



ANKARA  
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE’DE OKUYAN CİBUTİLİ ÖĞRENCİLERİN  
TÜRK TELEVİZYON DİZİLERİNE YÖNELİK  
ALGILARI**

**Samia Omar MİZAN**

**Tez Danışmanı  
Prof. Dr. Zakir AVŞAR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
YENİ MEDYA BİLİM DALI**

**HAZİRAN 2021**



**TÜRKİYE'DE OKUYAN CİBUTİLİ ÖĞRENCİLERİN TÜRK  
TELEVİZYON DİZİLERİNE YÖNELİK ALGILARI**

**Samia Omar MİZAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
YENİ MEDYA BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**HAZİRAN 2021**

## ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarımı kabullendiğimi beyan ederim.

Samia Omar Mizan

25.06.2021

TÜRKİYE'DE OKUYAN CİBUTİLİ ÖĞRENCİLERİN TÜRK TELEVİZYON  
DİZİLERİNE YÖNELİK ALGILARI  
(Yüksek Lisans Tezi)

Samia Omar MİZAN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Haziran 2021

ÖZET

Televizyon gündelik yaşamımızda vazgeçilmez medya araçlarından biri hâline gelmiştir. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte televizyon bireylerin düşünce ve davranışlarını biçimlendirmede daha etkili hale gelmektedir. Toplumun bilgilendirilmesi ve eğitilmesi, toplumlar arası kültürün aktarılması, toplumsal sorunların çözülmesi işlevleriyle televizyon oldukça önemli bir rol oynamıştır. Televizyon dizileri son yıllarda Türkiye içinde ve dışında yüksek oranda beğeni kazanmış, büyük bir izleyici kitlesi oluşturmuştur. Türk dizileri Cibutili öğrencilerden de yoğun ilgi görmektedir. Bu nedenle bu çalışma öğrencilerin Türk televizyon dizilerine yönelik algılarını ve dizileri izleme motivasyonlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda derinlemesine mülakat yöntemi uygulanmış ve amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini Ankara ve Çankırı illerinde eğitim gören Cibutili öğrencilerden oluşan 24 kişilik bir katılımcı grubu oluşturmuştur. Öğrencilerle 5-15 dakika yüz yüze görüşme yapılmış ve görüşme formu kullanılarak veriler toplanmıştır.

Bilim Kodu : 116509  
Anahtar Kelimeler : Cibuti, kullanımlar doyumlar, Türk dizileri, dizi izleme motivasyonları, Cibutili öğrenciler  
Sayfa Adedi : 87

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Zakir AVŞAR  
THE PERCEPTIONS OF STUDENTS WITH DJIBOUTI STUDYING IN TURKEY  
TOWARDS TURKISH TV SERIES  
(M.Sc. Thesis)

Samia Omar MİZAN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY  
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

June 2021

#### ABSTRACT

Television has become one of the indispensable means of communication in our daily life. With the development of communication technologies, television becomes even more effective in shaping individuals' thoughts and behaviors. Television has played an essential role with its functions of informing and educating society, transmitting inter-communal culture, and solving social problems. Television serials have gained high acclaim within and outside of Turkey in recent years, creating a large audience. Turkish TV series receive great appreciation from Djiboutian students who study in Turkey. This study aims to examine Djiboutian students' perceptions of Turkish TV series and their motivation to watch them. In this context, the in-depth interview method was applied and the purposeful sampling method was used. The sample of the study consisted of a 24-person group of Djiboutian students studying in Ankara and Çankırı provinces. Students were interviewed face to face for 5-15 minutes and the data were collected using the interview form.

Science Code : 116509  
Key Words : Djibouti, usage satisfaction, Turkish TV series, TV watching  
motivation, Djiboutian students  
Page Number : 87

Supervisor : Prof. Dr. Zakir AVŞAR

## **TEŞEKKÜR**

Bütün çalışmam boyunca, bana yol gösteren, benden desteğini, ilgisini, katkılarını ve yardımlarını esirgemeyen değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. ZAKİR AVŞAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmalarına başladığım ilk günden son ana kadar yanımda olan, bilgisini ve vaktini benimle paylaşan, fikir ve yönlendirmeleriyle yardımlarını esirgemeyen sevgili hocam Ars, Gör. Büşra SÖNMEZ'e teşekkürü borç bilirim.

Hayatım boyunca her koşulda yanımda hissettiğim, dualarını üzerimden bir an eksik etmeyen ve çalışmamı bitirmemi dört gözle bekleyen ve sürekli iyi dilekleri ile beni mutlu ve motive eden, canım anneme teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
<u>ÖZET</u>	iv
<u>ABSTRACT</u>	v
<u>TEŞEKKÜR</u>	vi
<u>İÇİNDEKİLER</u>	vii
<u>TABLoların LİSTESİ</u>	xi
<u>ŞEKİLLERİN LİSTESİ</u>	xii
<u>1. GİRİŞ</u>	1
<u>2. CİBUTİ'YE GENEL BAKIŞ</u>	5
<u>2.1. Cibuti'nin Coğrafi Konumu</u>	5
<u>2.2. Cibuti'nin Tarihçesi</u>	6
<u>2.3. Etnik Yapısı-Nüfusu</u>	8
<u>2.3.1. Nüfus</u>	8
<u>2.3.2. Etnik Yapı</u>	8
<u>2.3.3. Dinî Yapı</u>	9
<u>2.3.4. Dil</u>	9
<u>2.3.5. Eğitim</u>	9
<u>2.3.6. Sağlık</u>	9
<u>2.4. Siyasi ve İdari Yapı</u>	10
<u>2.4.1. Dış İlişkiler</u>	12
<u>2.4.2. Yabancı Güçler</u>	12

<a href="#">2.5. Ekonomik Yapı</a>	12
<a href="#">2.6. Cibuti Medyası</a>	14
<a href="#">2.7. Cibuti ile Türkiye Arasındaki İlişkiler</a>	15
<a href="#">2.7.1. Diplomatik İlişkiler ve Elçilik Faaliyetleri</a>	15
	<b>Sayfa</b>
<a href="#">2.7.2. Ticari İlişkiler</a>	17
<a href="#">2.7.3. Yükseköğretim Alanındaki İlişkiler</a>	18
<a href="#">3. KULLANIMLAR VE DOYUMLAR KURAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ</a>	21
<a href="#">3.1. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı</a>	21
<a href="#">3.2. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramının Tarihsel Gelişimi</a>	22
<a href="#">3.3. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramının Varsayımları</a>	25
<a href="#">3.4. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramının Temel Kavramları</a>	25
<a href="#">3.4.1. Aktif İzler Kitle Kavramı</a>	26
<a href="#">3.4.2. Aranılan Doyum Kavramı</a>	26
<a href="#">3.4.3. Gereksinimler ve Güdüler Kavramı</a>	27
<a href="#">3.4.4. Elde Edilen Doyum Kavramı</a>	28
<a href="#">3.4.5. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Bağlamında Televizyon Üzerine Yapılan Araştırmalar</a>	29
<a href="#">3.4.6. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramına Yönelik Eleştiriler</a>	31
<a href="#">4. TELEVİZYON DİZİLERİ</a>	35
<a href="#">4.1. Televizyon</a>	35
<a href="#">4.2. Televizyon Dizileri</a>	37

<u>4.2.1. Televizyon Dizisi Kavramı</u>	37
<u>4.2.2. Televizyon Dizilerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi</u>	38
<u>4.2.3. Türkiye’de Televizyon Dizilerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi</u>	39
<u>4.2.4. Türk Dizilerinde Hikâye</u>	42
<u>4.2.5. Televizyon Dizilerinin Özellikleri</u>	43
<u>4.2.6. Televizyon Dizilerinin İzleyici Üzerindeki Etkileri</u>	46
<u>5. TÜRKİYE’DE OKUYAN CİBUTİLİ ÖĞRENCİLER VE TÜRK DİZİLERİ</u>	51
<u>5.1. Yöntem</u>	51
<u>5.1.1. Araştırma Modeli</u>	51
	<b>Sayfa</b>
<u>5.1.2. Çalışma Grubu</u>	51
<u>5.1.3. Veri Toplama Aracı</u>	52
<u>5.1.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması</u>	53
<u>5.1. Bulgular ve Yorum</u>	54
<u>5.1.1. Öğrencilerin Türkiye’ye Geliş Öncesi Türk Dizisi İzleme Durumları ve Tercihleri</u>	54
<u>5.1.1.1. Türkiye’ye geliş öncesi dizi izleme durumu</u>	55
<u>5.1.1.2. Türk dizilerini izlerken tercih edilen dil</u>	56
<u>5.1.1.3. İzleyicilerin altyazı kullanım tercihleri</u>	57

<u>5.1.2. Öğrencilerin Türk Dizilerini İzleme Sebepleri</u>	58
<u>5.1.2.1. Öğrencilerin Türk televizyon dizilerini izleme amaçları ve nedenleri</u>	58
<u>5.1.2.2. Öğrencilerin izlediği dizi türleri</u>	60
<u>5.1.2.3. Öğrencilerin dizi seçimini etkileyen faktörler</u>	61
<u>5.1.3. Öğrencilerin Türk Dizilerine Yönelik Algıları</u>	61
<u>5.1.3.1. Öğrencilerin Türk dizilerinde beğendiği ayrıntılar</u>	62
<u>5.1.3.2. Türk televizyon dizilerinin olumlu ve olumsuz yönleri hakkında öğrencilerin görüşleri</u>	63
<u>5.1.3.3. Öğrencilerin Türk dizilerindeki karakterlerin üzerlerindeki etkisine yönelik algısı</u>	66
<u>5.1.3.4. Öğrencilerin Türk dizilerinin görüşlerini etkilemesine yönelik algıları</u>	68
<u>5.1.3.5. Türk dizilerinin davranışları olumsuz yönde etkilemesine yönelik algılar</u>	69
<u>5.1.3.6. Türk dizilerinin aktardığı değerlerin ve fikirlerin kültür ve inançlar üzerindeki etkilerine yönelik algılar</u>	70
<u>5.1.3.7. Türk dizilerinin Türkiye ve Türk kültürü hakkında uyandırdığı kanaat</u>	72
<u>6. SONUC</u>	75
<u>KAYNAKLAR</u>	79
<u>ÖZGEÇMİŞ</u>	87

## TABLULARIN LİSTESİ

<b>Tablo</b>	<b>Sayfa</b>
<a href="#"><u>Tablo 2.1. Cibuti demografik bilgileri</u></a>	10
<a href="#"><u>Tablo 2.2. Türkiye-Cibuti dış ticaret göstergeleri (ABD Doları, 1000ve)</u></a>	17
<a href="#"><u>Tablo 5.1. Katılımcı öğrencilere ilişkin kişisel bilgiler</u></a>	52
<a href="#"><u>Tablo 5.2. Görüşme soruları</u></a>	54

## ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
<a href="#">Şekil 2.1. Cibuti bayrağı</a>	11

## 1. GİRİŞ

Medya, televizyon, radyo, dergi, gazete, internet gibi kitle iletişim araçlarına verilen genel isimdir. Medya, günümüz toplumlarında en etkili güçlerden biridir (Çetinkaya, 2005; Giddens, 2000; Karacoşkun, 2002). Sosyolojik yönden medya, izleyici ve dinleyici üzerinde tutumsal, zihinsel, davranışsal etkilere sahiptir. Medya bu etkisinde toplumdan bağımsız halde değildir. Günümüzde toplum ve medya arası etkileşimde medya – özellikle işitsel ve görsel özellikler taşıyan televizyon- nispeten daha belirleyici bir konumdadır. Medyanın önemli formlarından biri konumundaki televizyon bireyleri şekillendirme, farklı konularda onlara modeller sunma, bilinç oluşturma ve bilgi akışı sağlama gibi konularda öne çıkan bir iletişim aracıdır (Çağlayandereli, 2006).

Televizyon bireylerin istenilen doğrultuda etkilenmesi için tercih edilen güçlü bir araçtır (Türköz, 2016). Küçük yaşlardan itibaren televizyon, bireylerin gündelik yaşantılarının önemli bir bölümünü etkilemede ve davranış biçimlerinin ve düşüncelerinin şekillendirilmesinde önemli bir güçtür (Aytan, vd., 2015).

Günümüzde, televizyonda en çok izlenen yapımlardan biri televizyon dizileridir. Son yıllarda Türk dizileri, Orta Doğu, Balkanlar, Orta Asya ve birçok Afrika ülkesinde yüksek izlenme oranına ulaşmış, en çok izlenen programlar arasında yer almıştır. Türk dizileri kültürleri, tutumları, fikirleri ve davranış değerlerini etkilemenin bir yolu olmuştur.

Tüm dünyada ilgi gören Türk dizileri, bu ülkelerden Türkiye'ye gelen öğrenciler için Türk televizyonu ile bağ kurmanın önemli araçlarından biridir. Bu nedenle Cibutili öğrencilerin Türk dizilerine yönelik algıları Türkiye'ye yönelik algılarını da şekillendirebilir.

Bu çalışma, Cibutili öğrencilerin Türk televizyon dizilerini neden izlediğini “Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı” bağlamında incelemektedir. Bu yaklaşımda temel ilgi, bireylerin medyayı kullanma biçimi ile ilgilidir. Bu yaklaşıma göre izleyici iletişim araçlarını ve bu araçlardan edindiği bilgiyi ihtiyaçları doğrultusunda almakta ve kullanmaktadır (Göncü, 2018).

Bu tez dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, Cibuti hakkında genel bilgiler, coğrafi konum, ülke tarihçesi, demografik özellikler ve Cibuti'nin siyasi, idari ve ekonomik yapısını ele almıştır. Osmanlı İmparatorluğu ve Cibuti arasındaki tarihsel ilişkilerin yanı sıra Türkiye ve Cibuti arasındaki ekonomik, ticari ve diplomatik ilişkiler de incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde kullanımlar ve doyumlar kuramı incelenmiştir. Bu bağlamda izleyicilerin medya izleme motivasyonlarını ve alışkanlıklarını belirleme amacıyla kullanım

ve doyumlar kuramına odaklanılmıştır. Söz konusu yaklaşımın tarihsel gelişimi, ne zaman ve nasıl ortaya çıktığı incelenmiştir. Kullanımlar ve doyumlar kuramının öncelikle geleneksel kitle iletişim araçlarına yönelik araştırmaları içermesi ve çalışmamızın temel konusunun televizyon olması nedeniyle bu bölümde televizyon ile kullanımlar doyumlar kuramı bağlamında yapılan araştırmalara değinilmiştir.

Üçüncü bölümde televizyonun tanımı, dünyada ve Türkiye’de tarihsel gelişimi hakkında bilgiler verilmiştir. Televizyon dizileri özellikle Türk televizyonunun ortaya çıkışı ve gelişimi ve Türk dizilerinin izleyiciler üzerindeki etkisi açıklanmıştır.

Çalışmanın son bölümünde ise Türk televizyon dizilerini takip eden Cibutili öğrenciler ile gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler tartışılmıştır. Gerçekleştirilen görüşmelerde cevap aranan sorulardan bazıları şunlardır: öğrencilerin Türk televizyon dizilerine yönelik algılarını nelerdir? Öğrencilerin Türk dizilerini izleme amaçları ve sebepleri nelerdir? Öğrenciler hangi tür dizileri daha fazla izlemektedir? Türk dizilerinin olumlu ve olumsuz yanları hakkında öğrencilerin görüşleri nelerdir? Türk dizilerindeki karakterler ve davranışlara öğrencilerin tutumları nelerdir? Araştırma kapsamında Ankara ve Çankırı illerinde okuyan 24 Cibuti kökenli öğrenci ile görüşme yapılmıştır.

#### Araştırmanın Konusu

Türk dizileri genel anlamda gençlerin ilgisini çekmiştir, özel anlamda ise Cibuti’li öğrencilerin ilgisini çekmiştir. Öğrenciler farklı etkinliklerini ve günlük yaşamlarını etkileyen televizyon medyası mesajları ile ilgilenmektedir. Bu tez, Cibutili öğrencilerin Türk televizyon dizilerine yönelik algılarını konu edinmiştir.

#### Araştırma Sorusu

Çalışmanın araştırma soruları şunlardır:

- Türkiye’deki Cibutili öğrencilerin Türk televizyon dizilerini izleme amaçları ve nedenleri nelerdir?
- Türk dizileri öğrenciler tarafından nasıl anlamlandırılmaktadır ve gündelik yaşam pratiklerine nasıl yansımaktadır?

- Öğrencilerin Türk dizilerine yönelik algıları nelerdir?

### Araştırmanın Amacı

Tezin genel amacı Cibutili öğrencilerin Türk televizyon dizilerine yönelik algılarını ortaya koymak ve Türk televizyon dizilerinin izleme nedenlerini araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda öğrencilerin televizyon izleme nedeni, kullandığı diller, izledikleri dizi türleri, Türk dizilerinde en çok beğendikleri unsurlar, izledikleri dizileri seçme sebepleri ve gündelik hayat üzerindeki yansımalarının ne yönde olduğu saptanmaya çalışılmıştır. Bu dizilerin öğrencilerin fikirleri, kültürleri, değerleri ve davranışları üzerinde etkisi olup olmadığı ele alınacaktır.

### Araştırmanın Önemi

Yapılan literatür taramasında dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen öğrencilerin Türk televizyon dizilerini alımlaması hakkında nitel ve nicel çalışmalar olduğu görülmektedir. Ancak Cibuti bağlamında iletişim literatüründe herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda bu çalışma Türkiye’de Cibutili öğrenciler üzerinde yapılan ilk iletişim araştırması olması açısından önem taşımaktadır.

Uzun bir sürede Arap kanallarından yayılan Türk televizyon dizileri Cibuti’de yüksek bir izlenme oranına sahiptir. Bu çalışma Cibutili öğrencilerin Türk dizilerini izleme amaçları ve bunlara yönelik algılarını ortaya koymak amacıyla taşımaktadır. Bundan dolayı bu çalışma gelecekte yapılacak çalışmalarda öğrencilere veya araştırmacılara referans oluşturacaktır.

### Araştırmanın Varsayımları

Çalışma aşağıdaki varsayımları benimsemiştir:

- Görüşülen katılımcılar TV dizilerine yönelik algılarını ifade etme yeteneğine sahiptir.
- Katılımcılar, sorulan soruları dürüst ve doğru bir şekilde yanıtlamıştır.

### Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Çalışmanın kapsamı, Ankara ve Çankırı illerinde okuyan Cibutili öğrenciler ve bunların izledikleri Türk dizilerini içermektedir. Türkiye’nin çeşitli illerinde öğrenim gören Cibutili

öğrencilerin tamamına ulaşamaması nedeniyle Ankara ve Çankırı illeri ile çalışma kısıtlı tutulacaktır.

## 2. CİBUTİ'YE GENEL BAKIŞ

### 2.1. Cibuti'nin Coğrafi Konumu

Cibuti Cumhuriyeti, Doğu Afrika'da bulunan Afrika Boynuzu adı verilen bölgede yer alan, Afrika'nın en küçük ülkelerinden biridir. Cibuti'nin doğusunda Aden Körfezi, kuzeybatı ve kuzeyinde Eritre, güneyinde ve batısında Etiyopya, güneydoğusunda Somali Cumhuriyeti ve karşı kıyısında Yemen yer almaktadır.

Genel itibarıyla ülkede 516 kilometre sınırın 348 km'si Etiyopya, 109 km'si Eritre, 58 km'si Somali ile sınırlanmıştır. Ülkenin sahil şeridi 314 km'dir. Yüzölçümü 23.200 km<sup>2</sup>'dir.

Cibuti'nin arazisi, Tacura Körfezi'ni çevreleyen kıyı ovası, kuzeydeki sıradağlar, güneydeki bölge ve iç kesimler çöllerden ve kayalıklardan ibarettir ve dağınık volkanik kayalar ülkenin büyük bir bölümünü kaplamaktadır.

En yüksek noktası Moussa Ali Dağı (2063 m)'dir. Deniz seviyesinden yüksekliği Lac Assal (Asal Gölü)'de 55 metredir. Burası dünyanın en tuzlu göllerinden biridir ve Afrika kıtasının "en alçak noktası" özelliğini taşır.

Cibuti sıcak ve kuru bir çöl ikliminin sahiptir. Yıllık sıcaklık ortalaması 32°C civarındadır. Yaz aylarında sıcaklık ortalaması 40°C üzerindedir ve Afrika'nın en sıcak ülkelerinden biridir. Yağışlar son derece azdır ve bölgeden bölgeye değişir. Dağlık bölgeler, kıyı bölgelerde kıyasla daha fazla yağış alır.

Kıyı şeridinde yıllık yağış ortalaması 130 mm olup dağlık bölgelerde 500 mm civarındadır. Bitki örtüsü oldukça zayıftır. Fundalıklar ve otlaklar yer yer bulunmakta olup bunlar dışında dağlık alanlarda zayıf ormanlar yer alır.

İklimin özelliklerine bağlı olarak toprak çiplaktır ve kayalıklar hâlinindedir. Cibuti topraklarının %1'i tarıma, %10'u da hayvan otlatmaya elverişlidir, Geri kalanı kıraç arazi ve çöl yapısındadır.

Cibuti, çok az ve çok sınırlı doğal kaynaklara sahip ülkelerden biridir ve sahip olduğu en büyük doğal kaynak, tuz gölleridir. Ülkede yeraltı jeotermal enerjisi ve az miktarda altın, kil, granit, kalker, mermer, tuz, diatomit, alçı, ponza, petrol, kireç taşı bulunmaktadır.

Cibuti iklim özellikleriyle kimi zaman doğal afetlerin yaşandığı bir ülkedir. Ülkede kuraklık başta olmak üzere depremler, Hint Okyanusu'ndan gelen bulutlar nedeniyle şiddetli yağmurlar ve su baskınları yaşanmaktadır.

Cibuti çok sıcak bir iklime sahip olduğundan ülkede çok fazla hayvan ve bitki bulunmamaktadır. Bulunabilen hayvanlardan bazıları koyun, keçi, sığır, deve, çakal, antilop, sırtlan ve ceylandır. Afrika yaban köpeği günümüzde nesli tükenmekte olan bir tür olarak kabul edilmektedir.

Ülkenin en yaygın kuş türleri; devekuşu, tropik kuşlar, pelikanlar, firkateyn kuşları, flamingolar ve ördeklerdir. Nil timsahı, kum yılanı, puf toplayıcı yılanı ve çeşit akrepler de bulunmaktadır.

Cibuti’de hayvanların yaşam alanları, aşırı nüfus ve doğal kaynakların sürekli kullanımı nedeniyle tehdit altındadır. Seçkin coğrafi konumu nedeniyle çevresinde yer alan denizler farklı renklere sahip tropik balık türlerini barındırır. Özellikle köpek balığı, ton balığı ve barakuda balığı fazla miktarda avlanır.

Cibuti, sahip olduğu stratejik konumdan dolayı bölgede önemli bir yere sahiptir. Hint Okyanusu ve Kızıldeniz’i bağlayan ve dünyanın en mühim geçiş noktalarından biri olan bölge Bab’ül Mendep Boğazı üzerinde bulunur. Bu boğaz sebebiyle Cibuti’nin stratejik konumu ülkeyi önemli hale getirmektedir. Günümüzde Afrika’nın dış ticaret bölgesi ve ticaret üstü olarak bilinen Cibuti, kara sularında dünya deniz ticaret taşımacılığının önemli ölçüde yapıldığı ülkelerdendir. Ülke stratejik konumunun önemi nedeniyle Amerika Birleşik Devletleri, Fransa ve Japonya gibi ülkelerin askeri üssü durumundadır (Şahin ve Karaköy, 2018).

## **2.2. Cibuti’nin Tarihçesi**

İssa ve Afar kabileleri binlerce yıl önce Cibuti’ye yerleşmiştir. Afarlar, bölgenin Etiyopya’dan gelen ilk yerleşimcilerdir. Sonrasında, İsalor kabilelerinin (Somali’den gelenler) gelişi sonucunda, güney bölgesinde İsalor ve kuzeyde Afarlar hâkimiyeti ele geçirmiştir. İslam, Arap Yarımadası’ndan Arap tüccarların gelmesiyle MS 825 yılında ülkeye girmiştir.

Mısırlılar ve Osmanlı Devleti, Kızıldeniz kıyılarını kontrol etmiştir. 1869’da Süveyş Kanalı’nın açılmasından sonra Avrupalılar tarafından bu kıyılara yönelik bir yarış başlamıştır.

Fransızlar stratejik üs aramak için 1862 yılında ülkeye gelerek Afarlı sultanlarla görüşüp Tacure Körfezi’nin kuzey sahilinde yer alan Obuk (Obok) şehrinde yerleşmek için müzakerelerde bulunmuştur. Fransızlar 1888 yılında Somali kolonisini (Fransız Somali’si) kurarak Tacure Körfezi’nin güney kıyısında Cibuti Limanı’nı inşa etmiş ve bu yeni şehir

Obuk yerine sömürge'nin başkenti olmuştur. Fransızlar 1917 yılında Cibuti ve Addisababa arasındaki demir yolu yapımını tamamlamıştır. Bu demir yolu günümüze dek Cibuti merkezli taşımacılığın omurgasını teşkil etmektedir. Somali emirlikleri Cibuti'de uzun bir süre kaldıktan sonra ülke 1862-1977 tarihleri arasında Fransızlar tarafından yönetilmiş ve ülkeye "Fransız Somali'si" ismi verilmiştir. Nüfus dağılımı açısından ise Cibuti iki ana etnik gruptan; Afar halkı ve Somali kökenli olan İssa kabilelerinden oluşmaktadır. Bunlara ek olarak bazı Arap gruplar bulunmaktadır.

1946'da Cibuti, Fransız Birliği içindeki denizaşırı bölgelerden biri olmuş ve Fransız parlamentosunda temsilci bulundurmaya başlamıştır (BBC, 2016). İsalat; 1949'da işgalci güçlere karşı ayaklanarak işgalcileri ülkeden çıkarmak ve İtalya, Fransa ve İngiltere işgali altındaki Somali'yi tek devlet çatısı altında birleştirmek istemiştir. Öte yandan Afarlar, Fransa yönetimini desteklemiş, Fransa yönetimi altında kalmak için mücadele etmiştir. Bunun sonucunda Fransızlar, Afarlı Ali Arif'i ülkeye başkan olarak atayıp yönetimi onun grubuyla sınırlandırmıştır. 1967 yılındaki halkoylamasında halkın %60'ı Fransız yönetimin devam etmesini isteyerek Fransızların ülkede kalmalarını kolaylaştırmıştır. Fransızlara destek olanların bu denli yüksek orana ulaşmasının nedeni Fransızların kendilerine karşı olan Somalilerin büyük bir kısmını ülkeden kovup muhalefet liderlerini tutuklaması, bunun da başkentte büyük bir isyana neden olmasıdır.

Ali Arif 1976 yılında istifa ettikten sonra Cibuti, 22 Haziran 1977 tarihinde bağımsızlığını ilan etmiş ve böylece Afrika'da son Fransa kolonisi de bağımsızlığını kazanmıştır. Bağımsızlığın kazanılması sonucunda bağımsızlık hareketinin lideri Hassan Gouled, cumhurbaşkanı olarak seçilmiştir. Daha sonra ülke, bölge meselelerine karşı tarafsızlık politikasını benimsemiş ve içeride çatışan iki ana grup (İssa ve Afar) arasında iç dengeyi sağlamıştır.

Hassan Gouled, 1979 yılında İlerici Halk Meclisi Partisi'ni kurmuştur. Parti, 1981 yılında yeni anayasa uyarınca ülkenin tek partisi olmuştur. Daha sonra başkent Cibuti'de Etiyopya, Somali, Kenya ve Sudan ile dostluk antlaşmaları imzalanmıştır. Ülke 4 Eylül 1992 tarihinde genel bir referanduma tanıklık etmiş ve bunun neticesinde kısıtlı çok partili bir sistemi benimseyen bir anayasayı kabul etmiştir. Ancak aynı yılda birlik ve "demokrasiyi yeniden sağlamak için" ülkenin kuzeydoğusunda hükümet güçleri ve Afar Cephesi arasında silahlı çatışmalar başlamıştır. Gouled, 1993 yılında yeniden cumhurbaşkanı olarak seçilmiş, 1994'te ise Afar Cephesi ile güç paylaşımı ve iç savaşın son bulması için barış anlaşması sağlanmıştır.

