarda 15 civarında olan reytingleri, 2000'li yıllarda düşüşe geçmiştir. 2013 itibariyle ABD'nin en çok izlenen Soap dizisi olan *The Young and the Restless*, 2013-2014 sezonunda 3.7 izlenme oranına ulaşabilmiştir.¹⁴ (Waggett, 1997) Dizi, 1990 – 1998 yılları arasında *Yalan Rüzgarı* adıyla Türk televizyonlarında izleyici ile buluşmuştur.

2012 yılında 1.2 Milyar Dolarlık ihracat hacmine ulaşan İngiliz televizyon sektörünün bu başarısındaki en büyük pay dizilerindir. (McVay, 2013) 1922'de radyo yayınlarına başladıktan sonra 1930'lu yıllarda tv dramalarıyla yayın hayatına başlayan BBC TV (British Broadcasting Corporation) halen dünyanın en çok izlenen dizilerini üreten yayın kuruluşlarından biri olma özelliğini korumaktadır.

Serbest bir girişim olarak yayın hayatına başlayan BBC, daha sonra İngiliz hükümetine bağlanmıştır. Günümüzde BBC yayın politikaları hariç her konuda İngiliz Kralliyet ailesine karşı sorumludur.

¹⁴ Waggett (1997). "Soap Opera Nielsen Ratings". *Soap Opera Encyclopedia*. pp. 626-628.

BBC'nin drama serüveni ilk kurulduğu yıllarda başlamıştır. Deneysel olarak yapılan yayınlarda sahnelenen çeşitli oyunlar, BBC'nin ilk drama örnekleri olarak gösterilebilir. Bu yayınlarda kısa süre sonra başlayan İkinci Dünya Savaşı nedeniyle yapımlarına ara veren BBC, 50'li yıllarda tekrar drama yapımlarına ağırlık vermeye başlamıştır. 1950'den itibaren tiyatro oyunlarının yerini yavaş yavaş uyarlamaların almaya başladığı görülmektedir. 1954 yılında uyarlaması yapılan George Orwell'in *Ninety Eighty-Four* (Orwell, 1949) adlı romanı, izleyiciler tarafından büyük ilgi ile takip edilmiştir.

1950'li yılların ikinci yarısına gelindiğinde ITV'nin yükselişi BBC drama departmanına finansal olarak zorluklar yaşatmasına rağmen kanal yoluna devam etmiş ve 60'lı ve 70'li yıllarda televizyon dramalarının altına çağrı olarak hatırlanacak olan dönemi başlatmıştır. Bu dönemde *The Wednesday Play*(1964), *Z-Cars* (1962) ve yeni bölümleriyle halen yayınlanmaya devam etmekte olan *Doctor Who* (1963) gibi oldukça popüler yapımlar ilk kez izleyici karşısına çıkmıştır.

80'li ve 90'lı yıllarda yeni yapım politikaları geliştiren BBC dramaları, günümüzde en çok izlenen ve ihracat yapan dizi endüstrileri arasında yer almaktadır. İzlenme oranları yüksek olan Birleşik Krallık sınırları dışına da ihraç edilen yapımlar arasında Sir Arthur Conan Doyle'un eserlerinden uyarlanan *Sherlock* (2010), her bölümü farklı süreleri ve bağımsız hikayeleri barındıran *Black Mirror* (2011) ve *In the Flesh* (2013) gibi diziler de bulunmaktadır. BBC'nin son dönemde sıkça kullandığı mini seri formatı, yukarıdaki diziler için de geçerlidir.

1950'li yıllarda ilk örnekleri verilmeye başlanan Latin Amerikan telenovelaları yaklaşık 60 yıllık serüveni boyunca gelişim kaydetmiş, özellikle 80'li yıllarda yükselişe geçerek tüm dünyada ilgiyle izlenen bir televizyon yapım türü haline

almıştır. Latin telenovelaları sosyal statü, yaş, tarih ve popülerlik gibi temeller üzerine kurulan hikayeler ile başta Brezilya olmak üzere pek çok Latin Amerika ülkesinde türe ait yapımlar izleyici ile buluşmaktadır. En çok telenovela üretiminin yapıldığı Latin Amerika ülkelerini Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada takip etmektedir.

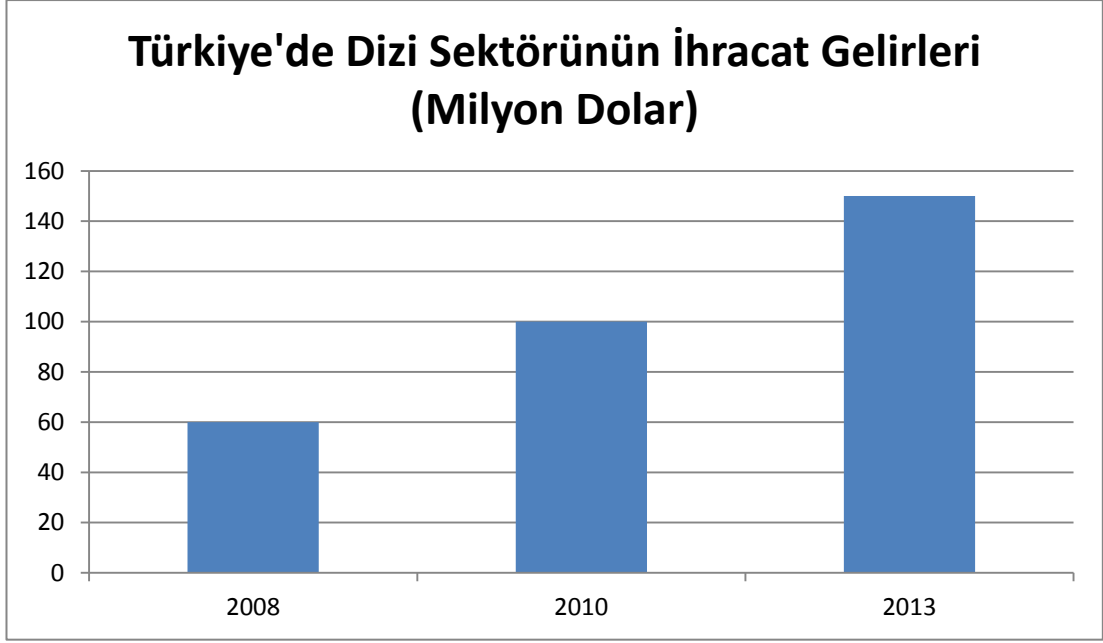
2.4 Türkiye’de Televizyon Dizisi Sektörü (Geçmişten Günümüze)

(İSMMMO, 2008)Halit Ziya Uşaklıgil’in aynı adlı eserinden 1975 yılında TRT ekranına Halit Refiğ tarafından uyarlanan Aşk-ı Memnu dizisiyle başlayan Türk Dizi Yapımcılığı, 2008 yılında 1 Milyar Liralık hacme ulaşarak¹⁵ (İSMMMO, 2008) büyük bir sektör haline gelmiştir. 2010 yılında sektörün hacmi 700 Milyon TL’ye¹⁶ (İSMMMO, 2010) gerilemiş, 2012-2013’e gelindiğinde ise 615 Milyon TL’lik bir hacim söz konusu olmuştur.¹⁷ (Sabah Gazetesi, 2013)

¹⁵ İSMMMO’nın 2008 yılında yaptığı ‘Dizi Ekonomisi’ adlı araştırmasına göre sektör 1 Milyar TL lik hacme ulaşmıştır.

¹⁶ İSMMMO’nın 2010 yılında yaptığı ‘Dizi Ekonomisi’ adlı araştırmasında sektör hacminin 700 Milyon TL’ye düştüğü belirtilip bu düşüşün ekonomik kriz ile alakalı olduğu iddia edilmiştir.

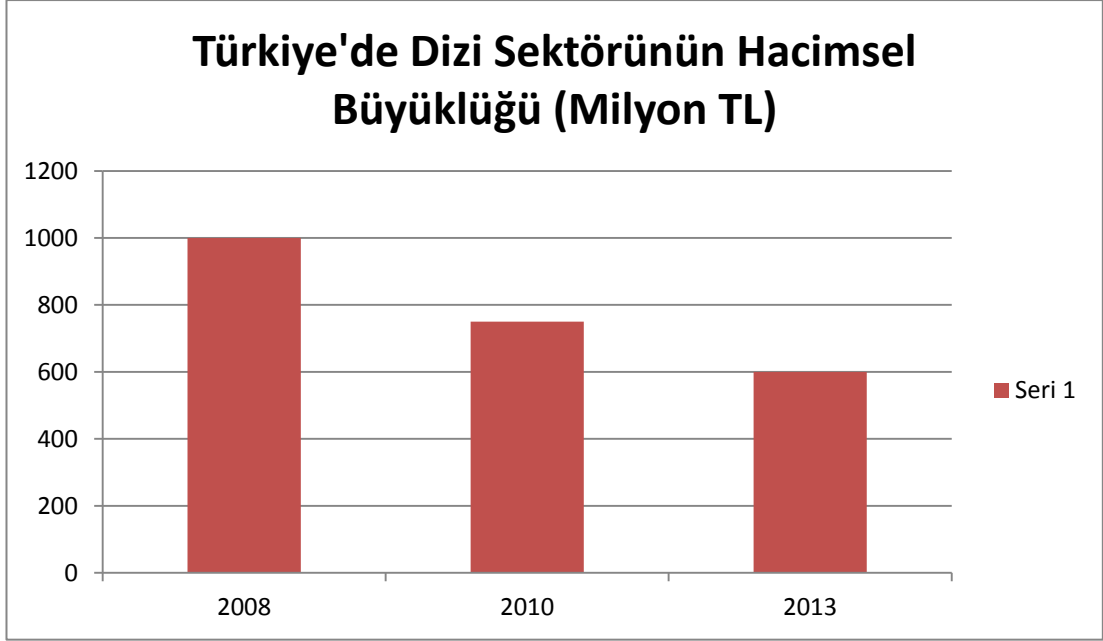
¹⁷ (Sabah Gazetesi, 2013)



Aynı dönemde sektör hacminin tersine dizi ihracatı gelirleri yükselme eğilimindedir. 2012 yılında 100 Milyon TL’lik ihracat gelirin e ulaşan sektörün, 2013 yılında 150 Milyon TL’lik ihracat hacmine ulaşması beklenmektedir.¹⁸ (Anadolu Ajansı, 2013) (Yanardağ oğlu, 2013) Söz konusu ihracatın büyük kısmının yapıldığı Ortadoğu ülkelerinde yayınlanan yabancı yapımların %60’lık kısmı, Türk dizilerinden oluşmaktadır.¹⁹ (Yanardağ oğlu, 2013)

¹⁸ Calinos Media Yönetim Kurulu Başkanı Fırat Ülgen AA’na verdiği röportajda dizi ihracatının 2012 yılında 100 Milyon TL olduğunu, 2013 sonunda ise bu rakamın 150 Milyon TL’ye ulaşacağını tahmin ettiğini belirtmiştir.

