

TÜRKİYE CUMHURİYETİ  
ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA  
ANABİLİM DALI

# ŞİLİ TELEVİZYONLARINDAKİ TÜRK DİZİLERİNİN ŞİLİ BASININDA SUNUMU

Yüksek Lisans Tezi

Bárbara Graciela CAMPOS PÉREZ

Ankara-2017

TÜRKİYE CUMHURİYETİ  
ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA  
ANABİLİM DALI

# ŞİLİ TELEVİZYONLARINDAKİ TÜRK DİZİLERİNİN ŞİLİ BASININDA SUNUMU

Yüksek Lisans Tezi

Bárbara Graciela CAMPOS PÉREZ

Tez Danışmanı  
Doç. Dr. Sevgi Can YAĞCI AKSEL

Ankara-2017

TÜRKİYE CUMHURİYETİ  
ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA  
ANABİLİM DALI

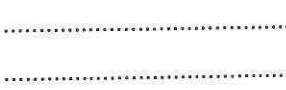
Bárbara Graciela CAMPOS PÉREZ

ŞİLİ TELEVİZYONLARINDAKİ TÜRK  
DİZİLERİNİN ŞİLİ BASININDA  
SUNUMU

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Sevgi Can YAĞCI AKSEL

Tez Jürisi Üyeleri

| <u>Adı ve Soyadı</u>                       | <u>İmzası</u>                                                                         |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Doç. Dr. Sevgi Can Yağcı Akşel (Danışmanı) |  |
| Prof. Dr. Cem Tayan                        |  |
| Doç. Dr. Dr. Tuğba Taş                     |  |
| .....                                      | .....                                                                                 |
| .....                                      | .....                                                                                 |

Tez Sınavı Tarihi 22.09.2017

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ**  
**ANKARA ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim. (22.09.2017)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin  
Adı ve Soyadı

BARBARA GRACIELA  
CAMPOS PÉREZ

İmzası

Campos

## **Teşekkürler**

Çalışmalarım boyunca değerli katkılarıyla beni yönlendiren danışmanım Doç. Dr. Sevgi Can Yağcı Aksel'e, önerileri için Prof. Dr. Cem Yaşın'a teşekkür ediyorum. Aileme ve arkadaşlarıma Türkiye'ye gelme kararımı kabul ettikleri, beni destekledikleri için ve gelecekteki eşime her zaman yanımda olduğu ve beni teşvik ettiği için ayrıca teşekkürlerimi sunuyorum.



## İÇİNDEKİLER:

### Sayfa No:

|                                                                                                                                  |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| GİRİŞ.....                                                                                                                       | 1         |
| <b>BİRİNCİ BÖLÜM: ŞİLİ TELEVİZYONLARINDA TÜRK DİZİLERİ.....</b>                                                                  | <b>5</b>  |
| 1.1. Televizyon Dizilerinin Küresel Dolaşımı.....                                                                                | 5         |
| 1.2. Türkiye Cumhuriyeti-Şili İlişkilerine Tarihsel Bir Bakış.....                                                               | 13        |
| 1.3. Türk Televizyonlarında Dizilerin Kısa Tarihçesi: Yerli Diziler, Amerikan Citcomlar<br>ve Latin Amerikan Telenovellalar..... | 18        |
| 1.3.1. Türkiye’de Latin Amerikan Telenovelaları.....                                                                             | 24        |
| 1.4. Şili Medyası Üzerine Kısa Bir Değerlendirme.....                                                                            | 39        |
| 1.4.1. Türk Yerli Dizilerinin Şili Serüveni.....                                                                                 | 52        |
| <b>İKİNCİ BÖLÜM: ŞİLİ GAZETELERİNDE TÜRK DİZİLERİNİN SUNUMUNA<br/>İLİŞKİN İÇERİK ANALİZİ .....</b>                               | <b>63</b> |
| 2.1. Araştırma probleminin tanımı .....                                                                                          | 65        |
| 2.2. Medya ve Örneğin Seçilmesi .....                                                                                            | 67        |
| 2.3 Analitik Kategorilerin Tanımlanması .....                                                                                    | 69        |
| 2.4 Kodlama Programı Oluşturma .....                                                                                             | 70        |
| 2.5 Kodlama Programının Oluşturulması ve Güvenilirliği Kontrol Etme .....                                                        | 70        |
| 2.6 Veri - Hazırlama.....                                                                                                        | 71        |

|                                                                                                       |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.7. Genel çerçeve: Şili'de "Binbir Gece"den bir yıl önce ve bir yıl sonraki dönem.....               | 72         |
| 2.8. İlgili İçeriğin Örneklem Analizi: Şili'deki Türk dizilerinin bir yıllık araştırma örnekleme..... | 75         |
| <b>SONUÇ.....</b>                                                                                     | <b>101</b> |
| <b>KAYNAKLAR.....</b>                                                                                 | <b>106</b> |
| <b>EKLER.....</b>                                                                                     | <b>118</b> |
| EK 1 Mega Uluslararası İçerik Yöneticisi ile röportaj.....                                            | 118        |
| EK 2 Mega Gazetecisi ile röportaj.....                                                                | 122        |
| EK 3 Kodlama Takvimi.....                                                                             | 124        |
| EK 4 Kod Kitabı.....                                                                                  | 127        |
| <b>ÖZET.....</b>                                                                                      | <b>132</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                                                                  | <b>133</b> |

## **TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ**

|                                                                   |          |
|-------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>TABLolar DİZİNİ.....</b>                                       | <b>v</b> |
| Tablo 1. Türkiye’de Yayınlanan Latin Amerika telenovelaları ..... | 34       |
| Tablo 2. Medyada kümeleşmeler ve diğer işletmeler .....           | 44       |
| Tablo 3. Şili’de yayınlanan Türk dizileri (2014-2016).....        | 56       |
| Tablo 4. Gazete*Yayınların boyutları Çapraz Tablosu.....          | 78       |

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 5. Gazetelere Göre Türk Dizileri Hakkındaki Haberlerin Sıklığı.....                          | 79 |
| Tablo 6. Haberlerin basıldığı gazete bölümleri.....                                                | 79 |
| Tablo 7. Haberlerin Türleri.....                                                                   | 80 |
| Tablo 8. Gazeteler ve yayın sorunlarının çapraz tablosu.....                                       | 81 |
| Tablo 9. Türkiye ile ilgili en yaygın bakış açıları.....                                           | 84 |
| Tablo 10. Sözcükler – Türkiye ile ilgili kelimeler.....                                            | 85 |
| Tablo 11. En çok kullanılan aktör ve aktris isimleri.....                                          | 86 |
| Tablo 12. Görüşülen ana kaynaklar.....                                                             | 87 |
| Tablo 13. Seçilen dört gazetede en çok bahsedilen Türk dizileri.....                               | 89 |
| Tablo 14. Çapraz Tablo En çok ismi geçen Türk dizileri*Sıfatlar.....                               | 91 |
| Tablo 15. Haberlerde türk dizileri hakkında en çok vurgulanan ilişki türü.....                     | 93 |
| Tablo 16. Şili basın tarafından "Türk dizilerinin" isimlendirilmesi için kullanılan kelimeler..... | 94 |
| Tablo 17. Analiz edilen haberler doğrultusunda Türk toplumu ile ilgili stereotipler.....           | 95 |
| Tablo 18. Haberlerde Vurgulanan Türk Kadını Stereotipi.....                                        | 96 |
| Tablo 19. Haberlerde Vurgulanan Türk Erkeklerinin Stereotipleri.....                               | 98 |
| Tablo 20. Türk Dizileri Hakkındaki Haberlerin Genel İzlenimi.....                                  | 99 |

## **GRAFİKLER DİZİNİ.....vi**

|                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafik 1. Köken Ülkelerine göre Türkiye’de Yayınlanan Latin Amerika Telenovelaları.....                 | 37 |
| Grafik 2. Köken Ülkeleri ve Yayınlandıkları Kanallara göre Türkiye’de Latin Amerika Telenovelaları..... | 37 |



|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafik 3. Yıllık bazda televizyon kanallarının tüketim dağılımı.....                             | 49 |
| Grafik 4. Kökenlerine Göre Televizyon Yapımlarının Arz ve Tüketim Dağılımı.....                  | 50 |
| Grafik 5. Televizyon Yapımı Türüne göre Ortalam Tüketim Dağılımı (Yıllık bazda toplam saat)..... | 51 |
| Grafik 6. Seçilen 4 dergi içinde Türkiye ile ilgili haberlerin sıklığı.....                      | 72 |
| Grafik 7.Kategorilere göre haber sıklığı.....                                                    | 73 |
| Grafik 8. Yayın tarihine göre haberler.....                                                      | 75 |
| Grafik 9. 2014 yılı boyunca Şili TV'sinde reyting derecelendirme verileri.....                   | 90 |
| <b>RESİMLER DİZİNİ</b> .....                                                                     | vi |
| Resim 1. Şili erkeği, Türk erkeğine benziyor mu?.....                                            | 76 |
| Resim 2. İstanbul'da Şilili TV sunucusu ve Halit Ergenç.....                                     | 77 |
| Resim 3. "Binbir Gece"nin son bölümüne adanmış <i>La Cuarta</i> gazetesinin kapak sayfası.....   | 77 |
| Resim 4. Halir Ergenç.....                                                                       | 81 |
| Resim 5. "Onur ve Şehrazat evleniyor mu? Türk evliliğinin hazırlanma şekli işte böyle!".....     | 84 |
| Resim 6. Halit Ergenç Şili bayrağı ile.....                                                      | 87 |
| Resim 7. İstanbul'da Şilili TV sunucusu ve Beren Saat.....                                       | 87 |

## GİRİŞ

Şili ile Türkiye arasında 90 yıllık bir geçmişe dayanan diplomatik ilişkilerin temeli, 1926 'da imzalanan dostluk anlaşmasına dayanmaktadır. Şili'nin Türkiye Cumhuriyeti'ni tanıyan ilk Latin Amerika ülkesi oluşu, geçtiğimiz günlerde çeşitli törenlerle kutlanmış ve geçen sürede iki ülkenin ilişkilerindeki ilerlemeye dikkat çekilmiştir. Türk dizilerinin Şili'deki varlığı, iki ülke arasındaki ilişkiler açısından göze çarpan önemli bir dönüm noktasıdır.

“*Binbir Gece*”nin 2014 yılında MEGA Kanalı tarafından satın alınmasıyla birlikte, Şili, tarihinde ilk Türk televizyon dizisi ithalatı gerçekleştirmiş olur. Bu durum yerli dizilerin dünyaya açılması anlamında Türk dizi endüstrisinde dikkate değer bir adım oluşu kadar, Türk dizilerine ev sahipliği yapmaya başlamış olan Şili Medyası ve Şili drama endüstrisi için de büyük bir dönüşümün habercisidir. Farklı bir dünyanın çağdaş masalları, Şili izleyicileri tarafından büyük beğeniyle karşılanır. Bir biri ardına satın alınan Türk dizileri, kısa bir süre içinde reyting rekorları kırarak gösterime girdiği kanalları zenginleştirir. Ancak bu kârlılık durumu, piyasa uzmanları tarafından Şili'nin en büyük televizyon krizinin yaşandığı yıl olarak tanımlanan 2014 yılından itibaren, diziyi yayınlamayan kanallar açısından büyük bir yenilginin de habercisi olacaktır. 2014'ten 2016'ya kadar Şili'de “*Fatmagül'ün Suçu Ne?*”, “*Aşk-ı Memnu*”, “*Muhteşem Yüzyıl*” ve “*Ezel*” başta olmak üzere 17 Türk dizisinin yayınlanması bu ve başka bir çok açıdan Şili televizyon sektöründe yol açtığı dönüşüm nedeniyle önemli bir araştırma alanı olarak görülmektedir. Bununla birlikte, küreselleşme, kültürlerarası iletişim ve diplomasi açısından da önemli bir enformasyon sunduğu ve Türkiye'nin Şili'deki imajı açısından da dikkate değer gelişmelere yol açtığı açıktır.

Şili basınında da oldukça yer bulan Türk dizilerinin Türkiye ve Türkler hakkında neler aktardığı, Türkiye'de bulunan Şilili bir öğrenci olarak doğrudan ilgimi çekmiş ve iletişim

alışmalarında git gide yer edinen Türk yerli dizilerinin dünyadaki kabul açısından Şili örneğini konu olarak ele almak, alana katkı sunabileceğim düşüncesiyle kararlaştırılmıştır. Bu süreçte iki ülke arasında 13 bin kilometreden fazla bir mesafe olmasına rağmen, bu büyük medyatik fenomen aracılığıyla, mesafeler kısalmıştır.

Konusu ana hatlarıyla bu şekilde belirlenen tezin amacı, Şili vatandaşlarının Şili gazetelerinden, Türk televizyon dizileri ile ilgili aldığı bilgileri, bu bilgilerin nelerden oluştuğu, haberlerin nasıl çerçevelendiği ve diziler ve Türkiye hakkında neler aktarıldığı sorularına yanıt arayarak incelemek ve yorumlamaktır. Çünkü dizilerin kendisi kadar, Şili basınında nasıl sunuldukları, haberlere nasıl konu oldukları da, Şili’de Türkiye’nin tanınmasına katkı sunan temel etmenler arasındadır.

Bu doğrultuda hazırlanan tezde temel varsayımlar şöyle özetlenebilir: Şili gazetelerinde yer alan Türk televizyon dizileri ile ilgili haberler olumlu imgeler sunmaktadır. Çoğunlukla Türk kültürü ve gelenekleri üzerinde durulduğu varsayılmaktadır. Haberlerde, Türk kültürünün, Türkiye’de gündelik yaşamın tanıtımında diziler dolaylı da olsa rol oynamaktadır. Dizilerin ve Türkiye hakkındaki haberlerin nasıl sunulduğu konusunda ise seçilen gazetelerin yayın politikalarının belirleyici olmaktadır. Bu savın temel dayanağı ise haberlerin editöryal denetimle ilişkisidir. Bilindiği gibi editöryal mekanizmalar sadece yayınların içeriği ve yönünü belirlemekle kalmaz; haberlerin nasıl sunulacağının çerçevesini belirleyerek okura kendi sekilerini sunmuş olurlar. Yazma sürecinde konu kadar kelimelerin ve sıfatların seçimi de belirleyicidir. Söz konusu Şili gazetelerinde, Türk dizileri konusunda neyin habere dahil edilip neyin dışarıda bırakıldığını belirlemekte kullanılan kriterlerin çözümlenmesi, bu çalışma için önem taşımaktadır.

Bu varsayımlarla yola çıkılan araştırmada, yöntem olarak içerik analizi uygun grlmştr. İçerik analizi için Şili’deki 4 büyük gazete örneklem olarak seçilmiştir: *El Mercurio*, *Las ltimas Noticias*, *La Tercera* ve *La Cuarta*. Sözü geçen gazeteler Şili’nin en

büyük haber holdinglerini (El Mercurio SA ve Copesa) temsil eden ulusal düzeyde büyük okuyucu kitlesine sahip gazetelerdir. Ayrıca bu gazetelerin hepsi, bu araştırmayı Türkiye'den yapmak için gerekli olan, yıllık yayınlarıyla bir çevrimiçi veri tabanına sahiptir.

Haberlerin nicel analizinin yanı sıra yayınlarda ele alınan temel konular saptanıp yorumlanarak niteliksel bir metin analizi de gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya dair temel açıklamalar, analiz bölümünde ayrıntılarıyla açıklanmıştır. Haber kodlayıcısı ve araştırmacının aynı kişi olması, zaman kısıtlılığı nedeniyle örnekleme bir yıl gibi bir süreyle sınırlı tutmayı gerektirmiştir. Bu çalışmanın sınırlılığı olarak değerlendirilebilir. Yöntem açısından içerik analizinin yanı sıra, Şili ve Türkiye’de konuyla ilgili literatürün de gözden geçirildiğini, her iki ülkedeki akademik çalışmaların ve haberlerin literatür tarama kapsamında incelendiğini de belirtmek gerekmektedir.

Bununla birlikte, Şili basınında Türk televizyon dizilerinin incelenmesinin öncüsü olan bu çalışmanın alana katkısını şöyle vurgulamak mümkündür; Şili medya gündeminin aktif bir parçası olan bu fenomenin henüz akademik çalışmalara konu olmuş bir analizi yapılmış değildir. Başlangıç düzeyinde de olsa bu çalışma bir öncüdür ve sonraki çalışmalara sunduğu nicel veriler-analizlerle kaynaklık etmesi ve betimleyici –eleştirel bir bakış açısı sunması açısından önem taşımaktadır.

Bu doğrultuda iki bölümde ele alınan tezin ilk bölümü, araştırma bulgularına zemin oluşturacak biçimde kavramsal dayanağı sunmak açısından, kurmaca yapımların küresel dolaşımının ve televizyon dramalarının türsel olarak temel benzeşme ve ayrışmalarının, ele alındığı bölümdür. Bununla birlikte bu bölümde yapılacak analize zemin oluşturacak biçimde, Türkiye ve Şili’de drama endüstrisinin ve yabancı yapımların seyrine ve Şili medyasının tarihsel gelişimine ilişkin önemli mihenk taşlarına değinilmiş, betimleyici bir art alan oluşturulmaya çalışılmıştır.

Tezin ikinci bölümü analiz bölümüdür. Burada haber çerçeveleme tekniği ve yaklaşımı haberlerin yansız olamayacağı savını desteklemek için ele alınmıştır. Söz konusu gazeteler tanımlanan kategoriler aracılığıyla irdelenmiş, kuramsal ve kavramsal çerçeveye dayandırılarak yorumlanmıştır. SPSS sistemi ile elde edilen veriler ve sonuçlarını analiz edilmiştir. Son olarak, ilk hipotezi değerlendirmek amacıyla seçilen ifadeler yorumlanmıştır. Böylece Türk dizilerinin Şili gazetelerindeki sunumuna ilişkin sonuçlara varılmıştır.

Son bölüm, analizin ve tezin değerlendirildiği, varsayımlara ilişkin sonuçların tartışıldığı bölümdür. Varsayımların büyük ölçüde doğrulandığı içerik analizi ile saptanmıştır.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### ŞİLİ TELEVİZYONLARINDA TÜRK DİZİLERİ

#### 1.1. Televizyon Dizilerinin Küresel Dolaşımı

Modern "küreselleşme" kavramı, McLuhan'ın "küresel köy" terimini, kitle iletişim araçları tarafından üretilen küresel ölçekte insanın birbirine bağlanmasını tanımlaması için kullandığı 1960'lı yıllardan günümüze önem kazanmış bir kavramdır. McLuhan, modern kitle iletişim sistemleri ile aynı mesajın dünyanın neresinde olursa olsun aynı anda ve farklı dillerde iletileceği alternatif ülkeler nedeniyle dünyanın uzun mesafelerinin kısılacağını söylemiştir (McLuhan & Powers, 1989: 35-39).

Medya, kültürlerarası ilişkilerin bilişsel yapılarını öngören ve algısal parametreleri oluşturan uluslararası ilişkilerin yeniden yapılandırılmasında bazen “çağdaş diplomatlar” tabirini hak edecek boyutta önemli rol oynamaktadır (Murciano, 1996; Bustamante, 1993; McQuail, 1992, Guajardo, 2012). Uzun mesafeler bu çağdaş diplomatlar aracılığıyla kısalmaktadır. Meltem Bostancı'ye göre (2012: 43-44) ülkeler kendilerini dışarıya daha ‘fazla’, daha ‘doğru’ ve daha ‘direkt’ anlatabilmelerinin yollarını aramaktadır. Bu bağlamda yeni kamu diplomasisi yollarına başvurulmaktadır. Tezin doğrudan konusu olmasa da dolaşıma giren dizilerin kamu diplomasisi açısından da önemli kültürel elçiler olduğunu not düşmek önemlidir. Zira başka çalışmalara konu olabilecek bu boyut, (Guajardo 2012: 10), dış basını çağdaş diplomasinin önemli aktörü olarak görmeye teşvik eden, kültürel içeriğin küresel dolaşımı ile oldukça ilişkili bir boyut olarak göz ardı edilmemelidir.

Özellikle televizyon söz konusu olduğunda, büyük bir küresel endüstri, devasa ulusüstü dolaşım ağları söz konusudur. Küresel dolaşım içinde ilgi gören başlıca türlerden biri

de dramalar, diziler, pempe diziler, telenovellalar gibi, üretim ve içerik koşullarına göre farklı farklı adlandırmalarla ele alabileceğimiz kurmaca yapımlardır.

Küresel dolaşım içinde ilgi gören başlıca türlerden biri de dramalar, diziler, pempe diziler, telenovellalar olarak üretim ve içerik koşullarına göre farklı farklı adlandırmalarla ele alabileceğimiz kurmaca yapımlardır. Televizyon dizilerinin küresel dolaşımı, kültürlerarası bağlamda da toplumların birbirini tanınmasında rol oynamak gibi önemli bir sonucu da beraberinde getirmektedir. Bu programlar, “üretildikleri ulusun sınırlarını aşarak kendilerine ulusötesi izleyiciler yaratmaktadırlar” (Çaylı, 2017: 68). Bu küresel televizyon izleyicisi de küresel içerik akışları karşısında “kozmopolit izleyici” ve “diasporik izleyici” olarak adlandırılabilir bir nitelik de kazanmaktadır (Çaylı, 2017: 71). Bununla da kalmaz, Garcia Canclini (1995) ve Scholte’nin ifade ettiği gibi (2005), medya diasporaların ve yabancı toplulukların göç tecrübelerini değiştirmiştir. Medya içeriğinin doğasının küresel oluşu yüzünden, “göçmenler memleket veya geldikleri yerlerde ortaya çıkan olaylar ile doğrudan bir bağlantı kurabilmektedir” (Morley 2000: 125).

Bu transkültürel medya hareketleri sonucunda, küreselleşmiş kamuoyu, küresel veya farklı kültürleri yansıtacak medya içeriğinin yayınlamasına daha olumlu tepki verecektir (Çaylı, 2017; Cereci, 2014; Mitchell & Hensel, 2007). “Küresel izleyici ile buluşan televizyon dizileri uzak coğrafyalardaki imgeleri yakınlaştırarak ve farklı kültürlerle kurgunun sunduğu imkânlarla daha yakından bakma imkânı sunarak melezleşmiş bir imgelem dünyasının, diasporik ve kozmopolit izleyicinin oluşmasına katkıda bulunur” (Çaylı, 2017: 71).

Ülkeler ve televizyon pazarları arasındaki kurmaca içeriğin dolaşımı, kanalların çoğalması ile erişim ve tüketim biçimleri sayesinde çeşitlenmiştir. Televizyonun yaygınlaşması ve uydu kanalları yoluyla dünyanın her tarafına ulaşması, radyoya oranla söylenenleri görüntüyle güçlendirmesi onu en etkili kitle iletişim aracı yapmaktadır (Bostancı’dan akt. Karagöz, 2016: 65). Televizyon tüketiminin değişen süreçleri, Birleşik Devletlerde başlayan

ancak diğer uluslararası pazarlara yayılmış olan dizilerin yükselişine tanık olmaktadır (Delgado, Prado ve Navarro, 2017: 132).

Tür olarak diziler açısından baktığımızda 1992'de televizyon programlarının dolaşımı üzerine UNESCO'nun raporuna göre, izleyicilerin yabancı programlardan ziyade yerel programları izlemeyi tercih ettiği görülmektedir (Larsen, 1992: 9-10). Bununla birlikte, tüm ülkelerde yerli üretim için gerekli donanımına sahip bir endüstri oluşmuş değildir. Nora Mazzioti'nin televizyon yapımları ve teleromanlar hakkındaki eserleri bu bağlamda iddialarımızı desteklemektedir. Kurmaca içeriğinin dolaşımı ile ilgili olarak, pembe dizi ve televizyon dizilerinin üretiminde başlıca zorlukların ekonomik olduğunu savunmaktadır. Ancak gerekli donanım ve *teknik bilgi* Latin Amerika Televizyon Kanalları tarafından televizyonunun başlangıcından beri uygulanmaktadır (Mazzioti, 2006, 1-2). Ancak zaman geçtikçe, eskiden alıcı olan birkaç pazar, günümüzde kendi kurmaca ürünlerini üretmeyi de öğrenmiştir. Latin tele-novellerının tüketicisi konumundan kendi üretimlerinin ihracatçısı haline gelen Türkiye örneğinde olduğu gibi. Türkiye'nin uluslararası alana açılarkabul etmesi uluslararası alanda başarılı olabilecek özgün yapımların üretilmesine de olanak sağlamıştır (Cereci, 2014: 3).

Dış yapımları satın almayı sürdürse de kendi üretimini dünyaya pazarlayan bir endüstri kurmayı başaran Türkiye 'de çekilen yapımların tür ve temalarına ilişkin de kısaca bilgi vermek gereklidir. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de söz konusu yapımlarla bağlantılı üç tür söz konusudur: *diziler, serialler ve süren serialler*. Evrim Yörük (2005, 49-60) bu konuda şunları söyler:

**Seriler (diziler),** aynı ana karakterler, sürekli bir mekan ve birbirinden farklı olay dizilerinden oluşan dramatik anlatılardır. Her bir bölümdeki olaylar kendi içinde bir bütünlük taşır ve olaylar dizisini harekete geçiren sorunlar aynı bölüm içinde çözülür. Böylelikle her bölüm yeni bir soruna dolayısıyla başlangıca gebedir.



**Serialler** ise televizyona uygun olarak çekilmiş, tipleştirmelerdense karakterlerin gözüktüğü birkaç bölüm devam eden ve biten uzun sinema metinlerini anımsatan öyküler içermektedir. Öyküler bir ana olay dizisi etrafında iç içe geçen birçok yan öyküyü barındırır (İnal, 1999: 263). Seriallerde bir bölüm içinde kesintisiz bir öykü anlatılır ve öykü en heyecanlı yerinde kesilir.

**Süren seriallerde** ise haftada birkaç bölüm halinde yıllarca süren öyküler anlatılır ve izleyici için önemli olan 'bir sonraki bölümde neler olacağı'dır.

Her ne kadar bu tür tanımlar yapılsa da söz konusu programlar arasında sınırların giderek belirsizleştiği ve türler arası geçirgenliğin arttığını saptamak mümkündür. Türler artık iç içedir (Yörük, 2005: 50).

Tematik olarak bakıldığında ise Türk dizileri ile ilgili olarak, 1998 yılında yaptığı araştırmada Çelenk'in (2001: 182-183) ifade ettiği gibi, Türk televizyonlarında kurmaca programları üç biçimde hayata geçirilmiştir. Bunlar:

- Orta ve alt sınıfların mahalle ilişkilerini ve dayanışmayı tanımladığı aile komedileri de dahil olmak üzere uzun süren diziler.
- Daha ekonomik odaklı olan, yani üst sınıfların dahil olduğu çatışma ilişkilerine, para (mafya, uyuşturucu kaçakçılığı, dolandırıcılık, vb.), güç ve aşka odaklanan cezai ve eylem odaklı diziler.
- Klip biçimindeki diziler, bu, genellikle bir yayın döneminde başlayıp biten bir alt kategori olarak düşünülebilir. *Yıkılmadım* dizisinde olduğu gibi, uzun bir klip gibi gözükmetedir çünkü popüler bir şarkıdan ilham almaktadır.

Bu tezde, Panjeta'nın (2013: 191) anlattığı gibi, karışık bir tarz oldukları için, Türk dizileri "süren serialler" olarak düşünülmekte, ancak Türkçeye yerleşmiş "yerli dizi" tabirine

bağlı kalarak “dizi” olarak adlandırılmaktadır. Diziler çekici ve esnek film dili kullanarak aile ve toplum içindeki ilişkilere odaklı, güçlü ve empati kuran hikâyeleri kendilerine konu almaktadır. Karakterler “hak ettiklerini alan” gerçeğe yakın, masalsılıktan uzak kişilerdir (Alankuş ve Yanardağoglu, 2016; Çevik, 2014; Cereci, 2014; Panjeta, 2013). Bu bağlamda Türkiye’deki yerli dizilerde telenovelalarda ana karakterlerin evlendiği bir mutlu son ya da klasik şekilde "Sonsuza dek mutlu yaşadılar" öyküsü bekleyemeyiz. Burada karakterler eylemleri ve kararlarının sonucunda hak ettiklerini yaşarlar, "Karakterin gelişimi Yunan trajedisine benzemektedir. Ancak bunlar Antik Yunan kahramanları değildir, neredeyse mitolojik şekilde zalim bir dünyada hayatta kalmak için kahramanın yolundan yürümeye zorlanan günlük yaşamdan insanlardır” (Panjeta, 2013: 192).

Burada Türkiye ekranlarının bir döneminin vazgeçilmezi olan Latin Amerikan yapımlarla daha ayrıntılı bir karşılaştırma yapmak yerinde olacaktır. Türkiye’de yerli dizi üretiminden önce Köle Isaura ile başlayan Brezilya dizileri, Türkiye’deki izleyici için uzun bir dönem prime-time aralığının vazgeçilmezi olarak bir fenomene dönüşmüştür. Bu deneyim Türkiye TV yayıncılığı açısından hem yerli dizi üreticileri hem de izleyiciler açısından göz ardı edilemeyecek önemde bir tarihsel dönemeçtir.

Yerli dizilere zemin oluşturduğunu varsayabileceğimiz, seksenli yılların baş tacı olarak görülen Latin Amerikan yapımlarının Türk yerli yapımlarıyla benzeşen ve farklılaşan yönleri mevcuttur. Öykülerin gerçeğe yakınlık ve masalsılığı meselesi iki türün arasındaki temel farklara örnektir.

Mutlu sonla biten, birkaç sezona yayılmadan sınırlı sürede nihayet bulan (yaklaşık 7 ay) ve çok temel masalsı bir “aşk” üzerine kurulu olan Şili dizilerinin formatı, Brezilya dizileri için söylendiği gibi, telenovela olarak belirlenebilir (Garaycochea, 2007; Panjeta, 2013; Camponovo, 2015). Ancak, belli bir toplum tabakasını yansıtmadıkları için, Şili “telenovelaları” klasik bir “telenovela”dan farklıdır. Bunun nedeni, Şili yapımlarının

izleyicilerin farklı toplumsal sınıflardan oluşmasıdır. Dolayısıyla, Şili dizileri daha modern ve birleştirici öykülere sahiptirler (Santa Cruz, 2000: 19).

Ana hatlarıyla Şilili yapımların konularından bahsetmek gerekirse Oscar Garaycochea'nın (2007: 4) Şili tellenovelalarını “Çin ayakkabılar”ına benzetmesi ilk akla gelen ifadedir. Ona göre, Şili “telenovelaları” çok sert bir forma sahiptirler ve yenilik ve gelişmeye, türsel dönüşüme açık değildirler. Bu form her zaman, bazen hayali ve stereotipik gözüken milli konulara büyük önem vermektedir (Camponovo, 2015: 55).

Farklılıklara rağmen, Türk ve Şili dizilerinin kökenlerinin aynı olduğunu hatırlamakta da fayda vardır. Her ikisinin kökenleri edebiyat uyarlamalarında bulunmaktadır (Kuyucu, 2014; Camponovo, 2015). Her ikisinin senaryoları, ilk zamanlarda diğer alan yazarlarının tarafından yazılmışlardır yani Türk dizileri söz konusu olduğunda, ilk senaryolar sinema alanından geldiği; Yeşilçam'ın ünlü yönetmenleri TRT için dizileri üretmeye başladığı düşünüldüğünde (Yağcı Aksel, 2011; Hayır, 2016) süreç daha iyi anlaşılacaktır. Şili “telenovelaları” söz konusu olduğunda ise, ilk senaryolar tiyatro alanından çıkmadır (Garaycochea, 2007; Camponovo, 2015). Her iki ülke yapımlarında da sinemaya veya tiyatroya dayanmalarından gelen farklılıklar yüzünden, üretim ve çekim dilinde farklılıklar olmaktadır. Panyeta'ya (2013: 191) göre, “Türk dizilerini ‘telenovelalardan’ ayıran en önemli unsur, Türk dizilerin hikâyelerinin diriliği ve sinemada olduğu gibi kameranın aktif hareketleri kullanan üretim yöntemidir”.

Bu bağlamda, Türk dizilerini telenovelalar ya da Birleşik Devletler'deki dizilerden farklı yapan şey nedir? Onları neden diğer melodramalar ile aynı kategoride değerlendiremiyoruz? Ve nihayet, Türk yapımlarının, Türkiye'nin izleyici olarak alışıktığı Latin Amerika telenovelaları karşısında dahi dünya pazarında yer edinmesini sağlayan şey nedir?

Yukarıda da değinildiği üzere, her şeyden önce masalsı kahramanların değil, yaşamın her haliyle yüzleşen kahramanların hikâyeleri ön plandadır. Örneğin lösemi hastası oğlunun tedavi masrafını karşılamak için ne şekilde davranması gerektiği konusunda ikilem yaşayan "Binbir Gece"deki (Kanal D, 2006) Şehrezat ile "Fatmagül'ün Suçu Ne?"deki (Kanal D, 2010) tecavüze uğrayan Fatmagül'ün durumu böyledir.

Çevik (2014: 88) başarının diğer bir nedenini "güzellik faktörü" olarak adlandırmaktadır. Bu, Türk dizilerindeki aktör ve aktrislerin fiziksel çekiciliklerini ifade etmektedir. Böylece aktör ve aktrislerin çekicilikleri, daha fazla izleyici toplamak için işlev görmektedir.

Bunun bir örneği olarak, "oyunculuk kökeninden gelmeyip 2002'de Best Model of Turkey ve Best Model of the World yarışmalarını kazanan, "Aşk-ı Memnu"daki (Kanal D, 2008) yetersiz oyunculluğu için eleştiriler aldıktan sonra "Kuzey-Güney"deki (Kanal D, 2011) rolü için oyunculuk dersleri alan" Kıvanç Tatlıtuğ örneğini verebiliriz (Kesirli Unur, 2015: 142-143).

Ayrıca Türk dizilerinin Şili'deki başarısının ardından "COSAS" dergisi, "Televizyonun yeni yakışıklıları" adlı yazısında Halit Ergenç, Kıvanç Tatlıtuğ, Fırat Celik ve BBC'nin dahi "Türk Brad Pitt" diye çağırdığı Engin Akyürek gibi Türk aktörlerden söz etmiştir ([www.cosas.cl](http://www.cosas.cl), t.y.).

Bu yazıda dergi, Çevik'in "güzellik faktörü"yle uyumlu şekilde, Türk dizilerinin Şili'deki başarısında karakterlerin güzel görünümünün etkisine de değinmektedir.

İronik şekilde "Foreign Policy" dergisi, "Sultanlar daha ucuza yapılabileceğini bilseydi, bu yakışıklı beylerle güzel hanımları toplayarak Arap dünyasının kalplerini ve zihinlerini fetheder, böylece hazineden büyük paralar tasarruf ederlerdi" ifadesini kullanmıştır (Bilbassy-Charters, 2010).

Ancak elbette Türk dizileri dünyadaki başarılarını sadece oyuncu kadrosunun güzelliğiyle elde etmemiştir; bu diziler, aynı zamanda çok güçlü ve etkileyici hikâyelere sahiptir.

Türk dizilerinde bulunan temalar, aynı sorunları ve duyguları paylaşan çok sayıda insanın da ilgisini çekmektedir. Türk televizyon dizilerinde çoğunlukla kent yaşamının içinden öyküler ve karakterler seçilirken, öyküler ve karakterler herkesin rastlayabileceği veya içinde kendini bulabileceği biçimde tasarlanmaktadır. Dizi karakterleri bir konakta veya villada yaşasalar da, duygu ve düşünce dünyaları ve yaşadıkları olaylarla dünyanın herhangi bir yerindeki insanları yansıtabilmektedirler (Cereci, 2014: 8).

MEGA'nın Uluslararası İçerik Yöneticisi Juan Ignacio Vicente'ye göre bu sık karşılaşılan çatışma ve ikilemler Türk dizilerinin başarısının sebeplerinden biridir. Bu araştırmanın kapsamında yüz yüze yapılan bir görüşmede "*Binbir Gece*" ile 2012'de MIPTV fuarındaki ilk karşılaşmasını ve izlenimlerini şöyle anlatmaktadır:

Diziye bana pek de ikna edici olmayan bir şekilde, dramaturjik ve sahneleme konusunda zayıf bir fragmanla önerdiler. Yine de bir şey dikkatimi çekti. Fark ettim ki "*Binbir Gece*" Şilililer için alışıldık olmayan ahlaki bir ikilem vardı, en çok da bunu sevdim. Ölmekte olan, hayatının kurtulması için acilen ameliyat edilmesi gereken bir oğlu olan, ancak hiç kimsenin kendisine borç vermediği bir kadının yaşadığı ikilem. Tabii ki her anne, dünyanın neresinde olursa olsun, oğlunu kurtarmak için böyle bir şey yapar. Herhangi biri oğlunun hayatını kurtarmak için fuhuş yapmaya razı olur. Patron o geceyi onunla geçirdikten sonra ona tamamen âşık oluyor, o da patronuyla para için yatmak zorunda kaldığından ondan nefret ediyor. Bu ikilem, bu ayrılık, ayrılıkların genelde ahlaki ikilem yerine sosyal sınıflar arasındaki fark üzerine kurulduğu Latin Amerika'ya tamamen yabancıydı. Bu bana Şili ve bütün Latin Amerika açısından çok çekici göründü.

Vicente'nin açıkladığı bu ahlaki ikilemlerle ilgili hikâyelerin anlatımında, bu dramalarda iyi bir şekilde temsil edilen Türk ailelerinin temsili ve davranışları önemli rol oynamaktadır.

Uluslararası televizyon dizisi distribütörü Sparks Network'ün yöneticisi Fredrik af Malmborg, Türk dizilerinin telenovelaların formülünü alıp onu kendisinin kılacak şekilde aile ilişkilerine yoğunlaşarak tüm dünyada parladığını söylemektedir. Malmborg, aileyi konu edinen Amerikan dizileri genellikle sitkom türünde iken "Türk dizileri aile ilişkilerini çok

ciddiye alma cesaretini gösterebilmektedir" diyerek görüşlerini ifade etmektedir (Zalewski, 2016).

Değnilmesi gereken bir diğer husus da Yeşilçam ve onun Türk televizyon dizilerine etkileridir. Yeşilçam'ın altın çağı 1968'de TRT'nin ilk televizyon yayına başlamasından itibaren zayıflayarak 1970'lerin sonunda televizyonun yaygınlaşmasıyla ve darbe sürecinde toplumsal huzur eksikliği, sinema izleyicisinin sayısında önemli bir düşüşe neden olmasıyla (Koç, 2016: 31) sona erse de, Yeşilçam'ın tamamen bittiğinden söz edilemez. Televizyonun yaygınlaşmasının etkileri ya da askeri darbenin sınırlamalarıyla tamamen kaybolmayan Yeşilçam, sinematografik öğelerini ve melodrama kökenlerini koruyacak şekilde yeni bir yayın ortamında yeni bir eğlence türüne evrilmiştir. Bu, Yeşilçam'ın, televizyon olgusunun bir parçası haline gelebilmek için kendini yeniden keşfettiği anlamına da gelebilir.

## 1.2. Türkiye Cumhuriyeti-Şili İlişkileri Tarihine Kısa bir Bakış

*Türkler, ulusal bir kimlik edinerek zafere ulaştılar. Osmanlı İmparatorluğu'nda ulusal kimlik duygusu önemsizleştirilmişti. Türklere kendilerini Türk değil Müslüman, Osmanlı ya da sultanın tebaası olarak görmeleri öğretilmişti (McCarthy, J., McCarthy, C., 2010: 65).*

Kurtuluş Savaşı'nın sona ermesi ve Lozan Barış Antlaşması'nın imzalanması<sup>1</sup> “çoğunlukla Müslüman olan Ortadoğu'da ilk modern, seküler devlet” olmak için tarihi bir fırsat anlamına gelmiştir (Ahmad, 1993: 2). Böylece Gazi Mustafa Kemal'in (daha sonra Kemal Atatürk) önderliğinde kendisi modern Türkiye Cumhuriyeti 29 Ekim 1923'te ilan edilmiş ve kendisi de ilk cumhurbaşkanı olmuştur.

---

<sup>1</sup> “24 Temmuz 1923 tarihli Lozan Barış Antlaşması, yıkılan Osmanlı Devleti'nin ardından kurulan Türk Devleti'ne tam bağımsız ve özgür olma niteliğini kazandırmıştır” (Örsten, 2012: 89).

Aynı günlerde, 1920’lerde Şili de bir dönüşüm geçirmektedir. Türkiye’deki gibi yeni bir cumhuriyetin başlangıcı anlamına gelebilecek düzeyde değilse de parlamenter sistemi başlatacak kendi hareketini gerçekleştirmektedir. Bu dönemde- ve bağımsız bir cumhuriyet olarak ilk 100 yılının ardından - Şili sosyal hayatında yeni aktörler belirir: bunlar arasında işçi sınıfı, öğrenciler, bazı solcu aydınlar ile ulusal sistem ve kurumların garantörü olarak ordu bulunmaktadır.

Hem Şili hem Türkiye darbeler açısından önemli, sarsıcı deneyimlere sahiptir. 20’nci yüzyıl boyunca Türkiye dört askeri darbe yaşamıştır. “Cumhuriyet döneminde 1960, 1971, 1980’de asker yönetime el koymuş” ([www.chatam.edu](http://www.chatam.edu), 2009) buna karşın Türkiye’deki Şili’de Türk Büyükelçisi Hayati Güven’e göre “kıtalar arasında coğrafi, ekonomik ve siyasal bir köprü olmak için” coğrafi konumunu kullanarak kendisini modern bir demokrasi olarak güçlendirmeyi başarmıştır (“*Aniversario 89° De La República De Turquía*”, 2012).