1999 yılında çok partili sisteme dayanarak ilk seçim yapılmış ve seçimin galibi tek aday olan İsmail Omar Guelleh olmuştur. Guelleh, 2005-2011-2016 tarihlerinde yeniden seçilmiştir. Eylül 2002 tarihinde dar veya kısıtlı çok partili sistem altında gerçekleşen, seçimlere katılım izni veren ve dört partiyi tanımlayan dönem sona ermiş ve böylece daha gerçekçi çok partiliğe dayalı bir demokrasinin kurulması için hazırlık olarak yeni partilerin ve blokların ortaya çıkması sağlanmıştır. Çok partili sistem doğrultusunda Ocak 2003 tarihinde ilk seçim yapılmış ve bu seçimi başkanlık çoğunluğu için hükümet yanlısı dört partiden oluşan ve İttihat (Birlik) adını taşıyan İsmail Omar Guelleh başkanlığındaki bir koalisyon parlamentodaki 65 sandalyenin tamamını alarak kazanmıştır.

### **2.3. Etnik Yapısı-Nüfusu**

#### **2.3.1. Nüfus**

Cibuti'nin tahminî nüfusu 921,804'tür. Ülkedeki toplam nüfusun %59'u (526.412) başkent Cibuti'de yaşamakta olup geri kalan %41'lik kısım da diğer şehirlerde yaşamakta ve genel olarak göçebe hayatı sürmektedir (CİA, 2018).

#### **2.3.2. Etnik Yapı**

Cibuti'de farklı etnik gruplar bulunmakta olup en büyük etnik grup İsa'dır. Ülke nüfusunun %60'ı İsa kabilesine aittir. Diğer etnik grup ise Afar'dır (%35). Issalar Somali'den gelerek Cibuti topraklarına yerleşmiştir. Çoğunluğu şehirlerde ve ülkenin güney bölgesinde yaşamaktadır. Afarlar ise Etiyopya ve Eritre asıllıdır ve Tadjoura Körfezi'nin batısında ve kuzeyinde seyrek nüfuslu bölgelerde yerleşiktir. Ülkede yerli Afarların ve İsaların dışında Yemen asıllı olan Araplar ve Avrupalılar (Fransız), Hindistanlılar, Etiyopyalılar mevcut olup %5'lik dilimi oluşturmaktadır (CİA, 2018).

#### **2.3.3. Dinî Yapı**

Cibuti'nin yaygın dini İslam'dır. Ülkenin sosyal yaşamında İslam dini önemli bir yere sahiptir. Cibuti nüfusunun büyük çoğunluğu Müslümandır (%94) ve Sünniliğin Şafi mezhebine bağlıdır. Kalan nüfus (%6) Hıristiyan dinine mensuptur.

#### **2.3.4. Dil**

Cibuti'nin resmî dili Arapça ve Fransızcadır. Okullarda Fransızca ve Arapça eğitimi verilmektedir. Ülkede resmî dil Arapça ve Fransızca olmasına rağmen Somalice ve Afarca yaygın olarak konuşulmaktadır.

### 2.3.5. Eğitim

Cibuti’de geçmiş yıllarda eğitim sistemi çok zayıf olmakla beraber eğitim zorunlu değildir. Okul ve öğretmen eksikliği nedeniyle ülkede eğitilmiş nüfus oranı oldukça düşüktür. 1999 yılında Cibuti hükümeti eğitime önem vermeye başlamış, ülkenin gelişme planı ve programlarında eğitim öncelikli konular arasında yer almıştır.

Eğitim ve yetiştirme, okulların ve yönetimlerin kurulması, öğretim programlarının geliştirilmesi ve öğretmen eğitimi kanunla düzenlenmektedir. Eğitime ayrılan kaynakların artması düşen eğitim standartlarında bir artış sağlamıştır. 2012 ve 2013 yılları arasında (2003 ile 2004 arasında %49,5’ten) ilköğretime brüt %78,5 ve genel olarak okula ortalama %70 oranında erişimle eğitimde önemli gelişmeler sağlanmıştır. Buna ek olarak Cibuti, ilkokulda cinsiyet eşitliğine doğru ilerlemektedir. Kız çocuklarının %46 oranında brüt katılımı vardır (Djiboutinfo, 2018).

Cibuti’de eğitim ücretsiz şekilde sağlanmakta, kaynaklar ve kitaplar için ayrı bir resmi ücret istenmemektedir. Cibuti’de eğitim sisteminde ilkokul beş, ortaokul dört, lise üç yıldır. Eğitim dili Fransızca ve Arapçadır. Cibuti’de yalnızca bir büyük devlet üniversitesi bulunmaktadır ve özel enstitüler mevcuttur.

Cibuti’deki okula kayıt oranları dünyanın en düşük oranları arasındadır (%39). Okuma yazma bilenlerin oranı %70’tir ve kadınlar okuma yazma bilmeyenlerin %85’ini oluşturmaktadır.

### 2.3.6. Sağlık

Anne ve çocuk ölümünde son yıllarda büyük bir düşüş olmuştur (2002 yılında %103, 2012 yılında %75,8). Sağlık hizmetlerine ve gerekli ilaçlara erişim artmış, 0 ile 5 yaş arası çocukların (2002 yılında %53,1, 2008 yılında %83,1) ve hamile kadınların ülke düzeyinde bağışıklıklarında artış kaydedilirken aynı zamanda HIC/AIDS’in toplum içindeki yayılma hızının sabitlenme oranında önemli artış sağlanmıştır. Ülkede en yaygın hastalıklar sıtma, AIDS, tüberküloz, dang humması ve kolera gibi hastalıklardır. Cibuti’de dokuz adet devlet hastanesi ve yedi adet özel hastane bulunmaktadır (Djiboutinfo, 2018).

Konu	Veri
Ulus	Cibutili Büyük etnik gruplar (Somali %60, Afar %35) Küçük etnik gruplar (Fransız, Arap, Etiyopya. Toplam %5)
Nüfus	921,804
Din	Sünni Müslüman %94, Hristiyan %6
Diller	Arapça, Fransızca (resmî), (Somalice ve Afarca yerel halk dilidir.)

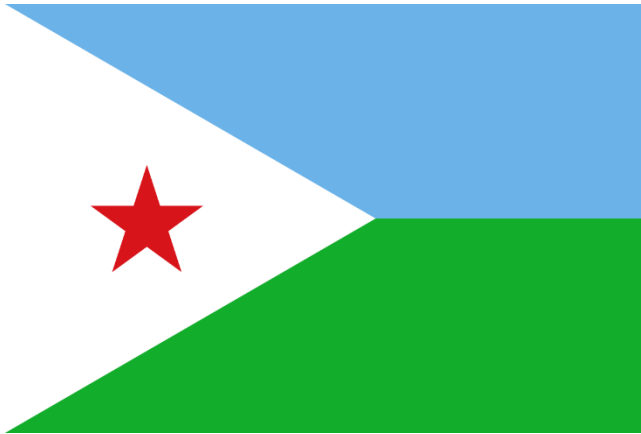
Nüfus artış oranı	%2,7
Yaş oranı	0-14 yaş %29,97 (erkek 138,701 / kadın 137,588) 15-64 yaş %66,06 (erkek 264,283 / kadın 344,668) 65 yaş üstü ve %3,97 (erkek 16,245 / kadın 20,319)
Ortalama hayat süresi	Nüfus ortalama hayat süresi 64,7 yıl Erkeklerde: 62,7 yıl Kadınlarda: 67,4 yıl
Bebek ölüm oranı	41,6 ölüm / 1.000 doğan bebek

Tablo 2.1. Cibuti demografik bilgileri

Kaynak: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/dj.html>

## 2.4. Siyasi ve İdari Yapı

Cibuti Cumhuriyeti'nin bayrağı iki dik dikdörtgen (üstte mavi ve altta yeşil renkli), bayrak direği tarafından ikizkenar beyaz bir üçgen ve bu üçgenin içinde ülkeyi oluşturan beş bölgeyi temsilen beş köşeli yıldızdan oluşmaktadır. Üstte mavi renk gökyüzünü ve denizi; altta yeşil renk yeryüzünü temsil etmektedir. Beyaz barışın simgesi olup kırmızı beş köşesi bulunan yıldız ise ülkede beş bölge arası birliği simgelemektedir. Cibuti bayrağı ilk defa 27 Haziran 1977 tarihinde ülke Fransa'dan bağımsızlık kazandığında göndere çekilmiştir. Cibuti'nin mottosu "birlik, eşitlik ve barış"tır.



Şekil 2.1. Cibuti bayrağı

Bağımsızlığını 27 Haziran 1977 yılında elde eden Cibuti, yarı başkanlık sistemi ile yönetilmektedir. Eskiden Fransız Somaliland (1896-1967) ve Afar ve Issa Fransız Bölgesi (1967-77) olarak bilinmekte olan ülke 27 Haziran 1977'de Cibuti Cumhuriyeti adını almıştır.

1977-1992 yılları arası dönemde tek parti rejimi ile yönetilmiştir (Popüler İlerleme Meclisi/Rassemblement Populaire pour le Progrès; RPP).

1992 yılında oluşturulan anayasayla birlikte çok partili sisteme geçilmiştir. Parlamentoda 65 üye görev yapmaktadır ve görev süresi beş yıldır. Cibuti devlet başkanlığı seçimleri beş yılda bir yapılmaktadır. Cumhurbaşkanı aynı zamanda hükümetin başıdır. Başbakan ise Devlet Başkanı tarafından atanmaktadır. Hükümet başbakan, yirmi bir bakan ve iki devlet sekreterinden oluşmaktadır.

Yargı organını ülkenin en üst seviye yargı organı addedilen Yargıtay temsil etmektedir. Ülke, idari bakımdan Ali Sabih, Arta, Dikhil, Cibuti, Obock ve Tacura olmak üzere altı bölgeye ayrılmıştır.

Ülkede birkaç siyasi parti mevcuttur. İlerici Halk Meclisi Partisi, Demokratik Yenileme Partisi, Demokrat Millî Partisi ve bazı siyasi baskı grupları ülkede faaliyet göstermektedir.

Hassan Gouled Aptidon (1977-1999), Cibuti'de ilk seçilen cumhurbaşkanı olmuştur. 1999'da ilk çok partili cumhurbaşkanlığı seçimleri gerçekleşmiş ve RPP adayı İsmail Omar Guelleh seçimi kazanarak 2005, 2011, 2016'dan sonra 9 Nisan 2021'de gerçekleşen seçimleri de kazanmış ve beşinci defa iktidara gelmiştir. Yirmi iki yıldır Guelleh yönetiminde yönetilen ülke, çevre ülkelerde devam eden krizlere rağmen ekonomik ve siyasi açıdan istikrarlı bir süreci devam ettirmektedir (TC Dışişleri Bakanlığı, 2011).

#### **2.4.1. Dış İlişkiler**

Cibuti'nin ABD ve Fransa ile seçkin ilişkileri vardır. Ancak komşuları olan Eritre ile gergin bir ilişkiye sahiptir. Ülke, Somali'deki tüm gelişmelerden etkilenmektedir. Cibuti Arap ligi üyesi olarak da bazı Arap ülkeleriyle tarihî ilişkilere sahiptir. Cibuti ayrıca son zamanlarda Türkiye, Çin ve Japonya ile çok önemli ilişkiler kurmaya başlamıştır.

#### **2.4.2. Yabancı Güçler**

Cibuti, ABD'nin en büyük askerî üssü olan ve Cibuti havaalanı bölgesinde bulunan ABD Lemonnier kampına ev sahipliği yaparak ABD Silahlı Kuvvetleri Afrika Komutanlığı'nın merkezi hâline gelmektedir. Uluslararası güçler 2002 başlarında ülkede askerî üslerini kurmaya başlamıştır. Aynı zamanda Fransa'ya ait yabancı lejyonu Cibuti'nin başkentine uzak bir bölgede kalıcı olarak yerleşmektedir.

Ayrıca Cibuti’de çok büyük askerî tatbikatlar yapılmaktadır. 2013 yılında Cibuti’de Çin’e ait askerî bir üssün kurulması yönünde Çin ve Cibuti arasında ilk anlaşma sağlanmıştır.

## **2.5. Ekonomik Yapı**

Cibuti ekonomisi coğrafi konumundan bağımsız düşünülemez. Hint Okyanusu ve Kızıldeniz’i bağlayan en önemli geçiş alanlarından birinde yer alan Cibuti, Kızıldeniz ile Hint Okyanusu’nu birbirine bağlayan, dünyadaki en önemli geçiş noktaların birinde, Bab’ül Mendep Boğazı’nın üstünde yer almaktadır. Sahip olduğu stratejik konum aracılığıyla Cibuti yakıt ikmal merkezi ve bölgesel deniz ulaştırmacılığı alanlarında bir merkez haline gelmiştir. Cibuti ve Doraleh Limanları kâr sağlayan bir işleve sahip olup bu sebeple ülkede hizmet sektörüne dayalı ekonomik faaliyetler yürütülmektedir. Batılı bazı ülkelerin bölgede üs kurmuş olması ise kira geliri ile ekonomik yönden katkı sağlamaktadır. Hâlihazırda Cibuti’de ABD, Japonya, Almanya, Fransız ve Çin üsleri bulunmaktadır.

Cibuti aynı zamanda bir dizi ekonomik örgütün de üyesidir. Cibuti, Doğu Afrika’da serbest ticaret rejimine ve serbest ticaret bölgesi statüsüne sahiptir. DTÖ (1995 yılından beri), Afrika Karayıp ve Pasifik (AKP), COMESA (Doğu ve Güney Afrika Ortak Pazarı), IGAD (Hükümetler Arası Kalkınma Otoritesi), Arap Birliği ve Afrika Birliği’nin bir üyesidir. Afrika Kıta Serbest Ticaret Anlaşması’nı ve bir dizi ikili anlaşmayı imzalamıştır. Anlaşmalarda Cibuti, özellikle Etiyopya ile bölgesel ekonomik entegrasyonun teşvik edilmesine büyük ilgi göstermiştir.

Dünya Bankası 2019 tarihli verilerine göre ülkenin millî geliri (GSYİH) 3,3 milyar dolar, kişi başına düşen gelir ise 3,408 dolardır. Ekonomisi %7,5 oranında büyümüştür. Son üç yılın büyüme ortalaması ise %7,1 olmuştur. Enflasyon %3,3 seviyesindedir. İşsizlik seviyesi %10 düzeyindedir. Mali sistemi (bütçesi, dış ticareti ve dolayısıyla cari işlemler dengesi) açık vermektedir. GSYİH içinde sektörlerin payı; hizmetler %81,6, sanayi (inşaat dâhil) %17 ve tarım %1,4’tür. İmalatın payı sadece %3,3’tür. Hizmet sektörü (liman işlemleri, nakliye, haberleşme, turizm, bankacılık) ağırlıklıdır. Altyapı projeleri de (müteahhitlik sektörü) ekonominin büyümesinde önemli itici güç olmuştur (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020).

Cibuti limanında yürütülen iş hacmi %70 oranında Etiyopya ile yapılan ihracat ve ithalata dayalıdır. Etiyopya ile Somali’ye de hizmet sunan Cibuti Limanı, Doğu Afrika ile yapılan ticaret açısından önemli bir geçiş noktası olma özelliğine sahiptir. (T.C Dışişleri Bakanlığı, 2011). Ülkedeki kurak çöl iklimi tarım faaliyetlerini kısıtlamaktadır. Su kıtlığı ve tarıma uygun arazilerin sınırlılığı nedeniyle ülkedeki tarımsal faaliyetler sebze, meyve ve hurma gibi

bazı ürünlerle yalnızca yerel tüketim için sınırlıdır. Çoğu gıda ürünü yurt dışından ülkeye ithal edilmektedir. Cibuti'deki sanayi sektörü, küçük boyutu ve sınırlı üretimi açısından tarım sektöründen çok farklı değildir. Ülkenin sanayi faaliyeti gıda ve içecek endüstrileri, inşaat malzemeleri, kâğıt, el sanatları, su paketleme, mobilya, gemi ve tekne yapımı ve onarımı gibi imalat endüstrilerine dayanmaktadır.

Cibuti'de deniz balıkçılığı umut verici ekonomik sektörlerden biri olarak kabul edilir ve bu çerçevede balık konserve endüstrisi ve buna bağlı diğer endüstriler de dâhil olmak üzere bir dizi küçük sanayi kurulmuştur.

2018 yılında Cibuti'nin mal ihracatı 168 milyon ABD doları, ithalatı 804 milyon ABD doları şeklinde gerçekleşmiştir. Hizmet ihracatı 209 milyon ABD doları, hizmet ithalatı 202 milyon ABD dolarıdır. Mal ve hizmet ithalatı 2016'ya göre %16, ihracat %6 oranında artmıştır (Dünya Bankası), dış ticaret dengesi 2017 yılında 626 milyon ABD doları açık vermiştir. Cibuti'nin ithalat yaptığı ülkeler arasında Suudi Arabistan, Çin, Halk Cumhuriyeti, Birleşik Arap Emirlikleri, Malezya, Amerika Birleşik Devletleri, Pakistan, Hindistan, Endonezya ve Etiyopya bulunmakta olup başlıca ithalat ürünleri arasında gıda, meşrubat, ulaşım ekipmanları, elektrikli aletler, arabalar, petrol ürünleri ve kimyasallar yer almaktadır. İhracat yaptığı ülkeler arasında Somali, ABD, Yemen ve Birleşik Arap Emirlikleri önde gelmekte olup ve en önemli ihracat ürünleri arasında canlı hayvan, tuz, deri, kahve ve diğer ürünler yer almaktadır. Cibuti'ye Türkiye'den gerçekleştirilen ihracat 98,1 milyon ABD dolarıdır. İhracat yapılan temel malzemeler makarna, demir-çelik çubuklar, kuru baklagiller, pamuk tohumu yağları, ayçiçeği aspir, buğday unudur. İthalat ise 113 bin ABD doları olup başlıca ithalat malzemeleri demir çelik (çubuklar, inşaat ve inşaat aksamı, demiryolu ve tramvay hattı malzemesi, yassı hadde ürünleri), bakır tellerdir. Dış ticaret dengesi toplamda 98 milyon ABD dolarıdır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020).

Cibuti'nin para birimi Cibuti frangıdır (1 Dolar: 177,7 DFr-sabit). Cibuti'de çalışma saatleri hafta içi 8.00-12.30 ve 14.30-17.00 arasındadır. Cuma ve cumartesi günleri hafta sonu tatilidir.

## **2.6. Cibuti Medyası**

Cibuti medyası hükümetin kontrolü altındadır. Dolayısıyla ülkede ifade özgürlüğü ya da bağımsız gazeteciler söz konusu değildir. Cibuti'de bir adet radyo ve televizyon bulunmaktadır. Cibuti Cumhuriyeti Radyosu ve Televizyonu (RTD) 1940 yılında kurulmuştur.

1967 yılında Fransız makamları, kendi karargâhlarındaki radyo ve televizyon istasyonu olması için yerel bir televizyon kanalı kurmuştur. Radyo istasyonları çoğunlukla eğlence, sosyal haber, analitik, tarih ve spor programları gibi düzinelerce program yayınlamıştır. Sosyal programlar ve gençlik programları genellikle Somalice, Afarca ve bazen Arapça yayınlanmaktadır.

Cumhuriyet'teki tek radyo ve televizyon, son dört dekat boyunca dünyada yaşanan medya gelişimini takip etmemiş, içerik ve performans açısından ve idareden bağımsızlık açısından büyük bir düşüş kaydetmiştir.

Ülkede sadece iki günlük gazete yayınlamaktadır: La Nación (Millet) adlı devlet tarafından yayınlanan gazete, iktidardaki Popüler İlerleme Partisi'nin sözcüsü gazete Al-Qarn (Arapça). Cibuti Bilgi Ajansı 1978'de kurulmuştur. Fransızca (ADİ, Agence Djiboutienne d'Information) olarak kısaltılmıştır. 1978 yılından beri Fransızca ve Arapça yayın yapmaktadır. Cibuti Bilgi Ajansı İletişim Bakanlığının etkisi altındadır.

Ülkede 2013 yılında internet hizmeti telefon hatları üzerinden tanıtılmıştır. Hükümet, ülkedeki tek internet servis sağlayıcısına sahiptir. Özel telekomünikasyon bulunmamaktadır. Dolayısıyla internet kullanan nüfus yaklaşık %40'tır. Hükümet, internet kullanımını sansür veya kısıtlamalara tabi tutmasa da tüm elektronik ortamlar dikkatle izlenmektedir.

Ülkede kurumsal anlamda bir medya kuruluşu yoktur. Bununla birlikte Cibuti'deki Ulusal İnsan Hakları Derneği ve Cibuti'deki İnsan Haklarına Saygı Cemiyeti gibi birkaç insan hakları örgütü bulunmaktadır. Cibuti'de Basın Özgürlüğü adlı makalede “Anayasa, ifade ve basın özgürlüğü sağlar ancak hükümet gazeteciliği ciddi şekilde kısıtlar ve uluslararası gözlemciler Cibuti'nin basın özgürlüğünden yoksun olduğunu iddia eder.” denmektedir.

## **2.7. Cibuti ile Türkiye Arasındaki İlişkiler**

Türkiye – Cibuti ilişkisi çok uzun yıllara dayalıdır. Günümüzde Cibuti'nin bulunduğu bölge, 16 ve 19. yüzyıllar arası dönemde Osmanlı Devleti'nin himayesinde kalmış topraklardır. Bahsi geçen dönemde Habeşistan toprakları içinde bulunan Cibuti, Osmanlı Devleti'nin hâkimiyetine alınmış ve bu yolla Kızıldeniz'in güvenliği sağlanmak istenmiştir. Osmanlı askeri karargâhı hemen hemen dört yüzyıl boyunca ve günümüzde de Cibuti topraklarına dâhil olan Tacura şehrine hizmet etmiştir. Özellikle İspanyollar ile Portekizlilerin Doğu Afrika'ya hâkim olmaya yönelik çabaları, Harem-i Şerif'in korunması ve ticari güvenliğin sağlanması amacıyla Osmanlı Devleti tarafından engellenmiştir (Şahin ve Karaköy, 2018).

### 2.7.1. Diplomatik İlişkiler ve Elçilik Faaliyetleri

Cibuti ve Türkiye yıllardır kültürel ve tarihsel ilişkileri paylaşmaktadır. Cibuti ile Türkiye arasında modern dönem ilişkilerinin başlangıcı ancak 1987 yılından sonraya tekabül etmektedir. Cibuti ve Türkiye arasındaki diplomatik ilişkiler, bir Türk heyetinin 1987 yılındaki Cibuti ziyaretinden beri sürmektedir. Son yıllarda Türkiye ile Cibuti arasındaki ilişkiler olumludur. Söz konusu ilişkilerin en iyi seviyeye getirilmesi için iki ülke arasında siyasi, diplomatik ve ekonomik ilişkilerin gelişmesine çalışılmaktadır. 15 Şubat 2013'te Türkiye ilk defa Cibuti'de bir büyükelçilik kurma teması olmuş, aynı yıl büyükelçilik faaliyet göstermeye başlamıştır. Cibuti'nin Ankara Büyükelçiliği ise 2012 tarihinde faaliyete geçmiştir. Büyükelçi Aden Houssein Abdillahi 15.05.2012 tarihinde Türkiye Cumhurbaşkanı'na güven mektubunu sunmuştur. İki ülke arasındaki ilişkiler her alanda gelişmektedir. Özellikle son yıllarda taraflar arasında hem bakanlıklar hem de devlet başkanlığı düzeyinde birçok ziyaret gerçekleşmiştir. Bu ziyaretlerde farklı konu ve alanları kapsayan dört antlaşma imzalanmıştır. Bu anlaşmalar başta tarım, enerji, sağlık, güvenlik, eğitim, yatırım, ticaret ve nakliye alanlarındadır (Cibuti Büyükelçiliği, 2019).

Cibuti Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı İsmail Ömer Guelleh, 18-20 Ağustos 2008 tarihleri arasında İstanbul'daki ilk Türkiye-Afrika zirvesine katılmıştır. 5-18 Ocak 2009 tarihleri arasında Cibuti Cumhurbaşkanı, mevkidaşı Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün davetinden sonra Ankara'ya resmî bir ziyaret gerçekleştirmiştir. 23-25 Ocak 2015'te ise Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından Cibuti ziyareti gerçekleştirilmiştir. Bu ziyaret sırasında II. Abdülhamit Han Camisi ve Ambouli Dostluk Barajı yapımı yönünde karar alınmış olup bunlar taraflar arasındaki dostluğun önemli bir göstergesidir. Cibuti Meclis Başkanı Mohamed Ali Houmed, Türkiye-Cibuti Parlamentolar Arası Dostluk Grubu mensubu milletvekilleri ile birlikte 7-12 Temmuz 2019 arasında Türkiye'yi ziyaret etmiştir (T.C Dışişleri Bakanlığı, 2011).

2012 Türk Hava Yolları (THY) Cibuti seferlerini başlatmış ve bu seferler haftada iki gün olarak planlanmıştır. Kısa süre sonra haftada üç güne çıkarılan seferler hâlen karşılıklı olarak haftada üç gün olarak devam etmektedir.

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) 2015 yılı içinde Cibuti'de ofis açarak ülkede eğitim, kültür, sağlık ve tarım alanında çeşitli projeler gerçekleştirmiştir. Başbakanlığa bağlı Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) aracılığı ile Türkiye, Cibuti'de kalkınma yardımları projeleri gerçekleştirmektedir. Bu projeler arasında TİKA, Balbala Kadın Eğitim

Merkezi'ne ek bina yapımı tamamlanmıştır. Bununla kadınlara kendilerine gelir sağlayabilecekleri mesleklerin öğretilmesi ve bu suretle hane halklarına gelir sağlayıcı bir faaliyette bulunulması hedeflenmektedir. TİKA tarafından ülkenin Tacura kentinde Osmanlı Devleti'nden kalan üç caminin restorasyonu yapılmış, 500 metrelik sahil şeridi düzenlemesi ve yeni deniz feneri kültürel ve sosyal amaçlı olarak inşa edilmiş, İstanbul Fanusu olarak adlandırılmıştır. Türkiye ve Afrika ülkeleri arasında ticaret hacmi, siyasi iletişim, ekonomik yatırımlar, eğitim faaliyetleri, kalkınma ve yatırım gibi pek çok alanda son yıllarda ilişkilerin ivme kazandığı ifade edilebilir. Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı tarafından köylere sondaj makinesi hibe edilerek ve su kuyuları açılarak halkın su ihtiyacının karşılanması hedeflenmiştir (Yavuz, 2016).

### 2.7.2. Ticari İlişkiler

1987 yılında diplomatik ilişkiler kurulduğundan beri Cibuti ile Türkiye arasındaki ticari işler sürekli ilerlemektedir. Türkiye-Cibuti Ticaret, Ekonomik ve Teknik İşbirliği Karma Komisyonu (KEK) 3. Dönem Toplantısı 24-25 Aralık 2016 tarihlerinde Cibuti'de gerçekleştirilmiş olup KEK Toplantı Tutanağı taraflar arasında 29 Aralık 2016 tarihinde imzalanmıştır. Her iki ülkede iç onay sürecinin tamamlanmasını müteakiben KEK Toplantı Tutanağı yürürlüğe girecektir (DEİK).

Yıl	İhracat	İthalat	Hacim	Denge
2017	102.506	406	102.912	+102.100
2018	196.499	406	196.743	+196.255
2019	251.923	15	251.938	+251.908

Tablo 2.2. Türkiye-Cibuti dış ticaret göstergeleri (ABD Doları, 1000ve)

Kaynak:<https://ticaret.gov.tr/data/5b885d7aaf23be7c5c10c652/CİBUTİ%20ülke%20profili.pdf>

T.C. Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2017 yılında Türkiye-Cibuti ikili ticaret hacmi 102 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında ise 197 milyon ABD doları yükselmiş, 2019 yılında bu rakam 251 milyon ABD dolarına ulaşmıştır. Türkiye'nin Cibuti'ye ihracatında en önemli ürünler demir çelik sektörü, inşaat malzemeleri ve elektrik ürünleridir. Cibuti'nin 2018 yılında Türkiye'den toplam ithalatı ürünleri makarna,

demir/alaşimsız çelikten çubuk, bitkisel yağlar, ayçiçek yağı, toprak, maden, cevheri taşıma, ayırma ve undur. Türkiye'nin Cibuti'den gerçekleştirdiği ithalat ürünleri baskı mürekkepleri, yazı ve çizim mürekkepleri vb. işlenmemiş alüminyum, feldispattır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020).

Ekonomik kalkınma ve iş çevresini iyileştirmek için Cibuti Ekonomi ve Finans Bakanı ve Türk mevkidaşı 2013 yılında yatırımların karşılıklı tanıtımına ve korumasına ilişkin bir anlaşma imzalamıştır. Afrika'ya ilk resmî ziyaret için Türk Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, Cibuti'yi seçmiştir ve bir Cibuti-Türkiye ekonomik forumun organizasyonu ile 09-10 Kasım 2014'te bir görev gerçekleştirmiştir. Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan, Ocak 2015 tarihinde Cibuti'ye resmî ziyareti süresince Türk özel ekonomik bölgesinin kurulmasına ilişkin bir anlaşma onaylanmıştır. Cibuti'de iki tane Türk şirketi ve sayıları 12'yi geçmeyen işçi veya şirket sorumlusu Türkler vardır. 2015 tarihinde ise bu rakamlarda değişiklikler olmuştur. Ülkede 20'ye yakın Türk şirketi vardır ve Türklerin de işçi veya şirket sorumlusu olarak sayılarının 400'e çıktığını görmek mümkündür (Cibuti Büyükelçiliği, 2019).