¹⁹ Eylem Yanardağ oğlu. *The fever that hit Arab satellite television: audience perceptions of Turkish TV series*



2008-2012 yılları arasında sektörün ekonomik hacmindeki küçülmeye paralel olarak istihdam da küçülme göstermiştir. 2010 öncesi dönemde 150 Bin kişi civarında olan istihdam sayısının, 2010 yılından sonra 100 Bin dolaylarına düştüğü tahmin edilmektedir.²⁰ (İSMMMO, 2010)

Türk televizyonlarında yayınlanan diziler tür bakımından çeşitlilik gösterirken, hâkim türün Soap Opera ve Telenovela olduğu görülmektedir. Ülkemizin Brezilya dizilerinden tanıdığı, bir dönem son derece popüler olan Telenovela türü, hâkimiyetini günümüzde Türk versiyonlarıyla sürdürmektedir.²¹ (Kaşı, 2013) Öte yandan ucuz maliyetiyle yapımcıların tercih ettiği sit-com tarzı diziler de ekranlarımızda izleyiciyle buluşmaktadır.

2.5 Televizyon Dizileri ve İzleyici Eğilimleri

Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) yaptığı televizyon izleme eğilimleri araştırması-3 raporunda Türkiye'de dizi izleyicilerinin izleme eğilimlerinin

²⁰ İSMMMOB'un 2010 yılı 'Dizi Ekonomisi' araştırması.

²¹ <http://www.haberturk.com/polemik/haber/811035-dizi-sektoru-batiyor-mu>

anlaşılması açısından önemli bulgular yer almaktadır. 2525 denek ile yapılan araştırmada deneklerin özellikleri ve demografik dağılımları şu şekildedir:

- 1219 kadın (%48.3) 1306 (%51.7) erkek
- 1449 evli (%57.4) 986 bekar (%39.0)
- 588 ev hanımı (%22.8) 575 esnaf ve zanaatkar (%22.8), 434 vasıfsız işçi (%17.2) 316 öğrenci (%12.5) 262 emekli (%10.2), 133 vasıflı teknik personel (%5.3), 85 masa başı çalışan memur (%3.4) 117 işsiz (%4.6), 75 profesyonel meslek sahibi (%3.0) 40 çiftçi, balıkçı (%1.6) ve 13 müdür orta düzey yönetici (%0.5) (RTÜK, 2013)²²

Çalışmada deneklerin %76.7'si televizyon izlenen programlara “Televizyon Dizileri” cevabını vermiştir. Bu oran izlenen program türleri arasında en yüksek orana sahiptir. (RTÜK, 2013)²³

Denekler arasında yapılan ankette televizyon kanallarını tercih etme nedenlerinin araştırıldığı soruda katılımcıların %43.9'u bir kanalı tercih etme sebeplerine “Dizileri beğeniyorum” cevabını vermiştir. Televizyon kanallarının tercih edilmesinde en büyük belirleyici, dizi tercihleri olmuştur. (RTÜK, 2013)²⁴

Araştırmada “televizyonlarda öncelikli olarak yayınlanması istenilen program türü” sorusunda birden fazla cevap verilebilmiştir. Bu durumda katılımcıların %86.3'ü öncelikli olarak yerli dizi yayınlanmasını istediklerini belirtmişlerdir. Yerli dizileri %

²² Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3 Demografik Veriler (S: 7)

²³ Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3 Televizyon Programları İzleme Sıklığı (S:25)

²⁴ Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3 Televizyon Kanallarının Tercih Edilme Nedenleri (S:21)

85.1 ile haber ve habere dayalı programlar cevabı ikinci sırada takip etmektedir. (RTÜK, 2013)²⁵

En fazla tercih edilen kanallardan beşinin (Star Tv, ATV, Kanal D, Show Tv, TRT, Samanyolu TV) hangi sebeple tercih edildiği sorusuna verilen cevaplar arasında en yüksek yüzdeyi “Dizileri Beğeniyorum” seçeneği almıştır. 4 kanalın tercih edilme sebebi diziler olurken TRT’nin tercih edilmesine dayanak olarak “Tüm programları beğeniyorum” seçeneği öne çıkmaktadır. (RTÜK, 2013)²⁶

Araştırmada 2006-2009 ve 2012 yıllarında elde edilen verilen karşılaştırıldığı tabloda, izleyicilerin dizi izleme alışkanlıkları ile ilgili verdikleri cevaplar toplanmıştır. Buna göre 2006 yılında “Dizi İzliyor musunuz?” sorusunda “İzliyorum” cevabı verenlerin oranı %56.8, 2009 yılında aynı cevabı verenlerin oranı %57.1, 2012 yılında ise %76.1 olarak ölçülmüştür. (RTÜK, 2013)²⁷ Dizi izleme oranındaki bu artış, yerli dizi sektörünün 2008 yılında ulaştığı büyük hacme ve ihracatında yakaladığı ivmelenmenin başladığı dönem ile paralellik göstermesi açısından dikkate değerdir.

Yukarıdaki verilerden görüldüğü üzere Türkiye’de televizyon izleyicisinin televizyon kanalları arasında seçim yapmasına sebep olarak diziler öncelikli bulunmaktadır. Bunun yanında izleyiciler tarafından yeni programların dizi türünde olması yönünde bir talep de söz konusudur.

²⁵ Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3 Televizyonlarda Öncelikli Olarak Yayınlanılması İstenilen Program Türleri (S:122)

²⁶ Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3 Televizyon Kanallarının Tercih Edilme Nedenleri (S: 90-92)

²⁷ Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3 Televizyon Programlarının İzlenme Sıklığı – 2006, 2009, 2012 karşılaştırması (S:118)

3. TÜRKİYE'DE DİZİ SEKTÖRÜNÜN DURUMU

Dizi sektörümüz Ortadoğu ülkeleri ile mukayese edildiğinde yüksek bir ihracat potansiyeline sahiptir. 2012 yılı verilerine bakıldığında sektörümüzün hacmi (615 Milyon TL), Ortadoğu ülkeleri arasında en büyük dizi sektörüne sahip Mısır'a (Yaklaşık 400 Milyon TL) göre daha ileride görülmektedir.²⁸ (BBC, 2012)

Türkiye'de dizi sektörünün 2008 yılında 1 Milyar TL'lik bir hacme ulaşması, bazı yan sektörlerin de dolaylı ve doğrudan olarak büyümesine katkıda bulunmuştur. Söz gelimi 1990 yılında 5 civarında olan Cast Ajans sayısı, 2008 yılına geldiğinde 100'ü geçmiştir.²⁹ (İSMMMO, 2008) Öte yandan televizyon dizilerinin artmasıyla oyunculuk eğitime yönelim de artmıştır. Bu alanda birçok oyunculuk atölyesi, çeşitli seviyelerde eğitimler vermeye devam etmektedir.³⁰ (Karahan, 2012)

Sektördeki büyümenin doğrudan etkilediği bir diğer alan ise kamera arkası veya prodüksiyon kadroları olmuştur. İSMMMO'nun yaptığı araştırmada görüldüğü üzere 2008 itibariyle bir dizi setinde 60 ila 100 kişilik bir istihdam olanağı mevcuttur. Yine aynı yılın verilerine göre toplam istihdam 150 Bin Kişi seviyesine çıkmıştır.

Yukarıda sıraladığımız pozitif yönlerin yanında sektörde kan kaybına sebep olan bazı faktörler de bulunmaktadır. Bunların en önemli göstergelerinden biri, 2008-2013 yılları arasında yapılan araştırmalarda ortaya çıkan sektör hacminin küçülmesi

²⁸ BKZ: Türkiye ve Ortadoğu başlıklı yazı.

²⁹ İSMMMO 2008

³⁰ (Karahan, 2012)

durumudur. Analistlerce 2010 yılında gözlemlenen 300 Milyon TL’lik küçülme, aynı yıl baş gösteren küresel ekonomik krize bağlanmaktaysa da, 2012 yılında küçülmenin hızının azalmasına rağmen devam etmesi, bazı farklı sorunların da araştırılması gerektiğini ortaya koymuştur.³¹ (Kaşı, 2013)

Bu sorunlardan bir tanesi, sektörümüzdeki mevcut ‘Dizi Enflasyonu’ olarak görülmektedir. 2010, 2011 ve 2012 yıllarında yayınlanmaya başlayan 263 dizinin 236’sının yayından kalkması, kabaca her on diziden yalnızca birinin gösterimde kalabildiği sonucunu doğurmaktadır.