Tarihsel mihenk taşı olarak saptanabilecek bu olgular temelinde gelişen ülke tarihlerinin bugününe bakıldığında ise bir diğer benzerlik ekonomik alanda kendini göstermektedir. O da “iki ülkenin de kişi başına düşen gelirin benzerlik<sup>2</sup> göstermesidir (ODEPA, 2014: 01). Merkezi İstihbarat Ajansı’nın (CIA) World Factbook raporundaki verilerine göre, Türkiye 2016 yılında \$21.100 dolarlık kişi başına düşen yurtiçi hasılaya sahipken Şili’nin aynı yılki kişi başına düşen yurtiçi hasılası \$24.000 dolardır.

İki ülke arasındaki devasa coğrafi mesafeye rağmen- Şili hükümetinin websitesinde de vurguladığı gibi – karşılıklı ilişkiler Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk yıllarından bu yana “uzun soluklu ve kesintisiz” biçimde sürmektedir. Genel anlamda hükümetin de altını çizdiği üzere “iki ülkenin ilişkileri her zaman kusursuz ve birbirinin iç işlerine karışmama prensibiyle

---

<sup>2</sup> Arun’a göre “OECD içinde en yüksek yıllık kullanılabilir hane halkı gelirine sahip ilk üç ülke sırasıyla Lüksemburg, Norveç ve İsviçre’dir. Bu ülkelerde yıllık kullanılabilir hane halkı geliri 30.000\$ üzerindedir. En düşük yıllık kullanılabilir hane halkı gelirine sahip üç ülke ise sırasıyla Şili, Türkiye ve Meksika’dır. Bu ülkelerde yıllık kullanılabilir hane halkı geliri 9.000\$ altındadır” (Arun, 2016: 35).

hukukun üstünlüğü ve insan haklarına saygı gibi ortak ve evrensel değerlere bağlılık içinde gelişmiştir” ([www.chile.gob.cl](http://www.chile.gob.cl), t.y.).

Türkiye'nin eski Şili büyükelçisi Hayati Güven'e göre “Türkiye için Şili, hukuka ve insan haklarına saygılı, demokratik, yüksek bir sorumluluk ve çözüm arzusu taşıyan bir ülke olması nedeniyle daima özel bir ülke olmuştur” (“*Aniversario 89° De La República De Turquía*”, 2012). İki ülkenin 30 Ocak 1926'da Dostluk ve İşbirliği Anlaşmasının<sup>3</sup> imzalamalarının 90'ıncı yılı olan 2016, Şili-Türkiye ilişkileri için önemlidir (Ustan, 2014: 85).

Öte yandan Türkiye-Latin Amerika ilişkileri hakkında Gonzalez'in (2012: 188) belirttiği gibi “Latin Amerika'ya yönelik bugünkü politikanın temelindeki iki zemin, Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel'in 1995'te Arjantin, Brezilya ve Şili'ye gerçekleştirdiği ziyaret ile 1998'de uygulamaya konan “Latin Amerika ve Karayipler için Eylem Planıdır”. Söz konusu eylem planının iki ülke arasındaki yakınlaşma sürecini hızlandırdığı söylenebilir (Çelenk: 2011, 553). “Başlıca amaçlar, karşılıklı ilişkilerin yasal çerçevesini oluşturmak, üst düzeyde siyasi diyalog kanallarını geliştirmek ve ekonomik, ticari ilişkileri arttırmak”tır (González, 2012: 188).

Bu “Eylem Planı”nın uygulamadaki karşılıkları; parlamentolar arası dostluk gruplarının oluşturulmasının yanında çeşitli alanlarda iş birliği anlaşmalarının imzalanması, karşılıklı “İş Konseyleri”nin oluşturulması ile ticari sergi ve fuarlara katılımın sağlanması olarak görülmüştür. Bu plan, 2006’nın Latin Amerika ve Karayipler yılı ilan edilmesiyle daha da güçlenir (González, 2012: 188-189). Parlementolararası dostluk gruplarına ilişkin olarak “Şili-Türkiye Dostluk Grubu”nun, iki ülkenin diplomatik ilişkilere başlamasından bu yana Nisan 2015'te ilk kez Şili Senatosu'nu ziyaret ettiğini eklememiz gerekir (“*Chile y Turquía:*

---

<sup>3</sup> Bu anlaşmayla Şili, yeni Türkiye Cumhuriyeti'ni tanıyan ilk Latin Amerika ülkesi olmuştur. Bu yolu izleyen Arjantin antlaşmaya aynı yılın Haziran ayında taraf olur ve Brezilya ile Meksika Türkiye'yle antlaşmaları sırasıyla 1927 ve 1928 yıllarında imzalar (González, 2012: 187).



*apuntan a fortalecer las relaciones*”, 2014). Mehmet Kerim Yıldız, ziyaret sırasında: "Amacımız, kültür, siyaset ve ekonomi başta olmak üzere her alanda ilişkilerimizi güçlendirmek" demiştir (*“Chile y Turquía”*, 2014).

ProChile<sup>4</sup> İstanbul’daki Ofisi Şili-Türkiye arasındaki ticaret geliştirilmesinde de önemli bir rol oynamıştır. Serbest ticaret anlaşmasıyla sağlanan ticaret ilişkilerindeki yükselişin ardından ProChile Ankara’da bir ticaret ajansının kurulmasını onaylar ve bu ajans daha sonra İstanbul’a taşınır. Bu ofis, "yeni iş alanlarına ulaşmak ve Türkiye’nin önemli bir etkisinin bulunduğu Orta Asya gibi alanlara yönelik projeksiyonlar oluşturmak için kilit öneme sahiptir” ([www.chile.gob.cl](http://www.chile.gob.cl), y.t.).

Şili-Türkiye Ticaret Odası Başkanı, Yener Karaya’ya göre, iki ülke arasındaki ticaretin son 5 yılda ikiye katlanması gibi pozitif rakamlara rağmen Şili-Türkiye Ticaret Odası "iki ülke arasındaki ticaret ilişkisi, sahip oldukları potansiyelin çok altında" vurgusunu yaparak kritik bir dönüm noktasını gerçekleştirmiştir ([www.cccht.cl](http://www.cccht.cl), 2014). Karaya şöyle der: “Bu denli küçük iş hacmi ve yatırımın nedeni ihmalkârlıktır. Türk televizyon dizilerinin Şili’de çok popüler olmasına karşın iş dünyası birbirini tanımıyor. Evet, Şili ve Türkiye birbirinden çok uzakta, ancak iş dünyasının zihinleri arasındaki mesafe gerçekteki coğrafi mesafeden de fazla”.

Yener Karaya’nın belirttiği gibi, son yıllarda Latin Amerika’da açılan bir başka pazar ise Türk televizyon dizilerinin başarısı sonucu açılan sesli-görsel medya pazarıdır. Kanal D’nin uluslararası satış sorumlusu Kerim Emrah Turna BBC’ye verdiği röportajda (2014) Kanal D’nin 2011 ve 2012 yıllarında Latin Amerika pazarlarına yatırım projesi başlattığını açıklar. Distribütörden sorumlu diğer başlıklarından farklı olarak *"Binbir Gece"* (Kanal D,

---

<sup>4</sup> ProChile: Şili Dış İşleri Bakanlığı’nın ihraç edilebilir Şili mal ve hizmetlerinin tanıtılmasıyla abanciyatırım çekilmesi ve turizmin geliştirilmesinden sorumlu kurumudur ([www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)).

2006) bir "deney" olarak işlev görmüş ve bunun ardından diğer prodüksiyonlarını da uluslararasılaştırma yoluna gitmişlerdir.

Türk televizyon dizilerinin başarısı yalnızca onları yayınlayan Şili televizyonları için kâra dönüşmekle kalmaz, aynı zamanda Latinlerin Türk kültürüne ilgisini de başlatır. Bu anlamda Türkiye'nin Şili Büyükelçisi Naciye Gökçen Kaya: “çalışma vizesi ve sürekli oturma izniyle ilgili danışmaların yanı sıra burs ve dil kursları için başvuruların sayısı arttı. Dahası kimi insanlar TV dizilerinde gördükleri yemeklerin tarifleri veya kültürel ve sosyal öğeler hakkında bilgi için bizi arıyorlar” demiştir (“*El boom turco que despertó el fenómeno de Las Mil y una Noches*”, 2014). Bu pazar özelinde Şili’deki Türk televizyon dizilerinin başarısı arasındaki ilişki gelecek bölümde daha ayrıntılı analiz edilecektir.

İki ülke arasındaki medya ilişkilerinde dönüm noktası olan dizilerin ithalatı ve ihracatı, öncelikle Türkiye’de izlenen ve çok sevilen latin amerikan dizileri ile başlar. Sürecin son halkasını ise Şili’ye ihraç edilen yerli diziler oluşturur. Bu ilişkiler, Türkiye ve Şili medyalarının ve ekranlarda yer bulan yapımların kısaca betimlenmelerinin ardından tarihsel bir perspektifle değerlendirilecektir<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Şili-Türkiye ilişkisinin kültürel alanda Türk TV dizilerinin son başarısı ile sınırlı olduğunu söylemek eksik kalacaktır. Şili ve Türkiye siyasi ve kültürel alanlarda da yakınlaşırlar; meselâ Neruda ve Nazım Hikmet gibi tanınmış sanatçıların ilişkisi ya da kardeşler Isabel ve Ángel Parra’nın Türkiye ziyareti veya Victor Jara ve Ruhi Su bunların bazı örnekleridir. Nobel Ödülü sahibi Orhan Pamuk da günümüz kültürel ilişkilerinde anılması gereken bir isimdir. Pamuk, 2011’de Şili’ye ziyaret ederek Neruda hayranlığını dile getirir ve bu durum, Şili’de gezisinden sonra basında yer bulur ([www.usasabah.com](http://www.usasabah.com), 2011).

Öbür yanda, “Sessiz ev” Feroz Rather ([www.warscapes.com](http://www.warscapes.com), 2013) Pamuk’un eserleri ile Neruda’nın etkileri arasında ilginç bir bağ kurmaktadır.

Türkiye ve Şili, kültürel alanda, özellikle de devrimci şarkılar ve "la nueva canción" un etkisiyle, ilişkiler ve müzikal değişimi uzun bir tarihe korumuştur. Bu ilişki sabit kalmıştır ve diktatörlük dönemlerinde olduğu gibi o kadar yakın olmasa da, kültürel değişim devam eder ve sanat yoluyla hem ülkelerini birleştirilmektedir.

Piyanist Gülsin Onay önemli örneklerden biridir. Bu ünlü sanatçı 2010 yılında Şili’yi ilk defa ziyaret etmiş ve Şili’nin 200 yıllık bağımsızlık ve Chopin’in 200. doğum gününü kutlamaları çerçevesinde bir konser vermiştir. Etkinlik Şili’deki Türkiye Büyükelçiliği tarafından organize edilmiş ve Şili-Türkiye Parlamento Grubu tarafından desteklenmiştir ([www.camara.cl](http://www.camara.cl), 2010). Daha sonra Onay, 2016 yılında Şili’ye döndü ve Türkiye Cumhuriyet Bayramı kutlamalarına anısına bir konser vermiştir.

### 1.3. Türk Televizyonlarında Dizilerin Kısa Tarihçesi: Yerli Diziler, Amerikan Citcomlar ve Latin Amerikan Telenovellalar

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla, 1 Mayıs 1964’de, özel yasayla özerk tüzel bir kişiliğe sahip olarak kurulur. Ocak 1968’de Ankara Televizyonu tarafından Mithatpaşa Stüdyosu’nda başlar. ([www.trt.net](http://www.trt.net), 2016.).

TRT’nin başlangıçtaki öncülük yıllarında temel amacı eğlence olmayıp eğitmek, haber vermek ve bilgilendirmektir (Çelenk, 2005: 49-50). Ancak Ayşe Öncü (2000: 301), bu amaçları gerçekleştirmek için Türk ulusal değerlerini ve halk kültürünü yücelten yerli yapımlara yer veriyorsa da TRT’nin yayın saatleri arttıkça yabancı yapımların yayın sürelerinin arttığını vurgulamaktadır.

Bu doğası nedeniyle TRT 1981 yılında farklı ülkelere yapımlar ihraç etmeye başlar. Bundaki temel amaç, “Türk kültürünü tanıtmak ve yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarına kendi dil ve kültürlerinde program sunmaktır. 1981 yılında belgesel film, sinema filmi ve televizyon dizilerini içeren 52 yapım 9 ülkeye satıldı” (“*Turkey the market under the spotlight*”, 2015).

Yerli yapımlara gelince, bu üretimin başlangıcını dönemin TRT genel müdürü İsmail Cem’in 1974 yılında Yeşilçam’ın ünlü yönetmenlerini TRT için televizyon dizileri çekmeye davet etmesinde bulabiliriz (Yağcı Aksel, 2011: 18). Bu dönemde “TRT, yerli TV dizileri ve filmlerin yayınlanması için Türk sinema yönetmenlerini memur olarak atamış ve diğer bazı

---

2016 yılında Şili’de başka bir Türk performansı da geliştirmiştir. Genel Sanat Yönetmenliğini Mustafa Erdoğan’ın yaptığı Anadolu Ateşi Dans Topluluğu, Şili’nin başkenti Santiago’da sahne almıştır ([www.foros.fotech.cl](http://www.foros.fotech.cl), 2016).

Şili Folklor Bale’sinin (BAFOCHI) ziyaretiyle, o yıl Şili folklor Türkiye’de de gerçekleştirilmiştir. BAFOCHI, 2016 yılında Yalova Festivali’ni kazandı ve ayrıca Expo Antalya’da bir performace yapmıştır. Antalya’da izleyicilere bir de sürpriz yapılmış ve "Yanıyorum" (Neşet Ertaş’ın türküsü) türkçe şarkı söylemiştir ([www.trt.net.tr](http://www.trt.net.tr), 2016).

yapımlar için de bu yönetmenleri kullanmıştır. Bu yapımların ilk örnekleri, TRT tarafından yapımcılığı üstlenen ve Metin Erksan, Halit Refiğ ile Lutfi Akad tarafından 1974'te yönetilen edebiyat uyarlamalarıdır” (Kuyucu, 2014: 106).

İlk yerli TV dizisi de bu edebiyat uyarlamalarının etkisiyle ekrana gelmiştir. Türk televizyonu tarafından yayınlanan ilk Türk dizisi olarak bilinen, Halit Refiğ'in yönetmenliğini yaptığı bu dizi "*Aşk-ı Memnu*" olup TRT tarafından yıllarca en çok izlenen dizi olarak yayınlanır (Kuyucu, 2014: 106). "*Aşk-ı Memnu*" "Yazar Halit Ziya Uşaklıgil'in çok satan eserinin modern zamana uyarlanmasıdır" (Rousselin, 2013: 17).

Lejla Panjeta (2013: 191), aralarında şu dizilerin de bulunduğu, klasik edebiyat eserlerinden uyarlanan Türk yapımlarının bir listesini sunmaktadır: Reşad Nuri Güntekin'in 1939 tarihli romanından uyarlanan "*Yaprak Dökümü*"; Vedat Türkalî'nin aynı adlı romanından uyarlanan "*Fatmagül'ün suçu ne?*" (Kanal D, 2010) ve ünlü "*Monte Cristo*" romanından ilham alan "*Ezel*" (ShowTV, 2009).

70'lerin ortası yeni türler ve yeni biçimler için bir deneme ve yaygınlık kazanma dönemiye 80'ler Türkiye için demokrasi tarihinde ve elbette ki medya sisteminde bir kesinti anlamına gelmiştir. 12 Eylül 1980'de yeni bir askeri müdahale gerçekleştirilmiştir, askeri yetkililer devlet televizyonundan askeri yasaları uygulamaya başladıklarını ve hükümeti dağıttıklarını duyurdular. Kenan evren cumhurbaşkanlığına gelirken donanma komutanı Bülent Ulusu ise başbakanlık görevini üstlenmiştir. Bülent Ulusu'nun ardından görevi, şimdilerde kamuya ait birçok kurumu özelleştirerek Türkiye ekonomisini istikrara kavuşturmakla övülen Turgut Özal devralmıştır ("*Timeline: A history of Turkish coups*", 2016).

Sevgi Yağcı Aksel'in (2011: 20) açıkladığı üzere bu darbe aynı zamanda kitle iletişim araçlarını da etkiler, bu sansür döneminde tam bir propaganda aygıtına dönüştürülen televizyonun içeriği sıkı biçimde denetlenir.

Turgut Özal'ın ekonomik reformları aynı zamanda televizyon sektörüne ilişkin değişiklikler de içermektedir. TRT yayınlarında reklamlar ve bağımsız yapımlar görülmeye başlanır. Artık piyasa koşulları ekranlara hâkim olmaktadır (Yağcı Aksel, 2011: 20).

Bu tezin Şili'nin tarihi hakkındaki ilk bölümü hatırlanacak olursa, Pinochet liderliğindeki 1973 darbesinden sonra yaşananlar, özellikle sıkı sansür, açık pazar piyasası, kapitalist paradigma ile milliyetçi-muhafazakar içerikler açısından Türkiye'de 1980'lerde yaşananlara benzerdir.

1985'e gelindiğinde yabancı kökenli programlar, TRT'nin yayın saatlerinin %50'sine karşılık gelmektedir. Ancak tüm bu yabancı yapımlara, standard Türkçe konuşan TRT çalışanları tarafından dublaj yapılmıştır. *Cosby* ailesinden ya da *Vahşi Batı*'nın kovboylarından olsun tüm ekran karakterleri 'doğru ve güzel' Türkçe'nin sözcükleri, ritmi ve anlatım şekilleriyle konuşturulmaktadır" (Kesirli, 2015: 141).

Türk seyirciler bu dönemde, TRT kanalının öncülüğü sayesinde yabancı dizilere aşina olmuşlardır. Bu noktada 70'lerde Türk seyircilerin "*Star Trek*" ve "*Mission Impossible*" gibi Amerikan TV dizileri ile BBC yapımlarını izlediğini hatırlamak faydalı olabilir (Kesirli, 2015: 140).

Bu yönelim yerli yapım pazarında kendisine yer bulur, 90'ların başında sektör, Star 1 TV kanalını öncü özel kanal olarak kabul edecek kadar açıktır.

90'larda insanların TRT dönemine oranla daha fazla televizyon izlemesi yayıncılık sektörünün daha popüler hale gelmesine neden olur. Özel kanalların gelişi, televizyon yapımı türü açısından büyük bir çeşitlilik sağlar (Kuyucu, 2014: 107).

Böylece, "özel kanalların kurulması; farklı kimlikler, ağızlar ve aksanlar, arabesk sanatçılarının popüler müzik videoları, ünlüler hakkında programlar ile yabancı oyunların uyarlaması ve yeni Türk TV dizileri gibi daha önce TRT'de yayınlanması mümkün olmayan yayınların yayınlanmasını beraberinde getirir" (Kesirli Unur, 2015: 141).

Bu özel televizyon kanallarının yanı sıra bir dizi patlaması yaşanır ve İstanbul merkezli devasa bir dizi sektörü oluşmaya başlar. Böylece televizyon kanallarının haber sonrası yayın akışını doldurmak için reklamların eşlik ettiği saatlerce süren dizi yayınları başlamış olur (Oktay, 2011: 60).

1989 yılında özel televizyon kanallarının yayına başlamasıyla dizi yapımları çoğalmış, zamanla yapım şirketlerinin de gelişmesiyle dizi yapımı apayrı bir sektöre dönüşmüştür (Cereci, 2014: 7). Yağcı Aksel'in (2011: 29) araştırmasında açıkladığı üzere özel kanallar, izleyiciler için bir yenilik olduğundan TRT için seyircileri ekranda tutmak oldukça güç hale gelir.

Bu doğrultuda Yanardağoglu (2014: 52) 1990'larda özel TV kanallarının kurulmasıyla Türk izleyicilerin taleplerini karşılamak amacıyla yerli TV dizilerinin yayınlanmasına devam edildiğini ancak bu dizilerin sayısının artmasının, Yeşilçam tarafından sıkça kullanılan uyarlama tekniklerinin televizyon sektörüne de taşınmasına neden olduğunu ifade eder. Böylece uyarlamalar boyut değiştirir; başlangıçta edebiyat eserlerinden uyarlamalar yapılırken 1990'larda Sevgi Yağcı Aksel'in (2011: 29) sözleriyle ilham, "yabancı geleneklerden ancak milli bir duruş"la alınmaya başlanır".

Prensario Internacional ("*Turkey the market under the spotlight*", 2015) dergisine göre, Türkiye'de şu anda yerel, bölgesel ya da ulusal düzeyde yayın yapmakta olan 678 televizyon kanalı bulunmaktadır. "Bu kanallar arasında Kanal D tarihsel olarak ülkenin lider

yayıncısıdır, ancak 2012'nin son çeyreğinden itibaren prime time liderliğini Start TV'nin ellerinde kaybetmiştir” (*“Turkey the market under the spotlight”*, 2015).

Özel kanalların TRT'ye oranla ciddi izleyici sayısına ulaştığı 1995-2000 arasında Star, TGRT, Show TV, ATV ve Kanal D yerli dizilere yoğunlaşmaya başlar ve bu diziler ciddi izleyici reytinglerine ulaşırlar (Kuyucu, 2014: 108).

Türk dizilerinin bu başarısı hem ulusal hem de uluslararası pazarda görülmektedir, bunun bir örneği “dizilerin yayın haklarının ihraç edilmesinden elde edilen gelirin 2007 yılında \$1 milyon dolardan 2012 yılında \$130 milyon dolara yükselmesi”dir (Habibi, 2015: 85).

Çevik'e (2014: 83) göre Türkiye'den ihraç edilen ilk aksiyon-drama dizisi “*Deli Yürek*” (ShowTV, 1998) idi ancak bu dizi kültürel kısıtlardan ötürü yalnızca Kafkasya'ya ihraç edilir. O günden bu yana Türk televizyon dizileri Ortadoğu, Balkanlar, Avrupa'nın bir kısmı, Kafkaslar ve Afrika'yı dolaşır, hızlı şekilde Rusya ve Asya'ya yayılır ve son olarak “*Binbir Gece*”nin (Kanal D, 2006) 2014'te Şili'ye gelmesiyle Güney Amerika'ya da ulaşır (Çevik, 2014: 92).

Ancak başarının tek göstergesi reyting sayıları ve ihraçtan elde edilen gelir değildir, sponsorlukların önemi de bu noktada başka bir faktördür. Yağcı Aksel'in (2011: 39) vurguladığı üzere sponsorluklar nedeniyle dizilerin çokluğu, pazardaki ticareti etkiler. Böylece saç stili, kıyafet, ayakkabı, mücevher gibi prodüksiyon unsurları izleyiciler tarafından aranmaya ve piyasada satılmaya başlanır.

2000'ler aynı zamanda “eskiye dönüş” dönemidir (Yağcı Aksel, 2011: 35-40), bu dönemde “*Yaprak Dökümü*” (2007), “*Aşk-ı Memnu*” (2008) ve “*Hanım Çiftliği*” (2009) adaptasyonları orijinal senaryoları takip etmeyerek modern teknolojiler kullanılarak yorumlanmış ve edebi değerlerinden uzaklaşmışlardır. Bu anlamda “nostalji dizileri” de

doğru çekim mekanlarına gereksinim duymaktaydı, bu yüzden parklar, müzeler, tarihi binalar ve önemli caddeler kullanılmıştır.

Bu yerlerin güçlendirilmesi fikri de Mihalıs Kuyucu'nun (2014: 110) ileri sürdüğü üzere TV dizileri ile turizm arasındaki ilişkiyle ilintilidir. Bu anlamda, film ve TV dizilerinin potansiyel turistler için destinasyon fikirleri ve o destinasyonların çekici yanlarıyla ilgili bilinç sağlamaktadır. Böylece, söz konusu işitsel-görsel ürünler bu yerler için pozitif bir imaj çizmekte ve hem yerli hem de yabancı turistleri bu yerleri ziyaret etmek için teşvik etmektedir. Buna ilişkin olarak Kuyucu (2014: 110) “o filmlerin çekildiği Anadolu şehirlerini ziyaret etmek için akın eden yerli turistlerin durumunu örnek vermektedir. Tur firmaları, dönemin popüler dizilerine göre kültür turları düzenlemeye başlamışlardır”.

Şili’de “*Binbir Gece*”nin başarısından sonra Türk müziğine, yemeklerine ve kültürüne olan ilgi kayda değer biçimde artmıştır. Şilili tur şirketleri, “*Binbir Gece*”nin ilk bölümünün yayınlanmasından yalnızca altı ay sonra, önceki yılın aynı dönemine kıyasla Türkiye’ye seyahat eden Şilililerin sayısında %204’lük bir artıştan bahsetmiştir. Benzer şekilde, “*Binbir Gece*” Masalları kitabı birçok ulusal kitapçı zincirinin mağazalarında yok satmıştır (“*Fiebre turca en Chile*”, 2014).

Bu bağlamda Türk dizilerinin başarısının, turizmi teşvik eden enstrümanlar olmalarından ve aynı zamanda - Nader Habibi'nin (2015: 85) sözcükleriyle – “diziler Türk kültürünün etkisini yayacak şekilde de işlev görmeleri”nden ileri geldiğini iddia etmek mümkündür. Böylece gelecek bölümde de göreceğimiz üzere bu yayılmanın etkisi öyle büyüktü ki sonunda Güney Amerika'yı fethettiği 2014 yılında Şili üzerinden Güney Amerika'ya kadar ulaşmış olur.



### 1.3.1. Türkiye’de Latin Amerika Telenovelaları

1980’ler Türkiye’nin televizyon tarihinde önemli bir dönüm noktası olmuştur; devlet kanalı TRT, bu dönemde Latin Amerikan telenovelalarını<sup>6</sup> tüm müzik, manzara, kültür, romantizm ve dramasıyla ithal etmeye başlar.

1990’ların başlarına kadar Türkiye’de televizyon yayını kamu hizmeti yayın kanalı statüsüyle TRT’nin tekelindeyken, özel kanalların yükselişiyle birlikte TRT de, izleyici kaybetmemek için yayın akışında değişiklikler yapmak zorunda kalır. Bu yüzden ticari televizyon yayıncılığının ilk yılları, “ucuz içerik” ihtiyacı ve program kaynaklarıyla yetişmiş personelin azlığından ötürü büyük oranda ithal yapımları dayanmıştır. Gündüz ve prime time kuşakları, Brezilya ve Meksika telenovelaları ile amerikan dizileri tarafından doldurulmuştur” (Yesil, 2015: 46).

Bu bağlamda, "iletişim ekonomisi kaynakları da dâhil olmak üzere, kaynakların üretimi, dağıtımı ve tüketimi" bakımından ekonomi politik yaklaşımlar temelinden bakıldığında (Mosco, 2006: 59) Latin Amerika televizyon melodramları (telenovalalar) kavramını bir televizyon ürünü, yani "emtia" olarak ele görmek uygundur. "Dış nesne olarak emtia" -midenin ya da fantezilerin- “özellikleriyle insanın her türlü ihtiyacını karşılayan şey" (Marx, 2000: 55) olarak anlaşılmalıdır. Fantezi ile ilişkili insan ihtiyaçları ile bu ihtiyacı karşılayan iletişimsel bir ürün olarak telenovelalar, takas edilebilir ya da belirli bir değere satılabilir olan bir emtiadır.

Bu bağlamda 90’lı yıllara gelindiğinde Brezilya ve Meksika prodüksiyonlarının Türkiye pazarını ele geçirdiği tespitini yapmak mümkündür. Bugün ise, bu ticaret (merkantilizasyon) yön değiştirmiş biçimde yaşanmaktadır. Yani, Türkiye, televizyon

---

<sup>6</sup> Bu bölümde "telenovela" kavramını Latin Amerika’da ortaya çıkmış kurgu türü olarak anlayacağız.

ürünlerinin (Latin televizyon dizileri) ithalatçısı olmaktan, kendi TV dizisinin bir yapımcısı ve distribütörü olmaya geçiş yapmıştır.

Bu bağlamda Garnham'dan yola çıkarak şu soru sorulabilir: "Telenovaları, üreten, dağıtan ve -kısmen- onlar için bir izleyici kitlesi yaratan televizyon kurumlarını incelemeksizin bağımsız kültürel uygulamalar olarak anlamak olası mıdır? (Garnham, 1998: 144).

Kapitalist üretim sistemlerinin günlük hayatın temsiline ve zapt edilmesine nasıl etki ettiğini pembe dizileri izleyerek ele alınabilir. Bu nedenle, Latin Amerika ticari ve kurumsal televizyon modellerine (özellikle Brezilya'daki Globo ve Meksika'daki Televisa örneklerinde göreceğimiz üzere) atıfta bulunmak önemlidir. Tüm bu saptamalarla hatırlatılmak istenen, bir TV dizisi dünyanın bir başka yerinde gösterime girdiğinde, pazarlananın sadece bir televizyon ürününü değil, bu ürünün temsil ettiği, içerdiği tüm değerler oluşudur. Bu alışveriş bir seçilmiş realite oluşturmakta, toplumların birbiri ile ilgili algısına katkı sunacak kültürel öğeleri dolaşıma sokmaktadır. Bu da eleştirel ekonomi politik bakışın yanı sıra, kültürel çalışmalar perspektifinden de yararlanılan yeni çözümlemelere ihtiyaç olduğunu da ortaya koymaktadır.

Mevzu hem üretim, dolaşım ve tüketim boyutu hem de üretilen, dolaşan ve tüketilen metnin içeriği ve nasıl alımlandığı açısından ilgi çekici olduğu kadar, bir başka yönüyle de uluslararası diplomasi açısından da büyük önem taşır. Schiller in ifadesiyle "top savaşı diplomasisi tarihe karıştı, ancak bugün iletişim diplomasisi geliyor" (Schiller, 1976: 196) da denilebilir ancak tarif edilen her üç alan da her boyutuyla bir kesişim ve birbirini içermeye halindedir.

Latin Amerika dizilerinin küresel pazarda, dolayısıyla Türkiye'deki serüveni de bu bağlamlarda değerlendirilmelidir. 90'lı yıllarda Latin Amerika, giderek büyüyen iletişim

pazarında bir öncü konumuna gelir. Başta Brezilya ve Meksika olmak üzere çeşitli ülkeler, uluslararası pazarda yer almaya başlar ve telenovela'lar gibi, kendilerini (kültürlerini, müziklerini, doğal güzelliklerini ve dillerini) temsil ederek ve göstererek, kurmaca ortam içeriklerinin üretiminde lider olurlar (Medina & Barron, 2011: 126-128).

Latin Amerikan yapımları ("telenovelaları") ucuz eğlence talebini karşılamak için hazırlanmış yapımlardır. Türkiye'de özel kanalların çıkışıyla yaşanan durum, bu dönemde Doğu Avrupa'nın geri kalanında yaşananla benzerdir. "Kıtanın bu bölgesindeki kanalların planlama ve satın alım departmanları, programların yayınlanabilirlik veya zaman çizelgelerine uygunluğundan önce fiyat ve ekonomik değerlerine bakmışlardır" (Biltereyst & Meers, 2000: 407). "Telenovelalar uygun fiyatları ve uzun süreleriyle yayın akışını doldurmakta ve bir kez izleyici çektiklerinde uzun bir süre için sıkı takipçiler oluşturmaktadır" (Havens, 2005: 2).

En başarılılarından birisi, 1975'te Avrupa'ya telenovela ihraç etmeye başlayan Brezilya televizyonu Televisa'dır. On yıl içerisinde yaklaşık 100 ülkeye telenovela satışları +20 milyon dolara ulaşmıştır ve bu satışlardan geliri 1982 ile 1987 arasında beş kat artmıştır (McAnany, E. & Wilkinsin, K., 1996: 120).

Türkiye de Brezilya fenomeninin başarıyla ulaştığı ülkelerden biridir. Türk pazarını Latin Amerikan yapımlarına açan ilk telenovela ise başkahramanın bebeklikte yetim kalmış olduğu "*Köle Isaura*" ("*Escrava Isaura*", Globo, 1976) adlı yapımdır. "*Köle Isaura*" Türkiye'de ilk kez Brezilya'da Globo tarafından 1976'da yayınlanmasından 9 yıl sonra 1985'te TRT tarafından saat 22:55'te yayınlanmıştır.

Brezilyalıların Türkiye'de başarısı, 1980'lerin ikinci yarısında yine TRT1'de ancak bu kez sabah saatlerinde yayınlanan iki telenovela - "*Sevme hakkı*" ("*Dereito de amar*", Globo, 1987) ve "*Küçük hanım*" ("*Sinhá Moca*", Globo, 1986) - ile devam eder.

Milliyet gazetesi ve SIAR (Sosyal ve İktisadi Arastirmalar A.S.) tarafından yapılan bir araştırmaya göre “*Köle Isaura*” yalnızca %12'lik bir kesim onu izlemek istemediğini söylerken %68'lik tercih edilme oranıyla 1986'da en çok izlenen diziydi. (“*TV'de en sevilen dizi Köle Isaura*”, 1986).

Mutlu Binark, bu türün Türk kadın takipçileriyle görüşerek diziler üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Söyleşi yapılanlardan birisi olan Zeynep, Binark'ın (1992: 51-52) aktardığı üzere iyi eğitilmiş, yüksek gelire sahip ve bekâr kadın izleyicidir.

Zeynep için “herhalde Brezilya'da yapılan telenovelar türk toplumunun yapısına benziyorlar. Bu dizilerde çoğu kadın ekonomik bağımsızlıklarını elde etmiş, evlenmeler ve boşanmalar da son derece normal. Kadın bu dizilerde daha özgür” (Binark, 1992: 52).

Kültürel çalışmaların, araştırmak üzere yöneldiği noktalar işte bu tür noktalardır. 1964 yılında yaptığı açılış konuşmasında Hoggart'ın amaçlarını, “popüler edimleri, sosyal medya kültürünün ürünlerini ve yaşam biçimlerini incelemek için edebi eleştiri teknik ve yöntemlerinin kullanılmasını sağlamak” olarak tanımladığı (Mattelart, 2002: 34) kültürel çalışmaların da yöneldiği noktalar işte burada yeniden karşımıza çıkmaktadır<sup>7</sup>.

Barbero, aracılık yaklaşımları arasında medya türlerinden bahseder. Bunun bir örneği de devamlı tekrarın kitlesel manipülasyon, ticaret ve rekabet televizyonu ile kültürel kimliğin tanınmasından gelen doyum arasındaki bağlantı olmasından dolayı, telenovela'lardır (Quirós, 2012: 6-7). Martin Barbero'nun mantığından yola çıkarak, medya içeriğinin kitle tarafından alınmasındaki kültürel aracılık sürecinde kitle edilgen değildir. Kitle, tükettiği içeriğe aracılık

---

<sup>7</sup> Hem İngiliz hem de Amerikan ekollerinden olan kültür araştırmaları araştırma konuları açısından esnek olmaları ve çalışmaların geliştirdikleri yöntemsel ve epistemolojik yaklaşımlarıyla tanımlanmasıyla bilinirler. Bu durumda, Jesús Martín Barbero and Néstor García Canclini adlı akademisyenler öncülüğünde Latin Amerika kültür araştırmalarının gelişmesi şaşırtıcı değildir. Kültür araştırmalarının Latin Amerika'da bu adla başlangıcı 90'larda gerçekleşmiştir. Latin Amerika'da, kültürel düzeyde iletişim araştırmaları konusundaki tartışmayı başlatan Martin Barbero'dur. En popüler kitabı *From Media to Mediation*'dir. Bu kitapta araştırmacının kültürel içerik üretiminin çeşitli yönlerini süreç sırasında gözlemlemesini sağlayan aracılık konusunda çeşitli yaklaşımlardan söz eder (Quirós, 2012: 6-7).

eder, yani doğrudan ekranda gördüğü içeriği edinmez. Örneğin telenovela'ların durumunda kitle, kendisi için anlamlı olan öğeleri öne çıkarır ve aracılık sayesinde uyarlar.

Bu analizi daha uygulamalı bir düzeye getirmek için, yukarıda sözü edilen katılımcı Zeynep'in bakış açısına dönebiliriz. Zeynep'in söylediklerine dayanarak, bir Türk izleyici olarak bir Latin Amerika yapımı üzerine yaptığı gözlem ve aracılığı tanımlayabiliriz. Zeynep, Brezilya dizilerinin (telenovela'lar) Türk toplumuna benzediğini ancak kadınların daha özgür olduğunu söyleyerek (Binark, 1992: 52), bu kurgusal yapımda kendisi için anlamlı olan, telenovela'lardaki kadınların bağımsızlığı gibi öğeleri tanıyor. Bu yüzden önemli olan iletinin kendisi değil, kitlenin iletiden ne aldığı, yansıttığı, yorumladığı ve uyarladığıdır (Pineda, 2013: 18).

Zeynep'in bu dizileri tercih etmesi, akademisyenlerin telenovelalar hakkındaki açıklamalarıyla tam olarak uyuşmaktadır. Medina ve Barron'in (2011: 135) açıkladığı üzere Brezilyalı karakterler “gerçek tarihi bağlamlarda hareket ederler ve temalar genellikle farklı dinlerden insanlar arasındaki aşk gibi sofistike konular ya da insan klonlamayı konu edinen “*El Clon*” (Globo,2001) gibi tartışmalı konulara üzerinde kurulmuştur”.

“Brezilya yapımları bir daha bu türde asla görülmeyecek olan büyük tarihi içerikler, sosyal ve kimlik meseleleri ile içeriğin görsellikle bütünleştiği karakteristikleriyle ayrılır”. “Ayrıca montaj ve işitsel-görsel dil gibi teknik boyutları da yenilikçiydi: birçok sahne dış mekânda, kamera hareketleri, sinematografik görüntüler ve büyük oyunculuklarla çekilmişti” (Amigo, Bravo, & Osorio, 2014: 138).

Bu anlamda Brezilya yapımlarının bu özellikleri bir sonraki bölümde göreceğimiz üzere Türk dizilerinde de bulunmaktadır. Türk dizilerini analiz ederken göreceğimiz gibi, bu sinematografik öğelerin bir kısmını Türk film geleneği ya da "Yeşilçam"la ilişkilendirebiliyor isek de Latin Amerikan telenovelalarının etkisi de yadsınamaz büyüklüktedir.

“Yıllarca Brezilya telenovelalarını ithal ettik. Şimdi bizim yazarlarımız da benzer hikâyeler ortaya koyuyorlar, ancak bu kez Türk kültürü bağlamında. Başka bir ülke, başka bir şehir, başka isimler, ancak benzer hikâyeler: aşk, para, romantizm, ailevi ilişkiler. Böylece Araplar izliyor, Ruslar izliyor, Pakistanlılar izliyor” (Bilge Yesil (2015: 45) tarafından “*Transnationalization of Turkish Dramas*” adlı araştırmasında ismi verilmeyen bir televizyon yöneticisinden alıntı).

Benzer bir deneyimi Kanal D Satış ve Alım Müdürü Özlem Özşümbül’ü da tanımlamaktadır; (Zeynep’in hikâyesi gibi) Latin Amerikan telenovelalarının kendi hayatı üzerindeki etkilerini anlatan Özşümbül, Latin ve Türk yapımları arasındaki benzerlikleri tespit etmiştir.

Çocukluğumda sürekli olarak Brezilya, Meksika ve Arjantin telenovelalarını izlerdik. Saat 08.00’dan primetime’a kadar yayınlanıyordu ve onlar hakkında her şeyi biliyorduk. Türklerin hoşuna gittiler çünkü tıpkı bizim gibi geniş bir aile tek bir binada yaşıyordu, arkadaşlar ve komşular arasında bir rekabet ile benzer bir dış mekân kültürü söz konusuydu. Bu bağlantının bugün bizim dizilerimizi de Latin Amerika’ya satmamızda etkili olduğunu düşünüyorum (Mipcom Essential Turkey, 2015: 12).

Özşümbül’ün tanıklığında belirttiği gibi Türk evlerine yalnızca Brezilya dizileri girmemiştir. 90’lar Türkiye’de Meksika telenovelalarının dönemidir ve “türün popülerliği uluslararası düzeyde bu dönemde yükselir” (Havens, 2005: 7). Meksikalı oyuncular Verónica Castro, Thalia, Eduardo Capetillo ve Fernando bu dönemde oynadıkları önemli rollerle uluslararası tanınırlığa ulaşmışlardır.

Meksika yapımlarında “temalar aşk, nefret, intikam, kıskançlık, açgözlülük gibi telenovela klasikleriyle ilgilidir” (Medina & Barron, 2011: 128). “Meksika telenovelaları “bir akak gibi”, tarihten kopuk, bir bağlamın verilmediği yapımlardır” (La Pastina, Rego, & Straubhaar, 2003: 4).

“Akak” kavramı, Meksika telenovalarını anlamak için yerinde bir kullanımdır. Bu yapımlar başrolün acıları ve sorunlarını kendisi de hisseden izleyici üzerinde gerilim

yaratmayı başarır, ancak seyirci aynı zamanda bunu bir eğlence zamanı olarak görür. Bu, Mutlu Binark'ın söyleşi yaptığı Şükriye isimli Türk kadın için de geçerlidir:

Ben zaten Rosa müptelasıyım. Marianna da beğenerek izlediğim diziydi. Ben hiçbir bölüm kaçırmam. Kaçırsam çok üzülür, merak ederim. Ayrıca bunları izlerken hiç iş yapmam. Telefon çalsa bile açmam. Diziye sonra komşulara konuşuruz". "Dizideki olaylar da, hem de insan ilişkileri çok gerçekçi. Örneğin Rosa'nın fakirliği beni çok etkiledi. Rosa hayatla mücadele etti. Hayatta güzelliklerin ve çirkinliklerin bir arada olduğunu burada gördüm. Kötü olayları görüp, en azından yaşamayı öğreniyom (Binark, 1992: 53).

Şükriye'nin Rosa'nın açlığıyla empati kurması, Meksika telenovelalarının nasıl bir melodramaya dönüştüğünü ve tutucu olduklarını gösteriyor. Geleneksel melodrama formülünü izlerler ve karakterler - "*Yaban Gülü*"nde Rosa'da olduğu gibi - ekonomik ve kişisel sorunları aşmaya çalışır (Medina & Barron, 2011: 134).