24 Ocak 2015'te Cibuti Ticaret Odası ve DEİK arasında yapılan bir antlaşma ile Türkiye-Cibuti İş Konseyi kurulmuştur. Bu konsey, iki ülke arasında ekonomik faaliyetlerin artırılması için iş forumları, toplantılar, heyet ziyaretleri, seminerler gibi birçok faaliyetin yürütülmesi amacıyla kurulmuştur (DEİK, 2018).

### **2.7.3. Yükseköğretim Alanındaki İlişkiler**

Cibuti-Türkiye ilişkilerinin daha iyi bir düzeye ulaşması için gereken en mühim konulardan bir tanesi de eğitim alanında iş birliği yapılmasıdır. Cibuti Eğitim Bakanı, 24 Şubat 2017 tarihinde Ankara'yı ziyaret etmiştir. Eğitim Bakanı Moustapha Mohamed Mahamoud, Türk Milli Eğitim Bakanı ile görüşmüştür. Bu toplantı sonucunda Bakan ve Türk mevkidaşı eğitim ve mesleki eğitim alanında ilişkilerini desteklemek amacıyla iş birliğini sürdürmek ve güçlendirmek üzere iki ülke arasında bir iş birliği anlaşmasına imza atmıştır. Bu anlaşmalar özellikle mesleki formasyon merkezlerinin ve teknik liselerin değerlendirmelere ve devamlı bir eğitim ve formasyon mekanizmasının oluşturulmasına, teknik eğitim programlarının uyarlanmasına ve ayrıca karışık bir çalışma grubunun oluşturulmasına dayanmıştır. Bu anlaşmanın imzalanması haricinde müzakereler Balbala lojistik ve nakliye merkezinin donanımı, eğitim merkezinin öğretmenlerinin Cibuti'de yerinde eğitimi, Balbala merkezinden çıkan gençlerin Türkiye'de mesleki sektöre tahsis edilen en iyi okullarda karşılama, mesleki lise öğrencileri için Türkiye'de eğitim için bursların sunulması ve teknik liselerin

rehabilitasyonu ve donanımı gibi birçok projenin desteğine ilişkin olmuştur. Türk Eğitim Bakanı, Cibuti’de gelecek eğitim yılında eylülde kapılarını açması gereken bir okulun inşasının başlatılması için Maarif Türk Kuruluşu ile bir protokolün imzalanmasını talep etmiştir. Maarif Kuruluşu; Başkanlığın ve Türk Millî Eğitim Bakanlığının vesayeti altında bulunan ve Fethullah Gülen (FETÖ) terör örgütüne bağlı okulları geri almayı ve yönetmeyi arzu eden bir Türk kamu kuruluşudur. Cibuti Yükseköğretim ve Araştırma Bakanı iki ülke arasında iş birliğinin güçlendirilmesi çerçevesinde 2013 ile 2015 arasında Türkiye’de birden fazla görev gerçekleştirmiştir. Cibuti Üniversitesinin Mühendislik Fakültelerinin desteklenmesi amacıyla ODTÜ, İTÜ, GAZİ vb. birçok Türk üniversitesi ile ve CERD ile MTA (Minéral Research ve Exploration General Directorate) arasında jeotermi eğitimleri alanında birden fazla anlaşma imzalanmıştır. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Başkanı ve ayrıca İTÜ (İstanbul Teknik Üniversitesi) rektörü sırasıyla Eylül 2015’te ve 2016 yılında Cibuti’yi ziyaret etmiştir. YÖK Başkanı Saraç, Cibuti’nin Türk yükseköğretim sisteminin birikimlerinden yararlanabilmesi için bir inisiyatif başlatmış, bu bağlamda Cibuti Yükseköğretim ve Araştırma Bakanı ile bir Mutabakat Zaptı imzalamıştır (Cibuti Büyükelçiliği, 2019).

Bu bağlamda Türkiye’de Cibuti uyruklu öğrenci sayısında artış Türk yükseköğretim sisteminde 2014-2015 akademik yılında 52 olan Cibuti uyruklu öğrenci sayısı, iki ülke arasındaki iş birliği sonucunda 2019-2020 akademik yılında ortalama 15 kat artış göstererek 767’ye erişmiştir. Böylelikle Türkiye, Fransa’dan sonra Cibuti gençlerinin en fazla tercih ettiği ikinci ülke haline gelmiştir. Mesleki eğitim alanındaki çalışmalar ve iş birliği için Çankırı Karatekin Üniversitesi görevlendirilmiş, Cibuti Üniversitesi ile yapılan iş birliği protokolü çerçevesinde yaz okulu programlarına Cibuti’den gelen öğrencilere Çankırı Karatekin Üniversitesinde kısa dönem mesleki eğitim verilmiştir. Her yıl Cibuti tarafından seçilen öğrenciler Cibuti hükümetinin burslusu olarak çeşitli alanlarda öğrenim görmek üzere Çankırı Karatekin Üniversitesi tarafından kabul edilmiştir. Toplam öğrenci sayısı 2016 yılında 22, 2017 yılında 23, 2018 yılında 33’tür. Bu öğrenciler Gazi Üniversitesi ve Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesinde yüksek lisans yapmaktadır.

İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) yeni kurulan Cibuti Üniversitesi Mühendislik Fakültesi’nin yapılandırılması için görevlendirilmiş, kurulan İnşaat ve Elektrik Mühendisliği bölümlerine giren, her bir bölümde 22 olmak üzere toplam 44 öğrenci, İTÜ’nün sağladığı akademik destek ve iş birliğiyle 2018-2019 akademik yılı sonunda mezun olmuştur.

Sağlık alanında da Cibuti'den gelen talep doğrultusunda Cibuti'nin sağlık alanındaki uzmanlarını yetiştirmesi için Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi (AYBÜ) görevlendirilmiş, böylece AYBÜ'de tıp alanında uluslararası doktora programları açılmıştır. Burada açılan Pediatri, Jinekoloji ve Kardiyoloji programlarında Cibutili doktorlar Cibuti hükümeti burslusu olarak hâlen doktoralarını sürdürmektedir.

### 3. KULLANIMLAR VE DOYUMLAR KURAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

#### 3.1. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

Kullanımlar ve doyumlar kuramı, kitle iletişim araçları arasındaki ilişkinin açıklanması ve değerlendirilmesi konusunda kullanılan iletişim teorileri içinde içerik ve özellik açısından en öne çıkan ve en yaygın olanıdır. Bu yaklaşım, kitlesel iletişimin iletişim araçlarının yerine getirdiği işlevleri, içeriği, bireylerin iletişim araçlarına maruz kalma sebeplerini şekillendirerek sistemli bir fonksiyonel çalışma ile ele alınmasını ifade etmektedir.

Bu yaklaşım, 1940'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkışıyla aynı zamanda iletişim araçları ve kitleler arasındaki ilişkiyi ifade eden yeni bir kavram da ortaya çıktı. Bu kavram, bireylerin iletişim araçlarına maruz kalmasına işaret etmektedir. İçeriği ise, bu maruz kalmanın, isteğini ne derece yerine getirdiği ve farklı ihtiyaçlarını ne derece doyurduyuyla ilişkilidir. Bu, daha önce kitlelerin iletişim konusunda aldığı rolle ilgili görüşlerin dönüşümü demektir. Daha önceleri hâkim kanaat, kitlelerin sadece iletişim araçlarının yaydığı mesajların pasif izleyicileri olduğu düşüncesiydi. Bu yüzden bu yaklaşım, izleyicilerin etkin bir rol oynadığını ve iletişim araçları ile kendileri arasındaki ilişkide etkili olduklarını ifade etmektedir.

Kullanım ve doyumlar kuramı, ilk olarak 1959 yılında Elihu Katz'ın yayınladığı makalesine dayanmaktadır. Bernard Berelson'un öne sürdüğü "İletişim araştırmaları alanı ölmüş gözüküyor" düşüncesine tepki olarak, asıl ölmekte olanın ikna araştırmaları olduğunu belirtmiştir. Katz, o zamana kadar yapılmış birçok iletişim araştırmasının "Medya, insanlara ne yapıyor?" sorusuna cevap vermeyi amaçladığını belirtmiştir. Bu araştırmaların çoğu, kitle iletişimin insanları ikna etmede çok az etkiye sahip olduğunu göstermiş ve bu yüzden araştırmacılar daha fazla etkiye sahip olan, grup etkileri gibi değişkenlere ağırlık vermeye başlamışlardır. Katz, iletişim alanının kendisini şu soruya yönelerek kurtarabileceğini ileri sürmüştür; "İnsanlar, medya ile ne yapıyor?" (Balcı ve Ayhan, 2007).

Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı'na göre seyirciler, kitle iletişim araçlarının pasif kurbanları yahut alıcıları değildir. Bu yeni yaklaşıma göre bireyler, medyayı bazı ihtiyaçlarını karşılamak adına aktif biçimde kullanmaktadır (Koçak, 2012).

Bu yaklaşım, araştırma konusunun incelenmesine yardımcı olmaktadır. Çünkü, televizyon dizilerinin kullanımlarını ve bu kullanımların güdülerini ve sonuç olarak da ortaya çıkan etkilerini tanımlamak için kullanılan en uygun teorilerden biri olarak kabul edilmektedir.

### 3.2. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramının Tarihsel Gelişimi

Kullanımlar ve doyumlar kuramı tarihsel açıdan beş farklı dönemde ele alınmaktadır: 1940'lı yıllar, 1950-1960 yılları arası dönem, 1970'li yıllar, 1980-1990 yılları arası dönem ve 2000'lerden bugüne (Temel, 2019).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı çalışmaları, 1940'larda Lazarsfield, Herzog, Stannon ve Pearlson'ın çalışmaları, 1950'lerde Release, Fredelson ve McKobe'nin çalışmaları, 1960'larda ise Shram, Lull ve Parker'ın çalışmalarıyla ortaya çıkmıştır. Bu açıdan yaklaşımın ilk çalışmalarının radyo ve gazetelerin kullanımının sınıflandırılmasıyla şekillendiğini görüyoruz (Karadas, 2020).

Kullanımlar ve doyumlar, bu tarihsel dönemlerde son derece dinamik ve esnek bir yaklaşım olarak iletişim çalışmaları alanında benimsenen ve günümüzde de hala canlılığını koruyan bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır (Özçetin, 2018).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı tarihsel çerçevede incelendiğinde Klasik ve Modern dönemler olarak iki şekilde ele alınmaktadır. 1940'larda klasik dönem, New York'ta "Uygulamalı Sosyal Araştırma Bürosu'nun çalışmalarından oluşmaktadır. Bu dönemde Herzog, Suchman ve Berelson'un eserleri öne çıkmaktadır.

- Herzog'un 1944 yılında radyoda yayınlanan "Arkası Yarın" programlarının ev kadınları tarafından nasıl kullanıldığı, onlara ne gibi doyumlar sağladığı ve beklentilerine ne şekilde yanıt verdiğine ilişkin araştırmada bulunmuştur (Özarslan ve Nisan, 2011).
- 1942 – 1944 yılları arasında Paul F. Lazarsfeld ve Herta Herzog, ihtiyaçlarını karşılamak için radyo dinleyicilerinin hangi programları tercih ettiklerini araştırmışlardır (Küçük Kurt, vd., 2009).
- Suchman, radyoda klasik müzik dinleme motivasyonları üzerine 1942 yılında araştırmalar yapmıştır (Balcı ve Ayhan, 2007).
- Wolfe ve Fiske, tarafından 1949 yılında çocukların çizgi romanları neden okuduğu ve nasıl bir doyum sağladığı üzere yapılmıştır.
- 1949 yılında Pearlson, gazete dağıtıcılarının grevi esnasında gazete okumayan kişiler üzerine bir araştırma yapmıştır. Bu gazetelerin yokluğuyla ne kaybettiklerini sormuştur. Gazetelerin okuyucular için haber ve bilgi alma, günlük hayatın gerçeklerinden kaçma,

günlük yaşamda bir araç olma gibi alanında önemli bir rolü olduğu sonucuna varmıştır (Küçük Kurt, vd., 2009).

1950'lerin başlarında kurama yönelik ilginin azalmasına rağmen 1950'lerin sonlarından itibaren kullanımlar ve doyumlar kuramına ilgi tekrardan artmıştır. Toplumsal iklim ve ilginin değişmesinin yanı sıra, bu değişen ilginin temel sebeplerinden biri ve kuramın tekrardan popülerlik kazanması Katz, Wright ve Klapper'in çalışmaları sayesinde olmuştur. Elihu Katz'ın yaklaşımı, medya çalışmalarında önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilmiştir. 1959'da Elihu Katz'ın, "Medya, insanlara ne yapıyor?" sorusu yerine "İnsanlar, medya ile ne yapıyor?" sorusunu sorması, medyaya yaklaşımda farklı bir bakış açısı ortaya koymuştur. Bu yaklaşımın kuramsal temellerini oluşturmaya başladığı güne kadar izleyici pasif olarak görüşmüş ve medya, seyirciyi şekillendirmeye odaklanmıştı. Böylece, ilk kez izleyicinin medyayı kullandığı ve belirli bir doyum sağladığı fikri gelişmeye başladı (Küçük Kurt, vd., 2009).

Katz, Blumler ve Gurevitch'e göre (1974: 20), Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi'nin ilgi alanını şöyle tanımlamaktadır:

1. Psikolojik ve toplumsal sebeplere dayalı
2. Gereksinimlerden ortaya çıkan beklentiler
3. Kitle iletişim araçları veya başka kaynaklarda farklı medya kullanım kalıpları ya da başka faaliyetlerin ortaya çıkması
4. Gereksinimlerin tatmin edilmesi ve amaçlanmış olmayan başka sonuçlar (Çakır, 2014).

Modern dönem olarak ele alınan 1970'ler, bu kuramın canlılık kazandığı ve doruğa ulaştığı; 1980'ler ise, yaklaşıma olan ilginin azaldığı ve bir duraklamanın yaşandığı dönemlerdir (Yıldız, 2019).

1970-1980 yılları arası dönem süresince kültürel ve ampirik araştırmalar, gittikçe medya izleyicisi üzerinde yoğunlaşmıştır. Temel amaç bireylerin gündelik yaşamlarında medyayı nasıl kullandıklarının anlaşılması olan ampirik çalışmalar bireylerin, etki teorilerinin ifade ettiği kadar pasif olmadığını saptamıştır. Bunun yanı sıra kültürel araştırmalar da seyircilere kendi perspektiflerinden odaklanmışlar ve elitlerin ellerinde bulunan gücün Frankfurt Okulu teorisyenlerinin sandığı/düşündüğü kadar büyük olmadığını tespit etmiştir. Kullanımlar ve

doyumlar kuramına 1990'ların başından itibaren yeniden artan bir ilgiden söz etmek mümkündür (Çakır, 2014).

Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi'ne ilişkin araştırmaların birçoğu 1960-1970'li yıllarda yapılmıştır. Yaklaşım, bireyin psikolojik ve sosyal gereksinimleri olduğuna ve bunların tatmin edilmesi için bireylerin medya içerikleri ile ilgili arayışlarda bulunmakta olduğu ön kabulüne sahiptir. Bireyler gereksinimlerini belli medya içeriklerini tüketerek giderebilmektedir. Örneğin bir televizyon programının seyredilmesi izleyicinin eğlence gereksinimini tatmin etmekte, bilgi gereksinimi duyan birey ise makale veya kitap okuyarak tatmin sağlayabilmektedir (Yaylagül, 2019).

1990'lı yıllarda, kullanımlar ve doyumlar kuramının başlangıçta televizyon ve haber, reklam gibi televizyon içerikleriyle grup ve birey üzerine odaklanmış çalışmalar üzerine kurgulandığı görülür. Özellikle psikolojik unsurlar bağlamında televizyon – izleyici arasında kurulan ilişkilerde, izleyicide doyum olgusunun öne çıktığı ifade edilebilir. Buna, Conway ve Rubin'in televizyon izleyicilerinin motivasyonlarının psikolojik tercihleri ve Donohoe'in reklam ve kullanımlar doyumları araştırmaları örnek verilebilir. Ayrıca, bu yıllarda bilgisayar ve buna bağlı unsurların bireylerin kullanım ve doyumları ile ilgili araştırmalar alanında yer almaya başlamış ve bilim insanlarının araştırma alanı bu noktaya doğru yönelmiştir. Çünkü bilgisayarların içerikleri ve kullanım alanları artmaya başlamış ve toplumları etkilemede önemli bir konuma ulaşmışlardır (Kuyucu, 2016).

2000'li yıllardan günümüze kadar geçen süreçte kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde yapılan çalışmalar yoğunluk kazanmıştır. Daha çok televizyon, gazete ve radyo araçları, bu yaklaşımın inceleme alanına girmiştir. Ayrıca yapılan kimi çalışmalarda internet ve sosyal medya araçları da kullanımlar ve doyumlar kuramı kapsamında incelenmiştir (Temel, 2019).

### **3.3. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramının Varsayımları**

Araştırmacılar, kuramın kendisinden mülhem olarak ortaya çıkan bilimsel temellerinin ve temel varsayımlarının olduğunu ortaya koymuştur. Bu da araştırmacılar nezdinde yaklaşımın temel konuları açıklık kazandığında gerçekleşmiştir. Bu esaslar ve unsurlar, kuramın bilimsel alanlarını oluşturmuştur. Çünkü kullanım ve doyumlar kuramı, kurşun kuramında olduğu gibi, izleyicilerde iletişim araçlarının etki gücünü ifade eden geçmiş yaklaşımların aksine aktif izleyici hipotezi üzerine bina edilmiştir. Böylece bu teori, izleyiciye pozitiflik niteliği

katmıştır. Bu bakış açısıyla izleyici, artık pasif bir alıcı değil, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayan araçları ve içerikleri bilinçli olarak seçen aktif bir etkidir.

Fiske kullanımlar ve doyumlar kuramının temellendiği varsayımlar şu şekilde özetlemiştir (2003: 199-200):

- İzleyici, medya tarafından yayınlanan içerikler karşısından etkindir ve içeriklerde seçim yapar.
- İzleyici, kendi ihtiyaçları doğrultusunda en yüksek düzeyde tatmin sağlayacak olan medya ve programı özgür bir biçimde tercih eder. Medya yapımcısı programın kullanım amacının ve biçiminin farkında olmayabilir, farklı izleyiciler aynı program ile farklı ihtiyaçlarını tatmin edebilir.
- Doyum sağlamanın tek yolu medya değildir. Spor faaliyetleri, tatil, dans etmek gibi faaliyetler de medyanın sağladığı tatminin elde edilmesini sağlayabilir.
- Bireyler kendi gereksinim ve güdülerinin farkındadır ya da bunların farkındalığı sağlanabilir (Kuyucu, 2016).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı, iletişim araçlarını kullananlarla ilgilenir. Bu iletişim araçlarından biri, bireylerin isteğini karşılayan ve ihtiyaçlarını doyuran televizyondur. Bu, şu anlama gelir; bireyler, her şeyi kabul eden pasif (durağan, etkileşime girmeyen) kişiler değildir. Aksine, kendisine sunulanlar konusunda gerçekleştirmeye çalıştığı belli bir amacı vardır.

### **3.4. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramının Temel Kavramları**

Kullanımlar ve doyumlar kuramı, dört ana kavramdan oluşmaktadır:

#### **3.4.1. Aktif İzler Kitle Kavramı**

Aktif izler kitle kavramına göre izleyiciler, ihtiyaçlarını doyumak ya da belirli sonuçları elde edebilmek için belirli bir medyayı ve içeriğini aktif olarak aramaktadırlar. İletişim araçlarına maruz kalanlar, pasif veya iletişim araçlarının kurbanları değildir. Her bir kişinin farklı doyumları vardır ve izleyiciyi, arayan, seçen ve kendi gücünü kendisi var eden birey durumuna ulaştırmaktadır. Dizi örnekleri üzerinden bakacak olursak, duygusal bir halde olan kişi, drama dizilerini izlemeyi tercih edebilir, eğlenceli bir ruh halinde olan kişi komik bir dizi izleyebilir ve bilgilendirmeye ihtiyaç duyan kişi ise haberleri takip edebilir. Bu yaklaşımla izleyicinin medyayı etkin bir şekilde kullandığı ve medyayı kendi amaçlarına göre seçtiği açıkça ortaya konmaktadır.

Kırhan'a göre etkin izleyici, kendi etkisini ortaya çıkaran izleyicidir. İletimden ziyade tüketiciyle ilgilenen kuram çerçevesinde medya kullanıcısı olan bireylerin güdeleri, televizyon programlarının ne amaçla izlendiği, yazılı basın araçlarının kullanım nedenleri ya da sevilen bir dizinin takip edilme nedeni gibi konular üzerinde araştırma yürütmektedir. Fakat izleyici etkisini kendi seçtiği bir durumda, bu seçimin sonuçlarından da sorumludur, herhangi bir nedenle kitle iletişim çalışanları ya da örgütleri bir şeyden sorumlu tutulamamaktadır. Bunun nedeni ise, izleyicinin başka kanalı ya da kaynağı seçme özgürlüğüne sahip olmasıdır (Kırhan, 2007).

### 3.4.2. Aranan Doyum Kavramı

Kişiler, iletişim araçlarını belli gereksinimlerini gidermek için kullanırlar. Bu kullanımla belli doyumlar arar ve elde ederler. Aranan doyumlar, gereksinimden veya güdüden kaynaklanır ve medyayı kullanma davranışından önce gelir. Elde edilen doyumlar, bu kullanımın sonunda kazanılanlardır.

McQuail, Blumler ve Brown, yaptıkları araştırmada, kullanımlar ve doyumlar kuramında insanların televizyon izleme nedenlerinin belirli ihtiyaçları doyumlamak, yani bir fayda sağlamak için olduğu sonucuna varmışlardır. Mutlu, televizyon izleme nedenlerini aşağıdaki gibi sınıflandırmıştır:

- **Oyalanma:** günlük rutinden ve sorunlardan kaçmak ve duygusal rahatlığa ulaşmak için kullanılır.
- **Kişisel İlişkiler:** arkadaşlık, sosyal fayda, can yoldaşlığı ya da yalnızlık duygusunun hafifletilmesi için kullanılır.
- **Kişisel Kimlik:** kendine referans oluşturma, gerçeklik keşfi sağlama ve değerlerini güçlendirmeyi hedefler. Örneğin, bireyler dizi izleyerek, dizi karakterlerinin kendi sorunlarıyla benzeşen sorunları çözdükleri yöntemi anlayarak kendi sorunlarını da çözmeye çalışır, kendilerine güvenlerini pekiştirir, gerçeği ortaya çıkarır ve değerlerini yüceltir.
- **Gözetim altına alma:** gündemde olup bitenleri takip etme, haberdar olma (Özçetin, 2018).

### 3.4.3. Gereksinimler ve Güdüler Kavramı

Kullanımlar ve doyumlar kuramının üç temel hedefi bulunmaktadır. Bunlardan ilki bireylerin gereksinimlerinin karşılanması için kitle iletişim araçlarının ne yönde kullanıldığının tespit

edilmesidir. İkincisi, bireylerin kitle iletişim araçlarını hangi güdülerle tercih ettiğinin bulunması ve sonucusu, kitle iletişim araçlarının bireysel kullanımının olumlu ya da olumsuz sonuçlarının saptanmasıdır (Özçetin, 2018).

Kullanımlar ve doyumlar kuramında temel kavramlardan biri ihtiyaçlar ve güdülerdir. İhtiyaçlar ve güdüler kavramı, gereksinim duyulan ihtiyaçların giderilmesi için tercih edilir. Daha önceden sahip oldukları bilgiler doğrultusunda izleyiciler medya araçlarının kullanımı bilgisine sahiptir ve medya ile aralarında bir denge kurmaya çalışırlar (Öztürk, 2020).

Bazı araştırmacılara göre, gereksinim teriminin açlık, susuzluk, kişisel güvenlik gibi temel bilişsel ve toplumsal dengeyi yansıtmaktadır ve temel gereksinimlerin doyuma ulaşmasından sonra da keşfetme, yükselme, toplumsal aidiyet gibi yüksek düzeyli gereksinimlerin tatminine girilmektedir. Gereksinimlerin doğrudan gözlenemediği, ancak köklerine ve şekillenmelerine ilişkin yorumlarda bulunulabileceği belirtilmektedir. Gereksinimlerin tatmine ulaştırılmasında kültürel yapı ve biçimler bireylere göre farklılık göstermektedir (Uksel, 2015).

Bireyler tarafından kitle iletişim araçlarına yönelme gereksinimleri şöyle özetlenebilir: güven ve prestij kazanımı, kişiliğin güçlendirilmesi, günlük problemlerden kaçınma, fikir edinme ve bilgi sahibi olma, eğlence ve duygusal rahatlama, arkadaşlık-dostluk gibi bireysel ilişkiler geliştirme (Gökçe, 2002).

Katz, Gurevitch ve Haas (1973), insanların kitle iletişim araçlarını nasıl gördükleri üzerine yaptıkları çalışmada kullanımlar ve doyumlar bağlamında iki önemli bulguya ulaşmıştır; bunlardan ilki, iletişim araçları sayesinde insanlar, başkalarıyla bağlantı kurma gereksinimini gidererek doyum elde etmektedirler. İkincisi ise, aynı şekilde, kitle iletişim araçlarının kendilerine bir tercih sunması ve başkalarıyla bağlantıyı kesmesinde rol oynamasıdır. Bunların yanı sıra, medya tarafından sağlanan doyumları, beş grup halinde değerlendirmişlerdir: (Hazar ve Özkan, 2020).

- **Bilişsel İhtiyaçlar:** Bilgi, kanaat ve anlayışı güçlendirmeye ilgili ihtiyaçlar.
- **Duyuşsal İhtiyaçlar:** Estetik zevk veren duygusal, deneyimleri güçlendirmeye ilgili ihtiyaçlar.
- **Kişisel Duyuşsal İhtiyaçlar:** Güvenilirliği, kendine güveni, istikrarı ve mevcut durumu güçlendirmeye ilgili ihtiyaçlar bu sınıftadır. Bu ihtiyaçlar hem bilişsel hem de duyuşsal unsurları birleştirir.

- **Bütünleştirici İhtiyaçlar:** Aile, arkadaşlar ve dünya ile bağlantıyı güçlendirme ile ilgili ihtiyaçlar bütünleştirici ihtiyaçlar olarak nitelenmektedir.
- **Kaçış:** Gündelik hayatın sıkıntılarında kaçışla ya da gerilimden kurtulma isteği ile ilgili ihtiyaçlardır. Bu kaçış doğrudan Kişinin kendisiyle ve sosyal rollerinden uzaklaşma biçiminde de olabilir (Hazar ve Özkan, 2020).

#### **3.4.4. Elde Edilen Doyum Kavramı**

Kullanımlar ve doyumlar teorisi çerçevesinde bugüne dek yapılmış çalışmalar ele alındığında aranan ve sağlanan doyumun aynı olmadığı tespit edilmiştir. Medyada aranan doyum ile medyadan sağlanan doyum arasında döngüsel ve karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır. Sağlanan doyum, izleyiciler tarafından belirli bir aracın tecrübe edilmesiyle elde ettiği doyum olarak kabul görülürken doyumdan genel olarak güdüler-gereksinimler olarak söz edilen aranan doyum, izleyicilerin bir araçla temasta bulunmaksızın ondan sağlamayı umduğu doyum olarak ifade edilmektedir. İstenen ve sağlanan tatmin arasındaki fark düzeyi, doyum düzeyiyle direkt ilişki içindedir. Sağlanan doyum beklenen doyumunu karşılar ve ondan ileri düzeyde gerçekleşir ise aracın kullanımı bir tüketim alışkanlığı haline gelebilmektedir. Aksi halde araç kullanımında azalma söz konusu olur. Hatta bu durumda izleyici başka bir araç arayışına girebilmektedir (Köseoğlu, 2012: 65).

Doyum, izleyicilerin medya kullanımından elde ettiği önemli bir deneyim ve gelecekteki medya seçiminin güvenilir bir öngörüsüdür. McQuail (1994: 30) medya kullanımından elde edilen 14 doyum ve motivasyon kaynağını aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

- 1) Enformasyon ve tesviye elde etmek.
- 2) Kişisel güvensizliği azaltmak.
- 3) Toplum ve dünya hakkında bilgi edinmek.
- 4) Kişinin kendi değerlerine destek bulmak.
- 5) Başkalarının sorunlarıyla empati kurmak.
- 6) Sosyal temas için bir temele sahip olmak.
- 7) Sosyal temas için yedekleme sağlamak.
- 8) Kendini diğerleriyle bağlantıda hissetmek.
- 9) Sorunlardan ve endişelerden kaçmak.