Türkiye’de dizi sektörünün durumunu ele alan konuşmalarında RTÜK Başkanı Prof. Dr. Davut Dursun yerli dizilerin hem yurtiçinde hem de yurtdışında önemli başarılarla imza attığını vurgulayarak bir takım sorunların altını çizmiştir. Dursun, dizi sürelerinin oldukça uzun olduğunu ve bunun bazı sorunlara neden olduğunu belirterek konu üzerinde çalışılması gerektiğini belirtmiştir.³²

Prof. Dr. Davut Dursun’un değindiği bir diğer husus da dizilerin muhteviyatında bulunan cinsellik ve şiddet içeren görüntüler olmuştur. Bu duruma değinirken kaynak olarak RTÜK’ün 2013 yılında yayınladığı “Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3” adlı raporda bulunan “Yayınlarda Rahatsız Olunan Görüntüler” adlı anketi göstermiştir. Söz konusu ankette katılımcıların %49’u cinsel içerikli ve müstehcen görüntülerden, %39.5’i şiddet görüntülerinden (korku, savaş, silah, kan) rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. (RTÜK, 2013)

³¹ <http://www.haberturk.com/polemik/haber/811035-dizi-sektoru-batiyor-mu>

³² Radyo Televizyon Üst Kurulu Başkanı Prof. Dr. Davut Dursun ITVF İstanbul 2014 fuarının açılış konuşmasının büyük bölümünü Yerli Dizilere ayırarak önemli tespitlerde bulunmuştur. (ITVF, 2014)

ITVF fuarı açılış konuşmasında söz alan Kültür ve Turizm Bakanı Ömer Çelik, bakanlık olarak Türkiye’de dizi sektörünün gelişimini memnuniyetle karşıladıklarını ve süreç ile ilgili çalışmalarını sürdürdüklerini ifade ederek şunları söylemiştir:

“Bilindiği gibi ülkemiz dizi ihracatında son yıllarda çok önemli bir ivme kazandı. Dizi ihracatı dünyada yüzde 4.54 büyürken ülkemizde 2013 yılı sonu itibariyle bu oran yüzde 20’nin üzerinde gerçekleşmiştir. 75 ülkeye 12 bin saati aşan dizi ihracatının ülkemiz ekonomisine de olumlu etkisi olmuştur. 2004 yılında 10 bin doları bulmayan ihracat rakamı, 2012 yılı sonu itibariyle 200 milyon dolara yaklaşmıştır. Türkiye 2023 vizyonu çerçevesinde bu genç ve yaratıcı sektörümüzde bir milyar doları hedeflemektedir. Dizi ihracatı Ekonomik getirisi kadar Türkiye’nin ‘soft power’ı olarak da öne çıkmaktadır. Bugün dış politikamızın en önemli ‘soft power’ unsurlarında biri haline gelmiştir. Dünyanın neresine giderseniz gidin sizinle Türkçe konuşan insanlar görüyorsunuz. Nereden öğrendiklerini sorduğumuzda, Türk dizilerinden öğrendiklerini ifade ediyorlar.

Ömer Çelik konuşmasında milli kültüre yapılabilecek en büyük kötülüğün tamamen içe kapanmak olduğunu, bu sebeple kültür alanında, dolayısıyla dizi sektöründe de dışa açılmanın oldukça önemli olduğunu vurgulamıştır. Fakat bu açılımın tek taraflı olmaması gerektiğini de belirten Çelik, sadece ithalata dayanan bir dışa açılımın da aynı biçimde zararlı olacağını sözlerine eklemiştir. Ömer Çelik konuşmasında “çoğulculuk” anlayışıyla yürütülen açılım politikasının dengede tutulmasının önemine vurgu yapmıştır. (ITVF, 2014)

ITVF Fuarı’nda yapılan “Kültür Endüstrisi” adlı oturumun konuşmacılarında Senarist-Yapımcı Birol Güven dizi sektörünün gösterdiği büyümeyi geçtiğimiz 10 yıllık süreç içersinde değerlendirerek dizi ekiplerinin sayısının bu süreçte kat kat

arttığını belirtmiştir. Güven, “her diziyi aslında bir KOBİ olarak görmek gerek” demiş ve yapımcıların projelere bu gözle bakması gerektiğini belirtmiştir. Güven, sektörün bugününe ve geleceğine yönelik görüşlerini belirtirken izleyicinin içinde bulunduğumuz dönemde bir yenilik arayışına girdiğinin altını çizerek hayata geçirilecek projelerin Türkiye’deki izleyici profilinin özelliklerine uygun olmasına dikkat edilmesinin gerektiğine değinmiştir. Güven’e göre Türkiye’de izleyici dizileri sinema filmi gibi görmemekte, dizileri izlerken aynı anda gündelik işlerle de uğraşmaktadır. Dolayısıyla senaryo yazımlarında ve projelerin bir bütün olarak tasarlanmasında bu husus dikkate alınmalıdır. Birol Güven bu durumu “Türk insanı dizileri kulağıyla izliyor” şeklinde açıklamıştır³³. (ITVF, 2014)

3.1 Türkiye’de Dizi Sektörünün Güncel Sorunları

Yukarıda belirtilen bilgiler ışığında dizi sektörümüzün karşı karşıya olduğu birtakım sorunların mevcudiyeti göze çarpmaktadır. Bu sorunları başlıkların halinde toparlamaya çalışırsak:

- 60 ila 90 dakika arasında değişen dizi sürelerinin bütün anlatı türlerine uygun olmaması, bu sebeple farklı türde hazırlanmak istenen projelere şans tanınmaması.
- Tür ve yapı bakımından kısır dizilere mahkum edilen izleyicinin bir süre sonra beklentilerinin yükselmesi.
- Bölümleri 60 ila 90 dakika arasında olan ve ortalama bir sezonda 25-30 bölüm yayınlayan dizilerin, senaryo ve öyküleme hususlarında büyük problemler ve kısır döngüler yaşaması.

³³ ITVF 2014 Fuarı dahilinde yapılan “Kültür Endüstrisi” adlı oturumun moderatörlüğünü Dr. Abdurrahman Çelik yapmış, Yapımcı Birol Güven, Yapımcı Kerem Çatay, reklamcı-yapımcı Yiğit Şardan ve MÜ-Yap başkanı Bülent Forta konuşmacı olarak katılmıştır.

- Yoğun çalışma koşulları altında olan set ekibi ve senaristlerin estetik kaygı gütmeyen ortaya koymak zorunda kaldıkları, sanatsal değeri olmayan ürünler.
- Aynı dönemde, aynı türden ve bir birine yakın öykülerden oluşan yüksek bütçeli projelerin, beklenen izlenme oranına ulaşamaması ve zarar etmesi.
- İnternet ve uydu ağı üzerinden yayınlanan ABD ve İngiltere menşeli, yüksek bütçeli dizilerin izleyici tarafından takip edilmesi ve bu dizilere benzer bir kalitenin talep edilmesi.
- Sektör dâhilinde yapımcıların ve kanal yöneticilerinin planlı bir işleyiş alışkanlığına sahip olmamaları,
- Uzun ve disiplinli bir biçimde planlama sürecinin yaşanmaması neticesinde yapımların uzun soluklu olmasını sağlayacak teknik ve mental gereksinimlerinin karşılanamaması.

gibi durumlar göze çarpmaktadır.

3.2 Tehditler

Dizi sektörümüzün karşısında duran en büyük tehdit, hızla gerçekleşen büyümenin getirdiği sektör hacminin korunamaması ve piyasada açık bir işsizliğin ortaya çıkmasıdır.

Yukarıda da bahsettiğimiz gibi yaklaşık 100-150 Bin kişilik bir istihdam ortamı yaratan sektör, bunun yanında çeşitli iş alanlarının doğmasına veya büyümesine de olanak sağlamıştır. Bu sektörlerin en çok dikkat çekenleri; oyuncu, senarist, set çalışanı vb. pozisyonlar için eğitim veren atölye, kurslar ve akademilerdir.

Sektörün küçülmesi, arz fazlasını getirdikten sonra ilk önce bu tip yan iş alanlarının azalmasına, ardından tamamen ortadan kalkmasına sebep olacaktır. Mezun olan kursiyer veya öğrencilerin ise iş bulmaları daha da güçleşecektir.

Bir diğer husus dizilerimizde baş gösteren kendini tekrar sorunudur. Kısıtlı hikaye biçimleri içinde sıkışan senaryolar son zamanlarda izleyici tarafından da fark edilir olmaya başlamaktadır. Yapımcı Nalan Büker'in mlaketlerde belirttiği gibi izleyici internet erişiminin yaygınlaşması ve kolaylaşması ile birlikte batı yapımlarıyla yerli yapımları karşılaştırmaya başlamıştır. Bu durum hikaye ve ykleme seçimlerinde köklü değişiklikler yapılmasını elzem kılmaktadır.

3.3 Türkiye ve Ortadoğu

Türk dizilerinin Ortadoğu televizyonlarındaki rekabetini incelemeden önce, dizi yapımcılığı konusunda önde gelen Ortadoğu lkelerini (Mısır, Ürdün, Lübnan, Suriye) incelemek gerekmektedir.

Arapça ve Arapçanın çeşitli lehçelerini kullanan ülkelerde en popüler dizi türüne *Musalsal* adı verilir. *Telenovela* ile benzerlikler taşıyan *Musalsal*, daha çok bölgenin tarihi olaylarını ve mekanlarını konu eder.³⁴ (WAXMAN, 2003)

Mısır: 2012 sonu verilerine göre Mısır'da 50'nin üzerinde yerli yapım televizyon dizisi izleyiciye sunulmaktadır. Dizilerin oluşturduğu sektör hacmi 196 Milyon \$ civarındadır.³⁵ (BBC, 2012)

Ürdün: 2010 yılı verilerine göre Ürdün'de öncelikle Suriye dizilerini tercih etme oranı %92.5 iken, Mısır dizilerini tercih etme oranı %61.6'dır. Bu iki ülkeyi %26.6 ile Ürdün dizileri takip etmektedir.³⁶ (Harris Interactive, 2010)

³⁴ (WAXMAN, 2003)

³⁵ <http://www.bbc.co.uk/news/world-middle-east-19296520>

Lübnan: Lübnan dizileri popülarite açısından Suriye ve Mısır'ın gerisinde kalmaktadır. Bu duruma neden olarak düşük prodüksiyon harcamaları ve zayıf senaryolar gösterilmektedir.³⁷ (Saida online, 2011)

Suriye: Suriye dizi sektörü uydu yayınına geçildiği 1990'lardan itibaren tüm Arap dünyasında on milyonlarca izleyiciye ulaşmıştır ve önemli bir gelir elde etmiştir. Ancak Suriye İç Savaşının başlamasıyla birlikte sektör büyük yara almıştır.³⁸ (SAYFO, 2012)

TESEV'in 2012 yılında Arap ülkelerinde (Mısır, Ürdün, Lübnan, Irak, Suriye, Tunus, Libya, Suudi Arabistan, Filistin, İran, Körfez Ülkeleri, Yemen) yaptığı araştırmaya göre Türk dizilerinin tercih edilme oranı %65'tir. En çok tercih edildiği belirtilen Mısır'ın ise izlenme oranı %67'dir.³⁹ (Mensur Akgün, 2012) Aynı araştırmaya göre Türk dizilerini en çok tercih eden ülke %97 ile Irak olurken son sırayı %52 ile Suudi Arabistan almaktadır.