Nora Mazziotti (2006: 70-71), telenovelaların yaygınlaşmasıyla ilgili araştırmasında, "gerçek ya da sanal olarak seyircinin görünürlüğü" diye adlandırdığı bir olgudan bahsetmektedir.

Seyircilerin gerçek dünyada görünür olmasına örnek olarak Mazziotti, başarılı telenovelaların oyuncularının dünya çapında turnelere çıkmalarına ve gittikleri yerlerdeki farklı kültürlerde takdirle karşılandıklarından söz eder.

Bu anlamda Türk seyircisinin de Eduardo Capetillo 1991 Çeşme Festivali'ne katıldığında Latin Amerika telenovelaları için görünür olduğunu söyleyebiliriz (Milliyet, *Çeşme'de zafer Yugoslavya'nın*, 1991), Thalia'nın Türkiye'de uzun süre dizilerin yayınlanmasının ardından müzik satışlarındaki başarısı da başka bir önektir ("*Thalia fırtınası*", 2000) and Natalia Oreiro ("*Vahşi Güzel*" çok yakında geliyor, 2001).

Bunlar yalnızca anekdot ya da ilgi çekici atıflar olmayıp idollerin küreselleşmesi, kültürel tüketim ve artan medya ilişkileri perspektifinden düşünülmesi gerekmektedir (Mazziotti, 2006: 71).

Yukarı değindiğimiz üzere Mazziotti, seyircinin sanal anlamda da görünürlük kazanabileceğini açıklarken farklı ülkelerden izleyicilerin yorumlarını ve haberler paylaştığı, telenovelaları kritik ettiği ya da işlenen geleneklerin arkaplanını açıkladığı internet forumlarına da göndermeler yapmaktadır (Mazziotti, 2006: 72) . Telenovelalar etrafında yeni bir buluşma noktası olarak buna günümüzde Facebook sayfalarıyla Facebook gruplarını da ekleyebiliriz. Örnek olarak “*Natalia Oreiro Fan Club – Turkey*” ve “*70 ler 80 ler 90 ların TV Dizileri*” isimli Facebook sayfaları ile eksisozluk.com entrilerini sayabiliriz.

Gerçek anlamda görünürlük olarak ise Marianna rolüyle “*Zengiler de Aglar*” (“*Los ricos tambien lloran*”, Televisa, 1979), “*Yaban gülü*” (“*Rosa Salvaje*”, Televisa, 1987) ya da “*Aşkın yüzü*” (“*Verónica, el rostro del amor*”, Canal 11, 1982) telenovelalarıyla Türkiye’de ünlenen Verónica Castro’nun 1992 devlet başkanlarına yakışır şekilde onurlandırılmasını ve Milliyet gazetesi aracılığıyla Türk hayranlarına bir mesaj göndermesini örnek verebiliriz (Mazziotti, 2006: 71).

Milliyet’ten gazeteci Ayda Yaduz’un Meksico City’deki söyleşisinde Castro “Türk hayranlarından çokça mektup ve telefon aldığını” söyleyerek telenovelalarının Türkiye’deki başarılarından haberdar olduğunu ifade eder (“*Marianna’da Türk hayranlarına mesaj*”, 1994).

Milliyet’teki aynı söyleşi’de Verónica Castro, başarının etkenlerinden bahsetmektedir: “Konular herkesin ilgisini çekiyor. Hepimiz insanız. Ortak duygularımız, ihtiyaçlarımız var. Türkler’le çok benzediğimizi, Marianna dizisinden sonra anladım. Bu dizinin Türkiye’de büyük ilgi gördüğünü öğrendim” (“*Marianna’da Türk hayranlarına mesaj*”, 1994).

Veronica Castro’nun başarıyı ortak duygulara sahip olmaya bağlayan sade açıklaması, akademisyenler ya da telenovela yazarlarının dahi bu konuda söyleyebileceğinden çok uzak görülmemektedir.



Nora Mazziotti telenovelaların neden bu denli hızlı yayıldığını sorgulamakta ve "Bir aşk hikayesi anlatıyorlar, his ve duygulara dokunuyorlar, eğlendiriyorlar, empati bağı yaratıyorlar, insanlar çiftleri, müziği, vb. seviyor" açıklamasını yapmaktadır (Mazziotti, 2006: 60).

Mazziotti aynı zamanda başarının tek bir faktöre bağlanamayacağını ifade ederek kanalın, yayın saatinin, oyuncular, müzik ve başka faktörlerin de etkisine değinmekte ve "Başarının ya da başarısızlığın nedeni anlatılan hikâyede yatar" demektedir (Mazziotti, 2006: 52). Bu anlamda akademisyen kilit olanın tüm telenovelalar tarafından paylaşılan faktörler olduğunu söylemekte ve tüm telenovelaların "aşk, nefret, hesaplaşmalar, fedakârlıklar, çatışmalar, başarısızlıklar ve zaferler, öğrenme. Bunlar, tüm insanlar tarafından paylaşılabilen temel insan durumlarıdır" diye yazmaktadır (Mazziotti, 2006: 53).

Nora Mazziotti ya da oyuncu ve şarkıcı Verónica Castro'nun kendi analizi, "televizyon dizilerinin kraliçesi ya da annesi" olarak bilinen ve başarılı telenovelaların yazarı Delia Fiallo tarafından da paylaşılmaktadır. Fiallo, bir söyleşide şöyle söylemektedir: "İspanyolca'da üretilen bir telenovelanın bu denli farklı ülkelerde başarılı olması onun penetrasyon gücünü gösteriyor ve insanı insan yapan temel şey duygudur: kıskançlık, nefret, aşk, korku, imrenme evrenseldir". "Bu, Venezüella için yazdığınız romanın neden Santo Domingo, Yunanistan ya da Japonya'da da başarılı olduğunu açıklıyor; çünkü onlar marstan gelmedi, hepimiz insanız, aynı duygulara yanıt veriyoruz. Tüm sır budur" ([www.network54.com](http://www.network54.com), 2005).

Bu bağlamda bir Latin Amerika dizisini Türk dizisinden farklı yapan şeyin ne olduğunu sorabiliriz. İkisi de aynı konudan bahsediyorsa farklı olan nedir?

Buna ilişkin olarak Ayşe Öncü (2011: 56) onları ayıranın hikâye anlatım gelenekleri olmayıp Türk yapımlarının "doğunun dünyasında gerçekleştirilmesi" olduğu fikrine

katılmaktadır. Böylece işlenen konular aynı olsa bile senaryo değişir ve başka bir yaşam tarzı temsil edilir.

Yukarıda sayılan nedenler ve akademisyenler, dizi yazarları ve oyuncular tarafından paylaşılan fikirler, seyirciyle etkileşime atıf yapmaktadır. Ancak daha eksiksiz bir analiz yapabilmek için endüstri tarafına ve yapımlarını belirli pazarlarda daha başarılı yapan nedenlere de bakmamız gerekmektedir.

Timothy Havens (2005: 7) için başarının nedeni “telenovelaların uygun veyatlı ve yayın akışını doldurabilecek uzunlukta yapımlar sunması, bir kez takipçi çektiklerinde uzun süre sadık bir takipçi kitlesine sahip olması”dır.

Bu analiz, endüstri açısından başarının 3 nedenini sıralayan Mazziotti tarafından da paylaşılmaktadır: Dizi bölümleri (120 ile 300 bölüm arasında), ucuz olması (onları üretmek, satın almaktan daha pahalıdır) ayrıca bunların ticareti gibi başka iş kollarında ekonomik faaliyet imkânı doğurması (Mazziotti, 2006: 61).

Öte yandan telenovelalara akademi dünyasında sıkça değinilmesine rağmen Latin Amerika telenovelalarının Türk kültürüne spesifik etkileri konusunda herhangi bir veri bulunmamaktadır. Ayrıca Türkiye’de gösterilen tüm Latin telenovelalarının bütünlüklü bir listesi bulunmadığından internet forumları ve Milliyet gazetesinin arşivinden yararlanarak bir veritabanı oluşturdum. Bu araştırma, Latin Amerika’dan Türkiye’ye ihraç edilen telenovelaları tespit etmek amacıyla 2006 yılında gerçekleştirilmişti.

Aşağıdaki tablodan göreceğimiz ve daha önce de belirtildiği üzere, 80’lerde Türkiye’de ekranlarında Brezilya telenovelaları baskınken, 90’larda hâkimiyet Meksika telenovelalarına geçmiştir ancak bu on yılın sonlarına doğru Arjantin de Türk pazarında kendine yer bulmaya başlar.

Arjantin telenovelaları “ailevi çatışmalar, ayrımcılık ile iş ve özel hayat arasındaki bölünmüşlüğe odaklanmıştır” (Medina & Barron, 2011: 128). Şarkıcı ve aktris Natalia Oreiro “*Vahşi Güzel*” (“*Muñeca Brava*”, *Telefe*, 1998), “*Kaçak Kız*” (“*Kachorra*”, *Telefe* ve *RGB Entertainment*, 2002) ve “*Aşk Meleşim*” (“*Sos mi vida*”, *El Trece*, 2006) gibi en popüler Arjantin telenovelalarının başrol oyuncusudur.

2000'lerde Brezilya, Meksika ve Arjantin'den telenovelalar kendine yer bulur, farklı kanallarda farklı saatlerde yayınlanan yapımlar Türkçe seslendirilir; Venezüella telenovelalarının uluslararası başarısına karşın Milliyet Gazetesine göre Türkiye'de bu ülkeden yalnızca bir yapım yer alır.

Tablo 1. Türkiye’de Yayınlanan Latin Amerika telenovelaları

Kaynak: Kendi derlemem

| Türkçe Adı        | Orijinal Adı             | Ülke     | Orijinal Dili | Süre yakl. | Oyuncular                        | Bölüm sayısı | Orijinal Kanal         | Distribütör | Orijinal ülkede yayın tarihi | Türkiye’de kanallı | Türkiye’de ilk yayın tarihi | Türkiye’de yayın saat |
|-------------------|--------------------------|----------|---------------|------------|----------------------------------|--------------|------------------------|-------------|------------------------------|--------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Köle İsauro       | Escrava Isaura           | Brezilya | Port.         | 40 min     | Luciela Santos & Rubens de Falco | 100          | Globo                  | Globo       | 1976                         | TRT                | 1985                        | 22.55                 |
| Zengiler de Ağlar | Los ricos tambien lloran | Mexico   | İspan.        | 22 min     | Veronica Castro & Rogelio Guerra | 248          | Televisa               | Televisa    | 1979                         | TRT2               | 1989                        |                       |
| Sevme Hakkı       | Derecho de amar          | Brezilya | Port.         | 26 min     | Gloria Pires & Lauro Corona      | 160          | Globo                  | Globo       | 1987                         | TRT1               | 1989                        | 10.10                 |
| Küçük Hanım       | Sinha Moca               | Brezilya | Port.         | 45 min     | Luciela Santos                   | 173          | Globo                  | Globo       | 1986                         | TRT1               | 1989                        | 11.20                 |
| Yalnız sen        | Tú o nadie               | Mexico   | İspan.        | 30 min     | Lucia Méndez & Andrés García     | 88           | Canal de las Estrellas | Televisa    | 1985                         | TRT1               | 1990                        | 9.30                  |
| Yaban gülü        | Rosa Salvaje             | Mexico   | İspan.        | 30 min     | Verónica Castro                  | 199          | Canal de las Estrellas | Televisa    | 1987                         | TRT1               | 1990                        | 10.20                 |

|                               |                               |          |        |             |                                     |                    |                        |          |      |         |      |       |
|-------------------------------|-------------------------------|----------|--------|-------------|-------------------------------------|--------------------|------------------------|----------|------|---------|------|-------|
| Aşk kapıyı çalınca            | Cuando llega el amor          | Mexico   | İspan. | 30 min      | Lucero & Omar Fierro                | 200                | Televisa               | Televisa | 1990 | TRT4    | 1990 | 19.00 |
| Marimar                       | Marimar                       | Mexico   | İspan. | 30 min      | Thalia & Eduardo Capetillo          | 150 / 75 ulularası | Canal de las Estrellas | Televisa | 1994 | STAR    | 1995 | 16.00 |
| Aşkın Yüzü                    | Verónica : El rostro del amor | Mexico   | İspan. | 60 min      | Verónica Castro                     | 68                 | Canal 11               |          | 1982 | HBB     | 1997 | 18.00 |
| Luz Clarita                   | Luz Clarita                   | Mexico   | İspan. | 20 / 40 min | Daniela Luján                       | 105                | Canal de las Estrellas | Televisa | 1996 | KANAL D | 1997 | 11.00 |
| İlk Aşk                       | Primer amor                   | Arjantin | İspan. |             | Grecia Colmenares                   |                    | Canal 9                |          | 1993 | KANAL D | 1997 | 19.10 |
| Celeste                       | Celeste                       | Arjantin | İspan. |             | Andrea del Boca                     | 172                | Canal 13               |          | 1991 | ATV     | 1997 | 12.00 |
| Esmeralda                     | Esmeralda                     | Mexico   | İspan. |             | Leticia Calderon & Fernando Coluona | 137                | Canal de las Estrellas |          | 1997 | STAR    | 1998 | 13.20 |
| La Nena                       | La Nena                       | Arjantin | İspan. |             | Valeria Britos                      |                    | Canal 9                |          | 1996 | TRT1    | 1998 | 12.10 |
| Alcanzar - Yıldızlara Ulaşmak | Alcanzar una estrella         | Mexico   | İspan. | 30 min      | Eduardo Capetillo & Mariana Garza   | 160                | Canal de las Estrellas | Televisa | 1990 | TRT4    | 1990 | 19    |
| Yalnızca Maria                | Simplemente María             | Mexico   | İspan. | 40 min      | Victoria Ruffo, Manuel Saval        | 150                | Canal de las Estrellas | Televisa | 1989 | TRT1    | 1991 | 10.20 |
| Alcanzar - Yıldızlara Ulaşmak | Alcanzar una estrella         | Mexico   | İspan. | 30 min      | Eduardo Capetillo & Mariana Garza   | 160                | Canal de las Estrellas | Televisa | 1990 | TRT4    | 1991 | 19.00 |
| Manuela                       | Manuela                       | Arjantin | İspan. | 60 min      | Grecia Colmenares & José Martínez   | 228                | Canal 13               |          | 1991 | TRT3    | 1991 | 19.00 |
| María Mercedes                | María Mercedes                | Mexico   | İspan. | 40 min      | Thalia & Arturo Piniche             | 82                 | Canal de las Estrellas | Televisa | 1992 | TRT1    | 1994 | 12.10 |
| Yazın yüzü                    | Verónica : El rostro del      | Mexico   | İspan. | 60 min      | Verónica Castro                     | 68                 | Canal 11               |          | 1982 | KANAL D | 1995 | 13.10 |

|                               |                       |          |        |        |                                   |     |                        |                 |      |         |      |               |
|-------------------------------|-----------------------|----------|--------|--------|-----------------------------------|-----|------------------------|-----------------|------|---------|------|---------------|
|                               | amor                  |          |        |        |                                   |     |                        |                 |      |         |      |               |
| Alkanzar - Yıldızlara Ulaşmak | Alcanzar una estrella | Mexico   | İspan. | 30 min | Eduardo Capetillo & Mariana Garza | 160 | Canal de las Estrellas | Televisa        | 1990 | STAR    | 1995 | 17.50         |
| Masum Aşk                     | Sin pecado concebido  | Mexico   | İspan. |        | Carlos Ponce                      | 90  | Canal de las Estrellas | Televisa        | 2001 | ATV     | 2002 | 17.30         |
| Rosalinda                     | Rosalinda             | Mexico   | İspan. | 40 min | Thalia & Fernando Capetillo       | 80  | Canal de las Estrellas | Televisa        | 1999 | ATV     | 2002 | 18.30         |
| Kaçak kız                     | Kachorra              | Arjantin | İspan. | 60 min | Natalia Oreiro & Pablo Rago       | 150 | Telefe                 | Televisa        | 2002 | KANAL D | 2003 | 17.40 / 13.20 |
| Aşk Meleği                    | Sos mi vida           | Arjantin | İspan. | 60 min | Natalia Oreiro & Facundo Arana    | 231 | Canal 13               | Dori Media Grup | 2006 | KANAL D | 2007 | 18.30         |
| Köle İsa                      | Escrava Isaura        | Brezilya | Port.  | 60 min | Bianca Rinaldi                    | 167 | Rede Record            |                 | 2004 | SHOW TV | 2008 | 9.00          |

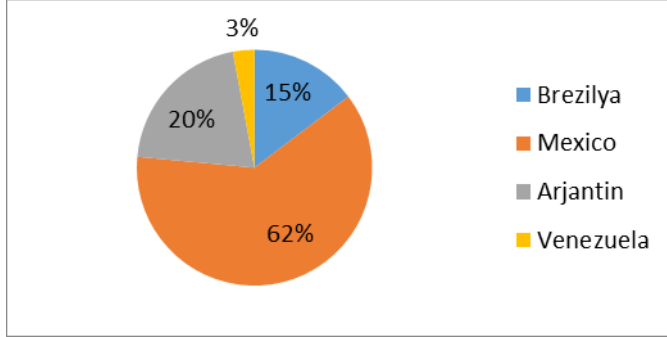
Veritabanına göre her bölüm ortalama 35 dakika sürmekteydi. Arjantin telenovelleri ortalama 60 dakikayla en uzun bölümleri sunmaktadır.

Ayrıca telenovellerin Türkiye’de en sık şekilde saat 17.00-19.00 saatleri arasında yayınlandığını ve en çok Meksika’da ithal edildiğini görebilmekteyiz.

Yapılan incelemede bazı yapımlar için söz konusu olan tekrarları düşündüğümüzde 1985 ile 2008 yılları arasında toplam 34 telenovelinin yayınlandığı görülmüştür. Tekrarlar dışarıda bırakıldığında toplamda 28 telenovela yayınlanmış olmaktadır.

### Grafik 1. Köken Ülkelerine göre Türkiye’de Yayınlanan Latin Amerika Telenovelaları

Kaynak: Kendi derlemem

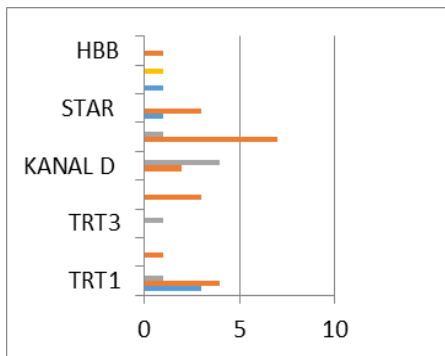


Meksika’nın Türkiye’de en çok telenovelası yayınlanan ülke olması, uluslararası genel çerçeveye baktığımızda şaşırtıcı değildir. Havens’in bildirdiği üzere “Televisa, telenovelaların en güçlü ihracatçısı olmayı sürdürürken 2002’de 60.000 saatlik telenovela kataloğundan +153 milyon dolar gelir elde etmiştir” (Havens, 2005: 6).

Aynı doğrultuda Havens (2005: 8) "Meksika ve Brezilya dizilerinin, yabancı izleyicilerin kendilerini daha iyi özdeşleştirebilmeleri için konum merkezli çekimleri azalttığını" açıklamaktadır. Böylece çok sayıda yapıyı uluslararası pazarlara uyarlanır, yerel öğelere atıflar zayıflatılır ve dahası yorumlamalarında daha nötr bir İspanyolca kullanılır.

### Grafik 2. Köken Ülkeleri ve Yayınlandıkları Kanallara göre Türkiye’de Latin Amerika Telenovelaları (tekrar oynatımlar dâhil)

Kaynak: Kendi derlemem



Yayınlandıkları kanal açısından en fazla Latin Amerika telenovelası ithal edenin, 7 yapımla ATV olduğu görülmektedir. TRT1, Brezilya'dan (4), Meksika'dan (3) ve Arjantin'den (1) olmak üzere en çeşitli telenovelaları yayınlayan kanaldır. Show TV Venezüella telenovelası yayınlayan tek kanal iken Kanal D ise 4 adetle en çok Arjantin telenovelası yayın kanal olmuştur.

Mevcut durumu gözden geçirecek olursak Türkiye artık kendi pazarını oluşturmakta ve Latin Amerika'yla aynı düzeyde rekabet edebilmektedir. Son MIPTV 2016'dan görüldüğü üzere Küresel TV ve Dijital İçerik Pazarı'nda 23 Latin Amerika yapımcısı 20 Türk yapımcıyla mücadele etmektedir (VideoAge, 2016: 39).

VideoAge dergisinin makalede değindiği bu mücadeleye rağmen Calinos'tan Emre Gorentas'a göre hem Latin Amerika hem de Türk şirketleri bir samimiyet duygusu taşımakta çünkü "birçok açıdan birbirlerine benzemektedirler. Yüzlerimizin benzerliğinden kültür ve aile kavramlarının önemine ve yapımla dublaj kalitesine kadar bu böyledir" (VideoAge, 2016: 40).

Bir sonraki bölümde göreceğimiz üzere Türkiye 1980'lerde telenovela ithal etmekten şimdilerde dizi ihracatçısına evrilir ve kendi dramalarını Latin Amerika'ya satmaya başlar. Ancak bu tür, kendi izini elbette bırakmıştır. Yeni yapımcılarından oluşan bir kuşak bunlardan etkilenmiş, ticari başarısı ve rayting gücü kanıtlanmış bu içerikleri hesaba katarak kendi yapımlarını gerçekleştirmeye başlamıştır" ("*Turkish series delight new audiences across the world*", 2015).

#### 1.4 Şili Medyası Üzerine Kısa Bir Değerlendirme

*Şili'de medya güçlü bir merkezilikle karakterize edilmiştir. Siyasi, ekonomik ve bölgesel düzeyde geçerli olan bu durum gücü kendilerinde toplamalarını sağlayan güçlü bir ideolojik bileşenle doğrudan ilişkilidir. (Jiménez, C., Muñoz, J., 2008).*

Sosyalist Başkan Salvador Allende'nin yönetimine son veren darbenin gerçekleşmesinin üzerinden kırk yılı aşkın süre geçmiştir. Bu darbeyi gerçekleştirenler ile darbenin idealleri ve hakkındaki hükümler, Şililer arasında kutuplaşma ve tartışma yaratmaya devam etmektedir.

Darbe Şili'nin yalnızca siyasi olaylarını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda ülkenin ekonomisinde bugüne uzanan izler bırakır. 1975'te askeri yönetim- "Şikago çocukları" diye bilinen- bir grup Şilili ekonomistin ekonomik sistemi yeniden yapılandırmak misyonuyla University of Chicago'da eğitim görmesine aracı olur. Bu ekonomistler, neoliberal modele dayanarak ekonomide devletin düzenleyici rolünü kaldırmışlar, yabancı pazarlara açılarak devleti ekonomide geri plana çekmişlerdir (Pinedo, 1997: 6).

Şili Medyası bölümde göreceğimiz üzere bu neoliberal model, arka planındaki büyük toplumsal çalkantılar ve siyasal dönüm noktaları üzerinde yükselir ve az sayıdaki konsorsiyumların büyük şirket grupları oluşturduğu ulusal medyadaki yüksek konsantrasyonun da nedenidir.

Şili gazeteciliğinin toplum yaşamına girişindeki temel kilometre taşı, 1 Haziran 1900<sup>8</sup>'de Santiago'da *El Mercurio* gazetesinin kurulması olur. 22 yıl sonra aynı yerde, daha spesifik olmak gerekirse Santiago'da *El Mercurio* 'nun yazı işleri odasında Şili'deki ilk radyo yayını 19 Ağustos 1922 günü gerçekleştirilir (Santa Cruz, 2003a: 1).

---

<sup>8</sup> Bu Şili'de modern gazeteciliğin ortaya çıkışına bağlıdır. Şili'de ilk yayınlanan gazete 1812 yılında yayınlanan "*La Aurora de Chile*" gazetesi idi. Ancak, sadece 1900 yılından itibaren Şili'de modern gazetecilikten bahsedilebilir; bu andan itibaren gazeteciliğin oryantasyonunun değişmesiyle gazetelerin odağı siyasi tartışmalardan haber modeline ve piyasalara çevirmektedir.



Şili Milli Kütüphanesi arşivlerine göre, televizyonun Şili evlerine yerleşmesi ise dünyadaki benzerlerine yakın bir biçimde biraz daha zaman alacaktır. “Organik bir haberleşme yasasının olmayışı ile o dönemdeki yüksek tarife ücretleri, kamera ve alıcıların ithalini teşvik etmemektedir” ([www.memoriachilena](http://www.memoriachilena.cl), 2014). Bu yüzden televizyonun Şili'deki doğuşu, gazete ve radyolara ev sahipliği yapmasına rağmen başkent Santiago'da değil, Valparaíso'da Pontificia Universidad Católica de Valparaíso Elektrik-Elektronik Bölümü'nün tesislerinde ülkenin ilk deney amaçlı televizyon yayının gerçekleştirilmesiyle olur ([www.memoriachilena](http://www.memoriachilena.cl), 2014).

Böylelikle Şili'de televizyon 1960'ların sonunda üniversite araştırmalarının parçası olarak ortaya çıkar ve ilk olarak yetkilendirilen televizyon yayıncıları, Valparaíso Katolik Üniversitesi, Santiago Katolik Üniversitesi ile Şili Üniversitesi bünyesinde yer almıştır. Frei Montalva yönetiminin sonlarına doğru Şili Ulusal Televizyonu (*Televisión Nacional de Chile* - TVN), üniversite bünyesindeki kanalların eyaletlerde yayın yaptığı ülkede televizyonu tüm yurda yaymak amacıyla kurulmuştur (Jans, 2004: 4).

1970'ler, “üç faktörün göz önünde bulundurulması gereken büyük değişimlerle öne çıkar: **siyasi değişimler** (11 Eylül 1973 Askeri darbesinin sonucu olarak Salvador Allende'nin Halk Birliği hükümetinden Augusto Pinochet'nin askeri yönetimine); **ekonomik ilişkiler** üzerinde etkili olan neo-liberal ekonomi modeli (bir önceki bölümde açıklandığı üzere “Şikago Çocukları” olarak adlandırılan grubun etkisiyle) ve son olarak diğer medya türleri arasında **televizyonun baskınlığı**” (Jans, 2004: 4) üç ana etmen olarak sayılabilir.

Bu dönemde Şili'nin bilim ve sanat çevreleri, Pinochet rejiminin sanat etkinliklerini ve özgür ifadeyi kısıtlamasının sonucu olarak bir “kültürel kopuş” olduğundan söz etmektedirler (Jans, 2004: 5).

70'lerde ayrıca "sağ eğilimli basının ilişkili olduğu yayınlarda bir politizasyon görülmüştür, sol eğilimli medyadan ise *Puro Chile* veya *Punto Final* gibi birkaç yayın bu cephenin açıkça karşısında yer alırlar (Corrales & Sandoval, 2005: 3).

Farklı siyasi ve dini çevrelerin temsilcilerinden oluşan medyanın bu görünümü, 1973'te cuntanın "siyasi basın"ı baskı altına almasıyla önemli ölçüde değişir. Bunun ilk sonucu, ülkede o dönemde var olan iki büyük gazete (*El Mercurio* ve *La Tercera*) şirketine ait medyanın tümüyle rakipsiz kalması ve pazarda onların hâkimiyeti için alan açılmasıdır (Corrales & Sandoval, 2005: 1-3).

Copesa'nın ana yayını *La Tercera* ve *El Mercurio* S.A.P.'nin *El Mercurio* gazeteleri askerin rejimin güçlü destekçileridir. Merkezi İstihbarat Ajansı'ndan (CIA) birçok belge, Salvador Allende'nin Halk Birliği yönetimi sırasında Agustín Edwards Eastman ile kararlaştırılan, ajansın en önemli propaganda yayınına ortaya koymaktadır (*El Mercurio*) ("*El monopolio de los medios de comunicación como herramienta de control social*", 2014). Bu durum, söz konusu medyanın bugüne kadar milliyetçi yazılı basının liderleri için taşıdığı önem ve onlardan gördüğü korumayı açıklamaktadır.

TV'ye ilişkin olarak, 1973 darbesinden bu yana televizyon sisteminde köklü değişiklikler gerçekleşmiştir. Askeri cunta, 1970 tarihli televizyon yasasındaki değişiklik yaparak devlet televizyonunun çoğulcu yapısını baskı altına alır, vekil rektörler ile üniversitelere müdahale ederek 16 yıldan daha uzun bir süre boyunca televizyon yayınları üzerinde pratikte tam bir kontrol mekanizması kurar (Corrales & Sandoval, 2005: 12).

Genel anlamda 20'nci yüzyılın başlarında Şili medyasında meydana gelen değişim, doktrinlerin yayılması ve nüfuzunu amaçlayan gazetecilik anlayışından, bu bölüde daha ayrıntılı şekilde ele alacağımız ve bir bilgi sektörünün beklentilerine cevap vererek okur

çevresini ve satış sayısını arttırmayı amaçlayan başka bir gazetecilik anlayışına geçiş anlamına gelmektedir (Santa Cruz, 2003a: 2).

Pinochet yönetiminin devamlılığı konusundaki 1988 plebisitinde "hayır" tercihinin kazanmasından sonra demokrasinin ortaya çıkışıyla birlikte ulusal medya bir karışmazlık politikası benimsemiştir.

Bu, sektörü düzenleyerek rekabet ve çoğulculuğun önünü açacak olanın, medyanın kendisi olduğu fikrini vurgulamış olur (Corrales & Sandoval, 2005: 3). Ancak medya sektörünün kendi kendini yönettiği iddiası gerçeklikten uzaktır. İleride inceleyeceğimiz üzere bu, Şili medyasının sahiplik durumunda daha da merkezîyetçi ve tekelci bir yapı meydana getirir.

Böylece 1980'lerde askeri rejime muhalif olarak ortaya çıkan "alternatif basın" dahi, demokrasiye dönüşle birlikte son bulmuş olur. Bu kısmen, dış yardım sona erdiğinde bu basın organlarının devamlılığını sağlayacak politika ve stratejilerin olmayışından kaynaklanmaktaydı, ancak aynı zamanda karışmazlık politikası da etkili bir rol oynamıştır (Corrales & Sandoval, 2005: 3).

Ancak televizyonun durumu tümüyle farklıdır. Corrales ve Sandoval'ın (2005: 12) açıkladığı üzere 90'larda kurumsal kanalların güçlü rekabetiyle karakterize edilmiş bir televizyon sektörü oluşmuştur: Şili Katolik Üniversitesi'nin Kanal 13'ü, tümüyle devlete ait TVN ile yeni yeni ortaya çıkmakta olan özel kanallar (Megavisión, La Red ile Şili Üniversitesi'nin özelleştirilerek bugün Chilevisión'a dönüştürülen kanalı).

Şililer arasında “Santiago Şili'dir” deyişi sıkça söylenir ve eğitim merkezleri, siyasi hareketlerin liderlikleri gibi çeşitli alanlardaki merkezileşme (Şili'nin başkenti) Santiago'da görülür<sup>9</sup>. Kültür etkinlikleri ve iş olanakları. Bu durum, Şili medyası için de geçerlidir;

---

<sup>9</sup> Bununla birlikte Ulusal Kongre, merkezi çevreye yayma çabasıyla 1987'den bu yana faaliyetlerini yürüttüğü

genellikle başkentte ortaya çıkarak zamanla diğer bölgelere yayılırlar ve büyük bir yoğunlaşma görülür.

"Medya çalışan bilim insanları ile basında çalışan gazeteciler, Şili yazılı basınındaki biriktirmeciliğin çok yüksek olduğunu iddia ederken bunun demokratik başka hiçbir ülkede olmadığı görüşünde birleşirler" (Jiménez, C., Muñoz,J., 2008: 5).

Bu anlamda ve Araştırmacı Luis Breüll'e göre ("*En Chile la concentración de medios es la más alta de Latinoamérica*", 2016), Şili, Latin Amerika'daki en yüksek medya tekeline sahiptir. Her bir Şili medya sektöründeki dört operatör (ya da CR4<sup>10</sup> göstergesi) sektörün %90'ından fazlasını biriktirirken Latin Amerika ortalaması %80 düzeyindedir. Diğer sektörlerde, basındaki quasi-duopoly (*El Mercurio* ve *La Tercera*) %98'lik bir biriktirme oranıyla öne çıkarken radyo ise reklam gelirlerinin %84'ü (PRISA adlı İspanyol grubun başta geldiği) ilk dört operatör tarafından paylaşılmaktadır ("*En Chile la concentración de medios es la más alta de Latinoamérica*", 2016).

Ayrıca bu durumun Şili'deki her iki medya sektörünün (radyo ve gazeteler) aynı sahipleri temsil ederek bu duopoli durumunu temsil ettiğini söyleyebiliriz. İki büyük medya grubu, Agustín Edwards Eastman'ın başında bulunduğu Mercurio Grubu ile Álvaro Saieh Bendeck yönetimi altında bulunan Grupo Copesa'dır (*Consortio Periodístico de Chile S.A.-COPESA*).

Edwards ailesi, *El Mercurio*, *Últimas Noticias*, *La Segunda* ile diğer 23 bölgesel gazetenin sahibidir. *El Mercurio* ayrıca radyoya da yöneldi ve bölgesel gazetelerine bağlı FM

---

Valparaíso bölgesine taşındı.

<sup>10</sup> Biriktirme oranı (CR): biriktirmeciliği mülkiyet, gelir ve/veya okur sayısı ile ölçer. İlk olarak en yüksek biriktirmeciliğe sahip şirket için hesaplanır ve daha sonra onun ardından gelen en yüksek biriktirme oranına sahip dört firma için hesaplanır.

Digital ağını satın alarak Şili'deki en geniş radyo ağına sahip olur (Dournac, P.; Lagos, C.; Edwards, A., 2009: 25).

Copesa Group, üç ulusal gazete (*La Tercera*, *La Cuarta* ve *La Hora*), Radio Beethoven, Radio Zero, Radio Carolina ile Paula ve Qué Pasa dergileri başta olmak üzere çok sayıda yayın organına sahiptir (*“El monopolio ideológico de los medios de comunicación en Chile”*, 2015).

Copesa yönetim kurulu başkanı ve büyük hissedar Álvaro Saieh ayrıca CorpGroup conglomerate, CorpBanca banka denetçisi, Banco Condell, Mall VIVO alışveriş merkezi zincirinin yanında süpermarket zincirleri ve daha birçok işletmenin sahibidir (*“El monopolio ideológico de los medios de comunicación en Chile”*, 2015). Ancak Copesa'nın durumu, sahiplerin medyayla yollarının kesiştiği tek örnek değildir.

Poderopedia ve CNTV (Breulla, 2015: 22) tarafından çizilen aşağıdaki tabloda Şili mediasındaki güç gruplarıyla bunların diğer etki alanlarını tespit edebiliriz:

Tablo 2. Medyada kümeleşmeler ve diğer işletmeler

Kaynak: Poderopedia ve CNTV, 2015

| GRUP                  | SAHİBİ                                                                  | MEDYA YAKINSAMASI               | ŞİRKETLER / MEDYA TOPLULUĞU                             | DİĞER SEKTÖRLER                                                     |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>Bethia Grubu</b>   | Liliana Solari, Carlos Heller Solari, Andrea Heller Solari              | TV, kablolu TV, radyo, internet | Etc Medios S.A. / Red Televisiva Megavisión S.A. (MEGA) | Perakende, emlak, ulaşım, şarap, ziraat, binicilik, sağlık, futbol. |
| <b>Canal 13 Grubu</b> | Andrónico Luksik Craig 67%, Pontifical Catholic University of Chile 33% | TV, kablolu TV, radyo, internet | Canal 13 S.A. / Radiodifusión SpA                       | Endüstri, bankalar, madencilik, ziraat.                             |

|                                   |                                                   |                                                           |                                                                                                              |                                                                                                                     |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Copesa Grubu</b>               | Álvaro Saieh Bendeck y Álvaro Kassiss Sabag       | Gazeteler (ulusal ve bölgesel), dergiler, radyo, internet | Copesa S.A. / Octava Comunicaciones S.A. / Radios Group Dial S.A. / Fundación CIPER / Betazeta Networks S.A. | Bankalar, sigortacılık, perakende, emlak, gıda, ziraat ve sanayi, editoryal hizmetler, müşteri hizmetleri, dağıtım. |
| <b>El Mercurio Grubu</b>          | Agustín Edwards Eastman                           | Gazeteler (ulusal ve bölgesel), dergiler, radyo, internet | Diario El Sur S.A.                                                                                           | Emlak, ziraat, yayıncılık, matbaa.                                                                                  |
| <b>Prisa Grubu (İspanyol)</b>     | Liberty Acquisition Holdings Corp y Rucandio S.A. | Televizyon, gazeteler, dergiler, radyo, internet          | Ibero Americana Radio Chile S.A.                                                                             | Editoryal hizmetler (Eğitim).                                                                                       |
| <b>Televisa Grubu (Meksikalı)</b> | Emilio Azcárraga Jean                             | Televizyon, dergiler, radyo, internet                     | Editorial Televisa Chile S.A.                                                                                | Film yapımcılığı, haberleşme, dublaj, animasyon, futbol kulübü.                                                     |
| <b>Holanda Comunicaciones</b>     | Juan Ignacio Oto Larios                           | Dergiler                                                  | Holanda Comunicaciones S.A.                                                                                  | Kitap editoryal hizmetleri                                                                                          |
| <b>Time Warner (ABD)</b>          | Time Warner Inc. -Turner Broadcasting System      | TV, kablolu TV, internet                                  | CNN Chile S.A. (%50 VTR ile ortak) / televizyon ağı Chilevisión (CHV)                                        | Film yapımcılığı video oyunları                                                                                     |

Buna göre, az sayıda ve aynı kişiler - ya da aileler - tarafından kontrol edilen medya gruplarının aynı zamanda insanların günlük yaşamlarını etkileyen diğer iş ve işletmeleri de (bankalar, perakende satıcıları) ellerinde bulundurduğu sonucuna ulaşabiliriz. Breulla'nın (2015: 76) ifade ettiği gibi: "Şili, medya sahipliğine erişim yasaları; kesişimleri, yakınsamaları ya da biriktirmeciliği zorlaştırmayan bir ülkedir. Diğer alanlardan egemen grupların satın alınsa da bir anlam ifade etmez".

Bu anlamda reklamcılığın da Şili medyasının önemli yaşam alanlarından biri olduğunu ifade etmemiz gerekmektedir. Böylece, örneğin Copesa'nın durumunda kötü niyetli bir çevre provoke edilerek gruba bağlı tüketici malları firmalarının grup dışındaki yayınlara reklam vermemesi sağlanarak reklam pastasından pay alamayan bağımsız basının gelişmesi önlenmektedir.

Şili medyasındaki duopoly; ekonomik, siyasi ve ideolojik çıkarlarıyla sınırlanmış bir önbelirli gerçeklik görünümü sunmaktadır. Bunda endişelendirici olan taraf ise

neyin okuru ilgilendirdiği veya neyin ilgilendirmediğine kendileri karar vererek farklı görüşlere erişimi kısıtlayabilmeleridir (*“El monopolio de los medios de comunicación como herramienta de control social”*, 2014).

Başka bir deyişle ve Lasswell'in teorik şemasına göre *“Kimin Söz Söyleyeceği”*, medyadaki tekellerini, toplumu kendi ideolojik ve ekonomik çıkarları doğrultusunda yönlendirecek şekilde kullanan büyük güç sahipleri tarafından belirlenmektedir ve böylece ideolojik, ekonomik ve siyasi anlamda büyük çıkarlar elde etmektedirler (Jiménez & Muñoz, 2008: 3).

Ancak, özel reklamlar bu oligopoli sistemi için tek fonlama kaynağı değildir. Bu anlamda Şili, sahip olduğu iletişim firmaları (Ulusal Televizyon Kanalı TVN ve elektronik gazete *“La Nación”*) ile sektörde rekabet eden diğer firmalardan ayrılmaktadır ve durum, sektörü düzenleme ya da biriktirmeciliği önlemekten onu alıkoymamakta ya da buna engel olmamaktadır (Jiménez & Muñoz, 2008: 8).

Medya gözlemcisi FUCATEL'in yürüttüğü bir araştırmaya göre, 2015 yılında devlet kaynaklı reklamların toplamı 16 milyar dolara ulaşmıştır ve bu kaynakların %77'si *El Mercurio* ve Copesa'ya gitmiştir (*“En Chile la concentración de medios es la más alta de Latinoamérica”*, 2016).

Bu anlamda Kantar Media Research (2007: 29) tarafından yapılan bir çalışmaya göre okuyucularının %31'inin ABC1 sektörüne, %36'sının C1 sektörüne ait olduğu bulunur. Bu verilerden devletin projelerinin ve sosyal kampanyalarının çoğunluğunu neden bu gazetelerde yayınlamayı seçtiğini sormamız gerekmektedir. Kantar Media verilerine göre bunun nedeni, *El Mercurio* okurlarının, bu gazetede yayınlanan sosyal projelerin doğrudan faydalanıcıları olmayabileceği gerçeğidir.

Sivil Haklar Derneği'nin *“The price of the silent”* başlıklı makalesinde ilgi çekici bir cevap bulabiliriz. Bu makalede, Latin Amerika'da yükselen bir trendin olduğu ileri sürülmektedir: Hükümet tarafından sahne arkasında gerçekleştirilen, ifade özgürlüğü ile

gazete ve gazetecilerin editoryal bağımsızlığına müdahale edilmesi. Raporda Arjantin, Şili, Kolombiya, Kosta Rika, Honduras, Peru ve Uruguay'ın durumları incelenmekte ve bu ülkelerde tekrar eden bir yapının varlığı tespit edilmektedir: “İstenen gazetecilik yaklaşımını teşvik etmek ve eleştirel gazetecilik üzerinde caydırıcı olabilmek için resmi reklam kanallarıyla servislerin kötüye kullanımı” (“*El precio del silencio*”, 2008: 1).