- 10) Hayali bir dünyaya giriş yapmak.
- 11) Zaman geçirmek.
- 12) Duygusal rahatlama yaşamak.
- 13) Günlük rutinler için bir yapı edinmek (Hazar ve Özkan, 2020).

### **3.4.5. Kullanımlar ve Doymalar Kuramı Bağlamında Televizyon Üzerine Yapılan Araştırmalar**

Kullanımlar ve doymalar kuramıyla çalışma yapanlar, başlarda geleneksel medya araçları üzerine araştırmalar yapmışlardır. Bu dönemlerde ön plana radyo ve gazete üzerine yoğunlaşan araştırmalar çıkmış, daha sonra ise özellikle televizyon kullanımı üzerine odaklanılmıştır. Televizyon kullanımı motivasyonlarını inceleyen çalışmalara şu örnekler verilebilir; Wolfe ve Fiske, 1949; Blumler ve Mcquail, 1972; Palmgreen ve Rayburn, 1979; Rubin, 1983; Koçak, 2001; Çakır, 2005.

Palmgreen ve Rayburn (1979), kamu yayıncılığı yapan televizyon kanalları üzerinde yaptıkları çalışmada, izleyicilerin televizyonu daha çok rahatlama ya da öğrenme, iletişimsel fayda, unutmama, zaman geçirme, arkadaş edinme ve eğlence nedeniyle izledikleri sonucuna ulaşmışlardır (Hazar ve Özkan, 2020).

Greenberg (1974), 726 İngiliz öğrenci üzerinde yaptığı bir çalışmada, televizyon izleme motivasyonu hakkında şu yedi faktöre ulaşılmıştır; öğrenme, alışkanlık, uyanma, arkadaşlık, zaman geçirme, rahatlama ve kaçış. Başka bir çalışmada ise, çocuk ve ergenlerin televizyon kullanım motivasyonları, program tercihleri ve televizyona ilişkin tutumları, çeşitli sosyo – demografik özellikler çerçevesinde ele alınmış ve izleme motivasyonlarına ilişkin şu altı faktöre ulaşılmıştır; öğrenme, zaman geçirme, alışkanlık, arkadaşlık, unutmama, uyanma ve rahatlama (Karadaş, 2020).

Rubin (1983), televizyon izleme alışkanlıkları üzerinde yaptığı çalışmada 27 adet doyum ve motivasyon faktörlerini içeren 9 kategori belirlemiştir. Bu kategoriler;

1. Rahatlama; (1) çünkü beni rahatlatıyor, (2) gevşememe izin veriyor, (3) hoş bir dinleme sağlıyor.
2. Arkadaşlık; (4) konuşacak kimse olmadığında yalnız kalmam gerekmeyecek, (5) çünkü beni daha az yalnız hissettiriyor.

3. Alışkanlık; (6) sadece orada olduğu için, (7) sadece izlemeyi seviyorum, (8) bu bir alışkanlık, (9) sadece rutin olarak yaptığım bir şey.
4. Zaman geçirme; (10) yapacak daha iyi şeyim olmadığında, (11) zaman geçirmek için, (12) özellikle sıkıldığım zamanlarda, (13) zamanımı meşgul edecek bana bir şeyler veriyor.
5. Eğlence; (14) çünkü beni eğlendiriyor, (15) zevkli ve hoş bir eğlence aracı, (16) beni oyalayarak neşelendiriyor.
6. Sosyal etkileşim; (17) arkadaşlarımla birlikte yapabileceğim bir aktivite, (18) izlediklerimle ilgili başka insanlarla konuşabilirim, (19) izleyen ailenin diğer fertleri veya arkadaşlarımla birlikte olabilirim.
7. Enformasyon; (20) kendim ve diğerleri hakkında bir şey öğrenmeme yardımcı oluyor, (21) daha önce yapamadığım şeyleri nasıl yapacağımı öğrenerek ileride başıma neler gelebileceği hakkında bilgi sahibi oluyorum.
8. Uyarılma; (22) beni heyecanlandırıyor, (23) beni göklere çıkartıyor, (24) beni coşturuyor.
9. Kaçış; (25) okul veya diğer endişe ve telaşlarımı unutuyorum, (26) ailenin diğer fertlerinden veya çanımı sikanlardan uzaklaşabilirim, (27) sıkıldığım zaman üzerinde çalıştığım bir işten uzaklaşabilirim. (Hazar ve Özkan, 2020).

Perse (1986) ise televizyon ve pembe dizilerin izleyiciler üzerinde; Heyecan verici eğlence, alışkanlık, zaman geçirme, bilgi edinme, rahatlama ve kaçış gibi motivasyon faktörlerinin bulunduğu sonucuna varmıştır (Alikılıç, 2013).

Kullanımlar ve doyumlar üzerine dünyada ve Türkiye’de yapılmış araştırmalarda, kişilerin medya içeriklerini izleyerek ve takip ederek elde ettikleri doyumlar genel olarak şu başlıklar altında toplanmaktadır; eğlence, bilgi, boş zaman, rahatlama / stresten uzaklaşma, sosyalleşme (Akçay, 2011).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde televizyona yönelik olarak Türkiye’de yapılmış araştırmalardan şu şekilde bazı örnekler verebiliriz:

Koçak (2001), tarafından kullanımlar ve doyumlar kuramı bağlamında Türkiye’de televizyon izleyicilerin niçin ve nasıl izlediğini incelenmiştir. Buna göre, izleyiciler televizyonu eğlence-rahatlama, alışkanlık, moral-destek, enformasyon, arkadaşlık, ekonomik enformasyon ve kaçış, motivasyonlarını karşılamak amacıyla izlemektedirler (Hazar ve Özkan, 2020).

Çakır (2005), 700 denek üzerinde yapmış olduğu alan araştırmasında, kullanımlar ve doyumlar kuramı bağlamda televizyon izlemenin dört temel faktörü olduğunu sonucuna varmıştır. Buna göre izleyiciler, en çok eğlence, rahatlama, kaçış ve arkadaşlık motivasyonlarıyla televizyon izlemektedirler (Hazar ve Özkan, 2020).

### **3.4.6. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramına Yönelik Eleştiriler**

Kullanımlar ve doyumlar kuramı, son yıllarda akademik araştırmalarda yoğun bir şekilde kullanılmasına rağmen bazı eleştiriler de almıştır. Eleştiriler, genellikle modelin fazlasıyla işlevselci, bireysel ve psikolojik olduğu, toplumsal yapısal determinizme duyarsız kaldığı, televizyonun düşük bir seçicilikle izlendiğini gösteren kanıtlara rağmen izleyicinin eylemini gereğinden fazla önemseydiği ve içeriğe duyarsız kaldığı yönünde yoğunlaşmaktadır (Göncü, 2018).

Yaklaşım, izleyicinin ne dereceye kadar aktif olduğu, iletişim örgütleri ve gönderenler gibi iletişim sürecindeki öteki öğeleri ve onların işlevlerini önemsememekle, dolayısıyla iletişim sistemi ve bireysel sistem arasındaki çıkar ve güç farklarını görmezden gelmekle eleştirilmektedir.

Kullanımlar ve doyumlar kuramına dayanan araştırmalar, bireylerin bilinçli ve gönüllü olarak kendi ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda medya içeriklerini aramaları, bulmaları ve kullanma kapasiteleri üzerinde durur. Ancak bu yaklaşımda, bireylerin gereksinimleri ve bunları doyurma ya da tatmin etme yöntemlerini şartlandıran ekonomik – politik çerçeveyi oluşturan sınıfsal koşullar ve bakış açıları ihmal edilir. Ayrıca insanların kendi istek ve ihtiyaçları, “evet”, “hayır” ve “belki” şeklinde verilen cevaplara indirgenmiştir (Yaylagül, 2014)

Kullanımlar ve doyumlar kuramına göre izleyiciler, yayınları çok farklı şekilde yorumlayıp verilmek istenen mesajın dışında kendilerine göre sonuçlar çıkarabilirler. Bu yaklaşım, izleyicinin kendi mantığı ve öznelliğini ön plana çıkarmıştır. Bu göre medya, izleyicilerin kendi ihtiyaçlarını gidermelerini sağlayan kaynaktır. İzleyici, kendi ihtiyaçları doğrultusunda bu kaynağı rasyonel bir şekilde kullanır. Oysa bu yaklaşımın gözden kaçırdığı nokta, izleyicinin kontrolü elinde tutan esas güç olmamasıdır. Ayrıca, izleyiciler için tek mesaj kaynağı da medya değildir. İnsanlar, toplum halinde yaşamakta ve çok çeşitli iletişim etkinliklerine girmektedirler (Yaylagül, 2014).

Kitle iletişim aracılığıyla yayılan mesajların tüketimi, izleyicilere sonsuz seçenekler ve özgür bir biçimde değil, medya kurumları tarafından sunulanların tüketimi biçiminde meydana gelir. Bu yaklaşım aynı zamanda izleyicileri atomize ve ayrı varlıklar olarak değerlendirmekte olup kitle iletişim araçlarından yayılan mesajların nasıl olup da ortak anlamlar meydana getirdiği ve ideolojik bir algı yarattığı konusunu yanıtızsız bırakmaktadır. Bunun nedeni, izleyicilerin daima belli toplumsal grup veya sınıflara üye olması, medyadan aldıkları mesajları hiçbir zaman bireysel olarak çözümlememeleridir. Bireylerin her biri toplumsal yapı içinde belirli bir pozisyonda yer alır ve medyadan alınan mesajlar, bireyler tarafından üyesi oldukları gruplarda yer alan diğer üyelerle paylaşılan ortak kültürel kodlar çerçevesinden anlamlı hale getirilir (Yaylagül, 2014).

Kuram, gereksinim ve doyumlara bireysel bir bakış açısı çerçevesinde yaklaşmaması sebebiyle eleştiriye uğramıştır (Elliot, 1974). Aynı zamanda Kuram, “ihtiyaç” kavramının psikolojik açıdan ele alınması, toplumsal yapı ve medyanın bu toplumsal yapı içindeki konumunu fazla önemsememesi sebebiyle de eleştirilmiştir. Rubin ve Windahl (1986) tarafından bu eleştiri yanıtlanmış, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı’nın, bağımlılık kuramı (*dependency theory*) ile sentezlenmesi önerilmiştir. Rubin ve Windahl’a ait olan (1986) Kullanımlar ve Bağımlılık Modeli, bireyleri, kendi ihtiyaçlarını şekillendiren toplumsal sistemin içinde konumlandırmaktadır.

Kullanımlar ve doyumlar kuramına bir başka eleştiri hegemonya sorunu ile ilgili olarak yapılmıştır. Bireylerin istediği mecrayı tercih edebilmesi, bunlarla ilgili çıkarım ve yorum yapabilmesine yönelik iddialar gerçekte örtüşmemektedir.



## 4. TELEVİZYON DİZİLERİ

### 4.1. Televizyon

Görsel-işitsel medya araçları, yalnızca maddi yetenekler düzeyinde değil, aynı zamanda sunduğu medya içeriği düzeyinde de çok geniş ve hızlı bir şekilde gelişmiştir. Televizyonun insan hayatına girmesinden bu yana insanlık iletişim ve medya alanında nitel bir sıçramaya tanık olmuş ve bunun neticesinde televizyonun birey, aile ve toplum üzerindeki etkisi de artmıştır. Televizyon, en önemli çağdaş kitle iletişim araçlarından biridir. Dikkat çekme, göz kamaştırma ve etki yoğunluğuna sahip olma özellikleriyle diğer medya araçlarından üstünlük göstermektedir. Çünkü televizyon, radyonun ses özelliğini, sinemanın görüntü özelliğini ve tiyatronun hareket özelliğini bünyesinde bulundurmaktadır.

Kelime anlamı “uzaktakini görme” olan televizyon kavramı, Yunancada uzak manasına gelen “tele” kelimesi ile Latincede görme manasına gelen “visio” kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. İlk kez 1900 yılında Constantine Persky tarafından kullanılan television kelimesi Türkçe ’de televizyon ya da TV olarak kullanılmaktadır (Kırık, 2010).

Televizyon; gelişimini sağlayan birçok aşamadan geçmiştir. İcadı bir fikir ile başlamış, daha sonra araştırmacılar tarafından geliştirilip bugün ki haline getirilmiştir. Belki de gelişimindeki en büyük etken kendisine eklenen etkileyici bir teknoloji olan ve kanallar ile programların çeşitliliğini ve sayısını arttıran uydu yayınıdır.

Televizyonun icat edilmesi tek bir olay veya olaylar dizisi değildir. Televizyonun icat edilmesinin aynı zamanda sinema, elektrik, radyo, telgraf, sinema ve fotoğraf gibi icatların hepsiyle yakından ilgisi bulunmaktadır. Bütün bu buluşlar televizyonun icadına ulaşmada birer adım olarak karşımıza çıkmaktadır (Göze, 2015).

Televizyonun icadına ek olarak yayındaki ses ve görüntünün aktarılmasında ve bunu alacak birtakım özel araçların yapılmasında emeği geçen pek çok kişi bulunmaktadır. Bu isimler içerisinde belli başlı kişilere örnek olarak Baird, May, Nipkow, Zworykin, Jenkins, Baird, Farnsworth gibi isimler örnek gösterilebilir (Aziz, 2006).

Televizyonla alakalı ilk teknik buluşu İrlandalı telgrafçı Andrew May 1873 senesinde yapmıştır. Işık dalgalarının elektrik akımına dönüştürülebildiğini, bir kimyasal madde olan selenyumun elektriğe karşı direncinin bulunduğunu, bu direncin güneş ışığında daha da azaldığını bulmuştur. May’in gerçekleştirdiği bu buluştan yaklaşık on yıl sonra Alman bir bilim insanı olan Paul Nipkow, bir resmi döndüğü esnada tarayabilen bir araç geliştirmiştir.

Döner disk olarak anılan bu araç görüntüyü başka yere aktaran ilk araç olması bakımından önemli bir buluştur. Nitekim sonraki yıllarda bu konu hakkında yapılan çalışmalar da bu döner diskin geliştirilmiş şekline öteye geçmemiştir. Bu buluşa benzer başka bir çalışmayı Lazarre Weiller 1899 senesinde denemiştir. Nipkow tarafından mekanik tarama olarak adlandırılan bu buluş, 1920'lerden sonra çeşitli bilim adamlarınca geliştirilerek uygulama alanına konulmuş; 1923 senesinde Amerikalı Jenkins, 1925'te de İngiliz Logie Baird, Nipkow'un bu döner diskini de kullanarak ilk kez bir deneme yayını yapmıştır. Fakat elde edilen sonuçlar belli belirsiz kaba çizgilerden ibaret olmuştur. Bu denemelerde denemelerde saniyede 20 resim 60 -120 çizgi ile taranmış, 1936 yılında ise Baird saniyede 24 resim ve 240 çizgi ile gerçekleştirdiği denemede nisbeten daha net bir görüntü elde etmiştir. Baird'in buluşu, ilk başlarda kullanılan İngiliz televizyon yayınlarındaki mekanik bir tarama sisteminin de temelini oluşturmuştur (Aziz, 2006).

Tüm bu denemelerden sonra 1936'da İngiltere'de dünyadaki ilk düzenli televizyon yayını yapılmıştır. Fakat bu yayınlar, alıcı sayısı az olduğu için geniş seyirci kitlesi tarafından izlenememiştir. İngiltere'deki bu yayın 1939 yılında ikinci dünya savaşının meydana gelişine kadar sürmüştür. Savaş sebebi ile yayınları ara verildi. 1945'te yeniden başladı. İngiltere'den sonra televizyon yayınlarını başlatan ikinci ülke ABD'dir. 1939'da New York'ta yapılan Dünya Fuarından sahnelerin aktarıldığı yayınlarla olmuştur. İngiltere' ve ABD' den sonra bu yayınları başlatan üçüncü ülke ise Sovyetler Birliği'dir. Sovyetler Birliği ilk düzenli yayın 1939 gerçekleştirmiş, ilk yayın 100 kadar izlenmiştir (Aziz, 2006).

Dünyada televizyon yayınları ilk kez 1936 yılında İngiltere'de başlamış, bunun ardından diğer gelişmiş ülkeler de art arda televizyon yayınlarını gerçekleştirmişlerdir. Türkiye'de ise televizyon yayıncılığı diğer ülkelere göre oldukça geç başlamıştır. Türkiye'de ilk televizyon yayıncılığını 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi başlatmıştır. Bu yayınlarda haber, şov, müzik ve farklı kültürel programlara da yer verilmiştir. İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından başlatılan bu yayınlar Türk toplumunu daha o yıllarda televizyon ile tanıştırmış olması açısından anlamlı ve önemlidir. 1952 ve 1953 yılında ITU televizyonu cuma günleri 17.00-18.00 saatleri arasında düzenli yayınlara geçmiştir. Ancak bu yayınları izlemek isteyenler İstanbul Teknik Üniversitesi'nin Gümüşsuyu'ndaki binasına gelmek zorunda kalmışlardır. Çünkü kentte henüz alıcı sahipleri yoktur. Kurumsal olarak TRT kanalı 31 Ocak 1968'de yayın hayatına bir televizyon kanalı ile başlamıştır (Çankaya, 1987).

#### **4.2. Televizyon Dizileri**

Dizler, hemen hemen televizyonun icadıyla birlikte insanlığın hayatına girmiş olan ve toplumla birlikte gelişen, önemli bir toplumsal unsur olmuştur. Bu unsur oluşu, yakın dönemin bilgi ve ayrıntılarını içeriyor olmasıdır. Tabii bu toplumsal yansıma, bir kurgu aracılığıyla sunulan bir vitrindir aslında. Bu vitrin, günlük deneyimleri ve gerçekçi unsurları yansıtmaktadır. Her ne kadar opera, sinema ve tiyatroyla benzer özellikler taşısa da diziler, bu tür medya ve sanat türlerinden ayrılırlar. Bir yandan sabit bir buluşmayı, yani izleyicinin iç mekânında ve müsait bir zamanında rutin haline getirirken, diğer yandan da aile bireylerinin beraber izleyebilmesine uygun olarak tasarlanmakta ve yayınlanmaktadır (İlhan, 2014).

Televizyon dizileri, toplumlarda geniş kitlelere ulaşarak diğer unsurlara nazaran daha etkili bir şekilde toplumların hayatlarını yönlendirmekte, sürekli tekrar eden imajlar, karikatür ve yargılar sayesinde kimi olgular, toplumların yaşantısına yerleşmektedir. Görsel ve işitsel unsurların bir arada olduğu, izleyicilerin ihtiyaçlarına ve zevklerine göre farklı içerikler sunan televizyon, bu niteliklerinden ötürü etkili bir kitle iletişim aracıdır. Yayınları esnasında muhtevasında bulundurduğu mesajlar, toplumun görüşlerini biçimlendirmekte ve onların bireysel davranışlarına ve sosyal ilişkilerine şekil vermektedir (Yücel, 2014).

#### **4.2.1. Televizyon Dizisi Kavramı**

Televizyon dizileri genel olarak, başının hatırlanmadığı, sonunun da merak edilmediği, sadece yayınlanacağı günde nelerin olacağına odaklanıldığı yapımlardır. Çok sayıda olay ve karakterin bulunduğu dizilerde, bu özelliği nedeniyle bir karışıklık söz konusudur. Aslında dizilerin var olma nedeni, sürükleyiciliği, akıcılığını ve merak hissini diri tutmaktır. Günlük ya da haftalık yayınlanmasından dolayı filmlere nazaran daha durağan gibi olsa da bölümün sonunda yansıtılan olay örgüsü, sıradaki bölümün ne olacağına dair bir merak uyandırır (Cereci, 2014).

Televizyon dizileri denildiğinde akla televizyondaki bölümler halinde belirli periyotlara ve tabloya uygun biçimde yayınlanan programlar gelmelidir. Aksiyon, dram, dönem, gerilim, komedi, hiciv, bilim – kurgu ve animasyon gibi türleri vardır (Öztop, 2015).

Diğer bir kavramsallaştırmaya göreyse, iletişim aracı anlamında terimi olarak dizi ise kitle iletişim araçlarında belli bir hikâye üzerinde kurulmuş, her bir bölümünde genellikle aynı sanatçıların oynadığı, birbirini takip eden izlencelerdir. Halk hikayelerinden kaynaklanmaları, mitolojik temellere dayanmaları, ironik olmaları, kültürel öğeleri yansıtmaları ve bireyin sosyal sorunlarını ortaya koymaları gibi unsurlar, dizi filmlerin ortak özellikleri olarak sayılabilir. Televizyondaki en önemli yayın biçimi olan diziler, hâkim bir ideoloji işlevi

görerek sosyal yapıya entegre olmuşlardır ve topluma uyumlu bireyler yaratarak ve yerleşik değerlerin yaygın hale gelmesini sağlayarak toplumun işleyişini kolaylaştırırlar (Parkan, 1989).

#### **4.2.2. Televizyon Dizilerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi**

Televizyon dizileri, medya alanında pek çok gelişmeye ev sahipliği yapan Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmıştır. İlk televizyon dizisi “Srap Caddesi” ismiyle Amerika’da gösterime girmiştir. Wilfred Pettit tarafından dizinin senaryosu kaleme alınmış olup dizi sinemaya hevesi olan genç bir kızın yaşadıklarını konu almaktadır. Komedi dizisi olarak çekilen söz konusu dizide Shirley Thomas ve John Barkly başrollerdedir. 15 Nisan 1938 tarihinden itibaren her Salı ve Cuma gün yayınlanan dizi toplamda yirmi altı bölüm devam etmiştir. 1950’li yıllarda Amerika’da televizyon dizileri birçok Amerikan evinde televizyonun yer almaya başladığı zaman diliminde yaygın hale gelmiştir. Bu gelişme sonucunda günümüzde “kült” olarak değerlendirilen pek çok yapıyı yayın hayatında sokmuştur (Kuyucu, 2019).

Bu dönemdeki önemli yapımlar şunlardır; “Bonanza”, “Alfred Hitchcock Presents, Wanted: Dead or Alive”, “Zorro”. 1960’lar ve 1970’lerin ABD’sinde, yani soğuk savaş döneminde daha ziyade casusluk konulu dizilere yönelinmiştir. “Mission: Impossible” ve “The Man from U.N.C.L.E.” isimli diziler o dönemdeki en önemli yapımlardandır. İkinci Dünya Savaşı dönemini anlatan tarihi dizi “The Wild Wild West” ve “Baa Baa Black Sheep” Vietnam Savaşı’nda (1975’e kadar) ise askeri konular diziler ise “M\*A\*S\*H” gibi yapımlardır. Fransa’da, 1949’da kurulan ve adını 1964’te ORTF olarak değiştiren RTF, “Thierry la Fronde, Rocambole”, “La caméra le le temps” ve “Le Chevalier de Maison-Rouge” gibi yapımları oluşturmuştur. Daha sonra 1980’lere kadar macera dizileri olarak “Les chevaliers du ciel, Michel Strogoff and Corsaires et Flibustiers”; drama dizileri olarak “L’âge en fleur, Paul et Virginie”, “Belle et Sébastien, L’âge heureux” ve “Le jeune Fabre”; 1980’lerde ise suç dizileri olan “Les Enquêtes du commissaire Maigret”, “Les Cinq Dernières Minutes”, “Commissaire Moulin” ve “Brigades du Tigre” gibi diziler Fransa’daki önde gelen dizilerden olmuştur.

İngiltere’de ise BBC öncülüğünde “The Prisoner”, “Doctor Who, The Avengers” gibi diziler yayınlanmış ve sonraki süreçte bunların sinema filmleri yapılmıştır. 1980’lere gelince dizi sektöründe patlama yaşanmıştır. Bu dönemde “Santa Barbara”, “Knight Rider”, “Dallas”,

90’larda “Friends”, “Sherlock Holmes”, “Simpsons”, 2000’li yıllarda “How I Met Your Mother, Prison Break, Lost” gibi diziler döneminin efsaneleri arasına girmiştir.

#### **4.2.3. Türkiye’de Televizyon Dizilerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi**

Türk izleyicisi televizyon dizileri ile ilk kez Brezilya yapımlı “pembe dizilerle” buluşmuş, daha sonra bu durum Amerikan yapım pembe dizilerle devam etmiştir. Bu diziler arasında en çok yankı uyandıranlar; Yalan Rüzgârı, Virginia ve Dallas’tır. İlerleyen senelerde TRT öncülüğünde ilk yerli Türk dizileri yapıldı. İlk Türk mini dizi “Aşk-ı Memnu” olmuştur. 1980’den sonra Kiralık Konak, Denizin Kanı, Merdiven, Sekiz Sütuna Manşet, Küçük Ağa, Kartallar Yüksek Uçar, Üç İstanbul gibi Türk Edebiyatından uyarlanan diziler gösterime girmiştir. Daha sonraki yıllarda Kuruntu Ailesi, Kaynanalar, Perihan Abla ve Bizimkiler Peri gibi komedi türünde de diziler yapılmıştır. Dizilerde önemli rolleri genellikle sinema ve tiyatro kökenli oyuncular oynamaktadır. Star oyuncu, orta kademe oyuncu (ikinci başrol) ve karakter oyuncularının çok önemli bir kısmı Şehir Tiyatroları ve Devlet Tiyatroları’nda yetişmekte ve genellikle kariyerlerini bu kurumlarda sürdürmektedirler. Sektördeki figüran da dahil olmak üzere hemen her kademedeki oyuncu gereksinimini daha ziyade cast ajansları karşılamaktadır (Öneren, 2013).

2000 sonrasında Türkiye’deki küresel pazar politikalarının ve medya sektöründe karşılaşılan canlanmanın en önemli yansımalarından birisi dizi filmler olmuştur. Yerli yapım diziler ulusal televizyon kanallarında en çok izlenmekte olan popüler programlara dönüşürken bir taraftan da ülkenin dışına ihraç edilen yapımlar olmuştur. Yapılan reyting ölçümlerinde Türkiye’deki en fazla takip edilen ve izlenen programlar arasında diziler ilk sırada bulunmuştur. Sadece diziler değil, onların tekrarı ve özetleri de aynı şekilde en çok izlenen ilk beş program arasında olabilmıştır. Reytinglerin bu kadar yüksek olması, televizyon reklamlarını dizilere yönetmektedir (Öztürk ve Atik, 2016).

Türk dizileri, dünyada en çok ihraç yapılan yapımlar arasındadır. Genel olarak Türk dizileri, yayınlandığı ülkelerde Türkiye’ye karşı duyulan ilgi ve bakış açısını olumlu olarak değiştirmektedir. Bilhassa Türkiye’nin yakınındaki tarihi ve kültürel bağların da yer aldığı Balkanlar, Kafkasya ve Ortadoğu’da Türkiye’ye olan ilginin yükselmesinde dizilerin katkılarına dair somut işaretler vardır. Diziler aynı zamanda Türk kültürüne duyulan alakayı arttırmış ve izleyicilerin kültürel yaklaşım bağlamında bazı girişimlerde bulunmalarına neden olmuştur. Yayınlanan diziler özellikle de Balkan ülkelerinde Türkçeye olan ilgiyi de artırarak

Türkçe öğretimi verilen kurslara gidenlerin sayısının çoğalmasına yol açmıştır (Öztürk ve Atik, 2016).

Türk dizilerini ithal eden en önemli ülkeler ise Ortadoğu ülkeleri olmuştur. Arap coğrafyasındaki tarihsel bağların da azımsanmayacak etkisi ile büyük bir etkisi olan Türk dizileri, Türkiye'yi tanıtmada önemli bir rol üstlenmektedir. Bu tarihsel bağı devam ettirdiğimiz Türk cumhuriyetleri, Balkan ülkeleri ve Kafkas ülkeleri de Türk dizilerine büyük ilgi göstermiştir. Türk dizi sektöründeki diziler, günümüzde Çin'den Güney Amerika ülkelerine, Kuzey Afrika'dan Ortadoğu'ya pek çok ülkeye ihraç edilmiştir. Calinos Holding 2001'de "Deli Yürek" dizisinin bölümünü 30 dolara Kazakistan'a ihraç etmesiyle başlayan bu süreç, günümüze gelindiğinde özellikle Ortadoğu'da saat ücreti olarak 120 bin dolar civarı ile ihraç edilerek devam etmektedir.

