

PAPER DETAILS

TITLE: TELEVIZYON DIZILERININ MARKALASMA SÜRECİNDE LOGO

AUTHORS: Yusuf KES,Münire YILDIZ

PAGES: 67-88

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/617834>



TELEVİZYON DİZİLERİNİN MARKALAŞMA SÜRECİNDE LOGO

LOGO IN BRANDING PROGRESS OF TELEVISION SERIES

Doç. Yusuf KEŞ, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım
Bölümü yusufkes@sdu.edu.tr

Münire Yıldız, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanat ve Tasarım
ASD Sanatta Yeterlik Öğrencisi, munireyildiz@sdu.edu.tr

ÖZ

Medya sektörünün vazgeçilmez kitle iletişim organlarından biri olan televizyon, izleyiciyi kendine bağlamak için genellikle dizileri kullanır. Gün geçtikçe dizilerin sayısının artmasıyla yapım şirketleri ortaya çıkardıkları farklı uygulamalarla rakiplerinden bir adım önde olmaya çalışırlar. Rekabet ortamında farklılıklar ve yenilikler teknolojiyle olduğu kadar ihtiyaçlarla da belirlenir. Kitlenin talebi doğrultusunda dizilerin konusu, oyuncularını hatta senaryosu şekillenir. Kitle üzerinde baskın rolü olan popüler kültürün etkisiyle şirketler popüler dizi filmi ortaya çıkarmaya çalışır. Bu süreçte yapım şirketleri, reklam ve pazarlama adına billboard, tv reklamcılığının yanı sıra sosyal medya uygulamalarında da kendini göstermektedir. Günümüzde grafik tasarım bağlamında tanıtımlar için kullanılan afiş tasarımları üzerine daha çok emek harcanmaktadır. Afiş tasarımlarında yer alan dizi film isimleri, dizinin içeriğini yansıtmak için özenle tasarlanmaya başlanır. Fakat, birkaç yıl öncesine gidildiğinde dizi filmlerin isimleri, dizi başlangıcında sıradan bir fontla yazılarak kullanılırdı. Ancak, bugün dizi isimleri logotayp (logotype) olarak tasarlanmaktadır. Hemen hemen her dizi filmine ait bir logotayp (logotype) bulunmakta ve afiş, reklam ve jenerik gibi çeşitli tanıtım yerlerinde kullanılmaktadır. Çoğu dizi logolarına bakıldığında içerikle ilgili bir fikir edinmek mümkün olmaktadır. Renk tercihleriyle, sembol kullanımıyla, font seçimiyle ya da tipografik oyunlarla dizi filmlerin içeriği isimlere yansımaktadır. Artık, dizi film logoları, imza gibi görsel bir kimlik görevini üstlenmektedir.

Bu araştırmada yerli ve yabancı dizi film logo örneklerine yer vererek, logo ile dizi içeriği ilişkisi ve bu logoların estetik nitelikleri ortaya konulacaktır. Logoların analizleri yapılarak dizi filmlerin kimliğiyle örtüşen ya da örtüşmeyen noktaları belirlenecektir. Logotayplarda kullanılan yazı, sembol, renk gibi kavramların içerikle ilişkisi değerlendirilecektir. Araştırmanın kavramsal çerçevesi logo kullanan yabancı ve yerli dizilere ait tasarımlarla sınırlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dizi film, Logo, Logotayp, Marka, Görsel Kimlik

ABSTRACT

Television, which is one of the indispensable mass media of the media sector, usually uses sequences to connect its audience. As the days go on, the number of productions increases, and production companies try to be one step ahead of their competitors with the different applications they emerge. Differences and innovations in the competitive environment are determined by technology as well as by requirements. At the request of the audience, the subject the actors or even the scenario of the series is shaped. Under the influence of the popular culture that dominates the mass, companies try to uncover the popular series of films. In this process, construction companies, advertising and marketing in the name of billboard, tv advertising, as well as social media applications in the show itself. oday, more labor is used on poster designs used for promotions in the context of graphic design. Series movie names in poster designs are carefully designed to reflect the contents of the series. However, a few years ago, the names of the series of films, the beginning of the series was written with an ordinary font. However, today series names are designed as logotypes. Almost every series of films has a logotype, and is used in a variety of promotional sites such as posters, advertisements and generics. When looking at most series logos, it is possible to get an idea about the content. With color



preferences, symbol usage, font selection or typographic games, the content of the series film is reflected in the names. It now takes on the role of a visual identity for the series of film logos, signatures.

In this research, by giving examples of domestic and foreign series film logo, relation of sequence content with logo and aesthetic qualities of logos will be revealed. By analyzing the logos, overlapping or non-overlapping points will be determined by the identity of the series. The relationship between contents such as writing, symbol and color used in logotypes will be evaluated. The conceptual framework of the research is limited to the design of foreign and domestic sequences using the logo.

Key Words: Tv series, Logo, Logotype, Brand, Visual Identity

1. GİRİŞ

1990’lardan sonra televizyon kanallarının özelleşmeye başlamasıyla televizyon programların da çeşitlenme ortaya çıkmıştır. İzleyici kitle, genişleyerek daha çok televizyona bağlanır hale gelmiştir. Televizyon gündelik hayatın bir parçası olmasının yanı sıra yaşamımıza yön vermeye başlamıştır. Gerek gerçekleri yansıtarak gerekse çarpıtarak çeşitli programlarla hayatımızı biçimlendirmeye devam etmektedir.

Televizyon, gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Kimi zaman eğlendirir, kimi zaman bilgilendirir, kimi zaman ise olay ya da durumlardan haberdar eder. Ev içerisinde televizyonun yeri önemlidir. Genellikle aile bireylerinin bir araya toplandıkları odanın baş köşesindedir. Bütün dikkatimizle televizyonun bize sunduklarını dinler ya da seyrederek. Artık televizyon insanoğlunun dış dünyadaki gözü, kulağıdır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2014-2015 yıllarını kapsayacak şekilde gerçekleştirdiği Zaman Kullanım Araştırması’na göre, bir gününü hangi faaliyetlere ne kadar süre ayırarak geçirdikleri hakkında bilgiler yer almaktadır. Bu araştırmada en fazla yapılan sosyal faaliyet %94,6 ile televizyon izlemek olmuştur (Tuik, 2015).

Televizyon, kitle kültürünün üretici kurumlarının başında gelir. Televizyon sektörü kazanç sağlamak amacıyla izleyenlerin arz ve taleplerini dikkate alır. Mutlu’ya göre kitlesel izleyicinin talebi eğlendirici, derinliksiz, anı yaşayarak yalnızca o zamanı geçirmeye yönelik düşük bir beğeniyi yansıtır. Fakat bunun yanı sıra insanlar televizyonda gerçek yaşamın deneyimlerine klavuz ararlar. Bu şekli ile televizyon fikir, imge ve davranış görüntüleri ile insana yol gösterici konumundadır. Televizyon sektörü kazancının devamlılığı için bu nitelikleri göz önünde bulundurarak üretim yapmaktadır (Mutlu, 2008, s. 24).

