



**DİJİTAL PLATFORMLAR SONRASI
DİZİ İZLEME ALIŞKANLIĞININ
DEĞİŞİMİ: NETFLİX ÖRNEĞİ**

Mehmet DAĞ

**Yüksek Lisans Tezi
Radyo, TV ve Sinema Ana Bilim Dalı
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK
Her Hakkı Saklıdır
2022**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANA BİLİM DALI

Mehmet DAĞ

DİJİTAL PLATFORMLAR SONRASI
DİZİ İZLEME ALIŞKANLIĞININ DEĞİŞİMİ: NETFLİX ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK

ERZURUM – 2022



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum "Dijital Platformlar Sonrası Dizi İzleme Alışkanlığının Değişimi: Netflix Örneği" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

09.08.2022

Mehmet DAĞ
Aslı Islak İmzalıdır.

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internette paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Dr.Öğr.Üyesi Zeynep BİRİCİK danışmanlığında, Mehmet DAĞ tarafından hazırlanan bu çalışma 10/08/2022 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından. Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof.Dr. Adem YILMAZ

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Dr.Öğr.Üyesi Zeynep BİRİCİK

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Dr.Öğr.Üyesi Gökhan DEMİREL

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

Aslı Islak İmzalıdır.

OF27b_V4_03.11.2019

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
TABLolar DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA VE DEĞİŞEN İZLEME KÜLTÜRÜ

1.1. DİJİTAL KÜTÜR.....	6
1.2. YENİ MEDYA.....	8
1.2.1. Web Teknolojileri	12
1.2.2. Web 1.0 Teknolojisi	13
1.2.3. Web 2.0 Teknolojisi	13
1.2.4. Web 3.0 Teknolojisi	17
1.2.5. Web 4.0 Teknolojisi	19
1.3. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ ve GELİŞEN TELEVİZYON	
YAYINCILIĞI	20
1.4. DİJİTAL YAYINCILIK SİSTEMLERİ.....	22
1.4.1. Kablolu Televizyon Yayıncılığı	23
1.4.2. Uydu Yayıncılığı	24
1.4.3. IPTV	25
1.4.4. Web TV	27
1.4.5. OTT TV	28
1.5. İNTERNET DİZİLERİ	29
1.5.1. Televizyon ve İnternet Dizileri Karşılaştırması	30
1.5.1.1. İçerik ve Hedef Kitleleri Farkları	31
1.5.1.2. Maliyet Farkları	32
1.5.1.3. Yapım ve Süre Farkları	33
1.5.1.4. Oyunculuk Farkları.....	33

1.6. TELEVİZYON DİZİLERİ ve İZLEYİCİ TUTUMLARI	34
1.7. GELENEKSEL İZLEYİCİNİN YENİ İZLEYİCİYE DÖNÜŞÜMÜ	35
1.8. GELENEKSEL TELEVİZYONDAN DİJİTALE DEĞİŞEN DİZİ İZLEME PRATİKLERİ	37
1.8.1. Dizi Gösterim ve İzleme Pratiklerindeki Değişimler	38
1.8.2. Aşırı İzleme	39

İKİNCİ BÖLÜM

YENİ İLETİŞİM PLATFORMU NETFLİX

2.1. GEÇİŞTEN GÜNÜMÜZE NETFLİX	41
2.2. NETFLİX'İN KURUMSAL BİÇİMİ.....	44
2.3. NETFLİX'İN KULLANCILARA SUNDUĞU OLANAKLAR	44
2.4. NETFLİX İÇERİKLERİ	46
2.5. DİĞER ONLINE PLATFORMLAR	53
2.5.1. Puhu TV	53
2.5.2. Blue TV	53
2.5.3. Amazon Prime Video	54
2.5.4. Hulu TV	54

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTAL PLATFORMLAR SONRASI DİZİ İZLEME ALIŞKANLIĞININ DEĞİŞİMİ: NETFLİX ÖRNEĞİ