Bu durum şüphesiz ki ifade özgürlüğünü ve bilgi dolaşımını etkilemektedir ve Şili, Sınır Tanımayan Gazeteciler örgütünün Dünya Basın Özgürlüğü Sıralaması 2016'ya göre 180 ülke arasında 31'inci sırada yer alıyorsa da bu konuda yapılacak çok şey vardır.

Austral Journal of Social Sciences of Chile'deki eleştirel söylem analizi uzmanı Teun A. van Dijk ile yapılan röportaj Şili'nin durumunu net şekilde açıklamaktadır:

Ülke ekonomik olarak ne kadar gelişmiş olursa olsun ve sosyal ilerlemesine rağmen Şili ancak ve ancak çok renkli ve daha az güce sahip kesimlerin de çıkarlarını savunan bir basına sahip olduğunda gerçek anlamda modern bir ülke olabilecektir. Ne var ki bazı azınlık medyası ve elbette internet aracılığıyla eleştirel gazetecilerin muhalefeti bulunmaktadır, ancak bu yayınlar yeterince güçlü olmadığından sözleri genel çoğunluğa ulaşamamaktadır (Van Dijk, 2010: 8).

İfade özgürlüğü ile bilgi alma hakkı demokratik sistemin en önemli haklarıdır ve devlet, bunları korumak için gerekli tedbirleri almalıdır. Şili; bu hakları vurgulayan Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi, Amerika İnsan Hakları Konvensiyonu ile Uluslararası Sivil ve Siyasi Haklar Sözleşmesi'nin imzacısıdır. Ayrıca kendi anayasasında (Madde 19, bent 12) devlete, sansüre uğramadan bilgilendirme ve bilgi alma olmak üzere iki boyutuyla da ifade özgürlüğünü sağlama yükümlülüğü getirilmektedir. Ancak gazetecilik gibi hassas bir alanda piyasanın kendi başına hareket etmesi, bu gibi merkezileşme ve tekelliliğin hâkim olduğu bir ortam yaratmakta ve yerel ya da bağımsız gazeteciliğin gelişmesi için elverişsiz bir ortam oluşturmaktadır.



Araştırmacılar Sunkel ve Geofroy (2001: 136) bu fikri desteklemektedir. Onlara göre, “yoğunlaşma<sup>11</sup> hükümetlerinin iletişim politikaları 'en iyi politika, politikasızlıktır' ilkesi üzerine kurulmuştur”. Böylece ifade özgürlüğü için garantör olmadan piyasayı kendi işleyişine bırakmak daha önce gördüğümüz gibi olumsuz sonuçları beraberinde getirecektir.

Şili Ulusal Televizyon Kurulu (CNTV) tarafından yayınlanan Luis Adolfo Breulla'nın (2015: 70), raporu bu konuda oldukça nettir. Bu raporda Breulla, Şili'nin OECD üye ülkeleri arasında medyada tekeciliğe, çapraz sahipliğe (Kanun no. 19.733<sup>12</sup> veya diğer sektörlerden medya sektörüne girişi engellemeyen azınlıktaki ülkelerden biri olduğu sonucuna ulaşır. Şili, medyada çoğulculuğu sağlayacak özel kurallardan yoksundur ve sektör kendi kendini düzenlemeyi teşvik etmektedir".

Yukarıdakilere rağmen, Ulusal Rekabet Mahkemesi'nin 2012 yılında Luksic Group'a ait Kanal 13'e Oasis ve Horizonte radyolarıyla tüm bölgesel temsilciliklerini satın alması için imkân tanınmasıyla Şili yayıncılık sistemindeki sahiplik görünümü önemli ölçüde değişmiş olur. Ulusal Ekonomi Savcısı'nın serbest rekabet ve çoğulculuk için saptadığı risklere karşın bu durum gerçekleşti ve Şili radyolarındaki biriktirmecilik yalnızca 4 önemli aktöre indirgenmiş olur (“¿Cómo se organiza el mapa de de la radiodifusión en Chile?”, 2012):

- 1) Iberoamerican Radio Chile (Grupo Prisa) (11 radyo istasyonu): Concierto, Activa, ADN, 40 principales, Imagina, Pudahuel, Futuro, Rock ve Pop, Uno, FM Dos ve Corazón.
- 2) Grupo Copesa-Dial (6 radyo istasyonu): Beethoven, Carolina, Duna, Disney, Paula ve Zero.
- 3) Grupo Luksic (4 radyo istasyonu): Horizonte, Oasis, Play ve Sonar.
- 4) Grupo Bezanilla (3 radyo istasyonu): Tiempo, Romántica ve Infinita.

Televizyona ilişkin olarak, şu anda Şili'de 7 kanal bulunmaktadır: Telecanal, UCV, La Red, TVN, Megavisión (Mega), Chilevisión (CHV) ve Canal 13. Bunlar arasında yalnızca TVN kamuya

<sup>11</sup> *Concertación* (tam İspanyolca isim: Concertación de Partidos por la Democracia) 1988'de Şili'de merkez sol partilerin oluşturduğu bir ittifaktır. Bu isim altında seçime gören tüm başkanlık adayları, demokrasiye geçişten sonra 1990'dan 2010'daki Sebastián Piñera hükümetine kadar tüm seçimleri kazandılar.

<sup>12</sup> 19.733 sayılı, ifade özgürlüğü, vicdan hürriyeti ve gazeteciliğin icrasına dair kanun.

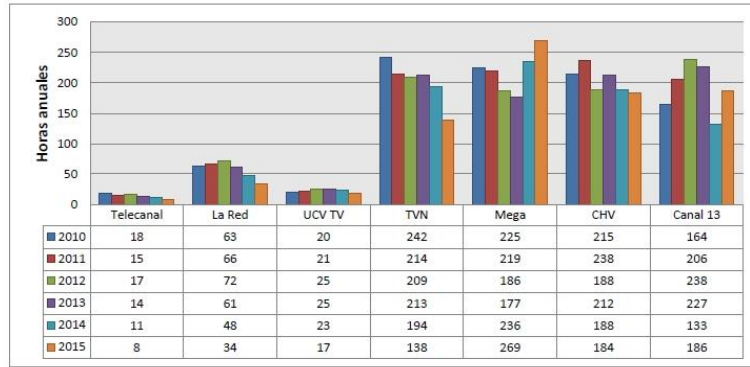
aittir<sup>13</sup> diğerleri ise özeldir. Mega, son yıllarda reytinglerini arttırarak önemli bir başarı yakalamıştır, bir sonraki bölümde göreceğimiz üzere bu başarıda Türk televizyon dizilerini yayınlaması önemli olmuştur.

Aşağıdaki grafikte (Televizyon Arz ve Tüketiminin İstatistik Yıllığı'ndan alınmıştır) (CNTV, 2015: 13) MEGA'nın 2015 yılında kişi başına 265 saatle en çok tüketilen televizyon olduğunu görebiliriz.

### Grafik 3. Yıllık bazda televizyon kanallarının tüketim dağılımı (yıllık tüketim saatleri)

Toplam yıllık tüketim tabanı: 835 saat (2015)

Kaynak: CNTV, 2015



Düşük tüketime sahip kanallar arasında şunları belirleyebiliriz: Telecanal, La Red ve UCV TV. Bunlar arasında yıllık bazda 8 saat tüketime düşen Telecanal'ın durumu ilgi çekicidir.

Diğer yandan yüksek tüketime sahip kanallar arasında TVN, Mega, CHV ve Canal 13'ü sayabiliriz. Grafikten de tespit edebildiğimiz üzere 2014 yılı televizyon piyasasında değişim yılı oldu. Burada yalnızca Mega önceki yıllara oranla pozitif rakamlara sahip görünmektedir. Diğer tüm kanallarda izleyici başına yıllık tüketimde düşüş gerçekleşmiştir. Göreceğimiz üzere bu, tesadüfi bir durum olmayıp Türk dizilerinin Şili'ye gelişiyle çakışmaktadır ve bu durum Mega'yı öncü bir konuma taşımıştır. Ancak Türk yapımlarının büyük başarısına rağmen rakamlar, izleyicinin ulusal yapımları yabancı yapımlara tercih ettiğini göstermektedir.

<sup>13</sup> %100 devlete ait olmakla birlikte iş yönetimi ve finansal sisteminde tam özerkliğe sahiptir.

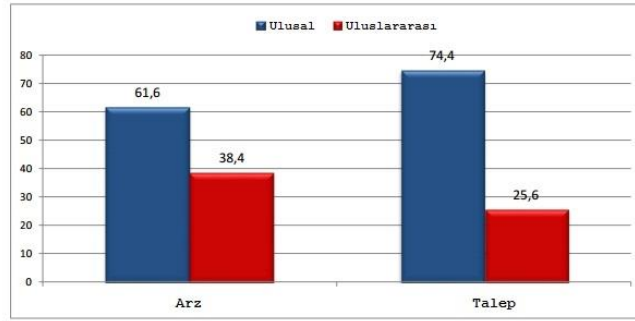
Televizyon programlarının Arz ve Tüketim İstatistikleri Yıllığı'na (CNTV, 2014: 16) göre 2014 yılında 51.860 yayın saatinden %61'i ulusal yayınlara karşılık gelirken %38,4'ü ise yabancı yayınlara karşılık gelmektedir. Bu durum aşağıdaki grafikten de görülebilmektedir.

#### Grafik 4. Kökenlerine Göre Televizyon Yapımlarının Arz ve Tüketim Dağılımı

Toplam taban fiyatı: 51.860 saat program yayını.

Ortalama tüketimin toplam tabanı: 831 saat.

Kaynak: CNTV, 2014



Tüketime ilişkin olarak, yerli yapımların tüketiminin de arz verilerine benzer olduğunu ve izleyicilerce tercih edildiğini söyleyebiliriz.

Şili Televizyon (ANATEL) Derneği'nin araştırması da bu verileri doğrulamaktadır. ANATEL'e (2014: 19) göre "Televizyon tüketimi, özellikle de televizyon yapımlarının tüketimi zaman doğrultusunda istikrarını koruyan bir alışkanlıktır". ANATEL'in son 3 yıldaki (2011, 2012, 2013) raporlarına göre ayrıca izleyicinin talebini, son 3 yılda toplamın %60'ını oluşturan ulusal içeriklerle karşılama eğilimi bulunmaktadır.

Örgüte göre bu durum, "ulusal kanalların izleyiciyi ilgilendiren yapımları üretmek için önemli bir kapasiteye sahip olmasının sonucudur (ANATEL, 2014: 19). Bu başarıyı ayrıca izleyicinin ulusal içeriklerde konu ve dille kendini özdeşleştirerek yakınlık kurması sonucu yabancı yapımların düşüşüne de bağlayabiliriz. Bu bağlamda Şili izleyicisi, onlara "kendi dillerinde" konuştuğu için ulusal yapımları tercih etmeyi sürdürmektedir ("*Estudio Anatel*", 2013).

İnsanların tercihlerini analiz eden UNDP araştırması (2014: 108) büyük çoğunluk (katılımcıların %72'si) Şili'de üretilen programları desteklediklerini ifade ettiler. Ulusal yapımların

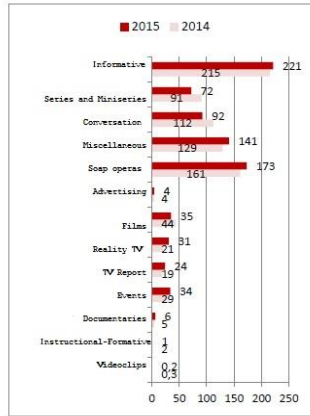
tercih edilmesi, katılımcıların yaşları arttıkça ve sosyoekonomik düzeyleri düştükçe yükselmektedir. Yalnızca üst sınıflarda yer alan insanlar yurtdışında üretilen yapımları daha fazla sevmektedir.

Bu, izleyicileri ulusal yapımların yayınlanmasından memnuniyet durumlarını soran 8. Şili Televizyon Anketi (CNTV, *VIII Encuesta Nacional de TV*, 2014: 24), ile de korelasyon göstermektedir. ABC1 ve C1 ekonomi grupları daha az memnuniyet göstermekte ve sırasıyla %74 ve %72 oranlarıyla hiç ya da çok düşük memnuniyet belirtmektedir.

Bununla birlikte Şili televizyonları yabancı yapımların ötesinde çok çeşitli tür ve alt türlerde içerik üretmekte ve izleyiciler tarafından en çok tercih edilenler bilgilendirici karakterdeki yapımlarla televizyon dizileri olmaktadır. Ulusal Televizyon Kurulu (CNTV, 2015: 15) yapılan son araştırmadan alınan aşağıdaki grafik, televizyon yapımı türüne göre yıllık tüketim dağılımını göstermektedir (yıllık bazda saat toplamı):

Grafik 5. Televizyon Yapımı Türüne göre Ortalam Tüketim Dağılımı (Yıllık bazda toplam saat):

Kaynak: CNTV, 2015



Bu çalışmaya göre, bilgilendirici karakterdeki yapımlar kişi başına 221 saat yıllık ortalama ve 2014 yılında ortalama 6 saat artışla en yaygın tercih olmaya devam ediyor. Öte yandan televizyon dizileri ise 2014 yılına göre 12 saat artışla 173 saat ortalama ile ikinci sırada yer almaktadır.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'na (UNDP, 2002: 106) göre haber programlarına gösterilen ilgi, ("herkes haber programı izlemelidir" gibi) normatif bir özellik olabilir, ancak bu, sosyal entegrasyonun güçlü bir mekaniği olduğu anlamına gelmez. Bu bir tür "topluluk" oluşturmaktadır: izleyiciler, bir dizi mesajı paylaşmak için aynı anda başkalarının da o yayını izlediğini bilirler. Ve böylelikle paylaşılan imajlar, ortak temalar oluşturmaya imkân tanır.

Bu bölümün bir sonraki kısmında göreceğimiz üzere, toplum içinde diyalogların önemli konu yaratıcılarından biri olan televizyon dizileri de benzer bir işlev görmektedir. Eduardo Santa Cruz "Evdeki diziler" adlı kitabında bu durumdan "Toplumun paylaşılan anlamlar ile sürdürülmesi" şeklinde bahsetmektedir. Santa Cruz (2003b: 5) aynı kitapta televizyon dizilerinin başarısını "Kendi yapı kısıtları nedeniyle yalnızca bizi retorik konusu etmelerinden" kaynaklanmaktadır. "Bizim şimdi ve geçmişte ne olduğumuz, gelecekte olması muhtemel olanı eğlence yoluyla ifade ediyorlar" (Santa Cruz, 2003b: 5.)

#### **1.4.1. Türk Yerli Dizilerinin Şili Serüveni**

2014, Şili televizyon sektörünün tarihinde her zaman hatırlanacak bir yıl olacaktır. Çünkü Ibero-Amerikan Televizyon Okulu Gözlemevi rapora göre (OBITEL, 2015: 160) o yıl "Şili televizyon endüstrisi gerçek bir kriz yaşamıştır". Bu aynı görsel işitsel Gözlemesine göre, bu özellikle çünkü Türk dizilerinin yayıncılığına öncülük eden MEGA TV kanalı hariç, tüm Şili kanalları bu dönemde ekonomik kayıplar yaşamıştır.

2014 yılında diğer kanallar geleneksel aksiyon ve polisiye telenovelaları çekip yayınlarken Mega (Şilili özel TV kanalı) Latin Amerika için sıradışı bir kaynağa başvurur: Türk yapımları (Julio, Fernández, Mujica, Bachman, & Osorio, 2015: 159).

MEGA Kanalının Basın Bölümü gazetecisi Carolina Vera<sup>14</sup> ile yaptığı röportajda Şili'deki Türk dizisinin şaşırtıcı başarısı hakkında yorum yapmıştır. Vera Şili sakinlerinin Türkiye'deki yaşamı, aktör Halit Ergenc'le röportaj ve Türkiye'de turizm hakkında rapor vermek üzere çeşitli vesilelerle İstanbul'a gitmiştir.

Raporlarımdan birinde Türkiye'ye gittiğimde zaman, Türk dizisinin en üst düzey yöneticilerinden biri bana dedi ki on veya on iki yıl önce Latin Amerika'ya bir Türk televizyon dizisi satan düşünülemezdi. Belki serisinden tartışılan konular nedeniyle, başta öyküler aşkla daha fazla ilgilidiler; fakat yıllar içinde çeşitlenmeye başlamış ve Türk televizyon endüstrisini büyük yatırımlarla ve yüksek kalite standartlarıyla pekiştirmiştir (...) Bence çok kişisel görüşümde, Şili insanları her zaman olduğu gibi aynı konulardan, aynı karakter türünden, aynı aktörlerden ve tekrarlanan sonlar hakkında tükenmiştir. İnsanlar belki de bu eski aşk hikâyelerine dönmeye değer verdiklerini düşünüyorum. Hatırlıyorum ki, "Binbir Gece"nin ana aktörlerinin birbirlerine öpüşmeleri uzun zaman almıştır. Bütün bu romantizm iyi müzik ve imrenilecek manzara eşliğinde. Programatik teklifi canlandırmak izleyiciler tarafından iyi karşılandı ve MEGA bu konuda öncü olmuştur, Vera görüşme sırasında söylemiştir.

Patricio Hernández Kanal 13'ün eski, Mega'nın mevcut program müdürü) ve Juan Ignacio Vicente (Mega uluslararası içerik müdürü) Türk dizilerinin Şili'ye girişindeki kilit isimlerden ikisidir.

Değişik söyleşilerinde Patricio Hernández (BBC, 2014 – Prensario Internacional, 2015) “*Binbir Gece*”yi (İspanyolca: “*Las mil y una noches*”, MEGA, 2014) uluslararası eğlence içerikleri fuarı MIPCOM 2012'de gördüğünü açıklamıştır. Dizinin o dönemde Kanal 13'te yayınlanmasını teklif eder ancak kabul görmez. Hernández, BBC'ye "Bir Türk dizisinin Şili piyasasını fethetmesinin çok zor olduğu söylendi" demiştir. (“*Cómo Turquía está cambiando el mercado de las teleseries de A. Latina*”, 2014).

Kendisiyle yapılan görüşmede Vicente, 2012'deki MIPTV'de bütün dağıtımıcılarla bir araya gelmek istediğini söyler:

Özellikle sıkça görüşemediğim dağıtımıcılarla. Bu tip fuarlarda genelde Avrupalılarla, Kuzey Amerikalılarla ve birçok Latin Amerikalıyla görüşürüm, ancak sınırları daha fazla genişletmemiştik. O yüzden o fuarda daha önce tanışmadığım insanlarla tanışma kararı aldım, Japonya, Kore, Doğu Avrupa ve Türkiye gibi (...) Diziyi ilk izlediğimde Channel 13 için çalışıyordum. Komiteye neden bu ürünün bölgemizde iş yapacağını düşündüğümü söyleyerek diziyi

<sup>14</sup> Görüşme İspanyolca olarak yapılmış ve Türkçe'ye çevrilmiştir. Ek 2, tam röportajın transkriptini içermektedir.

gösterdim ancak maalesef komite bana katılmadı. Çekici bir ürün olduğunu düşünmediler, benden Türk dizilerinin Latin Amerika'daki başarısı hakkında somut veriler istediklerinde onlara rakamları gösteremedim, çünkü öyle bir kaynak yoktu.

Ancak bir yıl sonra Hernández Mega kanalında çalışmaya başlar. Düşük reyting düzeylerine sahip bu kanalda Patricio Hernández, risk alma şansını değerlendirerek bir süredir aklında bulunan Türk yapımlarını dener. Metni uyarlamaya zaman yoktur, çünkü Mega'nın reytingleri bir an önce yükseltmesi gerekmiştir.

Patricio Hernandez yönetimindeki MEGA'ya geldiğimde ise yayın akışı için neredeyse hiçbir şeyimiz yoktu, en büyük şirketlerinse diğer kanallarla yaptığı anlaşmaları vardı. Bu bağlamda “*Binbir Gece*”yi düşünerek MEGA'ya önerdim. İlk bölüme İspanyolca dublaj yapıp izleyici kitlesindeki etkisini görmek için bir tüketici grubuna izlettik. Grubun tepkisi vasat oldu, yani tepki ‘sevdim, ama bunu takip etmek için izlediğim şeyi değiştirmem’ şeklindeydi, ama ben dizinin birinci bölümün ötesinde potansiyeli olduğunu hissettim. Sonuç olarak, yayın akışına çıkaracak başka bir şeyimiz olmadığından bir kumar oynadık ve 3 Mart 2014'te diziyi konumlandırmamızı sağlayan özel bir yayın stratejisiyle diziyi yayınlayıp 11 puanlık izlenme oranıyla iyi bir şekilde karşılandık. 1 ay içinde izlenme oranlarında 20 puanın üzerindeydik, iki ay sonra ise on yılda bir karşılaşılan bir fenomen olarak, 30 puanlık bir izleyici kitlesine ulaştık. Böylece “*Binbir Gece*” Şilili izleyicisiyle ve sonra Latin Amerika'nın kalanıyla bir bağ kurmayı başardı.

Bu nedenle Mega, “*Binbir Gece*”yi ürünün distribütörü Global Agency firmasından dublaja hazır şekilde almaya karar verir. Prensario Internacional'in 2015 sayısında açıkladığı üzere Mega kanalı ve D.I.N.T firması doğru bir dil kullanımı ve izleyiciye daha yakın bir dil için birlikte çalıştıklarını açıklar. Bunun karşılığında, Global Agency firmasından bu İspanyolca versiyonun başka ülkelere satışından komisyon alırlar.

*Prensario Internacional*'in 2015 sayısında açıkladığı üzere Mega kanalı ve D.I.N.T firması doğru bir dil kullanımı ve izleyiciye daha yakın bir dil için birlikte çalıştıklarını açıkladı. Bunun karşılığında, Global Agency firmasından bu İspanyolca versiyonun başka ülkelere satışından komisyon alırlar.

Juan Ignacio Vicente, MEGA TV Uluslararası İçerik Direktörü, dizinin çoğaltılmasının başlamasıyla ilgili ilginç bir anekdot paylaşmıştır: “İlk defa bir diziyi dublajla yayınlıyacaktık. Başlarda bir hayli zorlandık. Dizinin ilk bölümlerini kebabçıda çalışan bir Türk'ün yardımıyla yaptık. Sonradan Türkiye Büyükelçiliği'nin katkılarıyla bu zorluk aşıldı.

Aynı anda beş dizi dublajı yapmaya başladık” (*Şilili kadınlar neden Türk dizilerine müptela?*, 2015).

Ancak “*Binbir Gece*” Türk yapımlarının bu bölgeye ilk teması değildir. Kanal D, Global Agency aracılığıyla “*Aşk-ı Memnu*”yu Ocak 2013’te Telemundo kanalında yayınlanması için Televisa’ya satmıştır. Bu yapım Televisa tarafından uyarlanır ve İspanyolca’da “*Pasión Prohibida*” adını alır. Sonuç beklendiği gibi olmaz çünkü kimi uzmanlara göre yapım, uyarlama sırasında gücünü kaybetmiştir ve yayın saati de en uygun saat değildir (Ferrara, 2015: 57).

Bu, “*Binbir Gece*”nin başarısındaki kilit önemdeki nedenlerden biri olabilir, çünkü “*Binbir Gece*”, yerel uyarlamalar yapılmadan orijinal metni korumuştur. Böylece yayınlamaya başlamadan önce yapıyı uyarlamak ve dublaja göndermek için kısıtlı süre olması sonunda başarıya dönüştü ve izleyici tarafından da yüksek reytingle ödüllendirildi. Şili’de 7 kanalın izleyici için yarıştığı bir piyasa vardır ve genellikle bunlardan yalnızca dördü ilk sıralarda yer alır; böylece 2014’te pastanın büyük dilimi Mega’ya gitmiş olur.

Veriler bu anlamda nettir. Vergiler ve Sigortalar Yüksek Denetçisi tarafından yayınlanan finansal beyannamelere göre 2014 yılında yalnızca Mega (%23,5’lik bir artışla) reklam gelirlerinde pozitif bir görünüm elde etti. Diğer kanallara bakacak olursak TVN %3.8, Kanal 13 %13.9, Chilevisión %14.4 ve La Red ise %13’lük bir düşüş yaşadı (Julio, Et. al, 2015: 165).

Türk yapımlarını yayınlama formülü öyle başarılı olmuştur ki diğer Şili kanalları da Mega televizyonunun yolunu izlemişlerdir. Böylece Mart 2014’te yayınlamaya başlanan “*Binbir Gece*’den 2016’nın sonuna kadar Şili’de 17 Türk yapıyı yayımlandı; bunlardan yalnızca bir tanesi devlet kanalı TVN’de yayınlanmış olup diğerleri özel kanallarda yayınlanmıştır.



Tablo 3. Şili’de yayınlanan Türk dizileri (2014-2016)

Kaynak: Kendi derlemem

\*Yayın saati değişikliğiyle dizi

| DIZI                           | ÇEVİRİ                            | BAŞLATMA   | KANAL    | KANAL TÜRÜ | SAAT                    | GÜNLER             |
|--------------------------------|-----------------------------------|------------|----------|------------|-------------------------|--------------------|
| <i>Binbir Gece</i>             | <i>Las y mil y noches</i>         | 03-03-2014 | MEGA     | Özel       | *23.30 hrs. / 22.00hrs. | Pazar - Çarşamba   |
| <i>Fatmagül'ün Suçu Ne?</i>    | <i>¿Qué culpa tiene Fatmagül?</i> | 07-07-2014 | MEGA     | özel       | 22.00 hrs.              | Pazartesi - Cuma   |
| <i>Aşk-ı Memnu</i>             | <i>Amor prohibido</i>             | 09-07-2014 | CANAL 13 | özel       | 16.30 hrs.              | Pazartesi - Cuma   |
| <i>Muhteşem Yüzyıl</i>         | <i>El Sultán</i>                  | 14-12-2014 | CANAL 13 | özel       | 22:20 hrs.              | Pazar - Çarşamba   |
| <i>Ezel</i>                    | <i>Ezel</i>                       | 29-12-2014 | MEGA     | özel       | 23:15 hrs               | Salı - Perşembe    |
| <i>Kuzey Güney</i>             | <i>Kuzey Güney</i>                | 05-01-2015 | CANAL 13 | özel       | 17:45 hrs.              | Pazartesi - Cuma   |
| <i>Öyle Bir Geçer Zaman Ki</i> | <i>Tormenta de Pasiones</i>       | 05-01-2015 | CHV      | özel       | 00:20 hrs.              | Pazartesi-Perşembe |
| <i>Karağül</i>                 | <i>Rosa Negra</i>                 | 02-03-2015 | CANAL 13 | özel       | 17:00 hrs               | Pazartesi - Cuma   |
| <i>Sıla</i>                    | <i>Sıla</i>                       | 08-04-2015 | MEGA     | özel       | 23:15 hrs.              | Pazar ve Pazartesi |
| <i>Gümüş</i>                   | <i>Gumus</i>                      | 04-05-2015 | MEGA     | özel       | *16:00 hrs. /18:00      | Pazartesi - Cuma   |
| <i>Kara Para Ask</i>           | <i>Kara Para Ask</i>              | 05-05-2015 | MEGA     | özel       | 22:00 hrs.              | Pazartesi - Cuma   |
| <i>Karadayi</i>                | <i>Karadayi</i>                   | 17-11-2015 | MEGA     | özel       | *22:00 hrs./ 16:00      | Pazartesi - Cuma   |
| <i>Kaderimin Yazıldığı Gün</i> | <i>No te enamores</i>             | 04-02-2016 | MEGA     | özel       | 17:00 hrs.              | Pazartesi - Cuma   |
| <i>Medcezir</i>                | <i>Medcezir</i>                   | 19-04-2016 | MEGA     | özel       | 22:00 hrs.              | Pazartesi - Cuma   |

|                      |                        |            |          |        |            |                  |
|----------------------|------------------------|------------|----------|--------|------------|------------------|
| <i>Selin</i>         | <i>Selin</i>           | 28-06-2016 | CANAL 13 | özel   | 20:00 hrs. | Pazartesi - Cuma |
| <i>Elveda Derken</i> | <i>Mi último deseo</i> | 03-10-2016 | MEGA     | özel   | 16:00 hrs. | Pazartesi - Cuma |
| <i>Elif</i>          | <i>Elif</i>            | 24-11-2016 | TVN      | devlet | 15:30 hrs. | Pazartesi - Cuma |

Yukarıdaki tablodan görebileceğimiz üzere Şili’de Türk dizisi fenomeni son üç yıl boyunca değişmeden kalır ve farklı yayın saatleri ve kanallar ile aynı dönemde 5 Türk dizisinin yayınlandığı olmuştur.

Şili’de izleyiciler telenovelaları pazartesiden cumaya birer saatlik bölümler ile izlemeye alışkındır. Böylece bu diziler Türkiye’de haftada bir yayınlanıyorsa da Şili’de günlük olarak yayınlanmaktadır.

Lorena Antezana’ya göre Türk dizilerinin uzun süreli yapımlar olması, bu türü seven izleyiciler tarafından büyük değer görmektedir. Böylece karakterleri çok iyi tanıyıp kendileriyle özdeşleştirebilmektedirler. Onlara her gün eşlik ediyorlar” (*Nombres de niños inscritos en 2016 reflejan influencia de teleseries turcas*, 2017).

Türk dizileri Şili’de öğleden sonra (saat 16:00’ya doğru) ve anahaberden sonra prime time’da saat 10:00 civarlarında yayınlanmaktadır.

Ayrıca bazı yapımların çıkış günlerinin seçimi konusunda televizyon kanalları arasındaki açık rekabeti de görmek mümkündür. Örneğin başrollerinde Beren Saat’in oynadığı “*Fatmagül’ün suçu ne?*” (“*¿Qué culpa tiene Fatmagul?*”, Mega, 2014) ve “*Aşk-ı memnu*” (“*Amor prohibido*”, Kanal 13, 2014), ilki prime time’da ikincisi ise öğleden sonra yayınlanıyor olmasına rağmen aynı hafta içinde yayına kondular. Benzer bir durum, aynı gün fakat farklı yayın kuşaklarında yayınlanan “*Kuzey-Güney*” (“*Kuzey Guney*”, Kanal 13, 2015) ve “*Öyle bir geçer zaman ki*” (“*Tormenta de pasiones*”, CHV, 2015) için de geçerliydi.

Mega, Türk dizilerinin yayınına öncülük eden ve 2014 ile 2016 arasında en fazla Türk dizisi yayınlayan televizyon kanalı oldu. Bu üç yıl içerisinde Mega 10 Türk dizisi yayınlarken Kanal 13 ise 5 dizi yayınlar; CHV ile kamuya ait TVN ise yalnızca birer Türk dizisi yayınlamıştır.

Şili'deki Türk dizisi fenomenine son katılan kanalın TVN olduğunu vurgulamak önemlidir. Türk dizisi fenomenine neden daha önce değil de şimdi katıldıkları sorusuna TVN'nin yapımcısı Isabel Rodríguez, şu açıklamayı yapmaktadır: “Bir noktada TVN'nin izleyicileri bizden farklı şeyler bekliyordu, ulusal yapımlar olarak belki de. Ancak artık izleyicilerimiz artık bu türü değerlendirmeye hazırılar”. “Televizyon endüstrisi dinamik ve hızlıdır. İyi hikayelerden sırf bu fenomeni başka bir kanal empoze ettiği için uzak durmak mantıksız olacaktır (Mega'yı kastediyor). Ayrıca Türk dizilerinin gelip geçici bir moda olduğunu düşünmüyoruz, Türk dizileri Şili'ye kalmaya geldi.” (*“TVN entra a competir en el fenómeno turco”*, 2016).

Bu yüzden, MEGA'nın rakiplerinin, Vicente'ye göre kısmen o sırada Şilili izleyici kitlesinin duyduğu bir ihtiyacı karşılamasından kaynaklanan Türk dizisi fenomenine katılmaktan başka seçeneği kalmamıştır.

Daha önce, prime time'da daha kaba, şiddetli, hatta cinsel içerikli dizileri yayınlıyorduk ve Türk yapımlarıyla büyük bir değişim yaşadık, bilindik romantizme bir dönüş yaşadık. Sonuç olarak hikâyenin gösterdiği şu ki, daha önce anlattığım izleyicilerin ana karakterlere âşık olmayı isteyeceği, onları sevip onlara yakın hissedeceği geleneksel dram tarzına dönüş konusunda karşılanmamış bir ihtiyaç vardı.

Rakiplerimizden birinin ekranında kaybolan bir çocukla ilgili karanlık, şiddetli bir telenovela olan “*Vuelve Temprano*” vardı. Öte yandan Channel 13'te seri katillerle ilgili bir dizi vardı. Bu ortama bu şemaların hepsini yıkan geleneksel, romantik bir aşk hikayesi getirdik, yani zamanın Şili televizyonu için yenilikçi bir hareketti. İkilemin ve bu ikilemin çekiciliğinin ötesinde, dizi kendini rakiplerimizin sunduğu ürünlerden farklı, yeni bir yere yerleştirdi. Buna ek olarak hikâyenin Türkiye'de geçmesi ve Türkiye'de olanların bize yakın ama mistik, çekici ve duygusal olmasında, ayrıca Boğaz, köprüler ve evlerde bir sıcaklık, Şilililer için bir yenilik olan görsel bir dünya vardı.

Bu çalışmanın amacı Türk dizilerinin Şili'deki başarısını çözümlmek olmasa da Şilili televizyon uzmanlarıyla yapılan çeşitli görüşmelere göre en önemli faktörlerin “klasik melodramın dönüşü”, “iyi müzik” ve “özellikle İstanbul’u gösteren güzel manzaralar” olduğunu söyleyebiliriz.

Vicente ayrıca Türk dizilerine özel bir anlatı biçiminin de başarı konusunda bir etmen olarak altını çizmektedir. Türk dizilerinin Şilililer için yeni olan, çoğu insana yavaş gelen ve daha az konuşmaya dayanan bir anlatı biçimi olduğunu öne sürüyor. Olaylar daha çok bakışlar, hareketler ve dokunuşlar üzerinden ilerliyor. Belli bir miktar içerik, sözlü bir etkileşim olmadan imgeler aracılığıyla aktarılıyor, bu da bana bu başarının sebeplerinden biriymiş gibi görünüyor. Bu durum alıştığımız anlatı biçiminden farklı bir anlatı biçimi oluşturuyor. Şili’de telenovela’larda “seni seviyorum”, “senden nefret ediyorum” gibi her şeyin açıkça söylenmesine alışkınız ve bunlar sürekli söyleniyor, ancak Türk dizilerinde bu söylenmez, gösterilir (J.I. Vicente, derinlemesine görüşme, 04 Temmuz 2017).

Türk yapımlarının bu başarısı büyük bir parasal temele dayanmaktadır. Bu anlamda ulusal yapımlar için bölüm başına yaklaşık 40 bin dolar yatırım gerekirken, Türkiye’den ithal edilen yapımlar 300 dollara yakın bir değere sahipti. Bu da Türk dizilerinin Şili’de ayakta kalması için 5 reyting puanından yukarısına ihtiyacı yokken Şili yapımlarından kar edebilmek için 20 reyting puanı gerektiği anlamına gelmektedir (“*La crisis de las teleseries chilenas*”, 2014).

Böylece tüm televizyon kanallarının hayalleri gerçekleşmektedir. Yani, minimum ekonomik yatırımla uzun süreli şekilde izleyici çekebilmekte, yüksek reyting değerlerine ulaşmakta ve böylece reklam girişini aktarabilmektedirler.

Ancak prodüksiyonlar sözkonusu olduğunda rakamlar değişmektedir, zira Türk dizileri çok yüksek prodüksiyon düzeylerine sahiptir. Türk yapımlarının saat başına maliyeti

100 bin doları bulabilirken Şili yapımlarınıninki ancak yarısına, 50 bin dolara ulaşabilmektedir (Julio, et al., 2015: 185). Prodüksiyon masraflarındaki bu farkın nedenlerinden birisi, Şili yapımlarında genellikle aynı TV kanalı içinde inşa edilen setlerin kapalı ortamlarında çekim yapılırken Türk dizileri dış mekan çekimlerini çok sık şekilde kullanmaktadır.

Bu sayılara karşın Türk dizilerinin Şili'deki başarısını yalnızca finansal nedenlere bağlayamayız. Bir önceki bölümde de incelediğimiz üzere Türk dizileri evrensel tarihe mal olmuş temaları yoğun olarak kullanmaktadır, bu da Şili ve daha sonra Latin Amerika halkını kendisine çeken şey olmaktadır.

Yönetmen Cristián Mason'a göre başarının bir diğer nedeni ise bu yapımlardaki dublajın kalitesidir. Manson'ın açıkladığı üzere, "Bu diziler Şili'de çevrildi, dolayısıyla bize çok iyi sesleniyorlar. Bu iyi bir noktaydı, çünkü her gün etrafınızda duyulan konuşmayı dinliyorsunuz, bu da oyunculara daha yakın hissetmenizi sağlıyor. Böylece onların Müslüman ya da Türk olması fark etmiyor" ("*Las mil y una noches se consolida en el horario estelar*", 2014). Bu fikir, D.I.N.T / Mega'nın gerçekleştirdiği dublajın kalitesine atıf yapan Videoage (2016: 40) dergisi tarafından da vurgulanmaktadır. Buna göre "Türk oyuncular sanki İspanyolca konuşuyormuş gibi görünüyorlar, Kore dizileriyle yapılamayacak bir şey".

Öte yandan Mihalis Kuyucu "*Muhteşem Yüzyıl*" (StarTV, 2011) ve Yunanistan (2014: 111) hakkındaki araştırmasında Türk dizilerinin özellikle Ortadoğu ülkeleriyle ilişkilerde pozitif sonuçlar doğurabileceğini vurgulamaktadır. Daha önce de tartışıldığı üzere bu tezin Şili'de yayınlanan Türk dizileri için de geçerli olabileceğini düşünmekteyim, zira bu diziler sayesinde Türkiye Şili'de daha sonra ise tüm Latin Amerika'da görünürlüğünü arttırmış oldu. Bir sonraki bölümde göreceğimiz üzere bu aynı zamanda Şili'de Türkiye hakkındaki haberlerin uzatsın de arttırdı.

Bu pozitif sonuçlara ilişkin olarak Kuyucu (2014: 111), dizilerin Türkiye için gündemde kalma ve izleyici topluluklarda Türkiye'ye aşinalık gibi faydaları olabileceğinden, dizilerin Türkiye, Türk kültürü ve Türk diline yakınlık doğurduğundan, turist, öğrenci hatta işadamlarını Türkiye'ye çektiğinden bahsetmektedir; ayrıca bu popülerlik, Türk ürünleri, Türk malları ve moda ürünleri için pozitif sonuçlar doğurabilecektir.

Türk TV dizilerinin oluşturduğu bir televizyon yapımı olmayı aşan bu pozitif sonuçları gelecek bölümde ayrıntılı şekilde inceleyeceksek de, burada dizilerin Türkiye'yi ziyaret eden Şilili turist sayısını arttırdığını ifade etmekle yetinebiliriz.

*El Mercurio* gazetesine göre “*Binbir Gece*”nin (“*Las mil y una noches*”, MEGA, 2014) yayınından sonra Türkiye'yi ziyaret eden Şilili turist sayısı rekor sayıya ulaştı. Gazete makalesinde 2010'da 800 Şilili turist gelirken bu sayı 2014'te iki katına çıkarak 17.5000'e yaklaştığı belirtilmektedir (“*El poder de las telenovelas turcas*”, 2015).

Türkiye'nin Türk dizileri sayesinde Şilili izleyiciler üzerinde oluşan etkisi ve onlardan gördüğü ilgiyi bu çerçevede “yumuşak güç”<sup>15</sup> kavramıyla karşılamalıyız. Bu durumda, Türkiye'nin Şili'de ve Latin Amerika'nın kalanında dizilerinin gösterilmesinden gelen yumuşak gücü Türkiye'nin sosyokültürel değerlerinin ve geleneklerinin tanıtımına yardımcı olmaktadır. Vicente görüşmede:

Türkiye oldukça uzak ve bilinmeyen bir yerdi, bizi Türkiye'ye belirgin bir şekilde bağlayan bir şey yoktu. Ancak şimdi Türkiye Şilili izleyici kitlesi tarafından gayet olumlu şekilde değerlendirilen bir marka. Türkiye'nin Şili'deki imajının değişimi oldukça güçlü oldu. Türkiye'nin ürünleriyle, bu durumda dizileriyle, aldığı tepki Şilililerin algısını tamamen değiştirdi. En önemli veriler, yanlış hatırlamıyorsam, geçtiğimiz yıllarda Türkiye'ye gerçekleştirilen turistik gezilerin %560 oranında artması, ki bu devasa bir değişim. İnsanların Türk restoranlarına

<sup>15</sup> "Nye "yumuşak güç" kavramı üzerinde durdu, bu da sadece jeopolitik güç oyunlarını değil, ama ekonomik, politik ve küreselleşmenin kültürel dinamikleri ile beraberinde bilgi devriminin sonuçlarını hesaba katabilme avantajına sahiptir. Nye, çağdaş dünyanın gücün gerçek doğasının yeniden şekillenmesine ve ardından yeni bir tür gücün ortaya çıkışına, yani kaynakları ve dağıtımına ilişkin "yumuşak güce" şahitlik ettiğini tartışmaktadır. Askeri ve ekonomik kaynaklar gibi (sert) güçlerin çağdaş algılarına karşın yumuşak güç, uysallığı provoke edecek kültürel ve ideolojik varlıkların yayılmasıyla gündemi ayarlamak ve başkalarını çekmek üzerine kuruludur." (Yörük & Vatikiotis, 2013: 2367)

gitmeye başlaması ve çocuklarına Türkçe isimler koyması da diğer örnekler. Yani, bu fenomen ülkemizde derin bir etki yarattı, Türkiye'yi Şilililer tarafından olumlu olarak değerlendirilen bir markaya, bir yere, bir atmosfere ve kültüre dönüştürdü. Buna sebep olan büyük bir değişiklik” diyerek bu olgulara dikkat çekmiştir.