Türk dizilerinin Arap dünyasında gördüğü yoğun ilginin ilk sebebi, coğrafyanın Soap Opera türüne ve anlatım biçimine yukarıda verilen örnekler sebebiyle yabancı olmayışıdır. Fakat, Soap Opera ve Telenovela gibi dizi türlerinin doğum yeri olan Latin Amerika ülkelerine kıyasla neden Türk dizilerinin tercih edildiği konusunun ardından başka sebepler bulunmaktadır.

Beyrutlu televizyon eleştirmeni Habib Battah, Türk dizilerinin Latin dizilerine göre daha fazla izleyiciyle buluştuğunu belirttikten sonra bu duruma iki sebebin yol açtığını belirtmektedir. Birincisi; Latin dizilerinin daha önceleri klasik Arapça ile

³⁶ http://aswatona.net/wp-content/files_mf/1336077330jordannewmediasurveyoffline20100606100606055215phpapp01.pdf

³⁷ <http://www.saidaonline.com/en/news.php?go=fullnews&newsid=28099>

³⁸ http://www.nytimes.com/2012/08/17/opinion/in-syria-the-soap-opera-is-a-casualty-of-war.html?_r=0

³⁹ <http://www.tesev.org.tr/assets/publications/file/21102013103806.pdf>

dublaj yapılması, İkincisi ise Arapların kültürel açıdan Türkleri kendilerine daha yakın hissetmeleridir.⁴⁰ (Williams, 2013) Öte yandan Prof. Dr. Aslı Tunç'a göre Arap televizyonlarının çekindiği bazı anlatımların Türk dizileri tarafından giderildiğini ve bunun bir tercih sebebi olduğunu belirtir. Ancak yine de kadın-erkek ilişkileri ve aşk gibi konuların işlenmesinde Türk dizi karakterlerinin görece daha az maço ve daha çok romantik gözüktüklerini eklemektedir.⁴¹ (Williams, 2013)

Middle East Broadcasting Center (MBC) sözcüsü Mazen Hayek ise Arap Dünyası'nın geneline daha fazla hitap eden dublaj seçimlerinin önemine vurgu yaptıktan sonra “eşlerine iyi davranan erkeklerin olduğu ideal bir durum”dan bahsederek Türk dizilerinin içeriklerinin bir belirleyici bir tercih sebebi olduğunu ifade eder.⁴² (Williams, 2013)

Özetlemek gerekirse Türk dizilerinin Arap Dünyası'nda başarılı olmasının sebepleri arasında öncelikle, Arap televizyonlarının yayın prensiplerine olan uygunlukları, izleyicilerin kültürel açıdan dizi karakterlerine hissettikleri yakınlık, coğrafyanın yabancı olmadığı türde yapımlar ve kadın izleyiciler tarafından çekici bulunan kadın-erkek ilişkileri sıralanabilir

Yukarıdaki veriler ışığında dizi sektörümüzde bir daralmanın olduğu görülmektedir. Sayısal verilere de yansıyan ve sektörün hedefleri önünde bir engel olarak duran bu küçülmenin sebepleri nelerdir? Sektörü hangi şekillerde bu küçülmeye karşı çözümler üretebilir?

⁴⁰ (Williams, 2013)

⁴¹ <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-22282563>

⁴² <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-22282563>

4. YÖNTEM

Bu çalışmada iki ana yöntem kullanılmıştır. Önce sektörün çeşitli dallarında görev yapmış ve yapmakta olan beş profesyonel birey seçilmiş ve bu kişilerle sektörün durumu, çalışma koşulları, geçmişi ve geleceği hakkında derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Bu çalışma kapsamında birebir mülakat yapılan sektör profesyoneli katılımcıların yaş, görev ve sektörel tecrübelerine ait tablo aşağıda gösterilmiştir:

İsim	Görev	Cinsiyet	Yaş	Sektör Tecrübesi
Nalan Büker	Yapımcı- Yönetmen	Kadın	50	30 Yıl
Emrah Dönmez	Editör-Kurgucu	Erkek	43	23 Yıl
Hatip Karabudak	Işık Şefi	Erkek	36	18 Yıl
Ömer Harmankaya	Senarist	Erkek	30	6 Yıl
Gürol Minareci	Yapımcı	Erkek	41	20 Yıl

Mülakatlar sonucunda elde edilen bilgiler yorumsamacı (Hermeneutic) yaklaşımla analiz edilmiştir. Katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplar bir araya toplandıktan sonra sonuçlar bir arada ve birbirleriyle ilişkili olması yönünden tekrar gözden geçirilmiştir.

Mülakat yapılan katılımcılar bir yapımcı-yönetmen, bir kurgucu-editör ve bir ışık şefi ve bir senaristten oluşmaktadır. Sektörün üretim mekanizmaları olan 4 seviyeyi (Prodüksiyon öncesi – yapım - set - post prodüksiyon) de temsil etmeleri bakımından katılımcılardan elde edilen bilgilerin kapsayıcı olduğu görülmektedir.

5. BULGULAR

Mülakatlarda katılımcıların değindiği konular, Thompson (1989)'ın kullandığı anlamlandırma yöntemi yardımıyla, beş ana başlıkta toplanmıştır:

5.1. Türkiye'nin Batı dizilerine ikame yapım üretemiyor olması.

Katılımcılardan Nalan Büker mülakatında “Türk dizileri Ortadoğu pazarında Amerikan dizilerine alternatif olabilir mi?” sorusuna olumsuz yanıt verdikten sonra nedenlerini sıralamıştır:

... Ben bir TV yapımcısı ve yönetmen olarak şunu söyleyebilirim ki dünyada yapılan çalışmaları, araştırmaları okuyup buna göre vizyon çizmeyi bilmiyoruz. Günü yaşıyoruz. “Bugün satılıyor mu? Satılıyor.” diye bakıyoruz... Biz komedi dizilerimizi satamıyoruz. Sattıklarımıza bakarsanız tema hep bitmeyen aşk hikâyeleri... Muhteşem Yüzyıl bu yıl sona eriyor. Peki ya sonra? Dizilerimizin büyük kısmı 13 bölümü tamamlayamadan yayından kalkıyor. Bunu bu şekilde yurtdışına satamazsınız. Bir şeyin yurtdışına satılabilmesi için ilk önce baştan planlanmış bir paketin olması lazım. Peki biz bu paketi üretebiliyor muyuz? Maalesef hayır... Biz bir alternatiflik evet ama bunu kullanamadık.

Emrah Dönmez aynı konuda dizilerimizin yurtdışında rekabet edilebilirliğinin değişik faktörlerden beslendiğini belirtmiştir:

... Ben bunun çok mümkün olduğunu en azından şu an için düşünmüyorum. Şöyle ki, elbette kültürel açıdan bizim hayat tarzımız ve Ortadoğu insanının yaşam tarzları birbiriyle benzeşiyor ancak bu sadece konunun bir kısmını oluşturuyor. Ne zaman ki Amerikan dizilerinin yapım ve yapım öncesi disiplinine ulaşırız ve bunun bir sonucu olarak daha kaliteli içerik elde ederiz, işte o zaman biz bir rekabetten bahsedebiliriz.

5.2 Uzun Çalışma Saatleri

Mülakatlarda ortak görüş dizi bölümlerinin süreleri ile ilgili şikayetler olmuştur. Bütün katılımcılar, çalışma alanlarına göre 90 dakikalık bölümün çalışanlara yaptığı negatif etkiden bahsetmişlerdir.

Işık şefi Hatip Karabudak bölüm sürelerinin set ekibine nasıl bir etki bıraktığına ilişkin soruya “Yorgunluk” karşılığını verdikten sonra şöyle devam etmiştir:

“... 85 dakikanın altında bölüm teslim edemiyorsunuz. Bu, 5-6 günde çekimi tamamlamanız gerektiği anlamına geliyor... Tek ekiple çalışırsak eğer günde 3 ya da 4 saat uyuyabiliyoruz. Sadece 1 günümüz boş oluyor ve onu da tabi ki dinlenerek ve uyuyarak geçiriyoruz. Tamam, iş olduğunda iyi kazanıyoruz ama hayattan çalışıyoruz aslında... Bu zaman sıkıntısı yani bölümü yetiştirme telaşı sebebiyle kaliteden de ödün veriyoruz tabi. Aslında kısa zamanda çok güzel işler çıkarıyoruz. Çok kaliteli işler yapabilecek insanlar da var ama tüm enerjilerini işi yetiştirmeye harcıyorlar... Günde 15-18 saat çalışıyor tüm set ekibi ve mutlu değiller.”

Katılımcılardan editör/ kurgucu Emrah Dönmez yine aynı soruya benzer bir yanıt vermiştir:

... En büyük sıkıntı çok kısa sürelerde iş yetiştirmek. 90 dakikalık bir bölümü birkaç günde bitirmek zorundayız. Aslına bakarsanız 90 dakika bir film demek. Yani biz aslında birkaç günde bir film kurguluyoruz. Elbette aklımızda işi yetiştirmekten başka da bir düşünce olmuyor. Çoğu iyi kurgucu artık gözü kapalı biçimde bir bölümü kurgulayacak seviyeye ulaştı ama buna sanatını katabiliyor mu, mesleki tatmin kazanıyor mu, tabi ki hayır. Yaptığımız iş kaliteden çok kabul edilebilir düzeyde. Ben uyumadan günlerce bilgisayar başında iş yetiştirebilmek için yaşadığımı hatırlıyorum. Para kazanmasına kazanıyoruz ama bunu harcayacak zamanımız olmuyor.

