



TELEVİZYON DİZİLERİNİN ORTADOĞU'DA İNŞA ETTİĞİ TÜRKİYE İMAJI: AFGANİSTAN ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

The Image of Turkey Constructed by Television Series in the Middle East: A
Field Study on Afghanistan

Hülya ÖZKAN RIGIDERAKHSHAN*

ÖZ

Kültürel etkileşim ve uluslararası düzeyde ulusal algının inşa edilmesinde kitle iletişim araçları önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, Ortadoğu ülkelerinde popüler hale gelen Türk televizyon dizilerinin inşa ettiği Türkiye algısı ve söz konusu dizilerin izlenme nedenleri araştırılmıştır. Ortadoğu ülkelerinden örneklem olarak seçilen Afganistan'dan izleyicilere dizilerin oluşturduğu kültürel etkileşimi ortaya koymak ve dizilerin inşa ettiği Türkiye algısını/imağını açığa çıkarmaya yönelik sorular yöneltilmiştir. İzleyici görüşlerinin niteliksel veriler elde etmek amacıyla yarı yapılandırılmış mülakat soruları aracılığı ile tespit edilmesi amaçlanmıştır. İzleyicilerin Türk televizyon dizilerini izleme alışkanlıkları, dizilerin izleyicileri nasıl, neden ve ne yönde etkilediği çözümlenmeye çalışılmıştır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı temel alınarak yapılan bu çalışmada, televizyon dizilerini izleyen 18 yaşından büyük Afganistanlı 22 katılımcı ile yüz yüze ve online görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca özellikle son 10 yıldır giderek artan bir izlenme oranına sahip olan televizyon dizilerinin potansiyel bir yumuşak güç stratejisi oluşturmadaki rolüne odaklanılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler televizyon dizilerinin Afganistanlı izleyiciler nezdinde diğer Ortadoğu ülkelerinden farklı bir Türkiye imajı inşa ettiğini ortaya koymaktadır. Osmanlı ve Selçuklu tarihini konu alan dizilere dair olumlu görüş bildirilirken; aşk, romantik komedi, dram dizilerinde yer verilen aile yapıları, kadın-erkek ilişkilerine yönelik ise olumsuz bir yaklaşım sergilendiği saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Türk televizyon dizileri, Ortadoğu'da Türkiye imajı, Afganistan Türkiye ilişkileri, diziler, yumuşak güç.

ABSTRACT

Mass media play a critical role in cultural interaction and building national perception at the international level. In this study, the perception of Turkey built by the Turkish television series that has become popular in the Middle East countries and

* Dr. Öğr. Üyesi. Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü, Ankara/Türkiye. E-posta: hulya.ozkan@asbu.edu.tr. ORCID: 0000-0003-4827-664X.

the reasons for watching the said series has been investigated. Selected as a sample from the Middle East countries; Questions were asked to the viewers from Afghanistan to reveal the cultural interaction created by the TV series and to reveal the perception/image of Turkey built by the TV series. It is aimed to determine the views of the audience through semi-structured interview questions in order to obtain qualitative data. It has been tried to analyze the watching habits of the Turkish television series, how, why, and in what way the TV series affect the audience. In this research, based on the uses and gratifications approach, face-to-face and online interviews were conducted with 22 Afghan participants over the age of 18 who watch television series. In addition, the role of Turkish television series, which has been increasing in popularity for the last 10 years, in creating a potential soft power strategy has been focused on. The data obtained from the interviews reveal that the television series has built a different image of Turkey for the Afghan audience than other Middle Eastern countries. While positive opinions were expressed about the TV series about Ottoman and Seljuk history; It has been determined that there is a negative approach towards family structures and woman-man relationships in love, romantic comedy, and drama series.

Keywords: Turkish TV series, image of Turkey in the Middle East, Afghanistan Turkey relations, TV series, soft power.

Giriş

Türk televizyon dizileri özellikle son on yıldır Ortadoğu ülkelerinde yoğun olarak izlenen dizilerin başında gelmektedir. Diziler Türkiye'nin bölgede sosyokültürel olarak tanınmasında, ülkeyi ziyaret eden turist sayısının artmasında, bölge halklarıyla tarihi bir bağın oluşturulmasında etkili olmuştur. Bu çalışmada Türk televizyon dizilerinin Ortadoğu ülkelerindeki izleyici kitle tarafından neden izlendiği ve dizilerin inşa ettiği Türkiye imajı üzerinde durulmuştur. Türkiye ile Afganistan arasındaki tarihsel, dini ve kültürel yakınlık iki ülke arasındaki ortak paydayı oluşturmakla birlikte; Türkiye yerli televizyon dizilerinin Afganistan'da takip edilmesine zemin hazırlayan unsurların başında geldiği düşünülmektedir. Yapılan araştırmalarda elde edilen veriler de Türk televizyon dizilerinin Afganistan halkı tarafından sıklıkla izlenen diziler olduğunu ortaya koymuştur.

Afganistan televizyon kanalları incelendiğinde yer verilen dizilerin büyük bir çoğunluğunu yabancı dizilerin oluşturduğu ve Afganistan yerli dizilerinin az sayıda yayınlandığı görülmektedir. İnternetin yoğun olarak kullanılmaya başlanmasıyla birlikte ise televizyon dizilerinin diğer dijital platformlar aracılığı ile takip edilmeye başlandığı anlaşılmaktadır. Yabancı televizyon dizileri sıklıkla izlenmekle birlikte, dizi seçiminde Afganistanlı izleyicilerle-

rin belli hassasiyetler taşıdıkları bilinmektedir. Bu yönüyle kendi kültürel ve dini değerlerine uygun, aile yapısına zarar vermeyecek içerikleri tercih eden Afganistanlı izleyiciler açısından Türkiye yerli dizilerinin oluşturduğu etkinin incelenmesi önem taşımaktadır. Türkiye yerli dizilerinin Ortadoğu ülkelerinde izleyici kitlenin izleme motivasyonlarının başında; dizilerde sunulan birbirinden farklı hayat tarzları, aşk ve romantik hikayeler, sunulan kahraman imgeleri, kadının temsili ve özgürlüğü, oyuncuların yakışıklı ya da güzel olmaları, ortak gelenekler ve inançlar, çekici mekanlar, dizilerin teknik formatı ve kalitesi gibi faktörler gelmektedir.

Bu araştırmanın amacı Afganistan'da Türk televizyon dizilerini izleyenlerin izleme motivasyonlarını tespit etmek ve bu dizilerin Afganistanlıların zihninde inşa ettiği Türkiye imajını saptamaktır. İzleyici görüşleri yarı yapılandırılmış mülakat soruları aracılığı ile tespit edilmeye çalışılmıştır. İzleyicilerin Türk televizyon dizilerini izleme alışkanlıkları, dizilerin izleyicileri nasıl, neden ve ne yönde etkilediği çözümlenmiştir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı temel alınarak yapılan bu araştırma kapsamında Türk televizyon dizilerini izleyen 18 yaşından büyük Afganistanlı 22 katılımcı ile yüz yüze ve online görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Türk televizyon dizilerinin potansiyel bir yumuşak güç stratejisi oluşturmadaki rolüne ve dizilerin inşa ettiği Türkiye algısına odaklanılmıştır. Çalışma için etik kurul belgesi, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları ve Bilimsel Yayın Etik Kurulu tarafından verilmiştir (Tarih: 03.08.2021, Karar No: 14022).

Ortadoğu Ülkelerinin Türk Televizyon Dizilerine Yaklaşımı

Türk televizyon dizilerine ilgi Ortadoğu ülkeleri başta olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde artarak devam etmektedir. Özellikle komşu ülkeler başta olmak üzere izleyiciler üzerinde bıraktığı etki itibarıyla “yumuşak güç” stratejisi olarak değerlendirilen diziler, medya araştırmacıları kadar uluslararası ilişkiler araştırmacılarının da ilgi odağı olmuştur. Yumuşak gücün etkisine dikkat çeken Nye'e göre yumuşak güç, ideolojik ve kültürel araçlar vasıtasıyla bir gündem oluşturup ekonomik ve askeri gücün aksine son derece uysal bir biçimde etkilemek istenilen tarafı cezbetme yetisine sahiptir (Nye, 2002: 6-7). Türkiye özellikle son 10 yıldır giderek artan bir biçimde kültürel girişimler, insani yardım, arabuluculuk faaliyetleri gibi çeşitli alanlarda çok yönlü kamu diplomasisi stratejilerine başvurarak küresel pazarda aktif bir güç olmaya başlamıştır (Çevik, 2014: 100). Türkiye bölgedeki tarihsel hinterlandına yeni bir dalgayla “yumuşak güç” olarak diziler aracılığıyla kültürel ve tarihsel hafızayı gündeme getirerek nüfuz etmeyi amaçlamakta-