Böylece Türk dizileri Şili’de yalnızca reyting, reklam ve iş dünyası açısından başarılı olmakla kalmamış aynı zamanda ticari bir ürünün olmasına geçerek Türkiye ve Türk kültürünün promosyonunu da sağlamıştır (J.I. Vicente, derinlemesine görüşme, 04 Temmuz 2017).

Türk yapımlarının gücü ekranın o denli ötesine geçmiştir ki 2015 ve 2016’da kimi Şilili aileler, bebeklerine Türk isimleri verdiler. Şili Nüfus Müdürlüğü’ne göre 2015’te yaklaşık 40 bebek, aralarında Mustafa, İbrahim, Sherezade, Hurrem ve Mahidevran’ın da bulunduğu Türk dizi kahramanlarının isimleri verilmiştir (*“El fenómeno turco llegó a las inscripciones del Registro Civil”*, 2015). 2016’da bu fenomen devam etti ve 59 kız aynı isimli diziden ilhamla Elif ismini aldı; ayrıca Samira, Azeneth, Nilufer, Melek, Sherezade ve Fatmagül de popüler isimler arasındadır. Şilili erkek çocuklarına seçilen isimler arasında Samir ve İbrahim yer almaktadır (*“Nombres de niños inscritos en 2016 reflejan influencia de teleseries turcas”*, 2017).

Şili’deki özel isimlerin kullanımı, prestiji ve diğer sosyal yönleriyle ilgili çalışmalar yürüten, Gastón Salamanca, bebeklere Türk dizilerindeki kahramanların isimlerinin verilmesini bu dizilerin başarısına bağlamaktadır (*“Nombres de niños inscritos en 2016 reflejan influencia de teleseries turcas”*, 2017).

Bu anlamda, Türk dizilerinin kamu diplomasi açısından önemli bir rol oynadıkları söylenebilir. 2014 Kültürel Diplomasi Konferansı sırasında Dr. Senem Çevik, "Türkiye'nin yumuşak güç inisiyatifleri artık ülkenin kamu diplomasisinde güçlü, başarılı ve şaşırtıcı bir araç olarak ortaya çıkan pembe dizileri içerdiğini ifade etmiştir (USC Annenberg Youtube, 2014).

## İKİNCİ BÖLÜM

### ŞİLİ GAZETELERİNDE TÜRK DİZİLERİNİN SUNUMUNA İLİŞKİN İÇERİK ANALİZİ

#### A) Yöntem

Şili'deki Türk televizyon dizileri yayınlarının istisnai değil istikrarlı bir fenomen olması, bu kurgu ürünlerinin Şili basınında nasıl tasvir edildiğini sorgulamaya değerdir. Ya da daha ziyade, Türk televizyon dizileriyle reyting açısından elde ettikleri başarının medya gündeminde nasıl yer bulduğunu, neyin şekilde sunulduğunu anlama çabası da önemli bir çabadır. Bilindiği gibi "Basın, insanlara ne düşüneceğini söylemekte başarısız olabilir, ancak okuyucularına ne hakkında düşüneceklerini söylemede şaşırtıcı bir derecede başarılıdır" (Cohen, 1963: 13).

Dolayısıyla bu araştırma Türkiye ve dizilerin hem nasıl bir seçicilikle habere konu edildiklerini anlamamızı sağlayacak, hem de basındaki farklı tutumların nedenlerini yorumlamaya olanak tanıyacaktır. Türk dizilerinin yayınlanmaya başlamasından sonra Şili basınında Türkiye'nin temsil şekli değişmiş midir? "*Binbir Gece*"nin başlangıcını bir dönüm noktası olarak ele alarak bu performansın öncesi ve sonrası hakkında yorum yapabilir miyiz? Şili gazeteleri, Türk televizyon dizileri ile ilgili haberlerde "neyi" "nasıl" sunmaktadır ve bunu nasıl yorumlayabiliriz?

Bu sorulara yanıt ararken, örneklem olarak seçilen gazetelerin birbirinden farklı yaklaşımlar sergileyeceği de varsayılmaktadır. Bu farklılıkları yorumlamak için başvurulacak temel yaklaşımlardan biri de haber çerçevelemesidir. Bilindiği gibi medya bilgileri dolaşıma sokarak toplumsal belleğin oluşumuna büyük bir katkı sunmaktadır. Bu katkı, her şeyden



önce aktaracağı haberleri “seçerek” ve “önem sırasına oturtarak” sunmasıyla mümkün olabilmektedir (Yağcı Aksel, 2014). İlk kez Goffman tarafından kullanılan yaklaşıma göre (Akt. Keşaplı, 2016), “izleyicinin gözünde bir konunun ve o konu içerisindeki bir görüşün öne çıkarılması ya da yok sayılması, dolayısıyla izleyici kitlelerinin manipüle edilerek amaçlandığı şekilde bir alımlamaya erişmeleri söz konusudur”. Gitlin ise, çerçeveleri, söylemin rutin olarak bir düzenleme aracı olarak kullandığı seçme, vurgu yapma ve dışta bırakma süreçlerinin kavrama ve sunum şekilleri olarak tanımlamaktadır (akt. Erdoğan, 2008: 37). Gamson ve Modigliani de çerçevelemenin konuya anlam veren ‘yorumlayıcı paketler’ olmalarına dikkat çeker (akt. Erdoğan, 2008: 38). Haber niteliği kazanan her olay, bir tür anlamlandırmadır ve her anlamlandırma gibi gündem belirleme kuramıyla da ilişkili olarak neyin dikkat çekeceğinin belirlenmesine hizmet edecek şekilde, neyin nasıl sunulduğuna bakar. Dolayısıyla, haber olarak tanımlanmış ve belli bilişsel/duygusal şemaların oluşmasına elverişli biçimde ele alınmış her olay, kurgulanmış şablon anlatımlarla, konunun sıklıkla vurgulanan yanlarıyla, okuyucusuna gündeme ilişkin neyi nasıl düşüneceğinin yollarını da iletmektedir (Akçalı ve Toker, 2012: 31). Bu bağlamda içerik analizine tabi tutulacak verilerin belli bir çerçeveleme sonucunda oluştuğunu saptamak, analizin sonuçlarını değerlendirmek açısından önem taşımaktadır.

Türk dizilerinin tasviri ile ilgili soruya odaklanacak olursak, medya içeriğini "tanımlamak ve analiz etmek" için içerik analizi tekniğine başvurmak, sistematik bir yöntemle çalışmak anlamına gelmektedir (Hansen ve ark., 1998: 91).

Bernard Berelson'a göre (1952: 18): "İçerik analizi, açık iletişim içeriğinin nesnel, sistematik ve niceliksel tanımlaması için bir araştırma tekniğidir." Bununla birlikte, içerik analizinin, hiçbir zaman objektif olamayacağını, çünkü bir metindeki her şeyi analiz etmek imkânsız olduğunu ifade etmek gereklidir. Analizin temel koşulu sınıflandırmadır ve ve her sınıflandırma ister stemez sübjektiftir (Hansen ve ark., 1998: 95). İçerik analizi her ne kadar

niceliksel bir teknik olarak görölse de sadece sayısal sorulara yanıt vermez yani yalnızca "sorgulama gereksiniminden kaynaklanan bir sayım ve ölçüm değildir" (Hansen ve ark., 1998: 96). Araştırmanın önemli bir kısmını, araştırmacı tarafından elde edilen verilerle yapılan yorum ve verilerden çıkartılan anlam ile bilginin nasıl ilişkilendirildiği ve sonuçlarını nasıl yorumlandığı oluşturacaktır. Krippendorff (2004: 87), dolayısıyla "metinlerin analizi için hem nicel hem de nitel analizin vazgeçilmezliği" söz konusudur.

İçerik analiz tekniğini açık ve sistematik bir biçimde uygulamak için, bu araştırmada Hansen ve arkadaşları tarafından kaleme alınmış "Kitle İletişimi Araştırma Yöntemleri" (Hansen ve ark., 1998: 98) içerisinde tanımlanan 6 Temel Adım'ı takip edilmiştir. Bunlar:

1. Araştırma probleminin tanımlanması.
2. Medya ve örneğin seçilmesi.
3. Analitik kategorilerin tanımlanması.
4. Bir kodlama programının oluşturulması.
5. Kodlama programının kontrolü ve güvenilirliğinin kontrol edilmesi.
6. Veri hazırlama ve analizdir.

## **2.1. Araştırma probleminin tanımı**

"İçerik analizi, metinleri analiz etmede kullanılan bir yöntemdir. Bu bir teori değildir. Bir yöntem olarak, metinlerin hangi yönlerinin incelenmesi gerektiğine veya bu boyutların nasıl yorumlanması gerektiğine dair herhangi bir şey söylemez"(Hansen ve ark., 1998: 99). Bu nedenle, araştırma probleminin ve araştırmanın amaçlarının tanımlanması ve net bir şekilde kavramsallaştırılması çok önemlidir.

Araştırmamızın amaç ve hipotezlerinden giriş bölümümüzde zaten bahsedilmiş olduğundan, bu bölümde araştırma probleminin tanımlanmasına odaklanacağız:

### **Araştırma problemi**

2014 yılının en önemli olaylarından biri daha önce de değinildiği gibi Türk televizyon dizilerinin Şili'ye gelişi olmuştur. Mart 2014'te MEGA kanalı "Binbir Gece" adlı dizi ile ilk Türk televizyon dizisinin yayınlanışından birkaç ay sonra, bu yapım izleyicilerin beğenisi oranında diğer medya kanallarının da dikkatini çekmiş ve Şili'deki tüm televizyon kanalları, en az bir Türk dizisi yayınlayarak bu sürece katılmıştır. "2014'te Türklerin sürpriz ziyareti 2015'te bir işgal ordusunu andırmıştır. Bu, 2014'te olanın ender ve anekdotal bir şey olmadığını yansıtmaktadır " (OBITEL, 2016: 187). Bununla birlikte, bu olgunun yakın geçmişte meydana gelmesinden dolayı henüz alan çalışmaları eksiktir; Şili'deki Türk dizilerini ve bunların Şili basınında nasıl sunulduğu ulusal televizyon pazarındaki reyting analizi ötesinde ele almaya ihtiyaç vardır.

### **Ana araştırma sorusu:**

**"Binbir Gece"nin başlangıcını bir dönüm noktası olarak ele alarak bu performansın öncesi ve sonrası hakkında Türkiye'nin Şili'deki temsilinde değişim olduğuna dair yorum yapabilir miyiz?**

**Binbir Gece'nin ilk bölümünün yayınlanmasından sonra, yayın hayatının ilk yılı boyunca Şili'nin ana gazetelerinde Türk TV dizileri nasıl betimlenmiştir?**

**Türk dizilerinin yayınlanmaya başlamasından sonra Şili basınında Türkiye'nin temsil şekli değişmiş midir?**

**Şili gazeteleri, Türk televizyon dizileri ile ilgili haberlerde "neyi" "nasıl" konuşmaktadır?**

## 2.2. Medya ve Örneğin Seçilmesi

Ana araştırma sorusunu takiben, bu araştırma için dört Şili gazetesi seçilmiştir: Gazetenin biçimi ve içeriği açısından, eğlence alanından (tabloit gazete) haberlere vurgu yapan iki gazete olan *La Cuarta* ve *Las Últimas Noticias*; ve ciddi basın olarak tanımlanabilecek iki gazete olan *La Tercera* ve *El Mercurio*. Bu gazetelerden dördü de yaygın medya içinde, ulusal erişimi olan gazeteler olarak tanımlanmaktadır.

Erişilebilirlik ve bulunabilirlik açısından, hepsi kendi basılı yayınlarının tümünü web sayfalarındaki bir veri tabanında paylaşmakta olduğundan bu da seçim kriteri olarak dikkate alınmıştır. Bu faktör araştırma Türkiye'den yürütüleceği için önemlidir. Bununla birlikte, bu seçimdeki belirleyici diğer faktör, ulusal dolaşımda lider olmaları ve ülkenin şu iki ana haber şirketini temsil etmeleridir: Grupo Copesa ve El Mercurio<sup>16</sup>.

*La Cuarta* ve *La Tercera*, İlgi Alanları Bildirgesi ile ilgili web sitelerinde belirttikleri gibi, medya grubu Copesa'nın bir parçasıdır. Bu grup, mülkün %83.33'üne sahip olan Saieh Bendeck ve %16.66'sına sahip olan Alberto Kassis Sabag isimli Şilili girişimciler tarafından kontrol edilmektedir ([www.latercera.com](http://www.latercera.com)).

*Las Últimas Noticias* ve *El Mercurio*, El Mercurio grubunun bir parçasıdır. Bu, Şili'nin ilk iletişim grubudur ve Edwards ailesi tarafından yönetilmektedir ([www.infoamerica.org](http://www.infoamerica.org), t.y.).

Diğer bir yandan, ve izleyicinin boyutuna göre, Valida<sup>17</sup> liderliğindeki "2016 yılının ilk yarıyılı (Ocak-Şubat) süresince Şili'deki Dergi ve Dergileri Tirajı ve Okunması" hakkındaki araştırmaya göre bu tez için seçilen dört gazete ulusal seviyede çok büyük bir tiraja sahip sabah gazeteleridir. Lider, (dijital okuyucuları hesaba katmadan) haftalık ortalama 136.816 okuyucu ile *El Mercurio*'dur, bunu 93.521 okuyucu ile *Las Últimas Noticias*, 79,476

<sup>16</sup> Bkz. Bölüm 3.1.2. Şili Medyası

<sup>17</sup> Valida, Şili'deki basılı medyanın dolaşım düzeylerini ve okuma alışkanlıklarını belgeleyen ajansdır.

okuyucu ile *La Tercera* ve ulusal okur ortalaması 75,634 ile (Valida, 2014: 3) *La Cuarta* takip etmektedir.

"*Binbir Gece*"nin yayımlanmasının öncesinde ve sonrasında Türkiye'nin Şili basınında nasıl temsil edildiğini, diğer bir deyişle "*Binbir Gece*"den sonra temsilde değişim olup olmadığını analiz edebilmek için "*Binbir Gece*"nin ilk yayımlanma tarihi olan 3 Mart 2014'ün bir yıl öncesi ile bir yıl sonrası kapsanacak şekilde örneklem oluşturulmuştur. Dolayısıyla, bu 4 gazetede Türkiye'den bahseden tüm haberlerin Mart 2013'ten Mart 2015'e kadarki süreçte ele alınmıştır.

Ancak Türkiye hakkındaki bu haberlerin ilk dönemi (yani Şili'de "*Binbir Gece*"den bir yıl önce süreç) yalnızca referans çerçevesi olarak ve araştırmamızın konusu için ilk yaklaşım olarak kullanılacaktır. Diğer tarafta, metodolojik tasarımda bir yıllık yayınların dikkate alınması (yani Şili'de "*Binbir Gece*"den bir yıl sonraki süreç), "*makul temsilci*" (Hansen ve ark., 1998: 102) olup, bu fenomenin değişimini takip etmemizi sağlayacaktır, çünkü asıl olarak Türk TV dizileri ile ilgili haberlere odaklanmıştır.

Alakalı içeriklerin örneklenmesi için bu araştırmada veritabanını oluşturacak haberleri belirlemek için, ait oldukları gazetecilik türüne bakılmaksızın, "Türkiye", "Türk dizileri" sözcüklerinden ve kahramanların ya da yerlerin adından oluşan anahtar kelimeler belirlenmiştir. Elde edilen tüm haberlerden, tekrarlananlar veya bu anahtar kelimelerden birini içerse dahi haberin geneline bakıldığında bu konuya değinme oranı az olanlar ve direkt olarak Türkiye'yi ilgilendirmeyenler elenmiştir. Her ne kadar diziler tür olarak "süren serial" tanımına uygun düşse de basın dilinde onlara seslenilen biçimde "dizi" dendiği için, bu tabir seçilmiştir.

### 2.3. Analitik Kategorilerin Tanımlanması

Araştırmamızda bilgileri mümkün olduğunca en iyi düzeyde düzenlemek için 6 genel kategoride ve toplam 20 alt kategoride belirlenmiştir.

6. adım olan Güvenilirliği Kontrol Etme'yi takiben ve bu kategorilerin kullanımı ile ilgili örneklemimizdeki birkaç haber makalesinin kullanımı ile yapılan çeşitli testlerin ardından şu kategoriler tanımlanmıştır:

- I. Analizin tanımlama verileri
  1. Birim numunesinin kodu
  2. Gazetenin adı
  3. Tarih (ay-gün-yıl)
  4. Manşet
  5. Yayının boyutu
  6. Haberin türü
  7. Yer aldığı gazete bölümü
- II. Oyuncular
  8. Röportaj yapılan temel kaynaklar
  9. İsmi en çok geçen aktör / aktris veya karakteri
- III. Temalar
  10. Yazının konusu
  11. En çok ismi geçen Türk dizisi
  12. Türkiye ile ilgili en alakalı yönler
- IV. Sözcüksel tercihler
  13. Türkiye'ye atıfta bulunmak için kullanılan kelimeler
  14. Türk dizilerine atıfta bulunmak için kullanılan kavramlar
  15. Türk dizilerine atıfta bulunmak için kullanılan sıfatlar
- V. Stereotipler
  16. Makalede gösterilen ilişkinin temel türü
  17. Makalede vurgulanan Türk kadını stereotipi
  18. Makalede vurgulanan Türk erkeği stereotipi
  19. Türk toplumu hakkında her haberde hakim olan stereotipler
- VI. Değer
  20. Genel izlenim

## **2.4. Kodlama Programı Oluşturma**

"Kategoriler seçildikten ve tanımlandıktan sonra, bir kodlama programında kodlanılabilir bir şekilde tanımlanmaları gerekir. Kodlama pratiği için net kurallar ve tanımlar ortaya koyan bir kod kitabı da içerik analisti ilerlemeden önce yazılmalıdır" (Hansen ve ark., 1998: 116).

Bu tezdeki Ek 3'te, içerik analizi tekniğinin uygulanmasında kullanılan kodlama şemasının bir kopyasını, her bir kategorinin ayrıntıları ve her biri için kullanılan kodlama kodları ile birlikte bulmak mümkündür.

Diğer yandan Ek 4, olası karışıklıklardan kaçınmak ve kullanılan kavramları netleştirmek için kullanılan kodlamaya ilişkin daha ayrıntılı bilgi içeren Kod-Kitabını sunmaktadır. Bu, özellikle farklı kodlayıcılar arasında sonuçların tutarlılığını (kodlayıcılar arası güvenilirliği) sağlar. Bu tezin pratiğinin yanı sıra tek kodlayıcı bendim, eğer başka bir kişi sonuçları kontrol etmek isterse veya sonuçları bu konularda daha ayrıntılı çalışmalar yapmak için kullanmak isterse bunun sağlanması bu çalışmanın sürdürülebilirliği için gerekli görölmüştür. Böylece, kod kitabı, en doğru haberin miktarını belirlemek için kodlayıcılara gerekli yönergeleri verecektir. Bu çok önemlidir, çünkü analiz içeriğinin geçerli olabilmesi için ilgili analiz birimlerini analiz eden kodlayıcıdan bağımsız olarak aynı sonuçları vermesi gerekir.

## **2.5. Kodlama Programının Oluşturulması ve Güvenilirliği Kontrol Etme**

Hansen ve meslektaşlarının "Kitle İletişimi Araştırma Yöntemleri"nde vurguladığı gibi, kodlama programını küçük bir örneklem üzerinde "denemek", kodlama işlemi sırasında sürprizlerle ve/veya hatalarla karşılaşmamak için önemlidir (Hansen ve ark., 1998: 118).

Bu nedenle, önceki Kodlama Programı örneğimizin rasgele 30 haberine uygulanmıştır. Bu süreçte, kodlama taslağımızın hazırlanmasında tespit edilen hatalı-karışık kategoriler silinmiştir.

Bahsedilen değişiklikleri yaptıktan ve Kodlama Programımızın çalışabilirliğini ve güvenilirliğini tekrar gözden geçirdikten sonra, daha önce belirtildiği gibi bu tezde Ek 3'te gösterilen yeni bir kodlama sistemi tasarlanmıştır.

## **2.6. Veri -Hazırlama**

Soruşturmamızın verilerini belgeledikten sonra, bilgileri Microsoft Excel'in elektronik tablolarına girilmiş ve daha sonra elde ettiğimiz ve kodlama kutularında tablo halinde bulunan bilgileri SPSS programına (Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi) kopyalanmıştır.

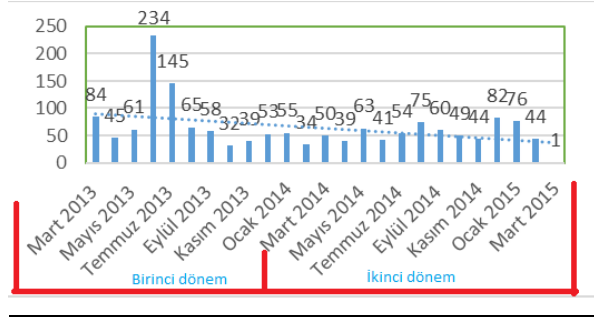
SPSS'de kodlanan niceliksel verilerden elde edilen "nitel" veya sembolik materyal böylece analiz edilmiştir. Bu tekniği uyguladıktan sonra, düzenli ve metodik bir şekilde betimleyebilmek için uygun kategorilere sınıflandırılabilir olan bir dizi niteliksel malzeme elde edilmiştir.

Metodolojik tasarımda ileri *sürüldüğü gibi* öncelikle Şili'deki “*Binbir Gece*”nin ilk bölümünün yayınlanmasının "bir yıl önceki" ve "bir yıl sonraki" süreçlerinin genel bir analizini yapılmış ve bu da Türk dizilerinin Şili'ye gelişi ile ilgili fenomenin netleşmesini sağlamıştır. Önceki ve sonraki süreçleri - çoğunlukla yayın sayısının değişimi ve ele aldığı konular açısından - analiz ettikten sonra, çalışmanın amacına dair detaylı adımlar atılmıştır. Şili'deki Türk dizileri - bir yıllık süreçte ve seçilen dört gazetede 20 kategoride gerçekleştirilen analizin her biri için SPSS sistemi aracılığıyla elde edilen grafikler aracılığıyla değerlendirilmiştir.



## 2.7. Genel çerçeve: Şili'de "Binbir Gece" den bir yıl önce ve bir yıl sonraki dönem

Grafik 6. Seçilen 4 dergi içinde Türkiye ile ilgili haberlerin sıklığı



Bu tabloda 3 Mart 2013'ten 3 Mart 2014'e kadar (birinci dönem) gözlemlediğimiz gibi, seçilen 4 gazetede Türkiye ile ilgili 908 haber vardır. "Binbir Gece"nin galasından bir yıl sonra - bu 4 Mart 2014'ten 3 Mart 2015'e kadar olan dönemi (ikinci dönem) kapsamaktadır - Türkiye ile ilgili 675 haber vardır.

Her ne kadar, bu çalışmanın ilk varsayımı Türk dizilerinin gelişinden sonra Şili'de Türkiye ile ilgili kapsamın "arttığına" yönünde olsa da, grafikte gözlemlediğimiz gibi, Şili'de Türkiye hakkındaki haberler halen yer alsa da sayısal olarak düşüş eğilimi göstermektedir.

Bununla birlikte, bu veriler yalnızca haber miktarını kapsamaktadır, haberlerin içerik ve kapsamı hakkında bilgi vermemektedir. Çünkü Türkiye hakkındaki haberlerin miktarı, ilk Türk dizisinin galası sonrasında daha düşük olmasına rağmen, analiz edeceğimiz gibi, Türkiye hakkındaki haberler ve raporların kapsamı eskisine göre genişletilmiştir ve Türkiye haberlerinde ön plana çıkmaya başlamıştır - haberler artık Türkiye'yi genel bağlamın bir parçası olarak değil ana öğe olarak ele almaktadır.

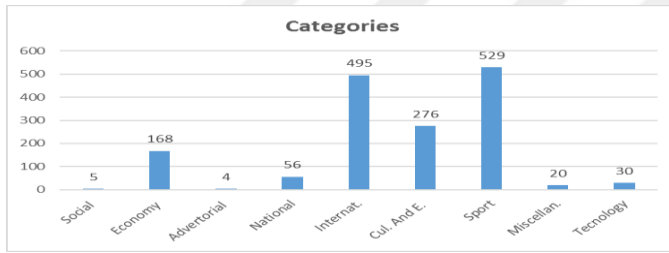
Nitekim ilk dönemde özellikle uluslararası haberlerin ve spor haberlerin sayısı fazladır. Ancak bunlar, Türkiye'yi önemli bir role koymadan, ondan yalnızca bahsetip geçmektedirler. İkinci dönem boyunca miktar azalıyor olsa da, Türkiye daha fazla ön plana çıkmıştır ve yalnızca genel bağlamın bir parçası olmaktan çıkmıştır.

"Binbir Gece"nin haber sayılarında yüksek rakamların gözlenmesi, 21 Haziran ila 13 Temmuz 2013 tarihlerinde gerçekleşen ve Şili'nin de milli takımıyla katılmış olduğu, Türkiye'de gerçekleşen FIFA 20 Yaş Altı Dünya Kupası'ndan kaynaklanmaktadır.

Yukarıdaki grafikte gösterildiği gibi, Şili basınında Türkiye ile ilgili çıkan en fazla sayıda haberler, toplam 379 haber ile, FIFA Dünya Kupası aylarında yani Haziran-Temmuz 2013 dönemine aittir.

Genel olarak, seçilen dört gazetede Türkiye hakkında toplanan tüm haberler sekiz genel kategoriye ayrılmıştır: Spor, Milli, Uluslararası, Ekonomi, Kültür ve Eğlence, Bilim ve Teknoloji, Çeşitli ve Sosyal. Bu kategoriler, Türkiye ile ilgili en çok tekrar eden konulara ve gazetenin her bir haberinin hangi bölümde yayınlandığına göre bölünmektedir.

Grafik 7. Kategorilere göre haber sıklığı



Daha önce dediğimiz gibi, bu genel kategoriler, Türk dizilerin Şili'ye gelmeden önceki döneminde Türkiye'nin Şili'deki temsilini anlamak için kullanılmıştır. Bu grafikte sadece ilk dönem, başka bir deyişle Türk dizilerinin Şili'ye gelişinden önceki döneme ait haberler yer almıştır.

Diğer yandan, daha sonra 6. tabloda göreceğimiz üzere, ikinci dönemde, yani "Binbir Gece"nin yayınlamaya başlanmasından sonraki dönemde yayımlanan haberlerin çoğu Kültür ve Eğlence bölümüne aittir. Bunun nedeni, analiz ettiğimiz bu dönemdeki haberlerin tümünün sadece Türk dizileri hakkında olmalarıdır. Gelecekte Türk dizilerinin yayınlamaya

başlamısından önceki ve sonraki dönem arasındaki evrim üzerine eğilen bir araştırmanın yapılması çok iyi olacaktır. Ancak, zaman kısıtlılığı sebebiyle, araştırmamızda sadece birinci dönemi bağlam olarak alırken ikinci döneminin analiz edilmesine odaklanacaktır.

Yukarıda değindiğimiz gibi, en fazla haberi içeren haber kategorisi, "spor" ile ilgili kategoridir ve 529 haberde anahtar kelimelerden bahsedilmektedir. Bunların 377'si (% 71) FIFA 20 Yaş Altı Dünya Kupası ile ilgilidir. Her ne kadar bu şampiyonanın yapıldığı yer olduğundan dolayı bu haberler Türkiye'den söz etse de, bu haberler Şili futbol takımını ele almaktadır ve yalnızca birkaçı hava durumuna ya da futbolcuların Türkiye'de ziyaret ettiği turistik bölgelere değinmektedir.

Uluslararası haberler de yüksek miktarda haber barındırmaktadır (495). Çoğunlukla "Suriye çatışması" konusunu ele almaktadırlar. Spor alanında olduğu gibi, Türkiye, sınırın yakınında meydana gelen olaylar nedeniyle, doğrudan ana başlık değil, bağlamın bir parçası ele alınmıştır.

En çok sayıda haber içeren üçüncü kategori ise Kültür ve Eğlence'dir. Bu kategorideki toplam 276 haber makalesinden 165'i Şili'deki Türk dizileri hakkındadır ve en çok sayıda haberi yapılan ikinci konu 20 Yaş Altı Dünya Kupası olmuştur.

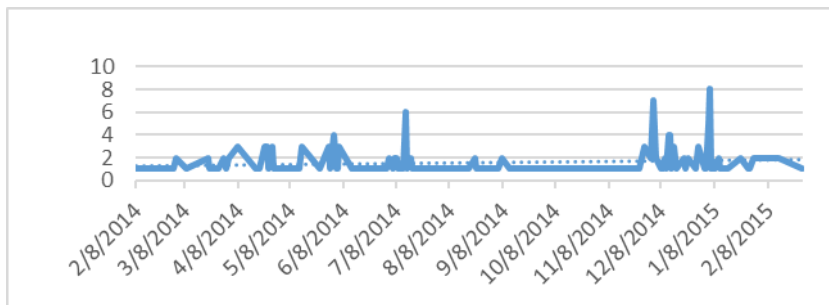
Bu kategorinin Türkiye'yi başrolde tutan tek kategori olmasından ve Türk dizileri fenomeninin Şili televizyon pazarını hareketlendirmesinden -önceki kısımda tartıştığımız gibi- yola çıkarak, analiz gerçekleştirilmiştir.

## 2.8. İlgili İçeriğin Örneklem Analizi: Şili’deki Türk dizilerinin bir yıllık araştırma örnekleme

MEGA’da “*Binbir Gece*”nin ilk bölümünün yayınlanmasından bir yıl önce ve sonraki süreçte Şili’deki Türkiye yayınları ile ilgili ilk yaklaşımı yaptıktan sonra, şimdi yalnızca ikinci periyoda (sonraki yıl) yoğunlaşacağız. Buradan araştırma problemimize ulaşabilmek ve hipotezimizin onayı veya reddi için araştırmamızın ana konusunun, dört büyük Şili gazetesinin (*La Tercera*, *El Mercurio*, *Las Últimas Noticias* ve *La Cuarta*) 3 Şubat 2014 ve 3 Şubat 2015 tarihleri arasında, Türk dizileri haberlerine ayırdığı payı ölçmek olduğu unutulmamalıdır.

Hansen ve çalışma arkadaşlarının “*Mass Communication Research Methods*” yayınındaki “yazılı basındaki örneklemenin tarz veya tür içeriğine kısıtlanmış olabileceği” (Hansen et al, 1998: 104), konusundaki tavsiyelerini dikkate alarak, şimdiden itibaren Türk dizilerinin yalnızca belirli sorunsallarını ve seçilen dört Şili gazetesinde bir yıllık sürecin kapsamını analiz edeceğiz; değinilen bütün kategorilerin sıklık analiziyle başlayabiliriz.

Grafik 8. Yayın tarihine göre haberler



8. grafikte gözlemlediğimiz gibi, yayınlanma tarihlerini göz önüne alırsak, en yüksek verilere sahip günler 13 Haziran 2014 (6), 3 Aralık 2014 (7) ve 5 Ocak 2015’tir (8).

Türk dizileri ile alakalı ilk haber Şubat ayının sekizinci günü, 2014 tarihinde *La Tercera*'da “*Binbir Gece*”nin MEGA kanalında Mart ayında yayına başlayacağını bildiren bir haber olarak yayınlanmıştır.



Resim 1

Şili erkeği, Türk erkeğine benziyor mu?

Las Últimas Noticias, 13-07-2014.

En fazla yayın yapılan gün 13 Temmuz 2014'tür. Bu günde yapılan haberler her gazetede farklı çerçeveye sahip olan çok çeşitli haberlerdir. *Las Últimas Noticias* bu gün içerisinde Şili ve Türk erkeği arasındaki fiziksel farklar üzerine tam iki sayfalık bir rapor yayımlanır. Nitekim, başlangıç olarak, “*Binbir Gece*”nin başarısının raporu, genetik alanında çalışan doktorların analizlerini ve Şili’de yaşayan Türk vatandaşlarının şu soruyu cevaplamasını içermektedir: *Şili erkeği, Türk erkeğine benziyor mu?* Makale, Şili seyircisinin Türk dizilerine düşkünlüğünün aktörlere karşı hissedilen özdeşleştirme olabileceğini tartışmaktadır. Gazete, ironik bir şekilde “ana karakterleri Şili’de banka sırası beklerken görebiliriz” ifadelerini kullanmıştır. Makale Şili ve Türk erkekleri arasındaki benzerlikleri saptayarak bunların Şili’deki Türk dizilerinin başarısının asıl sebebi olabileceği kanısıyla sonuçlanmaktadır.



Resim 2

İstanbul'da Şilili TV sunucusu ve Halit Ergenç.

La Cuarta, 12-03-2014.

Öte yandan, aynı gün *La Cuarta*, yeni bölümü yayınlanacak olan “*Fatmagül*” dizisinden hatırı sayılır detaylar veren bir makale yayınlar. *El Mercurio*, TV kanallarındaki program sırasındaki değişimlerini reyting sonuçlarına göre analiz etmiştir ve *La Tercera*,

Türkiye'nin Latin Amerika'ya uğramasıyla ilgili hem dizileri hem de bu alanda genel strateji bakımından daha ticari bir görüşü benimsemiştir. Daha sonra analiz edeceğimiz üzere,

bölümlerin hikâye anlatıcılığının konuları ve ayrıca TV marketindeki reyting ve değişimler Türk dizileri ile ilgili en sık yer alan yayınlar arasındadır.



Resim 3

"*Binbir Gece*"nin son bölümüne adanmış. *La Cuarta* gazetesinin kapak sayfası. 12-03-2014.

3 Aralık 2014, bu konuda çok sayıda makalenin (7) yayınlandığı bir gündür. Daha önceki zirve gününün aksine bu gün ana tema analiz edilen dört gazetede aynı olmuştur: Şilili ünlü bir sunucunun Halit Ergenç ile ("*Binbir Gece*"nin ana karakteri) İstanbul'da yaptığı söyleşi.

Yayın sayısının en zirvede olduğu gün (8), 5 Ocak 2014 idi. Bu gün "*Binbir Gece*"nin bittiği ve yeni bir Türk dizisi olan "*Kuzey Güney*"in (Kanal 13) ve "*Öyle Bir Geçer Zaman Ki*"nin (CHV) başladığı günden sonraki güne denk gelmektedir. Bu gün *Las Últimas Noticias* gazetesi tam bir sayfasını "*Binbir Gece*" dizisine ana karakterlerin büyük fotoğrafları ile feda ederek, son bölümün tutku eksikliği problemi olduğuna dikkat çekmiştir.

Tablo 4. Gazete\*Yayınların boyutları Çapraz Tablosu

|        |             | Gazete* Yayının boyu |     | ÇAPRAZ TABLO |           |              |       |
|--------|-------------|----------------------|-----|--------------|-----------|--------------|-------|
| Count  |             |                      |     |              |           |              |       |
|        |             | YAYININ BOYUTU       |     |              |           |              |       |
|        |             | Küçük                | 1/4 | 1/2          | Tam sayfa | Birden fazla | Total |
| GAZETE | El Mercurio | 6                    | 5   | 9            | 19        | 3            | 42    |
|        | LUN         | 6                    | 7   | 23           | 26        | 1            | 63    |
|        | La Tercera  | 1                    | 2   | 3            | 22        | 5            | 33    |
|        | La Cuarta   | 0                    | 1   | 7            | 19        | 0            | 27    |
| Total  |             | 13                   | 15  | 42           | 86        | 9            | 165   |

Bir önceki grafikte gördüğümüz üzere haberlerin sayısında bir artış gözlemlenmemektedir- Şilili animatörün İstanbul ziyareti veya da "*Binbir Gece*"nin sona ermesi gibi bazı spesifik olaylar dışında sabit kaldılar. Yine de, haberlerde yaygın olarak Türk dizileri %78 işgal alanıyla tam bir sayfayı ve hatta geniş yazılarla beraber daha fazlasını kaplayabilmiştir.

Tabloit gazeteler *La Tercera* ve *El Mercurio* (her biri sırasıyla 5 ve 3 haber olmak üzere) Türk dizileriyle ilgili bir sayfadan fazla haber yayımlayan yayın kuruluşları olmuşlardır ki bu da bu gazetelerin türlü kaynaklarla röportajlar yaparak kişileri detaylıca araştırmalarıyla

karakterize edildikleri ciddiliğe uygun olmaları anlamına gelmektedir. Daha sonra, bunların haber raporu (*hard news*) mi ya da baş makale (*feature article*) mi olduğunu tartışılacaktır.

Tablo 5. Gazetelere Göre Türk Dizileri Hakkındaki Haberlerin Sıklığı

|            |             | Gazetenin adı |       |         |            |
|------------|-------------|---------------|-------|---------|------------|
|            |             | Frekans       | %     | %geçer. | %kümülatif |
| Geçerlidir | El Mercurio | 42            | 25.5  | 25.5    | 25.5       |
|            | LUN         | 63            | 38.2  | 38.2    | 63.6       |
|            | La Tercera  | 33            | 20.0  | 20.0    | 83.6       |
|            | La Cuarta   | 27            | 16.4  | 16.4    | 100.0      |
|            | Total       | 165           | 100.0 | 100.0   |            |

Hemen bir önceki analizimizde değindiğimiz üzere, *Las Últimas Noticias* (LUN) ve *La Cuarta* (LC) gazeteleri, *El Mercurio* (MER) ve *La Tercera* (LT) gibi genel olarak bilgi haberi içeren gazetelerin tersine, popüler ve belirgin eğlence gazeteleri olarak sınıflandırılabilirler.

Bu bağlamda, *La Cuarta* ve *Las Últimas Noticias* gazetelerinin Türk dizileri ile ilgili basımlarda lider olmalarını bekleyebiliriz, buna rağmen *La Cuarta* küme düşmüş ve *El Mercurio* tarafından mağlup edilmiştir.

Bu, *El Mercurio* gazetesi ile *Las Últimas Noticias* gazetesinin aynı holding (El Mercurio S.A) bünyesinde yer alması göze alınarak anlaşılabilir bir nedendir. Yine de *El Mercurio* ve *La Tercera* gazetelerinin haberleri Şili’de birer fenomen haline gelen Türk dizileri hakkında daha derin analizler yapmak ve bu başarının Şili endüstrisine olan etkilerini vurgulamak mümkün olabilir.

Tablo 6. Haberlerin basıldığı gazete bölümleri

|            |                      | Yer aldığı gazete bölümü |       |          |             |
|------------|----------------------|--------------------------|-------|----------|-------------|
|            |                      | Frekans                  | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir | Ulusal               | 4                        | 2.4   | 2.4      | 2.4         |
|            | Uluslararası         | 1                        | .6    | .6       | 3.0         |
|            | Kültür ve eğlence    | 152                      | 92.1  | 92.1     | 95.2        |
|            | Spor                 | 1                        | .6    | .6       | 95.8        |
|            | Sosyal Yaşam, Toplum | 2                        | 1.2   | 1.2      | 97.0        |
|            | Diğerleri            | 5                        | 3.0   | 3.0      | 100.0       |
|            | Total                | 165                      | 100.0 | 100.0    |             |



Beklediğimiz gibi, Türk dizileri ile ilgili haberlerin yüksek bir yüzdesi (92%) “Kültür ve Eğlence” kısmında yer almıştır. Haberin türü dikkate alındığında bu çoğunlukla “haber raporu” (*hard news*) (53%) ve “baş makale” (*feature article*) (38%) bölümlerinde görülmektedir.

Tablo 7. Haberlerin Türleri

|            |                | Haberin türü |       |          |             |
|------------|----------------|--------------|-------|----------|-------------|
|            |                | Frekans      | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir | Haber raporu   | 88           | 53.3  | 53.3     | 53.3        |
|            | Editöre Mektup | 5            | 3.0   | 3.0      | 56.4        |
|            | Baş Makale     | 63           | 38.2  | 38.2     | 94.5        |
|            | Görüş          | 8            | 4.8   | 4.8      | 99.4        |
|            | Diğerleri      | 1            | .6    | .6       | 100.0       |
|            | Total          | 165          | 100.0 | 100.0    |             |

“Ana haberler ve baş makaleler, genel olarak aynı tarza sahip olsalar da, aynı değildir. Seçkin haberler öncelik olarak haberi iletmeye odaklanmazlar. Ana haberlerden unsurlar barındırırlar ancak odak noktaları insancillaştırmak, eğitmek, renk katmak ve eğlendirmektir. Çoğunlukla bir önceki genel haberleri özetleme görevini üstlenirler. Seçkin haberler yer alan haberlerin kapsamlı bir hesabıdır (Oyero, 2006: 113).

Böylelikle , ana haberler gazeteciliğin klasik piramini takip ederek “kim”, “ne”, “nerede”, “ne zaman”, “niçin” ve “nasıl” şeklindeki 5 temel soruya cevap verirken, seçkin haberler de bu olguları barındırır fakat insanların ilgisini çekecek hikayelerle bağdaştırmaktadır; bu nedenle kelimelerin kullanımı daha esnektir.

Bu bağlamda Türk dizilerini Şili basınındaki kapsamında “ana haberler”in ya da “haber raporları”nın üstünlüğü görülebilir. Birazdan göreceğimiz tabloda olduğu gibi, en fazla yayınlanan konular ciddi veriler ve alanın uzmanları ile roportajlar gerektiren “reyting” ve “televizyon marketi” konularıdır.

