

## Televizyon Dizilerinin Aile Yapısına Etkisi

Dizilerin aileyi ve toplumu belli ölçülerde etkileyerek dönüştürdüğü muhakkak. Tüketim alışkanlıklarından giyinme biçimlerine, eğlence endüstrisinden 'öteki'nin üretilmesine ve inanma tercihlerine uzanan geniş bir skalada bu etkinin izlerini görmek mümkündür. Kuşaklar arası iletişim kurma tarzları ve rol modellerin belirlenme şekilleri de dizi dünyasından doğrudan etkileniyor. Bazen bir davranışın bazen de bir repliğin gündelik hayatın sokaklarında dillere pelesenk olabildiğine ve insanların buna uygun şekilde roller kuşandığına çokça tanık olunmuştur. Aslında bu etki kaçınılmaz bir sonuçtur. Önemli olan nokta bu etkinin yönünün nereye doğru olduğunda saklı. **Diziler, insanoğlu açısından daha iyiyi ve güzeli arama konusunda mı yoksa negatif olanın teşvikinde mi baskın işlev görüyor sorusu burada öne çıkmış durumda.** Kuşkusuz bu sorunun cevabını ararken de cevabın kişiden kişiye veya gruptan gruba göre değişeceğini en başında peşinen kabullenmek gerekir. Çünkü dizi dünyasında mutlak hakikatlerden bahsetmek abartılı ve aşırı iddialı olur. Böylesi bir mutlaklık arayışının mevcut iletişim araçlarının doğasına ve kuruluş dinamiklerine de aykırı olduğunu peşinen söylemekte fayda var.

Diğer taraftan Türkiye için etki üreten dizilerin iki ana kaynağı bulunuyor. Birincisi Türkiye'de üretilen yerli yapımlardır. İkincisinin üretim alanı ise çok daha geniş; Asya'dan Avrupa'ya ve ABD'ye uzanan bir zeminde yükseliyor bu diziler. Üstelik eskiden olduğu gibi sadece televizyonlar

aracılığıyla değil dizi platformları ve internet ortamının sunduğu kapasite sayesinde herkesin cep telefonuna ve doğal olarak bireysel yaşamının içine kadar sirayet edebiliyorlar. Dolayısıyla bir etkiden bahsedildiğinde bunun arka planında sadece televizyonların olmadığını aynı zamanda küresel dizi platformlarının da bulunduğu altını çizmek gerekir. Küresel ölçekte haber ve eğlence içerikli ürünlerin akışı en başından bu yana Batı'dan Doğu'ya ve kuzeyden güneye doğru olmuştur. Bu olguyu salt ürün olarak görmemek ve yaşam tarzı sunumu ve temelde dizi yapımında temel formların ve normların belirleyiciliği bağlamında ele almak gerekir. Kanadalı İletişim Bilimci Marshall McLuhan, bu durumu çok veciz bir şekilde "dünyada tek bir kültür ve tecrübe var, bu, bizim ürettiğimiz kültür ve tecrübedir. Çünkü bizim ürettiğimiz içerik dünya genelinde iletişim araçlarıyla çoğaltılıyor ve uygulanıyor" mealindeki ifadeleriyle belirtmiştir.

Bazen siz daha fazla içerik üretebilirsiniz ama esasta bu dizilerdeki normları ve formları neye göre belirlediğiniz dizinin ruhunu ve kalbini oluşturmaktadır. Modern dünyanın temellerini atanların bu anlamda üç-beş adım önde olduğunu söylemeye bile gerek yok. Bunu bir tespit olarak kabul etmek gerekir. Gerçeğin bilinmesi sonraki yanılgıların önüne geçebilme imkânı sunabilir. Dolayısıyla bu anlamda bolca batılı diyebileceğimiz dizi ve benzeri türevleri bulunuyor. Modern dünyanın egemenleri tarafından kurucu dinamikleri belirlenen açık iletişim toplumunda yer alındığına



göre bundan kaçınılmasının imkansızlığı da daha iyi anlaşılabilir. Elbette hukuk temelinde bazı zorlayıcı ve sınırları belirleyici adımlar atılabilir. Zaten Türkiye'nin de bu anlamda bir çabası var ve RTÜK aracılığıyla belli adımlar atılıyor. Türkiye böyle bir atmosfer içinde dizi yapımları konusunda önemli bir mesafe kat etmiş durumda. Konu ve tarz bakımından çeşitli yapımlar öne çıkabiliyor. Ülke içinde de ülke dışında da bu yapımların alıcısı var ve rakamlar ciddi anlamda üst seviyelerde. Burada dizilerin aileye etkisine geçmeden önce dizi sektörünün somut durumuna dair bir çerçeve çizmekte fayda olduğunu düşünüyorum. Sonrasında da televizyon izleme oranlarının ülkemizde yükselişte olduğunu ve dizilerin de bunda bir rolü olduğuna değineceğim.

