

## TÜRK DİZİLERİNİN TÜRKİYE İMAJI ÜZERİNE ETKİSİ: SUDAN ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Mikail KARA  
Çankırı Karatekin Üniversitesi

Öğr. Gör. Murat BAYRAM  
Pamukkale Üniversitesi

### Özet

Turistler her dönem yeni deneyim ve destinasyon arayışı içinde bulduklarından destinasyonlar, rakiplerini de dikkate alarak turistlerin bu arayışlarını kendilerine doğru yönlendirmek arzusundadırlar. Bu nedenle turistlerin dikkatini çekerek destinasyonları ziyaret etmelerini sağlamak için birçok tanıtım ve pazarlama çalışması yapılmaktadır. Özellikle destinasyonların pazarlanması aşamasında tüketicilerin zihninde olumlu bir imajın oluşturulması için birçok uygulama yapılmaktadır. Bu uygulamalarından biri de film ve dizilerdir. Film ve dizilerde yer alan destinasyonlar ve destinasyonların tarihi, kültürel ve turistik öğeleri hem mevcut hem de potansiyel ziyaretçilerin dikkatini çekmekte, turistlerin bu destinasyonlara yönelmelerini sağlamaktadır. Ayrıca film ve diziler turistlerin ilgili destinasyon hakkındaki fikirlerini etkilemekte ve ziyaret kararı verme aşamasında da önemli bir rol oynamaktadır. Türk film/dizi sektörünün gelişimi ile paralel olarak yurtdışında Türk film ve dizilerinin özellikle de Türk dizilerinin izlenmesi de artmaktadır. Bu nedenle bu çalışmanın temel amacı yurtdışında yayınlanan Türk dizilerinin Türkiye imajına etkisini ortaya çıkarmaktır. Filmlere nazaran dizilerin daha fazla olması ve daha uzun süreyle yayınlanması gibi nedenlerden dolayı bu çalışmada sadece Türk dizileri dikkate alınmıştır. Bu noktadan hareketle Türk dizilerinin yayınlandığı ülkelerden biri olan Sudan'da 01 Haziran – 05 Temmuz 2012 tarihleri arasında Türk dizilerini izleyen 314 Sudanlı'ya 24 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerin SPSS istatistik analiz programı ile değerlendirilmiştir. Uluslararası literatürde film ve dizi odaklı çalışmalar yapılmakla birlikte Türk dizilerinin algılanan Türkiye imajı üzerine etkisini ortaya koyan çalışmaların sınırlı oluşu ve bu dizilerin etkisinin henüz ortaya çıkarılmamış olması bu çalışmanın önemini artırmaktadır. Bu nedenle bu çalışmanın bu boşluğun doldurulmasında bir nebze de olsa fayda sağlayacağı ümit edilmektedir. Buna rağmen araştırmanın sadece bir ülkede yapılmış olması çalışmanın kısıtlarından birini oluşturmaktadır. İleriki araştırmalarda ülke sayısının artırılması çalışma sonuçlarının genellenmesini sağlayacaktır. Ayrıca araştırmanın sonunda uygulamaya yönelik öneriler de sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sudan, destinasyon imajı, film turizmi, Türk dizileri