3.1. ARAŞTIRMANIN SORUNSALI	56
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	57
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	57
3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	58
3.5. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ.....	59
3.6. ÇALIŞMANIN HİPOTEZLERİ	59
3.7. MÜLAKAT SORULARININ BELİRLENMESİ VE ÖLÇEK OLUŞTURMA.....	60
3.8. EVREN VE ÖRNEKLEM	61
3.9. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR.....	62

3.10. VERİLERİN ANALİZİ	62
3.11. BULGULAR	63
3.11.1. Dizi İzlerken En Çok Tercih Edilen Cihazlar	65
3.11.2. Netflix Kullanımına Yönelik Bulgular	66
3.11.3. Netflix'in Tercih Edilme Nedenleri	67
3.11.4. Netflix'in Diğer Online Platformlardan Farkı	68
3.11.5. Netflix'in Dizi İzleme Sıklığına Etkisi	70
3.11.6. Netflix'te En Çok Tercih Edilen Dizi Türleri	73
3.11.7. Netflix İzlerken Yapılan Aktiviteler	73
3.11.8. Netflix'in Zaman ve Mekan Sınırının Olmaması	74
3.11.9. Netflix'in Reklamsız ve Taahhütsüz Olmasının Tercih Nedenlerine Etkisi ...	75
3.11.10. Netflix'in Sansürsüz Olmasının Tercih Nedenlerine Etkisi	76
3.11.11. Seri İzleme Unsurunun Netflix'i Tercih Nedenlerine Etkisi	76
3.12. BULGULARIN ANALİZİ	77
 SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	 81
KAYNAKÇA	87
ÖZGEÇMİŞ	96

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ
DİJİTAL PLATFORMLAR SONRASI DEĞİŞEN DİZİ İZLEME
ALİŞKANLIĞININ DEĞİŞİMİ: NETFLIX ÖRNEĞİ

Mehmet DAĞ

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK

2022, 96 Sayfa

Jüri: Prof. Dr. Adem YILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan DEMİREL

İnternet ve telekomünikasyon alanında yaşanan ilerlemeler özellikle 21. yüzyılda teknolojik gelişmelerin artması ile birlikte dizi sektöründe de etkili olmuştur. Dijitalleşmenin getirdiği yenilikler dizilerin online ortamda gösterimini sağlamış, yapım ve dağıtım alanında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu anlamda izleyiciye farklı bir olanak sunan dizi ve film izleme platformları (Netflix) dizi izleme alışkanlığını etkilemiş ve değiştirmiştir. Televizyonda yayınlanan dizilerin sürelerinin uzun olması, reklam aralıklarının fazla olması, sansür uygulamalarının olması, her bir yeni bölüm için bekleme süresinin olması yani peş peşe izleme olanağının olmaması izleyiciyi bu platformlara yöneltmiştir. Online dizi izleme platformlarının izleyiciye sunduğu olanaklar platformun çekici hale gelmesini sağlayarak popülerliğinin artmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler sonucu online platformların üye sayısı artmıştır. Bireyin ilgi alanına göre kişiselleştirilmiş ara yüzleri ile izleyiciye pek çok seçenek sunan Netflix izleyicinin dizi izleme alışkanlığını etkileyerek değiştirmiştir. Çalışmada izleyicilerin dijital platformların ortaya çıkışı ile birlikte dizi izleme alışkanlığında değişiklik ortaya koyup koymadığı, izleyicinin dijital platformları tercih etmesinin dizi sektörüne olan etkilerinin belirlenmesi ve Netflix'e bakış açısı tespit edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Netflix, Dijital Platformlar, Televizyon dizileri, Online Dizi, Değişen İzleyici.