2008'de yayınlanan "Binbir Gece", 2009'da yayınlanan "Asi" ve "Gümüş" gibi diziler, Ortadoğu topraklarında büyük bir ilgi ile karşılaşarak Ortadoğu'daki hemen hemen tüm ülkelere ve Türk cumhuriyetlerine ihraç edilmiştir. Bu diziler, Ortadoğu ile beraber Hindistan, G. Doğu Asya ve Pakistan'da da popülerdir. Güney ve G. Doğu Asya'da Adını Feriha Koydum, Aşk-ı Memnu, Fatmagül'ün Suçu Ne, Kuzey Güney, Bir Aşk Hikayesi, Küçük Ağa, Cesur ve Güzel ve Muhteşem Yüzyıl gibi yapımlar oldukça popüler durumdadır. Türkiye'deki dizi sektörü günümüze gelindiğinde 100'den çok ülkeye, yıllık yaklaşık 350-400 milyon dolar civarı ihracat yapan bir endüstri olmuştur. Sektördeki profesyonellere göre 2023 yılındaki hedef 1 milyar dolardır (Akşam, 2018).

Kültür endüstrisinin bir formu olarak televizyon, hala dünyada önemli bir yer işgal etmektedir. Özellikle televizyonun izlendiği ana yayın kuşağı televizyonculuk için önemlidir. Çünkü bu kuşakta olabildiğince reklam alabilmek için bu zaman dilimi, izleyiciyi yakalayabilecek yapımlarla doldurulur. İzleyenleri ekran karşısına çekebilmek için televizyon yayıncılığı, dizilerin fırsatlarından yararlanmayı tercih etmiştir. TRT'de, 1970 ve 1980'li yıllarda çok sayıda yabancı dizi yayınlanmış ve bu diziler, beklenen ilgiyi görmüştür. Bu dönemde, ortaya çıkarılan karakter ve tipler üzerine kurulu filmler ve dizilerin nimetlerinden Yeşilçam faydalanmıştır. İzleyicinin dizilere olan ilgisi gazete, sinema, radyo ve TRT'deki içeriklerle daha önceden bilindiği için, ticari yayınların başladığı 1990'larda prime-time kuşağında başlayan ufak çiselemeler, 2000'lerde "dizi yağmuruna" dönüşmüştür (Çelenk, 2010).

AGB Anadolu TV izleme ölçümlerine göre, 1996 ve 2002 yılları arasında kanalların (TRT1, TRT2, Kanal D, Star TV, ATV, Show TV, Kanal 6, TGRT ve Kanal 7) televizyon dramasına ayırdıkları süre, 1996'dan itibaren %10'un altına hiçbir şekilde inmemiştir. 1996 'dan sonra başlayan artışla 1999'dan sonra ana yayın kuşağında gösterime giren dizilerin hemen hemen tümü, yerli dizilerden oluşmuştur. 1998'den itibaren altı tane büyük kanalda her bir haftada yaklaşık 30 – 35 yerli dizi yayınlanmıştır. Bu sayılar 2000'lere gelindiğinde giderek artış göstermiştir (Çelenk, 2005).

Saraç'ın yaptığı çalışmada, 2013 senesinde Ocak, Şubat ve Mart aylarında Samanyolu TV, Star TV, ATV, Kanal D, TRT1, Fox TV ve Show TV ana yayın kuşağında 46 dizi yayınlanmış ve programların %62,1'ini yerli dizilerin oluşturmuştur (Saraç, 2015).

Bu oranların büyüklüğü, kuşkusuz sektörün ve elde edilen kazancın büyüklüğünü ortaya koymaktadır. Babaevi (1997), Süper Baba ve Şehnaz Tango (1996) gibi diziler, 1990'lı yıllara damga vurmuştur. 1990'lı yılların sonunda Yılan Hikâyesi (1999) ve Sıcak Saatler (1998) gibi polisiye diziler, 2000'lerde de Arka Sokaklar gibi uzun soluklu dizilerle devam etmiştir. 2000'li yılların başına gelindiğinde ise siyasi konular içerek öykülerin anlatıldığı Çemberimde Gül Oya (2004), Yeditepe İstanbul (2001) ve Hatırla Sevgili (2006) isimli dizilerin yayınlanması göze çarpmıştır. Daha sonrasında Yaprak Dökümü (2007), Aşk-ı Memnu (2008) ve Hanımın Çiftliği (2009) isimli edebi eserlerinden uyarlanan diziler de birbirinin ardı senelerde ekranlarda sıklıkla gösterilmiştir.

Son yıllara gelindiğinde ise daha ziyade tarihi içerikli konuların bulunduğu Filinta (2014), Muhteşem Yüzyıl (2011), Vatanım Sensin (2016), Diriliş Ertuğrul (2014) isimli diziler ile izleyici kitlelerini ekran karşına çekme noktasında çaba gösterilmektedir. TSK operasyonlarının, terörle mücadelenin ve kumpas davalarının ele alındığı Savaşçı (2017), İsimsizler (2017), Söz (2017) isimli askeri dizilerde de son yılların hâkim teması olması söz konusudur.

#### **4.2.4. Türk Dizilerinde Hikâye**

Ana yayın kuşağındaki yerli dizilerde, hâkim anlatıyı ortaya koymak için yapılan birbirinden farklı sınıflandırmalar vardır. Çelenk, yerli dizilerin başlangıcından 1998'e kadar olan süreçte yayınlanmış olan dizileri, anlatılan hikâyelerdeki yaşam tarzları ve toplumsal ilişkiler açısından iki sınıfa ayırır. Bunlardan birincisi, alt-orta sınıf veya orta sınıftan olan aileler ve yakın akrabaların apartman ve mahalle sakinlerinin dayanışmacı ve cemaat içi ilişkilerin

görüldüğü dizilerdir. Diğeri de gelir düzeyi açısından üst sınıfa mensup olanların para, tutku, ün, aşk ve holding ilişkilerinin hâkim olarak görüldüğü dizilerdir (Çelenk, 2005).

Dağtaş ise dizileri yaygın temalara göre dörde ayırır. Bunlar;

- 1) Mahallelik ya da geniş aile dayanışmasına dayanan cemaatçilik,
- 2) Sınıf çatışması olmadan zengin ve yoksulun kaynaşarak birlikte yaşadığı birlikteliği anlatan diziler,
- 3) Lüks hayat biçimini anlatan diziler,
- 4) Vatani için her türden yasa dışı yolu takip eden delikanlı tiplerinin meşru gösterildiğini anlatan diziler (Doğtaş, 2008).

Dizilerde duygusal anlatılarla birlikte kan davası, töre, aşiret, namus cinayeti, mafya, ağalık sistemi, aşk hikâyeleri ya da derin devlet ve polisiye vakaları konu edilmektedirler. Özellikle geleneksel hayat ve modern yaşamın gerekleri ya da aşkları arasında sıkışan karakterler, “Berivan”, “Asmalı Konak”, “Kıvalı Kar”, “Menekşe ile Halil” ve “Asi” gibi yurtdışında da gösterime giren birçok dizi ele alınmıştır. Gelir dağılımı adaletsizlikleri yani zengin ve fakir arasındaki çatışma da evrensel niteliklidir, dizilerin çoğunda görülür ve hemen hemen her toplumda karşılık göreceği düşünülmektedir (Bilis, P, Bilis, A ve Sydygalieva, 2018).

Diziler, izleyenlerde farklı hayat biçimlerine dair bir özentiye neden olabilmektedir. Çeşitli imajlara ve kişiliklere sahip olmanın hayal edilmesi, izlenen karakterlerin giyim tarzlarının, konuşma biçimlerinin gündelik hayat ve sosyal hayat içinde içselleştirmesi sıkça karşılaşılan bir durum olmuştur. Bu durum hemen her çeşit demografik özellikteki bireylerin popüler kültüre dair bağlılıklarını da artırmaktadır. Bu şekildeki popüler kültürün yaygınlaşması her farklı hayat şekillerine hem de kültürel dönüşüme karşı bir özenti doğurmaktadır. Bunun neticesinde de farklı tüketim şekilleri oluşmaktadır (Sucu, 2011).

#### **4.2.5. Televizyon Dizilerinin Özellikleri**

Bütün bunlarla birlikte dizilerin önemli bir özelliği de periyodik olarak yayınlanması ile gerçekleştirilen tekrarlardır. Tekrarlar neticesinde mesajların etkisi yüksek oranlara çıkmış ve diziler gerçekmiş gibi algılanmıştır (Le Bon, 1997).

Dizilerdeki davranışların, olayların ve bu olay ve davranışlara verilen tepkilerin yeniden izleyenlerin beğenisine sunulması tekrarlar yapılmaktadır. Bu tekrarlar, izleyicilerin algıları üzerinde yönlendirmelerde bulunabilmekte ve dikkatlerini belli noktalara çekebilmektedir. Böylelikle algıların üzerinde belirleyici bir fonksiyon gerçekleştirebilmektedir. Tekrar ve merakın birleşimi neticesinde izleyici kitle üzerinde bağımlılık oluşturulmaktadır (Giddens, 2000).

Olaylardaki akışın heyecanlı bir yerde iken kesilmesi de izleyenlerin sonraki bölümde nelerin olacağına dair büyük bir merak içerisinde kalmalarını sağlamaktadır. Böylece izleyiciler, dizinin yeni bölümünün yayınlanacağı günü merakla beklemektedir. Ayrıca çevresindeki diğer izleyicilerle beraber neler olabileceğine dair değerlendirmelerde bulunarak fikir yürütmektedirler. Bu durum aynı zamanda dizilerin izleyenlerin hayatında sahip oldukları önemin de bir göstergesidir. Sanal da olsalar diziler, böylece hayatın merkezinde bir yer edinmektedir. Sosyo-kültürel yaşantının hayatın simgesel bir yansıması olarak değerlendirilebilecek diziler, toplumsal yapının anlaşılmasında önemli bir araç olarak görülmektedir. Toplumsal yapıda halihazırda görülen veya ilerleyen süreçlerde görülmek istenen maddi ve manevi unsurlar bu programlar aracılığıyla topluma yansıtılabilmektedir. Bu programlarda insanın toplum içerisindeki konumu, ikili insan ilişkileri, ekonomik faaliyetler içerisinde bireyin yeri, insanların olaylara bakış açısı vb. sosyal hayatta bulunan ve bulunması hedeflenen pek çok şeyi görebilmek mümkündür. Bu nedenle dizi film programlarındaki temaların toplumda kendine yer edinmesi kaçınılmazdır. Bu programlarla topluma aktarılan unsurların ilerleyen dönemlerde benzer veya aynı şekilde toplumda gözlenmektedir. Bu programlarda kullanılan oyuncu isimleri ile ilgili toplumun düşüncelerinde ve o isme sahip bireyin bakış açısında değişiklikler ortaya çıkması bu konuda örnek olarak gösterilebilir (Enderun, 2012).

Dizilerin konusunu belirlerken değişik unsurlar ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda dizi yapımının ekonomik olarak kâr getirecek hususlar taşıması, toplum tarafından kabul görmesi dikkate alınmaktadır. Bu durumla bağlantılı programlar için seçilen temalarda toplumda karşılaşılmak istenen çeşitli temaların seçilmesine önem verilmektedir. Böylelikle toplumsal yapının yönlendirilmesine, bazı hedefler doğrultusunda hareket edilmesine zemin hazırlanmıştır. Bu durumda toplumun önceliklerini, sevdiklerini, benimsediklerini, karşı çıktıklarını, gündemini belirlemeyi ve nefret ettiklerini de içine almak gibi oldukça geniş bir sahayı göz önünde bulundurmaya gerektirmektedir. Buradan hareketle toplumsal merkezden hareketle ortaya konulan çalışmalar “kamu yayıncılığı” ismiyle anılmaktadır. Günümüzde bu çizgide bulunan yayıncılar görülmektedir (Kırtepe, 2014).

Ancak hazırlanan programların ve yapılan çalışmaların hangisinin toplumda öncelikli ve kabul edilebilir bir konumda olduğuna en doğru cevabı verecek olan da yine toplum olacaktır. Ancak topluma dışardan birtakım müdahalelerin yapılabilme ihtimal ve imkânı olduğu unutulmamalıdır.

Diziler, toplumda meydana gelmesi beklenen değişikliklerin toplumun gündemine gelmesi için de kullanılmaktadır. Gündemdeki konular, toplum üyeleri açısından olumlu ve olumsuz açılardan değerlendirilmeye, tartışılmaya, konuşulmaya başlanmaktadır. Toplum gündemindeki konuların toplumsal kabulüne zemin hazırlanmasına veya bunların benimsenmesine olanak sağlanmıştır. Böylece diziler, toplumun farklı konulardaki algılamalarının ve tavrının nasıl olacağına ilişkin birtakım yönlendirmelerde bulunabilir. Sonuçta diziler, istenilen konularda izleyicilerin kabulünün sağlanmasında, inandırılmasında ve harekete geçirilmesinde, dolayısıyla birtakım değişimlerin ortaya çıkmasına imkân verebilmektedir. Bu bağlamda ülkedeki kültür bakanı, dizi kahramanlarının kitap okumasına, maliye bakanı ise, alışverişlerde fiş almasına yer verilmesini istemektedir (Kırtepe, 2014).

Hükümetin yanı sıra sermaye ile gücü elinde tutan iktidar sahipleri, daima medyayı kısıkaçlarına almışlardır. İktidarın ya da medya patronlarının inanç, dünya görüşü ya da ideolojilerini medya aracılığı ile yaymaya çalıştıkları eskilere dayanan bir tartışma konusudur. Medya araçları, sadece ideolojiyi değil, aynı zamanda kültürü de şekillendirmektedir. Egemen ideolojinin sahip olduğu ideoloji çerçevesinde kültürel olgular ya da bir yaşam tarzı geniş çevrelere empoze edilmektedir. Burada diziler de hem kültürün hem de ideolojinin adeta propagandasını yapma işlevi görmüştür. Dizilerdeki senaryoyu ve karakteristik özellikleri de bu işlev kapsamında oluşturulmaktadır (Kula, 2012).

Kültür endüstrisi yönünden bakıldığında televizyon dizilerinin en önemli fonksiyonlarından biri tüketim endüstrisini canlandırmasıdır. Bu açıdan televizyon dizilerindeki karakterleri canlandıran oyuncuların kullandığı ürünler ve giydiği kostümler, o ürünlere ve kıyafetlere olan talepte patlamaya sebep olabilmektedir (Kula, 2012).

Diziler sadece mekanların değil, ayrıca ilgi alanlarına giren ve çekimlerin yapıldığı coğrafi bölgelerin bile popüler olmasına ve o bölgelerin ticari bir atmosfere bürünmesine de olanak sağlamaktadır. Televizyondaki diziler, tüketim ekonomisinin hızlı bir şekilde dönmesini sağlaması açısından tüketim endüstrisi ve kültür endüstrisine katkı sunmaktadır. Bu açıdan diziler, kapitalizmin “yeni ihtiyaçlar” üretmesine katkı sağlayan önemli birer aracılık vasfı üstlenmektedir.

Dizilerdeki tüketim endüstrisini tetikleyen konulardan birisi de lüks tutkusudur. Dizilerdeki üst düzey zenginlerin hayatları ve toplumun ekserisinin elde edemeyeceği sahip lüks araçlar, yalılar, evler, tekneler, uçaklar ve lüks bir hayat gösterilmektedir. Bu durum dizilerle beraber lüksün yaşamda ulaşmak istenilen nihai bir amaç olduğu algısını oluşturmaktadır. Lükse

duyulan bu tutku ve dizilerin kapitalizm hizmetinde tek tip bir toplum ortaya çıkarma çabalarının vasıtası olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydın, 2014).

Bahsedilenler beraber değerlendirildiğinde, televizyon dizileri senaryoları aracılığıyla tüketim çarklarını hızla döndürmekte, tek bir biçimde toplum yaratma gayesine hizmet ederek toplumdaki cinsiyet rollerini manipüle etmektedir (Kuyucu, 2019).

#### **4.2.6. Televizyon Dizilerinin İzleyici Üzerindeki Etkileri**

Dizi filmlerde izleyicilerin beklentilerini şöyle sıralamak mümkündür; güldürü, enformasyon, gerilim, gerçekçilik, yenilik cinsellik, aksiyon, önem, güldürü, değer, cinsellik, kişisellik ve merak. Televizyon, izleyenlerin davranış ve tutumlarını etkileyebilirken, sosyal hayatında ayrılmaz bir parçası olduğu bilinen bir gerçektir. Diziler, izleyicilerin başrol oyuncularını ile özdeşlik kurdukları, yaşam biçimlerini belirledikleri, modayı öğrenip, tükettiklerine, giydiklerine, yediklerine, içtiklerine karar verdiği, ceplerindeki parayı televizyondan aldıkları ince bilgilere göre harcadıkları bir program durumuna gelmiştir. Televizyon tüketim kültürünün şekillenmesine ve kamuoyunun oluşumuna etki ederken, sosyalleşmede, bireylerin eğitilmesinde ve öğrenmesinde, toplumsal, hukuki, sosyo-kültürel ve ekonomik, vb. açıdan önemli bir araç konumundadır. Bu araç aracılığıyla izleyiciler, adet, örf, toplumsal değerler, adet, gelenek, görenek ve ülkenin kültürünün topluma gösterilip tanıtıldığı televizyon dizilerine tanık olabilmektedir (Yıldırım, 2019).

İzleyicinin yaşı gibi birtakım unsurlar dizi karakterlerinden etkilenmekte etkin rolü vardır. Her yaş grubunun kendine has özellikleri bulunmaktadır (Cüceloğlu, 1991). Dizilerin izleyiciler üzerinde değişik yönlerden etkileri olabilmektedir. Programlar hazırlanırken yapımlar, izleyicilerin psiko – sosyal özelliklerinin son derece önemli ölçüde dikkate alırlar. İzleyicilerin takip ettikleri programlar, yanlış bilinenlerin düzeltilmesine veya yeni bir şeyler öğrenilmesine fırsat sunacak özellikleri bulunmaktadır. Bu sayede izleyicilerin davranışlarında değişiklikler meydana gelmekte, programlarda gördüklerinden ve duyduklarından etkilenmekte ve bir şeyler öğrenebilmektedir. İzleyicilere yeni bakış açıları ve tecrübeler kazandırma özelliği olan bu programlar, aynı zamanda eğitici bir nitelik taşıyabilmektedir (Kırtepe, 2014).

Dizilerden etkilenmede bireyin hazır bulunuşluk düzeyinin önemli bir payı vardır. Bireyin cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi, ekonomik durum gibi birtakım unsurlar dizilerin içeriğinin de

anlamlandırılmasında ve algılanmasında belirleyici bir nitelik taşıyabilmektedir. Bu açıdan aile üyelerinin birbiriyle olan ilişkisi ve aile yapısı, çevresel faktörler ve arkadaş grubunun etkisini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Dolayısıyla kitle psikolojisi nedeniyle olaylar rahatlıkla yayılmış ve toplum üyeleri de sahiplenebilmiştir. İnsanlar tek başlarına asla yapamayacakları şeyleri sürü psikolojisinin de etkisiyle çok rahat bir şekilde yapabilmektedirler. Sele benzetebileceğimiz topluluk psikolojisi, kişiye herhangi bir tercih imkânı bırakmayarak önüne çıkan her şeyi kendi gideceği yöne doğru yönlendirmektedir (Le Bon, 1997).

Bu durumda bireyin iradesi azalmakta ve dış faktörlerin yönlendirmesiyle hareket ön plana çıkmaktadır. Dizilerin toplumda öne çıkan yönü, davranış ve tutumlar üzerindeki etkisidir. Bu etki daha ziyade tutum ve davranışların değiştirilmesi istikametinde meydana gelmektedir. Davranış ve tutumların değiştirilmesi, toplumu birçok açıdan ilgilendirmektedir. Tüketim alışkanlıkları, öncelikleri, yaşam tarzları, aile içi iletişimleri, beğendikleri müzik, siyasi düşünceleri vb. birçok ögeyi bu açıdan örnek verebiliriz (İmik, 2006).

Bu davranış ve tutumlar üzerinde oluşturulacak olan değişiklikler bireyin ve toplumun pek çok hususta yönlendirilmesine imkân sunabilir. Sonuçta bireyin tutumlarında değişiklikler meydana getirilmesiyle o bireyin yaşamında bir değişiklik yapılabileceği gibi, toplumda da değişiklikler yapabilme imkânı elde edilebilir. Dizi filmlerde yapılan şakalar veya kullanılan replikler, günlük hayatta da yansımaktadır. Dizilerde verilmek istenen mesajlar dil ve görsellik aracılığıyla izleyici kitleye ulaşma imkânı bulmaktadır (Hall, 1994).

Kitap okuma alışkanlığı, dizi ve film programlarının dilsel bakımdan etkilediği hususlardan biridir. Diz ya da filme ayrılan zaman, kitap okuma alışkanlığını azaltmakta ya da daha çocukluktan kazanılması gereken bu alışkanlığın hiç oluşmamasına sebebiyet vermektedir. Bunun etkisi ise, kişilerin düşünce becerileri ve zihinsel kabiliyetlerinde ortaya çıkmaktadır (Kırtepe, 2014).

Televizyonda yayınlanan dizi film programlarında izleyicilerin etkilenebileceği alanlardan biri de toplumsal rollerdir (Cüceloğlu, 1991). Alışılmışın dışında roller üstlenen dizi ve film karakterleri, toplumsal rol paylaşımı noktasında değişiklikler meydana gelmesini destekleyici unsurlardandır. Bu süreçte aile içerisinde anne ve baba gibi rollerin bir kısmı, birbirlerinin yerini alıcı değişikliklere uğramıştır. Şimdilerde çalışan birey ve iş insanı rolüyle karşımıza çıkan kadın, öncelerde ev hanımı rolünü üstlenmekteydi. Aile içerisinde rol dağılımı ve iş paylaşımının neticesinde bu ve benzeri durumlar ortaya çıkmıştır. Çocuklar ise, bundan en

çok etkilenecek olanlardır. Zira onlar, üstlenecekleri görevleri, başta ailede, bazen kitle iletişim araçlarında, kimi zaman akrabalarda görüp, kendileri ile özdeşleştirmeye ve modellemeye başlamaktadırlar.

Tüketimin öncelemesi, program ve dizilerde gözlemlenen bir diğer faktördür. Bu ise, dünyada mevcut olan ekonomik yapının televizyona bir yansımasıdır. Bu bakımda tüketimi artırmaya yönelik reklamların ön plana çıkması, dizilerin en önemli gelir kaynağını ortaya koymaktadır. Televizyon reklamcılığındaki bu yaklaşım, toplumun ve izleyici bireylerin potansiyel müşteri olarak değerlendirildiği gerçeğini ortaya koymaktadır (Uzun, 2009). Bu gerçeği, kanallara reklamlar için ödenen önemli miktardaki paralar desteklemektedir. Ayrıca reklamlarda yer alan dizi karakterleri aracılığıyla toplumun tüketime yönlendirilmesine büyük oranda katkıda bulunmaktadır (Oktay, 2011).

Televizyon programları, çok rahat bir şekilde muhataplarına mesajlarını ulaştırmaktadır. Fakat muhataplara iletilen mesajlar, bazen yanlış içerikleri barındırmaktadır. Yanlış bilgi ve kirliliği olarak görülebilecek olan bu durum karşısında izleyiciler, bu sunulan mesajların doğrudan hedef kitlesi olmaktadır (Kırtepe, 2014).

Bu bakımdan izleyicinin dizi yapımlarından, ele aldıkları konu ve içeriklerinden, karakterlerinden ve karakteristik özelliklerinden etkilenme durumları, izleyicinin konu hakkındaki müktesebatıyla ilişkili olabileceği gibi, izleyicinin yaş, cinsiyet, eğitim vb. gibi hazır bulunuştuk durumlarıyla da yakından bağlantılı olabilmektedir. Dolayısıyla diziler, izleyici üzerinde etki bırakmakta, ancak bu etkinin izleyici bireyler üzerinde farklı şekillerde olması söz konusu olabilmektedir.

Televizyon dizilerinde yer alan maddelerden olan alkol, çoğu defa dizilerde normal olarak tasvir edilmektedir. Gençlerin alkol tüketimine maruz kalmalarıyla son günlerde alkol tüketimleri arasında güçlü ilişkilerin olduğu yapılan araştırmalarda kanıtlanmıştır. Yine bu araştırmalara göre, diziler üzerinden reklamı yapıla alkolün ve markaların tüketiminde beş kat artış olduğu tespit edilmiştir. Medyada yayınlanan reklamlarda alkol ve diğer türevi maddeler, izleyicinin hoşuna gidecek tarzda şekillendirilmekte, etkileyici, büyüleyici, rahatlatıcı ve keyif verici, kötü sonuçları olmayan ve bedava ulaşılabilecek olan bir tasvir yapılmaktadır. Sonuç itibarıyla medya ve diziler, insanların alkol ve türevi maddelere yönelik yaklaşımlarını şekillendirmekte ve toplumun normal yaşantısına dahil edilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Brown ve Bobkowski, 2011).



## **5. TÜRKİYE’DE OKUYAN CİBUTİLİ ÖĞRENCİLER VE TÜRK DİZİLERİ**

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, verilerin analizi ve yorumlanması ilgili bilgiler yer almaktadır.

### **5.1. Yöntem**

#### **5.1.1. Araştırma Modeli**

Cibutilli öğrencilerin Türk dizilerine yönelik algıları, Türk dizilerinin öğrenciler tarafından nasıl anlamlandırıldığı ve gündelik yaşamlarına nasıl yansıdığı ve öğrencilerin dizileri hangi amaçlarla izlediğinin incelendiği bu çalışmada nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Durum çalışması seçilmesinin nedeni derinlemesine bilgi sağlayan nitel bir araştırma yöntemi olması ve nitel araştırma yöntemlerinin analizine ihtiyaç duyulmasıdır.

Nitel araştırmayı gözlem, görüşme ve doküman inceleme gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, gerçekleri ve olayları doğal ortamlarında gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya çıkarmak için nitel bir sürecin izlendiği bir çalışma olarak tanımlamak mümkündür. Nitel araştırma, disiplinler arası bütüncül bir bakış açısını esas alarak araştırma problemini yorumlayıcı bir yaklaşımla incelemeyi benimseyen bir yöntemdir. Üzerinde araştırma yapılan olgu ve olaylar kendi bağlamında ele alınarak insanların onlara yükledikleri anlamlar açısından yorumlanır (Karataş, 2015).

#### **5.1.2. Çalışma Grubu**

Nitel çalışma yönteminde çalışma grubunun belirlenmesinde çeşitli örnekleme yöntemleri kullanılmaktadır. Bunlardan biri de amaçlı örneklemedir. Araştırmada amaçlı örnekleme yolu izlenmiştir. Amaçlı örnekleme zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak vermektedir. Bu örneklemede seçim için önemli olduğu düşünülen ölçütler belirlenmekte ve bu ölçütlere göre seçilen örneklemin araştırma evrenini bütün nitelikleri ile temsil edebildiği düşünülmektedir. Bundan dolayı çalışmada amaca uygun örnekleme yöntemiyle çalışma grubu belirlenmiştir (Yılmaz ve Özdem, 2004).

Araştırmanın çalışma grubunu Ankara ve Çankırı illerinde okuyan Cibutilli öğrenciler oluşturmaktadır. Ankara ve Çankırı illerinin seçim nedeni Cibutilli öğrencilerin çoğunun bu iki şehirde bulunmasıdır. Öğrenciler Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Ankara’da bulunan Türkçe dil kurslarında eğitim görmektedir.

Katılımcıların anonimliğinin sağlanması için öğrencilere kod verilmiştir. Bulgular kısmında da katılımcıların görüşleri bu kod isimleri ile aktarılmıştır. Görüşmeye katılan öğrencilerin alan, cinsiyet, eğitim durumu ve okudukları bölümlere göre dağılımı Tablo 5.1’de verilmiştir.

<b>Katılımcı</b>	<b>Cinsiyet</b>	<b>Eğitim</b>	<b>Öğrenim Gördüğü Bölüm</b>
K1	Kadın	Lisans	Peyzaj mimarlık
K2	Kadın	Yüksek lisans	Çev. ve Kül. Çalışmalar
K3	Kadın	Lisans	Fizik
K4	Kadın	Lisans	Türkçe hazırlık
K5	Kadın	Yüksek lisans	Sağlık yönetimi
K6	Kadın	Lisans	Ebelik
K7	Kadın	Lisans	Endüstriyel tasarım
K8	Kadın	Lisans	Hemşirelik
K9	Kadın	Yüksek lisans	Çev. ve Kül. Çalışmalar
K10	Erkek	Yüksek lisans	Gazetecilik
K11	Kadın	Lisans	Endüstriyel tasarım
K12	Erkek	Lisans	Türkçe hazırlık
K13	Kadın	Lisans	Ebelik
K14	Kadın	Yüksek lisans	Grafik tasarımı
K15	Kadın	Lisans	Türkçe hazırlık
K16	Erkek	Yüksek lisans	Gazetecilik
K17	Kadın	Yüksek lisans	İşletme
K18	Kadın	Lisans	Türkçe hazırlık
K19	Kadın	Lisans	Türkçe hazırlık
K20	Kadın	Yüksek lisans	Bilgisayar mühendisliği
K 21	Kadın	Lisans	Uluslararası ilişkiler
K22	Kadın	Lisans	Tıp
K23	Kadın	Yüksek lisans	İşletme
K24	Kadın	Yüksek lisans	İşletme

Tablo 5.1. Katılımcı öğrencilere ilişkin kişisel bilgiler

### 5.1.3. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada veriler, yüz yüze yapılan görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Görüşme, insanların düşüncelerinin anlaşılmasında kullanılan etkili yöntemlerden biridir. İnsanlara kendilerini doğal bir ortamda ifade etme fırsatı sunmaktadır. Bu çalışmada da öğrencilerin takip ettikleri Türk televizyon dizilerine yönelik algıları, dizileri izleme motivasyonları ve dizilerin öğrencilerin gündelik yaşamlarına nasıl yansıdığını incelemek için görüşme yöntemi kullanılarak araştırmacı tarafından geliştirilen “yarı yapılandırılmış görüşme formu” ile veriler toplanmıştır.