Televizyonun insanları kendine bağlamasındaki birincil etken dizilerdir. Televizyon dizileri, farklı yaşam biçimlerini ya da toplumsal yapı ve öğeleri içinde barındırarak izleyiciyi



çekmektedir. Televizyonun en önemli formatı olan dizi filmler, egemen ideoloji işlevi görürler ve böylece, "topluma uyumlu, sosyal yapıya entegre olmuş bireyler yaratarak, toplum işleyişinde ortaya çıkacak çatlakları engelleyerek ve yerleşik değerlerin yaygın hale gelmesiyle toplumun işleyişini kolaylaştırır" (Parkan, 1989:80). "Diziler ortaya çıktıkları kültürlerin anlatı geleneklerine uygun olarak, sınıfsal, ekonomik, cinsel, kültürel vb. iktidar ilişkilerinin temsili aracılığıyla toplumsal yapının devamını sağlarlar" (Aldemir, 2011, s. 30). Diziler, ister oyuncularıyla olsun ister konusuyla olsun birçok yönüyle izleyiciler üzerinde saç modeli oluşturma, cep telefonunda zil sesi ve marka tercihi, kıyafet konusunda tarz ve marka seçimi, jest, mimik ve diksiyon gibi pekçok yönden çeşitli etkiler yaratır (Şenyurt, 2008, s. 65). Diziler, bu yapıyla trend olan olguları pazarlar. Bu sayede dizilerde reklam kullanımı da artarak, ticari bir boyut ön plana çıkar. Böylece reklamlar, televizyonlar için önem arz eden bir gelir kaynağı haline gelir. Dizilerin yarattığı kazançlar, televizyon sektöründe dizilerin ön sırada olmasında etkilidir.

Dizilerin yapım amacı izleyiciyi uyanık tutmak ve kendine bağlamaktır. Günümüzde dizilerin sayısındaki artış nedeniyle rekabet ortamı ivme kazanmıştır. Amacı gerçekleştirmek için de bazı yeni yönelimler oluşma sürecine girmiştir. Dizi filmlerde tweeter etiketi kullanımından internetin ve metin mesajlarının gösterimine kadar birçok yenilik görülmektedir. Grafik tasarım açısından bakıldığında dizilerin açılış jeneriklerinde ve isimlerinin lanse edilmesinde bir yenilik görülmektedir.

Bu araştırmada logo olarak tasarlanan ve kullanılan dizi isimlerinin kavramsal ve estetik boyutu incelenecektir. Bu doğrultuda "dizi filmlerin birer logoya sahip olması markalaşma kaygısının olması mı" ve/veya "tanınırlığı artırmada toplumun zihnini etkileme arzusu mu" soruları araştırılacaktır. Markalaşma ya da akılda kalıcı olma adına logo tasarımının dizi sektöründe yer alması grafik tasarımın kullanıldığı alanları genişletmiştir. Neredeyse her yaştan, her cinsiyetten hedef kitleye ulaşmayı başaran dizi sektöründe kullanılması ve logo tasarımının yaygınlaşması çalışmanın önemini belirtir.

2. TELEVİZYON DİZİLERİNİN MARKALAŞMA SÜRECİNDE LOGO

Dizi, kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon aracılığı ile izleyiciye ulaşmaktadır. Televizyon kültürünün en önemli yayın türlerinden biridir. Program türlerine göre izlenme sırasında diziler haber programlarından sonra ilk sırada yer alır.

Diziler, bir konu üzerine kurulu serilerden oluşmaktadır. Dizi, "Kitle iletişim



araçlarında belli bir öykü üzerine kurulu, her bölümde aynı sanatçıların oynadığı, birbirini izleyen izlenceler” şeklinde ifade edilmektedir (Güz ve diğerleri, 2002, s. 106). Her bölümde ayrı bir konu ele alınarak oluşturulan bu serilerin tek bir adı bulunmaktadır. “Dizilerin oluşum sürecine bakıldığında, televizyonun bu türü radyodan aldığı görülmektedir. Radyo ise; bu formatı roman ve öykülerden almıştır” (Güçhan, 1992, s. 112). Dizi filmlerin temeli “tefrika roman” a dayanmaktadır. Tefrika roman, “Sürekli yayınlarda her gün bir bölümü yayımlanan roman” anlamını taşımaktadır (TDK, 2006). Bu roman türü 19. yy’da ilk kez Fransa’da görülmüş, sonraki dönemlerde resimli tefrika roman biçimine dönüşmüş ve Amerika’da yer almaya başlamıştır. Bu dönemin en tanınmış tefrika romanları, Balzac’ın “Evde Kalmış Kız” ve “Taşradan Yaşam Görüntüleri”dir. Türkiye’de ise, bu roman kültürü Ahmet Mithat Efendi ile başlamıştır. Bu edebiyat türü 1965 sonrasında radyo ile işitsel olarak devam etmiştir. Radyo sektöründe “arkası yarın” başlığıyla hergün aynı saatte radyo dizileri yapılmaya başlanmıştır. Televizyonun ortaya çıkmasıyla da radyodaki dizi kültürü televizyonda kendini göstermiştir. Türkiye’nin televizyon dizileri ile serüveni Brezilya yapımlı dizilerle başlamıştır. Ardından Virgina, Dallas ve Yalan Rüzgarı gibi Amerikan yapımlı pembe diziler gösterime girmiştir. Bu gelişmeyi takip eden yıllarda TRT’nin desteğiyle yerli Türk dizileri yapımı başlamıştır. İlk Türk mini dizisi “Aşk-ı Memnu” isimli dizi olmuştur. 1980 yılından itibaren de Türk edebiyatından uyarlanan dizilerle dizi sektörü gelişmeye devam etmiştir. 1990’lı yıllardan sonra kanalların özelleşmesiyle yayına girmesiyle dizilerin sayısı artmış ve 2000’li yıllara gelindiğinde dizi sayıları ivme kazanmıştır (Tarañ, 1991, s. 12-13; Tanrıvermiş, 2007, s. 5). Bu bağlamda düşünüldüğünde dizi, kaynağını edebiyattan almış, radyo süreciyle gelişmiş ve televizyonda bugünkü halini almıştır.