## Türk Dizilerinin Yükselişi

Türkiye, son yıllarda dizi sektörünün oldukça

güçlendiği bir ülke konumunda. Dizi sektörüne gerek kamu tarafından gerekse özel sektör tarafından yapılan yatırımların sektörün büyümesine büyük bir etkisi var. Bunun sonucunda Türkiye'de 6 televizyon kanalı her akşam "prime time" boyunca dizi yayınlıyor. Bu kanalların her biri yılda aşağı yukarı 10-12 dizi ismarlıyor. Genel toplama bakıldığında bu rakam yılda 60-70 diziyeye karşılık gelmektedir. Mutlaka başarılı olanları ve olmayanları var bu dizilerin. Buna Türk seyircisi karar veriyor. Fakat bu yatırımlar doğal olarak sektörü büyüttü ve bunun sonucunda küresel dizi piyasasında Türkiye adından söz ettirmeye başladı. Türkiye, dünya genelinde ABD'den sonra en fazla dizi ihraç eden ikinci ülke ve diziler 170 ülkeye satılıyor. Dizilerin arasında 100 bin dolara ihraç edilen de var 300 bin dolara ihraç edilen de var ve her yıl ortalama 8-10 dizinin satışı yapılıyor.<sup>1</sup>

Türk dizileri Asya'dan Afrika'ya Balkanlardan Orta

1 170 Ülkeye İhraç Edilen Türk Dizilerinin Yeni Hedefi Çin, Anadolu Ajansı, 20 Mart 2024, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/170-ulkeye-ihrac-edilen-turk-dizilerinin-yeni-hedefi-dunyanin-en-kalabalik-ulkesi-cin/3169292>. Erişim Tarihi: 9 Aralık 2025.

Doğu'ya ve Doğu Avrupa'dan Latin Amerika'ya uzanan geniş coğrafyalarda izlenme rekorları kırıyor. Dizilerin etkisi sonucunda farklı ülkelerde insanlar çocuklarına Türkçe isimler koyuyor ve çok sayıda insan Türkçe öğreniyor. Ev ve aile ortamlarını Türk dizilerine göre tasarlayanlar bile var. Türkiye'de dizilerin çekildiği mekanların sık sık turistler tarafından ziyaret edilmesi ve bu hareketliliğin turizm sektörüne bir katkıya dönüşmesi önemli bir çıktı. Elbette dizilerin diplomasiye yaptığı katkıyı da vurgulamak gerekir. Kamu diplomasisi çerçevesinde değerlendirilen diziler Türkiye'nin soft power (yumuşak güç) unsuru olarak farklı coğrafyalarda öne çıkmakta ve halklar nezdinde Türkiye genellikle sevimli, olumlu, sempatik bir mekân olarak konumlandırılmaktadır. Türk dizileri vurgusu ile tek bir bütüne işaret edilmediğinin de altını çizmek gerekir. Dizilerin türlerinde bir çeşitlilik bulunuyor. Tarih dizileri, aşk dizileri, istihbarat dizileri ve çoğunun iç içe geçtiği türler gibi bu anlamda hepsinden bahsetmek mümkündür. Dizi yapımlarında artan teknik kapasite doğal olarak içeriğe ve kaliteye de yansıyor ve bunun sonucunda dizi sektörü televizyonların en gözde parçaları olarak öne çıkıyor. Ülkemizdeki TV izlenme oranlarındaki hareketlilikte dizi faktörünün rol oynadığı söylenebilir.

## TV İzlenme Oranları Yükselişte

Türkiye'de teknolojinin kullanımı konusunda toplumsal bir mutabakatın olduğu yadsınamaz bir gerçekliktir. Teknolojinin üretilmesi konusunda ancak son yıllarda güçlü bir hamle yapılmış olsa da teknolojinin dışarıdan transferi ve kullanılması konusunda 200 yıllık bir tarihi derinlik bulunuyor.

Osmanlı Devleti'nde ordunun temel ihtiyaçlarının karşılanabilmesi konusunda yaşanan ilk örneklerden sonra süreç bir alışkanlığa dönmüş ve otomobilden tanka, telgraftan televizyona ve telefondan radyoya pek çok teknolojik buluş hızlı denilebilecek bir zaman dilimi içerisinde Batı'dan transfer edilerek ülkemizde kullanılmaya başlanmıştır.