Yapımcı ve yönetmen Nalan Büker, uzun bölümlerinin sebeplerinin altında aslında temel bir bakış açısı yattığını belirtmiştir:

... Yapımcılar Türkiye'nin dünyanın geri kalanından farklı bir yapıya sahip olduğu inancını taşıyorlar. Aslında bu inanç, az olan reklam gelirlerinin de heba olmasına sebep oluyor. Bakın Türkiye yayıncılığa başladığında dünya renkli yayına geçmişti. Bu kadar geriden gelip rüzgar bir iki yıl arkamızdan esince “biz bu işi biliyoruz” algısı doğdu ki bu çok yanlış... Yapılan bir araştırmaya göre (Radyo-Tv Yayımcılar Birliği) dizi sektöründe çalışanlar dünya standartlarındaki çalışma koşullarını bilse de bunun arkasında duramayacak ölçüde geçim sıkıntısı çeken insanlar. Oyuncular da buna dahil. Bizde sendikalaşma olmadığı için ne mesleğimizi biliyoruz ne de haklarımızı biliyoruz. Maliyeti düşürmek adına meslek olmayan durumlara meslek adını vermişiz. Mesleğin sınırları içinde olmayan insanlardan iş beklemişiz. Bu maliyeti düşürme çabaları da kaliteyi düşürmüş. Reytting alınıyor diye düşünüyoruz ama bugün reyting sonuçlarının da tartışmalı olduğu bilinen bir gerçek. Türkiye genelindeki reyting sonuçlarının nasıl bir örneklem ile oluşturulduğu da başka bir tartışma konusu. Önümüzdeki sene Eriksson firması Türkiye'ye dijital altyapı yatırım için izleme alışkanlıkları araştırması yapacak. O zaman göreceğiz sonuçları. Genç nüfus artık televizyonu tüketmiyor bile. Artık mobil araçlarımızdan izleyeceğimiz içeriği seçiyoruz. Tabi bununla ilgili net araştırmalar yapılıyor mu? Maalesef o da yapılmıyor.”

Yapımcı Gürol Minareci, uzun çalışma saatleri konusunda son dönemde çeşitli iyileştirme çalışmaları olduğunu belirtse de buna rağmen durumun sektör için halen

bir sorun olduğunu sözlerine eklemektedir. Bu sorunun çözümü için ise kollektif ve zincirleme bir işbirliğinin gerekliliğini savunmaktadır.

Minareci görüşlerini şu şekilde belirtmiştir:

“Bu konu uzun zamandır sektörün en ciddi sorunu olarak hep gündemde oldu. Doğrudur da. Bu konuyu da maalesef şartlar bu hale getirdi. RTUK’ün yıllar önce televizyondaki yapımlara hangi zaman aralıkları ile ve ne kadar süre reklam girilebileceğini kurallara bağlaması sonucu diziler başta olmak üzere bütün yapımlar, filmler de bundan etkilendi ve etkilenmeye devam ediyor. Reklam süre ve aralıklarına bağlı olarak diziler kanalın talebi üzerine doksan dakikaya varan bir sinema filmine denk geliyor.. Düşünsenize her hafta hakikaten bir çoğu sinema filmi standartlarında dizi yayına çıkıyor.. Çoğu zaman senaryolar setlerde tamamlanıyor.. Günlük çalışma saatleri 15-18 saatlerin altında inmiyor. Bu da tabii ki hem oyuncu hem de teknik ekibin performanslarına doğrudan yansıyor. Son zamanlarda bazı yapımların setlerinde daha medeni zaman dilimlerinde çalışıldığına şahit olsak da tabii yeterli değil. Bu zincirleme bir konudur ve RTUK’ten başlayarak yapımcıya kadar uzanan süreçte iyileştirilmesi gerekiyor. Böylece hem hikaye daha konsantre ve dinamik anlatılacaktır hem de bütün emektarlar maksimum verimlilikte ve üretkenlikte, mutlu bir şekilde çalışacaklardır.”

Katılımcıların yorumlarından yola çıkarak dizilerin her hafta 90 dakika gibi uzun bölümler halinde üretiliyor olmasının bazı temel sorunlara sebep olduğunu söylemek mümkündür.

Bunlardan ilki normalin çok üzerinde olan çalışma saatlerinin, çalışanların sosyal hayatlarını olumsuz etkilemesidir. Günde 18 saate kadar ulaşan mesailer çalışanların özel hayatlarını ve iş dışı yaşamlarında sıkıntılara yol açmakta ve bu durum çalışanların iş hayatlarında da motivasyon düşüklüğüne ve mutsuzluğa yol açmaktadır.

90 dakikalık bölümleri 1 hafta gibi bir sürede neticelendirme mecburiyeti, yapılan işin kalitesinden ödün verilmesine sebep olmakta ve çalışanların tüm enerjilerini işi yetiştirmeye harcamalarına neden olmaktadır.

5.3. Sektörde planlama eksikliği

Katılımcıların fikir birliğine vardığı bir diğer konu ise genel bir planlama eksikliğinin bulunması olmuştur. Bu durumun hem yurtdışı örnekleri ile kıyaslamaya hem de yarıda kalan yapımların çokluğuna sebebiyet verdiği gözlemlenmektedir. Hatip Karabudak çok az da olsa Amerika Birleşik Devletleri’ndeki seviyede iş yapabilecek

profesyonellere sahip olduğumuzu belirtmiştir. Ancak bu azlığın sektördeki yaygın mantalite ile ilgili olduğunu da eklemiştir. Ona göre Türkiye ve ABD arasındaki temel farklardan biri planlı ve programlı çalışma eksikliğimiz. Karabudak bunu “Hep bir zaman sıkıntımız var. Enerjimizi hep bir şeyleri yetiştirmeye harcıyoruz” şeklinde açıklıyor.

Emrah Dönmez planlama eksikliğinin doğurduğu sonuçları ayrıntılarıyla şu şekilde ortaya koymuştur.

... dizilerin böyle fazla oranda erken final yapması, yarıda kesilmesinin altında yatan sebep elbette plansızlık. Hem yapımcıların hem de kanalların bir yayın politikası bulunmuyor. Genelde bir iki yöneticinin iki dudağı arasında her şey... Bugün hala senaryo setteyken geliyor. Yani bir proje son derece hızlı bir biçimde “tamam bu güzel” denerek yapılmaya başlanıyor. Çekimlere başlanıyor ve kısa süre sonra da yayına giriyor. Elbette yeterince tasarlanmadığı için de işler yolunda gitmiyor. Patlamaya hazır bir bomba gibi izleyici karşısına çıkarılıyor yapımlar. E seyirci de bir saatten sonra bunu almıyor. Üzerinde yeterince düşünülmediği ve planlanmadığı için... ABD örneğine bakarsanız, onlar daha planlama aşamasında dizinin hangi saatte hangi gün yayınlanıp kime hitap edeceğini bile planlıyorlar.

5.4. Ortadoğu’da Türk dizilerinin izleyici bulması

Ortadoğu pazarında Türk dizilerinin izleyici bulması konusunda katılımcılardan Nalan Büker ve Emrah Dönmez, bunun sebebini öncelikli olarak dini ve kültürel birlikteliğe bağlamaktadırlar. Dönmez, özellikle dizilerimizdeki kadın karakterlerin temsili ile Ortadoğulu kadınların toplumda yerlerinin bir kıyas imkanı doğurduğunu belirterek bunun Ortadoğulular açısından ilgi çekici olduğunu savunmuştur.

Nalan Büker bu konuda şunları söylemiştir:

“Ortadoğuluların bu tercihleriyle ilgili “din” olabilir belki ilk akla gelen. Aynı anda birden fazla Türk dizisinin tanıtımını yapan billboardların sokaklarda olduğunu, Türk oyuncuların popülaritesinin oldukça yüksek olduğunu biliyoruz Arap ülkelerinde. Ama sanki böyle gitmiyor. Gümüş dizisiyle başlayan rüzgar, Kuzey-Güney ile devam edecek gibi değil. Gümüş’teki aşk hikayesi, platonik sevda masalı, Kuzey-Güney’deki gayr-ı meşru ilişkilerle bir değil. Sanki o pazara hitap etmiyor. Biz tükettik sanki yapabileceğimiz öykülerimizi.”

“O kadar da kapalı bir toplumdan bahsetmiyoruz. Avrupa’nın öykülerini uydu aracılığı ile veya en basitinden internet aracılığı ile izleme fırsatı buluyorlar. Bir yerde karşılaştırma başlıyor, öykünün işleniş biçimini, teknik kaliteyi karşılaştırmaya başlıyor izleyici. Bugün teknolojik olarak büyük ilerleşmiş kaydediliyor dünya yayıncılığında ve sizce Ortadoğu da gelişmeleri talep etmeyecek mi? Bu noktada Ortadoğulu izleyici yönünü bize mi çevirecek yoksa Avrupa’ya mı?”

Katılımcılardan Emrah Dönmez konu ile ilgili şu noktalara değinmiştir:

Ortadoğu'da bizim dizilerimizin izleyici bulmasında akla gelen ilk sebep öncelikle din birliği oluyor bana göre. Bunun yanında Ortadoğu insanının kendilerine de pek itiraf edemedikleri biçimde bizim ülkemizdeki sosyal yaşamı ilgi çekici bulmaları da söz konusu olabilir. Yani bunu açacak olursak Türkiye'de kadının sosyal hayattaki yeri, özgürlüğü, rolü, kariyer yaşamı gibi unsurlar onlar için dikkat çekici oluyor.

Senarist Ömer Harmankaya ise konunun hikaye boyutunu ele alarak şu yorumlarda bulunmuştur:

... Elbette bizdeki hikayelerin ve o hikayelerin işleniş biçimlerinin de belirleyici olduğunu söylemek gerek. Kadın erkek ilişkileri ve bu ilişkilerin Ortadoğu insanının günlük hayatta karşılaştığından biraz daha cesur olması izleyicilerin ilgisini çekiyor. Diğer taraftan Ortadoğu izleyicisi soap opera ve telenovela türüne alışkın. Daha önce kendi yapımlarında bunu deneyimlediler ve bu başarılı oldu. Şimdi bir de konuya Brezilya, Meksika değil de Türk yorumuyla izleme fırsatı buldular. Gördüğü gibi de bu tuttu ve başarılı oldu. Tabi bizim dizilerimizin o ülkelerde genelde her gün 45'er dakikalık bölümlerle yayınlandığını da hesaba katmak gerek.

