TÜRKİYE'NİN KÜLTÜR ELÇİSİ OLARAK TÜRK DİZİLERİ: ENDÜSTRİ, ANLATI VE YUMUŞAK GÜÇ

Mesut Ceylan[39]

Giriş

Türk televizyon dizileri, 2000'li yılların ortalarından itibaren yalnızca ulusal ölçekte tüketilen popüler anlatılar olmaktan çıkarak, uluslararası televizyon pazarlarında stratejik bir öneme sahip güçlü bir kültürel metaya dönüşmüştür. Bu dönüşüm, "ulusal dizi üretimi" ile "ulusötesi izleyiciye erişim" arasındaki mesafeyi hızla kapatan devasa bir endüstriyel genişlemeyi temsil etmekle kalmamış; aynı zamanda Türkiye'nin kültürel temsillerinin küresel ölçekte dolaşıma girmesine olanak sağlamıştır. Literatürde Türk televizyon endüstrisinin transnasyonalizasyonu (ulusötesileşmesi), 1990'ların sonunda filizlenen ancak asıl ivmesini 2000'lerin ortasında Gümüş (Nour) gibi öncü yapımlarla kazanan bir olgu olarak ele alınmaktadır (Yanardağoğlu & Karam, 2013). Günümüzde bu endüstriyel başarının bir sonucu olarak Türk yapımları 170'ten fazla ülkeye ihraç edilmekte ve küresel medya pazarında Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) ardından ikinci büyük ihracatçı konumunda bulunmaktadır (Kaptan & Algan, 2023). Sektörün ulaştığı bu küresel ölçek, her gün yaklaşık 800 milyon kişinin bir Türk dizisi izlediği verisiyle de somutlaşmaktadır (Dünya Gazetesi, 2025).[40] Söz konusu dönüşüm, yalnızca Türk medya sektörünün içsel dinamikleriyle değil; aynı zamanda Hollywood merkezli küresel medya düzeninin arkasından gelen alternatif üretim merkezlerinin yükselişiyle de doğrudan ilişkilidir.

Bu tablonun arka planına bakıldığında, küresel medya düzeninde değişimlerde göze çarpmaktadır. 1990'ların hegemonik Hollywood egemenliği, 2000'li yıllarla birlikte yerel anlatıların küresel dolaşıma girdi-

39. Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi; e-posta: mesutceyln@hotmail.com; ORCID: 0009-0007-4120-3735

40. Her gün 800 milyon kişi Türk dizisi izliyor", *Dünya Gazetesi*, 20 Ocak 2025, https://www.dunya.com/ihracat/her-gun-800-milyon-kisi-turk-dizisi-izliyor-haberi-782297

ği çok merkezli bir yapıya bırakmaya başlamıştır. Güney Kore'nin "Kore Dalgası" (Hallyu), Brezilya'nın telenovela ihracatı ve Hindistan'ın Bollywood eksenli yayılımı bu çok kutuplu yeni düzenin somut örnekleri arasında sayılabilir. Türkiye bu tabloya hem coğrafi hem de kültürel açıdan birden fazla bölgeyle kurduğu özgün köprü konumuyla dahil olmuştur. Osmanlı mirası, İslami değerler, Akdeniz aile kültürü ve Batılı modernleşme deneyiminin özgün sentezi; Türk anlatı dilinin Orta Doğu'dan Latin Amerika'ya, Balkanlar'dan Orta Asya'ya uzanan geniş bir coğrafyada izleyici bulmasına zemin hazırlamıştır (Yanardağoğlu & Karam, 2013). Bu bağlamda aşk, aile, dayanışma ve adalet gibi evrensel temalarla yerel değerlerin harmanlanması, Türk dizilerinin farklı kültürlerde "kültürel yakınlık" (cultural proximity) üzerinden hızla kabul edilmesini sağlamıştır.

Türk dizilerinin bu geniş çaplı coğrafi dolaşımı, akademik çevrelerde yalnızca ticari bir ihracat başarısı olarak değil; aynı zamanda kamu diplomasisi, ülke markalaşması ve yumuşak güç tartışmalarının merkezine yerleşen bir kültürel etki alanı olarak analiz edilmektedir. Dizilerin salt birer "ticari ürün" olmanın ötesinde, devletlerin dış politika vizyonları ve stratejik iletişim politikalarıyla ilintili birer medya içeriği olarak değerlendirilmesi, bu alandaki çalışmaların temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Joseph Nye'ın (1990) "yumuşak güç" kavramı bu noktada belirleyici bir analitik çerçeve sunmaktadır: Bir devletin askeri ve ekonomik baskı araçlarına başvurmaksızın kültürel çekiciliği aracılığıyla uluslararası aktörler üzerinde etki kurabilmesi, tam da Türk dizilerinin küresel ölçekte sergilediği işlevi tanımlamaktadır. Bu bağlamda, ekranlardaki anlatıların izleyiciler üzerindeki sempati ve farkındalık yaratma potansiyeli, Türkiye'nin uluslararası imajını yeniden inşa etme sürecinde kritik bir işlev üstlenmektedir. Bu kültürel yayılımın ekonomik karşılığı da her geçen yıl büyümeye devam etmektedir; nitekim 2024 yılı itibarıyla Türk dizi sektörünün yıllık ihracat gelirinin 500 milyon dolar barajını aşmış olması, bu döngünün sürdürülebilirliğini ve endüstriyel derinliğini kanıtlamaktadır (Anadolu Ajansı, 2025).[41]

Bölgesel yayılım dinamikleri tarihsel perspektiften incelendiğinde, Türk dizilerinin küresel yükselişinde Orta Doğu ve MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) pazarının bir sıçrama tahtası görevi gördüğü saptanmaktadır. Saha temelli araştırmalar, 2000'lerin başında yerel ihtiyaçlara yönelik üretilen içeriklerin kısa sürede bölgesel dolaşıma girerek Orta Doğu'daki yabancı programlar içinde dominant bir paya ulaştığını ortaya koymaktadır (Yanardağoğlu & Karam, 2013). Bu pazardaki izleyici tepkileri ince-

41. "Türk dizi sektörünün 2024'teki ihracat geliri 500 milyon doları aştı", *Anadolu Ajansı*, 15 Ocak 2025,https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turk-dizi-sektorunun-2024teki-ihracat-geliri-500-milyon-dolari-asti/3454273

lendiğinde, alımlama sürecinin sanılanın aksine "kültürel yozlaşma" gibi tek yönlü yaklaşımlarla açıklanamayacak kadar katmanlı ve müzakereye açık olduğu görülmektedir. Özellikle Nour (Gümüş) örneği, Türk dizilerinin yarattığı toplumsal etkinin somut ve belgelenmiş bir kanıtı olarak literatürde geniş yankı uyandırmıştır. Dizinin final bölümünün Orta Doğu'da ulaştığı rekor izlenme rakamları ve beraberinde getirdiği yoğun sosyolojik tartışmalar; bu medya metinlerinin hedef kültürlerdeki gündelik yaşam pratiklerini, toplumsal cinsiyet rollerini ve değer yargılarını etkileyebilme gücünü göstermektedir (Yörük & Vatikiotis, 2013). Benzer dinamikler, farklı biçimlerde de olsa Latin Amerika ve Balkanlar gibi pazarlarda da gözlemlenmiş; bu da Türk dizilerinin kültürel çekiciliğinin özel bir bölgesel yakınlıkla sınırlı kalmadığına işaret etmiştir.

Ancak literatürdeki bu küresel başarı anlatısı, eleştirel bir süzgeçten geçirilmeden kabul edilmemektedir. Bazı kuramcılar, dizilerin yayılımını doğrudan ve otomatik bir yumuşak güç kazanımı olarak okumanın yanıltıcı olabileceğine dikkat çekmektedir. Alankuş ve Yanardağoğlu (2016), Türk dizilerinin uluslararası dolaşımını açıklarken; dağıtım süreçlerinin ekonomi, politika, ideoloji ve pazar ilişkileri içindeki "koşullu ve değişken" doğasına vurgu yapmaktadır. Yazarlara göre, sadece dizi izleniyor olmasından hareketle yapılan "yumuşak güç" yorumları, sahadaki karmaşık ve her zaman pozitif sonuçlanmayan dinamikleri (örneğin politik boykotlar) eksik yakalamaktadır. Benzer bir eleştirel çizgide, Yörük ve Vatikiotis (2013) ise "soft power" söyleminin her zaman somut bir hegemonik sonuç doğurmadığını; aksine bu durumun zaman zaman bir "hegemonya yanılsaması" üretebileceğini savunmaktadır. Bu eleştiriler, dizilerin başarısının siyasal bir güce dönüşmesinin tesadüfi olmadığını; aksine pazar dinamikleri, dağıtım kanallarının yapısı ve hedef kitlelerin yerel bağlamlarıyla sıkı sıkıya ilişkili olduğunu hatırlatmaktadır.

Dolayısıyla, Türk dizilerinin üstlendiği kültürel elçilik rolü, hem somut dolaşım ve görünürlük verileriyle hem de bu görünürlüğün siyasal ve ideolojik etkilere hangi koşullarda tahvil edilebildiğini sorgulayan eleştirel bir çerçeveyle birlikte ele alınmalıdır (Kaptan & Algan, 2023).Mevcut literatür incelendiğinde Türk dizileri üzerine çalışmaların büyük ölçüde üç ayrı hatta ilerlediği görülmektedir: bir grup çalışma dizileri kültürel diplomasi ve yumuşak güç perspektifinden ele alırken, ikinci grup bölgesel alımlama pratiklerine odaklanmakta, üçüncü grup ise ekonomik ihracat başarısını incelemektedir. Ancak bu yaklaşımlar çoğunlukla birbirinden kopuk biçimde ilerlemekte; üretim yapısı, anlatı dili ve izleyici alımlaması arasındaki karşılıklı ilişkiyi bütüncül olarak açıklayan çalışmalar sınır-

lı kalmaktadır. Bu nedenle Türk dizilerinin küresel etkisini yalnızca politik, yalnızca ekonomik ya da yalnızca kültürel bir fenomen olarak okumak eksik bir değerlendirmeye yol açmaktadır. Bu çalışma, Türk dizilerinin küresel yükselişini tek bir başarı öyküsüne indirgemek yerine; endüstriyel dönüşüm (üretim ve dağıtım), anlatı dili ve bölgesel alımlanma biçimleri üzerinden bütüncül bir perspektif sunmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda makale; kuramsal çerçeve, endüstriyel yapı, anlatı dili ve bölgesel alımlama olmak üzere birbirini tamamlayan dört temel eksende ilerleyecektir.

Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

Yumuşak Güç, Kamu Diplomasisi ve Kültürel Diplomasi

Bu çalışmanın kuramsal temelini, yumuşak güç, kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi kavramları oluşturmaktadır. Yumuşak güç, bir devletin askeri ya da ekonomik baskı uygulamadan, kültürel çekiciliği ve değerleri aracılığıyla diğer aktörlerin tercihlerini etkileme kapasitesini ifade eder (Nye, 2017). Bu çerçevede dizi ve film sektörü, yalnızca bir eğlence alanı değil; aynı zamanda ülkelerin yaşam tarzını, değerlerini ve tarih anlatılarını görünür kılan birer dış politika aracı olarak da düşünülmektedir (Yazar, 2020).

Kamu diplomasisi, başlangıçta özellikle Birinci ve İkinci Dünya Savaşları dönemlerinde propaganda amaçlı bilgilendirme faaliyetleriyle öne çıkmış; zamanla yabancı kamuoylarıyla uzun vadeli, karşılıklı ilişkilere dayalı bir iletişim sürecine evrilmiştir (Cull, 2008). ABD örneği bu dönüşümü somut biçimde gösterir. 1917'de Başkan Wilson döneminde kurulan Kamu Bilgilendirme Komitesi, broşürler, haber ajansları ve film yapımcılarına verilen destekle Amerikan anlatılarını dünyaya taşımış; İkinci Dünya Savaşı'nda kurulan Savaşla İlgili Bilgilendirme Ofisi ve *Voice of America*, Hollywood'la iş birliği içinde sinema ve radyo üzerinden ABD'nin imajını güçlendiren başlıca araçlar haline gelmiştir (Nye, 2017; Çevik, 2015). 1953–1999 arasında faaliyet gösteren USIA'nın film endüstrisiyle kurduğu yakın ilişki, Hollywood yapımlarının Amerikan değerleriyle uyumlu mesajlar üretmesini teşvik etmiş ve sinemayı ABD'nin küresel kültürel etkisinin önemli bir dayanağına dönüştürmüştür (Çevik, 2015).