ABSTRACT**MASTER'S THESIS****CHANGING THE HABIT OF WATCHING TV SERIES AFTER DIGITAL
PLATFORMS: THE EXAMPLE OF NETFLIX****Mehmet DAĞ****Advisor: Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK****2022, Page: 96****Jury: Prof. Dr. Adem YILMAZ
Assist Prof. Dr. Zeynep BİRİCİK
Assist Prof. Dr. Gökhan DEMİREL**

Advances in the field of internet and telecommunication, especially in the 21st century, have been effective in the TV series sector with the increase in technological developments. The innovations brought by digitalization have enabled the TV series to be shown online and caused changes in the field of production and distribution. In this sense, TV series and movie watching platforms (Netflix), which offer a different opportunity to the audience, have influenced and changed the habit of watching TV series. The long duration of the TV series, the high commercial intervals, the censorship practices, the waiting period for each new episode, that is, the absence of the opportunity to watch consecutively, have directed the audience to these platforms. The opportunities offered by online TV series viewing platforms to the audience have made the platform attractive, leading to an increase in its popularity. As a result of these developments, the number of members of online platforms has increased. Netflix, which offers many options to the audience with its personalized interfaces according to the individual's interests, has changed the audience's habit of watching TV series. In the study, it will be determined whether the audience has changed the habit of watching TV series with the emergence of digital platforms, the effects of the audience's preference for digital platforms on the TV series industry and their perspective on Netflix.

Keywords: Netflix, Digital Platforms, Television series, Online Series, Changing Audience.

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırması.....	15
Tablo 2. IPTV ve Web TV Arasındaki Farklar	28
Tablo 3. Örneklem Grubunun Cinsiyete Göre Dağılımı	63
Tablo 4. Örneklem Grubunun Yaş Aralığına Göre Dağılımı	64
Tablo 5. Örneklem Grubunun Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı	64
Tablo 6. Dizi İzlerken En Çok Tercih Edilen Cihazlar	65
Tablo 7. Aynı Hesaptan Giriş Yapan Kullanıcı Sayısı.....	66
Tablo 8. Netflix Üyelik Süreleri.....	66
Tablo 9. Netflix'in Tercih Edilme Nedenleri	67
Tablo 10. Netflix'in İzleme Sıklığına Etkisi	70
Tablo 11. Netflix'te Bir Gün İçerisinde İzlenen Dizi Saati.....	70
Tablo 12. Netflix'te En Çok Tercih Edilen Dizi Türleri	73

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Web 2.0 Platformları	15
Şekil 2. Web 2.0 Çerçevesi	16
Şekil 3. Web' in Gelişimi	18
Şekil 4. Web 4.0 ile Makineler Tarafından Öğrenilen Veriler	20
Şekil 5. Hakan Muhafız Dizi Afişi	47
Şekil 6. Atiye Dizi Afişi	48
Şekil 7. Aşk 101 Dizi Afişi	49
Şekil 8. La Casa De Papel Dizi Afişi	50
Şekil 9. Black Mirror Dizi Afişi	51
Şekil 10. Breaking Bad Dizi Afişi	52

ÖNSÖZ

Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler özellikle dijitalleşme sonrası dizi izleme araçlarının da değişmesine neden olmuştur. Online dizi ve film izleme platformlarının ortaya çıkması ile birlikte dizi izleme alışkanlıklarında değişimler yaşanmıştır. Dizi ve film gösterim alanına bir alternatif olarak kurulan Netflix izleyicinin dizi izleme alışkanlığına ve sıklığına etki etmiştir. Bu doğrultuda çalışmada Netflix'in dizi izleme alışkanlıklarına yaptığı etkiler tespit edilmeye çalışılacaktır.

Tezin planlama ve yazım aşamalarında bilgileriyle bana yol gösteren ve tüm süreç boyunca desteğini ve katkısını esirgemeyen sevgili danışman hocam Dr.Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK'e teşekkür ederim.

Sıkıntılı geçen tez yazım sürecinde ve daima desteğini esirgemeyen biricik eşime, zorlandığım zamanlarda bana umut olan canım oğluma teşekkür ederim. Son olarak desteklerini hayatım boyunca hissettiğim her zaman yanımda olan canım aileme teşekkür ederim.