dır (Deniz, 2010: 52). Bu etki ilk dönemlerde özel kanalların kendi yapımları olan diziler aracılığı ile gündeme gelmiş olup kamu diplomasisi hususunda planlanan bir strateji olmasa da son yıllarda TRT'nin Osmanlı ve Selçuklu tarihine ilişkin ekrana taşıdığı diziler önemli birer yumuşak güç unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ortadoğu ülkelerinde yapılan araştırmalara göre, bölge ülkelerde yaşayan insanların %74 en az bir defa bir Türk dizisini izlemiştir. Araştırma sonuçlarına göre bölge halklarının zihninde Türkiye'nin olumlu bir imaja sahip olduğu ve bu algının olumlu yönde artış gösterdiği saptanmıştır (Benli Altunışık, 2010: 11). Araştırma sonuçlarından da anlaşılacağı üzere Türk televizyon dizileri yalnızca ekonomik gelir açısından değil, aynı zamanda yayınladıkları ülkelerde Türkiye'nin tarihsel ve kültürel olarak da tanıtılmasına katkı sunmaktadır. Bu tanıtım başarılı bir biçimde yapıldığı takdirde ise Türkiye'ye dair olumlu yaklaşımın bir sonucu olarak ülkeye hem yatırım hem de turist çekilebilmektedir (Kuyucu, 2014: 111). Türkiye'nin bölge ülkeleri ile ilişkileri değiştikçe hükümetlerin Türkiye'nin diziler aracılığı ile yükselen yumuşak gücüne karşı tutumu da değişkenlik göstermiştir. Örneğin Mısır'ın eski Cumhurbaşkanı Muhammed Mursi ve hükümetinin darbe ile devrilmesi olayında Türkiye'nin darbe karşıtı bit tutum sergilemesi nedeniyle Türk televizyon dizilerinin Mısır'da yayınlanması yasaklanmıştır. Alhayat ve Alnahar gibi Mısır'ın önde gelen televizyon kanalları 2013 yılında Türk televizyon dizilerinin yayınını durdurmuştur. Suudi Arabistan ile ilişkilerin bozulmaya başlamasıyla Türk televizyon dizileri, Suudi kanallarından da kaldırılmıştır (URL-1). Ortadoğu ülkelerinde Türk televizyon dizilerinin diğer ülke dizilerine kıyasla daha fazla ilgi görüyor olmasının başlıca nedenleri bölge ülkeleri ile Türkiye'nin tarihsel bir bağa sahip olmaları, Türkiye ile kültürel, dinsel ve coğrafi bir yakınlık taşımalarıdır. Dizilerdeki doğu batı kültürünün sentezi de izleyici kitle açısından ilgi çekici kılmaktadır.

Kullanımlar ve Doymalar Kuramı

Medyanın insanlar üzerindeki etkilerini kitle iletişim aracını merkeze alarak inceleyen etki araştırmaları; hipodermik iğne, 2. Dünya Savaşı'ndaki propaganda araştırmaları, kısa vadeli etki araştırmaları gibi erken medya çalışmaları iletişim sürecini açıklama hususunda yetersiz kalmıştır. Medya etkilerini incelemek ve daha karmaşık bir sürecin sonucu olarak anlayabilmek noktasında "kullanımlar ve doymalar" (gereksinimler ve doymalar) yaklaşımı alternatif bir bakış açısı sunmuştur (Papacharissi, 2009). Böylelikle sürecin anlamlandırılması için izler kitleyi aktif olarak ele alan ve değerlendiren "kullanımlar ve doymalar yaklaşımı" öne çıkmıştır (Yumlu, 1994:

104-105). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının kökenleri Laswell'in "kim, hangi medya, nasıl ve hangi etkiyle" modelinde takip edilebilmektedir (Papakharissi, 2009: 137). Ancak literatürdeki yerini alması 1974'te Blumler ve Katz'ın "The Uses of Mass Communication" [Kitle İletişim Kullanımı] başlıklı makalelerinin yayınlanmasıyla mümkün olmuştur. İnsanın içinde bulunduğu psikolojik ve sosyal şartlarla ilintili olarak bir mesaja ihtiyacı olmadıkça en güçlü mesajın bile insanı etkileyemeyeceğini ifade eden Katz, kullanımlar yaklaşımı için şu açıklamayı yapmıştır: "Kullanımlar yaklaşımı, insanların değerleri, çıkarları, ilişkileri ve toplumsal rollerinin baskın olduğunu ve insanların gördükleri ve duyduklarını kendi çıkarlarına göre seçici olarak biçimlendirildiğini varsaymaktadır" (Katz, 1959'dan akt. Itani, 2018: 70).

Kitle iletişim aracının işlevi ve izler kitlenin iletişim sürecindeki etkinliğine yeni bir perspektif sunan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile birlikte kitle iletişim aracının hedef kitleye ne yaptığının yerine hedef kitlenin iletişim aracını nasıl kullandığı, hangi amaçla kullandığı sorusuna odaklanılmıştır (Gökçe, 1993: 108). Teknolojiyi kendi kendine kullanma arzusu gibi ön görülemeyen etkiler de söz konusu olmuştur. Ticari ya da otoriter amaçlar güden ve bunlarla sınırlı kalan bir teknolojinin uzun süreli kullanımıyla birlikte yeterince insanın, birbirinden oldukça farklı niyet ve kullanımları göz önünde bulundurup bulundurmadığı üzerinde dikkatle durulmaktadır. Bu, belirli bir teknoloji kavramının yanı sıra, bir teknolojik determinizmin daha sıradan kavramına verilen kritik cevaptır. Bu yeni kullanımlar, bu zamana kadar onu tanımlanmış olan kullanım ve amaçlar gibi teknolojiye uygundur (Temina, 2019: 36-37). Televizyonun izlenme nedenlerine cevap arayan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı medya kullanıcılarına odaklanıp, iletişim sürecinde izleyicileri pasif olarak konumlandırmayan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre iletişim sürecinin aktif bir katılımcısı olan izleyici, kendi amaç ve çıkarları doğrultusunda medya seçimlerini yapmaktadır. İzler kitle, medyayı çeşitli gereksinimlerini karşılamak için aktif bir biçimde kullanır (Lull, 2001: 127).

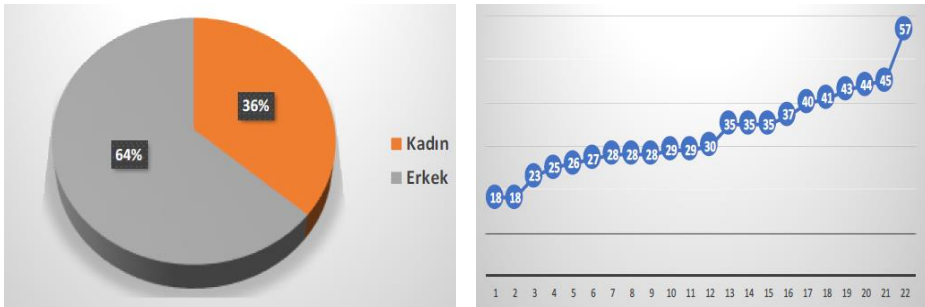
İnsanların sosyal ve bireysel ihtiyaçlarına dikkat çeken kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre, insanlar bu ihtiyaçlarını karşılayabilmek için söz konusu ihtiyaçlara erişemedikleri durumda bu ihtiyaçları alternatifleri, başka türevleri ile giderme yolunu seçmektedirler. Bu durum doyum arama aşamasında farklı güdüler oluşturur ve böylelikle iletişim araçları farklı nedenlerle kullanılmaya başlanır (Rosengren, 1974: 270). İzler kitlenin iletişim aracındaki deneyimi ile elde ettiği doyum "elde edilen doyum" şeklinde ifade edilirken, medya izleyicisinin iletişim aracını kullanmadan önce araçtan

elde etmeyi umduğu doyum ise “aranan doyum” olarak tanımlanmıştır (Quan-Haase & Young, 2010: 351). Bu yaklaşım en temelde kitle iletişim aracını kullanmadan önce aranan doyum ile kitle iletişim aracına maruz kaldıktan sonra elde edilen doyum arasındaki farklılıklara dayanır (Heath & Bryant, 2000: 363).

Yapısal işlevselci paradigmadan filizlenen kullanımlar ve doyumlar kuramına göre, medya bilgi ve etkinin olduğu kadar, eğlence ve oyalamanın da aktörü olmuştur. Hatta sosyal izolasyona maruz kalan bireylerin medyayı (televizyonu), yalnızlık duygularını ve sosyal yoksunluklarını saptırmak veya başka yönlelere çekmek için kullandıkları öne sürülmüştür. Söz konusu durumda bireyler, en sevdikleri televizyon programlarından ve filmlerinden seçtikleri karakterlerle parasosyal olarak da adlandırılan sahte bir ilişki yaratmaktadırlar (Temina, 2019: 36). Özetle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre, izler kitleyi oluşturan bireylerin her birinin medya kullanımı farklılık gösterse de bazı motivasyonları tanımlanabilir, izleyici medyayı kendi istek ve ihtiyaçları doğrultusunda aktif olarak kullanır ve izleyiciler kendi amaçlarının farkında olarak duygu ve düşüncelerini bu doğrultuda ifade edip, kitle iletişim araçlarını da aynı amaç doğrultusunda kullanırlar (Williams, 2003’ten akt. Yavuz, 2019: 62).