Günümüzde ticari kaygıların artmasıyla reklam ve pazarlama konusunda yapımcılar harekete geçmiştir. Dizilerin afişleri, fragmanları gelişmiş ve sayısı çoğaltılmıştır. Afişlerde ve fragmanlarda dizi isimleri akılda kalıcılığı güçlendiren tasarımlarla kullanılmaya başlanmıştır.

Dizi isimleri hem marjinalliği artıracak hem de kimlik kazandıracak bir şekil grafik tasarım ögesi olarak yer almaya başlamıştır. Söz konusu öge, kimlik ve marka özelliğini taşıyan logodur. Günümüzde artık hemen hemen her dizi kendine bir logo yaratmaktadır. Logo kullanımıyla diziler de kurumsal imajlarını sahip oldukları kitlelere ulaştırmaktadır.

Televizyon dizileri için tasarlanan logolar, dizilerin tanıtım afişlerinde, açılış jeneriklerinde, televizyon reklamlarında ve dizilerin çeşitli tanıtım unsurlarında



kullanılmaktadır. Bu iletişim kanallarında logoların kullanım amacı, dizilere sadece farklılık katmak değil, kurum kimliği oluşturarak markalaşmayı gerçekleştirmektir. Marka, logo, firma ismi, yazı karakteri ve amblem gibi birçok belirleyici ve görsel göstergelerden oluşmaktadır. Logo, amblemi, yazı karakterini ve firma ismini içinde barındırdığından markanın imzası olarak görülebilir. Logo, marka ve kimlik yaratmanın en temel ögesidir. Markada logo kullanılarak ürünün tanıtılmasında görsel bir algı oluşturulur.

Logolar, kurum veya kuruluşa kimlik kazandırma ve onları tanıtan amblem ve marka özelliği taşımaktadır. “logo bir markanın hitap ettiği iç veya dışa çevresinde iletişim kurmak için kullandığı bir çeşit işaret sistemidir” (Henderson ve Cote, 1988, s. 14). Sarıkavak, III. Ankara Marka Festivali’ndeki Marka ve Tipografi başlıklı konferansında, logoyu ürüne ait ilk mesajı veren markanın bir görsel işareti olarak göstermiştir (Sarıkavak, 2017). Akın’a göre logo, hem markanın adının hem de amblemin yani markanın sembolünün yer almasıdır (Akın, 2006, s. 47). Akın’ın görüşüne ek yapmak gerekirse, logolar markanın sembolünü ve adı bir arada bulundurabileceği gibi ikisinden biri ile de meydana gelebilir. Yani sadece sembol içerikli ya da sadece tipografik karakterlerden de oluşabilir. “Logotayp, bir ürünün, firmanın ya da hizmetin isminin, harf ve resimsel öğeler kullanılarak sembolleştirilmesidir. Amblemden farklı olarak ayırt edici özellikler yanında firmanın ismini de yansıtır” (Pektaş, 2010). Logotayp olarak adlandırılan tasarımlar, hem harflerin deformasyonları ile hem yazıya soyut ya da somut unsurlar ekleyerek hem de yeni bir yazı türü olarak oluşturulabilirler. (Pektaş, 2010). Tomak, başarılı bir logo çalışması için yalın, estetik, özgün ve ayırt edici, kolay hatırlanabilir ve akılda kalıcı, işlevsel, basım ve çoğaltma tekniklerine uygun gibi ölçütlere dikkat edilmesi gerektiğini savunmuştur (Tomak, 2011, s. 20). Logo tasarımında sadece estetik açıdan tatminkar bir tasarım yeterli değildir. Tasarımda okunurluğa önem verilmelidir. Çünkü, tipografinin temel amacı okunmaktır (Sarıkavak, 2009, s. 66). Tipografik karakterlerin okunaklılığı ise; x-yüksekliğine, harf genişliğine, iç boşluğuna, kontrastlık derecesine, yalınlığına ve orantısına bağlıdır. Harf ve sözcük arası boşlukların okunurluktaki önemi, tipografik armoniyi etkilediğinden boşlukların tutarlılığı ve sürekliliği önemlidir.

Amblem ve logo, markaların amacı olan tüketici zihnine yerleşmeye ve orada kalıcı olmaya hizmet etmektedir. Bu bağlamda logo ve amblem kurum ya da kuruluşlar için ürün ve hizmet kimliğini ifade etmede akılda kalıcılığı sağlayan en etkili araçlardır. Logoların sahip oldukları özellikleri şu şekilde özetleyebiliriz; görsel bir dil olan logolar, ürün veya hizmeti en yalın haliyle markanın sahip olduğu kimliği, imajı yansıtmaları nedeniyle sade, basit ve



anlaşılır bir yapıda olmalı ve akılda kalıcılığı olumlu yönde etkilemeli, özgün bir değere sahip olmalı, bir firmanın logosu diğer firmalarınkine benzememeli ve onları çağrıştırmamalı, sahip olduğu markanın kimliğini temsil edici nitelikte olmalı, logoda kullanılan renkler markanın kimliğini ifade etmeli, logo değişimi müşteri algısını olumsuz etkileyeceğinden kurum ya da kuruluşlar logoları belirlerken uzun vadede kullanımını düşünmelidir.

Amblem ve logo, markaların amacı olan tüketici zihnine yerleşmeye ve orada kalıcı olmaya hizmet etmektedir. Bu bağlamda logo ve amblem, kurum ya da kuruluşlar için ürün ve hizmet kimliğini ifade etmede akılda kalıcılığı sağlayan en etkili araçlardır.

Televizyon dizilerinin logo kullanımı amacı, kurum ya da kuruluşların logo kullanımı amacıyla örtüşmektedir. Dizilerdeki logolar incelendiğinde, markalaşma ve kimlik oluşturma amacını taşıdığı görülmektedir. Televizyon dizileri için tasarlanan logolar, diziyi tanıtıcı bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle logo, diziyi temsil edici nitelikte olmalıdır. Bunun yanı sıra logotaypın içerdiği rengin ve karakterin de dizinin kimliğine olan uygunluğu önemlidir. Dahası, akılda kalıcılığı etkili olan dizi logoları, markalaşmayı gösteren en iyi tasarımlardır. Markalaşma için “...tasarlanacak logo ya da amblem tam anlamı ile temsil ettiği ürün yada hizmeti ifade etmenin yanı sıra daha sonra tanınmışlık derecesini artırıcı” olması gerekmektedir (Keş ve Kurt, 2015, s. 96). Dizilere özgü tasarlanan logoların ne denli markalaşmayı ve kimlik oluşturmaya yansıttığını anlamak için logoların analizine bakılmalıdır.