Erzurum-2022

Mehmet DAĞ

GİRİŞ

Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler gündelik yaşam içerisinde her alanda değişimler oluşmasına neden olmuştur. Dijital kültürün getirdiği yenilikler ile birlikte telekomünikasyon alanında yaşanan gelişmeler dizi sektöründe de etkili olmuştur. Dizi gösterim, dağıtım ve sunum aşamalarında en önemlisi dizi izleme alışkanlıklarında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Dijital platformların oluşumu dizi sektörüne farklı bir alternatif sunmuştur. Dijital dizi izleme platformları içerisinde önemli bir yere sahip olan ve önemli etkileri olan Netflix'in popülerleşmesi dizi izleme pratiklerinin değişimini artırmıştır. Bu noktada Netflix'in en çok aboneye sahip olması ve içerik çeşitliliğinin fazla olması bakımından önemlidir. Bu bağlamda çalışmada Netflix'in içerik ve kurumsal biçimi incelenerek izleyici üzerinde oluşturduğu izleme alışkanlıkları tespit edilmeye çalışılacaktır.

İnternetin gelişimi beraberinde birçok yeniliği de getirmiştir. Web 1.0 ile kullanıcılar sadece internet sitelerine girerek bilgi alabiliyorlardır. Bu alanda gelişimin devam etmesi web 2.0, web 3.0 ve web 4.0 ile internet alt yapıları gelişmiş kullanıcıların kullanım alanları ve amaçları da gelişim göstermiştir. Gelişen bu yeni teknoloji yeni medya alanlarının oluşmasına neden olmuştur. Oluşan yeni alanlarla birlikte bireyler interneti zaman, mekan sınırı olmadan kullanma olanağı yakalamış ve pasif olan konumu değişmiştir. Dijital teknolojinin gelişmesi internetin erişimini de kolaylaştırmıştır. Zamanla internet kullanımı artmıştır. İnternet kullanımının giderek artması yeni içerik üreten ve farklı birçok içeriği de içerisinde barındıran dijital platformların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dijital Platformlar izleyicinin istek ve beklentilerine cevap vererek birey odaklı bir politika izlemeyi hedeflemişlerdir. İzleyiciye istediği zaman ve yerde istediği kadar içerik izleme olanağı sunan dijital platformlar farklı izleme alışkanlıklarının ortaya çıkmasına neden olmuşlardır.

Yeni medya özelliklerine uyum sağlayarak bir değişim geçiren televizyonun internet ile bütünleşmesi sonucu önemini korumuş ve medya araçları içerisinde aktifliğini sürdürmüştür. İnternet ile birleşen televizyon dinamik yapısını değiştirerek farklı uygulamaları içerisinde barındırmıştır. Böylelikle izleyicinin televizyon izleme edinimini sürdürmesini sağlamıştır. Yeni medya ortamı dijital teknolojilerin bir araya gelmesi ile farklı bir boyut kazanmıştır. İnternet ile birlikte geleneksel televizyon yayıncılığı da

değişerek sayısal tabanlı yayıncılığa geçilmiştir. Bu değişim sonrası Web TV, OTT (Over The Top), Smart TV (akıllı televizyon) gibi yeni yayın ortamları ortaya çıkmıştır. Sayısal yayıncılığa geçilmesi ile birlikte internet üzerinden televizyon yayınları yapılmaya başlamıştır. Yeni oluşan sistem ile izleyicilere internete bağlanma, uygulamayı indirip kullanabilme, izlenilen içeriği durdurma, geri alma, tekrar oynatma, kayıt etmez özellikleri sunulmuştur. Abonelik üzerinden hizmet sağlayan dijital platformlar aylık ödedikleri belirli bir ücret karşılığında hizmet verirler. Dijital platformlarında yer alan çoklu ekran özellikleri sayesinde izleyiciler izlemek istedikleri içerikleri telefon, tablet, bilgisayar gibi farklı medya araçlarından da takip edebilmektedirler. Dolayısıyla izleyiciler geleneksel televizyonda oluşan sınırlı mekan ve zaman kısıtlamasını yaşamamaktadırlar. İstedikleri yerde ve zamanda, istedikleri süre boyunca izleyebilmektedirler. Bu durum karşısında da izleyicilerin geleneksel izleme alışkanlıkları değişmektedir.