Afganistan’da Türk Televizyon Dizilerinin İzlenme Motivasyonlarının İncelenmesi

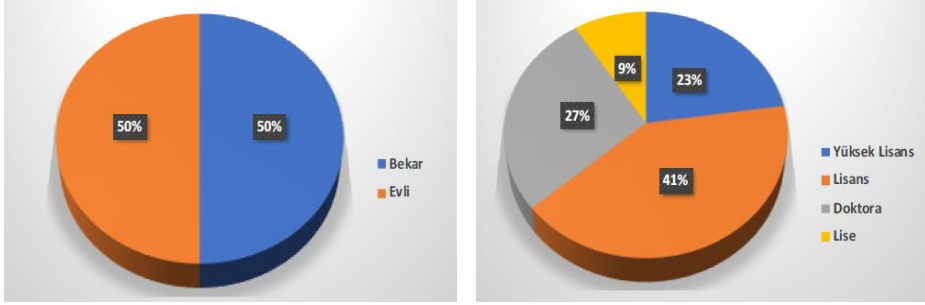
Araştırma kapsamında yüz yüze ve online görüşmeler gerçekleştirilen Türk televizyon dizilerini izleyen Afganistanlı izleyicilere dair demografik bilgiler aşağıdaki gibidir:



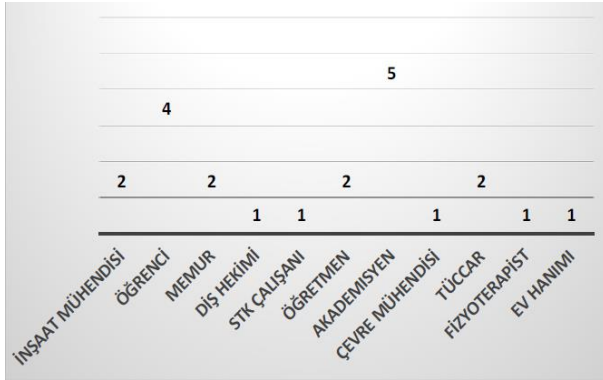
Grafik 1-2. Cinsiyet Dağılımı, Yaş Dağılımı

Görüşme gerçekleştirilen izleyicilerin %64’ünü erkek izleyiciler, %36’sını ise kadın izleyiciler oluşturmuştur. Görüşme gerçekleştirilen izleyiciler 18-57 yaş aralığındadırlar. Katılımcıların yaş dağılımı Grafik 2’de gösterilmiştir. Katılımcıların %50’sinin medeni durumu bekar iken, %50’sinin ise evlidir.

Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların %41'i lisans mezunu, %27'si doktora mezunu, %23 yüksek lisans mezunu ve %9'u ise lise mezunu olduğu bilgisini paylaşmıştır. Katılımcıların 2'si inşaat mühendisi, 4'ü öğrenci, 2'si memur, 1'i diş hekimi, 1'i sivil toplum kuruluşu çalışanı, 2'si öğretmen, 5'i akademisyen, 1'i çevre mühendisi, 2'si tüccar, 1'i fizyoterapist ve 1'i ise ev hanımı olduğu bilgisini paylaşmıştır.

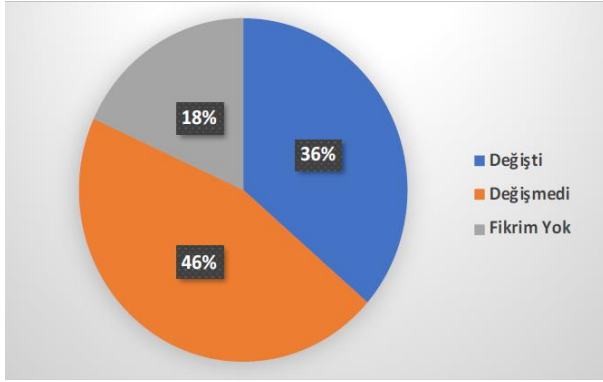


Grafik 3-4. Medeni Hal, Eğitim Durumu



Grafik 5. Katılımcıların Meslekleri

Katılımcıların Türkiye’de bulunma durumlarıyla ilgili olarak “Daha önce Türkiye’de bulundunuz mu?” sorusuna katılımcıların %82’si “Evet”, %18’i ise “Hayır” yanıtını vermiştir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların %82’si Türkiye’yi eğitim, iş, turistik gezi vb. nedenlerle ziyaret etmiş, %18’i ise Türkiye’yi yalnızca medyadaki temsiller aracılığı ile tanıdıklarını belirtmişlerdir. “Türkiye’ye gitmeden önceki görüşleriniz ile gittikten sonraki görüşleriniz arasında bir değişiklik oldu mu?” sorusunda katılımcıların %46’sı görüşlerinin değişmediğini, %36’sının ise görüşlerinin değiştiğini belirtmişlerdir. “Fikrim yok” yanıtını verenler ise henüz Türkiye’yi ziyaret etmemiş olan katılımcılardır.



Grafik 6. İzleyicilerin Türkiye'yi Ziyaret Ettikten Sonra Türkiye'ye Karşı Görüşlerinde Değişiklik Durumu

“Değişti” şeklinde cevap verenlerin gerekçelerinin başında Türkiye'deki sosyoekonomik yapıyı dizilerin farklı bir biçimde yansıtması gelmektedir. Katılımcıların bir kısmının görüşleri olumlu yönde değişirken, bir kısmının görüşleri ise olumsuz yönde değişmiştir. Türkiye'yi ziyaret ettikten sonra görüşleri olumlu yönde değişen katılımcılardan KK-1'in ifadeleri şu şekildedir: “Gelmeden önce Türkiye'yi hiç bilmiyordum açıkçası. Ama gelince Türkiye'nin misafirperver olduğunu gördüm. Yabancıları seviyorlar genelde. Ben burada lisans ve yüksek lisan okuduğum için ikinci ülkem gibi geliyor bana.” KK-13 ise, “Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonraki süreçte fikirlerimde olumlu yönde çok farklılık oluştu. Bir ülkeyi dışardan tanımak ve o ülkeye gelip insanlar ile muhatap olup şehirleri gezerek, kültürünü ve değerlerini yakından tanımak çok farklı.” şeklinde görüş bildirmiştir.

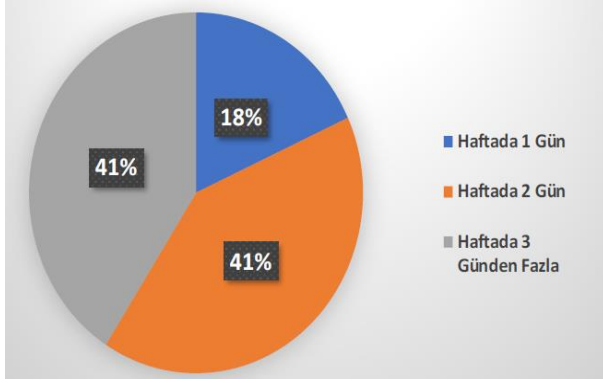
Genellikle Türkiye'nin dizilerde yer alan mekânlar nedeniyle refah düzeyi yüksek bir ülke olduğu algısı hâkimken, bir katılımcı ise Türkiye'yi ilk olarak haber kanallarında gösterilen haberlerdeki görüntülerle tanıdığını ve bu görüntüler nedeniyle Türkiye'de yaşam şartlarının iyi olmadığı yönünde bir algıya sahip olduğunu belirtmiştir. KK-7, görüşlerindeki değişikliği, “Türkiye gelmeden önceki bakış açım Türkiye'deki şartların bu kadar iyi olmadığı yönündeydi. Genelde haberlerde Doğu'yu görüyordum ve Türkiye'nin sadece öyle yerlerden ibaret olduğunu sanıyordum. Ama gelip gördükten sonra çok daha farklı olduğunu fark ettim. Refah seviyesi daha iyiymiş aslında onu gördüm.” şeklindeki sözlerle ifade etmiştir.

Bir diğer dikkat çekici değerlendirme ise Türkiye toplumunun yaşam biçimi ve din-toplum ilişkisine dairdir. Türkiye'ye gelmeden önce dizilerdeki toplumsal yapının genel olarak “dinden uzak” bir toplum olduğunu ve bu görüşlerinin Türkiye'ye geldikten sonra değiştiğini kaynak kişi şöyle açıkla-

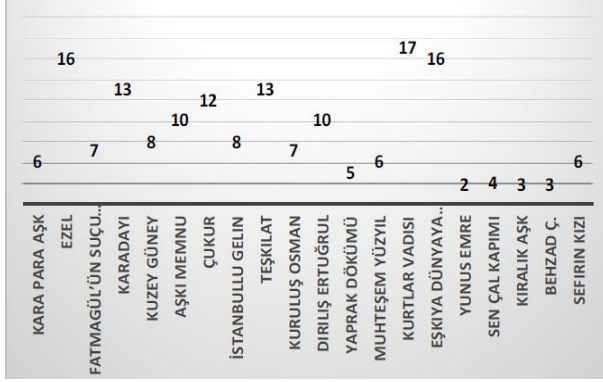
mıştır: “Türkiye’ye gelmeden önce hem dindar hem dinden uzak olan iki farklı kesimden insanların yaşadığını az çok biliyordum fakat Türkiye’ye gelince bunu çok yakından gördüm ve bunun çok ciddi oranda dizilerdekinden farklı olduğunu gördüm.” (KK-8). Dizilerin yansıttığı din-toplum ilişkisine dair görüş bildiren bir diğer katılımcı ise, “Türkiye’ye gitmeden önce İslam’ın sadece Afganistan’da gördüklerim kadarıyla yaşandığını sanıyordum ama Türkiye’ye gittikten sonra anladım ki İslam Afganistan’da yaşanandan çok farklı şekillerde yaşanabiliyor” (KK-9) şeklinde değerlendirmede bulunmuştur.

Türkiye’yi gördükten sonra Türkiye’ye karşı görüşlerim “değişmedi” şeklinde görüş bildirenlerin gerekçelerinin başında ise Türkiye’ye dair okumalar yapmış olmaları ve daha önce Türkiye’nin yalnızca dizilerde gösterildiği gibi bir ülke olmadığını yakın çevrelerinden duymuş olmalarıdır. Kaynak kişi, Türkiye’yi ziyaret ettikten sonra görüşlerinin değişmediğini, “Aslında Türkiye’ye gitmeden önce Türkiye’ye dair çok araştırma yapmıştım ve muhtelif bölgelerine dair bir fikre sahiptim. Herhangi bir önyargı ile gitmedim yani. Tarihini, coğrafyasını, sosyolojisini okumuştum Türkiye’nin. Gittiğimde de pek şaşırmadım.” (KK-14) şeklindeki sözlerle, bir diğer kaynak kişi ise “Fikirlerim pek de değişmedi. Dizilerde bir kısmını görmüştüm. Ne gördüysem zihnimde oluşan neyse karşılaştığım da o oldu.” (KK-16) şeklinde ifade etmiştir.