Bu örnekler, kültürel ürünlerin tek başına bir dış politika aracı olmaktan çok, daha geniş bir kültürel diplomasi stratejisinin parçası olarak işlev gördüğünü gösterir. Türkiye bağlamında da dizi sektörü başlangıçta doğrudan kamu diplomasisi hedefiyle tasarlanmamış olsa da 2000'li yıllardan itibaren hem ekonomik katkısı hem de yarattığı kültürel etki nedeniyle yumuşak güç tartışmalarının merkezine yerleşmiştir (Yazar, 2020).

Karslı ve Yazgan'a (2025) göre de Türkiye'nin 21. yüzyılda Yunus Emre Enstitüsü, TİKA ve TRT gibi kurumlar ile birlikte kültürel diplomasi faaliyetlerini artırdığını; Türk dizilerinin bu çerçevede Türkiye'nin kültürel görünürlüğünü taşıyan başlıca araçlardan biri haline geldiğini savunmaktadır.

Türk Dizileri Bağlamında Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi

Türk dizileri kamu diplomasisi bağlamında iki düzeyde işlev görmektedir. Birincisi, aile, aşk, ahlaki çatışmalar ve dayanışma gibi temalar üzerinden izleyiciyle duygusal bir bağ kurmakta, böylece kültürel yakınlık hissi üretmektedir. İkincisi, bu duygusal bağ üzerinden Türkiye'ye yönelik merak, sempati ve farkındalık oluşturarak ülkenin uluslararası imajına katkıda bulunmaktadır (Yazar, 2020; Hayajneh & İnan, 2015). Bu nedenle dizilerin yarattığı yumuşak güç, tek tek yapımların popülerliğinden ziyade, bu popülerliğin ne ölçüde kültürel diplomasi stratejileriyle desteklendiğine bağlı olarak kalıcı bir etkiye dönüşebilmektedir (Karslı & Yazgan, 2025).

Giriş bölümünde de belirtildiği üzere, 2000'li yıllardan itibaren Türk televizyon dizileri 170'ten fazla ülkeye ihraç edilmekte; Türkiye, ABD'nin ardından dünyanın ikinci büyük dizi ihracatçısı olarak anılmaktadır (Kaptan & Algan, 2023). Bu tabloyu güncelleyen son sektör verilerine göre, 2024 yılı itibarıyla Türk dizi sektörünün yıllık ihracat gelirinin 500 milyon dolar barajını aştığı açıklanmıştır.[42] Sektör temsilcilerinin ve resmi makamların değerlendirmelerinde, 300'ü aşkın Türk yapımının bugün 150–170 ülkeye ulaştığı, her gün yaklaşık 800 milyon izleyicinin bir Türk dizisi izlediği ifade edilmektedir[43]. Bu veriler, girişte çizilen küresel ölçekli kültürel etkinin güncel boyutunu teyit etmektedir.

Akademik çalışmalar, bu nicel büyüklüğün yanında, dizilerin sahadaki algısına da odaklanmaktadır. Ortadoğu, Balkanlar ve Latin Amerika'da yapılan araştırmalar; Türk dizilerinin izleyicilerde Türkiye'ye yönelik merak uyandırdığını, ülkeyi ziyaret etme isteğini güçlendirdiğini ve Türk toplumuna dair birçok temsilin diziler üzerinden kurulduğunu göstermektedir (Yazar, 2020; Hayajneh & İnan, 2015; Aslan, 2019). Bu bulgular, girişte vurgulanan yumuşak güç ve kültürel yakınlık tartışmalarını destekler niteliktedir.

Bu çerçevede Türk dizileri, Türkiye'nin dış politikasında doğrudan bir "resmi propaganda" aracı olmaktan ziyade, gündelik hayatı, mekânları ve ilişkileri temsil eden popüler anlatılar aracılığıyla dolaylı bir kamu dip-

42. 2024 yılına ilişkin ihracat geliri, Ticaret Bakanlığı verilerine dayanan haberlerde 500 milyon doların üzerinde olarak açıklanmıştır. https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turk-dizi-sektorunun-2024teki-ihracat-geliri-500-milyon-dolari-asti/3454273

43. *Her gün 800 milyon kişi Türk dizisi izliyor*.
https://www.dunya.com/ihracat/her-gun-800-milyon-kisi-turk-dizisi-izliyor-haberi-782297

lomasisi işlevi görmekte; dizilerle oluşan kültürel merak ve sempati, ancak kültür merkezleri, eğitim programları ve turizm politikaları gibi tamamlayıcı adımlarla desteklendiğinde sürdürülebilir bir yumuşak güç kaynağına dönüşebilmektedir.

Yumuşak Gücün Sınırları ve Eleştirel Tartışmalar

Türk dizilerinin küresel ölçekte ulaştığı yaygınlık, Türkiye'ye belirgin bir kültürel avantaj sağlamakta ve ülkenin imajını pek çok bölgede olumlu yönde etkilemektedir. Bununla birlikte, bu kültürel başarının otomatik olarak siyasal ya da stratejik bir güce dönüştüğü söylenemez. Yörük ve Vatikiotis (2013), Türk dizilerinin Ortadoğu, Balkanlar ve Yunanistan'daki popülaritesini inceleyen çalışmalarında, "yumuşak güç" söylemine aşırı anlam yüklemenin risklerine dikkat çekmekte; kültürel ürünlerin yaygın izlenmesinin tek başına bölgesel hegemonya anlamına gelmediğini vurgulamaktadır. Yazarlara göre, Türkiye'nin bölgesel prestiji ve popüler kültürel etkisi artmış olsa da dizilerin yarattığı bu cazibe henüz kalıcı ve belirleyici bir dış politika etkisine sorunsuz biçimde dönüşmüş değildir.

Bu nedenle, Türk dizilerinin etkisini değerlendirirken, bir yandan kültürel ve ekonomik başarıyı teslim etmek; diğer yandan bu başarının siyasal sonuçlarını abartmamak önemlidir. Diziler, pek çok toplumda Türkiye'ye yönelik merak, sempati ve görünürlük üretmekte; turizm, dil öğrenimi ve kültürel etkileşim gibi alanlarda somut etkiler oluşturmaktadır. Ancak bu kültürel zeminin dış politikada güçlü bir araca dönüşebilmesi, ekonomik ilişkiler, diplomatik tercihler ve bölgesel krizler gibi başka faktörlerle birlikte düşünülmelidir (Alankuş &Yanardağoğlu, 2016; Yörük &Vatikiotis, 2013).

Ülke Markalaması, Yeni Türkiye İmgesi ve Stratejik Kullanım İhtiyacı

Türk dizileri, yalnızca bireysel izleyici deneyimleri üzerinden değil, Türkiye'nin kendini dünyaya nasıl sunmak istediği üzerinden de okunabilir. Uluer'in (2024) yeni Osmanlıcılık ve ülke markalaması üzerine çalışması, tarih temalı dizilerin hem iç hem dış kamuoyunda Türkiye'ye dair belirli bir hikâye kurduğunu göstermektedir. Bu diziler, içeride "geçmişin ihtişamına dönüş" duygusunu güçlendirirken; Balkanlar ve Ortadoğu'da Türkiye'yi tarihsel bağları güçlü, bölgeyle özel ilişkileri olan bir ülke olarak resmeden bir imaj üretmektedir. Böylece diziler, "yeni Türkiye"nin kendini hem eski Osmanlı coğrafyasında hem de küresel platformlarda nasıl konumlandırdığını yansıtan birer görsel anlatı haline gelmektedir (Uluer, 2024).

Yazar'ın (2020) vurguladığı gibi, bu kültürel birikimin kalıcı sonuçlara dönüşebilmesi için, dizilerle oluşan ilginin kurumsal kanallarla desteklenmesi gerekmektedir. Latin Amerika ve Afrika gibi bölgelerde Türk dizilerine yoğun ilgi olmasına karşın, Yunus Emre Enstitüsü gibi kurumların sınırlı sayıda ülkede faaliyet göstermesi, ortaya çıkan sempatinin her zaman dil öğrenimi veya uzun vadeli kültürel bağlara dönüşmediğini göstermektedir (Yazar, 2020). Buna karşılık Güney Kore'nin "Kore dalgası" sürecinde devlet ve özel sektörün birlikte yürüttüğü kültürel strateji, popüler kültür ürünlerinin nasıl daha planlı bir kültürel diplomasi politikasına dönüştürülebileceğine dair önemli bir örnek sunmaktadır (Karslı & Yazgan, 2025).

Endüstriyel Dönüşüm: Üretim–Dağıtım –Pazarlama

Tarihsel Süreç ve İvmelenme: 2000'lerden Günümüze

Türkiye'de yerli dizi üretimi 1975'te TRT'nin ilk drama dizileriyle başlar; 1970–80'lerde BBC modelinden esinlenen kamusal hizmet yayıncılığı ve tek kanal yapısı hem tür çeşitliliğini hem de üretim hızını sınırlayan bir çerçeve oluşturur (Kaptan & Algan, 2023). 1990'larda özel televizyon kanallarının devreye girmesiyle hem kanal sayısı hem dizi üretim miktarı artmış; Yeşilçam melodramı ve komedi geleneğini taşıyan Bir Demet Tiyatro, Süper Baba, Mahallenin Muhtarları gibi yapımlar, yerli dizinin "ulusal popüler kültür ürünü" olarak kitleselleştiği ilk dönemi temsil etmiştir (Özsoy, 2015; 2022).

2000'ler, hem içerik hem de ihracat açısından kırılma noktasıdır. 2001'de Deli Yürek'in Kazakistan'a bölüm başı 30 dolar gibi sembolik bir bedelle satılması, ilk sistematik dışa açılma girişimlerinden biri kabul edilir (Öztürk & Atik, 2016). 2008'de Gümüş'ün (Noor) MBC üzerinden Arap coğrafyasına satışı ve final bölümünün yaklaşık 85 milyon Arap izleyici tarafından izlenmesi, Türk dizilerinin Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da "duygusal ve kültürel referans" hâline geldiği bir eşik yaratmıştır (Buccianti, 2010). Aynı dönemde Binbir Gece'nin Balkanlar'daki başarısı ve Muhteşem Yüzyıl'ın 150'den fazla ülkeye satılması, Türkiye'yi kısa sürede küresel dizi haritasında belirgin bir aktör hâline getirmiştir (Oxford Business Group, 2012; Ağırseven & Örki, 2020).

İhracat rakamları bu ivmelenmeyi sayısal olarak da görünür kılar. Ticaret Bakanlığı ve sektör verilerine göre Türk dizi ihracatı 2012'de yaklaşık 120 milyon dolar, 2013'te 170 milyon dolar, 2014'te 250 milyon

dolar, 2015'te 400 milyon dolar, 2016'da ise 500 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır (Güngör, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020). 2016 sonrasında Orta Doğu'da yaşanan siyasi gerilimler ve bazı kanallarda Türk dizilerine getirilen fiili ambargolar nedeniyle 2017'de ihracat 450 milyon dolara, 2018'de 400, 2019'da 300 milyon dolara gerilemiş; ancak Latin Amerika ve yeni pazarların devreye girmesiyle 2019 sonu itibarıyla rakamlar yeniden 350–400 milyon dolar bandına çıkmıştır (Güngör, 2022)

Bugün gelinen noktada Türk dizileri 150–170 ülkeye satılmakta; yaklaşık 500–750 milyon izleyiciye ulaştığı tahmin edilmektedir[44] (Sayın, 2021; Türk, 2024). Strateji belgelerinde 2023 için 1 milyar dolarlık dizi ihracatı hedefi zikredilmiş; pandemi ve bölgesel krizler bu hedefin ertelenmesine yol açsa da 500–600 milyon dolar bandı artık sürdürülebilir bir eşik olarak öne çıkmaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2022; T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020).