Telekomünikasyon alanında yaşanan gelişmeler, internet ve iletişim alanlarında yaşanan gelişmeler geleneksel medya araçlarının dönüşümüne neden olmuştur. Geleneksel medya araçlarına göre çok daha kapsamlı ve donanımlı olan yeni medya teknolojileri dizi sektörünü de etkileyerek dijitalleşmesine neden olmuştur. Böylelikle dizi yapım ve gösterim süreçleri etkilenecek bu değişimlerden payını almıştır.

Geleneksel medya da pasif konumda olan izleyici yeni medya ile birlikte aktif konumda olmuştur. Geleneksel medya araçlarında izleyici kendisine sunulanı izleme durumunda kalırken yeni medyada kendi seçimlerine göre tercih yapabilmektedir. Ayrıca geleneksel medya araçlarında müdahalede bulunamazken, yeni medyada interaktif bir etkileşim söz konusudur. İzleyici neyi, ne şekilde nasıl izleyeceğine karar verebilmektedir. Kısaca izleyici artık sadece izleme yapmayıp içeriğe müdahalede bulunarak katkı sağlayabilmektedir.

Dijital yayıncılık alanında yaşanan gelişmeler izleyicinin televizyon izleme alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur. Dijitale yönelik olan yapılan dizilerin artması, çeşitlilik göstermesi izleyicinin de bu mecraaya kaymasını sağlamıştır. Geleneksel televizyon dizilerinden farklı olarak dizi sürelerinin çok daha kısa olması ve istenilen yerde ve zamanda izleme olanağının olması izleyicinin dijitale yönelmesindeki temel nedenlerdendir. Dizilerin izlenme araçlarına alternatif olarak ortaya çıkan dijital

platformların popülerleşmesinde internetin etkisi önemlidir. Haberleşme alanında yaşanan gelişmeler sonrası ortaya çıkan internet beraberinde yeni hizmetlerde getirmiştir. Sınırsız izleme olanağı da bu hizmetlerden biridir. Bu özellikle birlikte izleyici seçme ve karar verme yetkisini de kendi bireysel seçimine bırakmıştır. Böylelikle günün belirli saatlerinde ve kısıtlı sayıda olan içerikleri izleme durumundan çıkmıştır. Artık kendi tercihleri doğrultusunda içerik belirleyen izleyici bu seçimlerini de yine kendi istediği yer ve zamanda izleme özgürlüğünü yakalamıştır. Yeni medya teknolojilerinin gelişmesiyle beraber ortaya çıkan özellikle Netflix, Amazon ve Hulu gibi dijital platformlar milyonlarca kullanıcıya ulaşmayı başararak, dizi sektörünü önemli bir biçimde etkilemiştir. Dünyada giderek popülerlik kazanan ve yaygınlaşan bu dijital platformlar arasında Netflix platformu, dizi sektörünü etkileyerek öne çıkmıştır.

İzleyiciye yeni bir alternatif seçeneği sunan Netflix Platformu dizi izleme alışkanlıklarının değişmesi noktasında önemlidir. 2000'li yıllarda popülerleşmeye başlayan Netflix izleyiciye geniş bir içerik alanı sunmaktadır. Netflix'in geleneksel televizyona oranla izleyiciye fazla avantaj sunması izleyicileri televizyondan uzaklaşmalarına neden olmaktadır. Netflix'te geleneksel televizyondan farklı olarak dizi sürelerinin kısa olması, içerik çeşitliliğinin fazla olması, reklam olmaması, istenilen yer ve zamanda izlenebilme olanağının bulunması, sansür unsurunun olmaması, alt yazı ve dublaj seçeneklerinin olması gibi etkenlerde izleyiciyi Netflix'e yönelten diğer nedenlerdendir.

Dizi izlemeye farklı bir alternatif sunan Netflix izleticinin dizi izleme sıklığına da etki etmiştir. Platformda yayınlanan dizilerin bir sezon veya yarım sezonunun tamamının birden yüklenmesi izleyici üzerinde aşırı izleme davranışının gelişmesine neden olmuştur. Bütün bölümlerin aynı anda yayınlanması izleyicide merak uyandırarak tün sezonu bir an önce bitirme eğilimine girmesine neden olmaktadır.