Dizilerin izlenme sıklığı bağlamında “Türk televizyon dizilerini hangi sıklıkla izliyorsunuz?” sorusuna katılımcıların %82’si haftada iki günün ve üzerinde bir sıklıkla Türk televizyon dizilerini izlediklerini belirtmişlerdir. %18’lik bir kesim haftada bir gün Türk televizyon dizilerini izlerken, bu oranın çalışma şartlarının değişmesi ve dizi izlemek için yeterli zaman bulamamaları nedeniyle geçmişe kıyasla düşüş gösterdiğini belirtmişlerdir. Katılımcıların %64’ü Türk televizyon dizilerini televizyondan (çanak antenler vasıtasıyla) izlediklerini belirtirken, %36’lık bir kesim ise dizileri internet aracılığı ile izlediklerini söylemişlerdir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (17 katılımcı) *Kurtlar Vadisi*, (16 katılımcı) *Ezel*, (16 katılımcı) *Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz*, (13 katılımcı) *Karadayı*, (13 katılımcı) *Teşkilat* ve (12 katılımcı) *Çukur* dizilerini izlediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca *Diriliş Ertuğrul*, *Aşk Memnu*, *Kara Para Aşk*, *Fatmagül’ün Suçu Ne*, *Kuzey Güney*, *İstanbul Gelin*, *Kuruluş Osman*, *Yaprak Dökümü*, *Muhteşem Yüzyıl*, *Yunus Emre*, *Sen Çal Kapımı*, *Kiralık Aşk*, *Sefirin Kızı* ve *Behzad Ç.* de en fazla izlenen diziler arasında sıralanmıştır.



Grafik 7. Türk Televizyon Dizilerinin İzleme Sıklığı



Grafik 8. En Fazla İzlenen Diziler

Kurtlar Vadisi, *Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz*, *Karadayı*, *Teşkilat*, *Çukur*, *Diriliş Ertuğrul*, *Kuruluş Osman* gibi dizileri daha çok erkek katılımcılar/izleyiciler izlemeyi tercih ederken; *Aşkî Memnu*, *Kara Para Aşk*, *Fatmagül'ün Suçu Ne*, *Kuzey Güney*, *İstanbullu Gelin*, *Yaprak Dökümü*, *Muhteşem Yüzyıl*, *Sen Çal Kapımı*, *Kiralık Aşk* ve *Sefirin Kızı* gibi dizileri ise yoğun olarak kadın katılımcılar izlediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun izlediği dizilerin başında *Kurtlar Vadisi* dizisinin geldiği görülmektedir. Daha önce yapılan bir araştırmada özellikle *Kurtlar Vadisi* dizisinin Afgan halkı tarafından neden bu kadar ilgiyle takip edildiği sorusuna yanıt aranmış ve araştırmadan elde edilen veriler Afgan halkının içinde bulunduğu şiddet ve savaş ortamının ve ülkeyi bu durumdan kurtaracak bir kahramana ihtiyaç duymalarının diziyeye olan ilgiyi arttırdığını göstermiştir. Aydos, bu durumu şu şekilde açıklamıştır:

Günümüzde de bu durumun değişmemiş olması Polat Alemdar ve arkadaşlarının masalsi, olağanüstü unsurlar taşıyan mücadelesinin kendileri için örnek ve umut teşkil etmesine neden olmuştur.

Modern anlatılarda kullanılan sözlü kültür ürünlerinin kod ve yapıları, kabile toplumlarında olduğu gibi günümüz dünyasında da halkın içinde bulunduğu koşulları anlamlandırması, zorluklara direnme ve tahammül etmesi noktasında işlev görmektedir (Aydos, 2019).

Afganistanlı izleyiciler benzer tutumu *Çukur* dizisi için de sergilemişlerdir. *Çukur* dizisinde dizideki karakterlerin özellikle uyuşturucu kullanımına karşı olması ve yoksullukla mücadele edilmesi, birlikte zorluklara direnme gibi faktörler Afganistanlı izleyiciler nezdinde dizi karakterleri ile duygusal bir bağ kurulmasına zemin hazırlamıştır. Kaynak kişilerden biri, *Çukur* dizisini izleme nedenini şöyle açıklamıştır: “*Çukur*’u güçsüzlere yardımın ön plana çıkarıldığı bir dizi olduğu için severek izliyorum. *Çukur*’da para toplamıyor kahraman, insan topluyor çevresine. Gençlere uyuşturucu gibi şeyler satmayan karakterlere yer verdiği için de *Çukur* dizisi hoşuma gidiyor.” (KK-20). Katılımcıların ifadelerinden de görüldüğü üzere televizyon ve diziler aracılığı ile medya sahip olduğu merkezi rol ile sürekli olarak yeni mitler, kahramanlar üretmektedir. *Çukur* dizisi hem Afganistan’da hem de İran’ın Afganistan sınırına yakın pek çok bölgesinde geniş bir kitle tarafından izlenmekte ve dizi izleyici kitle üzerinde oldukça etkili olmaktadır. Hatta birçok mekân ismi *Çukur* olarak değiştirilmiştir. Görsel 1 ve Görsel 2’de yer verildiği üzere Zahedan’da (İran-Afganistan sınırında bir şehir) *Çukur* adı çeşitli mekânların ismi olarak kullanılmaya başlanmıştır.



Görsel 1-2. *Çukur* Dizisinin İsmi Verildiği Bir Dükkân ve Kafe-Lokanta (Zahedan, 27 Haziran 2021, 2 Ağustos 2021, Yazar Arşivi)

Grafik 8’deki veriler Afganistanlı izleyiciler arasında dizi izleme hususunda cinsiyet faktörünün izlenen dizilerin türü açısından son derece belirleyici olduğunun göstermektedir. Erkek katılımcılar daha çok tarihi dizileri ve mafya dizilerini izlemeyi tercih ederken, kadın katılımcılar ise dram, aşk, romantik komedi türündeki dizileri izlemeyi tercih etmektedirler. Katılımcı-

lardan KK-3 ise dizi tercihlerinde oyuncuların etkili olduğunu şu ifadelerle dile getirmiştir “Dizileri izliyorum ve çok seviyorum. İlk başta *Kurtlar Vadisi Pusu* vardı onu izledim. Ezel’i izledim bilirsiniz Kenan İmirzalıoğlu oynuyordu. *Karadayı*’yı izledim. Yine Kenan İmirzalıoğlu oynuyordu. Bence çok iyi bir oyuncu.”

Türk Televizyon Dizilerinin İzlenme Nedenleri

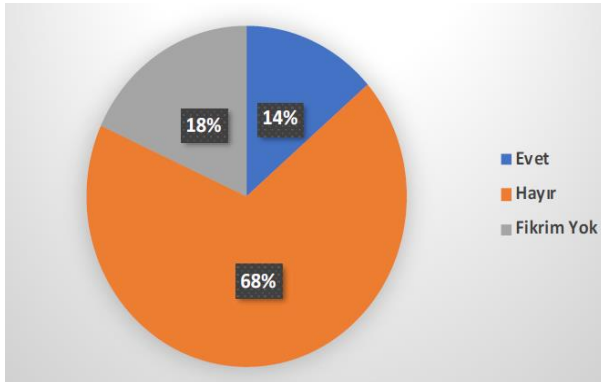
Katılımcıların Türk televizyon dizilerini izleme nedenlerinin başında “Türkçe öğrenmek”, “tarihi öğrenmek”, “dizilerin ilgi çekici olması”, “güzel vakit geçirmek”, “oyuncular” gibi faktörler gelmektedir. Türkiye’ye eğitim amaçlı gelen katılımcılar “Türkçe öğrenmek” için dizi izlemeyi tercih ederken, tarihi dizileri izlemeyi tercih eden katılımcılar ise bu dizileri “tarihi öğrenmek” için izlediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların dizi izleme nedenleri arasındaki farklılıkta cinsiyetin belirleyici bir faktör olduğu da anlaşılmaktadır. Erkek katılımcılar tarihi konu alan dizileri tarihi öğrenmek için izlemeyi tercih ederken, kadın katılımcılar ise dizileri güzel zaman geçirmek, dizilerdeki oyuncular ve dizileri ilgi çekici buldukları için izlediklerini ifade etmişlerdir. Tarihi dizilere ilgi duyan katılımcılar bu dizileri izleme nedenlerini şöyle açıklamışlardır: “Bu dizileri tarihi ilgim ve tarihi öğrenmek için izliyorum ve Türkçeyi unutmamak için de izliyorum tabi. Farklı bir kültürü, özellikle Osmanlı tarihini öğrenmek amacıyla izliyorum bu dizileri” (KK-13). “Aslında ilk geldiğim zamanlar (Türkiye’ye) Türkçe öğrenmek için komedi filmleri izledim, Kemal Sunal filmleri, *Hababam Sınıfı* gibi filmler izledim. Dizileri buradaki hayatın nasıl olduğunu öğrenmek için de izliyordum. Bazen de boş kalınca izliyordum ama daha çok Türkçe öğrenmek yerine hayatı öğrenmek için izliyordum” (KK-20). *Çukur* dizisini izleyen katılımcılardan biri *Çukur*’u izleme nedenini “*Çukur*’u güçsüzlere yardımın ön plana çıkarıldığı bir dizi olduğu için severek izliyorum. *Çukur*’da para toplamıyor kahraman, insan topluyor çevresine. Gençlere uyuşturucu gibi şeyler satmayan karakterlere yer verdiği için de *Çukur* dizisi hoşuma gidiyor.” (KK-3) sözleriyle açıklamıştır. Kadın katılımcıların dizi izleme nedenlerini dile getirdikleri ifadeler şu şekildedir: “Türk dizileri hoşuma gidiyor. Bu yüzden izliyorum. Senaryolar da hoşuma gidiyor” (KK-7). “Bir Türk arkadaşım tavsiye etmişti. Hem Türkçemi geliştiririm hem de güzel vakit geçirmek, eğlenmek düşüncesiyle izlerim” (KK-21).