Kuşkusuz televizyon bu örneklerin içinde müstesna bir konumda yer almaktadır. ABD ve Avrupa'da 1940'ların sonlarından itibaren kullanılmaya başlanan televizyon için ülkemizde ilk testler 1964 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi'nde yapılmaya başlanmış ve böylece televizyona dair ilk tecrübe ülkemizde ortaya çıkmıştır. Şimdilerde 75. yılına erişilen televizyon izleme tecrübesi doğal olarak pek çok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Televizyonun kullanılmaya başlamasından sonra radyonun artık tarihin tozlu raflarına atılacağını iddia edenlerin yanıltığı gibi bilgisayarın ve onun uzantısı olarak şekillenen online platformların yaygınlaşmasıyla televizyonun gözden düşeceğini iddia edenlerin de yanıltığı görülmektedir. Yeni iletişim teknolojileri eskisinin tahtını sallasa da çoğu aygıt bazı form değişiklikleriyle yaşamın içinde kalabilmektedir. Son yıllarda artan televizyon izleme oranları bu anlamda çarpıcı örneği oluşturmaktadır. Buna dair rakamları paylaşacağım ama önce teknoloji kullanımı konusunda ortaya çıkan dağılıma vurgu yapmakta fayda var.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından Kasım 2025'te yayınlanan "Medyametre Medya Kullanım Alışkanlıkları 2024" araştırmasındaki rakamlar pek çoğu için sürpriz sayılabilir. Çünkü özellikle TV izleme rakamlarında sanıldığı aksine büyük bir gerilemenin olmadığı

görülmektedir. Buna göre Türkiye’de günde ortalama 3 saat 43 dakika televizyon izlenmektedir. Bu oran 65 yaş üstündekilerde günde ortalama 5 saat 16 dakika olarak tespit edilmiştir.

Sadece izlenme oranında değil doğrudan sahiplik anlamında da televizyonu olan kişi sayısı cep telefonu sahibi olanlarla oldukça yakındır. Buna göre RTÜK’ün araştırmasına katılanların sahip olduğu cihazlar içinde ilk sırayı yüzde 99 ile cep telefonu alırken bunu yüzde 94,8’le televizyon takip etmektedir. Diğer rakamları ise yüzde 53,9’la bilgisayar/tablet, yüzde 14,5’le radyo, yüzde 8,4’le oyun konsolu ve yüzde 2,3’le e-kitap okuyucu izlemektedir. Dolayısıyla televizyonun toplumsal konumu önemli ölçüde yerini korumaktadır. Bu araştırmada çok ilginç bir detay daha yer alıyor. Bu ayrıntıya göre günlük kullanım alışkanlıklarına bakıldığında katılımcıların yüzde 82,5’inin her gün internete bağlandığı belirlenmiş. Herkesin online yaşadığı bir dünyada bu rakam oldukça normal. Fakat televizyon yayınlarını her gün izleyenlerin oranının yüzde 69,6 ile ikinci sırada gelmesi algıların olgular karşısındaki durumunu ortaya koymaktadır. Çünkü aynı araştırmada sosyal

medyayı günlük olarak kullananların oranı yüzde 69,1 oranında çıkmıştır. Bu oran az farkla da olsa TV izleme alışkanlığından sonra gelmektedir. Televizyonda en çok izlenen program türleri arasında ilk sırayı yüzde 89,3 ile haberler alırken bunu yüzde 85,7 ile dizi-filmler takip etmektedir. Araştırmaya göre en çok dizi izleyenlerin yaş aralığını 55-64 yaş grubu oluşturmaktadır. Araştırmancının alt kırılımlarında farklı rakamlar da bulunuyor. Meraklısı Anadolu Ajansı’nın<sup>2</sup> internet sitesinden araştırmaya ulaşabilir. Ama konumuz açısından bir rakamı daha paylaşmak istiyorum. Buna göre ülke ve dünya gündemine ilişkin haberleri takip etmede en çok başvurulan mecra yüzde 91,9’la televizyon iken yukarıdan aşağıya doğru bir sıralama yapıldığında haber almada en güvenilir kaynağı da televizyon oluşturmaktadır. Genel olarak bakıldığında bu rakamların televizyonun büyük bir ihtişamla geri dönüşüne işaret ettiği açıktır. Hatta sadece bu araştırma değil bir başka araştırma da TV izleme oranlarının 2025 yılında arttığını göstermektedir.