Tablo 8. Gazeteler ve yayın sorunlarının çapraz tablosu

|        |             | Gazete * Konular |        |         |        |        | ÇAPRAZ TABLO |          |           |       |
|--------|-------------|------------------|--------|---------|--------|--------|--------------|----------|-----------|-------|
| Count  |             |                  |        |         |        |        |              |          |           |       |
|        |             | KONULAR          |        |         |        |        |              |          |           |       |
|        |             | Televizyon       | Türk   |         |        | Hikaye | Karakter ve  |          |           |       |
|        |             | Rating           | pazarı | kültürü | Turizm | Dublaj | anlatma      | aktörler | Diğerleri | Total |
| GAZETE | El Mercurio | 11               | 7      | 1       | 2      | 0      | 12           | 6        | 3         | 42    |
|        | LUN         | 8                | 9      | 4       | 0      | 6      | 17           | 15       | 4         | 63    |
|        | La Tercera  | 9                | 12     | 0       | 0      | 1      | 7            | 3        | 1         | 33    |
|        | La Cuarta   | 3                | 2      | 1       | 1      | 2      | 9            | 6        | 3         | 27    |
| Total  |             | 31               | 30     | 6       | 3      | 9      | 45           | 30       | 11        | 165   |

Tablo 6’da da görebileceğimiz ve üzerinde konuşmuş olduğumuz üzere, *El Mercurio* ve *La Tercera* tabloit gazetelerin gereklerine cevap vererek, raporlarını Şili’deki Türk dizilerinin gösterimi konusunda odaklanmışlardır: Genel olarak, **reyting** (MER 11 yeni unsur , LT ise 9 yeni unsur ile) ve **Şili televizyon marketi** (LT 12 yeni unsur ve MER 7 adet olmak üzere).

*El Mercurio* aynı zamanda Türk dizileri hakkında **hikaye anlatımına** da özen göstermiştir. Bu reyting fenomenleri ile oldukça bağlantılıdır çünkü MER’ en çok beklenen bölümleriyle ilgili “spoiler içerikleri” içeren haberler ve son bölümleri gözden geçirdiği yazılar yayımlanmıştır.

Önceki kısımda da tartıştığımız gibi, “*Binbir Gece*” (“*Las y mil una noches*”, MEGA,

2014) dizisinin aktarımı,“ Şili televizyon dünyasında güçlü bir kriz yarattı, MEGA 2014 yılında -Onur ve Şehrazat’ın hikayesini anlatan fenomen sayesinde- kar sağlayan tek kanal oldu.

Bu yüzdendir ki bu fenomeni analiz ederken, yerel üretimler üzerindeki etkileri ve “*Binbir Gece*”nin canlandığı şaşırtıcı pozitif rating yerel milli tabloitlerde analiz konusu olabilmıştır. Bu tarz bir fenomenin Şili televizyon marketindeki ve daha sonra Latin Amerika’daki



etkilerini MEGA televizyon kanalının uluslararası içerik yönetmeni olan Juan Ignacio Vicente “her on yılda bir gerçekleşebilecek olan bir fenomen” olarak nitelemiştir.

Öte yandan, *Las Últimas Noticias* ve *La Cuarta* gazeteleri **aktörler, aktrisler veya ana karakterlere** önem verdiği kadar (LUN 15 yeni haber , LC 6 haber), **dizilerin hikaye** anlatımlarına da çok önem vermektedir (LUN 17 haber, LC ise 9). Bundan dolayı, yeni bölümlerde ne olup bittiği her defasında yeni birer gündem konusu olmuştur.

Türk dizilerindeki aktör ve aktrisler, aynı zamanda kısa özgeçmişleri ve ayrıntılı özel hayatları ile veyahut gerçek hayatlarındaki romantik durumların ayrıntıları (“*Binbir Gece*” masalının ana karakterleri olan Berguzar Korel ve Halit Ergenç’in evlilikleri gibi) ya da Beren Saat (Fatmagül) ve Kenan Doğulu arasındaki ilerleyen arkadaşlık gibi konularla haberlerin de ana karakterleri olmuşlardır.

Bunlar yeni haberler olmamasına rağmen (örneğin Berguzar Korel ile Halit Ergenç’in evlilikleri 2009’da gerçekleşti) Şilili hayranlar en sevdikleri oyuncular hakkında daha fazla şey bilmek istemişlerdir.

MEGA kanalı bünyesindeki Carolina Vera<sup>18</sup>:

Onur and Şehrazat karakterleri Şili televizyonlarının en bilindik karakterleri oldular ve “*Binbir Gece*” en çok izlenen dizi olmayı başardı. Uzmanların düşündüklerine göre çapraz seyirci kitlesine sahip takriben anlatılan hikaye evlerde veya sokakta yer alabilecek türden bir sohbet, ve sosyal ağlarda trend haline gelmeyi başardı. Esas olarak Şilili ailelerin başucu dizisi oldu. Bu sebepten ötürü onların ihtiyaçlarına cevap vermek gerekli bir durum haline geldi, böylelikle Türk dizileri ile ilgili haberler yavaş yavaş Türk kültür ve geleneklerini de kapsamaya başladı. Gazetelerin talebe karşılık verme sorumluluğu vardı. Şili sakinleri bu yeni ülke hakkında daha fazla şey bilmek istediler, bu ülkenin insanları, şehirleri ve izlemekten zevk aldıkları hikayelere dahil olan her ayrıntı hakkında bilgi sahibi olmak istediler. Ben, var olan deseni etkilemek yerine bu yeni ilgi yeni bir desen yaratarak onu besliyor diyorum.

Yapmış olduğumuz hipotezde seçilen 4 Şili gazetesinde yayınlanan Türkiye hakkındaki haberlerin “genelde Türk gelenekleri ve kültürü hakkında” olduğunu varsaydığımıza ve Carolina Vera’nin de Şili kamuoyunun Türkiye hakkındaki ilgisinin büyük

---

<sup>18</sup> Ropörtajın tamamını görmek için bkz. Ek 2.

olduğunu onaylamasına rağmen, burada “kültür ve geleneklerin” Türkiye hakkındaki haberlerinin en önemli unsuru olduğunu söylemek olanaklı değildir.

Genel anlamda bu Türk dizilerindeki dramatik kurgu ve anlatım, çok fazla makalenin konusu olmuştur (45 haber sıklığı); onu, reyting haberleri takip etmiştir (31); Şili televizyon marketiyle ilgili haberler ve ayrıca aktör ve karakterlerle ilgili her gazetede ayrı ayrı 30’dan fazla haber bulunmaktadır. Bunun hemen aşağısında, Türk dizilerinin İspanyolca dublajları ile ilgili haberler yer almıştır (9). Hemen bunlardan sonra, sayıca biraz daha az olmak üzere Türkiye’deki yaşamla ilgili haberler göze çarpmaktadır (6), biraz daha altında ise, Türkiye’de turizm haberleri yer almaktadır (3).

Bunlar, muhtemelen uzaklık ve dil farkından kaynaklanabilecek olan sebeplerdir. Şili yayıncıları açısından, günlük habere ve detaylarına derhal ulaşabilmek zor olabilir. Buna ek olarak, reytingi ve önceden bahsettiğimiz gibi tüm diğer televizyon kanallarının etkilendiği krize bağlı olarak televizyon marketindeki önemini göz ardı edemeyiz. Son yıllarda Türk dizileri Şili’de büyük bir medya olgusudur. Şili gazeteleri bu fenomene haber gündemininde önemli bir yer ayırmaktadır ve Şili TV pazarındaki etkileri analiz etmektedir.

Ve buna rağmen, Türk dizilerinde ana karakterlerin derinliklerini inceleyen haberler ve en çok izlenen bölümleri özet geçen haberler, Türk kültürünü öğretebilmesinden dolayı rağbet görmeye devam etmişlerdir. Bu açıdan, Şilili okurların dizinin -Halit Ergenç gibi-ana karakterleri hakkında, sıradan bir Türk vatandaşına sunulan kadar bilgi sunulduğunu söylemek yanlış olmaz.

Bu yönden, Türkiye ile ilgili haberlerin çok büyük bir kısmı insanların hayatları ile ilgili olurken, bilgiler çoğunlukla aktörlerin kendileri ile alakalı olmuşlardır; Türk sosyal hayatı ile değil.

**Tablo 9. Türkiye ile ilgili en yaygın bakış açıları**

| Türkiye ile ilgili en alakalı yönler |                   |         |       |          |             |
|--------------------------------------|-------------------|---------|-------|----------|-------------|
|                                      |                   | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                           | Coğrafi           | 3       | 1.8   | 1.8      | 1.8         |
|                                      | İnsanların doğası | 110     | 66.7  | 66.7     | 68.5        |
|                                      | Dini              | 1       | .6    | .6       | 69.1        |
|                                      | Tarihsel          | 5       | 3.0   | 3.0      | 72.1        |
|                                      | Siyasal           | 1       | .6    | .6       | 72.7        |
|                                      | Diğerleri         | 4       | 2.4   | 2.4      | 75.2        |
|                                      | Uygun değil       | 41      | 24.8  | 24.8     | 100.0       |
|                                      | Total             | 165     | 100.0 | 100.0    |             |



Resim 5

“Onur ve Şehrazat evleniyor mu? Türk evliliğinin hazırlanma şekli işte böyle!”. (Las Últimas Noticias 5-4-2014).

Türkiye’deki tarihi gerçekleri konu alan haberler “*Muhteşem Yüzyıl*”daki kurgunun tartışılması amacıyla yayınlanmıştır. Ve bu olayla ilgili tek yeni haber Müslüman evlilik seromonisi ile ilgilidir. 5 Mayıs, 2014 tarihinde *Las Últimas Noticias* gazetesinde “*Onur ve Şehrazat evleniyor mu? Türk evliliğinin hazırlıkları işte böyle!*” şeklinde yayımlanmıştır.

Aynı haber, Türk dizileri hakkında yazılmış ve sözcüksel olarak analiz edilecek makaleler için bu yapımların kaynağı olan ülkeye atıfta bulunarak örnek teşkil etmektedir.

Düğün gelenekleri hakkında konuşan iki Türk katılımcıdan "Osmanlı" olarak bahsedildiği *Las Últimas Noticias* gazetesinin (ve makalenin kırmızı bir kutusunda vurgulanmıştır) yaptığı hataya dikkati çekmesinin nedeni budur.

Tablo 10. Sözcükler – Türkiye ile ilgili kelimeler

| Türkiye'ye atıfta bulunmak için kullanılan metinsel kelimeler |                                 |         |       |          |             |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------|-------|----------|-------------|
|                                                               |                                 | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                                                    | Türkiye                         | 50      | 30.3  | 30.3     | 30.3        |
|                                                               | Osmanlı ülkesi                  | 1       | .6    | .6       | 30.9        |
|                                                               | İstanbul                        | 13      | 7.9   | 7.9      | 38.8        |
|                                                               | Doğu ülkesi                     | 4       | 2.4   | 2.4      | 41.2        |
|                                                               | Orta Doğu ülkesi                | 3       | 1.8   | 1.8      | 43.0        |
|                                                               | Türkiye'ye doğrudan bahsetmiyor | 94      | 57.0  | 57.0     | 100.0       |
|                                                               | Total                           | 165     | 100.0 | 100.0    |             |

Türkiye veya Türklerden Osmanlılar olarak bahseden iki yayın bulunmasına karşın – tezimizin başlangıcında da daha önce gördüğümüz üzere Türkiye Cumhuriyet olarak 90. Yılına varmış bulunmaktadır- bu tavır, özellikle okuyucusu çok olan bu gazetelerin bu haberlerinin yankı getirebilme ihtimalinden dolayı çok önemlidir.

İspanya'dan *El País* gazetesi yazarı, Sınır Tanımayan Gazeteciler'in eski başkan yardımcısı olan gazeteci Malen Aznárez -2003 yılında "okuyucuların koruyucusu" olarak adlandırılmıştır- "Eski Hatalar" ([www.elpais.com](http://www.elpais.com), 2005) başlıklı bir yazı yayınlamıştır ve o yazıda *Las Últimas Noticias*'ın Türklerden bahsederken Osmanlılar kelimesini kullanmasının doğru olmadığını vurgulamıştır.

Bu fikirle beraber, Aznárez gazetelerin birer ansiklopedi ya da sözlük olmadığını ama kendini yenileyen dinamik bir yapı olduğunu vurgulamaktadır, ve bu açıdan içeriğinde

binlerce kelime barındırdığından dolayı her ne kadar kontrol edilse de, yanlışlık ve hatalar daima olacağını belirtmektedir (“*Año nuevo, errores viejos*”, 2005).

Gazetecilikte hatalardan tamamen kurtulmak imkansız olsa da beklenen şey dikkatli bir tavır içerisinde olunması ve gazeteci tarafından halkın kafasını karıştırabilecek sözcükleri, tarihleri ya da verileri sunmadan önce bilgilerin tasdiğinin yapılması gerekmektedir.

Öteki yandan 165 haberden yalnızca 49’unun analizi direkt olarak Türkiye Cumhuriyeti ile alakalı görülmüştür, bunlardan 94 tanesi direkt olarak Türkiye’yi barındırmamaktadır. Bu dikkat çekicidir, çünkü bu, karakterlerin ve hikayelerin dizinin kendisinden daha güçlü olduğu anlamına gelmektedir. Onur’un ve Sultan’ın hayali karakterler olarak çok fazla ilgi çekmesi, bu konu bağlamında genellenebilir. Bu nedenle, "nerede" den fazla, "kim" ve "nasıl" soruları ilgi çekmektedir.

Tablo 11. En çok kullanılan aktör ve aktris isimleri

| En çok ismi geçen Türk aktör |                    |         |       |          |             |
|------------------------------|--------------------|---------|-------|----------|-------------|
|                              |                    | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                   | Halit Ergenç       | 49      | 29.7  | 29.7     | 29.7        |
|                              | Berguzal Korel     | 14      | 8.5   | 8.5      | 38.2        |
|                              | Kenan İmirzalıoğlu | 6       | 3.6   | 3.6      | 41.8        |
|                              | Beren Saat         | 17      | 10.3  | 10.3     | 52.1        |
|                              | Diğerleri          | 9       | 5.5   | 5.5      | 57.6        |
|                              | Birden fazla isim  | 17      | 10.3  | 10.3     | 67.9        |
|                              | İsim verilmiyor    | 49      | 29.7  | 29.7     | 97.6        |
|                              | Cansu Dere         | 4       | 2.4   | 2.4      | 100.0       |
|                              | Total              | 165     | 100.0 | 100.0    |             |

“Kim” söz konusu olduğunda, şüphesiz Halit Ergenç Şili’de en çok tanınan Türk karakterdir ve ayrıca Şili basınında analiz edilen yayınlar boyunca en çok bahsedilen şahsiyettir.

*El Mercurio* gazetesinde yayınlanan bir makalede şu ifadeler geçmektedir: Türk televizyon dizileri, yılın karakterini yeni bir yüze yükseltti: Halit Ergenç. Onur karakterinin canlandırıcısı, yılın yüreklişi olarak taçlandırıldı ve TV kanalları onu bir sahne için bile olsa elde edebilmek için birbirleri ile savaşıyorlar. (“*Las teleseries turcas cambiaron la pantalla*”, 2014). Halit Ergenç’e duyulan hayranlık Şilililer arasında olmakla kalmadı, çünkü aynı yıl 2014’te GQ dergisi tarafından yılın erkeği seçildi (“*Onur es elegido hombre del año por revista GQ*”, 2014). Yılın erkeği seçilmesine rağmen sanatçı, Türk dizileri ile ilgili olan röportaj kaynakları arasında yer almıyordu. Bu, muhtemelen uzaklık, dil ve aktörlerin sözleşme kısıtlamaları faktörlerinden kaynaklanıyor olabilir.



Tablo 12. Görüşülen ana kaynaklar

| Röportaj yapılan temel kaynaklar |                             |         |      |          |             |
|----------------------------------|-----------------------------|---------|------|----------|-------------|
|                                  |                             | Frekans | %    | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                       | Gazeteciler                 | 62      | 37.6 | 37.6     | 37.6        |
|                                  | Şili'de Türkiye Büyükelçisi | 3       | 1.8  | 1.8      | 39.4        |
|                                  | Türkiye'de Şili Büyükelçisi | 1       | .6   | .6       | 40.0        |
|                                  | Halit Ergenç                | 8       | 4.8  | 4.8      | 44.8        |
|                                  | Berguzar Korel              | 2       | 1.2  | 1.2      | 46.1        |
|                                  | Kenan İmirzalıoğlu          | 1       | .6   | .6       | 46.7        |
|                                  | Beren Saat                  | 1       | .6   | .6       | 47.3        |
|                                  | Diğer Türk Aktörler         | 1       | .6   | .6       | 47.9        |
|                                  | Dublaj oyuncular            | 9       | 5.5  | 5.5      | 53.3        |
|                                  | Şilili oyuncular            | 4       | 2.4  | 2.4      | 55.8        |



|                          |     |       |       |       |
|--------------------------|-----|-------|-------|-------|
| Şili hayranları          | 22  | 13.3  | 13.3  | 69.1  |
| Televizyonda Uzmanlar    | 18  | 10.9  | 10.9  | 80.0  |
| Juan I. Vicente, MEGA    | 14  | 8.5   | 8.5   | 88.5  |
| Patricio Hernandez, MEGA | 3   | 1.8   | 1.8   | 90.3  |
| Diğerleri                | 16  | 9.7   | 9.7   | 100.0 |
| Total                    | 165 | 100.0 | 100.0 |       |

Haberlerin çoğunda kaynaklara doğrudan ulaşılmamıştır, gazetecilerin kendileri bizzat haber kaynağıdır (62). Doğrudan kaynakları kullanılan haberler ise genelde Türk dizilerine Şili hayranları dikkate almaktadır (22).

Fanlara, örneğin, Halit Ergenç ile ilgili ne düşündükleri tarzında sorular sorulduğunda, çoğu zaman türk sanatçının onları “hipnotize ettiği” ve onları mavi gözleriyle “fethettiği” cevabı alınmıştır (*“Turco tiene a las criollas con los chitecos tiritones”*, 2014). *“Binbir Gece”*’nin bitimine yakın LUN’un yazdığı tam sayfa bir raporda altı Şili hayranına göre dizinin en iyi sahneleri konuşulmuştur (*“Seis fans eligen las mejores escenas”*, 2014). Kuşkusuz ki o anın telenovela’ları hakkında konuşmak için ve özellikle izleyicinin fikirlerini hızlı bir şekilde öğrenmek için Twitter başta olmak üzere çeşitli sosyal medya kaynaklarına sahip olduğumuz günümüzde, fanlarla yapılan ropörtajlar hatırlatıcı birer araçtır. İkinci olarak televizyon uzmanlarıyla yapılan ropörtajlar (18 haber) gelmektedir ve üçüncü ise Mega kanalının uluslararası içerik yöneticisi ve bu tez için ropörtaj da yapmış olduğumuz Juan Ignacio Vicente’dir (14 haber) -verdiği ifadeleri Ek 1’de incelenebilir. Vicente kendisi bir televizyon uzmanı olarak da anılmasına rağmen ona farklı bir kod daha atanmıştır, çünkü kaynak olarak kabul edilen çok sayıdaki haberde onun adı vardır. Görmüş olduğumuz üzere, *“Binbir Gece”*’nin Şili medyasında elde ettiği başarının Şili televizyonları üzerinde rekabet

anlamında yol açtığı kriz<sup>19</sup>, seçilen gazetelerden bir tanesinde ana tema olarak yerini almıştır ve bu, sektörün kaynaklarının dahil edilmesinin önemini açıklamaktadır.

Kaynaklar düşünülecek olursa, dublaj yapan sanatçılar, dokuz habere içerik olmuşlardır. Belki de Şili medyasının Türk aktörlere ulaşma şanslarının kısıtlı olmasından dolayı, onların sesleri olarak çalışan Şili versiyonları basın tarafından alternatif olarak görülmektedir.

Tablo 13. Seçilen dört gazetede en çok bahsedilen Türk dizileri

| En çok ismi geçen Türk dizisi |                         |         |       |          |             |
|-------------------------------|-------------------------|---------|-------|----------|-------------|
|                               |                         | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                    | Binbir Gece             | 80      | 48.5  | 48.5     | 48.5        |
|                               | Fatmagül                | 27      | 16.4  | 16.4     | 64.8        |
|                               | Aşk-ı Memnu             | 3       | 1.8   | 1.8      | 66.7        |
|                               | Muhteşem Yüzyıl         | 23      | 13.9  | 13.9     | 80.6        |
|                               | Ezel                    | 8       | 4.8   | 4.8      | 85.5        |
|                               | Kuzey Güney             | 1       | .6    | .6       | 86.1        |
|                               | Öyle Bir Geçer Zaman Ki | 2       | 1.2   | 1.2      | 87.3        |
|                               | Karagül                 | 1       | .6    | .6       | 87.9        |
|                               | Sıla                    | 2       | 1.2   | 1.2      | 89.1        |
|                               | Birden fazla            | 13      | 7.9   | 7.9      | 97.0        |
|                               | Uygun değil             | 5       | 3.0   | 3.0      | 100.0       |
|                               | Total                   | 165     | 100.0 | 100.0    |             |

Halit Ergenç'in 2014 te yılın erkeği seçilmesi ve Şili basınında adının en fazla geçen kişi olması durumu ve Juan I. Vicente in tezimiz için verdiği röportajda belirttiği üzere “*Binbir Gece*”nin, yayınlanmasından sadece iki ay sonra 30 reyting puanını ezmesiyle birlikte Şili basınının yılın dizisinin “*Binbir Gece*” olduğunun açıklanması bir sürpriz olarak karşılanmamıştır (165 makalede 80 vurgu yapılmış). İlerleyen tabloda görüleceği üzere

<sup>19</sup> Türk dizilerinin yayıncılığına öncülük eden MEGA TV kanalı hariç, tüm Şili kanalları 2014’te ekonomik kayıplar yaşamıştır (OBITEL, 2015: 160)

“Binbir Gece” 2014 yılı boyunca Şili’nin kendi üretimlerine galip gelerek en yüksek veriler sahip dizi olmuştur.

Grafik 9. 2014 yılı boyunca Şili TV’sinde reyting derecelendirme verileri

Kaynak: Al Jazeera Turk



%49 (80) ile “Binbir Gece”ye uzak da olsa, yüksek derecelendirme yapmayı başaran diğer Türk dizileri “Fatmagül” (27 haber) ve “Muhteşem Yüzyıl” (23) olmuşlardır.

Bu dizilere duyulan ilgi reyting durumlarını da açıklar nitelikteydi, çünkü hiçbiri “Binbir Gece”nin ulaşabildiği 30 reyting başarısına ulaşamamış olsa da “Fatmagül” 27.4 puana yükselerek kendi saatinin en favori dizisi olmayı başarmıştır (“Teleseries turcas: el silencioso éxito de El Sultán”, 2015).

“Muhteşem Yüzyıl” ise 10,8 puan başarısı ile kendisine her Pazar günü izleyici bulabilmiştir. Bununla birlikte bu dizi, ABC1 kanalının sosyo-ekonomi ile ilgili bölümünde çok iyi alınmıştı. Böylece, rakibine karşı üçte bir değeri olsa bile her 10 puanı, ticari altın değerindedir (“Teleseries turcas: el silencioso éxito de El Sultán”, 2015). Öte yandan, Sultan dizisinde, reytingin ötesinde, Halit Ergenç’in (“Binbir Gece” ile aynı oyuncu) oynaması gerçeğini göz önüne alarak Şili basınındaki kapsama alanın belirleyebiliriz, Şili’deki

popülaritesinden daha önce bahsetmiştik. Böylelikle bizzat kendisinin etrafında basını topladığını söyleyebilmemiz mümkündür.

En çok talep gören televizyon dizilerini ve bunlar hakkında Şili gazetelerinde yer alan içeriklerin türünü analiz etmek oldukça ilginç olmuştur. Böylelikle çapraz grafikte şu verileri elde edilebilmiştir:

Tablo 14. Çapraz Tablo En çok ismi geçen Türk dizileri\*Sıfatlar

Türk dizi \*Sıfatlar

ÇAPRAZ TABLO

Count

|                               |                         | Türk dizilerine atıfta bulunmak için kullanılan |      |          |        |        |             |       |
|-------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|------|----------|--------|--------|-------------|-------|
|                               |                         | metinsel konseptler                             |      |          |        |        |             | Total |
|                               |                         | Romantik                                        | Maço | Tarihsel | Çağdaş | Klasik | Uygun değil |       |
| En çok ismi geçen Türk dizisi | Binbir Gece             | 20                                              | 2    | 0        | 2      | 25     | 31          | 80    |
|                               | Fatmağül                | 3                                               | 5    | 0        | 16     | 0      | 3           | 27    |
|                               | Aşk I Memnu             | 0                                               | 0    | 0        | 1      | 0      | 2           | 3     |
|                               | Muhteşem Yüzyıl         | 1                                               | 0    | 19       | 0      | 1      | 2           | 23    |
|                               | Ezel                    | 1                                               | 0    | 0        | 5      | 1      | 1           | 8     |
|                               | Kuzey Guney             | 0                                               | 0    | 0        | 0      | 1      | 0           | 1     |
|                               | Öyle bir geçer zaman ki | 0                                               | 0    | 2        | 0      | 0      | 0           | 2     |
|                               | Karağül                 | 0                                               | 0    | 0        | 0      | 1      | 0           | 1     |
|                               | Sıla                    | 0                                               | 0    | 0        | 0      | 2      | 0           | 2     |
|                               | Birden fazla dizi       | 2                                               | 0    | 1        | 1      | 6      | 3           | 13    |
|                               | Uygun değil             | 1                                               | 0    | 0        | 0      | 1      | 3           | 5     |
|                               | Total                   | 28                                              | 7    | 22       | 25     | 38     | 45          | 165   |

“*Binbir Gece*” Şili basını tarafından klasik drama (25 haber) ve romantik dizi (20 haber) olarak tanımlanmıştır. Öte yandan sadece iki küçük haber unsurunda yer aldığına göre maço bir içerik de barındırmaktadır. Romantik öykülerin geleneksel kodlarını kullanarak, kadın olan izleyicilerin gönlünü çeldi ve kimileri tarafından alışkanlık yaptığı rapor edilmiştir. *El Mercurio*’nun eğlence alanından sorumlu gazetecisi, Carmen Rodríguez “*Binbir Gece*”nin başarısından bahsederken (“*Un placer culpable*”, 2014) her akşam bu modern şeyhin nasıl

Şehrazat'ın celladından onun için ölüme gidebilecek bir erkeğe dönüşmesini izlemenin çok cazibeli olduğundan bahsetmektedir ( “*Un placer culpable*”, 2014).

“*Binbir Gece*” dizisinde yer alan romantizm diyaloglarda daha önce de değinmiş olduğumuz, izleyicilerini söz gelimi ana karakterler arasındaki ilk masum öpücüğü görebilmek için birkaç bölüm beklemek zorunda bırakması gibi özellikleriyle Şili izleyicilerinin dikkatlerini çekmiştir. Bu bağlamda *Las Últimas Noticias* gazetesi 15 madde içeren tam bir sayfasını ““*Binbir Gece*”den en iyi 15 Onurizm” (onurun kurduğu cümleler) başlığı altında kahramanların arasında geçen romantizm ve cesaret oyunları içerikli diyaloglarını vurgulayan içeriği okurları ile paylaşmıştır.

Dizinin piyasaya çıktığı zamanlarda yüksek oranda cinsellik ve şiddet içeren diziler arasında rekabet olduğunu hatırlamakta fayda vardır. Bu yüzden klasik ve romantik olana geri dönüş, seyirci için bir yenilik olarak algılanmıştır ve rağbet görmüştür.

“*Fatmagül'ün Suçu Ne?*” (*Qué culpa tiene Fatmagül*) dizisinde ise –kendi halinde bir kızın başına gelen tecavüz hikayesiyle gelişen bir dizi- durum “*Binbir Gece*”den tamamen farklıdır. Burada "modern" (16) ve "maço" (5) kavramlarının ön plana çıktığı daha şiddetli bir öyküye geçmek için romantizm geride kalmıştır.

Ayrıca “hikaye Şili gerçekliğinden farklı bir mantığa sahiptir. Örneğin mağdurun suçluyla evlendirilmesi ile suçlunun suçtan muaf tutulması bazı Ortadoğu'nun ülkelerinde geçerli olan ama Şili için aykırı bir hikayedir” diyor gazeteci Patricia Cerda, *El Mercurio* gazetesinde (*Fatmagul: la arriesgada jugada de Mega*, 2014).

Maço kültürü konusu Şili’de bazı tartışmalara sebep olmuştur. Film eleştirmeni Francisco Ortega bu konuda şöyle bir yorum yaptı; “Neden Türk dizileri Şili’de bu kadar prim yaptı dersiniz? Çünkü bunlar aşırı cinsiyetçi (erkek şövenisti) hikâyeler.” Bunun üzerine ise blogger Maria Paz Castillo şöyle ekledi; “Taciz-tecavüz söz konusu olduğunda, Şili’de de

Türkiye’de olduğu gibi maçoluk baş gösteriyor. İnsanlar neden istismar edilmemek için kendini savunmak adına çaba göstermediğini sorar” (*Sufrimiento de Fatmagul*, 2014).

“*Fatmagül*” gibi “*Ezel*” dizisi de modern olarak tanımlanmıştır (5 haber ile), “*Muhteşem Yüzyıl*” ise özellikle Osmanlının muazzam büyüklüğü ve fetihlere saygı açısından tarihi drama olarak adlandırıldı. *El Mercurio*’nun dizi ile ilgili ilk raporlarında “Bu dizi, Osmanlı Ordusu’nun Belgrad, Afrika’nın bir bölümü ve Macaristan’ın büyük bir bölümünü fethinin yanı sıra sultanın hayatını da saran, harem çatışmalarını da kapsar nitelikte bir dizidir” şeklinde vurgulanmıştır (“*La historia detrás de El Sultán*”, 2014).

Tablo 15. Haberlerde türk dizileri hakkında en çok vurgulanan ilişki türü

| Makalede gösterilen ilişkinin temel türü |             |         |       |          |             |
|------------------------------------------|-------------|---------|-------|----------|-------------|
|                                          |             | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                               | Aşk         | 80      | 48.5  | 48.5     | 48.5        |
|                                          | Şiddet      | 16      | 9.7   | 9.7      | 58.2        |
|                                          | Hakimiyet   | 17      | 10.3  | 10.3     | 68.5        |
|                                          | Uygun değil | 52      | 31.5  | 31.5     | 100.0       |
|                                          | Total       | 165     | 100.0 | 100.0    |             |

Şili basınında bir yıl boyunca yapılan araştırmalardan toplamda genel olarak Türk dizilerinin 80 unsorda çoğunlukla aşk ilişkilerini içerir durumda olduğu görülmüştür.

Maçoluk hakkındaki son analizlere rağmen, Fatmagül'deki 'hakimiyet' veya 'şiddet' kategorileri her biri 17 ve 16 yayına indirilmiştir. Bu tezin daha önceki bölümlerinde gördüğümüz gibi aşk, telenovela argümanlarında ana temadır, çünkü evrenseldir; dil, kültür veya din farklılıklarına rağmen izleyicileri tanımlamak için kullanılabilir. “Sonunda, hepimiz sevgiyi ifade edebilen insanlarız” (Mazziotti, 2006: 24).

Bu, daha önce bu tezde olay sırasında mutlu bir son olarak karakterize edilmişti; fakat Türk dizilerine ithaf edecek en doğru kategori nedir? Bu anlamda öncelikle Şili basınında hangi konseptin daha çok kullanıldığını saptamamız gerekir. Bu terimi diğerlerinin üzerinde tercih etmek doğru olur mu?

Tablo 16. Şili basın tarafından "Türk dizilerinin" isimlendirilmesi için kullanılan kelimeler

| Türk dizilerine atıfta bulunmak için kullanılan metinsel konseptler |                      |         |       |          |             |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------|---------|-------|----------|-------------|
|                                                                     |                      | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                                                          | Teleserie            | 121     | 73.3  | 73.3     | 73.3        |
|                                                                     | Serie                | 11      | 6.7   | 6.7      | 80.0        |
|                                                                     | Telenovela, culebron | 20      | 12.1  | 12.1     | 92.1        |
|                                                                     | Türk yapımı          | 3       | 1.8   | 1.8      | 93.9        |
|                                                                     | Orta Doğu Drama      | 1       | .6    | .6       | 94.5        |
|                                                                     | Uygun değil          | 9       | 5.5   | 5.5      | 100.0       |
|                                                                     | Total                | 165     | 100.0 | 100.0    |             |

"Teleserie", seçilen dört gazetede 73% vurgulanma oranıyla en çok kullanılan kelime olmuştur. Ancak üçüncü bölümde gördüğümüz üzere, Türk üretimi olan "dizileri" "süren serial" tarzındaki yayınlar olarak ifade etmek daha doğru olacaktır. MEGA dramatik alanının direktörü Maria Eugenia Rencoret "Bunlar teleseriler ya da telenovela'lar değil" demiştir (*Directora del área dramática*, 2014).

Türk televizyon dizilerini telenova'lardan ayıran en önemli özellik hikayelerinin ve prodüksiyon tarzlarının canlılığıdır. Karakterler belirlenmemiş ya da önceden belirlenmemiş, ancak tıpkı klasik edebiyatta olduğu gibi gelişmektedirler (...) Özellikle Türk televizyon dizilerinde, pembe dizilere veya telenovela'lara kıyasla, günlük yaşantı ve trajik unsurların organik bir bileşimi bulunmaktadır. "*Fatmagül'ün Suçu Ne?*" dizisinde Fatmagül'ün (tecavüze uğrayan kadın) ifadesinde güçlü bir yürekle verdiği bir cevap vardır: "Hayatta kalmak için buna mecburum" (Panjeta, 2013: 191).

Buradaki etki eden kuvvet hazır verilmiş bir karakter değil, yumuşak bir kadından güçlü bir kadına olan karakter değişimidir, bu da hikâyenin devamı gelebilmesi için gerekli bir şey olması yerine burada yer alan hikâyede yaşamın devam edilmesi açısından olması

gerekmektedir. Kendi iyiliği için burada acımaya yer yoktur, ancak buradaki eylem gündelik yaşam mücadelesi tarafından harekete geçirilmektedir. Hikayedeki basit iyilik ve kötülük klişeleri içerisinde, Türk televizyon dizileri bizlere klasik dramaturjinin yeni-eski modellerini sunmaktadır (Panjeta, 2013: 191).

Dolayısıyla bir önceki bölümde de gördüğümüz üzere bu üretimleri eski Yunan trajedileri ile karşılaştırabiliriz; böylece önemli olan şey klasik, sonsuza dek mutlu yaşamışlar sahnesi olmaktan ziyade; aksine, karakterler gerçek hayatta olduğu gibi eylemlerinin ve kararlarının sonuçlarına katlanırlar.

Bununla beraber Şili basınında bu türdeki bir doğruluk eksikliği Türk dizisinin yarattığı bu karışıklıktan kaynaklanıyor olabilir. Türkiye’de süren serial formatında üretilen, devamlılığı olan bölümler Şili’de telenovela formatında, kısıtlı sürelerde günlük formatlarda yayınlanmaktadır.

Türkiye’de “*Binbir Gece*” haftada bir gün, 1,5 saat boyunca oynuyordu. Teknik olarak bir telenovela değildir, yüksek maliyetli bir dizidir çünkü stüdyoda değil gerçek yerlerde çekilmiştir. (*Cómo Turquía está cambiando el Mercado*, 2014).

Dizileri çok çeşitli olduğundan dolayı, bu diziler Türkiye hakkında bize ne gösteriyor diye merak edenler olabilir. Bu dizileri ele alarak, Şili basını Türk toplumu hakkında neleri vurguluyor?

Tablo 17. Analiz edilen haberler doğrultusunda Türk toplumu ile ilgili stereotipler

| Makalede gösterilen ilişkinin temel türü |             |         |       |          |             |
|------------------------------------------|-------------|---------|-------|----------|-------------|
|                                          |             | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                               | Geleneksel  | 55      | 33.3  | 33.3     | 33.3        |
|                                          | Çağdaş      | 79      | 47.9  | 47.9     | 81.2        |
|                                          | Uygun değil | 31      | 18.8  | 18.8     | 100.0       |
|                                          | Total       | 165     | 100.0 | 100.0    |             |



Televizyon dizilerindeki modern anlatım, karakterlerin gündelik yaşamını izlerken belirli bir kültürel bağlamın popülerleşebileceği mükemmel bir yerdir. Yani, şu anki TV dizilerinde olduğundan daha iyi durumda yaşadıklarına dair kültürel ve antropolojik hiçbir bilimsel çalışma ya da tarihi bir gerçek yoktur. Farklı kültürlerin mensubu olan izleyiciler dil ile birlikte o kültüre ait gastronomiyi ve evlilik, doğum, ölüm gibi sosyal toplanmalarda kültürel normları, ayrıca günlük iletişim tarzını sevginin ve de nefretin bu kültürde nasıl sunulduğu izleyebilirler (Panjeta, 2014: 154).

Bu bağlamda ve daha önce de gördüğümüz üzere, Şili basını Türk toplumuna modern bir açıyla ilişkilidir (81 haber); dizide İstanbul'un varlıklı aileleri ve modern bir topluma (örneğin Şerezade gibi bağımsız ve çalışan kadınlara) cevap veren toplumsal çatışmalar vasıflanmaktadır. Türk toplumu hala günlük yaşamında geleneksel yönler geliştirirken, modern olmak ve gelenekçilik arasında sıkışmıştır. “*Binbir Gece*”de karakterlerin öpüşmesinin bu kadar uzun sürmesinin veya “*Fatmagül*”deki maçoğun kabulünün sebebi bu yüzdendir.

Seçilen gazetelerde yer alan, Türk dizileri konusunda çıkan haberler doğrultusunda Türk kadınlarını ve erkeklerinin temsilini ve stereotipleri analiz etmek de bir o kadar ilginçtir.

Stereotipler genellikle, bir kişi ya da belirli bir organizasyon tarafından yaratılmasa bile, iktidardan alınan sosyal bilgilere ideolojik bir egzersiz yapmakta ve medya aracılığıyla dolaşıma girmektedir. Bu stereotiplerin işe yaradığını, kültürel sistemimizi paylaşılan anlamları şekillendirdiğini ve bir şekilde "vatandaşlığa dönüştürülmesini" sağladığını anlamak gerekir. Stereotipi besleyen ideolojik güç kendiliğinden çökmekte ve basından konuşmacılar tarafından binlerce defa tekrarlanmaktadır (Castelló, 2008: 94).

Tablo 18. Haberlerde Vurgulanan Türk Kadını Stereotipi

| Makalede vurgulanan Türk kadını stereotipi |                      |         |       |          |             |
|--------------------------------------------|----------------------|---------|-------|----------|-------------|
|                                            |                      | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                                 | Güvenilir            | 34      | 20.6  | 20.6     | 20.6        |
|                                            | Kıskanç              | 4       | 2.4   | 2.4      | 23.0        |
|                                            | Bir Cinsellik Objesi | 59      | 35.8  | 35.8     | 58.8        |
|                                            | Sindirella           | 68      | 41.2  | 41.2     | 100.0       |
|                                            | Total                | 165     | 100.0 | 100.0    |             |

Kod kitabında (ek 4) açıklandığı üzere bu kategoride Türk kadını stereotipi için belirlediğimiz üç özellik var:

Güvenilir: Bir Türk kadını çoğu zaman zeki, çalışkan ve cesur olarak nitelenir.

Kıskanç: Türk kadını kendine güvensiz, paylaşmaktan korkan ve kıskanç bir tiptir.

Bir Cinsellik Objesi: Kadın baştan çıkarıcı vücut organlarına indirgenir.

Sindirella: Orta- alt sınıf üyesi, ailesine bakan, sevimli, anlayışlı, sabırlı, zayıflık belirtisi.

Şili basınında modern Sindirella olarak tanımlanan Şehrazat gibi, en çok kullanılan stereotip Sindirella (68 haberle) olmuştur. Bu da sanki bir kadında “yanlışlanamaz” özellikleri olan, profesyonel ve özgür olan bir işçi imiş gibi bu karakteristikler patron tarafından kendisine sunulan şartlara bağlı olarak ötesini sorgulamadan kabul etmesiyle kaybolmaktadır. Sindirella kadını sürekli acı çeker ve daima toplum tarafından sorgulanır, modern olduğu halde geleneksel yönlerini korur.

Kadının cinsel obje olarak görülmesi Şili basınında da hayli yer almaktadır. Genelde Türk televizyon dizilerinde, Şili dizilerinin aksine hiçbir belirgin sahne olmaksızın, kadınların bazen sadece güzelliklerine vurgu yapılmaktadır. Bazı Türk kadınları bu televizyon dizilerin bir dereceye kadar özerklik sağlayabileceğini söylerken çoğunlukla cinsiyetçiliği savunmaktadırlar çünkü iyi kadınlar erkeklere bağlı bakıcılar olarak tanımlanmış durumundadırlar. Kadınların boşanmaları sosyal açıdan hapis cezası veya tecavüzle cezalandırılabilir; çünkü geleneklerin dışına çıkmaktadırlar (*Türk televizyon dizilerinin kadınları tasvir ediş şekli tartışmaya neden oldu*, 2017).

Erkeklerin durumunda ise en şaşırtıcı elementlerden bir tanesi de –Halit Ergenç örneğinde de gördüğümüz üzere- Türk televizyon dizilerinin yükselmesiyle beraber giderek artan Türk erkeklerine duyulan hayranlıktır (çekici, zarif, başarılı, zengin).

Erkekler için de şu şekilde stereotipler hazırlanabilir:

Güvenilir: çekici, zeki, sosyal, aktif, başarılı, erkeksi.

Ezik: Çocuksu, kendine güvensiz, kıskanç, çekici olmayan, maço.

Hassas: Genel olarak çekici sayılabilen, romantik, hassas, duygulu.