Katılımcıların aktarımlarından da anlaşıldığı üzere izleyiciler dizileri olumsuz düşüncelerden bir tür kaçış alanı olarak görürken, ruh hallerini düzeltmek ve zaman geçirmek için de izlemektedirler. Dolayısıyla aranan doyumlar ile toplumsal olarak belirlenen bağımlılığın ortak noktada buluşması

aslında kitle iletişim araçlarının etkilerini üretmektedir (Ruggiero, 2000: 9). Aşağıda sıralanan izleyici ifadeleri de Katz ve Foulkes'in medyanın kullanımı hususunda aranan doyumu açıklamada yer verdikleri "kaçış" kavramsal-laştırmasına (Katz & Foulkes, 1962) örnek teşkil etmektedir: "Çok ilgi çekici hem kafam dağılıyor. Oyuncularını seviyorum, bu sebeple izliyorum" (KK-12). "Dizileri izlememin en önemli nedeni ilgi çekici olmaları. Hikâyeleri ilgi çekici oldu benim için. Bazen oyuncular... Hatta bazı dizileri sırf oyuncuları için izledim, mesela Kenan İmirzalıoğlu için" (KK-4). "Daha çok eğlenmek ve vakit geçirmek için izliyorum bu dizileri. Oyuncularını da seviyorum" (KK-16). Benzer şekilde yine izleyicilerin ifadelerinden anlaşıldığı üzere Wright'ın (1960) işaret ettiği gibi, izler kitle medyayı yerine getirmesi beklenen işlev için, örneğin eğlence (izleyiciye bir süreliğine de olsa sorunlarından kaçış imkânı verdiği ve eğlendirdiği için) işlevinden faydalanmak için dizileri izlemeyi tercih etmektedirler.

Diziler Türkiye'yi Yansıtıyor mu?

Dizilerin Türkiye'deki yaşamı gerçekte yansıtıp yansıtmadığı sorusuna katılımcıların %68'i dizilerin Türkiye'yi yansıtmadığı yönünde görüş bildirirken, %14'ü dizilerin Türkiye'yi yansıttığını ve %18'lik bir kesim ise bu hususta bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. "Fikrim yok" şeklinde görüş bildirenler Türkiye'yi henüz ziyaret etmemiş olan katılımcılardan oluşmaktadır.



Grafik 9. Diziler Türkiye'yi Yansıtıyor mu?

KK-2, dizilerin Türkiye'yi, Türkiye'deki yaşamı yansıtmadığını şu sözler ile ifade etmiştir: "Dizileri izlerken Türkiye'nin yaşamak için çok güzel bir yer olduğunu düşünüyordum. İyi iş imkânlarının olduğu bir yer sanıyordum. İnsanların yabancılara yardım ettiğini, destek olduğunu düşünürdüm. Misafir yabancılara saygı gösterdiklerini zannediyordum. Misafirperver olduklarını düşünüyordum. Oysa Türkiye'de bir iki yıl yaşamaya başladıktan sonra an-

ladım ki dizilerde gösterilenler ile hiçbir ilgisi yok.” Benzer görüşü KK-22 de “dizilerde yansıtılan ile gerçek hayatın, kültürün birbiriyle hiçbir ilgisi yok” sözleri ile desteklemiştir. Aynı şekilde KK-4 ise görüşlerini sözlerle dile getirmiştir: “Gerçek hayat ile dizilerde gösterilen birbirinden çok farklı. Dizilerdeki yaşam standardı çok farklı gösteriliyor. Oysa gerçekte yaşanan bambaşka bir dünya. Diziler üzerinden Türkiye’deki yaşama dair önyargıya sahip olanlar gerçeğe yüzleştiklerinde ciddi bir hayal kırıklığı yaşayacaklardır.”

Dizilerde Aktarılan Sosyokültürel ve Sosyoekonomik Yapı

Dizilerin Türkiye’ye dair izleyiciler nezdinde inşa ettiği sosyokültürel ve sosyoekonomik yapıyı tespit etmek için katılımcılara yöneltilen “Diziler Türkiye’deki sosyokültürel, sosyoekonomik yapıyı yansıtıyor mu?” şeklindeki soruya katılımcıların %80’i dizilerde yer verilen sosyokültürel ve sosyoekonomik yapının Türkiye’yi büyük oranda yansıtmadığını belirtmişlerdir. Dizilerdeki yaşam standartlarının Türkiye’yi yansıtmadığını ifade eden KK-5, “Sosyokültürel ve ekonomik yapı hususunda kesinlikle ülkenin içinde bulunduğu durumu yansıtmıyor diziler. Sanki Türkiye’de herkes holding sahibi ve son model araçlara biniyormuş gibi algı oluşturuluyor. Gerçekçi değil yani, bunu söylemeliyim.” değerlendirmesinde bulunmuştur. Benzer görüşü KK-9 şu sözler ile ifade etmiştir: “Dizilerde gösterilen sosyoekonomik durumun Türkiye gerçeği ile hiçbir ilgisi yok. Çok yüksek gelirlili insanların yaşadığı bir ülke gibi gösteriliyor fakat bu insanların sayısı çok çok az. Türkiye’nin gerçeğini göremezsiniz bu dizilerde.” “Türk dizilerinde gördüğüm hayatla gerçekteki Türkiye’de yaşananlar arasında hiçbir ilgi yok.” diyen KK-12, “Dizilerde her şey dört dörtlük, çok güzel hayatlar yaşanıyor gibi gösteriliyor fakat gerçekten öyle değil. Benim çok Türk arkadaşım var. İnsanlar zor geçiniyorlar. Dizilerdeki hayat ile normal yaşantı çok farklı.” şeklinde görüş bildirmiştir. Dizilerde sıklıkla yer verilen lüks yaşantı ve şatafata dikkat çeken KK-6, söz konusu tablonun Türkiye’yi yansıtmadığını şu sözler ile belirtmiştir: “Sosyokültürel ve ekonomik düzeyi kesinlikle olduğundan farklı gösteriyor. Dizilerde gördüğünüz evler o evlerin içindeki lüks eşyalar, yemyeşil alanlar falan çok yani. Dizilerde gördüğümüzden daha farklı bir dünya var Türkiye’de. Dizilerde izlediğim şey abartı. İnsanların yaşam standartları içinde buldukları lüks fazla abartılmış şekilde gösteriliyor.”

Dizilerin Türkiye’ye turist çekmek için araçsallaştırıldığını ve bu amaçla dizilerin özellikle belli şehir ve bölgelerde çekildiğini ileri süren KK-11 ise dizilerin Türkiye’deki kültürün bir taşıyıcısı olmadığını ve Türkiye’deki kültürü yansıtmadığını, “Türk televizyon dizilerinin Türkiye’deki kültürü yansıtmak gibi bir derdi yok önceliklerinin ticari kaygılar olduğunu düşünüyorum. Yer

verilen sosyoekonomik- sosyokültürel yapılar Türkiye’de yüzde beşlik bir kesimi yansıtıyor sadece. Geriye kalan büyük çoğunluk ile bir ilgisi yok. Türkiye toplumu böyle bir toplum değil.” sözleriyle ifade etmiştir. Bir başka kaynak kişi, “Dizilerden edindiğim izlenime göre Türkiye çok zengin bir ülke. Türkiye’de fakir kimse yok sanki.” (KK-12) şeklindeki sözleriyle dizilerde sıklıkla yer verilen lüks yaşantıyı eleştirirken, KK-15 ise dizilerin inşa ettiği sosyokültürel algıya ilişkin şunları söylemiştir: “Türkiye dizilerden izlediğim, gördüğüm kadarıyla aralarında uçurum olan iki farklı toplumsal tabakadan oluşuyor gibi. Ya çok zenginler ya da çok fakirler... Türkiye’de aynen böyle değil mi? Ve biraz fazla modernleşmeye çalışan bir ülke gibi...”

Katılımcıların değerlendirmelerinden de anlaşıldığı üzere dizilerin aktardığı sosyokültürel ve sosyoekonomik yapının Türkiye’nin toplumsal durumunu aktarması beklenmektedir. İzler kitle dizileri bir eğlence aracı olarak görmenin yanında söz konusu medyanın Türkiye’yi tanıtmaya ve bilgi verme özelliği taşıması gerektiği görüşünde oldukları da ortaya çıkmaktadır. KK-7, Türk televizyon dizilerinin “aşırı laik bir toplum” imajı çizdiğini ve bu tablonun Türkiye’deki toplumu yansıtmadığını, “Türkiye’de toplum genel olarak dindar görünüyor. Ama dizilerde Türkiye toplumu aşırı laik bir toplum yapısına sahipmiş gibi gösteriliyor. Oysa toplum öyle dizilerde yansıtıldığı gibi değil. Dizilerde yer verilen hayatlar Türkiye’nin sosyokültürel ve sosyoekonomik yapısının genelini yansıtmıyor. Çok çok küçük bir kesimin yaşantısını yansıtıyor sadece. Bu yüzde on beşlik kesimini geçmez.” sözleriyle belirtmiştir. KK-5 ise dizilerin Türkiye’de belli kesimlerin yaşam biçimlerini yansıttığını ve “dizilerdeki Türkiye ile gerçek Türkiye” arasında ciddi bir fark olduğunu ifade etmiştir.