Türk televizyon dizilerinde yer alan başarılı örneklerden biri olan ve Selçuk Özış tarafından tasarlanan “Karadayı” dizisinin logosunda ince tırnaklı (serif), çift vurgulu, kontrast etkiye sahip yazı karakteri ve siyah renk tercih edilmiştir. Bu logotayp çalışmasında harfler üzerinde deformasyon yöntemi kullanılmıştır. Harflerin gerektiği ölçüde yakınlaştırılması ya da uzaklaştırılması ve bir harfte biçim farklılıklarının yaratılmasıyla deformasyon uygulanmıştır. Logoda kullanılan yazı karakteri “ITC Caslon No.224 BT Bold” yazı karakteri ile örtüşmektedir. Yazı karakteri üzerinde tasarımcı, harf araları ve büyük harf “I” karakterinde görüldüğü gibi çeşitli düzenlemeler yapmıştır. Logonun zemininde beyaz ya da kırmızı renk tercih edilmiştir. Tipografik olarak görünen tasarıma negatif boşluk (negative space) uygulanmıştır. Dizinin adından oluşan logoda “ı” harfi üzerine negatif boşluk (negative space) uygulaması ile hapishanede bulunan parmaklıkları kapı gizlenmiştir. Karadayı dizisinin içeriğinde, suçlu olmayan birinin cezaevi süreci ve suçsuzluğunu oğlunun kanıtlamaya çalışması ile ilgili yaşanan olaylar yer almaktadır. Bu bağlamda logo, tam olarak dizinin



içeriğine uygun tasarlanmıştır. Logo, mesajını üzerinde taşımaktadır. Logotayp kullanımı siyah zemin üzerine beyaz yazı ya da beyaz zemin üzerine siyah yazı şeklindedir. Böyle bir kullanımının olması da kontrastlık etkisiyle algıyı güçlendirmektedir. Karadayı dizi logosu negatif boşluk (negative space) ve kavramsal tipografinin işlendiği en iyi tasarımlardan biri olmuştur (Resim 1).



Resim 1. Karadayı Dizi Logosu

2016 yılında yayınlanan Türk dizilerinden biri olan “İçerde” dizisinin logosu ister dizi jeneriklerinde olsun ister reklamlarda olsun oldukça sık kullanılmaktadır. Dizinin konusunda “içerde” olarak adlandırılan biri polis teşkilatı içinde, diğeri suçlu çetesinin içinde gösterilen iki kişi bulunmaktadır. Dizinin logosunda da herhangi bir sembol kullanılmamıştır. Logo dizinin içeriğiyle ve kelime anlamıyla örtüşen bir yapıda yalın bir dille yazı ile ifade edilmiştir. Kullanılan yazı karakteri, kalın (bold) ve tırnaksız (non-serif) yapıda olup, geometrik bir form içermektedir. Büyük harf (majiskül-capital) biçimde kullanılan yazı karakterinin beyaz boşlukları az bırakıldığında yazının leke değeri yoğun görünmektedir. Arka planda dikdört bir geometrik şekilde siyah renk kullanarak o karanlık hava verilmiştir. İçerde logosunun da Karadayı dizi logosu gibi koyu zemin üzerinde açık yazı kullanılması kontrastlığı ortaya çıkarmaktadır. Böylece logonun algılanması, ayırt edilmesi kolaylaşmaktadır (Resim 2).



Resim 2. İçerde Dizi Logosu

2018 yılında yayınlanmaya başlayan “Nefes Nefese” dizisi, Antakya ve Suriye sınırı mevkinde geçen aşkın yanı sıra yasa dışı işleri de konu alan bir dizidir. Bu dizide genellikle yasa dışı işler ve sınır kavramı üzerinde durulmaktadır. Dizi için tasarlanan logotaypta sembol ve yazı birlikte kullanılmıştır. Büyük harflerden oluşan logonun harf biçimi tırnaksız (non



serif) yapıdadır. Logotaypta iki kelimeyi tel örgü imgesiyle ayırarak tasarımcı, kavramsal bir hareket kazandırmıştır. Ayrılan kelimeler, Antakya ve Suriye’yi simgeleyerek iki ayrı bölgeyi ifade etmektedir (Resim 3).



Resim 3. Nefes Nefese Dizi Logosu

2018 yılı içerisinde yayınlanmaya başlayan bir diğer dizi “Ege’nin Hamsisi”dir. Bu dizide Karadenizli ve Ege’li iki restoran sahibi çevresinde gelişen eğlenceli olaylar konu alınmıştır. İki farklı bölge kültürü içerisinde yetişen iki kişinin neşeli, komik çatışmaları anlatılmaktadır. Logotayp için tercih edilen yazı karakteri, dizinin komik ve eğlenceli yapısına uygun niteliktedir. Logotaypta hem Ege hem de Karadeniz kültürü yansıtılmaya çalışılmıştır. Ege kelimesi üzerinde Ege kültürünü anlatmak için zeytin imgesi kesme işareti olarak ve güneş ve yeşilliği simgeleyen renkler tercih edilmiştir. Hamsi kelimesi üzerinde de karadeniz kültürü işlenmiştir. Yazıda mavi renk kullanımıyla ve “A” harfi üzerinde balık kuyruğu sembolü ile karadeniz vurgusu yapılmıştır. Sembol ve yazının birlikte kullanımıyla logonun kavramsal yönü açığa çıkmıştır (Resim 4).



Resim 4. Ege’nin Hamsisi Dizi Logosu

Geçtiğimiz yıl içerisinde yayınlanan dizilerden biri Ateşböceği’dir. 70’li yıllara



damgasını vurmuş Beyaz Kelebekler müzik grubunun efsaneleşmiş müziği Ateşböceği ile yayınlanan yeni dizi bir aşk dizisi olup, bir taksi karşılaşması ile yolları kesişen Aslı ve Barış'ın hikayesini konu almaktadır (Resim 5). Ateşböceği dizisinin logosunda yazı ve imge yer almaktadır. Logotayp, yazıya somut imge ekleme yöntemiyle oluşturulmuştur. Yazı, el yazısı formatında fırça (brush font) ile yazılmış karakterlerin font haline gelmesiyle oluşmuştur. El yazısı fontunun (Script fontlar) kullanımıyla görünümde samimiyete ve sempatik bir havaya ulaşılmıştır. Dizinin enerjik ve romantik yapısı yazı karakteri ile ortaya konulmuştur. İmge ise, dizinin ismini yansıtan ışıltı saçan ateşböceği şeklindedir. Kavramsal tipografi açısından bakıldığında böceğin hareketi yazı ile bütünleşmiş, yazının böcek tarafından yazıldığı algısı verilmiştir.