Bu tarihsel sürecin 2020 sonrası ayağı, dijitalleşmenin hızlanmasıdır. Pandemi döneminde hem yurtiçinde hem yurtdışında izleyici davranışlarının dijital platformlara kayması, Türk dizilerinin Netflix, BluTV, Exxen, tabii ve bölgesel SVOD servisleri üzerinden yeni formatlarla ve yeni izleyici segmentleriyle buluşmasını sağlamış; "Yeni Nesil Türk Draması" etiketi, bu dönüşümün hem estetik hem endüstriyel adı hâline gelmiştir (Özsoy, 2022; Kaptan & Algan, 2023).

Üretim Yapısı ve "Türk Dizisi" Formatı

Türk dizi endüstrisinin üretim yapısını belirleyen en kritik özellik, bölüm süresidir. Türkiye'de ulusal kanallarda yayımlanan dramatik dizilerin bir bölümü ortalama 120–160 dakika sürmekte; bu durum hem senaryo yazımını hem set sürelerini hem de bütçe planlamasını radikal biçimde etkilemektedir (Güngör, 2022; Duman, 2019). Aynı içerik, yurt dışına satılırken çoğunlukla üç ya da dört adet 45–55 dakikalık bölüme bölünmekte; böylece haftalık uzun bölümler, yabancı kanallarda günlük dizilere dönüşmektedir (Güngör, 2022). Bu format, hem satış stratejisini (bölüm başı fiyatlandırma) hem de ihracatın toplam hacmini belirleyen yapısal bir parametredir.

Türk dizilerinin tür ve anlatı yapısı, 2000'ler sonrası belirgin şekilde melezleşmiştir. Melodram, komedi, aile draması, polisiye, tarih, aksiyon ve romantik komedi öğeleri çoğu zaman aynı yapımda iç içe geçmekte; bu da "Türk dizisi"ni tek bir tür etiketiyle sınırlanamayacak, hibrit bir format hâline getirmektedir (Özsoy, 2015; 2022). Asmalı Konak, Kurtlar Vadisi, Fatmagül'ün Suçu Ne?, Behzat Ç., Muhteşem Yüzyıl, Diriliş Er-

44. TRT Haber, *Türk dizileri dünyanın dört bir yanına köprü oldu*, https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/turk-dizileri-dunyanin-dort-bir-yanina-kopru-oldu-560791.html

tuğrul gibi yapımlar, bir yandan yerel tarih, siyaset ve toplumsal cinsiyet tartışmalarını gündeme taşırken, diğer yandan yüksek melodram ve aile çatışması formüllerini sürdürmüştür (Türk, 2024).

Yeni nesil Türk draması bu üretim yapısının dijital çağdaki uzantısıdır. Özsoy'a göre bu yeni drama türü; yüksek prodüksiyon kalitesi, modern/postmodern anlatı teknikleri, minimalist sinematografi, çoklu kahraman ve yan hikâyelerle örülü yapı ve melez tür kompozisyonu ile önceki dönemlerden ayrılır (Özsoy, 2022). Kamera, ışık, ses, müzik ve kurguda bağımsız sinema estetiğine yakın deneysel tercihlerin artması; özellikle platform dizilerinde sezonluk yapıların kısalması, karakter psikolojisine ve atmosfer kurulumuna verilen önemin yükselmesi, bu dönüşümün estetik boyutunu oluşturur (Özsoy, 2022; Kaptan & Algan, 2023). TRT'nin dizi üretimi, bu yapının içinde özel bir konumdadır. Kurum, 2010'lar sonrası tarihi ve dinî temalı yüksek prodüksiyonlu dizilerle (Diriliş Ertuğrul, Payitaht Abdülhamid vb.) hem iç pazarda hem de Pakistan, Orta Asya, Güney Asya gibi coğrafyalarda güçlü bir etki yaratmış; bu yapımlar kamu diplomasisi ve yumuşak güç literatüründe sıkça referans verilen örnekler hâline gelmiştir (Türk, 2024). Pakistan'da Diriliş Ertuğrul ve Yunus Emre'nin Urduca dublajla yayınlanması, Başbakan İmran Han'ın bu dizileri gençlere ahlak ve İslam tarihi öğretmek için önermesi, TRT yapımlarının ideolojik ve pedagojik işlevini görünür kılar (Türk, 2024). Aynı şekilde, Diriliş Ertuğrul'un Keşmir'de iletişim ablukası döneminde flash belleklerle yaygınlaştırılması, dizinin saldırı altındaki Müslüman topluluk için moral ve özsaygı kaynağı hâline geldiğini gösterir (Essa, 2020; akt. Türk, 2024).

Buna karşılık, ticari yapımcı ve dağıtımcılar açısından "Türk dizisi formatı" daha seküler, duygusal ve aile odaklı bir çerçevede tanımlanmaktadır. Sertbulut'un saha araştırmasına göre, uluslararası pazar için hazırlanan projelerde milliyetçi ve dinî temalar bilinçli biçimde geriye çekilmekte; başörtüsü, cami, dua gibi unsurlar minimumda tutulmakta, "yerellik" daha çok düğün, aile sofraları ve gündelik âdetler üzerinden verilmektedir (Sertbulut, 2023). Böylece diziler, bir yandan Türk kültürüne özgü duygu ve ilişkileri gösterirken, diğer yandan küresel izleyici açısından "aşırı yerel" ve politik bulunabilecek ögelerden arındırılmaktadır (Sertbulut, 2023). Üretimdeki bu melez yapı ve format farklılığı, sadece bir estetik tercih değil; aynı zamanda küresel dağıtım ağlarının talepleriyle şekillenen stratejik bir endüstriyel adaptasyon sürecidir.

Dağıtım Kanalları ve Küresel Pazar Aktörleri

Türk dizi ihracatını mümkün kılan ağ, bir yandan ulusal kanalların kendi dağıtım birimlerinden, diğer yandan yerli/uluslararası bağımsız da-

ğıtım şirketlerinden oluşur. ATV, Kanal D International, TRT gibi kanallar kendi kataloglarını doğrudan uluslararası pazarlarda temsil ederken; Global Agency, Inter Medya, Calinos Entertainment, Madd Entertainment, Eccho Rights gibi dağıtımcılar, hem farklı yapım şirketlerinin içeriklerini bir araya getirir hem de format ve senaryo haklarının satışını yürütür (Güngör, 2022; Türk, 2024).

Bu aktörlerin buluşma zemini ise uluslararası içerik fuarlarıdır. Cannes'da düzenlenen MIPTV ve MIPCOM, NATPE Miami, MIP Cancun, Dubai International Content Market, ATF Singapur gibi fuarlar, Türk dizilerinin ilk kez uluslararası alıcıların karşısına çıktığı, projelerin tantıldığı ve ön satışların yapıldığı temel sahnelerdir (Yıldız, 2019; Filiztekin, 2021; akt. Güngör, 2022). İstanbul Ticaret Odası, 2011'den itibaren bu fuarlara Türk firmalarının katılımını organize etmiş; yaklaşık 45 firma ve 100 temsilcinin uluslararası profesyonellerle buluşmasını sağlayarak sektörün profesyonelleşmesini desteklemiştir (İstanbul Ticaret Odası, 2022). Ticaret Bakanlığı ve Hizmet İhracatçıları Birliği de TURQUALITY ve benzeri programlar üzerinden dizi ihracatını stratejik hizmet ihracatı kalemi olarak desteklemektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020).

Dağıtım süreci yalnızca fuar standı ve katalogdan ibaret değildir. Sertbulut'un belirttiği gibi dağıtımcılar, projelerin daha yazım aşamasında senaryoyu okuyup, uluslararası satılabilirlik açısından önerilerde bulunmakta; oyuncu seçimi, tür tonu, tarihî/milliyetçi unsurların dozu gibi konularda yapımcılarla müzakere etmektedir (Sertbulut, 2023). Uzun soluklu dizilerin ancak ilk 20 bölüm iç pazarda başarı sağlaması hâlinde yabancı alıcılara sunulması, bu süreçte risk yönetimi açısından kritik bir eşik olarak kullanılmaktadır (Güngör, 2022).

Küresel pazarın coğrafi dağılımı hem ekonomik hem kültürel mantığıyla öne çıkar. İlk büyük genişleme Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da (MENA) yaşanmış; MBC gibi çok bölgeli yayıncılar üzerinden Türk dizileri 20'yi aşkın Arap ülkesine ulaşmıştır (Buccianti, 2010; Kaptan & Algan, 2023). Balkanlar (Yunanistan, Bosna Hersek, Hırvatistan, Bulgaristan vb.) 2000'ler boyunca ana pazar hâline gelirken; 2010'lar itibarıyla Latin Amerika (Şili, Arjantin, Brezilya, Meksika, Peru vb.) ihracatın yeni ağırlık merkezi olmuştur (Aslan, 2019; Türk, 2024). Şili'de Binbir Gece'nin başarısı, Türk dizilerinin prime time'da yerel yapımları ve hatta futbol müsabakalarını geride bıraktığı; akabinde Türkiye–Şili ilişkilerinde turizm ve kültürel değişim için yeni bir zemin oluşturduğu ampirik çalışmalarla ortaya konmuştur (Campos Pérez, 2017; akt. Özarslan, 2023).

Dağıtımcıların "global pazar"ı sınıflandırma biçimi, aynı zamanda fiyatlandırma ve prestij stratejilerini de belirler. LATAM'da ABD'nin İspanyolca kanalları, Brezilya, Meksika ve Şili, bölüm başı en yüksek fiyatların elde edildiği pazarlarken; Arjantin, Peru, Paraguay gibi ülkeler orta ve alt segment fiyatlandırmanın yapıldığı alanlardır (Güngör, 2022; Emre Grenta röportajı, akt. Güngör, 2022). Afrika ülkelerinde ise talep yoğun olmasına rağmen, ekonomik kapasite nedeniyle bölüm başı fiyatlar daha düşüktür (Güngör, 2022).

Bu resmî ağların dışında, korsan ve fan temelli dolaşım kanalları da küresel pazarın fiili sınırlarını genişletir. Latin Amerika'da hayran grupları, Türk dizilerini resmi satış gerçekleşmeden önce internet üzerinden dolaşıma sokmakta; Pakistan, Orta Asya ve Afrika'da YouTube, uydu yayınları ve kaçak platformlar üzerinden geniş izleyici kitleleri oluşmaktadır (Aslan, 2019; Türk, 2024). Bu durum bir yandan 800–900 milyon dolara ulaştığı tahmin edilen fiili ihracat hacmiyle, resmi kayıtların üzerinde bir izlenme ve marka görünürlüğü yaratmakta; diğer yandan yıllık 100–150 milyon dolar civarında olduğu tahmin edilen lisans kaybına yol açarak sektör için ciddi bir ekonomik tehdit oluşturmaktadır (Güngör, 2022).

Türk dizilerinin küresel dolaşımı yalnızca kültürel çekicilikle değil, üretim hacmi, dağıtım ağları, fiyatlandırma stratejileri ve uluslararası fuar organizasyonlarıyla desteklenen kurumsal bir altyapı sayesinde mümkün olmuştur. Bu durum, yumuşak gücün sembolik bir cazibe değil, endüstriyel kapasiteye dayanan bir dolaşım rejimi olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, 2000'lerden günümüze Türk dizi endüstrisi; uzun bölüm formatı, melez tür yapısı ve yüksek prodüksiyon maliyetleriyle tanımlanan özgün bir üretim modeli, karmaşık ve çok aktörlü bir dağıtım ağı ve prestij ile kâr rejimlerinin aynı anda işlediği küresel bir pazar mantığı içinde evrilmiştir. Bu yapı, hem Türkiye'nin hizmet ihracatı ve kültürel diplomasisi açısından stratejik bir alan yaratmakta hem de sektör içi güç ilişkileri, içerik tercihleri ve izleyici hiyerarşileri bağlamında tartışmalı bir endüstriyel dönüşüme işaret etmektedir (İstanbul Ticaret Odası, 2022; Sertbulut, 2023; Kaptan & Algan, 2023; Türk, 2024).