Sosyal kimlik açısından özdeşleştirmenin iki önkoşulu söz konusudur. Bu önkoşulun ilki idealleştirmeyi gerektirilirken ikincisi ise paylaşılan özelliklerin bulunmasıdır (Erikson 1968’den akt. Itani, 2018: 84). Bu ilişki, Ortadoğu ülkelerinde Türk televizyon dizilerinin Batılı ülkelerin dizilerine kıyasla neden daha fazla izlendiklerinin nedenini ortaya koymaktadır. Ortadoğu ülkelerindeki izler kitle Türk televizyon dizilerindeki karakterler ile kültürel, tarihsel, dinsel pek çok faktör aracılığı ile bağ kurabilmektedir. Bölge ülkelerinde gerçekleştirilen pek çok araştırma diziler aracılığıyla Türkiye ile aralarında dinsel kimlik üzerinden de bir bağın inşa edildiği sonucunu paylaşmış olmalarına rağmen Afganistanlı izleyiciler için diziler benzer bir bağ oluşturamıştır. Aksine Türkiye’nin dinsel kimliğinin dizilerde göz ardı edildiğine dikkat çekmişlerdir. KK-18’in ifadeleri bu duruma örnek teşkil etmektedir: “Türkiye ile Afganistan arasında tarihi ilişkiler var. Pratikte tabii bilmiyordum, Türki-

ye'yi İslam'ın yaşandığı bir ülke zannediyordum açıkçası. Filistin gibi, İslam ülkeleri gibi bir ülke sanıyordum ama Türkiye'ye gittikten sonra Batılılaşmış bir toplum ile karşılaştım. Elbette İslam'ı yaşayan insanlar var ama Avrupa ülkeleri gibi bir ülke. Bunun tabii pozitif açıdan değerlendirilebilecek yönleri de var. Teknik anlamda gelişmiş bir ülke.”

Dizilerde Aile Yapıları ve Kadın-Erkek İlişkilerinin Temsili

Türk televizyon dizilerindeki aile yapılarına dair görüş bildiren katılımcıların %87'si dizilerin olumsuz bir aile algısı yarattığına dikkat çekmişlerdir. Dizilerdeki aile yapılarının Türkiye'deki aileleri yansıtmadığını ifade eden katılımcılar, dizilerin aile kurumunu değersizleştirdiği yönünde görüş bildirmişlerdir. Ayrıca katılımcıların değerlendirmelerinde dizilerde izleyicilere sunulan aile yapılarının Türkiye toplumunun genel aile yapısını yansıtmadığı yalnızca belli bir sosyoekonomik seviyenin üstündeki ailelerin yaşantılarının ekrana taşındığı görüşü ön plana çıkmaktadır. Dizilerdeki ailelerin genellikle sosyoekonomik seviyesi yüksek olan kesimleri yansıttığına işaret eden KK-7, dizilerdeki aile yapılarına dair, “Aile yapıları bir kesimden diğerine değişiyor zaten. Genelde sosyoekonomik seviyesi yüksek olan insanların hayat tarzları gösteriliyor. Onların aile yapılarını izliyoruz. Diziler beni çok da şaşırtmıyor bu yüzden. Bunlar tabii ki muhafazakâr kesimleri yansıtmıyor. Daha seküler aile yapılarını gösteriyorlar. Toplumun çok azını yansıttığını düşünüyorum.” şeklinde görüş belirtmiştir.

Dizilerde sıklıkla yer verilen aile yapılarının Türkiye toplumunun aile yapısını yansıtmadığını belirten KK-10, “Dizilerde yer verilen aile yapıları Türkiye'nin gerçeğini yansıtmıyor. Türkiye'nin aile yapısı dizilerde gösterildiği gibi değil, bunu biliyorum. Varsa bile çok az bir kesim dizilerdeki gibidir. Bunlar da aşırı Batılılaşmış olan aile yapılarıdır.” değerlendirmesinde bulunurken, ayrıca Türkiye toplumunun aileye değer verme konusunda iyi bir örnek teşkil ettiğini şu sözlerle belirtmiştir: “Türkiye'deki aile yapısının, değerlerinin güçlü olduğunu düşünüyorum. Başka hangi ülkede büyüklerin elinin öpüldüğünü görebilirsiniz. Ama Türkiye toplumunda aile büyüklerine ciddi bir hürmet var. Her ne kadar dizilerde bunu böyle göstermeseler de...” Dizilerdeki kadın-erkek ilişkilerinin, aile yapılarının problemli olduğunu ileri süren KK-6, dizilerin aile kurumuna zarar verdiğini belirtmiş ve “Türkiye'de aile yapısı giderek bozuluyor ama dizilerde gösterilen çok daha kötü bir tablo. Çok ciddi bir problemli gösterim söz konusu. Bir Müslüman toplumdaki aile ferdinin izleyemeyeceği sahnelere yer veriliyor. Aileyi çok değersizleştiriyor.” şeklinde değerlendirmede bulunmuştur.

Türk televizyon dizilerinde yer alan müstehcen sahnelere yönelik Afganistanlı izleyiciler olumsuz görüş bildirirken, Ortadoğu'daki diğer ülkelerde yapılan araştırma sonuçlarında da benzer sahnelere yönelik olumsuz tutuma dikkat çekilmiştir. Türk televizyon dizileri bu tür sahnelere yer vermeleri nedeniyle Meksika dizilerine benzetilmiştir. Hatta Türk televizyon dizileri “kamunun ahlakına karşı bir saldırı” şeklinde tanımlanmıştır. Bu sebeple cinsel içerikli sahneler barındıran dizilere sansür uygulanmıştır (Buccianti, 2010: 6-7; URL-2).

Dizilerin aile kurumuna verdiği zarara dikkat çeken bir diğer katılımcı KK-8 ise, “Türk dizilerinde ailenin önemli olmadığını, kadın-erkek ilişkilerinin evlilik öncesi doğuma kadar götürüldüğünü görüyoruz. Diziler evliliğe gerek yok diyor sanki... Çocuğunun babasının kim olduğunu bilemeyecek kadar aileyi yıkan bir hayat tarzına özendiriliyor insanlar.” sözleriyle dizilerin aile kurumunu değersizleştirdiği ve aileye karşı ciddi bir tehdit olduğu görüşünü desteklemiştir. Ailenin değersizleştirildiği ve kadın-erkek ilişkilerinin problemleri gösterildiği için özellikle tarihi dizileri izlemeyi tercih ettiğini ifade eden KK-9, tarihi diziler dışındaki diğer dizileri izlememe nedenini şöyle açıklamıştır: “Türk dizilerinde gördüğüm aile yapıları, kadın-erkek ilişkisi bizim ülkemizde olmadığı için halkımız sevmiyor ve çoğu insanın zihninde Türkler hakkında negatif düşünceler hâkim. Ama ben Türkiye toplumunu bildiğim için etkilenmiyorum, dizilerin olumsuz tesirinin farkındayım.” Dizilerdeki aile fertleri arasındaki ilişkiye dair görüş bildiren KK-18, “Aile yapıları konusunda dikkatimi çeken en önemli husus; birbirleri ile rahatlıkla her türlü meseleyi paylaşabiliyor olmalarıdır. Yani biz ailelerimizle Türkiye dizilerindeki gibi rahat bir iletişime sahip değiliz.” değerlendirmesinde bulunurken, kadın-erkek ilişkilerine dair ise “güven eksikliğinin” ön plana çıktığını ve bu sebeple de aile ilişkilerinin, aile kurumunun çok çabuk zarar görebildiğini belirtmiştir.

Dizilerde yer verilen aile yapılarının ve kadın-erkek ilişkilerinin dinsel kimlikleriyle uyuşmadığını belirten katılımcılardan KK-1, “Biz Müslüman olduğumuz için dizilerdeki bazı aile hayatları pek bizim kabul edebileceğimiz, onaylayabileceğimiz türden değil.” sözleriyle dizilere dair olumsuz görüş paylaşmıştır. Benzer yaklaşımı KK-12 de şu sözlerle dile getirmiştir: “Aile yapıları, kültürleri çok tuhaf geliyor. Çiftler çok kolay ayrılabilirler mesela ve çok çabuk, kolay bir şekilde âşık da olabiliyorlar. Ayrıca çok kindar bir toplum gibi. İntikam almak istiyor herkes. Aile yapıları, ilişkileri samimi, yakın değil. Anne-baba ve çocukların ilişkileri genellikle problemlidir. Yaşlı karakterlerin ilişkileri davranışları bana daha gerçekçi geliyor. Bizim kültürümüze daha yakın geliyor.”