Resim 5. Ateşböceği Dizi Logosu

Türk televizyon dizi logolarından bir diğeri No 309 isimli diziye aittir. Logo, tipografik olarak tasarlanmıştır. Kırmızı renk ile tasarlanan logo sola yatık olarak kullanılmıştır. “0” rakamında negatif boşluk (negative space) uygulaması yer almaktadır. Ancak bu Karadayı dizi logosundaki gibi ayrıntıda gizli değildir. Yazı karakterinin yapısı ise, tırnaksız, basık ve bold yapıdadır. “0” rakamı ile küçük harf “o” aynı yapıda olması rakam ve harfi birbirinde ayırt etmede güçlük meydana getirir. Sıfır rakamının beyaz boşluğuna anahtar deliği sembolü yerleştirilmiştir. Muhtemel olarak anahtar deliği formunu verebilmek için dairesel bir sıfır rakamı tercih edilmiştir. Anahtar deliği ifadesi ve dizinin isminde geçen kapı numarası ile dizinin ana mekanı olan otel odasını simgelemektedir. Harfler de bu rakama uygun fontlardan seçilmiştir. Logotayp çalışmalarında renk kullanımı, çalışmanın ayırt edici, vurgulayıcı, dikkati artırıcı en önemli unsurdan biridir. Bu logoda kırmızı renk, tek renk olarak tercih edilmiştir. Logonun kırmızı rengi dizideki aşkı temsil ederek dizinin içeriği ile uyumludur. Fakat kullanılan degrade etkisi ile derinlik etkisi verilmeye çalışılsa da bu yaklaşımla tasarım zayıf görünmektedir (Resim 6).



Resim 6. No 309 Dizi Logosu

Türk dizilerinden retro havasıyla 80’li yılları anlatan “Seksenler” isimli dizinin logosu o döneme ait tasarım bilgileriyle oluşturulmuştur. Dizide, 80’li yılların başından günümüze kadar geçen zamanda yaşananlar anlatılmaktadır. Vatkalı bluzlar, kabarık saçlar, misketler, sobada pişen kestaneler, siyah önlükler gibi 80’li yılların daha birçok özellikleri yer almaktadır. Logoda, o yıllarda görülen canlı renklerle, puantiyelerle ve yazı karakteri ile birlikte retro bir görünüm elde edilmiştir. Logoda hem rakamla hem de yazı ile dizinin ismi belirtilmiştir. Logo içerisinde yer alan puantiyeler, rakamlar ve yazılar gibi öğeler yapı olarak yuvarlak hatlara sahiptir. Her öğede aynı dil kullanılmıştır. Fakat yazı ile “seksenler” kelimesinin küçük ebatla kullanımında okunurluk oranı düşüktür. Kelimenin başındaki büyük harf “S”, “80” rakamından uyarlanmış ve kelimenin devamındaki harfler arasında oval ve şişkin yapı ile ve kelime sonundaki küçük “r” harfinin sonlandırmasında puantiye kullanılarak tasarımda bir birliktelik sağlanmıştır. Döneminin özelliklerini yansıtan başarılı bir logo çalışması olmuştur (Resim 7).



Resim 7. Seksenler Dizi Logosu



Geçtiğimiz yıllarda yayınlanan Ankara'nın Dikmen'i adlı dizinin logosu tırnaksız bir yazı karakteri içermektedir. Dizi, Ankara'da Dikmen isimli bir kişinin ve ailesinin yaşamını anlatmaktadır. Komedi tarzında yayınlanan bu diziyi temsil eden logoda Dikmen isimli kişinin karakterini yansıtan saz silüeti kullanılmıştır. Saz silüeti, "d" harfi olarak tasarımda yer almıştır. Betimlenen sazın gövdesi, "Dikmen" sözcüğünün x-yüksekliğiyle eşitlenmiştir. Sazın sap kısmı hizasına da "Ankara'nın" sözcüğü yerleştirilmiştir. Tipografi açısından bakıldığında harf aralarında sıkışıklık göze çarpmaktadır. Dikmen yazısında "d" harfinde yazı ve sembol kullanımıyla kavramsallık eklenerek espirili bir yaklaşım izlenmiştir (Resim 8).



Resim 8. Ankara'nın Dikmen'i Dizi Logosu

Çilek Kokusu isimli dizi 2015 yılında yayınlanmıştır. Dizide iki genç çift ile ilgili aşk hikayesi anlatılmaktadır. Dizinin logosunda aşkı simgeleyen kalp ve dizinin ismi yer almaktadır. Logo, dizinin ismi olarak geçen çilek meyvesinin formuna ve rengine sahiptir. Tasarımda iki farklı yazı karakteri kullanılmıştır. Bir tanesi, tırnaksız geometrik olmayan formda, diğeri ise, el yazısı biçiminde yazılmıştır. Logo içerisinde gerek sembol kullanımında gerekse yazı karakteri seçiminde farklı yapı ve stillerin mevcut olması tasarımda kargaşalığa ve sıradanlığa neden olmuştur. Logotayp üzerinde bulunan her bir karakter farklı mesajlar vereceğinden alıcının düşüncesinde karışıklık yaratabilir (Resim 9).



Resim 9. Çilek Kokusu Dizi Logosu

Yerli dizilerden bir diğer örnek “6 Manti” isimli dizidir. 2012 yılında sit-com ve durum komedisi tarzında TRT 1 ekranlarında yayınlanmaya başlayan yerli bir dizidir. İki farklı kültüründen gelen iki farklı aile arasında gelişen trajikomik olayları anlatmaktadır. Dizi logosu başarılı olarak gösterilebilecek çalışmalardan biridir. Dizinin logosunda “Altı Manti” isminde altı kelimesi rakamla “6” şeklinde yazılmıştır. Logoda hem yazı hem de sembol yer almaktadır. Sembol olarak hamur açma işlevinde kullanılan merdane stilize edilmiştir. “6” rakamının alt kısmı da hamur olarak sembolize edilmiştir. Logoda siyah ve sarı renk kullanılarak kontrast bir etki yaratılmıştır. Logoda formlar, keskin bir ifade olmaksızın yuvarlak hatlı tasarlanmıştır. Seçilen yazı karakteri ve sembol birbiriyle uyumlu olup, aynı formdadır. Kullanılan yazı karakteri “Vega SH Bold” fontuyla örtüşmektedir. Logoda bulunan “manti” sözcüğünün harf araları düzenlenmiş, merdane simgesiyle yazının genişliği eşitlenmiştir. Dizi ismi olarak tasarlanan bu logo, dizi filmde mekan olarak geçen mantı dükkanının logosu olarak da kullanılmaktadır. Dizide logo kurumsal kimliğin bir parçasıdır. Gerek mutfak önlüklerinde gerekse tabelada logo sıkça görünmektedir (Resim 10).