Yapımcı Gürol Minareci de Türk dizilerinin Ortadoğu'da ilgiyle izlenmesi konusunda diğer katılımcılara yakın görüşler bildirmiştir:

Müslüman Orta Doğu halkaları Türkiye'ye göre çok daha muhafazakar. Duygularını, sevincini, üzüntüsünü, aşkını, kavgasını çoğunlukla içinde yaşıyor. Müslüman ve açık bir toplum olarak her konuda kendilerine Türkiye'yi örnek alıyorlar. Elbette bizde de sıkıntılar yok mu var ama onlara göre burası bambaşka bir dünya. Bakıyorlar, sarışın ama Müslüman yakışıklı erkekler, güzel kızlar, muhteşem mekanlar. Ya da son yıllarda sadece Orta Doğu'da değil dünyada büyük başarı yakalayan Osmanlı dönemi dizileri. Kendi gözlerimle gördüm ki bizde bile olmadığı kadar meşhur bazı yapımlar oralarda. Mesela Birleşik Arap Emirlikleri'nde Dubai... Otobandaki elektrik direklerine "Muhteşem Yüzyıl" kahramanlarının resimli ilanlarını asmışlar. Düşünün kilometrelerce... Billboardlar, TV spot ve teaserlarına da çok fazla yer veriyorlar. Bence Türk dizilerinin oralarda tutulmasının en büyük nedeni budur ; Müslüman bir ülkeden de Hollywood tadında yapımların çıkıyor olması ve insanlığın ortak duygularını Müslüman bir oyuncudan ve hayranı oldukları bu ülke topraklarından önlerine sunuluyor olmasıdır.

5.5. Yurtdışı ile Kıyas

Katılımcıların değindiği bir diğer konu ise Türk dizi sektörü ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki dizi endüstrisi arasındaki kıyaslama olmuştur. Nalan Büker meslek tanımları ve ABD dizi endüstrisinin bu kapsamda oturttuğu sistemi örnek gösterirken Emrah Dönmez Türkiye'deki planlama eksikliğinden bahsetmiş ve bu

durumun nitel ve nicel olarak sektörün büyümesine ve gelecekte de canlı kalmasına etki edebilecek bir tehdit olarak göstermiştir. Senarist Ömer Harmankaya en büyük farklılığın öykü konusunda ortaya çıktığını belirtmiş ve sözlerine şöyle devam etmiştir:

Amerika özelinde konuşacak olursak öncelikle senaryo yazarlarının oradaki mesleki örgütlenmelerine ve güçlerine bakmamız gerekir. Özellikle Amerikan dizi endüstrisinde görev alan senaristlerin neredeyse tamamı, meslek örgütlenmelerine üye ve böylece haklarını savunabilme yetisine de sahiptir. Bundan 4-5 yıl önce Amerikan televizyonlarını sarsan senarist grevini hepimiz hatırlıyoruz. Bütün dizilerin mecburi tatile girdiklerini biliyoruz. Bu elbette bir sorumluluğu da beraberinde getiriyor onlar için. Çok güçlü, çok dışil hikayeler ile senaryolarını oluşturuyorlar ancak dizi devam ettiği sürece de bir öykünün bölümlere ayrılırken sahip olabileceği özellikleri de kuralına uygun olarak belirliyorlar. Bu hem senaryonun hem hikayenin ayaklarının yere basmasına ve çeşitli boşluklar içermemesine olanak tanıyor.

İngilizlerin de televizyon dramaları konusunda oldukça köklü bir geçmişi var. Bugün gelinen noktada, özellikle son dönem BBC dramalarına bakarsak, hikaye bütünlüğünü, epizodik anlatımın kalitesini her şeyin üzerinde tutuyorlar. Mesela son birkaç yıldır tüm dünyada tartışılan ve büyük beğeni toplayan Black Mirror dizisi bir sezonda 3 bölümle yayınlandı. Bölümlerden biri bir buçuk saat diğer 45 dakika, bir diğeri ise 60 dakikaydı. Bölümler arasında ne karakter, ne hikaye ne işleyiş açısından bir birlik vardı. Tamamen bağımsız öykülerdi. Ama baktığımız zaman bu bağımsız bölümlerde bir çatı anafikrin, bir fikir birliğinin olduğunu görüyoruz. Bütün bölümler birbiriyle bu çatı altında birleşiyor ve bir bütün oluşturuyor. “Black Mirror” bunu anlatmak için çok güzel bir isim. Ha keza Sherlock dizisi de bunun gibi. Her bölümü bir Sherlock Holmes filmi gibi. Yani gelmek istediğim nokta şu ki orada dizi kendi reklam stratejisini yaratıyor veya yaratılmaya mecbur bırakıyor. Ben mesela Black Mirror’ın 90 dakika her hafta yayınlandığını düşünemiyorum. Eminim BBC veya başka bir İngiliz yapımcı da bunu aklının ucuna dahi getirmemiştir. İşte hikayeye, senaryoya ve senaryonun ihtiyaç duyduğu anlatım yapısına saygı duymak evet size alışık olduğunu biçimde reklam geliri getirmiyor belki ama dünya çapında büyük bir saygınlık kazandırıyor. Şimdi bizde de bir Black Mirror olsaydı da 90 dakika olmasaydı fena olmaz mıydı?

Nalan Büker de benzer bir yaklaşımda bulunmuştur:

“Bakın ben Türkiye’deki ilk çok kameralı tv dizisinin yönetmeniyim. Bu işi yaparken ABD’li yapımcı ve teknik kadronun desteğini alarak başladık bu işe ANS production ile ATV ile yaptık. Bildiğiniz çok kameralı rej tekniğini kullandık. Bugünkü gibi adı çok kameralı olup da ayrı ayrı kameralarla kaydedip çok kamera diye kurgulayalım diye düşünen bir mantıkla üretmiyorduk o zaman. Ben yine bizim sektörde Avrupa standartlarında içerik üretiminin önemini kavrayabilecek idareci kadroların eksikliğini duyuyorum. Ne kanallar ne de yapımcılar bunu bilmiyor. Biz çok kameralı rej kullanmayı

bilmiyoruz. O zaman o desteği veren ABD’li uzmanlar başımızda bu standardı uygulamak için başımızda kılıç gibi bekliyorlardı. Ancak bugün ne yazık ki başımızdaki idareciler bu bilgi birikimine sahip değil. Ben akabinde yine çok kameralı bir tiyatro oyunun dizi versiyonunda da yönetmenlik yaptım. Ünlü bir tiyatro oyuncusu, kendisiyle çalışmak çok zevkli olmasına karşın, televizyona iş üretmek ile tiyatro sahnelemek arasında çok kameranın verdiği farklılıkları görebilecek bilgiye sahip değildi. Bu bir eksiklik değil onun için. Ama bir isim olmanın verdiği güçle birçokları bizim üzerimizde tahakküm kurmaya çalışıyor. Bakın sadece bilmek yetmiyor. Aynı zamanda bu bilgiye sahip olan kadrolarla da çalışmak gerekiyor. Ülkemizde sadece bizim sektörde değil diğer sektörlerde de liyakatin değil ilişkilerin sonucu yer almış insanlarla karşı karşıyayız. Şimdi bu liyakat eksikliği de sonuca etki ediyor. Bir Game Show yapıyoruz, RAI’den dünya standartlarında ışıkçıları getiriyoruz ve onlardan format alıyoruz. ancak sunucumuz buna göre durmayı, o ışıklara göre pozisyon almayı reddediyor. Kanal yönetimi de vazgeç o ne isterse onu yapsın diyor. E o zaman benden RAI gibi sonuç almazsın elbette. Çünkü ışık sunucuya göre yanmıyor. O ışık yansın diye sunucu oraya gidiyor. BBC’ye bakın, günler öncesinden ekip nerede ne yapacağını planlamış olur. Kameranın hareketleri yönetmenler tarafından bilendir. “Haydi bir de şuradan çekelim” diyerek yayın yapılmaz. İddia ediyorum, Türkiye’de ben şu diziyi şu programı yönettim diyen yönetmenlerimizin çok azı dünya televizyonlarında yer bulabilir. Bulamayız biz. Çünkü o yeterliliğe sahip değiliz. Yapımcılarımız da aynı şekilde. Dünyada yapım amiri olan telefon başında on bunu arayıp organize eden kişiye yapım amiri denir. Bizde yapımcı deniyor. Sonuç olarak dünya standartlarını yakalamadan dünya ile yarışmanın mümkün müdür?”

Yapımcı Gürol Minareci konuya daha farklı bir açıdan bakarak şu görüşleri bildirmiştir:

“... Dünya standartlarını neredeyse yakaladık diyebilirim. Tabi bunun bir de ‘ama’ sı var. İki açıdan eksikiz: Birincisi çalışma koşullarımız özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere’ye kıyasla çok ama çok geri. İkincisi ise içeriklerimiz. Yani daha iyi senaryo, daha iyi hikaye üretmeliyiz. Bu eksikliklere rağmen iyi iş çıkarttığımıza inanıyorum ben. Genç ve dinamik bir sektörüz. Daha önümüzde çok yol var. Ben iyimser bakıyorum bu konuya. Daha yapacak çok işimiz var ve yapmak için de istekliyiz. Zamanla o standartları yakalayıp geçeceğimize ben şahsen inanıyorum.”

5.6 Sektördeki Daralma ve Sektörün Kısa ve Orta Vadede Karşılaşabileceği

Tehditler

Türk dizi sektörünün son dönemde dışa vurduğu daralmanın önümüzdeki dönemde bir krize dönüşmesi olasılığı katılımcılar arasında değinilen bir başka konudur. Nalan

Büker, konu hakkında şu yorumlarda bulunmuştur:

Bakın bu büyük bir yarış. Bugün Avrupa sineması Hollywood'u kabul etmez. Dışlar ama işte hala ona yetişemedi. Neden? Çünkü teknolojiyi kullanma biçimleri, sistemi pazarlama şekilleri... Her yerde varlar ve başarılılar. Şimdi aslında bunun arkasındaki gizeme bakarsak dramının formuna bakarsak 50-60 öykü var dünyada. Bu sayı bu kadar sınırlıyken ve Pazar bu kadar genişken neyi anlattığından çok neyi nasıl anlattığını öne çıkıyor. Teknolojiyi nasıl kullandığını önemlidir. Biz neyi nasıl anlatacağımızı öğrenmek için insan kaynağına yatırım yapmalıyız. Tamam senaryo her şeydir ama onu vezir de yapan rezil de yapan nasıl işlediğidir. Bugün Game of Thrones izliyoruz ama izliyoruz yani. Duymanın ötesinde izliyoruz. Ve onu görmek istiyoruz. Karakterin yüzünü ne giydiğini nerede dolaştığını görmek istiyoruz. Demek ki teknolojiyi nasıl kullandığını görmek istiyoruz. O zaman biz bu öyküyü taşıyacak görsel unsurları taşıyacak bilgi birikimine ve kadrolara ihtiyaç var. Senaryo çok önemli bir eksik bizde ne yazık ki... Edebiyatçımızın azlığı senarist azlığı ile buluyor karşılığını. Senarist azlığını remakeler ile buluyor karşılığını. E yarışacağın yer de Hollywood kimse kusura bakmasın. Ona tü kaka demekle yarışamıyorsun maalesef bu şovenist duygularla. İşte 5 yıl sattık bu içerikleri, bir 5 yıl daha satarız ama sonrasını göremiyorum bu zihniyetle."