Çalışma 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümünde kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Dijital kültür sonrası değişen geleneksel televizyon yayıncılığı ve sonrasında oluşan dijital yayıncılık sistemleri üzerinde durulmuştur. İnternetin gelişimi, web teknolojileri ve sayısal yayıncılık türleri aktararak internet üzerinden yayın yapan sistemlere değinilerek bu sistemlerin gelişim süreçleri ve etkileşimleri ele alınmıştır. Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler televizyon ve internet teknolojilerinin

birleşmesine neden olmuştur. Bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler geleneksel kitle iletişim araçlarının da değişmesini sağlamıştır. Yeni medya teknolojilerinin gelişiminden etkilenen sektörlerden biride dizi sektörü olmuştur.

İkinci bölümde, Netflix'in kurumsal çerçevesi incelenerek geçmişten bugüne geçirmiş olduğu dönüşüm aktarılmıştır. Bu doğrultuda Netflix platformunun izleyiciye sunduğu avantajları, üyeliği, kullanım şekli, içerikleri, izleme alışkanlıklarının değişmesine etki eden özellikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, veri toplama tekniği, evren ve örnekleme, araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları ve araştırmaya dair bulgular verilmiştir. Çalışma Netflix'in geleneksel dizilerin gösterim ve yapım aşamalarına etki ederek izleyicinin dizi izleme pratiklerini değiştirdiği varsayımına dayanmaktadır. Bu noktada izleyiciyi dijital platformlara hangi noktaların çektiği Netflix'i diğer platformlardan ayıran özelliklerin neler olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın amacı, dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan online platformların dizi izleme alışkanlığına olan etkilerini ortaya koyarak dizi sektöründe yaşattığı değişimleri tespit etmek ve izleyicinin Netflix'e karşı bakış açısını belirlemektir. Bu doğrultuda çalışma ile ilgili oluşturulan hipotezler şunlardır;

- Dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan online platformların (Netflix) dizi izleme alışkanlığına etki etmiş ve değişmesine sebep olmuştur.
- Netflix'in izleyiciye sunduğu zaman ve mekân bağımsızlığı, istenilen araç (telefon, tablet, bilgisayar, televizyon) ile izleme olanağının olması gibi özellikleri nedeniyle izleyicilerin dizi izleme sayıları artmaktadır.
- Netflix, sistem üzerinde izleyici davranışlarını değerlendirerek dizi üretim, gösterim süreçlerinde bu verileri kullanmaktadır.
- Dizi sektöründe Netflix ile birlikte gösterim, üretim ve dağıtım süreçlerinde değişimler yaşanmıştır.
- Netflix içeriklerinde sansürün olmaması tercih nedenlerinden birini oluşturmaktadır.
- Netflix içeriklerinde reklam olmaması tercih edilme nedenlerinden birini oluşturmaktadır.
- Netflix'te dizi izleme sürelerinin kısa olması tercih edilme nedenlerindendir.

- Netflix'te seri izleme özeliğinin olması tüm sezonun tek seferde izlenebilmesi tercih edilme nedenlerindendir.

Çalışma içerisinde nitel bir araştırma yöntemi olan alan araştırma yöntemi ile İzleyicinin Netflix ile etkileşimi araştırılarak değişen dizi izleme alışkanlıkları ve bunların nedenleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda çalışma içerisinde veri toplama tekniği olarak görüşme/ mülakat tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini dijital platformlar oluşturmuştur. Örneklemini ise Netflix izleyicileri oluşturmuştur. 2022 yılı itibari ile Türkiye'de Netflix üye sayısının 3.5milyonu aştığı ve bu sayının tamamına ulaşılmasının zorluğu nedeniyle bir örneklem seçilmiştir. İstanbul'da yaşayan 18-44 yaş aralığındaki Netflix izleyicileri olarak belirlenmiştir. Çalışma içerisinde örnekleme yöntemi türü maksimum çeşitlilik türüdür.