Resim 10. 6 Manti Dizi Logosu

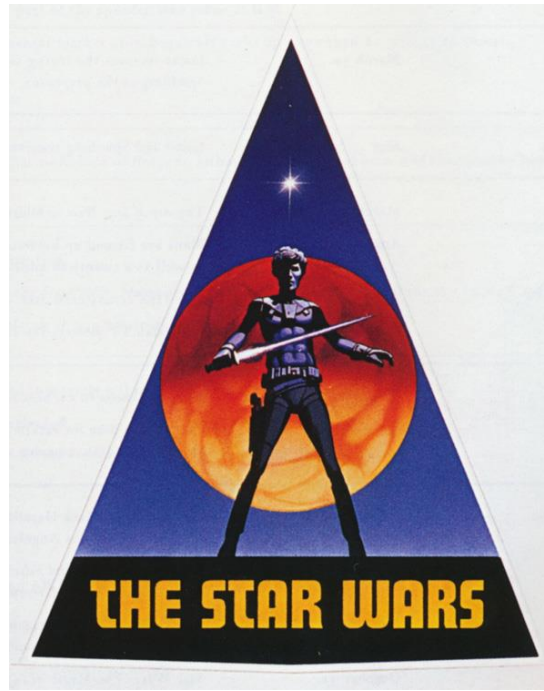
Dizi logolarının kullanımı sadece Türkiye ile sınırlı değildir. Dünyada da birçok ulusların dizilerinde görülmektedir. Uluslararası izlenen dizilerin logo tasarımlarının bazıları semboller ve yazılardan bazıları ise sadece dizi isminin yer aldığı yazılardan oluşmaktadır.

Markalaşmanın ilk örneği olarak film serisi olarak yayınlanan Star Wars örneğini incelemek konu üzerinde neler yapılabileceğine iyi bir örnek olacaktır. İlk serisi 1975 yılında yayınlanan “Star Wars” filmi 2000’li yıllarda fenomen haline gelmiştir. Film zamanla televizyon kanalına, çizgi romana, bilgisayar ve konsol oyunlarına taşınmış ve kurumsallaştırılmıştır. Kurumsallaşmasının en temel ögesi logosudur. Logosunu tişörtlere, afiş tasarımlarına, çizgi romanlara ve promosyon ürünleri üzerinde kullanarak film bir marka haline gelmiştir. Star Wars filminin ilk logosu Ralph McQuarrie tarafından “Futura Display” yazı karakterine benzer bir formda tasarlanmıştır (Resim 11). Logo üzerinde ikinci düzenlemeyi 1976’da Joe Johnston, logoda “The” kelimesini atarak ve Precis font ailesini kullanarak yapmıştır (Resim 12). 1977’de Dan Perri, açılış jenerikleri için logoyu yeniden ele almıştır. Fakat bu tasarlanan logo, reklamlarda ve afişlerde kullanılmıştır. Perri, logoda “S” harfinin uzantısını “T” harfi ile birleştirmiştir (Resim 13). Günümüzde kullanılan Star Wars logosunun şekil aldığı logo ise, sanat yönetmeni olarak çalışan Suzi Rice tarafından tasarlanmıştır. Logo tasarımının direktiflerini George Lucas vermiştir. Tarihi Alman yazı tasarımı ile ilgili okuduğu kitaptan esinlenerek Helvetica Black fontunun değiştirilmiş halinden en faşist bir yazı karakteri oluşturmuştur. Wars kelimesinde geçen “R” ile “S” harfini bağlamıştır. Star kelimesindeki “S” harfinin uzantısını artırmıştır. Lucas’a göre, “star” sözcüğü “tar” olarak okunmaktadır. Ayrıca “W”nun uzantılarının birleşim yerindeki keskinlik onu “M” harfine benzeterek “mars” şeklinde okutmaktadır (Resim 14). Son olarak Joe Johnston, Rice’ın tasarladığı logonun panoramik çekimlerde iyi sonuç vermediği düşüncesiyle



üzerinde çeşitli düzenlemeler yapmıştır. Yazı karakterini genişletmiş ve “w” daki keskin hatları yok etmiştir. Harf aralarındaki boşluklar artırılmış ve okuma kolaylaştırılmıştır (visualnew, 2013) (Resim 15).

Dünya çapında popüler kültür fenomeni olan Star Wars filmi, aynı adla yayınlanmaya başlamış televizyon dizisine de bir başlangıç teşkil etmektedir. Ayrıca bu film, seride yayınlanmış ilk animasyon filmidir. Sinema filmi olan Yıldız Savaşları'ndan uyarlanan dizi, Amerikan animasyon televizyon dizisidir. Dizinin logosu, filmin logosundan uyarlanmıştır. Dizi logosunun rengi kimi zaman mavi, kırmızı, gümüş, altın ve gradient (aşamalı renk geçişi) ile değişim göstermiştir. Logonun ana rengi siyah zemin üzerine sarı renk kullanımından oluşmaktadır (Resim 16).



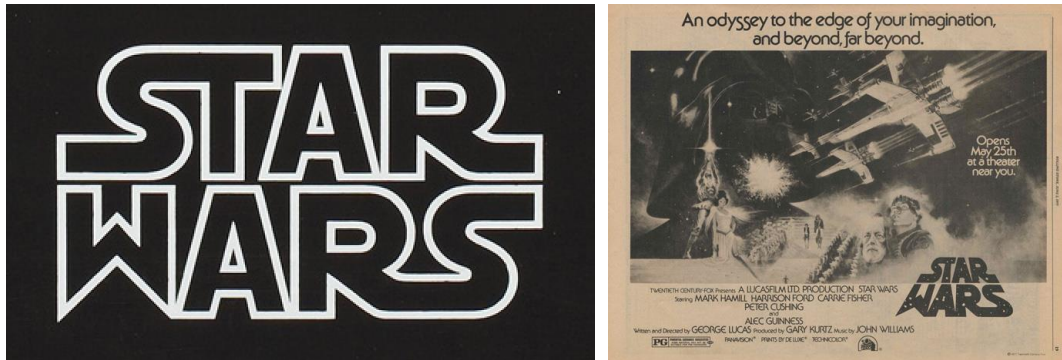
Resim 11. Star Wars Film Logosu- Ralph McQuarrie