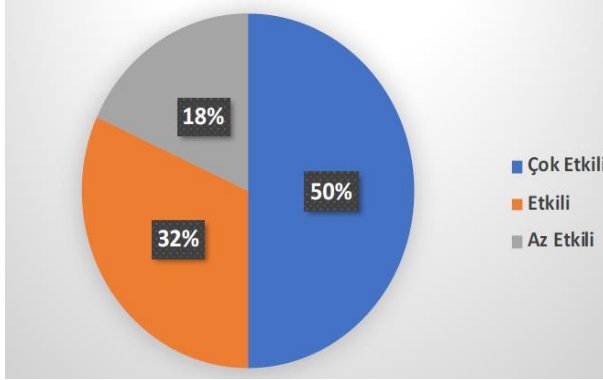
KK-13, dizilerde sosyoekonomik durumu yüksek olmayan çiftlerin ilişkilerinin daha gerçekçi olduğuna işaret ederken, KK-14 ise izlediği dizilerde geleneksel aile yapılarına yer verilmediğini belirtmiş ve dizilerde yer verilen karakterlerin giyim tarzına yönelik, “Türk televizyon dizilerinde dikkatimi çeken bir diğer husus ise ekseriyetle Türkiye’nin Batılılaşmış kesimine yer verilmesidir. Yani geleneksel aile yapılarının ya da Türkiye’nin diğer bölgelerinin yaşam tarzlarına sıklıkla yer verildiğine rastlamadım. Mesela şimdiye kadar başörtülü bir oyuncu göremedim Türk dizilerinde.” değerlendirmesinde bulunmuştur. KK-16, kendi kültürel kodlarına yakın aile yapılarının yer verildiği dizileri izlemekten keyif aldığını ve dizilerdeki aile yapılarına yönelik, “Kadın-erkek ilişkileri, aile yapıları bazı dizilerde farklı biçimlerde yer veriliyor. Mesela Doğu ve Batı kültürünü birlikte görebiliyoruz. Doğu taraflarının gösterildiği aile yapıları bizim kültürümüze sanırım daha yakın. Bu kültürel yapıların yer aldığı diziler daha fazla hoşuma gidiyor. Avrupai yaşam tarzlarının yer verildiği dizileri de farklılıkları görmek için izlemeyi seviyorum açıkçası.” şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcıların ifadelerinden de görüldüğü üzere dizilerdeki hayat tarzları üzerinden Afganistanlı izleyiciler ile Türkiye arasında kültürel bir yakınlık kurulduğunu söylemek mümkün değildir. İzleyiciler Türkiye’yi ziyaret ettiklerinde tecrübe ettikleri kültürün, dizilerde yansıtılan tablonun aksine kendi kültürlerine daha yakın olduğunu belirtmişlerdir.

Dizilerin İzleyicilerin Zihnindeki Türkiye Algısına Etkisi

Türkiye’yi ziyaret etmiş olan katılımcılar için dizilerin zihinlerde inşa ettiği Türkiye algısı etkisini kaybetmiştir. Katılımcılar Türkiye’de yaşadıkları süreçte edindikleri tecrübelerin zihinlerindeki Türkiye imajı açısından daha etkili olduklarının ifade etmişlerdir. Türkiye’yi henüz görmemiş olan katılımcıların Türkiye’ye dair tüm algılarını ise diziler inşa etmiş durumdadır. KK-7, zihnindeki Türkiye imajında Türkiye’deki tecrübelerinin dizilerden daha etkili olduğunu, “Dizileri izledikten sonra görüşlerim pek fazla değişmedi. Zaten toplum içindeyim. Dizilerde bir bakıma toplumun farklı kesimlerini yansıtıyor. Dizilerde gördüklerimi dışarda da görebiliyorum.” şeklinde belirtmiştir.

Türkiye’yi henüz ziyaret etmemiş olan katılımcılar dizilerin zihinlerindeki Türkiye algısındaki etkisini şu sözlerle ifade etmişlerdir: “Türkiye’yi diziler üzerinden tanıyorum. Bana göre dizilerde gördüğüm neyse Türkiye de aslında öyle bir yer. Kültürlerinin dizilerdeki gibi olduğunu düşünüyorum. Sahi Türkiye’de herkes çok mu zengin herkes yalılarda mı oturuyor?” (KK-12). Türkiye’yi ziyaret etmemiş olan katılımcılar, zihinlerindeki Türkiye imajının oluşmasında dizilerin temel kaynak olduğunu belirtmişlerdir. KK-15, dizilerin

etkisini, “Türkiye’ye karşı zihnimde ne var ne yoksa hepsi aslında bu dizilerde gördüklerim üzerinden oluştu.” şeklinde ifade ederken, KK-16 ise söz konusu etkiyi “Türkiye’ye dair bir fikrim yoktu dizileri izlemeden önce ama dizileri izledikten sonra Türkiye’de yaşamın çok güzel olduğunu düşünüyorum. Çünkü güzel bir ülke tasvir ediliyor.” sözleriyle açıklamıştır. Dizilerden edindiği izlenimle Afganistan’a kıyasla Türkiye’nin daha özgürlükçü bir ülke olduğunu belirten KK14, “Dizileri izlediğimde Türkiye’ye dair zihnimde elbette bir imaj oluştu. Türkiye’nin sosyolojisine, kültürüne dair fikirlerim oluştu. Sınırım onların baskıcı kanunları bize nazaran daha az gibi... Bize kıyasla daha özgürlükçü bir ülke.” şeklinde görüş bildirmiştir.



Grafik 10. Dizilerin Türkiye Algısına Etkisi

Diziler izleyicilerin zihnindeki Türkiye’nin tarihine ilişkin algıların oluşmasında da etkili olmuştur. KK-3, Türkiye’nin tarihine dair algılarının olumlu yönde değiştiğini, “Türkiye’nin zengin bir tarihi olduğunu öğrendim. Tarihine yönelik algım değişti. Bu dizileri izlemeden önce daha farklı bir tarih anlayışına sahiptim Türkiye’ye karşı. Olumlu anlamda bir değişiklik oldu bende.” sözleriyle belirtmiştir. KK-6 ise dizilerin Türkiye’nin yakın tarihine dair görüşleri üzerindeki etkisini şu ifadelerle belirtmiştir: “Türkiye’nin 80 öncesinde özellikle *Karadayı* dizisinde gördüğüm kadarıyla politik anlamda, yargı sistemi olsun, bunların sorunlu olduğunu gördüm. Türkiye’nin 2000’den sonra daha iyi bir hale geldiğini düşünüyorum.”

Dizilerin İnşa Ettiği Türkiye İmajı

Katılımcıların dizilerin inşa ettiği Türkiye’ye yönelik değerlendirmelerinde dikkat çekici bir biçimde iki yaklaşım ön plana çıkmaktadır. Tarihi diziler ile belirginlik kazanan “güçlü”, “kahraman” bir ülke profili çizilirken; aşk, romantik komedi türündeki dizilerle ise refah düzeyi yüksek, yaşanabilir bir ülke imajının oluştuğu anlaşılmaktadır. KK-3, tarihi dizilerin inşa ettiği imajı

“Türk dizilerini izledikten sonra Türkiye’nin özellikle tarihi olarak süper bir güç olduğunu açıkça görüyoruz. Türkiye bizim zihnimizde güçlü, yardımsever ve tarihte pek çok zorlukla karşı karşıya kalmış bir ülke algısıyla yer ediyor.” şeklindeki ifadelerle dile getirmiştir. *Aşkî Memnu* ve *Ezel* gibi dizilerin ise Türkiye’deki toplumu, aile yapılarını ve kadın erkek ilişkilerini izleyici zihninde olumsuz algı yaratacak biçimde aktarıldığı katılımcılar tarafından sıklıkla paylaşılan bir diğer görüştür. KK-6 ve KK-8’in ifadeleri söz konusu olumsuz etkinin örneklerindedir: “Türkiye’yi görmeseydim, Türkiye’de yaşamasaydım ve sadece diziler üzerinden tanısaydım zihnimde çok olumsuz bir algı yaratılmış olurdu. Ama Türkiye’yi bildiğim için dizilerde gördüklerim ile Türkiye gerçeğinin birbirinden çok farklı olduğunu biliyorum.” “Bu tür dizilerden benim ailem çok etkilendi. Ben burada evlenmek istediğimi söylediğimde ailem razı olmamıştı. Buraya getirip eşimin ailesi ile tanıştırmak ve Türkiye’nin dizideki gibi olmadığını gösterdiğim zaman ancak ikna olmuşlardı.”

Diziler kadın katılımcıların zihninde ise “özgür yaşanabilen”, “rahat yaşam” şartlarının olduğu bir ülke imajı çizmiştir. KK-16, dizilerin inşa ettiği yaşanabilir ülke imajını, “Türkiye dizilerden gördüğüm kadarıyla son derece özgürlükçü bir ülke. Özellikle kadınlar çok rahat yaşıyorlar Afganistan’daki kadınlara kıyasla...” sözleriyle dile getirmiştir. Türk televizyon dizilerinin yarattığı “özgürlük” hissi daha önce yapılan diğer araştırmalarda da özellikle kadın izleyicilerin ilgisini çeken önemli bir faktör olmuştur. Örneğin Lübnan’da Türk televizyon dizilerinin etkisini araştıran bir çalışmanın sonucuna göre diziler Afganistanlı kadınlarda olduğu gibi Arap kadınlarda da “daha özgür ve aynı anda Doğu ve İslami geleneklerden yoksun olmayan bir hayat tarzı sunması” nedeniyle kadın izleyiciler açısından cezbedici olmuştur (Itani, 2018: 62-65).