Araştırmada Ankara ve Çankırı illerinde okuyan 24 Cibutli öğrenci ile görüşme yapılmıştır. Görüşülen kişilerin yaş aralığı 18-29 arasındadır. 24 öğrenci belirlendikten sonra katılımcılarla ortak gün ve saat belirlenmiş, görüşmeler 20 Şubat 2021 ile 5 Mart 2021 tarihlerinde arasında yapılmıştır. Görüşmelerin büyük bir kısmı öğrencilerin evinde, geri kalanı Türkçe dil okullarında Türkçe, Somalice, Arapça dillerinde yapılmıştır. Türkçe görüşmeler dışındaki tüm görüşmeler tercüme edilmiştir. Görüşmeye başlamadan önce araştırmacı hem kendini tanıtmıştır hem de görüşme yapılan öğrencilerin görüşmeye ısınması için öğrencileri tanımak amacıyla birtakım sorular sorulmuştur. Daha sonra araştırmanın amacı hakkında bilgi verilmiş ve görüşmecilere görüşme sırasında elde edilen bilgilerin sadece bu çalışma kullanacağı ve kimlik bilgilerinin tamamen gizli tutacağı ifade edilmiştir. Görüşme sırasında ayrıntıların gözden kaçmaması için ses kayıt cihazı kullanılması amacıyla öğrencilerden sözlü onay alınmıştır. Katılımcılara görüşme formunda bulunan sorular yöneltilip 5-15 dakika arasında değişen yüz yüze görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır.

#### **5.1.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması**

Araştırmada 13 soru sorulmuştur. Bu sorular 3 bölüm halinde düzenlenmiştir. Mülakat soruları aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Birinci Bölüm	1. Türkiye'ye gelmeden önce Türk dizileri izliyor muydunuz?
	2. Türk dizilerini izlemek için kullandığınız dil nedir?
	3. Dizileri alt yazılı olarak mı izliyorsunuz?
İkinci Bölüm	4. Türk dizilerini izleme amacınız ve sebepleriniz nelerdir?
	5. Dizi seçim sebepleri nelerdir?
	6. En çok hangi tür dizileri izliyorsunuz?

Üçüncü Bölüm	7. Türk dizilerinde en çok beğenilen ayrıntılar nelerdir?
	8. Türk dizileri olumlu ve olumsuz değer içeriği nedir?
	9. Türk dizisindeki karakterlerin model ve davranışlarından etkilendiniz mi veya taklit ediyormusunuz?
	10. Türk dizileri izlemeniz görünüşünüzü etkiliyor mu?
	11. Türk dizisini izlemenizin davranışlarınızı değiştirmede sizi olumsuz yönde etkilediğini düşünüyor musunuz?
	12. Türk dizisinin aktardığı değerlerin ve fikirlerin kültürünüzü ve inançlarınızı değiştirebileceğini düşünüyor musunuz?
	13. Sizce Türk dizileri Türkiye ve Türk kültürü hakkında nasıl bir kanaat uyandırıyor?

Tablo 5.2. Görüşme soruları

Araştırma kapsamında Ankara ve Çankırı illerinde okuyan 24 Cibutli öğrenci ile görüşülmüştür. Görüşmelerin tamamında bilgi kaybının önüne geçmek için ses kaydı yapılmış, daha sonra ses kayıtları çözümlenmiştir. Toplanan veriler bilgisayar ortamına aktarılmış, her soruyla ilgili belirlenen görüş ve düşünceler araştırmacı tarafından değerlendirilmiştir. Araştırmada öğrencilerin kimliklerinin gizli tutulması için her bir öğrenciye bir kod verilmiştir.

### 5.1. Bulgular ve Yorum

Araştırmadan elde edilen bulgular üç bölümde verilmiştir. İlk bölümde öğrencilerin Türkiye'ye gelmeden önce Türk dizilerini izleyip izlemedikleri ve dizileri hangi dilde izledikleri sorulmuştur. İkinci bölümde öğrencilerin Türk dizilerini izleme amaçları ve sebepleri belirtilmektedir. Üçüncü bölüm, öğrencilerin Türk dizilerine yönelik algılarını ortaya çıkaracak şekilde tasarlanmıştır.

#### 5.1.1. Öğrencilerin Türkiye'ye Geliş Öncesi Türk Dizisi İzleme Durumları ve Tercihleri

Araştırmanın bu bölümünde öğrencilerin Türkiye'ye gelmeden önce Türk dizilerini izleyip izlemedikleri ve Türk dizilerini hangi dillerde izledikleri sorulmuştur.

Türk dizileri 2009 yılında Cibuti ekranlarında gösterilmeye başlamış ve o tarihten itibaren yüksek izlenme oranlarına ulaşmayı başarmıştır. Gösterilen her yeni Türk dizisi büyük bir izleyici kitlesi ile takip edilmiştir. Dizilerde sunulan doğa güzelliklerinin yanı sıra romantik aşk hikâyeleri, aile sevgisi gibi konuları işleyen dizilerin Arapça dublajlı olması Cibuti izleyicilerinin ilgisini uyandırmıştır. Böylece 100'den fazla bölüme ulaşan diziler izleyiciler tarafından "tutku ve heyecanla" takip edilmiştir.

### 5.1.1.1. Türkiye'ye geliş öncesi dizi izleme durumu

Katılımcılardan bu soruya“evet” cevabını verenler kendi ülkelerindeyken de Türk dizilerini izlediklerini söylemiştir. Bunun nedenleri arasında Türk kültürünü daha iyi tanımak istemeleri, Türkiye'nin doğal güzelliğini ve drama dizilerini sevmelerini belirtmişlerdir. İzledikleri diziler içinde Gümüş, Aşk-ı Memnu ve Feriha yer almaktadır.

*“Evet, izliyordum. Türk dizilerini izlerken İstanbul manzarası ve güzelliği gözümü kamaştırdı. Türk kültürü, ev mobilyaları, mutfakları, çayı nasıl demliyor, kahvaltı nasıl hazırlıyorlar, bütün bunlar ilgimi çekiyordu.” (K9)*

*Biz Cibutililer olarak her zaman farklı diziler izlemeyi tercih ediyoruz. Mesela, yıllar önce Hint ve Meksika dizileri bizim için popülerdi ancak yaklaşık on yıl Türk dramalarını Arap kanallarından izlemeye başladık. Hatırladığım kadarıyla en sevdiğim diziler Gümüş dizisi, Adını Feriha Koydum, Acı Hayat, Yaprak Dökümü, Cesur ve Güzel vb. idi (K15)*

*“Evet, izliyordum ve dizileri izlerken Türkiye'nin mevsimleri mesela, kışın kar, sonbahar yaprak dökümü gibi sahneler çok bayılıyordum. Memleketimde hep aynı mevsim yaşadığımız için Türkiye'ye gidip bir süre orada yaşamak ve orada okumak istiyordum.” (K17)*

*“Evet izliyordum. Örneğin, “Gümüş diye bir tane dizi vardı Gümüüş'ü izledim. Fatmagül'ün Suçu Ne, Adını Feriha Koydum. Bu tarz diziler vesaire örnekler çoğaltıyor tabi ki de.” (K3)*

*Evet, izliyordum. Birkaç seneden beri Cibuti kanallarında çıkan Türk dizileri Arapça tercüme edip öyle izliyorduk. Bir Türkçe kelime bile geçmiyordu. Bu bir dezavantajdı, çünkü Türkçe öğrenmek için güzel bir yol olabilirdi ashında. Cibuti'deyken Türkçe öğrenmek güzel bir fikir ama Cibuti'de Arapça resmî dil olduğu için herkes dizileri anlayabiliyor. (K2)*

“Hayır” cevabını veren öğrencilerin bir kısmı hiçbir şekilde Türk dizisi izlememiştir. Bu durum derslerinin yoğunluğundan dolayı televizyon izleyememelerinden, bazı öğrencilerin de ihtiyaç duymamalarından kaynaklanmıştır. Bazı öğrenciler ise daha çok Hint ve Meksika dizisi izlemeyi tercih ettiklerini belirtmiştir.

*“Türkiye'ye gelmeden önce Türk dizileri izlemiyordum, derslerimden dolayı fırsatım olmuyordu.” (K21)*

*“Hayır, izlemiyordum. Hiç önem vermiyordum ama Türkiye'ye geleceğimi bilseydim izlerdim. Türkiye'ye geldikten sonra izlemeye başladım, çünkü zorundaydım. Bizim hocalar da tavsiye ediyorlardı Türkçemizi geliştirsin diye.” (K23)*

*“Hayır, izlemiyordum, başka diziler izliyordum. Örneğin, Meksika ve Hindistan dizileri.”*  
(K6)

Bu soruya verilen cevaplardan öğrencilerin büyük bir kısmının ülkelerindeyken dizileri çok izlediği ve sevdiği anlaşılmaktadır.

#### **5.1.1.2. Türk dizilerini izlerken tercih edilen dil**

Öğrenciler, ülkelerindeyken Arap kanallarından Arapça dublajı olarak ya da Youtube’de Türkçe ve İngilizce alt yazılı olarak Türk dizileri izlediklerini belirtmiştir. Fakat Türkiye’ye geldikten sonra Türkçe öğrendikleri için kendi dillerinde izlemeyi bıraktıklarını söylemişlerdir. Öğrencilerin bir kısmı ise okulda kendilerine Türkçe dizi izlemelerinin tavsiye edildiğini, dizi izlemenin dil öğrenme konusunda kendilerine destek olacağını düşündüklerini belirtmiştir.

*“Eskiden Arap dili sayesinde Türk dizileri izliyordum ama bugün Türk dili öğrendiğim için Türkçe izliyorum. Aynı zamanda da benim Türkçemi bozmuyor. Bu dizilerin sayesinde de Türkçem gelişiyor ve her zaman yeni kelimeler ile karşıliyorum.”* (K2)

*“Türkçe öğrenmeden önce ya dublaj şekilde izlerdim Arapça dublajı olarak ya da alt yazılı olarak izlerdim. Fakat şimdi Türkçe öğrendikten sonra orijinal dilde izliyorum yani Türk dilinde izliyorum.”* (K3)

*“Aslında Cibuti’deyken sadece Arapça izliyordum çünkü bütün filmler ve diziler Arap kanalındaydı, o yüzden Arapça izlemek zorunda kalıyordum. Özellikle Türk dizilerinde başka bir seçenek yoktu. Ama şimdi Türkçe izliyorum ve gayet güzel anlıyorum.”* (K12)

*“Ülkemdeyken Arapça ile izlerdim, alt yazılı olarak ya da dublajlı şekilde. Ama Türkiye’ye geldikten sonra sadece Türkçe ile izlemeye başladım çünkü öğretmenler tavsiye ederlerdi. Artık anlıyorum, hem de bu sayede yeni kelimeler öğreniyorum.”* (K15)

Görüldüğü üzere görüşme yapılan öğrencilerin büyük bir bölümü Arap kanallarından tüm Türk dizilerini yalnızca Arapça dublajlı izlediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca öğrenciler, Türkiye’ye geldikten sonra dizileri Türkçe izlediklerini ve diziler sayesinde Türkçe öğrendiklerini vurgulamışlardır.

#### **5.1.1.3. İzleyicilerin altyazı kullanım tercihleri**

Bu soruya öğrencilerin büyük çoğunluğu önceden Türkçe bilmediği ve dizinin içeriğini daha iyi anlamak için alt yazılı olarak izledikleri cevabını vermiştir. Ancak artık Türkçe

öğrendikleri ve dizinin orijinal içeriğini bozmamak için tüm dizileri Türkçe izlediklerini ve oldukça iyi anladıklarını belirtmişlerdir.

*“Önceden Türkçe öğrenmek ve diziyi iyi anlamak için alt yazılı olarak izliyordum ama şimdi Türkçe öğrendim ve gayet güzel anlıyorum. Bütün dizileri dinleyerek izliyorum.” (K1)*

*“Şu an Türkçe bildiğim için dinleyerek izlemeyi tercih ediyorum ve iyi anlayabiliyorum. O yüzden alt yazıya gerek kalmıyor. Bir de ben alt yazı hiç sevmiyorum çünkü dizi izlerken konsantre olmam gerekiyor.” (K12)*

*“Dizileri altyazılı izlemiyorum., Türkçeye yeterince hâkim olduğumu zannediyorum ve alt yazıyla izlemeye gerek kalmadığını düşünüyorum. Herhangi bir diziyi Türkçe izleyebilirim.” (K2)*

Hem alt yazılı ve hem dinleyerek izlemeyi tercih edenler ders içeriklerini anlamada dizilerin yardımcı olması amacını taşıdıklarını açıklamışlardır. Öğrenciler okudukları bölümlere ve meslek gruplarına göre dizileri alt yazılı veya dinleme yoluyla izlemeyi tercih edip kendilerini bu doğrultuda geliştirmeye çalışmışlardır.

*“Dinleyerek izliyorum, alt yazılı da izliyorum çünkü nasıl doğru yazıldığını öğreniyorum böylece.” (K21)*

*Dizileri izlemeye ilk başladığımda alt yazılı olarak izlemeye başladım ama alt yazıyı okuması zordu ve dizideki sözleri kaçırmış oluyordum. Daha sonra yavaş yavaş dinleyerek izlemeye başladım ve dışarı çıktığımda insanlar konuştuğu zaman dizide duyduğum kelimeleri duyuyordum ve o anda anlamlarını hatırlıyordum. Yani pratik yapmış oluyorum. (K15)*

*“Aslında ikisini de kullanıyorum. Dinleyerek izliyorum. Bazen de alt yazıdan izliyorum çünkü çok hızlı konuşuyorlar ve benim için alt yazılı daha iyi oluyor.” (K9)*

*“İkisini de çünkü Türkçe ana dilim değil ve bazen bazı kelimeleri anlamayabilirim dinlerken. O yüzden kelimeyi alt yazıdan bakıyorum.” (K8)*

### **5.1.2. Öğrencilerin Türk Dizilerini İzleme Sebepleri**

“Öğrencilerin Türk dizilerini izleme sebepleri” olarak tasarlanan ikinci araştırma sorusuna yanıt aramak için öğrencilerin Türk dizilerini izleme nedenleri, en çok hangi tür dizileri seçtikleri ve bu tercihlerinin sebepleri sorgulanmıştır. Görüşmelerden elde edilen bulgulara aşağıdaki sorular sonucunda ulaşılmıştır.

#### **5.1.2.1. Öğrencilerin Türk televizyon dizilerini izleme amaçları ve nedenleri**

Dizi ve filmler çağımızın sıklıkla izlenen programlarından. İzleyiciler, dizileri farklı motivasyonlarla ve bilişsel ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamak üzere izlemektedir. İzleyiciler dizileri bazen sosyal bütünleşme. bazen de yalnızca eğlenmek, boş vakitlerini geçirmek için izler. İzleyici, kimi zaman dizideki karakterle özdeşim kurar. Bu yüzden onların yaşadığı hayatı dikkatle takip eder ve karşılaştıkları sorunlarla nasıl başa çıkacaklarını merakla izlerler.

Görüşme yapılan öğrenciler, Türk dizilerini izleme nedenlerine benzer yanıtlar vermiştir. Öğrenciler, bu dizileri tercih etmelerindeki en önemli nedenin Türkçeyi ve Türk kültür ve geleneklerini öğrenme isteği olduğunu söylemişlerdir. Türkiye’de öğrenim görmeyi tercih eden yabancı uyruklu öğrenci sayısı her yıl artmaktadır. Yabancı uyruklu öğrenciler Türkiye’ye ilk geldiklerinde çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Kültürel farklılıklar, sosyal farklılıklar ve Türkçe bilmemek öğrencilerin karşılaştığı en önemli zorluklar arasındadır. Diziler ve filmler dili öğrenmek ve kültür aktarımını gerçekleştirmek için en önemli araçlardan biri olarak görülmektedir. Öğrenciler, Türk dizilerini izleme amaç ve nedenlerini şu sözlerle ifade etmişlerdir.

*“Türk dizisi izleme amacım eğitim. Yani Türkçe öğreniyorum. Eğlenceli vakit geçirmek için, dinlenmek ve stresli bir günden uzaklaşmak için.” (K8)*

*“Dizileri izleme amacım ve sebeplerim çok çeşitli olabilir. Ama en önemli amacım Türkçe öğrenmek ve yaşadığım ülke kültürü ve göreneklerini anlamak. Bazen de eğlenme ve vakit geçirmek için izliyorum.” (K15)*

*“Türkçemi geliştirmek, Türk kültürü, âdet ve görenekleri ve Türklerin yaşam tarzlarını öğrenmek için izliyorum.” (K6)*

*Bir dizi izlemek için hiçbir hedef olmadığını düşünüyorum. Bir insan diziyi boş zamanını doldurmak için izler. Ben mesela, Türkiye’ye ilk geldiğimde hocalar bizden Türk dizilerini izlememizi istiyorlardı çünkü dili çabuk öğrenmek için gerekliydi. Bunun iyi bir fikir olduğunu düşünüyorum. Dizilerin Türkçe öğrenmemde katkısı var. O yüzden bu öğrenmek amacı dışında başka bir amaç yoktu benim için. Bazen de insanlar o dizideki hikâyeleri ile bağ kuruyor ve o yüzden belli dizileri izliyorlar. (K2)*

*“Benim amacım Türkçe öğrenmek ve dizi izlerken benim için pratik oluyor. Yani bilmediğim kelimeler öğrenmiş oluyorum ve aynı zamanda hangi anlamda kullanıldığını da öğreniyorum.” (K12)*

*“Ben Türkiye’ye yüksek lisans yapmak için geldim ve yüksek lisansı bitirmek için Türkçe öğrenmek zorundaydım. Çünkü başka bir seçeneğim yoktu ve Türkçemi geliştirmek için Türk*

*dizilerini izlemeye başladım. Söylediğim gibi, Türkçe öğrenmek ve anlamak amacıyla izlemeye başlamıştım.” (K16)*

Bazı öğrenciler, dizi izleme nedenlerini “boş zamanlarını geçirmek, eğlenmek ve Türk dizilerini sevmek olarak” belirtmiştir.

*“Türkiye’ye ilk geldiğimde Türk dizileri izlemedeki tek amacım Türkçe öğrenmekti. Daha sonra güncel hayat stresinden uzaklaştırdığı ve Türk dizilerini çok sevdiğim için izlemeye başladım.” (K17)*

*“Genel olarak Türk dizileri ve filmleri hoşuma gidiyor. Türkçe öğreniyorum. Daha çok eğlenmek için ve bilgi almak için izliyorum.” (K20)*

*“Türkçeyi daha iyi öğrenmek, vakit geçirmek, Türkiye’nin farklı kültürlerini öğrenmek ve takip ettiğim oyuncularını görmek için seyretmekteyim.” (K4)*

*“Eskiden Türk dizilerini izlememin ilk amacı Türkçe öğrenmekti. Şunu söyleyeyim. Dizileri izlemeye başladıktan sonra çok beğendim ve bugün Türk dizileri sayesinde Türkçem çok gelişti. Hem de Türk dizilerini sevdiğim için izliyorum.” (K24)*

#### **5.1.2.2. Öğrencilerin izlediği dizi türleri**

Öğrencilere hangi Türk dizilerini izledikleri sorulmuştur. Alınan cevaplar değerlendirildiğinde öğrencilerin çoğunun komedi ve romantik dramalar izlemeyi tercih ettiği görülmüştür. Bundan hemen sonra tarihî dramalar ve aksiyon gelmektedir.

Görüşülen öğrencilerin sorulan sorulara verdikleri cevaplardan kız öğrencilerin daha çok romantik dizi, komedi ve aile dizilerini izlediği görülmüştür. Bu diziler içinde Yasak Elma, Sen Çal Kapımı, Kara Sevda, Kara Para Aşk, Sen Anlat Karadeniz gibi diziler yer almaktadır. Erkek öğrencilerin daha çok aksiyon ve tarihî içerikli diziler izlediği saptanmıştır. Bu dizilere örnek olarak Söz, Savaşçı, Diriliş Ertuğrul verilebilir. Yapılan görüşmelerde en çok izlenen Türk dizilerinin Yasak Elma, Diriliş ve Ertuğrul dizileri olduğu görülmektedir.

*“Ben, içerisinde savaş, siyaset ve aksiyon olan dizileri çok severim. Örnek verirsem, Kurtlar Vadisi, Savaşçı, Söz, 2. Abdülhamit vs.” (K16)*

*“Komedi dizilerini seviyorum. Ekran karşısında iyi vakit geçirebilmek, gülmek, günün stresinden uzaklaşmaktan keyif alıyorum.” (K8)*

*“Aşk dizileri, mesela, Kara Sevda dizisi gibi ve aksiyon dizileri, Söz dizisi gibi ve drama türlerini en sık şekilde izliyorum.” (K19)*

*“Eskiden aksiyon da izliyordum ama bugünlerde aile dizileri seyrediyorum. Onlar pek hoşuma gidiyor” (K5)*

*“Ben en çok aksiyon ve tarihsel dizileri izlemeyi tercih ederim. Dirilis, Ertuğrul, Muhteşem Yüzyıl, Çukur gibi diziler.” (K10)*

*“Drama ve komedi dizilerini daha çok izliyorum. Şimdilik takip ettiğim bir dizim var: Yasak Elma. Bu diziye bayılıyorum açıkçası yani bütün oyuncular iyi oynuyorlar. En başarılı dizi olduğu düşünüyorum.” (K12)*

*“En çok romantik, entrikalı mesela, Kara Para Aşk gibi heyecan verici dizileri izliyorum.” (K24)*

*“Dizilerin çok çeşit türleri var; bazıları komedi dizileri sever, bazıları da dramayı sever. Ben mesela, komedi dizilerinden hoşlanmam. Aksine dramayı çok seviyorum çünkü benim kişiliğime daha çok hitap ediyor” (K2)*

### **5.1.2.3. Öğrencilerin dizi seçimini etkileyen faktörler**

Öğrencilerin dizileri seçme sebepleri sorulduğunda verdikleri cevaplar değerlendirilmiş ve dizi seçimindeki önemli sebepler arasında dizilerin hikâyelerinin daha önce izlediklerinden farklı olması, yeni senaryo ve konuların varlığı, beğendikleri ve sevdikleri oyuncuların dizide rol alması olduğu görülmüştür.

*“Aynı senaryoyu tekrarlayan dizilerden sıkılıyorum, o yüzden farklı senaryolar arıyorum. Dizi beni meraklandırmalı. Acaba bir sonraki bölümde ne olacak gibi.” (K21)*

*“Bir dizi seçmek için önce bu diziye anlatan hikâyeyi okumuş oluyorum. Daha sonra sevdiğim bir oyuncu dizide varsa direkt bu diziye seçip izlemeye başlıyorum. Bir de beğendim bir karakter varsa bu da etkili oluyor.” (K13)*

*“Anlattığı hikâyeye, yansıttığı kültür ve âdetler. Önemli olan Türk halkını ve Türk kültürünü tanımak.” (K13)*

Öğrencilerin büyük kısmı, arkadaşlarının önerilerinin ve sosyal medyadaki dizi fragmanlarının dizi seçiminde etkili olduğunu belirtmiştir.

*“Instagram’da takip ettiğim bazı sayfalar var. Orada dizilerden bazı fragmanlar paylaşıyorlar ve ben de oradan seçiyorum. Eğer bu fragman hoşuma giderse hemen bu diziye izlemeye başlıyorum.” (K23)*

*“Benim için izleyeceğim diziyi seçmeden önce, ister YouTube’den ister daha önce izlemiş olan arkadaşlara sorarak, dizi hakkında küçük bir araştırma yapıyorum. Araştırma yaptıktan sonra eğer ilgimi çekiyorsa hemen izlemeye başlıyorum.” (K24)*

*“Genelde dizi seçim sebeplerim ya sosyal medyadan gördüğüm dizi fragmanları ya da arkadaşlarımdan bu diziyi tavsiye etmesi oluyor.” (K15)*

### **5.1.3. Öğrencilerin Türk Dizilerine Yönelik Algıları**

Bulguların son bölümünde Cibutili öğrencilerin Türk dizilerine yönelik algıları, Türk dizilerinin öğrenciler tarafından nasıl anlamlandırıldığı ve gündelik yaşamlarına nasıl yansıdığı açıklanacaktır. Görüşmelerden elde edilen bulgulara aşağıdaki sorulardan ulaşılmıştır.

#### **5.1.3.1. Öğrencilerin Türk dizilerinde beğendiği ayrıntılar**

Yalnızca Orta Doğu, Orta Asya ve Doğu Avrupa’da değil, Afrika’da yapılan araştırmalarda da Türk dizilerinin günden güne önem kazandığı ortaya çıkmıştır. Bu durumun sebebi dizi konularının ilgi çekmesi, sevilen oyuncuların dizilerde rol alması ve doğal güzelliklerin varlığı olmuştur.

Görüşülen öğrencilerin büyük bölümü Türk dizilerinde en çok beğendikleri ayrıntıları senaryolardaki kalite, görüntü ve çekim tekniklerindeki profesyonellik olarak ifade etmişlerdir. Ayrıca Türk oyuncuların eğitilmiş olmaları ve rollerini başarıyla oynamaları ile onları Hollywood oyuncularına gibi başarılı bulduklarını söylemişlerdir.

*“En çok beğenilen ayrıntılar erkeklerin çok romantik olması, kadınların güzel, bakımlı olması ve çok güzel oynaması, herkesin kendi rolünü çok güzel yapması.” (K21)*

*“Türk dizileri duygulara çok önem veriyor. Hem iyi hem de kötü karakterleri hangi unsurların motive ettiğini detaylı bir şekilde anlatıyor. Oyuncular da en az Hollywood yıldızları kadar yetenekli.” (K8)*

*“Türk dizi oyuncularının eğitilmiş olması ve rollerini gayet güzel oynaması. Seyirciyi eğlendirmek için hikâyeye anlatma konusunda başarılılar.” (K10)*

*Türk dizilerinde en çok beğendim şey yabancı oyunculara başvurmaması. Türk dizilerinde hep aynı oyuncu vardır ve bu, Türk sinemasının güçlü olduğu kanıtıyor. Oyuncular çok güzel oynuyorlar. Her bölüm bambaşka bir olay ile dolu, nereye bakacağını şaşırtıyor insan. Bir de diziler hep Türkiye’de çekim yapıyor, yurtdışına çıkan ya da yurtdışında çekilen bir dizi henüz görmedim. Aynı zamanda izleyiciler Türkiye manzaraları görmüş oluyor. Mesela, Çin’de bulunan izleyiciler Türk dizilerini izleyerek kendisini Türkiye’yi gezmiş gibi hissedecektir. (K2)*

*“Bana göre dizilerin en çok beğenilen ayrıntıları dizilerin mutlu son ile bitmesi. Oyuncular rollerini tam anlamıyla benimsiyorlar. Prodüksiyon şirketinin harika çalışması ve pitoresk manzaraların, popüler mahallelerin güzelliği sizi cezbediyor.” (K15)*

*Diziler genellikle daha çok bir olay üzerinden gittiği için o olay üzerinde değerlendirme yapılıyor. O yüzden bir önceki bölümü izlediğin sürece bir sonraki bölümü tahmin edebiliyorsun. Yani bir noktada sadece bir olaydan bahsettiği için çok beğeniyorum. Dizilerde sadece bir hedef var. Başlangıçtan sonuna kadar o hedefe yönelik bir şeyler üretmeye çalışıyorlar. (K20)*

Görüşmelerde üzerinde durulan konular arasında dizilerdeki çekim yerlerinin güzelliği ve dizilerin sunduğu farklı Türk kültürü ve âdetleri de vardır. Öğrenciler dizide izledikleri Türk kültürü ve âdetlerini, çekim yerlerindeki manzaraları -özellikle İstanbul’u- çok beğendiklerini ve diziler sayesinde bu konularda oldukça fazla bilgi edindiklerini belirtmişlerdir.