Resim 12. Star Wars Film Logosu, Tişört Uygulaması, Antetli Kağıt- Joe Johnston



Resim 13. Star Wars Film Logosu- Dan Perri



Resim 14. Star Wars Film Logosu ve Afişi- Suzi Rice



Resim 15. Star Wars Film Logosu



Resim 16. Star Wars Clone Wars Dizi Logosu



Logosuyla dikkatleri çeken bir diğer yabancı dizi “Breaking Bad”tir. 2008 yılı ile 2013 arasında yayınlanan dizi günümüzde hala popülerliğini koruyarak izlenmektedir. Dizi filmin içeriğinin kimya ve kimyasal elementlerle ilgili olmasından kaynaklı logoda kullanılan element sembollerinin anlamları örtüşmektedir. Dizinin logosunun beğenisinin ardından kişilerin kendi isimlerini bu fontla yazabilmesi için bilgisayar programları oluşturulmuştur. Bu program sayesinde kişi ismini giriyor ve elementlerin sembollerini içeren harfler beliriyor. Bu şekilde ikonik olarak adlandırılan logoya benzer isimler yazılabilmektedir (Resim 17-18). Dizi logosunda dizinin ismi ve kimyada kullanılan semboller yer almaktadır. Logoda beyaz zemin üzerine yeşil renkte yazı kullanılmıştır. İki kelimededen oluşan logonun kelimelerin ilk iki harfi kimya alanında yer alan element sembollerini ifade edici niteliktedir. Bu iki harf, gradient (aşamalı renk geçişi) uygulanmış yeşil renkli kare bir zemin üzerine beyaz renkli harf ve rakamlar şeklinde tasarlanmıştır. “Breaking Bad” kelimesinin “Br” ve “Ba” harfleri için Helvetica Bold ya da Arial gibi tırnaksız (non serif) bir font kullanılmıştır. Breaking Bad’in “eaking” ve “d” gibi geri kalan harfleri Cooper Medium fontuna benzer bir fonttur (Resim 19).



Resim 17. Breaking Bad Logo Programı
(sbll.org)



Resim 18. Breaking Bad Logo Programı
(amc.com)



Resim 19. Breaking Bad Dizi Logosu



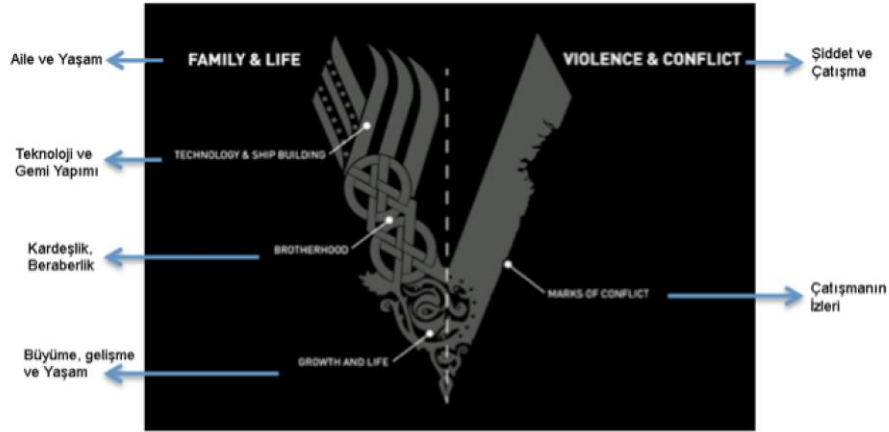
Kanada ve İrlanda'nın ortak yapımı olan Vikingler, tarihsel drama türünde bir televizyon dizisidir. Dizide 8. yüzyıl İskandinavıya'nda geçen dizi, basit bir çiftçiye cesur bir savaşçıya dönüşen Ragnar Lothbrok ve ailesinin öyküsü anlatılıyor. Vikinglerin yaşam öyküleri ve efsaneleri de bu dizide işlenmiştir. "Vikings" dizisinin logosunda, dizinin ismi ve "V" şeklinde sembolü yer almaktadır (Resim 20). Sembol olarak gösterilen "V" nin sol tarafı bize Vikinglerin daha az bilinen yönü olan aile ve yaşam hakkında bilgi vermektedir. Viking gemilerini simgeleyen üç çizgi hem yazı karakterinin üzerinde (Resim 21) hem de sembolün sol üst kısmında bulunmaktadır. Özellikle gemi yapımı uzmanlığında teknolojik açıdan ne kadar gelişmiş olduklarını göstermektedir. Orta kısımda sanatsal kabile amblemlerini anımsatan kardeşlik ve ayrılmaz güçlü bağları simgeleyen grafiksel öge resmedilmiştir. Alt bölümde üreme, büyüme ve çoğalmayı gösteren simgeler kullanılmıştır. Sağ üst bölümde ise, şiddet, çatışma ve anlaşmazlıklar anlatılmak istenmiştir (undersconsideration, 2016) (Resim 22). Vikingler dizi logotayı, dizinin içeriğini yansıtan çeşitli düşünceleri yansıtan işaretler kullanarak tipografik tasarıma kavramsal bir boyut katmıştır.



Resim 20. Vikings Dizi Logosu



Resim 21. Vikings Dizi Logosu Yazı Karakteri



Resim 22. Vikings Dizi Logosunun Taşıdığı Anlamlar

Fenomen dizilerden olan “Orphan Black” dizisinin logosu da dikkat çekici niteliktedir. Kanada yapımı bir bilim kurgu dizisi olan Orphan Black, klon olarak ortaya çıkan kişilerle ilgilidir. Logonun siyah zemin üzerine beyaz yazı kullanımı ya da beyaz zemin üzerine siyah yazı kullanımı vardır. Dizi logosunda kullanılan font geometrik bir font olan “Futura Light” fontuna benzerdir. Yazı karakterinin harf araları düzenlidir. Büyük harf kullanımı ve harf aralarının genişliği harflerin bireysel okunmasına olanak vermiştir. “Orphan” kelimesinde bulunan “H” harfinin orta çizgisi yerine DNA modeli simgesi yerleştirilerek kavramsal tipografi bağlamında bir tasarım oluşturulmuştur. Bu simgeyle dizinin içeriğine gönderme yapılmıştır (Resim 23).



Resim 23. Orphan Black Dizi Logosu

Sonuç olarak, yerli ve yabancı dizi film logolarından birkaçı örnek olarak gösterilmiş ve incelenmiştir. Logolarda yer alan yazı karakterleri ve kullanılan semboller hakkında bilgi verilmiştir. Başarılı ve başarısız sonuçlar doğuran tasarımların özellikleri belirtilmiştir.



3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Dizi sektöründe her geçen gün yenilenen dinamik ve değişken koşullar çeşitli yenilikler getirerek rekabeti artırmaktadır. Rekabet ortamı dizi filmlerin kadrosu ve içeriği ne kadar iyi olursa olsun tanıtım ihtiyacını doğurur. Dizileri, güçlü bir marka yaratmaya, nitelikli bir görsel imaj oluşturmaya yönelmektedir. Dizilerin tanıtımları afişler, billboardlar ve tv reklamları gibi çeşitli kitle iletişim araçlarında yapılmaktadır. Tanıtımlarda başrol oyuncular ve dizi ismi yer almaktadır.