Türk Dizilerinin Anlatı Yapısı

Televizyon alanında "Türk dizisi" dendiğinde, belirli tür kombinasyonları, benzer ilişki örüntüleri, belirgin bir duygusal yoğunluk ve bunları taşıyan ortak bir anlatım tarzı akla gelir. Bu bölüm, farklı coğrafyalardaki örneklerden bağımsız olarak, bir yapımı "Türk dizisi" olarak tanınır kılan başlıca anlatı ve yapı özelliklerini özetlemeyi amaçlamaktadır. Odak, tek tek dizilerin öykülerinden çok; tür tercihi, bölüm süresi, karakter kur-

gusu ile aile ve toplumsal değerler etrafında kurulan temel anlatı iskeletine yöneltilmektedir. Böylece hem Türkiye içi üretim ve izleme pratiklerinde son dönemde ortaya çıkan ortak kalıp netleştirilmekte, hem de bu kalıbın farklı ülkelerde neden kolayca okunabildiğine ilişkin zemin hazırlanmış olmaktadır. Türk dizilerinin küresel başarısının, sadece dış pazarlama stratejilerinden değil, melodramik yoğunluk, görsel estetik ve "yakın modernlik" dediğimiz ara-kültürel formun iç içe geçtiği bir anlatı dilinden beslendiği görülmektedir (Cereci, 2014; Türk, 2024; Yazar, 2020).

Duygusal Yapı ve Melodram

Türk dizilerinin en güçlü bileşenlerinden biri, klasik melodram geleneğini güncel toplumsal gerilimlerle birleştiren yoğun bir duygusal empati rejimidir (Özsoy, 2015; Özsoy, 2022). Son on yılda dizilerde "abartma"ya, yani kriz ve duygusal sarsıntı anlarına dayalı anlatı kurgusunun, izleyiciyle kurulan duygusal bağı taşıyan temel eksen hâline geldiği belirtilmektedir (Özsoy, 2022). Cereci (2014), Türk dizilerinin farklı coğrafyalarda anlaşılabilirliğini, bu melodramik yapı içinde temsil edilen "evrensel insan halleri" (kıskançlık, sadakat, ihanet, fedakârlık) ile açıklar; yerel kültürel ayrıntılara rağmen karakterlerin duygusal durumları geniş bir küresel tanınırlığa sahiptir.

Melodram, Türk dizilerinde üç düzlemde çalışır:

- Duyguların aşırı görünür kılınması: Uzayan sahneler, tekrar eden jestler ve yüksek duygulanım anları, melodramatik yoğunca iç içe geçmiş bir anlatı kurar (Özsoy, 2015; Özbulduk Kılıç, 2024).
- Zamanın duygusal olarak "gerilmesi": 120–150 dakikalık bölüm süreleri, atmanın ve bekleyişin uzun sekanslar hâlinde kurulmasına imkân tanır; bu da duygusal yoğunluğun bir biçimsel stratejiye dönüşmesini sağlar (Özsoy, 2022).
- Müzik ve ses tasarımının dramatik işlevi: Gümüş, Binbir Gece, Muhteşem Yüzyıl, Diriliş Ertuğrul gibi dizilerde olduğu gibi, son dönemde Gönül Dağı, Bahar, Kızılcık Şerbeti örneklerinde de dramatik müzikler, izleyicinin duygusal yönelimlerini çerçeveleyen temel taşıyıcılardır (Türk, 2024; Özsoy, 2024).

Uzayan bakış sekansları, sözle ifade edilmeyen çelişkileri –aşk/ayıp, arzu/günah, sadakat/bağımsızlık gibi– zamansal olarak askıda tutar ve izleyiciyi bu gerilimde konumlandırır (Özbulduk Kılıç, 2024). 2010–2020 dönemine ilişkin geniş ölçekli alımlama araştırmalarında, izleyicilerin önemli bir kısmı dizilerin duyguları "aşırı" işlediğini söylerken bile,

bu duygusal yoğunluğun onları ekranda tuttuğunu kabul etmektedir (Sarıtaş ; Özsoy, 2022).

Bu duygusal durum, aynı zamanda Türk dizilerinin yumuşak güç etkisini de besler. Arap dünyasında Gümüş/Noor, Latin Amerika'da Binbir Gece, Orta Asya'da Diriliş Ertuğrul örneklerinde görüldüğü üzere, "samimi aşk", aile dramı ve ahlaki ikilemler, yerel izleyici tarafından inandırıcı ve yakın bulunmakta; bu da Türk dizilerinin Amerikan dizileri ya da Latin telenovela örneklerine göre daha "içten" algılanmasına yol açmaktadır (Buccianti, 2010; Türk, 2024; Yazar, 2020).

Görsel Yapı ve Kent Mekânı

Türk dizilerinin yapısındaki ikinci bileşen, mekân ve özellikle İstanbul'un temsilinde yoğunlaşan görsel estetiktir (Özbulduk Kılıç, 2024; Türk, 2024). 2010–2020 dönemini inceleyen sektör raporları, ulusal ve uluslararası izleyici için İstanbul'un en sık kullanılan "plato kent" olduğunu; Arka Sokaklar, Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz, Kiralık Aşk, Poyraz Karayel, Bizim Hikâye, Menajerimi Ara gibi birçok dizinin temel mekânının bu şehir olduğunu göstermektedir (Özbulduk Kılıç, 2024). Aysu Uğur Balcı'nın kent markalaması analizine göre, dizi anlatılarında şehir, sadece arka plan değil, hikâyenin anlam üretimine aktif şekilde katılan bir "karakter" olarak konumlanır (Uğur Balcı, 2022).

Bu görsel estetik iki kutup arasında salınır:

- Bir yanda Boğaz yalıları, plazalar, lüks rezidanslar, lüks restoranlar ve "cam cepheli" ofisler üzerinden kurulan gösterişli kent manzaraları (Uğur Balcı, 2022; Türk, 2024).
- Diğer yanda mahalle, kasaba, "küçük yer" atmosferi, Anadolu kasabası, Karadeniz dizilerindeki köy ve yaylalar ile sunulan samimiyet ve aidiyet imgesi (Özbulduk Kılıç, 2024).

Kent silueti, köprüler, tarihi yarımada ve sahil hattı, tekrar eden çekimlerle izleyicinin belleğinde kartpostal imgelere dönüşür. Lüks ve ihtişamın sinematografisi ise özellikle kamera hareketleri (crane, drone, geniş açı), yüksek kontrastlı ışık, doygun renk paleti ve kostüm-tasarım üzerinden inşa edilir (Özsoy, 2015; Özsoy, 2024). Dizilerdeki ev içi mekânlar – geniş salonlar, açık mutfaklar, mermer yüzeyler, sanat objeleri– ve araç/mobilya/mücevher kodları, bir yandan küresel orta-üst sınıf estetiğine eklemlenirken, diğer yandan "Türk evi", "Türk misafirperverliği" gibi yerel motiflerle melezleşir (Türk, 2024).

İstanbul dışındaki "plato şehirler" Mardin'de Hercai, Gaziantep'te

Benim Adım Melek, Nevşehir'de Yer Gök Aşk, Muğla/Bodrum'da Sefirin Kızı, Karadeniz dizilerinde Rize ve çevresi benzer kartpostal estetiğiyle sunulur (Özbulduk Kılıç, 2024).

Anlatı Düzeni ve Toplumsal Konumlanma

Türk dizilerinin üçüncü temel bileşeni ne bütünüyle Batılı bireyci modernliği ne de "geleneksel" hiyerarşik yapıyı aynen tekrar eden, arada konumlanan bir anlatı formu üretmeleridir. Özsoy'un "Yeni Nesil Türk Draması" tanımlamasıyla işaret ettiği üzere, bu anlatılar türsel olarak melezdir –melodram, aile dizisi, tarihî drama, aksiyon, romantik komedi kodlarının iç içe geçmesi– ve toplumsal kimlikleri "katı karşıtlıklar" üzerinden değil, çatışan ama aynı evrende birlikte var olan pozisyonlar üzerinden kurar (Özsoy, 2024).

Bu "yakın modernlik" üç düzeyde izlenebilir:

1. **Aile ve birey ilişkisi:** Birçok dizide çekirdek aile ile geniş aile, patriyarkal otorite ile bireysel özgürlük, aynı anlatı içinde çatışma hâlinde birlikte yaşar (Sarıtaş ve Özsoy, 2022). Diriliş Ertuğrul, Kuruluş Osman gibi tarihî dizilerde bile geleneksel soy/ocak vurgusunun yanında kişisel vicdan, aşk ve adalet arayışı öne çıkmaktadır (Türk, 2024). Gündelik melodramlarda ise genç kuşaklar "aşk için risk alma", "evlilik kararını bireysel iradeyle verme" iddiası taşırken; aile onayı, mahallenin bakışı ve namus söylemi anlatının dışına tamamen itilmez, ertelenir ve yeniden müzakere edilir (Özbulduk Kılıç, 2024; Sarıtaş ve Özsoy, 2022).
2. **Laiklik/dindarlık ve yaşam tarzı:** Hancıgaz ve Hülür'un Bosna-Hersek, Ürdün ve Kırgızistan örneklerinde gösterdiği gibi, Türk dizilerinin Amerikan dizilerine göre daha fazla tercih edilmesinin nedenlerinden biri, din, modernlik ve özgürlüğün "belirli oranlarda birlikte kullanılması"dır (Hancıgaz & Hülür 2024). Diziler, ne tamamen seküler bir dünya ne de bütünüyle dindar bir kozmos sunar; başörtülü ve başı açık karakterler, aynı kampüste ya da aynı ofiste, çatışarak ama birlikte var olurlar (Türk, 2024). Bu hibritlik, Orta Doğu'da "modern Müslüman" imajını cazip bir rol model hâline getirirken; Latin Amerika'da "muhafazakâr ama tutkulu aşk" fikrini güçlendirir (Buccianti, 2010; Türk, 2024).
3. **Türsel ve biçimsel melezlik:** Yeni nesil dizilerde komedi, psikodrama, polisiye ve tarih öğeleri aynı seride yan yana gelir; Kırmızı Oda, Masumlar Apartmanı, Camdaki Kız gibi yapımlarda travma

anlatıları, Uysallar'da punk kimlik ve orta sınıf sıkışması, Bir Başkadır'da dindar/kentli/burjuva kimliklerin çarpışması buna örnektir (Özsoy, 2022; Özsoy, 2024). Platform dizilerinde bölüm sürelerinin kısalması ve sinematografik dilin sinema estetiğine yaklaşması tek mekânlı, minimal anlatıları mümkün kılarken; ulusal kanallardaki uzun bölümler klasik melodram ve aile dizisi kodlarını sürdürür (Özsoy, 2024).

Anlatı Öğeleri Arasındaki Bütünlük

Türk dizilerinin "ne sunduğunu" açıklarken, yukarıda tartışılan üç eksenin –melodram, görsel estetik, yakın modernlik– birbirinden bağımsız değil, metin içinde sıkı bir eklemlenme içinde çalıştığını vurgulamak gerekir (Cereci, 2014; Özsoy, 2024). Melodramatik duygusal yoğunluk, İstanbul'un ya da plato şehirlerin kartpostal estetiği ile birleştiğinde, seyirciye hem "hayal edilebilir bir Türkiye" hem de "ulaşılabilir bir gündelik hayat" görüntüsü sunar (Uğur Balcı, 2022; Türk, 2024). Yakın modernlik ise bu görüntüye anlam verir; lüks iç mekânlarda geçen sahnelerde bile aile içi krizler, ekonomik dengesizlikler, sınıf atlama arzusu ve ahlaki ikilemler, küresel izleyici için tanıdık bir çerçeve üretir (Cereci, 2014; Türk, 2024).

Bu bütünlük, Türk dizilerinin kamu diplomasisi ve yumuşak güç bağlamında da önemlidir. Faruk Yazar'a göre dizi sektörü, niyet edilmemiş olsa da fiilen bir kültürel diplomasi aracı hâline gelmiş; Türkiye imajını, tarihsel ve kültürel değerleri, Turquality ve hizmet ihracatı stratejileriyle paralel biçimde geniş kitlelere taşımıştır (Yazar, 2020). Türk'ün (2024) çalışması ise dizilerin küresel izlenirliğinin dört ana nedende toplandığını gösterir: yapım kalitesi, konu/tema, oyunculuk ve kültürel yakınlık. Bu dört unsur, bu bölümde tarif ettiğimiz üç eksenle doğrudan örtüşmektedir.