Ömer Harmankaya'nın bu başlık altındaki görüşleri şöyledir:

"Benim çalıştığım veya tanıştığım yapımcılardan duyduğum şeyler hep aynı: "Senaryo lazım!." "Falanca türde senaryo lazım." "İyi senaryo gelmiyor..." Peki, senaristler konuşunca onlar ne diyor; "Yayınlanan dizilerin çoğunun senaryoları yeterince iyi değil veya yeterince çalışılmamış." "Hepsi birbirinin aynı." Gerçekten de öyle... O zaman ortada bir iletişim ya da koordinasyon eksikliği var gibi gözüküyor. Son yıllarda %70 gibi oranlarda, belki daha fazla, dizilerin erken final yaptığı yönünde istatistikiler var. Bunların neredeyse tamamı reyting yüzünden kesiliyor. Yani burada izleyicinin bir mesaj verdiğini görmek lazım diye düşünüyorum. Bir sebeple dizileri izlememeye başladılar. Bunun kendi açımdan açıklaması ise az önce değindiğim gibi hikaye ve senaryo. Birbirinin neredeyse aynı, birbirine benzeyen çok fazla dizi var. Hem de haddinden fazla. Bunların öyküleri temel olarak birbirine benzeyebilir ama gelin görün ki işleniş biçimleri de aynı. Aynı dönemeçler, aynı krizler, aynı engeller ve aynı çözümler... Biz böyle söyleyince konu bazen sanki biz bilimkurgu dizisi çekilmeli diyormuşuz gibi bir tarafa çekiliyor. Şahsi fikrim, artık denenmeli. Ama bu başka bir tartışma konusu. Söylemek istediğim, örnek vermek gerekirse, şimdilerde Coen Kardeşlerin Fargo filminin dizi versiyonu yayınlanıyor. İşte o da drama... O da olabildiğince gerçek ve hayatın içinden. Ama bakın nasıl işleniyor. Hikayeyi nasıl işliyorlar ve neden başarılı oluyor. Neden bu kadar lezzetli oluyor. Bu artık ABD – Türkiye karşılaştırması değil. Çünkü Fargo'nun başarısı o kadar da teknik ve teknolojik imkanlarla bağlantılı değil. Asıl mesele hikayenin işleniş biçimi.

Biz eğer bu handikaptan kurtulmak istiyorsak, eğer şu anki daralmayı bir şekilde bertaraf etmek istiyorsak, öncelikle bu işi uzun zamandır yapan ülkelerden feyz almamız gerekiyor. Tabi ki bizim hikayemiz, bize özgü olmalıdır. Buna şüphe yok. Ancak dünyadaki tüm televizyon izleyicilerinin de bazı ortak değerleri izlenmeye değer bulduklarını da kabul etmek lazım. Fargo'dan örnek verdim, yine ondan örnek vereyim; o filmdeki durum o kadar insancıl ve o kadar temel ki, dünyanın neresinde izlenirse izlensin herkes empati kurabilir ve ilgilenebilir. Biz de bu bakış açısıyla düşünmeliyiz.

Yapımları buna göre planlamaya gayret etmeliyiz. Çünkü bu küçülme, bu kadar yüksek oranda erken final iyi değil. Sektörün geleceği için iyi değil.”

6. SONUÇ

Türk dizi sektörünün dinamiklerinin incelendiği bu çalışma, daha önce üzerinde durulmamış konuları işleme ve anekdot bazlı değil araştırma bazlı bulgular içerdiğinden önem arz etmektedir. Dizi sektörümüz ile ilgili yeterli araştırma yapılmaması, sektörün daha da gelişmesine olanak tanıyacak verilerin ve çalışmaların bulunmamasına sebep olmaktadır. Bu konuda Kültür Bakanlığı Danışmanı Dr. Abdurrahman Çelik bazı açıklamalarda bulunmuştur.

Dr. Abdurrahman Çelik dizi sektörümüzün büyüyerek bir endüstri haline gelmesi gerektiğini belirterek, endüstrileşme karşısındaki en büyük engelin, sektör genelinde yeterli araştırma yapılmaması ve gerekli verilere ulaşılamıyor olması olduğunu belirtmiştir. Bu sebeple kültürel açıdan oldukça zengin olan ülkemizin ulaşabileceği ihracat rakamlarına ulaşmadığını ifade eden Çelik, söz gelimi Amerika Birleşik Devletleri'nin ekonomik gelişmişliğini büyük ölçüde sinema ve müzik endüstrilerinin yurtdışı başarısına borçlu olduğunu sözlerine eklemiştir. Bu bağlamda dizi sektörünün endüstrileşmesinde ilk etapta ihtiyaç duyulan bilimsel araştırmalara ve verilere ihtiyaç duyulmaktadır. Abdurrahman Çelik'e göre uluslararası arenada gelişmişlik seviyesinde hak ettiğiniz noktalarda olmamızın nedeni de bu verilere sahip olmamızdan kaynaklanmaktadır. (ITVF, 2014)

Günden güne gelişen ve büyüyen dünya dizi endüstrisinin içinde yer bulması düşünülen Türk dizi sektörünün geleceği ile ilgili araştırma ve analizlerin bu çalışma

içerisinde bulunması ve söz konusu bulguların gelişmekte olan dizi sektörümüzün geleceğine katkı sağlayacağı umulmaktadır.

Çalışmanın temel soruları Türk dizi sektörünün yurtiçi ve yurtdışı perspektiflerinden bakılarak incelendiğinde ne tip bulgulara ulaşıldığı, dizi sektörümüzün 2000-2010 yılları arasında nicel ve nitel açıdan gösterdiği yükselişin ve ulaştığı hacmin 2010 yılı itibariyle düşüşe geçmesinin nedenleri, yine sektörün mevcut ulusal ve uluslararası pozisyonunu nasıl güçlendirmesi gerektiği araştırılmıştır.

Türk dizi sektörünün 2010 yılına kadar sektörel hacminin ve çoğunluğu Ortadoğu piyasasında olmak üzere uluslararası piyasada göstermiş olduğu yükseliş çalışmada gözler önüne serilmiştir. (İSMMMO, 2008) Bununla birlikte özellikle Ortadoğu’da Türk dizilerinin tercih edilmesinde öne çıkan ilk sebebin, Arap dünyasının ve Türkiye’nin toplumsal ve kültürel açıdan paylaştığı değerler olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Sektörün yurtiçinde ve dışında gösterdiği bu yükseliş son birkaç yılda düşüş eğilimine geçmiştir. Hem bu düşüşün sebeplerini araştırmak hem de alınması gereken önlemleri ortaya koymak açısından yapılan araştırmalardan elde edilen bulgulardan hareketle yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası süreçlerde bir dizi iyileştirmelerin yapılması gereksinimi elzem gözükmektedir. Sektör profesyonelleri ile yapılan mülakatlarda ortaya konan ortak görüş, dizi projelerinin ortaya çıkmasından projenin çekim aşamasına getirilmesine kadar geçen sürede aceleci ve özensiz davranıldığı şeklindedir. Bu durum, çekimlerine başlanan yapım projelerinin ileride yapısal birtakım sorunlarla karşılaşmasına sebebiyet vermekte ve üst üste gelen sorunların hem öykü açısından hem de işlevsel açıdan gelişen çeşitli açmazlar

sebebiyle dizilerin başarısız olmasına ve planlanandan önce final yapmasına neden olmaktadır.

Sektör içinde “erken final” olarak adlandırılan, planlanandan önce yapıma son verilmesi durumu özellikle sektör içinde çeşitli pozisyonlarda çalışmakta olan profesyoneller açısından da sorun teşkil etmektedir. Sürekli ve öngörülebilir çalışma garantisine sahip olmayan çalışanların üzerinde baskı oluşturan bu durumun genel olarak sektör içinde bir tehdit haline geldiği görülmektedir.

Bir diğer durum ise dizilerin uluslararası benzerlerinden farklı biçimde oldukça uzun bölüm sürelerine sahip olmasıdır. Özellikle prime-time’da yayınlanan dizilerin 90 dakikaya varan sürelerle ulaşması, sektörde istihdam edilen tüm çalışanları olumsuz etkilemekte ve bu durum dizilerin nitelik açısından değer kaybetmesine yol açmaktadır. Yapım kalitesini ve niteliği etkileyen bu “kendine özgü” durum, dizilerin tek tipleşmesine ve yeni açılımlara kapalı kalmasına sebep olmaktadır.

Planlama eksikliği ve sağlıksız biçimde uzun tutulan bölümler neticesinde ortaya çıkan nitelik düşüşü Türk dizi sektöründe üretilen yapımların uluslararası düzeyde rekabet gücünü de azaltmaktadır. İçeriğin oldukça önem arz ettiği uluslararası piyasada kültürel ve toplumsal benzeşmelerin itici gücü ile yetinilerek sınırlı coğrafyalara ulaşmak, sektörün pozisyonunu güçlendirmesini engellemektedir.