Önceleri herhangi bir fontla yazılan dizi isimleri, son yıllarda görsel bir dil anlayışında var olmaya başlamıştır. Dizi sektörü, grafik tasarım alanından beslenerek isimlerini logoya dönüştürmüşlerdir. İncelenen yerli ve yabancı dizi logosu örneklerinde hem nitelikli hem de sorunlu olarak gösterilebilecek çalışmalar vardır.

Kullanılan logoların işlevi, tasarım ilkeleri doğrultusunda dizilerin içeriği hakkında dolaylı olarak bilgi iletmektir. Araştırmada yer alan örnek logolarda yazı haricinde farklı görsel anlatım biçimleri de kullanılmıştır. Yazının yanı sıra kullanılan sembollerle içerik, özgün bir şekilde yansıtılmaya çalışılmıştır. Tipografide kavramsal bir yaklaşım kullanılmış, yazının formuna hükmederek ve sembolle harmanlayarak, istenen mesajın etkisi biraz daha artırılmıştır. Böylece, görsel kelime oyunları ile logoya canlılık ve merak uyandırıcı bir etki kazandırılmıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde “Karadayı”, “İçerde”, “Breaking Bad”, “Orphan Black”, “Ege’nin Hamsisi”, “Nefes Nefese” ve “6 Manti” gibi dizilerin logoları dizinin özelliğini yansıtan nitelikli çalışmalardır. Ayrıca “Karadayı” dizi logosu, “Star Wars” gibi diziyle bütünleşmiştir. Logo dikkat çekici ve içeriği yansıtıcı yapısıyla kolay hatırlanabilir hale gelmiştir. Bu dizilerin logoları, içeriği özünde barındıran ve izleyicisine hissettiren bir çalışmalardır. Basit, anlaşılır yapıya sahip olmaları onları akılda kalıcı ve diziyi anımsatıcı yapmaktadır. Sembolün ifadeyi güçlendiren yapısı “6 Manti” logo çalışmasında görülmektedir. Sembol kullanımı logoda bir karmaşaya yol açmamakta, aksine içeriğe ve anlama vurgu yapmaktadır. Sebebi, sembolün ve yazısının sadece, anlaşılır bir dilde kullanılmasıdır.

Tasarım bilgisinden uzak, gelişigüzel seçilmiş semboller ya da yazı karakterleri, yer aldıkları logoları sıradanlaştırmakta ve diğer dizi logolarıyla birbirlerinden ayırt edici bir unsur yaratmamaktadır. Kimi tasarımlarda da farklılık oluşturmak için karmaşa meydana gelmektedir. Örneğin, “Çilek Kokusu” adlı dizinin logosunda birden fazla yazı karakteri çeşitliliği tasarımda karışıklık yaratmaktadır. Yazı karakterleri arasında herhangi bir denge



ve/veya tutarlılık söz konusu değildir. Bu tarz logoların görsel tasarım sorunları yaşadıkları açıkça ortadadır. Dizilerin logosu her ne kadar özgün olsa da ya da içeriğe uygun tasarlanmaya çalışılsa da tasarım ilkeleri ve tipografi bilgisi olmayan veya gözardı eden bireyler tarafından tasarlanmışsa o tasarım amacına ulaşmayan ve başarısız bir çalışma olmaktadır. Bu sorunların yaşanmaması amacıyla alanında eğitim almış uzmanlarla çalışılması önerilmektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, dizi logoları oluşturulurken özgün, tipografik olarak okunur ve tek yazı ailesi kullanılmasına, gereğinden fazla illüstratif unsurlar içermemesine, içeriğinin yansıtılmasına, anlaşılır, ayırt edici ve akılda kalıcı olmasına önem vererek diziyi temsil edecek tasarımlar ortaya çıkarılmalıdır.



KAYNAKÇA

- Akın, Z. E. (2006). **Görsel İletişimde Mağaradan Markaya**, İstanbul: Alternatif Yayıncılık.
- Aldemir, M. E. (2011). **İmaj Yönetimi ve Kurtlar Vadisi Örneği**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kırıkkale.
- Bal, H. (2016). **İletişim Sosyolojisi**, Bursa: Sentez Yayınları.
- Erdoğan, İ., Korkmaz, A. (1990). **İletişim ve Toplum**, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Henderson, P., Joseph A. (1988). **Guidelines For Selecting or Modifying Logos**. Journal of Marketin, April, 62(2), 14-31.
- Keş, Y., Sedat, K. (2015). **Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarım**, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Kitle iletişimi. (2006). 2 Mayıs 2018 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b8a51a5304211.63973952 adresinden ulaşıldı.
- Parkan M. (1989). **Dizi Film ve Etkileri**. Dokuz Eylül Üniversitesi GSF Dergisi, (7), 80.
- Pektaş, H. (2010). 12 Aralık 2017 tarihinde <http://www.hasippektas.com/marka.html> adresinden ulaşıldı.
- Rengin Küçükerdoğan ve diğerleri. (2002). **Etkili İletişim Terimleri**, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Sarıkavak, N. K. (2009). **Çağdaş Tipografinin Temelleri**, İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Sarıkavak, N. K. (2017). **Marka ve Tipografi. III. Ankara Marka Festivali (213-14-15 Aralık 2017)**, Ankara Ticaret Odası/Congressium, Ankara.
- Star Wars. 12 Kasım 2017 tarihinde https://tr.wikipedia.org/wiki/Yıldız_Savaşları adresinden ulaşıldı.
- Star Wars logo. 12 Kasım 2017 <https://www.visualnews.com/2013/08/16/the-storied-evolution-of-the-star-wars-logo/> adresinden ulaşıldı.
- Şenyurt, C. (2008). **Türk Televizyon Dizilerinde Kadın İmajı**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.



- Tanrıvermiş, Ş. (2007). **Televizyon Dizilerinde Erkek İmgesi**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taraç, R. (1991). **Televizyon Dizi Filmlerinde Estetik Sorunları**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tomak, A. (2011). **Kurum Kimliği Kapsamında Türkiye’deki Bazı Süpermarket Logolarının Analizi**. Hacettepe Üniversitesi Sanat Yazıları, (19), 15-35.
- Tuik, (2015). 2014-2015 Zaman Kullanım Araştırması. Sayı: 18627, Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni (04 Aralık 2015). 02.03.2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18627> adresinden ulaşıldı.
- Vikings, 04 Nisan 2018 tarihinde http://www.uniderconsideration.com/brandnew/archives/vikings_tv_series.php#.WGqc-TLBKgQ adresinden ulaşıldı.
- Wright, C. R. (1959). **Mass Communication: A Social Perspective**, NY: Random House.
- Yücel, G. (1999). **Türk Sineması, Görüntü ve İdeoloji**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.