Özetle, Türk dizilerinin "ne sunduğu", sadece hikâye ya da tür düzeyinde değil; duygusal yoğunluk, mekân estetiği ve hibrit modernlikten oluşan hem yerel hem evrensel olarak okunabilen bir metin-içi mimari üzerinden anlaşılabilir (Özsoy, 2024; Cereci, 2014). Bir sonraki bölümde bu içsel kodların Orta Doğu, Latin Amerika ve Balkanlar gibi farklı coğrafyalarda nasıl farklı alımlama biçimleri ürettiği; "modern Müslüman", "muhafazakâr aşk", "ortak tarih ve nostalji" gibi imgeler üzerinden sosyolojik düzeyde nasıl işlediği tartışılacaktır.

Bölgesel Alımlama Haritası: MENA, Balkanlar, Orta Asya ve Latin Amerika

Bu bölüm, Türk dizilerinin farklı coğrafyalarda hangi gerekçelerle benimsendiğini, hangi anlamlarla okunduğunu ve bunun Türkiye imajı ile ülke markası açısından nasıl bir etki ürettiğini karşılaştırmalı biçimde ele almaktadır (Türk, 2024; Yazar, 2020). Amaç, "her yerde aynı etki" varsayımını sorgulayarak, her bölgenin kendi tarihsel ve kültürel bağlamı içinde Türk dizilerine atfettiği anlamları görünür kılmaktır (Yanardağoğlu &Karam, 2013; Türk, 2024).

Bu çerçevede, MENA bölgesinde modernlik, kültürel yakınlık ve yumuşak güç söylemi etrafında şekillenen alımlama biçimleri; Balkanlar'da tarihsel bağlar, kent ve gündelik hayat imgeleriyle iç içe geçmiş bir yakınlık; Latin Amerika'da melodram, sınıf gerilimleri ve güçlü karakter anlatılarının öne çıktığı daha "uzak ama tanıdık" bir okuma; Orta Asya'da ise dil, din ve tarih temelli akrabalık duygusuyla birlikte yükselen bir Türkiye merakı ayrı alt bölümlerde tartışılacaktır (Yanardağoğlu &Karam, 2013; Türk, 2024; Yazar, 2020).

Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA): "Müslüman-Modern" Yaşam Tarzı ve Yumuşak Güç

MENA bağlamında Türk dizileri, izleyiciye hem tanıdık hem de özlem duyulan bir "Müslüman-modern" yaşam tarzı sunan metinler olarak öne çıkar; din, aile ve gündelik hayat bakımından yakın bir kültürel zeminde, daha seküler ve kentli bir hayatın temsil edilmesi bu dizileri Batılı yapımlardan ayrıştıran başlıca unsurdur (Deniz, 2010; Yanardağoğlu &Karam, 2013, s. 565–568). Gümüş/Nur dizisi bu sürecin simgesel kırılma noktasıdır: final bölümünün yaklaşık 85 milyon kişi tarafından izlendiği, Arap televizyon tarihinde rekor düzeyde bir izlenme yarattığı ve romantik, eşitlikçi evlilik kurgusuyla özellikle kadın izleyicilerde güçlü bir özdeşleşme oluşturduğu belirtilmektedir (Deniz, 2010; Yanardağoğlu &Karam, 2013, s. 562). Aynı temsil, "muhafazakâr öfke" olarak adlandırılan tepkiyi de beslemekte; evlilik öncesi ilişkiler ve kadınların güçlenmiş konumu, geleneksel değerlerin aşınması tartışmaları etrafında yoğun eleştirilere konu olmaktadır (Deniz, 2010).

İzlenme nedenleri birkaç eksende toplanmaktadır. İlk olarak kültürel yakınlık ve "tanıdık modernlik" vurgulanır: Arap izleyiciler, Türk dizilerinde "geleneği bütünüyle reddetmeden modernleşmeye çalışan" bir toplum gördüklerini, bu nedenle Batı yapımlarına kıyasla buradaki sekü-

lerleşmiş yaşam tarzını daha kabul edilebilir bulduklarını ifade etmektedir (Deniz, 2010). Berg'in[45] Katar merkezli araştırmasına göre alkol, evlilik dışı ilişkiler ve kürtaj gibi tabu alanlar Türk dizilerinde yer almakta, ancak anlatı çoğu zaman muhafazakâr bir sonuca bağlanmakta; bu da dizileri hem cesur hem de "sınırı aşmayan" metinler hâline getirmektedir. İkinci olarak aspirasyon boyutu öne çıkar: lüks mekânlar, İstanbul manzaraları, şatafatlı tüketim ve romantik ilişkiler, özellikle ev kadınları ve orta sınıf kadınlar için hem bir kaçış hem de "ulaşılabilir modernlik" tahayyülü üretmekte; diziler bu anlamda romantizmle neredeyse eşanlamlı hâle gelmektedir (Deniz, 2010; Berg, akt. Habertürk, 2018). Üçüncü olarak güçlü kadın karakterler ve modern ama muhafazakâr aile yapısı, Müslüman bir toplum bağlamında "ayakları üzerinde duran kadın" figürünü Arap izleyici için görünür kılmakta; bu temsil hem hayranlık hem tartışma üretmektedir.

Bu alımlama biçimleri Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesiyle doğrudan ilişkilendirilir. Deniz, Gümüş ve onu izleyen yapımların Arap izleyiciye "kendilerinden daha modern bir Müslüman toplum"un gündelik hayatını göstererek modernlik–din ikilemini yeniden düşünme zemini sunduğunu; aynı zamanda Türkiye'nin laik ama Müslüman kimliğinin cazip bir model olarak görünür kılındığını belirtir (Deniz, 2010). Berg'in bulgularında katılımcılar, Türkiye'yi Doğu ve Batı değerlerini harmanlayan, tarihî ve kültürel mirasıyla hayranlık uyandıran bir ülke olarak tanımlamakta; dizilerin turizm, Türkçe öğrenimi ve tüketim alışkanlıkları üzerinde somut etkiler ürettiğini ifade etmektedir. Güçdemir'in değerlendirmesinde de Türk dizilerinin Arap ekranlarında Latin Amerika pembe dizilerinin yerini alarak, Türkiye'yi "yakın ama daha gelişmiş" bir referans noktası hâline getirdiği; bu sayede hem ülke imajına hem de kültürel diplomasisine katkı sunduğu vurgulanmaktadır (Güçdemir, akt. Türk, 2024).

Bununla birlikte, Yörük ve Vatikiotis, bu kültürel başarının otomatik olarak siyasal ya da stratejik hegemonya anlamına gelmediğini; Türk "yumuşak güç" söyleminin zaman zaman hegemonya potansiyelini abarttığını ve bir "hegemonya yanılsaması" üretebildiğini hatırlatır (Yörük &Vatikiotis, 2013). Onlara göre MENA'daki etki, Türkiye'nin çift yönlü kimliği (Batılı–Doğulu, modern–geleneksel, laik–Müslüman) üzerine kurulu kırılgan bir dengeden güç almakta; bu dengenin bozulması hâlinde kültürel cazibenin de hızlı biçimde zayıflama riski bulunmaktadır (Yörük &Vatikiotis, 2013; Yazar, 2020). Bu çifte okuma, MENA'da Türk dizilerinin bir yandan tabuları tartışmaya açan, romantizm ve modern yaşam ar-

45. https://www.haberturk.com/turk-dizilerinin-etkisini-arastiran-akademisyenden-berg-diziler-araplara-tabularini-yiktiriyor-1872132

zusunu besleyen; diğer yandan Türkiye'ye yönelik güçlü bir yumuşak güç kapasitesi yaratan metinler olduğunu, fakat bu kapasitenin siyasal düzeye tercümesinin otomatik, doğrusal ve garantili olmadığını göstermektedir (Yörük &Vatikiotis, 2013; Yazar, 2020).

Balkanlar ve Yakın Coğrafya: Tanıdıklık, Merak ve "Türkiye Algısı"

Balkanlar ve yakın coğrafyada Türk dizilerinin alımlanması, ağırlıklı olarak ortak tarih, coğrafi yakınlık ve uzun süreli kültürel temasların ürettiği tanıdıklık duygusuna dayanır. Özellikle yüzyıllarca Osmanlı egemenliğinde kalmış Kosova, Arnavutluk ve Bosna-Hersek gibi ülkelerde, paylaşılan tarihsel miras ve hâlen canlı olan Türk kültürüne, mutfağına ve şehirlere yönelik ilgi, dizilerle kurulan duygusal bağı güçlendirmektedir.

Bosna-Hersek'te yapılan araştırmalarda, Muhteşem Yüzyıl, Ezel ve Kurtlar Vadisi gibi yapımların öne çıkması, hem Osmanlı geçmişine referans veren tarihî dramaların hem de güncel güç, adalet ve şehirli yaşam temalı dizilerin ilgi gördüğünü gösterir (Hancıgaz & Hülür, 2024). Diriliş Ertuğrul ve Kuruluş Osman gibi dizilerde Ertuğrul Gazi ve Osman Bey gibi tarihsel figürlerin merkezde olması, bu ortak geçmişi dramatik bir dille yeniden kurarken; güçlü liderlik ve adalet vurgusu da izleyici açısından cazibeyi artıran unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu tablo, Balkanlar'da tek bir "Türk dizisi etkisi"nden ziyade, tarihî anlatılar ile modern melodram ve aksiyon türlerini bir araya getiren, tarihsel hafıza ve güncel ilgi alanlarına göre şekillenen farklı alımlama kümeleri bulunduğuna işaret eder.

Türk dizilerinin bu coğrafyadaki çekiciliği, sadece kültürel yakınlıkla değil, aynı zamanda sundukları modernlik tasavvuruyla da ilişkilidir. Çalışmalarda, Türk dizilerinin Batı'dan kopyalanmış formatlar olarak değil, kendi tarihsel ve kültürel kodlarından beslenen, Batılı ve yerel unsurları birleştiren melez ürünler olarak tanımlandığı vurgulanır (Kaptan & Algan, 2023). Uzun soluklu hikâyeler, yüksek yapım kalitesi, çoklu mekân kullanımı ve müzikle desteklenen melodramatik yapı içinde aşk, aile, intikam ve çatışma gibi evrensel temalar işlenirken; bir yandan da İslami referanslar ve yerel değerler korunur (Özbulduk Kılıç, 2024). Bu bileşim, Balkan izleyicisi için "Batılılaşmış ama hâlâ bizden" görülen bir modern hayat anlatısı üretmekte; Türkiye'yi hem tanıdık hem de bir tür "erişilebilir modernlik" modeli olarak konumlandırmaktadır.

Yunanistan örneği bu çerçeveyi destekleyici niteliktedir. Çevrimiçi fan topluluklarına odaklanan çalışmalar, Yunan kadın izleyicilerin Türk dizilerini yoğun biçimde takip ettiklerini; politik gerilim ve milliyetçi söy-

lemlere rağmen, bu diziler etrafında kurulan dijital toplulukların kadınlar için bir sosyalleşme ve ifade alanı sağladığını göstermektedir (Larochelle, akt. Kaptan & Algan, 2023). Bu bulgular, Türk dizilerinin Balkanlar'da sadece Türkiye'yi temsil eden kültürel ürünler olmadığını; aynı zamanda yerel izleyicilerin kendi gündelik hayatlarını, toplumsal cinsiyet rollerini ve kimliklerini tartıştıkları bir zemin hâline geldiğini düşündürür.

Bölgedeki bu alımlama, daha geniş bir yumuşak güç ve kültürel diplomasi çerçevesi içinde de okunmaktadır. TRT'nin Balkanlar'a yönelik tarih ve kültür temalı belgeselleri ile TİKA'nın kültürel miras projeleri, Türkiye'nin bölgedeki tarihsel ve kültürel varlığını görünür kılmayı amaçlayan tamamlayıcı araçlar olarak değerlendirilir (Ünlü, Bilici ve Yaşar, 2023). Türk'ün küresel panorama çalışması, dizilerin turizm, moda, müzik, gıda ve uluslararası eğitim gibi alanlarda dolaylı etkiler üreterek Türkiye lehine bir sempati ve aşinalık biriktirdiğini; bu yaratıcı kültür endüstrisinin Türkiye'nin "gizli gücü" hâline geldiğini vurgular (Türk, 2024).