Dünya dizi yapımcılığı ve ihracatında lider konumda olan, yapımları uluslararası ölçüde en yüksek izleyici sayılarına ulaşan Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere gibi ülkelerin uzun yıllara dayanan tecrübelerinden faydalanmak, Türk dizi sektörünün de söz konusu ülkeler seviyesine ulaşması için önem arz etmektedir. Genellikle bir yaratıcı (Creator) girişimcinin projesini geliştirmesi ve bu projeyi ABD’de AMC, ABC, HBO ve İngiltere’de BBC gibi televizyon kanallarına sunması

biçiminde özetlenecek süreç Türkiye’de de işlenebilir. Fakat, bu sürecin işlemesi için yine ABD’de uzun yıllardır kullanılan “Writers Pool” (Yazar Havuzu) gibi bazı sistemlerin kurulması, sektör profesyonellerinin çalışma koşullarının ve iş güvencelerinin net biçimde ortaya konulduğu yönetmeliklerin oluşturulması, sektör çalışanlarının görev çerçevelerinin uluslararası denklikleri göz edilerek çizildiği meslek tanımlarının oluşturulması ve netleştirilmesi ve ayrıca mevcut çalışanların yine uluslararası muadilleri göz edilerek eğitilmeleri, ilk etapta uluslararası ortaklıkların yapılarak maddi birtakım sorunların aşılma yönüne gidilmesi gibi bazı planlamalar yapılabilir.

Bu çalışma dahilinde yapılan araştırmalarda görülmüştür ki Türk sineması ve Türk dizi sektöründe istihdam edilen tüm kadrolar ve Türkiye’nin ekonomik açıdan bulunduğu konum, ülkemizin yakın gelecekte dünya standartlarında yapımlar ortaya koymasına uygun görülmektedir. Bu savı destekler mahiyette görüşler, çalışma dahilinde görüşülen katılımcılar tarafından da dile getirilmiştir. Sektör profesyonellerinin sistemli ve disiplinli bir işleyiş içerisinde çalışmalarını ortaya koymaları, kişisel tatminlerini besleyeceği gibi ülkemizin daha nitelikli yapımlarla uluslararası arenada boy göstermesine olanak tanıyacaktır. Son yıllarda ihraç edilen Türk dizilerinin fazlalığı bize dizi ihracatının turizm ve uluslararası tanınırlık açısından pozitif geri dönüş yaptığını göstermektedir. Dolayısıyla Türk Dizi Sektörünün gelişmesiyle elde edeceğimiz kazanımlar, ülkemizin yurtdışında model kabul edilmesi hedefiyle birebir örtüşmektedir.

Kaynakça

Allen, R. C., 1995. *To be continued*. 1. dü. s.l.:Routledge.

Anadolu Ajansı, 2013. *www.bugün.com.tr*. [Çevrimiçi]

Available at: <http://www.bugun.com.tr/son-dakika/dizi-film-ihracati-150-milyon--haberi/839269>

[%1 tarihinde erişilmiştir12 Kasım 2013].

Ayrılık da Beraberiz. 1999. [Film] Yöneten Sibel Kocataş Raşit Çelikezer. Türkiye: Made in Turkey.

BBC, 2012. *bbc.co.uk*. [Çevrimiçi]

Available at: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-19296520>

[%1 tarihinde erişilmiştir4 Aralık 2013].

Bell, E. S., 2008. *Theories of Performance*. Londra: SAGE.

Bizim Evin Haller. 2001. [Film] Yöneten Tarık Alpagut, cafer Özgül Tülay Eraltay. Türkiye: TRT.

Bowles, K., 2000. Soap opera: 'No end of story, ever'. *The Australian TV Book*, pp. 117-129.

Breaking Bad. 2008. [Film] Amerika Birleşik Devletleri: AMC.

Buchan, J., 2003. *Walter Benjamin meets Monsieur Hulot*, Londra: The Guardian.

Cox, J., 2003. *Frank and Anne Hummert's Radio Factory: The Programs and Personalities of Broadcasting's Most Prolific Producers*. s.l.:McFarland Publishing.

Çocuklar Duymasın. 2002. [Film] Yöneten Bora Tekay, Günay Köker Raşit Çelikezer. Türkiye: Made in Turkey.

Elam, K., 1980. *The Semiotics of Theatre and Drama*. Londra & New York: Methuen.

Ezel. 2009. [Film] Yöneten Uluç Bayraktar. Türkiye: Ay Yapım.

Ferhunde Hanımlar. 1993. [Film] Yöneten Murat Karahüseyinoğlu, Gülsen Erişti, Altan Yücel Tülay Eraltay. Türkiye: TRT İç Yapım, Ankara ODA Yapım.

Fulton, H., 2005. Introduction: Power of Narrative. %1 içinde *Narrative and Media*. New York: Cambridge University Press, p. 3.

- Gümüş. 2005. [Film] Yöneten Kemal Uzun Tarık Alpagut. Türkiye: AY Yapım.
- HarperCollins Publishers, 2013. *Collins English Dictionary - Complete & Unabridged (10th ed.)*. 10. dü. s.l.:HarperCollins Publishers.
- Harris Interactive, 2010. *Jordan Media Survey*, Jordan: Harris Interactive.
- İSMMMÖ, 2008. *Dizi Ekonomisi*, İstanbul: İSMMMÖ.
- İSMMMÖ, 2010. *Dizi Ekonomisi 2010*, İstanbul: İSMMMÖ.
- ITVF, 2014. *ITVF 2014 Fuarı Kültür Bakanı Ömer Çelik'in Konuşması*. İstanbul: ITVF.
- ITVF, 2014. *Kültür Endüstrisi Forumu*. İstanbul: ITVF.
- ITVF, 2014. *RTÜK Başkanı Prof. Dr. Davut Dursun'un Açılış Konuşması*. İstanbul: ITVF.
- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, 2013. www.kdk.gov.tr. [Çevrimiçi]
Available at: <http://www.kdk.gov.tr/haber/turkiyenin-dizi-film-ihracati-150-milyon-dolari-asti/362>
[%1 tarihinde erişilmiştir22 şubat 2014].
- Karahan, Ö., 2012. *Sabah.com.tr*. [Çevrimiçi]
Available at: <http://www.sabah.com.tr/Gunaydin/Magazin/2012/09/07/unlu-bir-oyuncu-olmayi-kim-istememez-ki>
[%1 tarihinde erişilmiştir20 Kasım 2013].
- Kaşı, A. Ö., 2013. [Çevrimiçi]
Available at: <http://www.haberturk.com/polemik/haber/811035-dizi-sektoru-batiyor-mu>
[%1 tarihinde erişilmiştir13 Kasım 2013].
- Kaşı, A. Ö., 2013. *Habertürk.com.tr*. [Çevrimiçi]
Available at: <http://www.haberturk.com/polemik/haber/811035-dizi-sektoru-batiyor-mu>
[%1 tarihinde erişilmiştir13 Kasım 2013].
- Lizaur, B. D., 2002. *La telenovela en Mexico 1958-2002*. s.l.:Univ. Nal. Autónoma de México.
- Lopez, A., 1995. *To Be Conitiniued*. s.l.:Psychology Press.
- Lost*. 2004. [Film] Yöneten Damon Lindelof, Jeffrey Lieber J.J. Abrams. ABD: ABC.
- Mad Men*. 2007. [Film] Amerşka Birleşik Devletleri: AMC.
- McVay, J., 2013. *Pact*. [Çevrimiçi]
Available at: <http://www.pact.co.uk/about-us/news/uk-television-exports-exceed-12bn/>
[%1 tarihinde erişilmiştir25 Mayıs 2014].
- Mensur Akgün, S. S. G., 2012. *Ortadoğu'da Tükiye Algısı*, İstanbul: Tesev.
- Muhteşem Yüzyıl*. 2011. [Film] Yöneten Yağmur Taylan - Durul Taylan. Türkiye: Tims Productions.

Orwell, G., 1949. 1984. Londra: s.n.

Öyle Bir Geçer Zaman Ki. 2010. [Film] Yöneten Zeynep Günay - Yaratıcı: Çoşkun Irmak. Türkiye: D Productions.

RTÜK, 2013. *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3*, İstanbul: RTÜK.

RTÜK, 2013. *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-3*, İstanbul: RTÜK.

Sabah Gazetesi, 2013. *Sabah.com.tr*. [Çevrimiçi]

Available at: <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2013/07/06/ekonomiye-dizi-bereketi> [%1 tarihinde erişilmiştir12 Kasım 2013].

Saida online, 2011. *saidaonline.com*. [Çevrimiçi]

Available at: <http://www.saidaonline.com/en/news.php?go=fullnews&newsid=28099> [%1 tarihinde erişilmiştir25 Ocak 2014].

SAYFO, O. A., 2012. *nytimes.com*. [Çevrimiçi]

Available at: http://www.nytimes.com/2012/08/17/opinion/in-syria-the-soap-opera-is-a-casualty-of-war.html?_r=1& [%1 tarihinde erişilmiştir12 Ocak 2014].

Slave Isahura. 1975. [Film] Brezilya: s.n.

Son. 2012. [Film] Yöneten Uluç Bayraktar. Türkiye: Ay Yapım.

Tatlı Hayat. 2001. [Film] Yöneten Bora Tekay. Türkiye: Med Yapım.

The wednesday Play. 1964. [Film] Yöneten Sydney Newman. İngiltere: BBC.

The Wire. 2002. [Film] Yöneten David Simon. Amerika Birleşik Devletleri: HBO.

Tunalı, A. Ç. İ., 1987. *Poetika*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Wagget, 1997. *Soap Opera Encyclopedia*. Los Angeles: Nielsen.

WAXMAN, S., 2003. *nytimes.com*. [Çevrimiçi]

Available at: <http://www.nytimes.com/2003/11/23/weekinreview/ideas-trends-ramadan-nights-traditions-old-fasting-and-new-soap-operas.html> [%1 tarihinde erişilmiştir5 Ocak 2014].

Williams, N., 2013. *bbc.com*. [Çevrimiçi]

Available at: <http://www.bbc.com/news/magazine-22282563> [%1 tarihinde erişilmiştir8 Şubat 2014].

Yanardağoğlu, E., 2013. *The fever that hit Arab Satellite television: Audience perceptions of Turkish TV Series*. İstanbul, s.n.

Yaprak Dökümü. 2006. [Film] Türkiye: Ay Yapım.

Z-Cars. 1962. [Film] Yöneten Sydney Newman. İngiltere: BBC.