**Tablo 19. Haberlerde Vurgulanan Türk Erkeklerinin Stereotipleri**

| Makalede vurgulanan Türk erkeği stereotipi |             |         |       |          |             |
|--------------------------------------------|-------------|---------|-------|----------|-------------|
|                                            |             | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir                                 | Güvenilir   | 92      | 55.8  | 55.8     | 55.8        |
|                                            | Hassas      | 21      | 12.7  | 12.7     | 68.5        |
|                                            | Uygun değil | 52      | 31.5  | 31.5     | 100.0       |
|                                            | Total       | 165     | 100.0 | 100.0    |             |

Tabloda da görüldüğü gibi, hiç kimsenin zikretmediği, kaybedenlerin veya güvensiz kişilerin özelliklerinin Türk insanının temsiline uymadığı anlaşılabileceği üzere, kaybedenlerin stereotipi görünmüyor. Fakat tam tersine, Türk erkeği çoğunlukla –onur için de örnek olabilecek şekilde duygulu, güvenilir, zengin, başarılı, şirket sahibi ve hepsinden öte romantik bir erkektir. Bu romantizme göre hassas erkeklerin karakter yapısı (21 söz) anlaşılabilir.

Cinsiyete dayalı temsiliyet açısından Şili basını, söz gelimi İstanbul’da yaşayan, çalışan, modern, aynı zamanda da yalnız bir anne olmanın baskısından rahatsızlık çeken Türk kadını için yankı uyandırmıştır. Bu sırada Fatmagül içinse Şili basınında, daha fazla örtünme giyen, mütevazı ve doğrudan maçoluğa ve istismara maruz kalmış Türk kadınlarının rolünün daha klasik bir şekli olduğunu vurgulanmıştır. Bu anlamda, kahramanlar iki farklı bağlamda - bir tanesi modern, diğeri daha geleneksel– ikisi de erkek egemen güçten dolayı acı çekmişler

ve evlilik, roller ve dini etkilerden dolayı zorluklar yaşamışlardır. Şili basınında gördüğümüz gibi erkekler söz konusu olduğunda klasik cesur stereotipi yıllar öncesinde yaygınlaşarak klişeleşen ‘Türk tutkusu’ özellikle İspanya’da Türk cesaretinin imajını yaygınlaştırmıştır; bu da –öncesinde haberde analiz edilen Şilili hayranlar tarafından da görüldüğü gibi- herhangi birilerini “hipnotize” edebilir.

Örneğin gelecekte yapılacak tezlerde, Türk dizilerinde toplumsal cinsiyet rollerinin araştırılmasını genişletmek, cinsiyeti bir toplumsal teknoloji olarak algılamak ilginç olabilecektir. Bu sadece Latin Amerika’da gezinen stereotipler haritasına değil ama kültürlerarası diyaloga da önemli bir katkı sağlayabilir.

Tablo 20. Türk Dizileri Hakkındaki Haberlerin Genel İzlenimi

| Genel izlenim |         |         |       |          |             |
|---------------|---------|---------|-------|----------|-------------|
|               |         | Frekans | %     | % geçer. | % kümülatif |
| Geçerlidir    | Olumlu  | 155     | 93.9  | 93.9     | 93.9        |
|               | Negatif | 5       | 3.0   | 3.0      | 97.0        |
|               | Nötr    | 1       | .6    | .6       | 97.6        |
|               | Karışık | 4       | 2.4   | 2.4      | 100.0       |
|               | Total   | 165     | 100.0 | 100.0    |             |

Türk televizyon dizileri hakkındaki negatif yorumlamalar çok az bir kısmını (165 eleştiriden yalnızca 5’i) oluşturmaktadır. Bazı dizilerin takvim değişikliği ile Şili seyircisinin hoşnutsuzluğu veya Fatmagül’ün kurbanı olduğu yüksek seviye maçoluk barındıran. Ancak Türkiye’ye yönelik doğrudan negatif yorumlamalar yoktur.

Dolayısıyla genel olarak, Türkiye televizyon dizileri hakkındaki haberlerin büyük çoğunluğu Türkiye’ye yönelik olumlu bir anlam ifade etmiştir; sadece %6’sı negatif, tarafsız ve karışıktır.

Bununla birlikte Şili’de yumuşak güç ve Türk kültürel diplomasisi başarıyla uygulandığını söyleyebiliriz.

Bu tez boyunca gördüğümüz gibi Türk diziler, kültürü ihraç etmek, kitleleri etkilemek ve merak çekmek için kullanılan güçlü bir araç olarak da etkin bir güce sahiptir. Bu bağlamda MEGA kanalında çalışan Carolina Veraşu şu sözleri söylemiştir; “*Binbir Gece*” hikayesini ve karakterlerini anlatan / ima eden her şey bize bu ülkeyi tanımak için bir sıçrama tahtasıydı; belki de bu dakikaya kadar sadece Şili’de değil, Latin Amerika’da ve de bu dünyanın birçok bölgesinde pek bilinmiyordu.

Bunu Şili’deki Türkiye elçiliğinden aldığım ve Şili halkının dizilerden evvel Türkiye’yi turistik açıdan pek tercih etmediklerini söyleyen bilgilere dayanarak söylüyorum. Bu konudaki genel algı Türkiye’nin Suriye gibi komşuları ile benzer bir önyargıyla algılanması olabilir. Daha önce bu ülkeye dair neredeyse hiç haber yapılmamıştır, elbette uluslararası alandaki büyük haberlerin dışında (C. Vera, derinlemesine görüşme, 07 Aralık 2016).

Türk televizyon dizileri sayesinde Türkiye uluslararası markasını güçlendirmiştir, ayrıca belli başlı Şili gazetelerinin de buna büyük katkısının olduğu söylenebilir. “Bu fenomen, ülkemizin epidermisine kadar ulaşmış bulunmakta, Türkiye’yi Şili izleyicileri tarafından olumlu şekilde değer verilen bir marka haline getirdi” açıklamasını yapmaktadır MEGA’nın uluslararası içerik yönetmeni Juan Ignacio Vicente (özel röportaj, 2017).

Bu fenomene dair böylesine pozitif sonuçlara bakarak basitçe Şili’de bir moda olduğunu belirtmeyiz. MEGA’nın Türk prodüksiyonlarıyla çalışarak onlardan öğrenme isteği buna dair bir kanıt olarak gösterilebilir.

Kanal D ile MEGA arasında 2017’de yapılan anlaşmalar da buna dahildir. Bununla birlikte Türk yetenekleri ve Türk yaratıcı senaristleri ile Şili arasında bir sinerji yaratmak ve böylece her iki yerde de çalışabilecek bir fikir geliştirebilmek istiyoruz. Bunun Türklerin normalde gittiğinden daha uzak bir mesafe olduğunu düşünmüyorum, ayrıca MEGA için de pek uzak bir mesafe sayılmaz. Yani şu anda güçleri birleştirerek her iki parti için de faydalı olabilecek sanat değeri taşıyan şeyler yaratma yolları arıyoruz; bu aşamada Şili’deki temsilciler ve Türkiye’deki temsilcilerimiz de elde ettiğimiz bütün ilgiyi her iki taraf için de faydalı bir şekilde bölüştürebileceğiz. Bu adım bizim için büyük önem taşıyor çünkü bu anlaşma, sonunda öğrenmenin yeni bir yolunu bulmuş olduğumuz anlamına gelmektedir bizim için. Kelimenin tam anlamıyla okyanusun bizi ayrı koyduğu bir ülke ile bu şekilde başarılı bir anlaşmaya girişmek özellikle küresel içerik söz konusu olunca olağanüstü bir duygu (J.I. Vicente, derinlemesine görüşme, 04 Temmuz 2017).

## SONUÇ

Bu çalışmada, Şili’de büyük ilgi gören Türk televizyon dizilerinin, Şili basınında nasıl yer aldığı ele alınmıştır. Bu bağlamda tezin merkezindeki soruya yanıt aranmıştır: “*Binbir Gece*”nin ilk bölümünün yayınlanmasından sonra, yayın hayatının ilk yılı boyunca Şili’nin ana gazetelerinde Türk TV dizileri nasıl sunulmakta, konuyla ilgili haberler nasıl çerçevelenmektedir?

İçerik çözümlemesi ve SPSS sistemi aracılığıyla verinin nicel olarak ölçülmesi yöntemiyle, genel olarak şu sonuçlara varılmıştır:

Türk dizisinin dört Şili gazetesindeki görünümünün genel karakteristik özellikleri; aşk hikâyelerinin öne çıkarılması, klasik dramayla ilgili içeriğin geliştirilmesi, Türk erkekleri kusursuz, başarılı, yakışıklı ve romantik olarak kabul edilirken Türk kadınları hakkında “cinderella’lar” olduklarına; yani uysal, sabırlı ve edilgen olduklarına dair kalıplar geliştirilmesidir. Özgün formatının “televizyon dizisi” olmasına rağmen, “*Binbir Gece*”den Şili basını tarafından hatalı olarak “telenovela” veya “teleserie” terimleriyle bahsedilmiştir. Ayrıca bazıları bir veya daha fazla sayfadan oluşan haberlerden, yani geniş yayınlardan oluşan yayınların sürekli olduğu sonucuna da varabiliriz. Şili’de 2014-2016 yılları arasında yayınlanan 17 Türk dizisi ve bu dizilerin izlenme oranı ve Şili basınındaki önemleri yalnızca bir trentle ya tek seferlik bir popülerlikle değil, aksine istikrarlı ve sağlam bir basın olgusuyla karşı karşıya olduğumuzu gösterir.

Türkiye, kendi dizilerinin küresel bir düzeyde yayınlamasıyla "ulusal sınırları aşan" küresel bir izleyici kamuoyuna sahip olmuştur. İzleyiciler, kültürel, dini ve coğrafi farklılıklara rağmen Türkiye'ye yakınlık duyabilmiş ve ilgi göstermişlerdir.

Bu bağlamda Şili basını kültür endüstrisi ve kamuoyunun taleplerine tepkisiz kalmamış, o ana kadar pek de tanınmayan bir ülkeden gelen televizyon yapımlarına karşı duyulan meraka, sayfalarında yer açmış, Türkiye ve dizileri hakkında haberlere yer vermiş ve Türkiye ve diziler açısından bir kamuoyu bir anlamda bir ülke imajı oluşumuna katkı sunmuştur.

İzlenme oranı ortalamaları en yüksek olan “*Binbir Gece*” ve “*Fatmagül’ün Suçu Ne?*” dizileri diğer dizilere göre haber sıklığı açısından öndedir bu durum bize dizi hakkında yapılan yayınlarla dizinin izlenme oranı arasında bir bağ olduğunu göstermiştir. Dizilerin başrol oyuncularını konusunda da durum aynıdır, adından en çok bahsedilen oyuncu olan Halit Ergenç’i Beren Saat izlemektedir.

Medya endüstrisine ekonomik sisteminin bir parçası olarak bakılması gerekliliği göz önünde bulundurulduğunda, gazetelerin Türk dizilerinin yüksek izlenme oranlarının yararlanıcıları olduğunu söylenebilir. Türk dizileri rayting başarısını devam ettirebildiği sürece gazeteler de onlar ve Türkiye hakkında olup bitenleri gündem yapmaya, yani onlarla ilgili bir gündem belirlemeye ve haber çerçevelemeye devam edeceklerdir.

Başlangıçtaki varsayımımıza dayanarak Şili gazetelerindeki Türk dizileri hakkındaki haberler olumlu bir imaj yansıtmaktadır. Diziler hakkındaki haberler sürekli olarak yayınlanmıştır ve Türk kültürü ve gelenekleri ile ilgili olarak ise az haber yapılmaktadır. Türk dizileri hakkındaki haberler, Türk televizyon yapımları ve bir marka olarak Türkiye ile ilgili genellikle pozitif bir imaj kurmaktadır.

Bu durumun Şili’den Türkiye’ye giden turist sayısında kayda değer bir artış yarattığı söylenebilir. “*Binbir Gece*”nin ilk bölümünün yayınlanmasından 6 ay sonra tur şirketleri %204’lük bir artıştan, son zamanlarda ise uzmanlar %500’den büyük bir artıştan bahsetmektedir (J.I. Vicente, derinlemesine görüşme, 04 Temmuz 2017). Şili Nüfus

İdaresi'ne göre 2015 yılında 40 çocuğa Türk dizilerindeki ana karakterlerin isimleri verilmiştir. 2016'da ise 59 çocuğa aynı adlı dizinin ana karakterinden dolayı "Elif" ismi verilmiştir. "*Binbir Gece*" dizisinin izlenme oranı açısından başarısının ardından ise birçok ulusal kitapçı zincirinde "*Binbir Gece Masalları*" kitabı yok satmıştır. Tüm bunlar kurmaca öykülerin Şilililerin gündelik yaşamında nasıl izler bıraktığına önemli örneklerdir.

Ancak, bu etkinin tek yönlü, Sadece Türkiye'den Şili'ye olduğunu vurgulamamız gerekmektedir. İkili bilgi değişiminden bahsedilmez; Tezin kapsamı, yalnızca Türk dizilerinin Şili ekranlarından Şili kamuoyunu etkilemesi ile ilgili bir kesitle sınırlıdır. Bu anlamda, uluslararası ilişkiler açısından, bu ilişki eşit taraflar arasındaki bir ilişkiden çok Türkiye'nin tek yönlü olarak kendi tanıtımını kültür endüstrisi dolayımıyla sağladığı bir duruma işaret eder. Bu durum başka çalışmalar açısından kamu diplomasisi açısından yumuşak güç ve ulus imajı kavramlarıyla da irdelenmeye oldukça elverişlidir.

Bu veriler, Türk dizilerinin incelenen yılda Şili basınının günlük yayınlarında görülme sıklığı hakkındaki bulgularımızla birlikte yorumlandığında, Şili basınının Türk dizilerinin Şili ekranlarında yayınlanmasından önce bu ülkeyi uzak ve yabancı olarak gören bir toplumun gözünde Türkiye'nin imajının yapılandırılmasına katkıda bulunduğunu da ortaya koymaktadır.

İncelenen zaman aralığında Diziler seçilen gazetelerin "kültür ve eğlence" bölümlerinde öne çıkmıştır. Karakterlerle ve genel olarak diziyle ilgili içerik sağlayarak, Şili gazeteleri bu televizyon fenomenini sağlamlaştırmış ve Şilili izleyici kitlesinin en sevdikleri karakterlerle ilgili daha fazla şey öğrenme ihtiyacını karşılamıştır. Ancak, haberlerin çoğunda Türkiye'den bahsedilmemesi dikkat çekmiştir, karakterlerin ve dizilerin isimleriye ülkeyle eş anlamlı hale gelmiştir.

Öte yandan, varsayımımızın bu konudaki haberlerin arttığıyla ilgili kısmı, yayınların günde ortalama 1,46 haberlik ortalama ile sabit kalmalarından dolayı doğrulanmamıştır. Buna



rağmen, “*Binbir Gece*”nin yüksek izlenme oranı olan bazı bölümlerinden sonra ilginin arttığını gözlemlemek mümkündür.

En çok dikkat çeken verilerden biri, Türk kültürünün ve geleneklerinin en çok yayınlanan konular olacağına dair varsayımımızla ilgilidir. Varsayımımızın aksine, bu konu hakkında en az haber yayınlanan konu olmuştur. Konular, her konu arasında küçük bir farkla, verilen öneme göre sıralandığında; Türk dizilerindeki dramlar, izlenme oranları hakkındaki haberler, Şili televizyon piyasası ve aktörler ile karakterleri ele alan haberler en önemli konulardır. Bu durum, Türk dizilerinin izlenme oranları açısından gösterdikleri başarının Şili televizyon piyasasında sebep olduğu büyük değişimden ve kanallara verdiği zarardan kaynaklanmış olabilir. Yayınlandığı yıl, “*Binbir Gece*”yi yayınlayan kanal (MEGA), tüm rakipleri zarar ederken kâr eden tek kanal olmuştur.

Türk kültürü ve gelenekleri ile ilgili haberlerin düşük miktarını açıklayabilecek bir diğer etken de haberlerde kaynak kullanımının oldukça sınırlı olmasıdır. Bu haberlerin çoğunda habere konu olan kişiler kaynak olarak kullanılmamıştır. En sık karşılaşılan kaynaklar, çeşitli konularda fikri sorulan Şilili izleyici kitlesidir. Bu konuda haber yapmaya yönelik olası ilgiye rağmen, yerli kaynakların seçilmesinin sebebi dil engeli ve ülkeler arasındaki mesafe olabilir.

Bu bağlamda, haberlerin farklı çerçevelenmesinde gazetelerin editoryalin önemini vurgulamamız gerekmektedir. Çünkü bu, gazetelerin yayın politikalarının Türk dizilerini nasıl tanıtılacağını büyük ölçüde şekillendirir. Her birini saydığımız dört gazete Türkiye'yi olumlu bir bağlamda tanıtmasına rağmen, kaynakların seçilmesinde ve içerik tipi konusunda bazı farklılıklar göstermektedir.

Şili'de, medya endüstrisinde yüksek düzeyde yoğunlaşma mevcuttur. Seçtiğimiz dört gazete ülkenin iki en büyük medya holdingi olan El Mercurio S.A. ve Copesa sahipliğindedir.

Dolaysıyla, Türkiye hakkındaki haberleri en yoğun yayınlayan gazeteler (*Las Últimas Noticias* ve *El Mercurio*) aynı holdingin sahipliğindedir. Bu bağlamda gazetelerin haber çerçeveleme tutumları açısından konularında benzerlik taşıdığı, özellikle Türk dizileri fenomeninin Şili televizyon pazarını hareketlendirmesinden ve Türk dizileri hakkında hikaye anlatımına konularında ayrıştığı görülmüştür. Bunların arka planda yatan nedenleri ise kaynakların çoğunu ortak çıkarlar doğrultusunda paylaşımları olarak yorumlanabilir. Bu da söylem benzerliğine yol açmaktadır.

Şili'deki Türk dizileri hakkında son zamanlardaki başarısına rağmen hala pek az araştırma yapılmıştır. Bu olgu istikrarlı bir şekilde devam ettiğinden, bu araştırma konusunu bu çözümlemeyi destekleyecek şekilde incelemeye devam etmek ilginç olacaktır. Örneğin, Şili'de yayınlanan dizilerdeki toplumsal cinsiyet rolleri açısından nasıl yorumlanacağı veya Türk dizilerinin içerik ve görsel/işitsel yapım açısından Latin Amerika'daki başarılarının sebeplerini inceleyen araştırmalar yapılabilir. Doğrudan izleyiciye yönelerek alımlama çalışmaları yürütülebilir, kültür endüstrisi aracılığıyla kamu diplomasisi gütmeye konusu, yumuşak güç kavramı ekseninde tartışılabilir.

Tüm bu çalışmalar için temel verilerin oluşmasına bir katkı sunma hedefi güden bu tez kısıtlılıklara rağmen, dizilerin Şili televizyondaki başarısının, başka bir deyişle izlenme oranlarının yayın sıklığı ile birbirini besleyen bir ilişki halinde olduğu da görülmektedir.

Türk dizileri hem Şili'de hem de Güney Amerika'da kendine kalıcı bir yer edinmeye başlayan bir olgudur. Bu da Türkiye'nin Şili'nin televizyon ekranlarında ve ulusal basınında artık bir yere sahip olduğunu da göstermektedir.

## KAYNAKLAR

- Ahmad, Feroz** (1993) *The making of modern Turkey*. London: Routledge. [http://psi301.cankaya.edu.tr/uploads/files/Feroz%20Ahmad%20Making%20of%20Modern%20TR\(1\).pdf](http://psi301.cankaya.edu.tr/uploads/files/Feroz%20Ahmad%20Making%20of%20Modern%20TR(1).pdf) Erişim Tarihi 10 Ocak 2017
- Alankuş, S., & Yanardağoglu, E.** (2016) Vacillation in Turkey's Popular Global TV Exports: Toward a More Complex Understanding of Distribution. *International Journal of Communication*, 10, 3615-3631.
- Amigo, B., Bravo, M. C., & Osorio, F.** (2014) Telenovela, recepción y debate social. *Cuadernos.info*, 34, 135-145. doi:10.7764/cdi.35.654
- ANATEL** (2013) Pese a irrupción del cable y el satélite, TV abierta lidera las preferencias (2013, Ekim 18) *Emol*. <http://www.emol.com/noticias/magazine/2013/10/18/625273/estudio-resalta-la-capacidad-de-la-tv-abierta-para-adaptarse-a-la-competencia-digital-y-de-pago.html> Erişim Tarihi 20 Aralık 2016
- ANATEL** (2014) *Segundo Informe Anual TV Chilena*. Santiago, Chile.
- Año nuevo, errores viejos** (2015, Ocak 16) Aznárez, Malen. El País, España. [https://elpais.com/diario/2005/01/16/opinion/1105830008\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2005/01/16/opinion/1105830008_850215.html) Erişim Tarihi 22 Temmuz 2017
- Arun, Özgür** (2016) Çağdaş Türkiye’de Yaşlılık ve Eşitsizlik. Ageing and Inequality in Contemporary Turkey. *Mediterranean Journal of Humanities*, 29-48.
- Barbero, Jesús Martín** (1992) *Communication, Culture and Hegemony*. London. Sage.
- BBC** (2014, Eylül 3) El fenómeno de las telenovelas turcas que está conquistando a América Latina. *BBC*.
- Bengoa, José** (2001) “Políticas públicas y comunidades mapuches: del indigenismo a la autogestión”, en: Políticas públicas y pueblo mapuche, José Aylwin (Compilador), -Instituto de Estudios Indígenas-Ediciones Escapárate, Concepción, págs. 81-126.
- Berelson, Bernard** (1952) *Content analysis in communication research* (Glencoe, Ill.: Free Press).
- Bilbassy-Charters, Nadia** (2010) Leave it to Turkish soap operas to conquer hearts and minds. *Foreign Policy*. <http://foreignpolicy.com/2010/04/15/leave-it-to-turkish-soap-operas-to-conquer-hearts-and-minds/> Erişim Tarihi 15 Ocak 2017
- Biltreyst, D., & Meers, P.** (2000) The international telenovela debate and the contra-flow argument: a reappraisal. *Media Culture & Society*, 22, 393-413.

- Binark, Mutlu** (1992) "Ben -Bir Kadın Özne- ve Benim Sabun Köpüklerim ya da Pembe Dizilerim". *Ankara Üniversitesi, İltişim Fakültesi*, 41-64. [https://www.academia.edu/14724444/Ben\\_bir\\_Kad%C4%B1n\\_%C3%96zne\\_ve\\_Benim\\_Sabun\\_K%C3%B6p%C3%BCklerimiz](https://www.academia.edu/14724444/Ben_bir_Kad%C4%B1n_%C3%96zne_ve_Benim_Sabun_K%C3%B6p%C3%BCklerimiz) Erişim Tarihi 25 Ağustos 2016
- BIOBIO** (2015, Temmuz 20) *El fenómeno turco llegó a las inscripciones del Registro Civil: Bienvenidos Ibrahim y Kerim*. <http://www.biobiochile.cl/noticias/2015/07/20/el-fenomeno-turco-llego-a-las-inscripciones-del-registro-civil-bienvenidos-ibrahim-y-kerim.shtml> Erişim Tarihi 2 Ağustos 2016
- Bostancı, Meltem** (2012) *Kamu Diplomasinde Medyanın Rolü ve Önemi*, İstanbul. Altın Kitaplar
- Breulla, Luis. Adolfo** (2015) *Estudio de Concentración de Medios en Chile*. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) <https://es.scribd.com/document/332672385/CNTVInformeConcentracionMedios-2015> Erişim Tarihi 11 Aralık 2016
- Bustamante, E.** (1994): "Audiovisual integrado, política global". En Parés y Maicas, M. (comp.): *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa Ibérica*. Generalitat de Catalunya, Centre d' Investigació de la Comunicació y Universitat Autònoma de Barcelona.
- Camponovo, Soledad** (2015) La telenovela chilena Más allá del cliché. *Revista PAT*, Invierno, 2015 / N°63. [http://www.patrimoniocultural.cl/607/articles-53702\\_pdf\\_1.pdf](http://www.patrimoniocultural.cl/607/articles-53702_pdf_1.pdf) Erişim Tarihi 31 Ağustos 2017
- Castelló, Enric** (2008) *Identidades mediáticas: Introducción a las teorías, métodos y casos*. Editorial UOC, S.L.
- Castillo, Eduardo** (2006) *Puño y letra: movimiento social y comunicación gráfica en Chile*. Santiago, Chile: Ocho Libros Editores.
- Cerenci, Sedat** (2014). Türk Televizyon dizilerinin küresel başarısı: Evrensel insan yaklaşımı. *International Journal of Social Science*, 28, 1-12. doi:10.9761/JASSS2542
- Chatham University** (2009) *History & Culture Turkey*. [https://www.chatham.edu/academics/globalfocus/archives/turkey\\_1011/pdf/history\\_culture.pdf](https://www.chatham.edu/academics/globalfocus/archives/turkey_1011/pdf/history_culture.pdf) Erişim Tarihi 17 Ocak 2017
- Chile y Turquía: apuntan a fortalecer las relaciones bilaterales en todos los ámbitos** (2014, Nisan 09) *senado.cl*. [http://www.senado.cl/chile-y-turquia-apuntan-a-fortalecer-las-relaciones-bilaterales-en-todos-los-ambitos/prontus\\_senado/2015-04-08/162342.html](http://www.senado.cl/chile-y-turquia-apuntan-a-fortalecer-las-relaciones-bilaterales-en-todos-los-ambitos/prontus_senado/2015-04-08/162342.html) Erişim Tarihi 6 Eylül 2016
- CNTV** (2014a) *Anuario estadístico de la oferta y consumo de programación televisiva*. Santiago, Chile. [http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20150506/asocfile/20150506102846/anuario\\_estadistico\\_de\\_oferta\\_y\\_consumo\\_2014.pdf](http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20150506/asocfile/20150506102846/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_2014.pdf) Erişim Tarihi 15 Haziran 2016

- CNTV** (2014) *VIII Encuesta Nacional de TV*. Santiago, Chile: Consejo Nacional de Televisión (CNTV).  
[http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20141210/asocfile/20141210104218/8\\_entv\\_prensa.pdf](http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20141210/asocfile/20141210104218/8_entv_prensa.pdf) Erişim Tarihi 15 Haziran 2016
- CNTV** (2015) *Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de Televisión Abierta 2015*.  
<http://www.cntv.cl/anuario-estadistico-de-oferta-y-consumo-de-programacion-tv-abierta/cntv/2015-05-11/113620.html> Erişim Tarihi 15 Haziran 2016
- Cohen, Bernard** (1963) *The press and foreign policy*. Princeton, NJ, Princeton University Press.
- ¿Cómo se organiza el mapa de la radiodifusión en Chile?* (2012, Ekim 14) *Radio Universidad de Chile*. Gaete, C. <http://radio.uchile.cl/2012/10/14/%C2%BFcomo-se-organiza-el-mapa-de-la-concentracion-de-la-radiodifusion-en-chile/> Erişim Tarihi 8 Kasım 2016
- Cómo Turquía está cambiando el mercado de las telenovelas de A. Latina* (2014, Eylül 3) [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140903\\_cultura\\_telenovelas\\_turcas\\_conquistando\\_america\\_latina\\_ch](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140903_cultura_telenovelas_turcas_conquistando_america_latina_ch) Erişim Tarihi 27 Aralık 2016
- Corrales, O., & Sandoval, J.** (2005) Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión .
- Cruz, Oscar** (2013) La crisis de 1808 en la Nueva España. *Instituto de Investigaciones*, 27-37. Publicación Electrónica, núm. 9, 2013 Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3275/5.pdf> Erişim Tarihi 15 Ocak 2017
- Çaylı, Emek** (2017) Medya ve Kùltürünün Kuresel Akışı: Türk Dizilerinin Kosova’da alınılanması. *Millî Folklor*, 2017, Yıl 29. S.66-78.
- Çelenk, Ayşe** (2011) *Türkiye’nin Latin Amerika Politikası 2009*, pp.547- 569 en Duran, Burhanettin et alt. *Türk Dış Politikası Yıllığı 2009*, SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, Ankara
- Çelenk, Sevilay** (2001) “Turkish Televisual Landscape and Domestic TV Fiction”.  
*Kùltür ve İletişim* 4/2 : 175-184.
- Çelenk, Sevilay** (2005) *Televizyon Temsil Kùltür-90’lı Yıllarda Sosyokùltürel İklim ve Televizyon İçerikleri*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Çeşme’de zafer Yugoslavya’nın* (1991, Kasım 08) *Milliyet*, s. 13.
- Çevik, Senem** (2014) Turkish Soap Opera Diplomacy: A Western Projection by a Muslim Source. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 5(1), 78-103.
- Delgado, Prado & Navarro** (2017) “Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla”. *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 132-140.

- Directora del área dramática de MEGA:** “No va a ser un escenario fácil si estamos los cuatros canales con teleseries” (2014, Eylül 07) *La Tercera*
- Doğan, K.** (2007) *Turquia*. (S. Özgör, Trans.) Ankara, Turkey: THA, Agencia de Noticias Turcas.
- Dougnac, P.; Lagos, C.; Edwards, A.** (2009) *El diario de Agustín : cinco estudios de casos sobre El Mercurio y los derechos humanos (1973-1990)*. Santiago, Chile: LOM Ediciones : Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen.
- El boom turco que despertó el fenómeno de Las Mil y una Noches** (2014, Eylül 11). Diario *La Tercera* <http://festival.latercera.com/noticia/tendencias/viajes/2014/09/2082-595339-9-el-boom-turco-que-desperto-el-fenomeno-de-las-mil-y-una-noches.shtml> Erişim Tarihi 17 Mayıs 2016
- El Mercurio and Kantar Media Research** (2007) *Market Book 2007*. [http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/pdfs/file\\_20070628061304.pdf](http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/pdfs/file_20070628061304.pdf) Erişim Tarihi 12 Ocak 2017
- El monopolio ideológico de los medios de comunicación en Chile.** (2015, Mayıs) <http://www.gamba.cl/2015/05/el-monopolio-ideologico-de-los-medios-de-comunicacion-en-chile/> Erişim Tarihi 4 Haziran 2016
- El poder de las telenovelas turcas.** (2015, Mayıs 17). *Mercurio*. <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=145870> Erişim Tarihi 22 Ocak 2017
- El precio del silencio** (2008, Eylül) Asociación por los Derechos Civiles, Iniciativa Pro-Justicia de la Sociedad Abierta, Open Society Institute. Año X, Vol. 4. Art. 768. <http://www.saladeprensa.org/art768.htm> Erişim Tarihi 12 Kasım 2016
- Erdoğan, İlker** (2008) “*Haber Çerçeveleme: Kuram ve Tipoloji*” *Marmara İletişim Dergisi* 13 (35-52)
- Fatmagul: la arriesgada jugada de Mega** (2014, Temmuz 08) *El Mercurio*, Patricia Cerda.
- Ferrara, F.** (2015, Temmuz) Gran momento de la ficción internacional en América Latina. *Prensario Internacional*, 56-60. <http://prensario.com/bannershtmls/imagenes/08LAS15.pdf> Erişim Tarihi 19 Ocak 2017
- Fiebre turca en Chile: viajes turísticos crecen en 204% y fanáticos agotan libros** (2014, Eylül 5) *El Mercurio*.
- FUCATEL** (2016, Ağustos 22) *En Chile la concentración de medios es la más alta de Latinoamérica*. <http://www.observatoriofucatel.cl/en-chile-la-concentracion-de-medios-es-la-mas-alta-de-latiniamerica-los-cuatro-principales-operadores-en-cada-sector-de-medios-de-chile-o-indice-cr4-concentran-mas-del-90-del-mercado/> Erişim Tarihi 25 Ocak 2017

- Garaycochea, Oscar** (2007) Telenovelas chilenas: panorama de una escritura sometida. I Encuentro Brasil – Chile de Ciencias de la Comunicación, Las telenovelas. [http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus\\_fcom/site/artic/20070416/asocfile/20070416090408/02\\_garaycochea.pdf](http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus_fcom/site/artic/20070416/asocfile/20070416090408/02_garaycochea.pdf) Erişim Tarihi 31 Ağustos 2017
- Garcia Canclini, Néstor** (1995). *Hybrid cultures: strategies for entering and leaving modernity*. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press.
- Garnham, Nicolhas** (1998) *Economía Política y la práctica de los estudios culturales*, en Ferguson, M., y Golding, P. (Eds): *Economía Política y Estudios Culturales*. Barcelona. Bosh Casha Editorial
- Guajardo, Marina** (2012) *How is Mexico implementing its soft power by means of its public diplomacy to influence its international image?* Leiden University Clingendael, Netherlands Institute of International Relations
- Güven, Hayati** (2012, Kasım 07) *Discurso Del Embajador Por El Aniversario 89° De La Republica De Turquía*. <http://santiago.emb.mfa.gov.tr/ShowAnnouncement.aspx?ID=167667> Erişim Tarihi 9 Şubat 2017
- González, Ariel** (2012) América Latina y Caribe, la última frontera de la “Nueva” Política Exterior de Turquía. *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 179–202. [http://alojoptico.us.es/Araucaria/nro28/monogr28\\_7.pdf](http://alojoptico.us.es/Araucaria/nro28/monogr28_7.pdf) Erişim Tarihi 13 Ekim 2016
- Habibi, Nader** (2015) Turkey’s TV Drama (Dizi) Industry Deserves More Attention. *Department of Economics and Crown Center for Middle East*. [http://www.brandeis.edu/departments/economics/RePEc/brd/doc/Brandeis\\_WP84.pdf](http://www.brandeis.edu/departments/economics/RePEc/brd/doc/Brandeis_WP84.pdf) Erişim Tarihi 11 Ocak 2017
- Hansen, Anders; Cottle, Simon; Negrine, Ralph and Newbold, Chris** (1998) *Mass Communication Research Methods*. Palgrave MacMillan Editions, New York.
- Havens, Timothy** (2005) *Globalization and the Generic Transformation of Telenovelas*. <http://studylib.net/doc/7586770/havens--timothy.-%E2%80%9Cwhen-telenovelas-travel-abroad> Erişim Tarihi 4 Aralık 2016
- Hayır, Celal** (2016) The Turkish cinema between its inception and downfall: A historical overview. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 809-817. [http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt7/sayi35\\_pdf/9digersosyalbilimler/hayir\\_celal.pdf](http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt7/sayi35_pdf/9digersosyalbilimler/hayir_celal.pdf) Erişim Tarihi 21 Ocak 2017
- "Inti-Illimani En Izmir, Turquía"** (2009) *Blog El único Inti* <http://elunicointi.blogspot.rs/2009/07/inti-illimani-en-izmir-turquia.html> Erişim Tarihi 6 Mayıs 2017

- Jans, Sebastián** (2004) Los Medios de Comunicación y su rol en el cambio cultural en los últimos treinta años en Chile. *geocities.ws*. <http://www.geocities.ws/sebastianjans/cambios30.htm> Erişim Tarihi 29 Ekim 2016
- Jiménez, C., Muñoz, J.** (2008, Ocak-Şubat) Estructura de los medios en Chile. *Razón y Palabra*. [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n60/varia/jimenes\\_munoz.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n60/varia/jimenes_munoz.html) Erişim Tarihi 8 Ekim 2016
- Julio, P., Fernández, F., Mujica, C., Bachman, I., & Osorio, D.** (2015) Chile: La conquista turca de la pantalla. *ORBITELE*, 159-194.
- Karagöz, Seda** (2016) Stratejik İletişim yöntemi olarak kamu diplomasisi ve medyanın rolü. [https://www.academia.edu/25113673/Stratejik\\_Bir\\_%C4%B0leti%C5%9Fim\\_Y%C3%B6ntemi\\_Olarak\\_Kamu\\_Diplomasisi\\_ve\\_Medyan%C4%B1n\\_Rol%C3%BC](https://www.academia.edu/25113673/Stratejik_Bir_%C4%B0leti%C5%9Fim_Y%C3%B6ntemi_Olarak_Kamu_Diplomasisi_ve_Medyan%C4%B1n_Rol%C3%BC) Erişim Tarihi 10 Eylül 2017
- Kesirli Unur, Ayşegül** (2015) Discussing Transnational format adaptation in Turkey: A study on Kuzey Güney. *International Journal of TV Serial Narratives*, 1(2), 139-150.
- Keşaplı, Onur** (2016) Çerçeveleme Kuramı Ekseninde Fok Badem Olayı, Hürriyet Gazetesi ve Sermaye <http://www.azizmsanat.org/2016/06/13/cerceveleme-kurami-ekseninde-fok-badem-olayi-hurriyet-gazetesi-ve-sermaye-onur-kesapli/> Erişim Tarihi 18 Eylül 2017
- Krippendorff, Klaus** (2004) *Content Analysis, An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications, Inc. Second Edition
- Köle Isaura** (1985, Ekim 07) *Milliyet*, Sayfa 5.
- Koç, Şeyda.** (2016) Changing family, changing media. Comparative analysis of adaptations of Yaprak Dökümü. *İstanbul Şehir University*
- Kuyucu, Mihalıs** (2014) Evaluation of the economic and cultural effects of the Turkish Soap Operas and TV series exported to world TVs in the example of "Muhteşem Yüzyıl" and Greece. *International Conference on Social Sciences and Humanities Abstracts & Proceedings*, 103 - 122.
- La historia detrás de “El Sultán”, la nueva teleserie turca que llegará a la TV** (19 Eylül 2014) *El Mercurio*. Sayfa C12.
- La Pastina, A., Rego, C., & Straubhaar, J.** (2003) The centrality of telenovelas in Latin America's everyday life: Past tendencies, current knowledge, and future research. *Global Media Journal*, 2.
- Larsen, Peter** (1992). *Importación/exportación: Circulación internacional de programas televisados de ficción*. París: Unesco, Estudios y documentos de comunicación de masas.



- "Las mil y una noches" se consolida en el horario estelar.** (2014, Mart 19) La Segunda.  
<http://www.lasegunda.com/Noticias/CulturaEspectaculos/2014/03/922330/las-mil-y-una-noches-se-consolida-en-el-horario-estelar> Erişim Tarihi 17 Eylül 2016
- Marianna'da Türk hayranlarına mesaj.** (1994, March 20).Yavuz. *Milliyet*, Sayfa 5.
- Marx, Karl** (2000) *El Capital*, Libro 1, tomo 1. Madrid. Akal Ediciones
- Mattelart, Armand** (2002) *Historia de la Sociedad de la Información*. Barcelona, Paidós
- Mazziotti, Nora** (2006) *Telenovela: Industria y prácticas sociales*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación.
- McAnany, E. & Wilkinsin, K.** (1996) *Mass media and free trade Nafta and the cultural industries*. University of Texas Press.
- McCarthy, J., McCarthy, C.** (2010) *Turkey and the Turks*. Turkish Cultural Foundation.  
<http://www.tc-america.org/files/news/pdf/who-are-turks.pdf> Erişim Tarihi 8 Ocak 2017
- McCombs, Maxwell** (2006) *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinion publica y en el conocimiento*. Paidos Iberica. Barcelona.
- McLuhan, Marshall & Powers, B.P.** (1989) *La Aldea Global*. Editorial Gedisa, S.A. Barcelona, España.
- McQuail, Dennis** (1983) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona.
- Medina, M., & Barron, L.** (2011) Latin American Telenovelas on a Global Scale. 4, 125-149.
- Mipcom Essential Turkey** (2015, Ekim) A tradition of storytelling. Mipcom News Dergesi  
[https://issuu.com/mipmarkets/docs/mipcom\\_2015\\_essential\\_turkey](https://issuu.com/mipmarkets/docs/mipcom_2015_essential_turkey) Erişim Tarihi 22 Ocak 2017
- Morley, David.** (2000). *Home territories: media, mobility, and identity*. Londres: Routledge
- Mosco, Vincent** (2006) *La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después*. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 57-79
- Nombres de niños inscritos en 2016 reflejan influencia de teleseries turcas** (2017, Mart, 08).  
*La Tercera*, Tendencias. Paulina Sepúlveda.  
<http://www.latercera.com/noticia/nombres-ninos-inscritos-2016-reflejan-influencia-teleseries-turcas/> Erişim Tarihi 5 Şubat 2017
- Nye, Joseph S.** (2004) "El poder blando y la política exterior americana", en *Soft Power, Public Affairs*, New Hampshire, 2004, ps. IX-XIII y 127-147.
- OBITEL** (2015) *Anuario Obitel 2015: Relaciones de Género en la Ficción Televisiva* / Coordinadores generales Guillermo Orozco Gómez y Maria Immacolata Vassallo de

- Lopes. OBITEL - Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Porto Alegre: Sulina, 2015. ISBN: 978-85-205- 0737-7
- OBITEL** (2016) *Anuario Obitel 2016: (Re)invención de géneros y formatos de la ficción televisiva* / Coordinadores generales Guillermo Orozco Gómez y Maria Immacolata Vassallo de Lopes. -- Porto Alegre: Sulina, 2016. ISBN: 978-85-205-0761-2
- ODEPA**, Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (2014). *Chile–Turquía: comercio*. Ministerio de Agricultura, Gobierno de Chile. [http://www.odepa.cl/wp-content/files\\_mf/1413551160comercioBilateralTurquia.pdf](http://www.odepa.cl/wp-content/files_mf/1413551160comercioBilateralTurquia.pdf) Erişim Tarihi 13 Ekim 2016
- Oktay, Hüseyin** (2011) Televizyon Dizilerinin Toplumun Milli ve Manevi Değerleri Açısından Değerlendirilmesi: Aşk-I Memnu Dizisi Örneği. *RTÜK*.
- Oyero, Olusola** (2006) Themes in Communication Writting, Chapter 7 “Writing feature articles”, Covenant University.
- Öncü, Ayşe** (2000) The Banal and the Subversive Politics of Language on Turkish Television. *European Journal of Cultural Studies* 3(3): 296-318.
- Öncü, Ayşe** (2011) Representing and consuming "The East" in cultural markets. *New perspectives on Turkey*, 49-74.
- Örsten, Seda** (2012) Lozan Barış görüşmelerinde imtiyazlar sorunu. 87-114. <http://atam.gov.tr/wp-content/uploads/05-Seda-%C3%96rsten.pdf> Erişim Tarihi 12 Nisan 2017
- Özarslan, Hüseyin** (2007) *Çerçeveleme yaklaşımı açısından haber, çerçevelerinin izler kitle düşünceleri üzerindeki etkisi*. [http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/759/huseyin\\_ozarslan\\_tez.pdf.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/759/huseyin_ozarslan_tez.pdf.pdf?sequence=1) Erişim Tarihi 1 Eylül 2017
- Panjeta, Lejla** (2013) Series, telenovelas and soaps: Tragedy in the living room. 187 - 192. [http://www.istoria-artei.ro/resources/files/SCIATMC\\_2015\\_Art\\_12\\_Panjeta.pdf](http://www.istoria-artei.ro/resources/files/SCIATMC_2015_Art_12_Panjeta.pdf) Erişim Tarihi 6 Ekim 2016
- Panjeta, Lejla** (2014) The Changing Soaps and Telenovela Genre: Turkish Series Impact. *Epiphany*: Vol. 7, No. 1, 2014 ISSN 1840-3719
- Pineda, Karla** (2013) Genealogía de los estudios culturales. *Revista Razón y Palabra, Comunicación y Derechos Humanos*, N° 81 Noviembre 2012 - Enero 2013
- Pinedo, Javier** (1997) Chile a fines del Siglo XX: Entre la modernidad, la modernización y la identidad. *Revista UNIVERSUM*, 12.