*“Türk dizilerinin çekim yerleri mesela. İstanbul ya da diğer tarihsel yerleri çok beğeniyorum. Türk dizilerinin teknik ayrıntılarının yönetmenlik ve çekim kalitesi çok iyi. Oyuncular güzel ve yakışıklılar.” (K12)*

*“Bence Türk dizilerinde en çok beğenilen ayrıntılar hikâyenin kendisi, dizinin yansıttığı Türk kültürü, kıyafetleri, yemekleri ve oyuncuların iyi oynaması.” (K24)*

*“Görsellik, özellikle çoğu dizinin İstanbul’da çekilmesi ve şehrin tanıtılması. Ben İstanbul’u çok seviyorum.” (K7)*

*“Herkes için farklıdır tabi ki. Bana göre beğendiğim ayrıntılar dizinin yansıttığı değerler, taşıdığı kültür, anlatmaya çalıştığı ve yansıtmaya çalıştığı âdetler.” (K3)*

*“Bana göre diziyi çekerken tabiata ve o şehri ait güzellikleri gösteren sahneler.” (K5)*

Görüşmeler sırasında sosyal bilimler ve eğitim bilimleri alanlarında eğitim alan öğrencilerin daha çok dizilerin içindeki duygusal aktarımlardan, öğrencilerden ve olaylardan etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır. Fen bilimleri, sağlık ve mühendislik gibi teknik alanlarda eğitim alan öğrencilerin ise daha çok doğal güzellik ve çevresel faktörlere dikkat ettikleri sonucu ortaya çıkarılmıştır.

### **5.1.3.2. Türk televizyon dizilerinin olumlu ve olumsuz yönleri hakkında öğrencilerin görüşleri**

Türk televizyon dizilerinin olumlu ve olumsuz yönleri hakkında öğrencilerin görüşleri sorulmuş, öğrencilerden çeşitli cevaplar alınmıştır. Verilen cevapların yalnızca Türk dizileri için değil, bütün dizi ve filmler için geçerli olduğu dikkat çekmektedir.

Öğrenci görüşleri önce olumsuz yönler, daha sonra olumlu yönler olarak verilecektir. Dizilerdeki olumsuz yönler hakkında öğrenciler şunları belirtmiştir: Çarpık ilişkiler, aldatma, yasak ilişkiler, ihanet, boşanma, kadın ve çocuklara şiddet, erkeklerin kadınlardan daha değerli olduğunu gösterme, evliliği yanlış bir şekilde tanıtmak. Bunun yanı sıra Yasak Elma gibi dizilerde uyuşturucu, alkol kullanma, sigara içme gibi olumsuz örnekler dizilerde normal bir şekilde gösterilmektedir. Öğrencilere göre dizilerdeki bu unsurlar toplumu olumsuz bir yönde etkilemektedir.

*“Olumlu bir yön olarak toplumda hoş karşılanmayan davranışların çoğunun dizilerde bulunmaması ve küfür gibi sözcüklerin kontrol altına alınmasıdır. Olumsuz yönleri arasında kadınlara yönelik şiddet içeriğinin çok fazla olması ve aile ilişkilerde kötü örneklerin sunulması yer alıyor.” (K1)*

*Türk dizilerinin olumlu özellikleri kültürel sahneleri ve müzik çalmalarıdır. Öte yandan olumsuz sahneleri de var. Bazen, mesela öpüşme sahneleri, alkol ve yasak ilişki sahneleri de olumsuz bir şekilde topluma yansiyabilir. Çünkü izleyiciler o sahneleri kopyalayıp gerçek hayata taşıyabilirler. Bunun hiç iyi bir fikir olmadığını düşünüyorum. (K2)*

*Aslında Türk dizilerinin hepsi olumsuz veya olumlu olmuyor. Yani bazı hikâyeler güzel oluyor, aynı zamanda izleyiciyi etkileyebiliyor. Ama bazı hikâyeler kötü etki uyandırabilir. Mesela aldatmak, kandırmak, öldürmek, çalmak... Bunlar gerçek hayatta olan olaylar olabilir ama dizilerde yayınlayınca insanları kötü etkileyebilir. Yani normal bir şey gibi gelir onlara. Kolayca ve çekinmeden harekete geçebilirler. Biliyorsun, sosyal medya toplum üzerindeki etkisi bu, bana göre Türk dizilerden en olumsuz değer içeriği bu (K23)*

Yapılan görüşmelerde öğrencilerin dizilerde olumlu bulduğu hususlar şunlardır: Toplumda hoş karşılanmayan davranışlardan küfürlerin kontrol altına alınması, dizilerde sunulan vatan sevgisi, özellikle büyüklere baba, anne, anneanne vb. saygılı davranılması, farklı kültür ve âdetleri göstermesi ve Türkçe öğrenmeye yardımcı olması.

*Olumlu birçok değer içeriği var elbette. Örneğin, herkes tarih kitabı okumaz fakat az da olsa izlediği tarih dizilerinde tarihi öğrenebilir. Bir başka örneği, her dizi farklı şehirlerde çekiliyor. Her şehrin ait olduğu kültürü ve âdetleri vardır. Şehirlerin kültürünü ve âdetlerini daha çok diziler sayesinde öğrenebiliyoruz. Olumsuz yanı ise bazen dizideki senaryo anlatılan hikâyeye gerçek kültürden, gerçek âdetlerden farklı bir şekilde yansıtılıyor. (K3)*

*“Dizilerin olumlu içeriği ile başlarsak bence vatan sevgisi dizilerdeki en olumlu değerdir.”*  
(K16)

*“Olumlu yönde şöyle diyebilirim; dil öğrenmek için bir yol olması, eğlendirici olması ve kültürü aktarması. Olumsuz yönü ise ahlaki değerlere uymaması, zaman kaybı ve bağımlılık.”*  
(K8)

*“Olumlu olarak iyi yönde ders veriyor bazı diziler. Yabancılar için Türkçeyi geliştirmeye yardımcı oluyor. Kötü yönde ise bazı diziler topluma kötü örnekler gösteriyor. Mesela, uyuşturucu kullanmak, sigara içmek gibi.”* (K6)

*Olumlu yönleriyle başlarsak karşılık saygı, kültürü anlatmak, âdetlerden bahsetmek, turizmi iyi tanıtması. Netflix ile sözleşme yaparak dünyaya açılması. Olumsuz olan yönü ise mafya, silah, uyuşturucu, alkol göstermesi, dramatik olayları abartması ve tekrarlama, evlilik öncesi ilişkiler, ailelerin dağılmasının çok göstermesi ve dizi sezonlarının çok uzun sürmesi.* (K9)

Görüşmelerdeki en olumlu eleştirilerden biri globalleşen dünyada hemen her kültürde çeviri ve yayınların olması, böylece dizilerin her yerde izlenme imkânının bulunması olmuştur.

*“Olumlu yönlerine bakacak olursa insana nasihatlerde bulunması, bütün dünyadaki insanların aynı olduğunu göstermesi. Olumsuz yönde bazı dizilerde finallerinin üzücü son ile bitmesi.”* (K5)

*“Olumlu olarak yeni şeyler öğreniyorsun, keşfediyorsun dizilerde. Teknoloji olsun, moda olsun, diksiyon olsun. Olumsuz olarak kadınlara karşı olan aşağılanma, değersizleştirme topluma kötü örnek oluşturur.”* (K21)

Bazı öğrenciler, Türk dizilerinin Türkiye'nin güzelliğini gösterdiğini, bunun da turizme katkı sağladığını söylemişlerdir.

*“Olumlu: Kültür ve âdetleri anlatıyor, Türkiye'yi güzel bir şekilde gösteriyorlar. Olumsuz: Dizilerin sürelerinin uzun olması, zengin ailelerde hep birilerinin kötü olması. Baba veya anne kötü oluyor.”* (K17)

*“Olumlu yönde Türk televizyon dizileri turizmi olumlu etkiliyor. Son yıllarda gelen turist sayısındaki artışın önemli bir nedeninin diziler olduğunu düşünüyorum.”* (K10)

Görüşmeler sırasında öğrenciler, bazı dizilerin aynı senaryoyu tekrarlamasını, dizi sezonlarının uzun olmasını ve yabancı dizilere göre dizi bölümlerinin en az 2 saat olmasını olumsuz olarak değerlendirmiştir.

“Olumsuz yönü Türk dizileri yabancı dizilere göre uzun sürüyor. Yani bir bölümü 2 saat sürüyor. Normali yarım saat ya da 40 dakika sürmesidir. Ve bazı diziler aynı sahneleri tekrarlıyorlar yani çoğu hikâye birbirine benziyor.” (K10)

*Olumsuz tarafında Türk dizilerinde fark ettiğim şey yabancı oyuncuların olmaması ve dizilerin 2 saat sürüyor olması. Hâlbuki diğer diziler 1 saat ya da 1 buçuk saatten fazla sürmüyor ve Türk dizisi izlerken çok fazla reklam oluyor. Yani hem dizinin ortasında reklam çıkıyor, hem de uzun sürüyor. Ayrıca bazı diziler az olsa da hakaret ve küfür içermektedir. (K12)*

### 5.1.3.3. Öğrencilerin Türk dizilerindeki karakterlerin üzerlerindeki etkisine yönelik algısı

İnsanların giyiminden konuşma şekillerine kadar birçok noktada dizilerin etkili olduğu görülmektedir. Hayatını herhangi bir dizide severek izlediği bir karakterin hayatına göre düzenleyen insanlar da bulunmaktadır. Televizyonun oldukça etkili olduğu grup ise çocuk ve gençlerdir (Aytan, vd., 2015).

“Türk dizisindeki karakterlerin davranışlarından etkilendiniz mi veya karakterleri taklit ediyor musunuz?” sorusu yöneltilen öğrencilerin büyük bir kısmının dizilerdeki karakterleri rol model aldığı ve karakterlerin öğrenci davranışlarını etkilediği tespit edilmiştir.

Yapılan görüşmelerde öğrencilerin bir bölümü, takip ettikleri bazı dizilerdeki karakterlerin konuşma biçimlerinden ve kullandıkları kelimelerden etkilenecek onları taklit ettiklerini söylemiştir. Karakterin kullandığı kelimeleri taklit edip ev arkadaşlarıyla bu kelimeleri sıklıkla kullandıklarını ifade etmişlerdir.

*Evet, çok olmasa da bazen etkileniyorum. Örneğin, yürüme şekli, konuşma tarzı, karşılama tarzı, saç kesme modelleri. Bu etkinin daha çok yaş grubuna göre değiştiğini düşünüyorum. Mesela, çocukların gördüklerine dikkat etmezseniz çocuğun düşünceyi değiştirebilir. Ancak reşit yaşın üzerindeyse kişiliği zayıf olmasına göre değişmez mesela. (K18)*

Görüşmeye katılan bazı öğrencilerin izledikleri dizilerden giyim ve saç kesim tarzı, kullanılan saat, yüzük, kolye vb. aksesuarlar ve parfümlerden etkilendikleri tespit edilmiştir. Öğrenciler dizilerde kullanılan kıyafet ve aksesuarları bazen satın aldıklarını ve günlük hayatta kullandıklarını söylemiştir.

*Evet, giyim şeklinden etkiliyorum, genel olarak ben Türk oyuncuların giyim tarzlarını çok seviyorum. Çok güzel takımlar giyiyorlar. Mesela, bir dizi izlediğim zaman dizideki oyuncuların giyim markaları, aksesuarları ve parfümlerini almaya başlıyorum. Bazen söylediği cümleleri ya da kullandığı hareketleri taklit ediyorum. (K1)*

*“Bazen etkileniyorum, mesela, oyuncuların giyim markalarını, kullandığı çantaları ve ayakkabılarını, saç modellerini çok beğeniyorum.” (K9)*

*“Evet, erkeklerin giyinme şekli... Beni daha çok çeken budur. Bazen konuşma şekli de etkiliyor beni. Mesela dizi izlediğim zaman onların kullandığı kelimeleri konuşmaya başlıyorum.” (K10)*

*“Evet, karakterler izleyiciyi etkileyebilir. Ben giyim tarzlarını, kullandıkları saat, yüzük, kolye ve konuşma şekillerinden vb. etkileniyorum.” (K8)*

Bulgular kısmında en çok izlenen dizinin Yasak Elma dizisi olduğu görülmüştür. Katılımcıların bu dizinin başrollerindeki Yıldız'ın (Eda Ece) gülüşü ve mizahından; Şahika'nın (Nesrin Cavadzade) planlarından ve Ender'in (Şevval Sam) giysilerinden ve karakterinden etkilendiği, onları rol model aldığı görülmüştür.

*“Evet, etkileniyorum. Yasak Elma dizisindeki Yıldız'ın karakter ve davranışlarından etkilendim ve bazen otomatik olarak taklit ediyorum.” (K13)*

*Evet, mesela, Yasak Elma'daki oyuncular hoşuma gidiyor. Özellikle Şahika'nın davranışları. Hiç kimse fark etmeden bir şeyler çeviriyor ve birine bir kumpas kurunca büyük bir kumpas oluyor. Dizide yabancı dil konuşan sadece o. Mesela “Bonjur ve au revoir” çok kullandığı bir kelimeler. (K12)*

*Dizideki karakter ister istemez seni bir şekilde yansıtıyor. Ben mesela, sevdiğim karakter gibi olmak isterim. Bu da sadece davranış ile alakalı değil her zaman. Ben mesela, Yasak Elma dizideki Ender karakterini çok seviyorum. Giyim tarzı da çok güzel. Onun gibi giyinmeyi isterim. Bazen de yaptığı hareketlere ve kelimeleri telaffuz etme şekline bayılıyorum. Evdeyken o kelimeleri taklit ediyorum ev arkadaşlarımla ve çok gülüyoruz. (K2)*

Öğrencilerin bazıları, izledikleri dizilerdeki vatan sevgisi ve cesaret kavramlarından etkilendiklerini ifade etmiştir.

*“Türk dizisindeki karakterlerin bazı davranışlarından etkileniyorum, mesela, vatan sevgisinden ve cesaret konusundan etkileniyorum.” (K16)*

Öğrencilerin bir kısmı dizilerde yaşanan aşk ilişkileri ve romantik sürprizlerden etkilendiklerini, diziler sayesinde romantik olduklarını ve dizilerde gördükleri gibi aşk dolu yaşam istediklerini belirtmiştir.

*Tabi ki etkileniyorum, genelde erkek karakterler çok yakışıklı oluyor. Daha çok centilmen, erkekliğini ortaya koyan karakterler hoşuma gidiyor. Taklit etme açısından mesela, aşk dizilerinde, yani ikili ilişkilerde birbirlerine karşı genelde sadık oluyorlar ve birbirlerini tutkulu bir şekilde seviyorlar. Dizilerin gerçek olmadığını bilmeme*

*rağmen benim özel hayatımı çok etkiliyor. Taklit ediyorum, bazen onlar gibi yaşamak, aşk ve romantizm ile dolu bir hayat yaşamak istiyorum. (K20)*

*“Türk dizisindeki karakterlerin model ve davranışlardan etkilendim tabii ve taklit ediyorum. Mesela, aşık olduğum zaman dizilerdeki gibi sevgilime hediyeler getiriyorum.” (K4)*

*“Evet, sanırım Türk dizilerindeki karakterlerin davranışlarından etkilendiğimi zannediyorum. Çünkü romantizm açısından ben de romantik biri olduğum için oradan öğrendiğim çok fazla şey oldu. Mesela, şimdi sevgilime daha çok sürpriz yapmaya, hediye almaya başladım, işte öyle şeyler.” (K24)*

#### **5.1.3.4. Öğrencilerin Türk dizilerinin görüşlerini etkilemesine yönelik algıları**

Görüşmeye katılan öğrencilerin bir kısmı bazı diziler gerçek hayatı olduğu gibi yansıtmadığı için kendi görüşlerini etkilemediğini söylemiştir. Öğrencilerin bir diğer kısmı ise dizilerin kendi görüşlerini iyi yönde etkilediğini, Türkleri ve dizilerin yansıttığı Türk kültürünü çok sevdiğini belirtmiştir. Diziler içinde yer alan aşk unsurunun bakış açılarını değiştirdiğini, daha romantik biri hâline gelmelerini sağladığını ifade etmişlerdir. Ayrıca dizilerde gösterilen zenginliğe sahip olmak istediklerini eklemişlerdir. Bir öğrenci dizilerde kullanılan kıyafetlerden etkilendiğini ve oyuncular gibi giyinmek istediğini belirtmiştir.

Katılımcılardan bir öğrenci ise izlediği dizi veya filmin gerçek hayatı yansıtmadığını düşündüğü için bir etkisinin olmadığını dile getirmiştir:

*“Yok, görüş olarak ben Türk dizilerinden etkilenmiyorum. Çünkü gerçek bir hayat olduğunu sanmıyorum ve gerçek hayatımla uyumuyor.” (K8)*

*“Türk dizilerini izlemek görünüşümü etkilemiyor ama o dizileri izledikten sonra şüphesiz benim bakış açım değişiyor. Çünkü dizide yeni bir bakışla hayata bakılıyor. Bu diziler sürprizlerle dolu olduğu için yeni şeyler keşfediyorum.” (K2)*

*“Elbette etkiliyor. Türkiye’de 81 il var. Ve her ilin ayrı ayrı kültür ve âdetleri var. Her dizide daha önce de bahsettiğim gibi farklı farklı kültürler anlatıyor. O yüzden görüşümü, davranışlarımı ve düşüncelerimi elbette değiştirebilir.” (K3)*

*“Evet, değişiyor, mesela, dizideki sahneler beni çok etkiliyor çünkü daha romantik olmaya başladım. Aklımdaki aşk ifadesi ile dizilerdeki aşkın çok farklı olduğunu fark ettim.” (K12)*

*“Bazı noktalarda, giyim gibi konularda etkileniyorum, Türk toplumu görünüşümü etkiliyor, daha anlayışlı oluyorum.” (K14)*

*“Evet, Türk oyuncular giyiniş tarzımı etkiliyor. Mesela, Türk oyuncuların giyindikleri gibi giyinmeye başlıyorum.” (K13)*

*“Evet. Görünüşümü etkiliyor. Bazen dizilerdeki gibi evleneceğim günü büyük bir evim olmasını istiyorum. Zengin bir hayat yaşamak istiyorum.” (K4)*

#### **5.1.3.5. Türk dizilerinin davranışları olumsuz yönde etkilemesine yönelik algılar**

“Türk dizisi izlemenin davranışlarınızı değiştirmede sizi olumsuz yönde etkilediğini düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde öğrencilerin tümü Türk dizilerinin davranışlarını değiştirmede olumsuz yönde etkilemediğini, aksine dizilere olumlu tarafından baktıklarını ve dizideki hikâyeleri ciddiye almadıklarını vurgulamıştır. Katılımcılar dizilerin birey üzerindeki etkisinin yaş grubuna göre değiştiğini ifade etmiştir. Bazı dizilerde gösterilen şiddetin ya da uygunsuz sahnelerin özellikle çocuklar üzerinde olumsuz anlamda daha fazla etkisi olduğunu belirtmişlerdir.

*“Hayır, düşünmüyorum. Fikirlerimin daha açık olmasında olumlu bir yönde etkilediğini düşünüyorum.” (K3)*

*“Hayır, düşünmüyorum çünkü o dizide kötü olan olayları ciddiye almıyorum.” (K5)*

*“Tabi ki hayır, etkilemiyor, aksine bazı dizilerde olumlu olarak çok şeyler öğreniyoruz. Mesela, başkalarına nasıl davranılacağı, insanlara güvenmemek gibi. Ama dizide izlediğimiz olayların gerçek hayatta olduğunu düşünmemeliyiz.” (K12)*

*“Hayır, daha ılımlı bakıyorum çünkü Türk dizileri arasında öğretici olan birkaç dizi var. Onları izledikçe bazı insanların davranışlarına daha ılımlı ve olumlu bakıyorum.” (K7)*

*Asla, beni olumsuz yönden etkilediği zannetmiyorum. Çünkü ben boş zaman geçirmek için izliyorum yani hobi gibi düşünün. Ama mesela, 10 yaşındaki çocuk için Türk dizilerini tavsiye etmiyorum. Çünkü o daha küçük, dizilerdeki sahneleri kendisi yapmayı düşünebilir ve bu çok tehlikeli olabilir. (K2)*

*“Evet, zihnimi etkileyebilir ama Türk halkının anaya ve çocuğa şiddet gibi kötü betimlemelerini gösteriyor. Bu yüzden bazı sahnelerin dikkate alınmaması gerektiğini düşünüyorum. Tabi yaş grubuna göre değişiyor.” (K15)*

*“Düşünmüyorum çünkü sadece dikkatimi çeken şeylerden etkiliyorum. Olumsuz değer içeriği olan dizileri de izlemiyorum.” (K23)*

#### **5.1.3.6. Türk dizilerinin aktardığı değerlerin ve fikirlerin kültür ve inançlar üzerindeki etkilerine yönelik algılar**

Televizyon günlük yaşantımızın vazgeçilmez bir parçasıdır. Toplumsal yaşamı, hayat tarzlarını, kültürü ve sosyal alışkanlıkları değiştiren büyük bir devrim olarak kabul edilmekte; tutum ve kararları etkilemekte, yaşama ve nasıl yaşanacağına ilişkin algıları biçimlendirebilmektedir (Batıgün ve Sunal, 2017).

Televizyon programlarının birey ve toplum üzerindeki etkileri değişik noktalarda oluşur. Toplumun sahip olduğu değerlerde, bu değerlerin muhafaza edilmesinde veya değişmesinde, farklı bakış açılarının oluşturulmasında, herhangi bir olayın istenilen tarzda ele alınmasında, tüketim alışkanlıklarının farklılaşmasında, beslenme alışkanlıklarının değişmesinde, özetle insana dair her konuda etkisi olabilir. Bunlarla beraber dikkatleri belirli sorunlara veya bu sorunların çözümlerine çekerek toplumun algılarını yönlendirme veya sınırlandırması da söz konusu olabilmektedir (Kırtepe, 2014).

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde Türk dizilerinin aktardığı değer ve fikirlerin Cibuteli öğrencilerin kültürleri ve inançları üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Dizilerin birkaç öğrencinin tutumlarında değişimlere neden olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler, dizilerde yer alan aşk, sevgi, samimiyet gibi duygulardan, Türk dizilerinin aktardığı değer ve fikirlerden olumlu bir şekilde etkilendiğini ve açık fikirli biri olmaya katkı sağladığını söylemişlerdir.

*“Evet, elbette öyle düşünüyorum çünkü daha önce de dediğim gibi daha açık fikirli biri olmamı sağladı. Ufkumu genişlettiğini söyleyebilirim. Farklı farklı kültürleri ve âdetleri öğrenmeme sebep oldu. O yönde olumlu bir şekilde değiştiğimi ve etkilendiğimi düşünüyorum.” (K3)*

*“Türk dizisinin aktardığı değerlerin ve fikirlerin kültürüm ve inançlarım değiştirebileceğini düşünüyorum çünkü bazı Türk dizileri samimi ve gerçek oluyor.” (K20)*

*Evet, düşünüyorum ama belli bir süre sonra bu değişimin gerçekleştiğini düşünüyorum. Yani ülkemde bazı davranış ve fikirler hoş karşılanmaz. Ancak dizilerde böyle değil. Örneğin, benim ülkemde erkek-kadın ilişkileri, kadınların sigara içmesi benim ülkemde bu tarz olayları kesinlikle iyi bakılmaz. Ancak dizilerde bu davranışlar gayet normal karşılanıyor. (K7)*

*“Tam olarak değiştirmeyebilir çünkü benim inançlarım var ama bazen değiştirebiliyor. Mesela, iyi şeyler olunca değiştirebilirim.” (K6)*

*“Evet, aşk üzerine fikirlerimi değiştirdi çünkü eskiden aşk hakkında hiçbir şey bilmiyordum. ama Türk dizileri sayesinde öğrendim ki farklı farklı tür aşklar var. Anladım ki herkesin sevgisini farklı şekilde ifade ediyor. Herkesin kendi sevme şekli var.” (K23)*

Görüşmeye katılanların büyük bir bölümü Türk dizisinin aktardığı değer ve fikirlerin kendi kültürleri ve inançlarını değiştirmeyeceğini vurgulamıştır. Bu görüşü savunan öğrencilerin kendilerine ait kültür ve inançlara bağlı olduğu görülmüştür. Ayrıca dizilerin aktardığı Türk kültürü ve değerlerine saygı duyduklarını belirtmişlerdir. Buna ek olarak öğrenciler bazı dizileri gerçekçi bulmadığını söylemiştir.

*“Bu da hayır. Düşünmüyorum çünkü herkesin kendilerine ait kültür değerleri var. Türk dizilerinin aktardığı değerlere ve fikirlere saygı duyuyorum çünkü bu Türkiye’yi yansıtıyor.”*

(K5)

*“Aslında Türk dizilerinin aktardığı değerler ve fikirler, kültürümü ve inançlarımı hiçbir şekilde değiştirmez. Ben bir dizi sayesinde kültürümü ve inançlarımı değiştirecek bir insan değilim. Her kültürün bir özelliği var, bunun için dizideki kültür ve inanç ve benimle ayrı olmalı.”* (K12)

*“Hayır, düşünmüyorum. Diziler gerçek hayatımı etkilemez çünkü hep abartıyorlar ve o yüzden aklıma takmıyorum.”* (K1)

*“Herkesin kültürü var, Türk dizileri farklı kültürleri öğrenmemi sağladı. İnançlara gelir isek inancımı değiştirdiklerini düşünmüyorum. Ayrıca dizileri eğlenme amaçlı izliyorum, inancımı değiştirmek için değil.”* (K8)

*Hayır, her kültürün ayrı bir özelliği vardır. Kültür Türk dizileri izleyerek değişecek bir şey değil. Türk dizileri ve herhangi bir dizi olsun, bunlar ayrı şeyler. İnançlara gelince bence dizilerdeki sahneler bazen gerçek olabilir, bazen de kurgu ile dolu sahneler oluyor. Dizideki oyuncunun gerçek hayatında öyle davranacağı zannetmiyorum. Aksi takdirde psikopat olarak yargılanacaktır.* (K2)

### **5.1.3.7. Türk dizilerinin Türkiye ve Türk kültürü hakkında uyandırdığı kanaat**

Görüşülen öğrencilerin büyük bir kısmı uzun süre Türkiye’de yaşamaktadır. Türkiye ve Türk kültürü hakkında zihinlerinde belli bir imaj mevcuttur. Ayrıca öğrencilerin bazı Türk tanıdıkları ve arkadaşları bulunmaktadır. Onlar vasıtasıyla Türk insanı ve yaşam biçimi hakkında bilgilere sahiptirler. Türk dizilerinin Türkiye ve Türk kültürü hakkında nasıl bir kanaat uyandırdığı konusunda öğrencilerin görüşleri alınmıştır. Öğrenciler bu konu hakkında çeşitli fikirler sunmuştur. Öğrencilerin bir kısmı, dizilerin Türk kültürünü yansıtmadığını, hatta yanlış bir şekilde gösterdiğini, özellikle yeni dizilerin Batı’ya ait bir hayatı daha çok yansıttığını söylemiştir. Öğrencilerin diğer bir kısmı ise dizilerin Türk kültürü ve Türk halkını yansıttığını, dizilerde gösterildiği gibi Türklerin olumlu bir karaktere sahip ve kendi

kültürlerine bağlı bir millet olduğunu belirtmiştir. Bu konu üzerinde araştırma kapsamında elde edilen veriler aşağıdaki gibidir:

*“Arkadaşlarımla da sohbet ettikten ve onların ailelerini tanıdıktan sonra dizilerin pek Türk kültürü yansıttığını düşünmemeye başladım. Daha çok kendi değerlerini korumadan Batı’ya özenip modernleşmeye çalışıyorlar.” (K7)*

*“Bazı Türk dizileri, özellikle eski diziler, Türk toplumunu ve Türk kültürünü temsil ediyor. Örneğin, aile yaşantıları, özellikle misafirlik, yemek, geleneksel kıyafetler, kültürlerini ve geleneklerini seven insanlar. Ama bugünkü dizilerde bunu göremiyoruz. Daha çok Batı’yu yansıtıyor.” (K20)*

*“Türk dizilerinin hepsinin Türk kültürünü yansıdığını söylemek doğru değil çünkü bazı diziler Türkleri ve Türk kültürünü yanlış tanıtıyor.” (K13)*

*Bazı diziler Türkiye’yi ve Türk kültürünü yansıtıyor diyebilirim. Örneğin, tarihi olayların doğru bir şekilde aktarımı ve tarih hakkında yapılan çarpıtmaları düzeltmek, İslami sembollerin camilerde ortaya çıkması, ezanların yükseltilmesi ve Kuran’ın okunması, cenaze törenleri ve tüm aşamalarında evlilik âdetleri, herkesin çay sevmesi gibi şeyler. (K9)*

*“Türk dizileri, özellikle izlediğim diziler Türk milletinin tarihi ve kadim bir millet olduğunu ve ne olursa olsun ayakta durduğunu Türk halkına hatırlattığı ve Türk halkının Türklerden başka kimsesi olmadığını öğrettiği kanaatindeyim.” (K16)*

*“Türkiye’nin muhteşem bir ülke olduğu, Türklerin karşılaşabileceği en nazik, sevgi ile dolu dost canlısı insanlar olduğu, bir de Türk kültürünün güzelliklerle dolu bir kültür olduğu fikrini uyandırıyor.” (K8)*

*“Bence Türk dizileri Türkiye ve Türk kültürü hakkında güzel şeyler yansıtıyor. Orada az önce dediğim gibi dizilerde ailelerin içinde güzel sevgi bağları görüyoruz, Türk halkının romantizmini görüyoruz ve Türkiye’nin güzelliğini görüyoruz. Evet, Türk dizileri Türkiye hakkında güzel şeyler yansıtıyor.” (K24)*

Görüşmeye katılan bazı öğrenciler, Türk dizilerinde sunulan doğal güzellikler, turistik manzaralar ve tarihî yerlerin gerçek hayatı yansıttığını ve dizilerde görüldüğü gibi Türkiye’nin güzel bir ülke olduğunu belirtmiştir.