Türkiye’yi ziyaret etmeden önce dizilerin zihninde yarattığı imajı aktaran KK-17, Türkiye’de yaşamaya başladıktan sonra zihnindeki imajın değiştiğini, “Dizileri izlerken Türkiye’nin yaşamak için çok güzel bir yer olduğunu düşünüyordum. İyi iş imkânlarının olduğu bir yer sanıyordum. İnsanların yabancılarla yardım ettiğini, destek olduğunu düşünürdüm. Oysa Türkiye’de bir iki yıl yaşamaya başladıktan sonra anladım ki dizilerde gösterilenler ile hiçbir ilgisi yok.” sözleriyle ifade etmiştir. Bununla birlikte mafya dizilerinin ise Türkiye için mafyanın, çetelerin etkin olduğu bir ülke imajı çizdiğini KK-15, “Sadece diziler üzerinden değerlendirsem mafyaların hâkim olduğu bir ülke imajı canlanıyor benim zihnimde. Bunun yanında dizilerdeki mekânlar, insan tip-

lemeleri Türkiye'nin içinde barındırdığı farklı kültürel yapıları tanımama katkı sağladı." şeklinde aktarmıştır.

Katılımcıların değerlendirmelerinden elde edilen verilerden anlaşıldığı üzere Türkiye'yi yalnızca diziler aracılığıyla tanıyan izleyicilerin zihnindeki Türkiye imajı ile Türkiye'yi ziyaret eden izleyicilerin zihnindeki Türkiye imajı birbirinden tamamen farklıdır. Katılımcıların değerlendirmeleri dizilerin izleyicinin zihninde sosyokültürel, sosyoekonomik ve pek çok açıdan "bir başka Türkiye" algısını inşa ettiğini göstermektedir.

Sonuç

Araştırmadan elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş ve veriler televizyon dizilerinin izlenme nedenleri, izleyici kitlenin dizilere yönelik algısı ve dizilere dair bildirdikleri görüşler daha önce diğer Ortadoğu ülkelerinde dizilerin etkisini ölçmeye ilişkin gerçekleştirilen araştırmaların sonuçlarına kıyasla farklı faktörlerin ön plana çıktığı görülmüştür. Afganistanlı erkek izleyiciler daha çok Osmanlı ve Selçuklu tarihini konu alan dizileri izlemeyi tercih etmiş ve söz konusu dizi kategorisine dair olumlu görüş paylaşmışlardır. *Kuruluş Osman*, *Diriliş Ertuğrul* gibi dizilerin Afganistanlı izleyiciler nezdinde "kahraman", "güçlü", "lider" ülke imajı inşa ettiği ve tarih bilgilerini bu tür diziler vasıtasıyla "tazeledikleri" yönünde görüş bildirmişlerdir. Bununla birlikte en fazla izlenen dizilerin başında *Kurtlar Vadisi*, *Çukur* gibi diziler sıralanmıştır. Söz konusu dizilerdeki karakterler ile izleyici kendisini özdeşleştirerek bir bağ kurup bu dizi karakterlerine yönelik olumlu bir algıya sahip olsa da izleyiciler mafya dizilerinin Türkiye imajına olumlu yönde katkı yapmadığını da ifade etmişlerdir.

Araştırma aynı zamanda Ortadoğu'daki diğer ülkelerde yapılan araştırma sonuçlarının aksine dizilerin kültürel bir yakınlık temasıyla izleyiciyle ortak bir bağ kurmak hususunda etkili bir faktör olmadığını da ortaya çıkarmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilere göre Afganistanlı izleyiciler Türkiye'yi ziyaret ettikten sonra dizilerde yansıtılan kültürel yapının Türkiye'nin çok az bir kesimini yansıttığını, Türkiye'nin aslında dizilerde gösterilenin aksine kendi kültürlerine daha yakın bir ülke olduğunu belirtmişlerdir.

Afganistanlı kadın izleyicilerin ise Türk televizyon dizilerini eğlence, güzel vakit geçirmek için tercih ettikleri ve dizilerdeki oyuncularını, hikâyelerini beğendikleri için tercih ettikleri saptanmıştır. Ayrıca dizilerin kadın katılımcılar nezdinde Türkiye'ye dair inşa ettiği "özgür yaşanabilen", "rahat yaşam" şartlarının olduğu bir ülke imajı çizdiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte dizilerde yer verilen aile yapılarının, kadın-erkek ilişkilerinin, sosyokültürel ve

sosyoekonomik yapının Türkiye'yi doğru yansıtmadığına hem kadın izleyiciler hem de erkek izleyiciler tarafından dikkat çekilmiştir. Diziler Türkiye'yi henüz ziyaret etmemiş olan izleyicilerin zihninde “iş olanakları geniş, refah düzeyi yüksek bir ülke” profili çizmektedir. Afganistan'dan Türkiye'ye artarak devam eden göçler göz önünde bulundurulduğunda dizilerin inşa ettiği bu algının göçü tetikleyici bir unsur olabileceği düşüncesi ön plana çıkmaktadır.

Kaynakça

- Aydos, S. Serpil (2019). “Afganistan'da Kurtlar Vadisi Dizisi ve Modern Halk Masalı Kahramanı Olarak Polat Alemdar”. *Millî Folklor*, 121: 81-94.
- Benli Altunışık, Meliha (2010). *Arap Dünyasında Türkiye Algısı*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV).
- Buccianti, Alexandra (2010). “Dubbed Turkish Soap Operas Conquering The Arab World: Social Liberation or Cultural Alienation?”. *Arab Media and Society*, 10: 1-11.
- Çevik, B. Senem (2014). “Turkish Soap Opera Diplomacy: A Western Projection by a Muslim Source”. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 5(1): 78-103.
- Deniz, A. Çağlar (2010). “Gümüş Dizisinin Arap Kamuoyuna Etkileri: Bir Sosyal Media İncelemesi”. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1): 50-67.
- Gökçe, Orhan (1993). *İletişim Bilimine Giriş: İnsanlararası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi*. Ankara: Adalet Matbaası.
- Heath, Robert L. & Bryant, Jennings (2000). *Human Communication Theory and Research: Concepts, Contexts and Challenges*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Itani, Rania (2018). *Üniversite Öğrencilerinin Türk Dizilerini İzleme Alışkanlıklarının ve Motivasyonlarının Demografik Değişkenler Bağlamında İncelenmesi: Lübnan Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Katz, Elihu & Foulkes, David (1962). “On the Use of Mass Media as “Escape: Clarification of a Concept”. *The Public Opinion Quarterly*, 26: 377-388.
- Katz, Elihu (1959). “Mass Communication Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for this Journal”. *Studies in Public Communication*, 2: 1-6.

- Kuyucu, Mihalis (2014). "Evaluation of the Economic and Cultural Effects of The Turkish Soap Operas and TV Series Exported to The World TV.s in the Example of 'Muhteşem Yüzyıl' and Greece". *Socioint14 International Conference on Social Sciences and Humanities (8-10 September 2014)*. Ed. Ferit Uslu. Istanbul: International Organization Center of Academic Research, 103-122.
- Lull James (2001). *Medya, İletişim, Kültür*. Çev. Nazife Güngör. Ankara: Vadi Yayınları.
- Nye, Joseph S. (2002). "Hard and Soft Power in a Global Information Age". *Re-Ordering the World*. Ed. M. Leonard. London, UK: Foreign Policy Center (FPC), 2-10.
- Papacharissi, Zizi (2009). "Uses and Gratifications". *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Eds. W. Stacks & Micheal B. Salwen. New York & London: Routledge, 137-152.
- Quan-Haase, Aanbel & Young, Alyson L. (2010). "Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging". *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5): 350-361.
- Rosengren, Karl E. (1974). "Uses and Gratification: A Paradigm Outlined". *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Eds. Jay Blumler & Elihu Katz. Beverly Hills: Sage, 196-286.
- Ruggiero, Thomas E. (2000). "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century". *Mass Communication and Society Journal*, 3(1): 3-37.
- Temina, Abderrahmane (2019). *Cezayir'de İzlenen Türk Dizilerinin Türkiye Algısına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- URL-1: 'Mısır-Türkiye Dizi Savaşına Mısır'ın Fetva Kurumu da Katıldı'. Al-Monitor, 16 Şubat 2020. <https://www.al-monitor.com/tr/contents/articles/originals/2020/02/dar-al-ifta-joins-in-turkish-egyptian-culture-war.html> (Erişim: 16.12.2021).
- URL-2: "Arap Dünyasından Türk Dizilerine Büyük Sansür". Cumhuriyet, 2018. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/arap-dunyasindan-turk-dizilerine-buyuk-sansur-937965> (Erişim: 15.12.2021).
- Wright, Charles R. (1960). "Functional Analysis and Mass Communication". *The Public Opinion Quarterly*, 24(4): 605-620.

Yavuz, Ayőe (2019). *Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Konya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yumlu, Konca (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*. İzmir: Nam Basım.

“COPE–Derđi Editörleri İçin Davranıő Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri” çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir:

Etik Kurul Belgesi: Çalışma için etik kurul belgesi, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları ve Bilimsel Yayın Etik Kurulu tarafından verilmiştir (Tarih: 03.08.2021, Karar No: 14022).

ıkar atıőması Beyanı: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarın potansiyel bir ıkar atıőması yoktur.

The following statements are made in the framework of “COPE–Code of Conduct and Best Practices Guidelines for Journal Editors”:

Ethics Committee Approval: *Ethics committee approval for the study was given by Ankara Social Sciences University Rectorate, Social and Human Sciences Research and Scientific Publication Ethics Committee (Date: 03.08.2021, Decision Number: 14022).*

Declaration of Conflicting Interests: *The author has no potential conflict of interest regarding research, authorship or publication of this article.*