- Quirós, Fernando** (2012) *Los Estudios Culturales*, De críticos a vecinos del Funcionalismo. [https://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/quiros01.pdf](https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/quiros01.pdf) Erişim Tarihi 8 Haziran 2017
- Rousselin, Mathieu** (2013) Turkish Soap Power: International Perspectives and Domestic Paradoxes. *Euxenios*, 10, 16-22.
- Santa Cruz, Eduardo** (2000) “La telenovela chilena: discurso social y ficción dramática”. <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/chile2000/16%20GT%202000Telenovela/EduardoSantaCruz.doc>. Erişim Tarihi 31 Eylül 2016
- Santa Cruz, Eduardo** (2003a) El campo periodístico en Chile a principios del siglo XX. *Proyecto Fondecyt N° 1010016*.
- Santa Cruz, Eduardo** (2003b) *Las telenovelas puertas adentro: El discurso social de la Telenovela chilena*. Santiago, Chile: LOM Ediciones.
- Schiller, Herbert** (1976) *Comunicación de Masas e imperialismo yanqui*. Barcelona. G. Gili.
- Scholte, J. A.** (2005). *Globalization: a critical introduction*. Basingstoke, Inglaterra/Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Sufriamiento de Fatmagül tiene de líder a Mega** (2014, Temmuz 29) *Las Últimas Noticias*. Sayfa 33.
- Sunkel, G., Geofroy, E.** (2001) *Concentración Económica de los Medios de Comunicación*. <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/12985/13271> Erişim Tarihi 22 Kasım 2016
- Şilili kadınlar neden Türk dizilerine müptela?** (2015, Temmuz 27). *Cumhuriyet* [http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/sokak/331447/Silili\\_kadinlar\\_neden\\_Turk\\_dizilerine\\_muptela\\_.html](http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/sokak/331447/Silili_kadinlar_neden_Turk_dizilerine_muptela_.html) Erişim Tarihi 20 Haziran 2017
- Teleseries turcas: el silencioso éxito de El Sultán** (2014, Mart 31) *El Mercurio* <http://www.latercera.com/noticia/teleseries-turcas-el-silencioso-exito-de-el-sultan/> Erişim Tarihi 22 Eylül 2017
- Thalia fırtınası** (2000, Ağustos 10). *Milliyet*, Sayfa 3.
- Timeline: A history of Turkish coups.** (2016, Temmuz 16) *Al Jazeera*. <http://www.aljazeera.com/news/europe/2012/04/20124472814687973.html> Erişim Tarihi 9 Ocak 2017
- “Turco tiene a las criollas con los chitecos tiritones”** (2014, Temmuz 04). *La Cuarta*.
- Turkey the market under the spotlight** (2015) *Prensario Internacional*. <http://www.prensario.net/Multimedios/pdfs/19096.pdf> Erişim Tarihi 9 Ocak 2017
- Turkish series delight new audiences across the world** (2015, Mart 28). *Drama Quarterly* <http://dramaquarterly.com/turkish-drama/> Erişim Tarihi 15 Ocak 2017

**TV'de en sevilen dizi Kule Isaura** (1986, Şubat 16) *Milliyet*, Sayfa 6.

**USC Annenberg** (2014) *Turkey's Soap Operas as Cultural Actor: Voices from CPD's Conference on Cultural Diplomacy*. [video] <https://www.youtube.com/watch?v=F5htP-qcSVQ> Erişim Tarihi 25 Haziran 2017

**UNDP** (2002). *Desarrollo humano en Chile*. United Nations Development Program (UNDP). [file:///C:/Users/B%C3%A1rbara/Downloads/undp\\_cl\\_idh\\_informe\\_2002.pdf](file:///C:/Users/B%C3%A1rbara/Downloads/undp_cl_idh_informe_2002.pdf) Erişim Tarihi 23 Ekim 2016

**UNESCO** (2005) *Hacia las sociedades del conocimiento*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf> Erişim Tarihi 10 Eylül 2017

**Un placer culpable** (2014, Mart 21) *El Mercurio*. Columna de opinión de Carmen Rodríguez.

**Ustan, Mustafá** (2012) *La Inmigración Árabe en América*. Işık Yayıncılık Ticaret.

**'Vahşi Güzel' çok yakında geliyor** (2001, Haziran 29) *Milliyet*, Sayfa 2.

**VideoAge** (2016, Mayıs) *Latin and Turkish Telenovelas after Buyer's Hearts, Minds (and Wallets)*.

**Yağcı Aksel, Sevgi Can** (2011). Yerli Dizi Serüveninde 37. Sezon. 13-47. in Sevgi Can Yağcı (eds.) *Beyaz Camın Yerlileri*. Kocaeli: Umuttepe

**Yağcı Aksel, Sevgi Can** (2014) "Türk Basınında 1956 Macar İhtilali: Hürriyet, Cumhuriyet, Ulus ve Zafer'de Haber Sunumuna İlişkin Uzlaşma ve Ayrışmalar" *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (39)

**Yanardağoglu, Eylem** (2014) 'TV Series and the City: Istanbul as a Market for Local Dreams and Transnational Fantasies', pp. 47- 63 in Dilek Özhan Koçak and Orhan Kemal Koçak, (Ed.) *Whose City Is That? Culture, Design, Spectacle and Capital in Istanbul*. Cambridge Scholars Publisher.

**Yesil, Bilge** (2015) Transnationalization of Turkish Dramas: Exploring the convergence of local and global market imperatives. *Global Media and Communication, II (I)*, 43–60. doi:10.1177/1742766515573274

**Yörük, Evrim** (2005) *Televizyon Anlatısı, Tür ve Temsil açısından Asmalı Konak*. Ankara Üniversitesi.

**Yörük, Zafer & Vatikiotis, Pantelis** (2013) Soft Power or Illusion of Hegemony: The Case of the Turkish Soap Opera "Colonialism". *International Journal of Communication* 7 (2013), 2361-2385

**Yüksel, Erkan** (2007) "Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Keşişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?" *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7 (1), 571-586. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423869665.pdf> Erişim Tarihi 2 Eylül 2017

**Zalewski, Piotr** (2016, Ağustos 13) As Turkey Turns. *slate.com*.  
[http://www.slate.com/articles/arts/roads/2013/08/turkish\\_soap\\_operas\\_go\\_global\\_turkey\\_s\\_homemade\\_melodramas\\_are\\_popular\\_across.html](http://www.slate.com/articles/arts/roads/2013/08/turkish_soap_operas_go_global_turkey_s_homemade_melodramas_are_popular_across.html) Erişim Tarihi 5 Şubat 2017

### **İnternet Siteleri**

**www.camara.cl** (2010, Ekim 5) *Pianista turca Gülsin Onay realizará presentación en el marco de las celebraciones del Bicentenario*  
[https://www.camara.cl/prensa/noticias\\_detalle.aspx?prmid=40011](https://www.camara.cl/prensa/noticias_detalle.aspx?prmid=40011) Erişim Tarihi 8 Mayıs 2017

**www.cccht.cl** (2016) Cámara de Comercio Chileno Turca. Mensaje del Presidente.  
<http://www.cccht.cl/nuestra-camara/mensaje-del-presidente/> Erişim Tarihi 8 Nisan 2017

**www.chile.gob.cl** (t.y.). *Embajada de Chile en Turquía - Relaciones Bilaterales*.  
<http://chile.gob.cl/turquia/es/relacion-bilateral/comercio-relaciones-bilaterales/> Erişim Tarihi 1 Kasım 2016

**www.chile.gob.cl** (t.y.) *Oficina comercial*. Retrieved from [chile.gob.cl: http://chile.gob.cl/turquia/es/asuntos-comerciales/oficina-comercial/](http://chile.gob.cl/turquia/es/asuntos-comerciales/oficina-comercial/) Erişim Tarihi 1 Kasım 2016

**www.elpais.com** (2005) *Año nuevo, errores viejos*. Marlen Aznarez.  
[https://elpais.com/diario/2005/01/16/opinion/1105830008\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2005/01/16/opinion/1105830008_850215.html) Erişim Tarihi 9 Eylül 2017

**www.foros.fotech.cl** (2016). *Fire of Anatolia, en Chile* <http://foros.fotech.cl/topic/287293-cultura-fire-of-anatolia-musica-y-danzas-desde-turquia-en-chile/> Erişim Tarihi 8 Mayıs 2017

**www.ine.cl** (2013) *CENSO 2012* <http://www.ine.cl/estadisticas/censos/censos-de-poblacion-y-vivienda> Erişim Tarihi 17 Haziran 2017

**www.network54.com** (2005) *Vieja entrevista hecha a Delia Fiallo*  
<http://www.network54.com/Search/view/243414/1127069744/Vieja+entrevista+hecha+a+Delia+Fiallo?term=mario&page=54079> Erişim Tarihi 5 Ocak 2017

**www.trt.net.tr** (2016, Ağustos 02) *Bafochi, el grupo de baile folclórico de Chile encandila a los turcos* <http://www.trt.net.tr/espanol/cultura-y-arte/2016/08/02/bafochi-el-grupo-de-baile-folclorico-de-chile-encandila-a-los-turcos-543399> Erişim Tarihi 8 Mayıs 2017

**www.siyasalhayvan.com** (2016, 28 Mart) Soft power “Yumuşak Güç” nedir?  
<http://www.siyasalhayvan.com/soft-power-yumusak-guc-nedir/> Erişim Tarihi 9 Eylül 2017

**www.usasabah.com** (2011, Aralık 13) *Orhan Pamuk Latin Amerika turuna çıktı*  
<http://www.usasabah.com/KulturSanat/2011/12/13/orhan-pamuk-latin-amerika-turuna-cikti> Erişim Tarihi 9 Mayıs 2017

**www.warscapes.com** (2013, şubat 18) Rather, Feroz *Anatolian Ambivalence*  
<http://www.warscapes.com/reviews/anatolian-ambivalence> Erişim Tarihi 9 Mayıs 2017



## EKLER

### EK 1

**MEGA'nın Uluslararası İçerik Yöneticisi, Juan Ignacio Vicente ile görüşmesi. Röportajın tümünün transkripti.**



Görüşme tarihi: 04 Temmuz 2017 (Telefon görüşmesi).

Görüşme İspanyolca olarak yapılmış ve Türkçe'ye çevrilmiştir.

- **MIPTV'de ilk kez gördüğünüzde "*Binbir Gece'de*" ne dikkatinizi çekti?**

***Binbir Gece*'yi Şili'de niye yayınlamaya karar verdiniz?**

Hikaye biraz uzun zaten. 2012'de MIPTV'te tüm distribütörlerle görüşmek istedim, özellikle sıkça görüşemediğim dağıtımclarla. Bu tip fuarlarda genelde Avrupalılarla, Kuzey Amerikalılarla ve birçok Latin Amerikalıyla görüşürüm, ancak sınırları daha fazla genişletmemiştik. O yüzden o fuarda daha önce tanışmadığım insanlarla tanışma kararı aldım, Japonya, Kore, Doğu Avrupa ve Türkiye gibi.

Diziyi ilk izlediğimde Channel 13 için çalışıyordum. Komiteye neden bu ürünün bölgemizde iş yapacağını düşündüğümü söyleyerek diziyi gösterdim ancak maalesef komite bana katılmadı. Çekici bir ürün olduğunu düşünmediler, benden Türk dizilerinin Latin Amerika'daki başarısı hakkında somut veriler istediklerinde onlara rakamları gösteremedim, çünkü öyle bir kaynak yoktu."

Diziyi bana ikna edici olmayan bir şekilde, dramaturjik ve sahneleme konusunda zayıf bir fragmanla önerdiler. Yine de bir şey dikkatimi çekti. Fark ettim ki "*Binbir Gece*" Şilililer için alışıldık olmayan ahlaki bir ikilem vardı, en çok da bunu sevdim. Ölmekte olan,

hayatının kurtulması için acilen ameliyat edilmesi gereken bir oğlu olan, ancak hiç kimsenin kendisine borç vermediği bir kadının yaşadığı ikilem.

Tabii ki her anne, dünyanın neresinde olursa olsun, oğlunu kurtarmak için böyle bir şey yapar. Herhangi biri oğlunun hayatını kurtarmak için fuhuş yapmaya razı olur. Patron o geceyi onunla geçirdikten sonra ona tamamen âşık oluyor, o da patronuyla para için yatmak zorunda kaldığından ondan nefret ediyor. Bu ikilem, bu ayrılık, ayrılıkların genelde ahlaki ikilem yerine sosyal sınıflar arasındaki fark üzerine kurulduğu Latin Amerika'ya tamamen yabancıydı. Bu bana Şili ve bütün Latin Amerika açısından çok çekici göründü.

Patricio Hernandez yönetimindeki MEGA'ya geldiğimde ise yayın akışı için neredeyse hiçbir şeyimiz yoktu, en büyük şirketlerinse diğer kanallarla kapattığı anlaşmaları vardı. Bu bağlamda “*Binbir Gece*”yi hatırladım ve MEGA'ya önerdim. İlk bölüme İspanyolca dublaj yapıp izleyici kitlesindeki etkisini görmek için bir tüketici grubuna izlettik. Grubun tepkisi vasat oldu, yani tepki ‘sevdim, ama bunu takip etmek için izlediğim şeyi değiştirmem’ şeklindeydi, ama ben dizinin birinci bölümün ötesinde potansiyeli olduğunu hissettim. Sonuç olarak, yayın akışına çıkaracak başka bir şeyimiz olmadığından bir kumar oynadık ve 3 Mart 2014'te diziyi konumlandırmamızı sağlayan özel bir yayın stratejisiyle diziyi yayınlayıp 11 puanlık izlenme oranıyla iyi bir şekilde karşılandık. 1 ay içinde izlenme oranlarında 20 puanın üzerindeydik, iki ay sonra ise on yılda bir karşılaşılan bir fenomen olarak, 30 puanlık bir izleyici kitlesine ulaştık. Böylece “*Binbir Gece*” Şilili izleyicisiyle ve sonra Latin Amerika'nın kalanıyla bir bağ kurmayı başardı.

Daha önce, prime time'da daha kaba, şiddetli, hatta cinsel içerikli dizileri yayınlıyorduk ve Türk yapımlarıyla büyük bir değişim yaşadık, bilindik romantizme bir dönüş yaşadık. Sonuç olarak hikâyenin gösterdiği şu ki, daha önce anlattığım izleyicilerin ana karakterlere âşık olmayı isteyeceği, onları sevip onlara yakın hissedeceği geleneksel dram tarzına dönüş konusunda karşılanmamış bir ihtiyaç vardı.



Rakiplerimizden birinin ekranında kaybolan bir çocukla ilgili karanlık, şiddetli bir telenovela olan “*Vuelve Temprano*” vardı. Öte yandan Channel 13’te seri katillerle ilgili bir dizi vardı. Bu ortama bu şemaların hepsini yıkan geleneksel, romantik bir aşk hikayesi getirdik, yani zamanın Şili televizyonu için yenilikçi bir hareketti. İkilemin ve bu ikilemin çekiciliğinin ötesinde, dizi kendini rakiplerimizin sunduğu ürünlerden farklı, yeni bir yere yerleştirdi. Buna ek olarak hikâyenin Türkiye’de geçmesi ve Türkiye’de olanların bize yakın ama mistik, çekici ve duygusal olmasında, ayrıca Boğaz, köprüler ve evlerde bir sıcaklık, Şilililer için bir yenilik olan görsel bir dünya vardı.

Türk dizilerine özel bir anlatı biçiminin de başarı konusunda bir etmen olarak altını çiziyor. Türk dizilerinin Şilililer için yeni olan, çoğu insana yavaş gelen ve daha az konuşmaya dayanan bir anlatı biçimi olduğunu öne sürüyor. Olaylar daha çok bakışlar, hareketler ve dokunuşlar üzerinden ilerliyor. Belli bir miktar içerik, sözlü bir etkileşim olmadan imgeler aracılığıyla aktarılıyor, bu da bana bu başarının sebeplerinden biriymiş gibi görünüyor. Bu durum alıştığımız anlatı biçiminden farklı bir anlatı biçimi oluşturuyor. Şili’de telenovela’larda “seni seviyorum”, “senden nefret ediyorum” gibi her şeyin açıkça söylenmesine alışkınız ve bunlar sürekli söyleniyor, ancak Türk dizilerinde bu söylenilmiyor, gösteriliyor.

• **Mega Kanal D ile işbirliği anlaşmasını imzaladı. İçerik ve realizasyon alanında Türk ve Şili izleyicileri nasıl bağlamayı planıyorsunuz? Bu anlaşma Türk dizilerin artık Şili’de geçici bir trendden daha büyük olduğunun bir göstergesi midir?**

Evet, Kanal D ile MEGA arasında 2017’de anlaşılıp varılan sözleşmeler de buna dahildir. Bununla birlikte Türk yetenekleri ve Türk yaratıcı senaristleri ile Şili arasında bir sinerji yaratmak ve böylece her iki yerde de çalışabilecek bir fikir geliştirebilmek istiyoruz. Bunun Türklerin normalde gittiğinden daha uzak bir mesafe olduğunu düşünmüyorum, ayrıca

MEGA için de pek uzak bir mesafe sayılmaz. Yani şu anda güçleri birleştirerek her iki parti için de faydalı olabilecek sanat değeri taşıyan şeyler yaratma yolları arıyoruz; bu aşamada Sili'deki temsilciler ve Türkiye'deki temsilcilerimiz de Kanal D olarak elde ettiğimiz bütün ilgiyi her iki taraf için de faydalı bir şekilde bölüştürebileceğiz. Bu adım bizim için büyük önem taşıyor çünkü bu anlaşma, sonunda öğrenmenin yeni bir yolunu bulmuş olduğumuz anlamına gelmektedir bizim için. Kelimenin tam anlamıyla okyanusun bizi ayrı koyduğu bir ülke ile bu şekilde başarılı bir anlaşmaya girişmek özellikle küresel içerik söz konusu olunca olağanüstü bir duygu

- **Şilililerin Türkiye hakkındaki imajini nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu imaj “Binbir Gece” önce ve sonrası farklı mıdır?**

Türkiye oldukça uzak ve bilinmeyen bir yerdi, bizi Türkiye'ye belirgin bir şekilde bağlayan bir şey yoktu. Ancak şimdi Türkiye Şilili izleyici kitlesi tarafından gayet olumlu şekilde değerlendirilen bir marka. Türkiye'nin Şili'deki imajının değişimi oldukça güçlü oldu. Türkiye'nin ürünleriyle, bu durumda dizileriyle, aldığı tepki Şilililerin algısını tamamen değiştirdi. En önemli veriler, yanlış hatırlamıyorsam, geçtiğimiz yıllarda Türkiye'ye gerçekleştirilen turistik gezilerin %560 oranında artması, ki bu devasa bir değişim. İnsanların Türk restoranlarına gitmeye başlaması ve çocuklarına Türkçe isimler koyması da diğer örnekler. Yani, bu fenomen ülkemizde derin bir etki yarattı, Türkiye'yi Şilililer tarafından olumlu olarak değerlendirilen bir markaya, bir yere, bir atmosfere ve kültüre dönüştürdü. Buna sebep olan büyük bir değişiklik” diyerek bu olgulara dikkat çekiyor.

## EK 2

**MEGA Kanalının gazetecisi Carolina Vera ile görüşmesi.** Tam röportajın transkriptini.

Görüşme tarihi: 07 Aralık 2016 (e-posta görüşmesi)

Görüşme İspanyolca olarak yapılmış ve Türkçe'ye çevrilmiştir.



- **Sizce Türk televizyon dizilerinin başarısı MEGA'nın haber gündemini etkiledi mi?**

Haber bülteni çok dinamik bir süreçtir. Bu nedenle, günün herhangi bir saatinde, günlük gündemi, gerçekleşmekte olan olaylara göre değiştirebiliriz. Ancak, 2014 yılının Mart ayında özel bir haber gerçekleşmişti. "*Binbir Gece*", Şili'de ve Latin Amerika'da piyasaya çıkan ilk Türk televizyon dizisi oldu. Ve bu önemli olay bizim kanalımızda oldu!

Onur and Şehrazat karakterleri Şili televizyonlarının en bilindik karakterleri oldular ve “Binbir Gece” en çok izlenen dizi olmayı başardı. Uzmanların düşündüklerine göre çapraz seyirci kitlesine sahip takriben anlatılan hikaye evlerde veya sokakta yer alabilecek türden bir sohbet, ve sosyal ağlarda trend haline gelmeyi başardı. Esas olarak Şilili ailelerin başucu dizisi oldu. Bu sebepten ötürü onların ihtiyaçlarına cevap vermek gerekli bir durum haline geldi, böylelikle Türk dizileri ile ilgili haberler yavaş yavaş Türk kültür ve geleneklerini de kapsamaya başladı. Gazetelerin talebe karşılık verme sorumluluğu vardı. Şili sakinleri bu yeni ülke hakkında daha fazla şey bilmek istediler, bu ülkenin insanları, şehirleri ve izlemekten zevk aldıkları hikayelere dahil olan her ayrıntı hakkında bilgi sahibi olmak istediler. Ben, var olan deseni etkilemek yerine bu yeni ilgi yeni bir desen yaratarak onu besliyor diyorum.

• **Şilililerin Türkiye hakkındaki imajini nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu imaj “Binbir Gece” once ve sonrası farklı mıdır?**

“Binbir Gece” hikayesini ve karakterlerini anlatan / ima eden her şey bize bu ülkeyi tanımak için bir sıçrama tahtasıydı; belki de bu dakikaya kadar sadece Şili’de değil, Latin Amerika’da ve de bu dünyanın birçok bölgesinde pek bilinmiyordu.

Bunu Şili’deki Türkiye elçiliğinden aldığım ve Şili halkının dizilerden evvel Türkiye’yi turistik açıdan pek tercih etmediklerini söyleyen bilgilere dayanarak söylüyorum. Bu konudaki genel algı Türkiye’nin Suriye gibi komşuları ile ilişkilendirilmesi olabilir. O ülkede yaşayan birisi için olduğu kadar gerçeklikten uzak bir bilgisizlik mevcuttur. Editoral alanda pek bir değişiklik söz konusu değildi çünkü basitçe daha önce bu ülkeye dair neredeyse haber yapılmamıştı, elbette uluslararası alandaki büyük haberlerin dışında.

Raporlarımdan birinde Türkiye’ye gittiğimde zaman, Türk dizisinin en üst düzey yöneticilerinden biri bana dedi ki on veya on iki yıl önce Latin Amerika’ya bir Türk televizyon dizisi satan düşünülemezdi. Belki serisinden tartışılan konular nedeniyle, başta öyküler aşkla daha fazla ilgiliydiler; fakat yıllar içinde çeşitlenmeye başlamış ve Türk televizyon endüstrisini büyük yatırımlarla ve yüksek kalite standartlarıyla pekiştirmiştir.

Bence çok kişisel görüşümde, Şili insanları her zaman olduğu gibi aynı konulardan, aynı karakter türünden, aynı aktörlerden ve tekrarlanan sonlar hakkında tükenmiştir. İnsanlar belki de bu eski aşk hikâyelerine dönmeye değer verdiklerini düşünüyorum. Hatırlıyorum ki, "Binbir Gece"nin ana aktörlerinin birbirlerine öpüşmeleri uzun zaman almıştır. Bütün bu romantizm iyi müzik ve imrenilecek manzara eşliğinde. Programatik teklifi canlandırmak izleyiciler tarafından iyi karşılandı ve MEGA bu konuda öncü olmuştur.

## EK3

| İçerik analizi              |                                     |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| CODING SCHEDULE             |                                     |
| A. Birim numunesinin kodu   | <input type="text"/>                |
| B. Gazetenin adı            | C.Tarih (ay-gün-yıl)                |
| 1. El Mercurio              | <input type="text"/>                |
| 2. Las Últimas Noticias     | <input type="text"/>                |
| 3. La Tercera               | <input type="text"/>                |
| 4. La Cuarta                | <input type="text"/>                |
| D. Manşet                   |                                     |
| .....                       |                                     |
| E. Yayının boyutu           | 3. Kültür ve eğlence                |
| 1. Küçük                    | 4. Spor                             |
| 2. ¼ sayfa                  | 5. Ekonomi ve İş                    |
| 3. ½ sayfa                  | 6. Bilim ve Teknoloji               |
| 4. Tam sayfa                | 7. Sosyal Yaşam, Toplum             |
| 5. Birden fazla sayfa       | 8. Diğerleri                        |
| F. Haberin türü             | H. Röportaj yapılan temel kaynaklar |
| 1. Haber raporu             | 01. Gazeteciler                     |
| 2. Editoryal                | 02. President Erdoğan               |
| 3. Editöre Mektup           | 03. Şili'de Türkiye Büyükelçisi     |
| 4. Baş Makale               | 04. Türkiye'de Şili Büyükelçisi     |
| 5. Görüş                    | 05. Halit Ergenç (Onur, Sultán)     |
| 6. Belirsiz                 | 06. Bergüzar Korel (Sherezade)      |
| 7. Diğerleri                | 07. Kenan İmirzalıoğlu (Ezel)       |
| G. Yer aldığı gazete bölümü | 08. Beren Saat (Fatmagul)           |
| 1. Ulusal                   | 09. Diğer Türk Aktörler             |
| 2. Uluslararası             | 10. Dublaj oyuncular                |
|                             | 11. Şilili oyuncular                |

12. Türk TV dizilerinin Şili hayranları

13. Televizyonda Uzmanlar

14. Juan Ignacio Vicente, MEGA

15. Patricio Hernández, MEGA

16. Diğerleri

**I. Konular, Bu makale ne ile ilgilidir?**

1. Rating

2. Ticaret, telesayrı pazarı

3. Türkiye'de Türk Kültürü ve Yaşamı

4. Turizm

5. Dublaj

6. Türk Dizisinin dramatik öykü anlatımı

7. Türk Dizilerinin Karakterleri ve Oyuncuları

8. Diğerleri

**J. En çok ismi geçen Türk dizisi**

01. Binbir Gece ("Las mil y una noches")

02. Fatmagül'ün Suçu Ne? ("Fatmagul")

03. Aşk-ı Memnu ("Amor prohibido")

04. Muhteşem Yüzyıl ("El Sultán")

05. Ezel

06. Kuzey Güney

07. Öyle Bir Geçer Zaman Ki ("Tormenta de pasiones")

08. Karagül ("Rosa Negra")

09. Sila

10. Gümüş

11. Kara Para Ask

12. Diğerleri

13. Birden fazla

14. Serbest

**K. En çok ismi geçen Türk oyuncu**

1. Halit Ergenç (Onur, Sultán)

2. Bergüzar Korel (Sherezade)

3. Kenan İmirzalıoğlu (Ezel)

4. Beren Saat (Fatmagul)

5. Diğerleri

6. Birden fazla

7. Serbest

8. Cansu Dere (Sila)

**L. Türkiye'ye atıfta bulunmak için kullanılan metinsel kelimeler**

1. Türkiye Cumhuriyeti

2. Türkiye

3. Osmanlı ülkesi

4. "Onur"

5. Estambul

6. Doğu ülkesi

7. Orta Doğu ülkesi

8. Türkiye'ye doğrudan bahsetmiyor

**M. Türk dizilerine atıfta bulunmak için kullanılan metinsel konseptler**

1. Teleserie

2. Serie

3. Telenovela, Culebrón

4. Osmanlı yapımı

5. Türk yapımı

6. Orta Doğu Drama

7. Diğerleri

8. Serbest

**N. Türk dizilerine atıfta bulunmak için kullanılan sıfatlar**

1. Romantik drama
2. Macho drama
3. Tarihi Drama
4. Çağdaş drama
5. Klasik Melodram
6. Diğerleri
7. Serbest

**O. Makalede gösterilen ilişkinin temel türü**

1. Aşk
2. Şiddet
3. Hakimiyet
4. Dostluk
5. Diğerleri

**P. Makalede vurgulanan Türk kadını stereotipi**

1. Güvenilir
2. Kıskaç
3. Bir Cinsellik Objesi
4. Sindirella
5. Diğerleri
6. Serbest

**R. Makalede vurgulanan Türk erkeği stereotipi**

1. Güvenilir
2. Ezik

3. Hassas
4. Diğerleri
5. Serbest

**S. Türk toplumu hakkında her haberde hakim olan stereotipler**

1. Geleneksel
2. Çağdaş
3. Serbest

**T. Türkiye ile ilgili en alakalı yönler**

1. Coğrafi
2. Halkın doğası
3. Dinî
4. Tarihi
5. Siyasal
6. Diğerleri
7. Serbest

**U. Genel izlenim**

1. Olumlu
2. Negatif
3. Nötr
4. Karışık

## EK 4

| CODEBOOK        |                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Değişken sayısı | Kategori ve kodların adı                                                                                                                | Yorum                                                                                                                                                                                                         |
| V1              | <u>Birim numunesinin kodu</u>                                                                                                           | 001'den başlayarak, her makale 3 basamaklı bir kodla atanır                                                                                                                                                   |
| V2              | <u>Gazetenin adı</u><br>1. El Mercurio<br>2. Las Últimas Noticias<br>3. La Tercera<br>4. La Cuarta                                      |                                                                                                                                                                                                               |
| V3              | <u>Tarih (ay-gün-yıl)</u>                                                                                                               | Ay, gün ve yılın son iki basamağını kodlayın. Mesela: 4 Haziran 2017, 060417 olarak kodlanacak.                                                                                                               |
| V4              | <u>Manşet</u>                                                                                                                           | Metinsel kopyası                                                                                                                                                                                              |
| V5              | <u>Yayının boyutu</u><br>1. Küçük<br>2. ¼ sayfa<br>3. ½ sayfa<br>4. Tam sayfa<br>5. Birden fazla sayfa                                  |                                                                                                                                                                                                               |
| V6              | <u>Haberin türü</u><br>1. Haber raporu<br>2. Editoryal<br>3. Editöre Mektup<br>4. Baş Makale<br>5. Görüş<br>6. Belirsiz<br>7. Diğerleri | 1. Haber raporu (Sert haberler, ters piramit)<br>2. Editoryal (Gazetenin görüşleri)<br>3. Editöre Mektup<br>4. Baş Makale (Daha esnek ve haber raporundan daha derin, çeşitli kaynaklar içeriyor)<br>5. Görüş |



|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| V7 | <u>Yer aldığı gazete bölümü</u><br>1. Ulusal<br>2. Uluslararası<br>3. Kültür ve eğlence<br>4. Spor<br>5. Ekonomi ve İş<br>6. Bilim ve Teknoloji<br>7. Sosyal Yaşam, Toplum<br>8. Diğerleri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Yer aldığı gazete bölümü                                                                                                           |
| V8 | <u>Röportaj yapılan temel kaynaklar</u><br>01. Gazeteciler<br>02. President Erdoğan<br>03. Şili'de Türkiye Büyükelçisi<br>04. Türkiye'de Şili Büyükelçisi<br>05. Halit Ergenç (Onur, Sultán)<br>06. Bergüzar Korel (Sherezade)<br>07. Kenan İmirzalıoğlu (Ezel)<br>08. Beren Saat (Fatmagul)<br>09. Diğer Türk Aktörler<br>10. Dublaj oyuncular<br>11. Şilili oyuncular<br>12. Türk TV dizilerinin Şili hayranları<br>13. Televizyonda Uzmanlar<br>14. Juan Ignacio Vicente, MEGA<br>15. Patricio Hernández, MEGA<br>16. Diğerleri | Birden fazla kaynak türü belirtilmişse, en çok bahsedilenleri belirtin.<br>01'den başlayarak her makale 2 haneli bir kodla atanır. |
| V9 | <u>Konular, Bu makale ne ile ilgilidir?</u><br>1. Rating<br>2. Ticaret, telesayrı pazarı<br>3. Türkiye'de Türk Kültürü ve Yaşamı<br>4. Turizm<br>5. Dublaj<br>6. Türk Dizisinin dramatik öykü anlatımı<br>7. Türk Dizilerinin Karakterleri ve Oyuncuları<br>8. Diğerleri                                                                                                                                                                                                                                                           | Birden fazla konu ele alınırsa, haberde üstün olanı seçin.                                                                         |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                          |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| V10 | <p><u>En çok ismi geçen Türk dizisi</u></p> <p>01. Binbir Gece (“Las mil y una noches”)<br/> 02. Fatmagül'ün Suçu Ne? (“Fatmagul”)<br/> 03. Aşk-ı Memnu (“Amor prohibido”)<br/> 04. Muhteşem Yüzyıl (“El Sultán”)<br/> 05. Ezel<br/> 06. Kuzey Güney<br/> 07. Öyle Bir Geçer Zaman Ki (“Tormenta de pasiones”)<br/> 08. Karagül (“Rosa Negra”)<br/> 09. Sila<br/> 10. Gümüş<br/> 11. Kara Para Ask<br/> 12. Diğerleri<br/> 13. Birden fazla<br/> 14. Serbest</p> | 01'den başlayarak, her makale 2 haneli bir kodla atanır. |
| V11 | <p><u>En çok ismi geçen Türk oyuncu</u></p> <p>1. Halit Ergenç (Onur, Sultán)<br/> 2. Bergüzar Korel (Sherezade)<br/> 3. Kenan İmirzalıoğlu (Ezel)<br/> 4. Beren Saat (Fatmagul)<br/> 5. Diğerleri<br/> 6. Birden fazla<br/> 7. Serbest<br/> 8. Cansu Dere (Sila)</p>                                                                                                                                                                                            | Aktöre veya onun karakterine doğrudan anılacaktır.       |
| V12 | <p><u>Türkiye'ye atıfta bulunmak için kullanılan metinsel kelimeler</u></p> <p>1. Türkiye Cumhuriyeti<br/> 2. Türkiye<br/> 3. Osmanlı ülkesi<br/> 4. "Onur"<br/> 5. Estambul<br/> 6. Doğu ülkesi<br/> 7. Orta Doğu ülkesi<br/> 8. Türkiye'ye doğrudan bahsetmiyor</p>                                                                                                                                                                                            | Metinsel kelimeler.                                      |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| V13 | <u>Türk dizilerine atıfta bulunmak için kullanılan metinsel konseptler</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teleserie</li> <li>2. Serie</li> <li>3. Telenovela, Culebrón</li> <li>4. Osmanlı yapımı</li> <li>5. Türk yapımı</li> <li>6. Orta Doğu Drama</li> <li>7. Diğerleri</li> <li>8. Serbest</li> </ol> | Metinsel kelimeler.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| V14 | <u>Türk dizilerine atıfta bulunmak için kullanılan sıfatlar</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Romantik drama</li> <li>2. Macho drama</li> <li>3. Tarihi Drama</li> <li>4. Çağdaş drama</li> <li>5. Klasik Melodram</li> <li>6. Diğerleri</li> <li>7. Serbest</li> </ol>                                   | Doğrudan bir söz yoksa, kodlayıcı genel bağlama göre çıkarabilir.                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| V15 | <u>Makalede gösterilen ilişkinin temel türü</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aşk</li> <li>2. Şiddet</li> <li>3. Hakimiyet</li> <li>4. Dostluk</li> <li>5. Diğerleri</li> </ol>                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| V16 | <u>Makalede vurgulanan Türk kadını stereotipi</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Güvenilir</li> <li>2. Kıskanç</li> <li>3. Bir Cinsellik Objesi</li> <li>4. Sindirella</li> <li>5. Diğerleri</li> <li>6. Serbest</li> </ol>                                                                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Güvenilir: Bir Türk kadını çoğu zaman zeki, çalışkan ve cesur olarak nitelenir.</li> <li>2. Kıskanç: Türk kadını kendine güvensiz, paylaşmaktan korkan ve kıskanç bir tiptir.</li> <li>3. Bir Cinsellik Objesi: Kadın baştan çıkaran vücut organlarına indirgenir.</li> <li>4. Sindirella: Orta- alt</li> </ol> |

|     |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                               |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                                                   | sınıf üyesi, ailesine bakan, sevimli, anlayışlı, sabırlı, zayıflık belirtisi.                                                                                                                                 |
| V17 | <u>Makalede vurgulanan Türk erkeği stereotipi</u><br>1. Güvenilir<br>2. Ezik<br>3. Hassas<br>4. Diğerleri<br>5. Serbest                           | 1. Güvenilir: çekici, zeki, sosyal, aktif, başarılı, erkeksi.<br>2. Ezik: Çocuksu, kendine güvensiz, kıskanç, çekici olmayan, maço.<br>3. Hassas: Genel olarak çekici sayılabilen, romantik, hassas, duygulu. |
| V18 | <u>Türk toplumu hakkında her haberde hakim olan stereotipler</u><br>1. Geleneksel<br>2. Çağdaş<br>3. Serbest                                      | 1. Geleneksel (Muhafazakar, dini).<br>2. Çağdaş (Modern, açık fikirli, daha esnek).                                                                                                                           |
| V19 | <u>Türkiye ile ilgili en alakalı yönler</u><br>1. Coğrafi<br>2. Halkın doğası<br>3. Dinî<br>4. Tarihi<br>5. Siyasal<br>6. Diğerleri<br>7. Serbest |                                                                                                                                                                                                               |
| V20 | <u>Genel izlenim</u><br>1. Olumlu<br>2. Negatif<br>3. Nötr<br>4. Karışık                                                                          | Haber okuduktan sonra genel plandaki izlenimleri, Türk serisine göre olumlu, olumsuz, tarafsız veya karışık olup olmadığına bakar.                                                                            |

## ÖZET

Şili ile Türkiye arasında 90 yıllık bir geçmişe dayanan diplomatik ilişkiler geçtiğimiz günlerde çeşitli törenlerle kutlanmış ve geçen sürede iki ülkenin ilişkilerindeki ilerlemeye dikkat çekilmiştir. Türk dizilerinin Şili ekranlarında yayınlanması, iki ülke arasındaki ilişkiler açısından önemli bir dönüm noktasıdır.

“*Binbir Gece*”nin 2014 yılında MEGA Kanalı tarafından satın alınmasıyla birlikte, Şili, tarihinde ilk Türk televizyon dizisi ithalatı gerçekleştirmiş olur. Bu durum yerli dizilerin dünyaya açılması anlamında Türk dizi endüstrisinde dikkate değer bir adım oluşu kadar, Türk dizilerine ev sahipliği yapmaya başlamış olan Şili Medyası ve Şili drama endüstrisi için de büyük bir dönüşümün habercisidir. Bundan sonra bir biri ardına satın alınan Türk dizileri, kısa bir süre içinde reyting rekorları kırarak gösterime girdiği kanalları zenginleştirir.

2014-2016 yılları arasında 17 Türk dizisinin yayınlanması Şili televizyon sektöründe yol açtığı dönüşüm kadar Türkiye’nin Şili’de tanınması açısından da büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, Türk televizyon dizileri ile ilgili aldığı bilgileri içerik analizi tekniği ile Şili’deki 4 büyük gazeteyi örneklem olarak incelemektir. Sonuçlar Şili basınının Türkiye’yi ve dizileri nasıl sunduğunu, haberleri nasıl çerçevelediklerini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Türk Yerli Dizileri, *telenovela*, *El Mercurio*, *Las Últimas Noticias*, *La Tercera*, *La Cuarta*, Şili medyası.

## ABSTRACT

The 90th anniversary of Chilean-Turkish relations has recently been celebrated, throwing light on progress made in the relations between the two countries over the past years. Arrival of Turkish series to Chilean screens represent an important point in the relations between two nations.

With MEGA Channel's purchase in 2014, "*Binbir Gece*" became first broadcasted Turkish serie in Latin America. This development has not only been big step in opening of Turkish series to the international crowd, but it also proved to be turning point for Chilean television and Chilean drama industry, which were the host of first Turkish series ('*dizi*') broadcasted in Chile. After this, new Turkish series which kept finding their way to Chilean television screens continued breaking rating records and enrich the offer of Chilean local television stations.

Broadcasting of 17 Turkish series between 2014 and 2017 has not only been turning point for Chilean television sector, but has also played a big role in introducing Turkey to Chilean audience. In this context, in our research we will analyse information regarding Turkish productions gathered from 4 important Chilean newspapers using the method of content analysis. In conclusion, we will identify how were Turkish '*dizi*' represented in Chilean media and how those news has been framed.

**Keywords:** Turkish *dizi*, *telenovela*, *El Mercurio*, *Las Últimas Noticias*, *La Tercera*, *La Cuarta*, Chilean media.