Bu bütünlük içinde bakıldığında, Balkanlar ve yakın coğrafyada Türk dizileri, hem tarihsel ortaklık ve kültürel benzerlikleri teyit eden, hem de Türkiye'yi güncel, kentli ve kozmopolit bir komşu olarak yeniden çerçeveleyen anlatılar üretmekte; böylece bölgede merak, sempati ve olumlu bir "Türkiye algısı"nın oluşmasına kayda değer ölçüde katkı sunmaktadır.

Rusya'da Türk dizilerinin serüveni, Sovyet döneminde ekrana gelen Çalıkuşu uyarlamasından Muhteşem Yüzyıl'a ve son olarak Sen Çal Kapımı, Yalı Çapkını, Hercai, Diriliş Ertuğrul, Kara Sevda gibi yapımların televizyon ve dijital platformlarda en çok izlenen yabancı içeriklerden biri hâline gelmesine uzanan bir hatta ilerlemektedir (Pokidova, 2024). Sen Çal Kapımı örneği, 2022'de Rusya'da en popüler yabancı dizi konumuna yükselmesi, Vkontakte'de on milyonlarca etkileşim alan fan sayfaları, Rus uyarlamasının çekilmesi ve izleyiciler arasında dizi turizmi ile Türkçe öğrenme isteğini tetiklemesiyle, Türk dizilerinin aşk anlatıları, misafirperverlik, aile bağları ve şehir/doğa estetiği üzerinden güçlü bir kültürel merak ve yakınlık ürettiğini ortaya koymaktadır (Pokidova, 2024).

Buna karşılık, Türkiye Today'de yer alan haberde[46], "Russia Veterans" adlı bir grubun Türk dizilerinin "idealize yabancı erkek" ve aile dışı hayal dünyaları sunduğu, Rus erkeklerini olumsuz gösteren yerli yapımlarla birleştiğinde kadın izleyicileri geleneksel aile ve ulusal değerlere yabancılaştırdığı gerekçesiyle yasaklama talep etmesi, bu popülerliğin aynı

46. *Türkiye Today*, "Russian group claims Turkish TV series undermine traditional values", https://www.turkiyetoday.com/culture/russian-group-claims-turkish-tv-series-undermine-traditional-values-134563

zamanda politik–kültürel bir tartışma alanı doğurduğunu göstermektedir (Türkiye Today, 2025). Böylece Rusya ve daha geniş eski Sovyet alanında Türk dizileri, bir yandan kültürel yakınlık, turizm ve dil öğrenimi yoluyla yumuşak güç ve olumlu kültürel aktarım üretirken, diğer yandan "yabancı davranış modelleri" ve geleneksel değerler bağlamında tartışılan, hatta kimi aktörlerce tehdit olarak çerçevelenen çok katmanlı bir medya olgusu hâline gelmektedir (Pokidova, 2024; Türkiye Today, 2025).

Orta Asya ve Türk dünyası: Kültürel Akrabalık ve Türkiye İmajı

Türk dizilerinin etkisinin en yoğun hissedildiği alanlardan biri, tarihsel, kültürel ve dilsel bağların güçlü olduğu Orta Asya ve genel olarak Türk dünyasıdır (Türk, 2024; Türk vd., 2023). Bu coğrafyada diziler yalnızca bir eğlence ürünü değil; ortak kimliğin, tarih bilincinin ve Türkiye merkezli bir kültürel çekim alanının taşıyıcısı olarak konumlanmaktadır (Ark & Çelik, 2019).

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde yapılan saha araştırmaları, izleyicilerin önemli bir kısmının Türk dizilerini "kültürel yakınlık" nedeniyle tercih ettiğini; ortak tarih, benzer aile yapıları, dinî referanslar ve gündelik yaşam pratiklerindeki benzerliklerin, izleyici ile diziler arasındaki duygusal bağı güçlendirdiğini göstermektedir (Hancıgaz & Hülür, 2024). Dizilerde yer alan aile içi dayanışma, töre, misafirperverlik, dinî semboller ve tarihsel göndermeler, bölge halkı tarafından kendi kültürel hafızalarıyla uyumlu kodlar olarak okunmakta, böylece Türkiye'ye yönelik aşinalık ve sempatiyi artırmaktadır (Najafova, 2020; akt. Türk, 2024).

Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan örneklerinde Türk dizilerinin hem ulusal kanallarda hem de uydu ve dijital platformlar üzerinden yoğun biçimde takip edildiği; özellikle gençler ve kadınlar arasında popüler olduğu görülmektedir (Türk vd., 2023). Bu popülerlik, ev içi tüketim alışkanlıklarından dil pratiklerine ve Türkiye'ye yönelik meraka uzanan bir etki üretmekte; Türkiye'yi hem "yakın akraba" hem de "modern ve başarılı bir ülke" olarak çerçevelemektedir (Ark & Çelik, 2019; Türk, 2024).

Türk dizileri, Soğuk Savaş döneminin ideolojik filtrelerden geçmiş sınırlı Türkiye algısının yerine; modern şehirleri, güçlü aile bağları, dinî hassasiyetleri ve tarihsel mirası bir arada barındıran yeni bir Türkiye imajı yerleştirmektedir (Türk vd., 2023; Medin & Yeni, 2023). Özellikle Diriliş Ertuğrul ve Kuruluş Osman gibi tarihî diziler, Türkiye'yi Osmanlı ve daha geriye giden Türk tarihinin doğal devamı olarak sunarak bölgede "abi ülke" ya da "merkez ülke" algısını beslemekte; ortak tarih ve kader

duygusunu güncelleyen metinler hâline gelmektedir (Medin & Yeni, 2023; Hancıgaz & Hülür, 2024; Najafova, 2020; akt. Türk, 2024).

Azerbaycan örneği, Türk dünyası içindeki bu etkinin hem imaj hem de dil boyutunu aynı anda görünür kılan özgül bir laboratuvar niteliği taşımaktadır. Oğuz Aktürk ve Mustafa Yağbasan'ın çalışması, özellikle entelektüel ve eğitim düzeyi yüksek Azerbaycan vatandaşları arasında Türk dizilerinin yoğun biçimde izlendiğini; izleyicilerin önemli bir kısmının diğer ülke dizileri yerine Türk yapımlarını tercih ettiğini ve bu tercihin Türkiye'ye ve Türk kültürüne yönelik ilgiyi artırdığını göstermektedir (Aktürk & Yağbasan, 2020).

Orta Asya ve Türk dünyası ekseninde şekillenen bu etki, kültürel ve dinî yakınlığın yüksek olduğu Güney Asya'ya, özellikle Pakistan'a doğru genişlemektedir. Türk dizilerinin Mısır ve Pakistan izleyicileri üzerindeki etkisini inceleyen Musa Khan ve Rohn, popülaritenin temelinde "kültürel yakınlık" kavramının yattığını; ortak değerler, dinî inançlar ve aile yapılarının, izleyicilerin Türk yapımlarını Batılı dizilere göre daha "yakın" ve "benimsenebilir" bulmalarına yol açtığını ortaya koymaktadır (Khan & Rohn, 2020).

Pakistan'da Türk dizilerinin devlet düzeyinde desteklenmesi, bu kültürel çekim alanını doğrudan yumuşak güç boyutuyla ilişkilendirilebilir hâle getirmektedir. Pakistan Başbakanı İmran Han, Diriliş Ertuğrul ve Yunus Emre: Aşkın Yolculuğu gibi yapımların Urduca dublajla kamu kanalı PTV'de yayımlanmasını bizzat teşvik etmiş; bu dizileri gençlere ahlaki eğitim vermek ve "iyi rol modeller" sunmak için önemli araçlar olarak tanımlamıştır (Anadolu Ajansı, 2020).[47] Prof. Dr. Mehmet Sezai Türk'ün çalışması, bu etkiyi Güney Asya ve daha geniş İslam coğrafyası açısından somut örneklerle desteklemektedir. Keşmir'de, 2019 sonrası iletişim kesintilerinin ve siyasi baskının yoğunlaştığı dönemde Diriliş Ertuğrul'un flash bellekler aracılığıyla mahallelere dağıtılması; dizinin Müslüman topluluk için dış dünyayla bağ kurmanın ötesinde, onur ve özgüven duygusunu besleyen sembolik bir kaynak hâline geldiğini göstermektedir (Essa, 2020; akt. Türk, 2024).

Literatür, Türk dizilerinin hem Orta Asya hem de daha geniş Türk dünyasında ve Güney Asya'da, "kültürel yakınlık" ve "yakın modernlik" kavramları etrafında şekillenen hibrit bir yumuşak güç aracı olarak işlediğine işaret etmektedir. Bir yandan ortak tarih, dil ve din üzerinden tanıdık-

47. Anadolu Ajansı, Pakistan Başbakanı Han: Türk dizileri iyi rol modeller sağlamak amacıyla yayımlanıyor,https://www.aa.com.tr/tr/dunya/pakistan-basbakani-han-turk-dizileri-iyi-rol-modeller-saglamak-amaciyla-yayimlaniyor/2067109

lık ve aidiyet duygusunu güçlendirirken, diğer yandan modern şehir yaşamı, tüketim kalıpları ve bireysel hikâyeler üzerinden Türkiye'yi bölge için arzu edilir bir referans noktası hâline getirmektedir. Bu yönüyle Türk dizileri, Orta Asya ve Türk dünyasında sert güce dayalı politik hamlelerin yerine geçmese de bu hamlelerin üzerine inşa edilebileceği sıcak, aşina ve görece olumlu bir toplumsal zemin oluşturan uzun erimli bir kültürel diplomasi aracı olarak öne çıkmaktadır (Gürzel, 2014).

Latin Amerika: Melodram, Nostalji ve "Yakın Modernlik"

Türk dizilerinin küresel başarı hikâyesinin en çarpıcı örneklerinden biri, fiziksel ve kültürel mesafenin görece uzak olduğu Latin Amerika'dır. Özellikle Şili'de Türk dizileri kısa sürede günlük hayatın parçası hâline gelmiş; ulusal kanallarda prime time'dan öğlen ve gece kuşaklarına yayılan sürekli bir akış içinde izleyiciyle buluşmaya başlamıştır. Çoğu kadınlardan oluşan izleyici kitlesi, Türk dizilerini düzenli ve yoğun biçimde takip etmekte; bu yapımları hem eğlence hem de Türkiye hakkında bilgi edinme aracı olarak görmektedir (Aslan, 2019).

İzleyicilerin önemli bir kısmının yerli yapımların yanı sıra özellikle Türk dizilerini tercih ettiğini ve bu dizilerdeki hikâye anlatımını, karakterleri, dış mekânları ve estetik dili son derece çekici bulduğunu ortaya koymaktadır (Aslan, 2019). İzleyicilerin Türkiye'yi "düzenli, modern, güzel ve güçlü aile bağlarına sahip" bir ülke olarak tasvir etmekte; diziler sayesinde Türk kültürüne, İstanbul'a ve günlük hayata dair meraklarının arttığını ve Türkiye'yi ziyaret etme isteği duyduklarını belirtmektedir (Aslan, 2019).

Rahime Özgün Kehya'nın transnasyonel alımlama üzerine meta-sentez çalışması, Latin Amerika'da bu süreci "transnasyonal nostalji" ve "çift nostalji" kavramlarıyla açıklamaktadır (Kehya, 2024). 1980'lerin klasik Latin Amerika telenovelalarına duyulan özlem, Türk dizilerinin kabul görmesinde önemli bir rol oynamakta; izleyiciler Türk yapımlarında, kendi yerel dizilerinde artık yeterince bulamadıklarını düşündükleri "incelikli melodramı", aile değerlerini ve duygusal yoğunluğu yeniden keşfetmektedir. Arjantin örneğinde ise bu durum hem eski telenovela formuna hem de o dönemde tasvir edilen, daha kolektif ve aile merkezli toplumsal hayata duyulan nostaljiyle birleşmekte; izleyiciler Türk dizilerinde kaybettiklerini düşündükleri "eski toplum" imgesini buldukları için, ekranla güçlü bir duygusal bağ kurmaktadır (Kehya, 2024). Böylece Türk dizileri, farklı coğrafyalardaki izleyiciler arasında ortak bir geçmiş özlemi ve duygusal deneyim üreten, sınır-ötesi bir nostalji rejiminin parçası hâline gelmektedir.