CNN Türk tarafından 25 Ekim 2025 tarihinde TİAK verilerine dayanılarak hazırlanan haberde<sup>3</sup> 2025

Genel olarak bakıldığında bu rakamların televizyonun büyük bir ihtişamla geri dönüşüne işaret ettiği açıktır. Hatta sadece bu araştırma değil bir başka araştırma da TV izleme oranlarının 2025 yılında arttığını göstermektedir.

2 Yaşlılar Günde 5 Saati Televizyonun Başında Geçiriyor, Anadolu Ajansı, 11 Kasım 2025, <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/yasli-lar-gunde-5-saati-televizyon-basinda-geciriyor/3740606>. Erişim Tarihi: 8 Aralık 2025.

3 Televizyonlar Türkiye’nin en Güçlü Mecrası, CNN Türk, 25 Ekim 2025, <https://www.cnnturk.com/>

yılına ilk 6 ayında Türkiye’de TV izleme oranı 2024 yılını geçmiş ve ortalama 5 saati aşmış durumda. Dijital mecralarda da en fazla izlenen içerikler arasında televizyonlar için üretilen diziler ön planda yer almaktadır. Yani izleyici takip ettiği diziyi televizyonda izleyemediğinde onu dijital mecra da seyrediyor. Bu anlamda televizyon içeriklerinin dijital platformların vazgeçilmezleri arasında olduğu görülmektedir. Özellikle aşk teması ön planda olan diziler, ortak bir tema etrafında şekillendiği için dünya genelinde de seyirciye ulaşabilmektedir.

## Yiğit Düştüğü Yerden Kalkabilir

Tüm bu tablonun ışığında ülkemizdeki duruma bakıldığında negatif bir algının olduğu görülüyor. Çapraz bir okuma yapıldığında ise Türk dizilerinin dünya genelinde yükseliş trendi yakaladığı dönemle ve ülkemizde yoğun şekilde izlendiği bir süreçte Türkiye’deki doğum oranlarının düşmeye başlamış olması ister istemez bir paralellik kurulması sonucunu çıkartıyor. Dizi-film sektörünün baskın içerikleri bu anlamda aile ve toplum üzerinde dejenerasyon üretse de sorunun tek kaynağı olarak göstermek haksızlık olur. Kuşkusuz salt Türk dizileri değil, küreselleşmiş dizi platformları tarafından üretilen içeriklerin yaygınlaşması da başlı başına aileyi ve toplumu aşındırmaktadır. **Bu dizilerde çarpık ilişkilerin normalleştirilmesi, LGBT probleminin kampanyaya dönüştürülerek hayatın olağan akışı içinde normal kendisi olarak konumlandırılması ciddi bir sorundur.** Ayrıca bu içeriklerin platformlar aracılığıyla Türkiye’deki herkese ulaşabilme

potansiyeline sahip olması bu dönemin negatif özellikleri arasında yer almaktadır.

Fakat dizi sektörünün ülkemizde bu kadar gelişmiş olması mevcut içeriğinden bağımsız olarak söylemek gerekirse büyük bir avantajı kendinde barındırmaktadır. Dizilerin aşırı izlenmesi ve toplumun küçüğünden büyüğüne hepsinin dikkatini çeken belirli dizilerin olması stratejik bir değere sahiptir. **Yapılması gereken şey, dizilerde küçük dokunuşlarla aile ve çocuk konusunda sempati uyandırmasına ve pozitif duygu üretilmesine çalışmaktır. Ailenin çatışma yeri değil huzurun mekânı olarak sunulması ve çocuk sahibi olmanın prestijli bir öge olarak senaryoya yerleştirilmesi toplumsal algı üzerinde etki oluşturacaktır.** Dizi oyuncularının rol model olarak kabul edildiği bir toplumda bu anlatının işlenmesi ve bunda ısrar edilmesi belki hemen olmasa da belli bir zaman sonra etkisini göstermeye başlayabilir. Oturup dizileri taşlamak yerine stratejik dokunuşlarla diziler üzerinden aile ve çocuk konusunda daha güçlü mesajları topluma verebilmek mümkün. **Aile olgusunun zayıflamasında ve doğurganlık oranının azalmasında belki tek etken dizilerin temsil ettiği yaşam tarzları değil ama yine de yiğidi düştüğü yerden kaldırma konusunda dizi-film sektörü bir kaldıraç işlevi görebilir.** Elbette tüm dizilerde bunu yapmak mümkün olmayacaktır çünkü zaten bu medyanın doğasına aykırı bir beklentiyi teşkil etmektedir. Ama olabilecek olanı yapmak, verilecek mücadelenin kıymetini anlamak ve üzerinde çalışmak gerekiyor. Çünkü aileyi konusunda, diziler üzerinden yeni bir dönüşümün fitilini ateşlemek mümkün.