*“Türk dizilerinde gördüğüm şeylerden biri Türkiye’nin güzelliğidir. Türkiye güzel bir ülke yani. Tam dizilerde gördüğüm gibi ve bazı dizilerde vatan sevgisinden daha çok bahsediliyor.” (K23)*

*“Ülkenin gelişmiş olduğunu göstermesi ve insanları Türkiye’ye gelmeye motive etmesi.”*  
(K14)

Görüşmelerde vurgulanan bir diğer konu ise dizilerin yalnızca İstanbul gibi bazı bölgelerin kültürünü gösterdiği ve Türk kültürünü bütünüyle yansıtmadığıdır.

*“Türkiye büyük bir ülke ve içerisinde çok farklı kültürleri barındırıyor. Ama diziler sadece bazı şehirler mesela, İstanbul, Antalya yaşantısını ve kültürünü gösteriyor.”* (K22)

Yapılan görüşmelerde öğrencilerin bir kısmı dizilerde çok fazla gösterilen zenginliğin, lüks evlere, eşyalara, son model arabalara, büyük bir şirkete sahip olmanın gerçeği hayata yansıtmadığını belirtmiştir. Türkiye’de herkesin zengin olmadığını ve tam aksine fakir insanların da olduğunu söylemişlerdir.

*Türk dizilerdeki sahnelerin gerçek hayat olmadığı kanaatini uyandırıyor. Çünkü dizideki zenginlik, arabalar ve ilişkiler gerçek hayata yer almaz. Bazen dizilerde iki taraf oluyor, o iki taraftan biri zengin aile oluyor, öbürü fakir oluyorlar. Zengin olanlar şirket sahibi oluyor ve köşklere yaşıyorlar. Çok sayıda arabaları olduğunu gösteriyorlar bize. Ama gerçek hayata bakınca öyle iki taraflı bir ayrılık yok. Türk halkının dizideki gibi yaşamadığını ve buna inanmamanız gerektiğini gösteriyor bize.*  
(K2)

*“Türk dizilerindeki sahneler ve mesajlar bazen abartılıyor. Mesela, Türk dizilerinde, zengin ve fakir ailelerin hikâyesi gerçek hayattan bambaşka çünkü Türk halkına bakınca öyle bir net ayrılık yoktur.”* (K12)

*Türk dizilerindeki Türklerin kendi aralarında maddi katmanları var, orta katmanları yok ya çok fakir ol ya da çok zengin ol. Dizilerdeki insanlar yalan söylemeyi ve aldatmayı sevmeyen insanlardır, kuralları çiğnemeyen, misafiri iyi karşılayan ve komşuya saygı duyan bir millet olduğu kanaati uyandırıyor.* (K15)



## 6. SONUC,

Günümüzde diziler, toplum genelinde televizyonda en çok izlenen program türlerinden biridir. Yayın hayatının vazgeçilmez programları olarak ağırlığını her geçen gün biraz daha artıran televizyon dizileri toplumun her kesimi tarafından ilgi görmektedir. Bu ilginin önceden olduğu gibi gizlenmemesi bu konudaki en belirgin dönüşümlerden biridir. Televizyon dizileri önceleri yalnızca çalışmayanların takip ettiği sıradan yapımlar olmaktan çıkıp tüm toplumun izlediği, üzerine konuştuğu ve bir sonraki bölümünü hevesle beklediği program türleri hâline gelmiştir (Ilhan, 2010).

Türk dizileri reyting ölçümlerinde en fazla izlenen program olma özelliğine sahiptir. Genel anlamda bu toplumsal eğilimin sektörü etkilediği ve arz talep ilişkisine dayalı olarak dizi yapımlarını çeşitliliğe, format, teknik ve içerik olarak gelişmeye zorladığı görülmektedir. Türk dizilerinin popülaritesi Türkiye ile sınırlı kalmayıp uluslararası bir boyut kazanmıştır (Öztürk ve Atik, 2016). Günümüzde Türkiye, Amerika'dan sonra en fazla dizi ihraç eden ülke konumundadır. Birçok dizi, çoğunluğu Orta Doğu, Balkanlar ve Afrika ülkeleri olmak üzere dünyanın dört bir yanına ihraç edilmiştir. Uyarlamaların sayısındaki artış belirgin hâle gelmiş ve Türk televizyonu hem kültürel hem de küresel açıdan daha uluslararası nitelik kazanmıştır.

Cibuti, son yıllarda Arap kanalları üzerinden Türk dizilerini en yüksek izleme oranına sahip ülkeler arasındadır. Ülkede medya sektörünün henüz yeterince gelişmemesi ve yerli dramaların üretilmemesi nedeniyle izleyicilere yabancı dizi ve filmler sunulmaktadır. Ülkede uzun yıllar Meksika ve Hint dizileri yayınlanmıştır. Türkiye’de dizi sektörünün gelişmesiyle Türk dizileri ithal edilmiş, ve Arap kanallarında Cibuti halkı tarafından büyük bir beğeni ile izlenmiştir.

Çalışmada Türkiye’deki Cibuti öğrencilerin Türkiye’ye gelmeden önce Türk dizilerini izleyip izlemedikleri, Türk TV dizilerini izleme amaçları ve Türk dizilerine yönelik algılarını belirlemek ve bu dizilerin gündelik yaşamlarına nasıl yansındığını tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışmada derinlemesine görüşme tekniği ile Ankara ve Çankırı illerinde okuyan Cibutili öğrencilerden 24 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çalışma öğrencilere yöneltilen sorulardan öğrencilerin Türkiye’ye gelmeden önce Türk dizilerini izleme durumları ve dizileri izlemede tercih ettikleri dille dair bilgiler elde edilmiştir. Öğrencilerin bir kısmı Türk kültürünü daha iyi tanımak istediğini, Türkiye’nin doğal güzelliğini sevdiğini, bu nedenle Türk dizilerini izlediğini ve beğendiğini söylemiştir. Diğer

öğrencilerin bir kısmı derslerinin yoğunluğu nedeniyle Türk dizilerini izlemediğini, bir kısmı ise Hint ve Meksika dizisi izlemeyi tercih ettiğini belirtmiştir. Ayrıca öğrencilerin bazıları Türkçe öğrendikleri ve dizinin orijinal içeriğini bozmamak için dizileri Türkçe olarak izlerken bazıları Türkçe bilmediği ve dizinin içeriğini daha iyi anlamak için alt yazılı olarak izlediğini belirtmiştir. Görüşme yapılan kişilerin büyük bir çoğunluğu diziler sayesinde Türkçelerinin geliştiğini söylemiştir.

Çalışma kapsamında yapılan derinlemesine görüşme ile elde edilen veriler incelendiğinde Türk dizilerinin öğrenciler tarafından tercih edilmesindeki en önemli nedenler olarak Türkçeyi, Türk kültür ve geleneklerini öğrenme isteği ve eğlence ihtiyacını karşılaması belirtilmektedir.

Görüşmeler esnasında vurgulanan bir başka konu dizi seçimini etkileyen faktörler olarak bazı öğrencilerin dizi hikâyelerinin daha önce izlediklerinden farklı olması, yeni senaryo ve konuların varlığı, beğendikleri ve sevdikleri oyuncuların dizide rol alması belirtilmiştir. Ayrıca öğrencilerin arkadaşlarının önerileri ve sosyal medyadaki dizi fragmanlarının dizi seçiminde etkili olduğunu belirtilmiştir.

Yapılan görüşmelerde öğrencilerin Türk dizilerinde beğendiği ayrıntılar üzerine birçok görüş dile getirilmiştir. Öğrencilerin bir kısmı dizilerin kalitesini çok iyi bulduğunu belirtmiş görüntü ve çekim teknikleri açısından oldukça profesyonel olduğunu söylemiştir. Bazı öğrenciler ise dizilerdeki çekim yerlerinin güzelliğini ve dizilerin sunduğu farklı Türk kültür ve âdetlerini çok beğendiklerini belirtmiştir. Ayrıca Türk oyuncuların eğitimli olmaları ve rollerini başarıyla oynamaları ile onları Hollywood oyuncularına gibi başarılı bulduklarını söylemişlerdir.

Çalışma kapsamında yürütülen görüşmeler sonucunda belirlenen ana kategorilerden biri de dizilerinin olumlu ve olumsuz yönleri hakkında öğrencilerin görüşleridir. Dizilerde sunulan vatan sevgisi, Türkiye'nin farklı kültür ve âdetlerini göstermesi ve turizme katkı sağlaması olumlu olarak değerlendirilmiştir. Bazı Türk dizilerinin olumsuz birtakım davranışlara özendirildiği söylenmiştir. Bu davranışlar kadın ve çocuğa şiddet, erkeklerin kadınlardan daha değerli olduğunu gösterme, evliliği yanlış tanıtmak, alkol, evlilik dışı cinsel ilişki olarak verilmiştir. Diğer yandan bazı dizilerin aynı senaryoyu tekrarlaması, dizi sezonlarının uzun olması ve yabancı dizilere göre dizi bölümlerinin en az 2 saat olması olumsuz yönler olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada Türk dizilerindeki karakterlerin öğrenciler üzerindeki etkisine yönelik algısı dikkate alınan konulardan biridir. Bu konu hakkında öğrencilerin çeşitli görüşlerde olduğu görülmüştür. Öğrencilerin bir bölümü bazı dizilerdeki karakterlerin konuşma biçimlerinden ve kullandıkları kelimelerden etkilenerek onları taklit ettiğini söylemiştir. Karakterin kullandığı kelimeleri taklit edip ev arkadaşlarıyla bu kelimeleri sıklıkla kullandıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin bir kısmı ise izledikleri dizilerden giyim ve saç kesim tarzı, kullanılan saat, yüzük, kolye vb. aksesuarlar ve parfümlerden etkilendiklerini tespit etmiştir. Öğrenciler dizilerde kullanılan kıyafet ve aksesuarları bazen satın aldıklarını ve günlük hayatta kullandıklarını söylemiştir. Görüşme sırasında öğrencilerin Yasak Elma dizisine özel bir ilgi duyduğu görülmüş ve dizinin başrollerinin (Eda Ece, Nesrin Cavazade, Şevval Sam) karakterlerinden etkilendiği ve onları rol model aldığı görülmüştür.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde üzerinde durulan konulardan bir diğeri Türk dizilerinin aktardığı değerlerin ve fikirlerin kültür ve inançlar üzerindeki etkilerine yönelik algılar olmuştur. Yapılan görüşmelerde bazı öğrenciler Türk dizilerinin aktardığı değer ve fikirlerden olumlu bir şekilde etkilendiğini ve dizilerin açık fikirli biri olmalarına katkı sağladığını söylemiştir. Katılımcıların büyük bir bölümü kendilerine ait kültür ve inançlara bağlı olduklarını ve Türk dizisinin aktardığı değer ve fikirlerin bunu değiştirmeyeceğini vurgulamıştır. Ayrıca dizilerin aktardığı Türk kültürü ve değerlerine saygı duyduklarını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra öğrenciler, bazı dizileri gerçekçi bulmadığını söylemiştir.

Türk dizilerinin davranışları olumsuz yönde etkilemesine yönelik algılarla ilgili olarak öğrencilerin tümü Türk dizilerinin davranışlarını değiştirmede olumsuz yönde etkilemediğini, aksine dizilere olumlu tarafından baktıklarını ve dizideki hikâyeleri ciddiye almadıklarını vurgulamıştır.

Sonuç olarak Türk dizilerinin Türkiye ve Türk kültürü hakkında uyandırdığı kanaat üzerinde farklı fikirlerin dile getirildiği bir konu olmuştur. Yapılan görüşmeler sonucunda öğrencilerin büyük bir bölümü dizilerin Türk kültürünü yansıtmadığını, hatta yanlış bir şekilde gösterdiğini, özellikle yeni dizilerin Batı'ya ait bir hayatı daha çok yansıttığını söylemiştir. Öğrencilerin diğer bir kısmı da dizilerin Türk kültürü ve Türk insanlarını yansıttığını, dizilerde gösterildiği gibi Türklerin olumlu bir karaktere sahip ve kendi kültürlerine bağlı bir millet olduğunu belirtmiştir. Diğer yandan bazı öğrencilerin dizilerde çok fazla gösterilen zenginliğin gerçek hayatı yansıtmadığını belirtmiştir. Türkiye'de herkesin zengin olmadığını ve tam aksine fakir insanların da olduğunu söylemişlerdir. Öğrenciler, genel olarak dizilerin

yalnızca İstanbul gibi bazı yerlerin kültürünü gösterdiği ve Türk kültürünü bütünüyle yansıtmadığını belirtmiştir.

## **KAYNAKLAR**

- Akçay, H. (2011). “Kullanımlar ve Doyumlar kuramı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-162.
- Alikılıç, Ö. (2013). “Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Facebook Uygulamalarının İncelenmesi: Yaşar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi*, 37, 41-66.
- Aydın, Ö. K. (2014). “Televizyon Reklamlarında Dizi Karakteri Kullanımıyla Sunulan Tüketim Kültürü Değerleri: Yalan Dünya Örneği”, *Journal of Yaşar University*, 9(36), 62-79.
- Aziz, A. (2006). *Televizyon ve radyo ve yayıncılığı, (Giriş)*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Batıgün, D. A. ve Büyükşahin, S. (2017). “TV Dizilerinde Yer Alan Karakterlerle Kurulan Parasosyal Etkileşim: Evlilik Doyumu, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-demografik Değişkenler Açısından Değerlendirme”. *Türk Psikoloji Dergisi*, 32(79), 52–62.
- Brown, J.D., ve Bobkowski, P.S. (2011). “Older and newer media: patterns of use and effects on adolescents’ health and well-being”, *Journal of Research on Adolescence*, 21(1), 101.
- Cankaya, Ö. (1987). *Türk televizyonunun program yapısı (1968-1985)*. İstanbul: Mozaik Basım Yayıncılık.
- Cereci, S. (2014). “Türk televizyon dizilerinin küresel başarısı: evrensel insan yaklaşımı”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28, 4.
- Cibuti Büyükelçiliği Ankara. (2019). *Memo/Etats de relations Entre la République de Djibouti et la République de Turquie Relations Diplomatiques et Politiques*. Ankara, Türkiye.
- Cüceloğlu, D. (1991). *İnsan ve davranışı: Psikolojinin temel kuramları*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çakır, A. (2014). “Televizyon İzleme Alışkanlıkları, Motivasyonları ve TRT 6: Hakkari örneği”. *Global Media Journal: TR Edition*, 4(8), 64-72.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon Temsil Kültür*, Ankara: Ütopya.
- Çelenk, S. (2010). “Aşk-ı Memnu’dan Aşk-ı Memnu’ya Yerli Dizi Serüvenimiz”, *Birikim*, 256/257, 21.
- Dağtaş, B. (2008). “Türkiye’de yaygın televizyonlarda tektipleşme ve diziler: Tektipleşmiş bir zenginlik göstergesi olan lüks villaların düşündürdükleri”, *Galatasaray İletişim*, 8, 172.
- Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu. (2018) *Cibuti Ülke Bülteni*.
- Enderun, M.A. (2012). *Beyaz perdenin din algısı*, İstanbul: Işık Yayınları.

- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji, haz: Hüseyin özel, cemal güzel*, Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Gökçe, O. (2002). *İletişim Bilimine Giriş*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Göncü, S. (2018). “Kullanımlar ve Doymalar kuramı Çerçevesinde Y Kuşağının WhatsApp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme”. *TRT Akademik*, 3(6), 592-609.
- Göze, E. G. (2015). *Televizyon imgesine sinema perdesinden bakmak*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güz, N., Sarı, N., Küçükerdoğan, B., ve Zeybek, I. (2002). *Etkili iletişim terimleri*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Hall, S. (1994). “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki’ İçinde Medya İktidar İdeoloji, Çev. Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınevi.
- Hall, S. (1994). *Kültür, medya ve ideolojik etki, çev. Mehmet küçük, medya iktidar ideoloji*, Ankara: Ark Yayınevi.
- Hazar, M. H. ve Özkan, A. (2020). *İletişim kuramları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- İlhan, V. (2010). *Medya Ve Gençlik: 15-24 Yaş Arası Gençlerin Televizyon Dizilerini İzleme Pratiklerindeki Dönüşüm*. Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- İlhan, V. (2014). *Medya çalışmalarında izleyici popüler bir tür olarak televizyon dizileri ve izlerkitle olarak gençler*, Ankara: Gece Kitaplığı.
- İmik, N. (2006). *2000 – 2005 arası Türkiye’de televizyon dizilerinde kullanılan müziğin genç izleyicilere etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elâzığ.
- İnternet: Aytan, E., Devrez, B., Üstün, K., Yavaş, R., Yazıcı, B., Yüksel, A., ve Altındağ, Ö. (2015). “Yerli Dizilerin Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkileri”. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 14-15(1), 15-34. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uobild/issue/43305/526488>
- İnternet: Balcı, Ş. Ve Ayhan, B. (2007). “Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doymaları Üzerine Bir Saha Araştırması”. *Selçuk İletişim*, 5(1), 176. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19015/200730>
- İnternet: BBC. (2018. 8, May). *Djibouti country profile*, <https://www.bbc.com/news/world-africa-1323176> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 1 Nisan 2020)
- İnternet: Bilis, P, Bilis, A, ve Sydygalieva, M. (2018). “Türkiye-Türk Cumhuriyetleri Kültürel İlişkilerinde Televizyon Dizileri Faktörü: Kırgızistan Örneği”. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 403-425. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mjss/issue/40516/485864>
- İnternet: Büyükköşdere, Ş. (2018) *Ortadoğu’dan Avrupa’ya 100 ülkeye ‘Dizi’ ihracat*, <https://www.aksam.com.tr/roportaj/ortadogudan-avrupaya-100-ulkeye-dizi-dizi-ihracat/haber-763542>, (Erişim tarihi: 20 Aralık 2020)

- İnternet: CIA. (2018). *World factbook, Cibuti demografisi*. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/dj.html> adresinden alındı. (Erişim tarihi:5 Nisan 2020)
- İnternet: Cibuti'nin Ekonomisi”, T.C Dışişleri Bakanlığı İnternet Sayfası, <http://www.mfa.gov.tr/cibuti-siyasi-gorunumu.tr.mfa> (Erişim tarihi:19 Mayıs 2020)
- İnternet: Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu. (n.d).*Türkiye- Cibuti iş konseyi*, <https://www.deik.org.tr/turkiye-afrika-is-konseyleleri-turkiye-cibuti-is-konseyi> (Erişim tarihi: 15 Haziran 2020).
- İnternet: *Djiboutian happyhost*. (n.d).*Cibuti tarihi*. <http://www.djiboutian.happyhost.org/index.html> adresinden alındı (Erişim tarihi:19 Mart 2020)
- İnternet: *Djiboutinfo*. (2018): <https://www.djiboutinfo.org/social-culture/> adresinden alındı (Erişim tarihi:20 Mayıs 2020).
- İnternet: EENI Global Business School.(n.d). *Business in Djibouti*.: <http://en.reingex.com/Djibouti-Business-Economy.asp> (Erişim tarihi:16 Haziran 2020)
- İnternet: Eraslan, L., “21. Yüzyılın Küçük Adam ve Kadınları”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, [www.insanbilimleri.com](http://www.insanbilimleri.com), s. 8. (e.t., 2.12.2020).
- İnternet: Ersoy, M. *150 milyon dolarlık dizi ihracatı bitecek*, <https://www.haberturk.com/ekonomi/is-yasam/haber/968950-150-milyondolarlik-dizi-ihracati-bitecek>, (Erişim tarihi:19 Aralık 2020)
- İnternet: [https://ar.m.wikipedia.org/wiki/الأمية\\_في\\_جيبوتي](https://ar.m.wikipedia.org/wiki/الأمية_في_جيبوتي) adresinden alındı (Erişim tarihi: 5.3.2020).
- İnternet: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Cibuti> adresinden alındı (Erişim tarihi:1 Mart 2020).
- İnternet: [https://www.marefa.org/تاريخ\\_جيبوتي](https://www.marefa.org/تاريخ_جيبوتي) Marefa.(n.d) (Erişim tarihi:7 Mart 2020).
- İnternet: <https://www.yabeyrouth.com/4064-جمهورية-جيبوتي-المستقلة> adresinden alındı (Erişim tarihi:8 Nisan 2020)
- İnternet: Köseoğlu, Ö. (2013). Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19024/200577>.
- İnternet: Küçükkurt, M, Hazar, Ç, Çetin, M, ve Topbaş, H. (2009). Kullanımlar ve Doymalar kuramı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı. *Selçuk İletişim*, 6(1), 38 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19019/200650>
- İnternet: *Maps of World* (n.d). *Djibouti animals*: <https://www.mapsofworld.com/djibouti/animals/#:~:text=Djibouti%20has%20very%20hot%20climate,%20birds%20reptiles%20and%20scorpions%20scorpions> adresinden alındı. (Erişim tarihi:13 Mart 2020)

- İnternet: Özarıan, H. ve Nisan, F. ((2011). Kullanımlar ve Doymalar Perspektifinden Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Gümüşhane Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(23-43), 27. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder/issue/7474/98415>
- İnternet: Öztürk, M, ve Atık, A. (2016). Ulusal Pazardan Küresel Pazarlara Uzanan Süreçte Türk Dizilerinin Gelişimi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 66-82. Retrieved From <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/İled/İssue/29371/314266>
- İnternet: [www.presidence.dj](http://www.presidence.dj) (n.d). *Présentation générale*: <https://www.presidence.dj/sousmenu.php?ID=18>
- İnternet: T.C Dışışleri Bakanlığı. (2011). *Cibuti'nin Siyasi Görünümü*: <http://www.mfa.gov.tr/cibuti-siyasi-gorunumu.tr.mfa> adresinden alındı (Erişim tarihi: 2 Nisan 2020).
- İnternet: TDV İslâm Ansiklopedisi (n.d). *Cibuti kuzeydoğu Afrika'da Müslüman bir ülke*: <https://islamansiklopedisi.org.tr/cibuti> adresinden alındı (Erişim tarihi:17 şubat 2020).
- İnternet: WEB, *(Almost) all about TV series*, <https://www.bozar.be/en/magazine/135242-almost-all-about-tv-series> , (Erişim tarihi:19 Aralık 2020).
- İnternet: Yükseköğretim Kurulu. (n. d.). *YÖK başkanı Saraç'a Cibuti'den liyakat nişanı 14-15 Ekim 2019 / Cibuti*: <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2019/cibuti-ziyareti.aspx> (Erişim tarihi:15 Haziran 2020).
- İnternet:<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D9%8A%D8%A8%D9%88%D8%AA%D9%8A#%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE> adresinden alındı (Erişim tarihi:5 Mart 2020).
- Karadaş, N. (2020). “Türk Sinemasında Arabesk: “Müslüm” Filmi Üzerine Bir İzleyici Çalışması”. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 435.
- Karataş, Z. (2015). “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri”. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kırhan, A. (2007). *Üniversite Öğrencilerinin Tematik Televizyon Kanal Tercihleri Kullanımlar ve Doymalar Kuramı – Sosyal Öğrenme Kuramı Çerçevesinde Maltepe Üniversitesi'nce Bir Çalışma*, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kırık, A. M. (2010). *IP televizyon yayın teknolojisi*, Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. DOI: 10.13140/RG.2.2.29183.66722
- Kırtepe, S. (2014). *Televizyon dizilerinin toplum üzerindeki etkileri sosyo – kültürel bir çözümleme: Erzurum örneği*, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doymalar kuramı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama*, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

- Kula, N. (2012). "TV dizileri yoluyla yeniden üretilen tüketim kültürü", *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 515-517.
- Kuyucu, M. (2016). *Kullanımlar ve Doyumlar Perspektifinden Radyo Dinleme Alışkanlıkları ve Doyumları*. Proceedings of Socioint 2016 3rd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities, 296-325.
- Kuyucu, M. (2019). "Gençlerin Türkiye’de üretilen televizyon dizilerine yönelik tutumları ve dizi tüketim faktörlerinin analizi", *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(2), 564.
- Le Bon, G. (1997). *Kitleler psikolojisi, edit. Esranur Bozdemir*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Le Bon, G. (1997). *Kitleler psikolojisi*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Oktay, H. T. (2011). *Televizyon dizilerinin toplumun milli ve manevi değerleri açısından değerlendirilmesi: Aşk-ı memnu dizisi örneği*, RTÜK Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Öneren, M. (2013). "İmaj yönetiminin TV dizi seyircileri üzerindeki etkisi", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(24), 78 – 79.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Öztop, E. (2015). *Televizyon dizilerinde kurgusal mekân: Dönem dizisi seksenler ’de kurgusal mekân tasarımının analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Parkan, M. (1989). "Dizi film ve etkileri", *Dokuz Eylül Üniversitesi GSF Dergisi*, 7, 80.
- Saraç, D. Ç. (2015). *Televizyon dizilerinin üretiminde emek süreci: Set işçilerinin çalışma koşullarının analizi*, Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Sucu, İ. (2011). "Farklı yaşam tarzlarında geleneksel ve modern anlayışının televizyon dizilerine yansımaları", *Sosyoloji Dergisi*, 23(24), 126.
- Şahin, H. ve Karaköy, F. (2018). "Doğu Afrika’nın Dünya’ya Açılan Penceresi: Cibuti". *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 61-78. <https://doi.org/10.33399/biibfad.485918>
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (Temmuz 2020 ). *Cibuti: Ülke Profili*. Dış, Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler Genel Müdürlüğü.
- Temel, G. (2019). *Kullanımlar ve Doyumlar kuramı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı ve Gençlik*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Uzun, R. (2009). *İletişim etiği sorunlar ve sorumluluklar*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Uksel, S. (2015). *Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Sosyal Medya Kullanımı: Sakarya Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

- Yağcı Aksel, S. C. (2011). *Beyaz Camın Yerlileri Dokunaklı Öyküler Dokunulmaz Gerçeklikler*, İstanbul: Umuttepe Yayınları.
- Yaşar, E, ve Mustafa. Ç (2006). “Televizyon ve Gençlik: Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi”, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 15—30.
- Yavuz, H. (2016). “Türkiye’nin doğu Afrika siyaseti ve Cibuti ilişkileri üzerine bir değerlendirme”, *Multidisipliner Akademik Araştırmalar Dergisi*, 3(2).
- Yaylagül, L. (2019). *Kitle iletişim kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yetkiner, B. ve Öztürk, B. (2020). “Kullanımlar ve Doyumlar kuramı Bağlamında İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Tik Tok Kullanımı”. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, (4), 215-235.
- Yıldırım, E. (2019). “Televizyon dizilerinde müziğin kullanımı ve seksenler dizi müziğinin çözümlenmesi”, *CİDER*, 2, 115.
- Yıldız, Ö. (2019). *Kullanımlar ve Doyumlar kuramı Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanıma Alışkanlıkları*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Yılmaz, K. ve Özdem, G. (2004). “Norm Kadro Çalışmalarının Üniversitelerde Uygulanabilirliği: Nitel bir Araştırma”. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2), 115-136.
- Yücel, A. (2014). “”Muhteşem yüzyıl” dizisinin alımlıma analizi: kadın ve erkek imajı üzerine farklı okumalar”, *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar*, 2, 80-82.



## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Omar Mizan,Samia  
Uyruğu : Cibutili

### Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Medya Bilim Dalı, Ankara	2017-2021
Lisans	Cibuti Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Anabilim Dalı, Cibuti	2013-2016
Ön lisans	İmam Muhammed Bin Suud İslam Üniversitesi, İşletme Yöntemi, Cibuti	2013-2015
İlkise	Gazetecilik Anabilim Dalı, Cibuti	2011-2013

### Yabancı Dil

Türkçe, Arapça, Fransızca