Sektör içi çalışmalar, yapımcı ve dağıtımcıların Latin Amerika'yı Orta Doğu ve Güney Asya ile birlikte Batı-dışı ama en kârlı pazarlar arasında gördüklerini; Türk dizilerinin Hollywood ve yerel telenovelalara kıyasla daha duygusal, aile odaklı ve daha az cinsel içerik barındıran bir anlatı sunduğunu, bunun da muhafazakâr değerlerin güçlü olduğu Latin Amerika pazarında ticari başarıyı açıklayan temel unsur olduğunu belirtmektedir (Sertbulut, 2023). Bu çerçevede "kültürel yakınlık" söylemi yeniden üretilmekte; aile bağları, saygı, kuşak ilişkileri ve duygusal yoğunluk gibi ortak kodlar üzerinden Türkiye ile Latin Amerika arasında sembolik bir yakınlık kurulmaktadır. Hayran kültürü ve gönüllü çeviri grupları da Türk dizilerinin İspanyolca konuşulan coğrafyalardaki dolaşımını hızlandırmakta; sosyal medya ve çevrimiçi topluluklar üzerinden hem dizileri hem de Türk kültürünü tanıtan bir aracı rol üstlenmektedir (Aslan, 2019; Sertbulut, 2023).

Latin Amerika'daki bu başarı, kısa sürede İspanyolca konuşan daha geniş bir coğrafyaya, özellikle de ABD'deki Hispanik izleyicilere doğru taşmıştır. Variety'de yer alan bir röportajda, Univision yöneticileri Sefirin Kızı (La Hija del Embajador), Fatmagül'ün Suçu Ne? (Qué Culpa Tiene Fatmagül?), Kara Sevda (Amor Eterno) ve Erkenci Kuş (Pájaro Soñador) gibi yapımların milyonlarca Hispanik izleyiciye ulaştığını; Sefirin Kızı'nın ayda 9,2 milyon izleyiciye erişerek Univision'ı 22.00 kuşağında ABC, CBS, NBC ve Telemundo gibi büyük kanalların önüne taşıdığını belirtmektedir (Vivarelli, 2021). Aynı habere göre, Fatmagül ve Erkenci Kuş'un UniMás kanalında haftalık 19.00 kuşağında reytingleri yükselttiği; Kara Sevda'nın ise Univision'da izleyici rekorları kırdığı vurgulanmaktadır (Vivarelli, 2021)[48].

Univision cephesinden yapılan değerlendirmelerde, Türk dizilerinin Hispanik izleyicilerle bu kadar güçlü bağ kurmasının temel nedeni olarak aile, aşk ve inanç gibi evrensel temalar, dramatik ve iyi kurgulanmış hikâyeler, görsel estetik ve "modern ile gelenekseli birlikte taşıyan yaşam tarzı" öne çıkarılmaktadır (Vivarelli, 2021). Kanal yöneticileri, Türk dizilerinin klasik telenovela formunun temel unsurlarını korurken, günümüz izleyicisine hitap eden modern dokunuşlar, yüksek prodüksiyon kalitesi ve "görkemli mekânlar" sunduğunu; bu sayede ABD'de İspanyolca yayın yapan kanalların program akışında stratejik bir yer edindiğini vurgular (Vivarelli, 2021).

Sonuç olarak Latin Amerika'da Türk dizileri, bir yandan Şili ve

48. *Turkish dramas find a new home with U.S. Hispanic audiences on Univision*, *Variety*, https://variety.com/2021/tv/news/turkish-dramas-u-s-hispanic-audiences-univision-1234978398/

Arjantin gibi ülkelerde telenovela geleneğine yaslanan ama onu "daha duygusal, daha aile merkezli ve daha modern/estetik" bir formda yeniden üreten temsiller olarak alımlanırken; diğer yandan Türkiye'ye dair bilgi, merak ve hayranlık üreten, önyargıları kıran ve Türkiye'yi alternatif bir "yakın modernlik" modeli olarak konumlandıran kültürel diplomasi araçları hâline gelmektedir (Aslan, 2019; Kehya, 2024; Sertbulut, 2023). Bu etki, Latin Amerika'dan İspanyolca yayın yapan ABD kanallarına uzanan bir halkada, Türkiye markasının, Türk oyuncuların ve genel olarak Türk görsel kültürünün dolaşımını hızlandırmakta; Türk dizilerini Batı-dışı ama giderek daha görünür bir küresel kültür akışının taşıyıcılarından biri olarak öne çıkarmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme: Türk Dizileri, Yumuşak Güç ve Sınırları

Bu çalışma, Türk televizyon dizilerinin küresel yükselişini tekil bir "başarı anlatısı"na indirgemek yerine, endüstriyel yapı, anlatı dili ve bölgesel alımlama süreçleri arasındaki karşılıklı etkileşim içinde ele almıştır. 2000'lerden itibaren 150–170 ülkeye uzanan satış ağı, 500–600 milyon dolar bandına yerleşen ihracat gelirleri ve yüz milyonları bulan günlük izleyici sayıları, Türk dizilerini Türkiye'nin en görünür kültürel ürünlerinden biri hâline getirmiş; sektör, ABD sonrası ikinci büyük dizi ihracatçısı konumuna yükselmiştir. Bununla birlikte, Alankuş ve Yanardağoğlu ile Yörük ve Vatikiotis'in vurguladığı gibi, bu kültürel yayılımın otomatik olarak kalıcı siyasal etkiye, bölgesel hegemonya ya da dış politika üstünlüğüne dönüştüğü varsayımı yanıltıcıdır; dizilerin etkisi, ekonomi, politika ve yerel bağlamların belirlediği "koşullu ve kırılgan" bir yumuşak güç alanı olarak kalmaktadır.

Endüstriyel düzeyde bulgular, Türk dizilerinin küresel başarısının yalnızca kültürel çekiciliğe değil, özgün bir üretim modeli ve karmaşık bir dağıtım rejimine dayandığını göstermektedir. 120–160 dakikalık uzun bölüm formatı, yüksek prodüksiyon maliyetleri ve melez tür yapısı, iç pazarda reyting baskısıyla işleyen bir "Türk dizisi" formatı üretirken; aynı içeriklerin dış pazarda 45–55 dakikalık bölümlere bölünerek günlük diziye dönüştürülmesi, ihracatın ölçeğini, fiyatlandırma mantığını ve izleme biçimlerini belirleyen temel yapısal unsur hâline gelmiştir. Ulusal kanallar, bağımsız dağıtımcılar ve MIPTV, MIPCOM, NATPE gibi fuarlar üzerinden işleyen çok aktörlü ağda distribütörlerin proje daha senaryo aşamasındayken tür tonu, oyuncu kadrosu ve tarihî/dinî unsurlar üzerinde söz sahibi olması; TRT merkezli tarihî-ideolojik üretim ile ticari yapımcıların daha seküler, duygusal ve aile odaklı formatlara yönelmesi, yumuşak

gücün aynı zamanda pazara uyarlanmış bir içerik mühendisliği pratiği üzerinden üretildiğini ortaya koymaktadır. Korsan dolaşım ve fan çevirileri ise, fiili izleyici sayısını ve kültürel görünürlüğü artırırken, lisans kayıpları ve kontrolsüz dolaşım nedeniyle bu endüstriyel yapıyı çelişkili bir zeminde bırakmaktadır.

Anlatı düzeyinde çalışma, Türk dizilerinin küresel çekiciliğinin merkezinde üç iç içe geçmiş eksenin bulunduğunu göstermiştir: melodramatik duygusal yoğunluk, kent ve mekân estetiği, "yakın modernlik" diyebileceğimiz hibrit bir toplumsal konumlanma. Klasik melodram geleneğinin güncel toplumsal gerilimlerle birleşmesi, uzun bölüm sürelerinin duygusal anların ve bekleyiş sahnelerini uzatarak izleyiciyi gerilimin içinde tutması ve müziğin dramatik yönlendirme işlevi, kıskançlık, sadakat, ihanet, fedakârlık gibi evrensel insan hâllerini farklı coğrafyalarda anlaşılabilir kılan bir duygusal repertuvar üretmektedir. İstanbul ve plato şehirlerin kartpostal estetiğiyle sunulması; bir yanda Boğaz yalıları, plazalar ve lüks iç mekânlar, diğer yanda mahalle, kasaba ve kırsal atmosferin aynı evrende buluşması, dizileri hem küresel orta-üst sınıf estetiğine eklemlemekte hem de "Türk evi", misafirperverlik ve aile sofraları gibi yerel kodlarla melezleştirmektedir. Aile/birey, laiklik/dindarlık ve sınıf ilişkilerini ne tamamen Batılı bireycilik ne de yekpare gelenekselcilik üzerinden değil, çatışan ama birlikte var olan pozisyonlar üzerinden kuran bu yakın modernlik, Türk dizilerinin MENA, Balkanlar, Latin Amerika ve Orta Asya'da "bize benzer ama bizden biraz farklı" bir yaşam tarzı olarak okunmasını mümkün kılmaktadır.

Bölgesel alımlama haritası, bu içsel anlatı kodlarının farklı bağlamlarda ürettiği anlamları somutlaştırmaktadır. MENA'da Türk dizileri, Müslüman kimlik ile kentli modernliği bir arada sunarak "Müslüman-modern" bir yaşam tarzı imgesi üretmekte; Gümüş/Noor örneğinde olduğu gibi romantik, görece eşitlikçi evlilik ve güçlü kadın karakterler üzerinden hem hayranlık hem muhafazakâr tepki uyandırmaktadır. Balkanlar'da ortak Osmanlı mirası, kent ve gündelik hayat temsilleriyle birleşerek Türkiye'yi "yakın ama modern" bir komşu olarak çerçevelemekte; diziler yer yer izleyicilerin kendi toplumsal cinsiyet ve kimlik tartışmalarını yürüttükleri bir zemin işlevi görmektedir. Orta Asya ve daha geniş Türk dünyasında, tarih, din ve dil temelli akrabalık duygusu Türk dizilerini hem "kültürel olarak yakın" hem de modern ve başarılı bir referans noktası hâline getirirken; Diriliş Ertuğrul ve Kuruluş Osman gibi yapımlar tarihsel hafızayı güncelleyen sembolik metinler olarak okunmaktadır. Latin Amerika'da ise Türk dizileri, 1980'lerin telenovela estetiğine ve kaybedilmiş aile değerle-

rine duyulan özlemi harekete geçiren transnasyonal ve "çift" nostalji üzerinden alımlanmakta; Şili'den ABD Hispanik pazarına uzanan hatta hem telenovela geleneğini güncelleyen hem de Türkiye'ye dair merak ve sempati üreten kültürel diplomasi araçları hâline gelmektedir. Rusya örneğinde Sen Çal Kapımı gibi yapımlar aşk anlatıları, misafirperverlik ve mekân estetiği üzerinden dizi turizmi ve Türkçe öğrenme isteği doğururken; aynı anda "idealize yabancı erkek" ve "yabancı davranış modelleri" gerekçesiyle geleneksel değerler bağlamında tartışılan, hatta yasaklanması talep edilen metinler hâline gelmesi, yumuşak gücün aynı anda hem çekim hem direnç üreten çelişkili doğasını açığa çıkarmaktadır.

Dolayısıyla bu çalışma, literatürde çoğu zaman ayrı ayrı ele alınan üretim yapısı, anlatı dili ve bölgesel alımlama başlıklarını bir araya getirerek, Türk dizilerinin küresel etkisini ekonomik, kültürel ve siyasal boyutlarıyla birlikte okuyan bütüncül bir çerçeve önermektedir. Elde edilen bulgular, Türk dizilerinin Türkiye'ye belirgin bir kültürel görünürlük, sembolik sermaye ve ekonomik gelir sağladığını; turizm, ülke imajı ve dil öğrenimi gibi alanlarda somut çıktılar ürettiğini teyit etmektedir. Ancak bu kültürel sermayenin, tek başına kalıcı dış politika etkisine ya da bölgesel hegemonya kapasitesine dönüşmediği; yumuşak gücün burada daha çok, eğitim, kültür merkezleri, burs programları ve uzun vadeli diplomatik tercihlerle birleştiğinde stratejik değere kavuşabilen bir potansiyel güç alanı olduğu belirtilmektedir. Kore dalgası örneği, popüler kültür ürünlerinin devlet ve özel sektör tarafından bütüncül bir kültürel diplomasi stratejisine eklemlendiğinde nasıl daha planlı sonuçlar üretebileceğini gösterirken; Türk dizileri örneği, büyük ölçüde piyasa mantığı ve parçalı kurumsal girişimlerle şekillenen, dağınık ama etkili bir yumuşak güç biçimine işaret etmektedir. Bu nedenle Türk dizilerinin küresel dolaşımı ne abartılı bir hegemonya anlatısına ne de salt ekonomik ihracat başarısı söylemine indirgenmeli; endüstriyel kapasite, anlatı tercihi ve yerel alımlama pratiklerinin kesişiminde hem imkânları hem de sınırlarıyla birlikte değerlendirilen karmaşık bir kültürel ve politik ekonomi olgusu olarak okunmalıdır.

Kaynakça

Ağırseven, N., & Örki, A. (2020). Evaluating Turkish TV series as soft power instruments. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 7*(13), 105–120. https://doi.org/10.26466/opus.353287

Aktürk, O., & Yağbasan, M. (2020). Türk dizilerinin Azerbaycan vatandaşları üzerindeki etkisi ve Türkçenin yaygınlaşmasına katkısı. *Intermedia International e-Journal, 7*(12), 85–104. https://doi.org/10.21645/intermedia.2020.65

Alankuş, S., & Yanardağoğlu, E. (2016). Vacillation in Turkey's popular global TV exports: Toward a more complex understanding of distribution. *European Journal of Communication, 31*(1), 10–25. https://doi.org/10.1177/0267323115617562

Anadolu Ajansı. (2020, 6 Aralık). *Pakistan Başbakanı Han: Türk dizileri iyi rol modeller sağlamak amacıyla yayımlanıyor.* Anadolu Ajansı. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/pakistan-basbakani-han-turk-dizileri-iyi-rol-modeller-saglamak-amaciyla-yayimlaniyor/2067109

Anadolu Ajansı. (2025, 17 Ocak). *Türk dizi sektörünün 2024'teki ihracat geliri 500 milyon doları aştı*. Anadolu Ajansı.https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turk-dizi-sektorunun-2024teki-ihracat-geliri-500-milyon-dolari-asti/3454273

Ark, İ., & Çelik, F. (2019). Türk dizilerinin Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Türkçe öğrenmeye etkisi: Kırgızistan örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12*(64), 125–138. https://doi.org/10.17719/jisr.2019.3389

Aslan, P. (2019). Uluslararası iletişim ve popüler kültür üzerine Latin Amerika'daki Türk televizyon dizileri üzerinden bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, 57,* 63–92. https://doi.org/10.26650/connectist2019-0052

Buccianti, A. (2010). Dubbed Turkish soap operas conquering the Arab world: Social liberation or cultural alienation? *Arab Media ve Society, 10,* 1–13.

Cereci, S. (2014). Türk televizyon dizilerinin küresel başarısı: Evrensel insan yaklaşımı. *The Journal of Academic Social Science Studies, 7*(28), 1–12. https://doi.org/10.9761/jasss2542

Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 616*(1), 31–54. https://doi.org/10.1177/0002716207311952

Çevik, B. S. (2015). Kültürel diplomasi'de devlet dışı aktörler: Türk sineması ve dizileri. İçinde M. Şahin, & B. S. Çevik (Ed.), *Türk dış politikası ve kamu diplomasisi* (ss. 391–437). Nobel.

Deniz, A. Ç. (2010). Gümüş dizisinin Arap kamuoyuna etkileri: Bir sosyal medya incelemesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3*(1), 50–67. https://doi.org/10.12780/uusbd62

Duman, K. (2019). *Siyah beyaz yayından Netflix'e: Türkiye'de televizyonun kısa tarihi.* Urzeni Yayıncılık.

Dünya Gazetesi. (2025, 24 Haziran). *Her gün 800 milyon kişi Türk dizisi izliyor.* Dünya. https://www.dunya.com/ihracat/her-gun-800-milyon-kisi-turk-di-

zisi-izliyor-haberi-782297

Güngör, E. (2022). Türk televizyon dizi sektör ihracatının gelişim eğilimi: 2010–2020. İçinde İ. Sarıtaş, & A. Özsoy (Ed.), *Kültürel değişim ve endüstrileşme sürecinde Türk dizileri 2010–2020* (ss. 135–164). İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Gürzel, A. (2014). Turkey's role as a regional and global player and its power capacity: Turkey's engagement with other emerging states. *Revista de Sociologia e Política, 22*(50), 95–105.

Hancıgaz, E., & Hülür, H. (2024). The role of Turkish TV series in the formation of perception about Turkey and Turkish people: The cases of Bosnia and Herzegovina, *Jordan and Kyrgyzstan. Ege Academic Review, 24*(2), 269–288. https://doi.org/10.21121/eab.1391570

Hayajneh, E., & İnan, R. (2015). Arap coğrafyasındaki soft power: Türk dizileri ve bu dizilerin etkileri – Ürdün, Harimi-Sultan örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3*(15), 114–123. https://.doi.org/10.16992/asos.853

İstanbul Ticaret Odası. (2022). *Kültürel değişim ve endüstrileşme sürecinde Türk dizileri 2010–2020* [Sektörel Araştırmalar Yayın No: 2022–16]. İstanbul Ticaret Odası.

Kaptan, Y., & Algan, E. (2023). Guest editors' introduction: Global audiences and fans of Turkish TV dramas. *The International Communication Gazette, 85*(3-4), 193–197. https://doi.org/10.1177/17480485221151108

Karslı, S. E., & Yazgan, A. M. (2025). Kültürel diplomasi bağlamında Türk dizileri. *Telakki Sosyal Bilimler Dergisi, 3*(5), 232–262.

Kehya, R. Ö. (2024). Transnational reception research on Turkish TV dizis (series): A meta-synthesis. *İmgelem, 14*, 475–494. https://doi.org/10.53791/imgelem.1483459

Khan, M., & Rohn, U. (2020). Transnationalization, exportation and capitalization of Turkish television and its impact on the audience of Egypt and Pakistan. *Journal of Arab and Muslim Media Research, 13*(2), 145-162.

Koçak, N. (2018, 11 Mart). *Türk dizilerinin etkisini araştıran akademisyenden Berg: Diziler Araplara tabularını yıktırıyor.* Habertürk. https://www.haberturk.com/turk-dizilerinin-etkisini-arastiran-akademisyenden-berg-diziler-araplara-tabularini-yiktiriyor-1872132

Medin, B., & Yeni, M. O. (2023). Kültürel diplomasi bağlamında tarihi Türk dizilerinin sunumu üzerine bir inceleme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11*(138), 228–253. https://doi.org/10.29228/asos.67959

Nye, J. S. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power.* Basic Books.

Nye, J. S. (2017). *Yumuşak güç* (R. Ö. Aydın, Çev.). BB101.

Oxford Business Group. (2012). Soap power: The sweeping success of Turkish television series. In *The report: Turkey 2012*.

Özbulduk Kılıç, I. (2024). Son dönem Türk dizi anlatılarında duygusal empati geliştirme yöntemlerine yönelik bir inceleme. *TRT Akademi, 9*(22), 410–

435. https://doi.org/10.37679/trta.1519979

Özsoy, A. (2015). Yerli televizyon dizilerinde farklılaşan toplumsal cinsiyet temsilleri. İçinde A. Yavuz (Ed.), *Toplumsal cinsiyet: Medya temsilleri* (ss. 231–248). Heyamola.

Özsoy, A. (2022). Pandemi döneminde Türk dizi sektörünün genel görünümü. İçinde İ. Sarıtaş, & A. Özsoy (Eds.), *Kültürel değişim ve endüstrileşme sürecinde Türk dizileri 2010–2020* (ss. 239–247). İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Özsoy, A. (2024). Dijitalleşme sürecinde Türk dizileri ve yeni nesil Türk draması. *TRT Akademi, 9*(22), 602–607. https://doi.org/10.56676/kiad.1648702

Öztürk, S., & Atik, A. (2016). Ulusal pazardan küresel pazarlara uzanan sürecte Türk dizilerinin gelişimi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 3*(2), 66–82.

Pokidova, L. (2024). Kültürel bağlamda Türk televizyon dizileri: Rus dizi izleyicileri üzerine bir analiz. *International Journal of Media, Culture and Literature, 9*(2), 153–167.

Sarıtaş, İ., & Özsoy, A. (Ed.). (2022). *Kültürel değişim ve endüstrileşme sürecinde Türk dizileri 2010–2020.* İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Sayın, E. (2021, 2 Mart). *Türk dizileri dünyanın dört bir yanına köprü oldu.* TRT Haber. https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/turk-dizileri-dunyanin-dort-bir-yanina-kopru-oldu-560791.html

Sertbulut, Z. (2023). The dizi industry's geographic imaginaries and narratives of global success. *The International Communication Gazette, 85*(3–4), 289–306. https://doi.org/10.1177/17480485231152870

T.C. Ticaret Bakanlığı. (2020). *Kültür endüstrilerinin Türkiye ekonomisine katkısının ölçülmesi raporu 2020.* https://www.telifakademi.gov.tr/Eklenti/92021,kultur-endustrilerinin-turkiye-ekonomisine-katkisinin-olculmesi-raporu-2020pdf.pdf?0

Türkiye Today. (2025, 21 Mart). *Russian group claims Turkish TV series undermine traditional values.* https://www.turkiyetoday.com/culture/russian-group-claims-turkish-tv-series-undermine-traditional-values-134563

Türk, M. S. (2024). Türk dizilerinin kültürel bağlamda dünyadaki etkileri. *TRT Akademi, 9*(22), 934–952.

Türk, M. S., Türkoğlu, F., & Yıldırım, A. (2023). Yumuşak güç bağlamında Orta Asya'da Türk dizileri ve TRT kurumunun rolü. *Elektronik Siyaset Bilimi Araştırmaları Dergisi, 14*(1), 20–45.

Uğur Balcı, A. (2022). Türk dizilerinin kent markalamasına katkısı. İçinde İ. Sarıtaş, & A. Özsoy (Eds.), *Kültürel değişim ve endüstrileşme sürecinde Türk dizileri 2010–2020* (ss. 197–203). İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Uluer, M. M. (2024). *Neo-Ottomanism and nation rebranding in Turkey: The case of media* [Yüksek lisans tezi]. İzmir University of Economics.

Ünlü, S., Bilici, E. ve Yaşar, L. (2023). The Balkans from the Ottomans to the present: Cultural diplomacy discourses of TRT Documentary. *Folklor Akademi Dergisi, 6*(1), 388–402. https://doi.org/10.55666/folklor.1230187

Vivarelli, N. (2021, 21 Mayıs). *Why Turkish dramas are conquering Hispanic audiences in the U.S. on Univision.* Variety. https://variety.com/2021/tv/news/turkish-dramas-u-s-hispanic-audiences-univision-1234978398/

Yanardağoğlu, E., & Karam, I. N. (2013). The fever that hit Arab satellite television: Audience perceptions of Turkish TV series. *Identities: Global Studies in Culture and Power, 20*(5), 561–579. https://doi.org/10.1080/1070289X.2013.823089

Yazar, F. (2020). Kamu diplomasisi aracı olarak Türk dizi sektörünün değerlendirilmesi. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4*(3), 530–544. https://doi.org/10.30692/sisad.778862

Yörük, Z., & Vatikiotis, P. (2013). Soft power or illusion of hegemony: The case of the Turkish soap opera "Colonialism". *International Journal of Communication, 7,* 2361–2385.