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA VE DEĞİŞEN İZLEME KÜLTÜRÜ

1.1. DİJİTAL KÜTÜR

Dijital kültür, günümüzde oluşan yenilik ve değişimlerle teknolojinin yaşantımızda daha fazla yer alması ve alışkanlıkları değiştirmesi sonucu ortaya çıkan kültürel yapıdır (Atalay, 2019: 85). Gere, dijital kültürü, 20. yüzyılda modern kapitalist yaşamın yarattığı ihtiyaçlara karşılık bir cevap olarak farklı alanlarda kendini gösteren ve yenileyen bir olgu olarak tanımlar (2018, 17-18). İçerisinde yaşadığımız yüzyıl; Bilgi Toplumu, Enformasyon Toplumu, İnternet Toplumu, Bilişim Çağı, Elektronik Çağ, Dijital Çağ, Postmodern Çağ gibi çeşitli isimlerle anılmaktadır. Dijital kültür, içerisinde bulunduğumuz çağın getirdiği değişimlerle, teknolojinin gündelik yaşantıda daha çok yer alarak alışkanlıkları değiştirmesi durumunu belirtmek için kullanılan kavramlardan biridir (Birgül, 2021: 75).

Gündelik yaşantımızın her alanında etkili olan "dijital kültür" şehir, kent, kültür, din, dil, ırk kavramlarının ortadan kalkmasına neden olmuştur. Dünyanın neredeyse tamamı, etkili olan dijital teknoloji ile birlikte değişime uğrayarak bir dönüşüm yaşamıştır. Bu dönüşümün boyutu, gündelik hayatın neredeyse her yönünde etkili olmuştur. Birçok kitle iletişim aracı, televizyon, film artık dijital olarak üretilip dijital olarak dağıtılmaya başlanmıştır. Bu medya türleri, dijital biçimler alıp internet, video oyunları gibi unsurlarla birleştirerek mükemmel bir medya dünyası yaratmaya başlamışlardır. Yazılı işlemleri yapmak, veri saklamak veya marketteki fiyatları işleyen bilgisayarlar olsun her şey dijital olarak gözlemlenip kaydedilip, kontrol edilmektedir. Hükümetler, şirketler, diğer kurumlarda dijital teknolojiye ihtiyaç duyarak bu teknolojiye uyum sağlamak zorunda kalırlar. Dolayısı ile artık her türlü bilgi dijital veri şeklindedir. Sosyal hizmetler sigortalar, elektrik, su, doğalgaz, tatiller, kredi düzenlemeleri, eğitim, iş verme, kişisel bilgiler neredeyse her şey bu veriler sayesinde kontrol edilmektedir (Gere,2018: 13-15).

Dijital kültürün hayatlarımızda bu kadar önemli bir yeri varken "dijital" kelimesinin anlamına bakmak gerekir. Gere'ye göre; dijital, teknik olarak ayırık elemanlar halinde

bulunan veri için kullanılır. Bu anlamda bilgisayarlar dijitaldir çünkü, verileri dijital formda birler ve sıfırlar olarak saklar ve kullanırlar. Dijital kavramı her zaman yeni teknolojilerle birlikte anlamlandırılmaktadır. Dijital teknolojinin oluşmasını sağlayan her şey dijital olarak adlandırılmaktadır (Gere,2018: 17). Dijital olandan bahsetmek demek sanal imgelerin tüm derinliklerine, anlık iletişime her yerde bulunan medyaya ve çağdaş deneyimlerimizin çoğunu oluşturan küresel bağlantıya çağrı yapmaktır. Artık dijital kelimesini kullanmakla birlikte, dijital teknolojinin oluşmasını ve gelişmesini sağladığı her şeyi ifade etmekteyiz. Oluşan dijital kavramların belli bir kültürü yani dijital kültürü oluşturduğunu söyleyebiliriz. Bu kültürün belirtisi olarak çağdaş yaşantımızın sınırlarını çizmesini son dönemlerde çıkan kitapların konularını dijital egemenlik üzerine olmasını, yine yazılan makalelere bakıldığında sosyoloji çözümlemelerde toplumun internet üzerindeki kişisel deneyimleri, etik, estetik, felsefi, siyasi birçok tartışmanın dijital kültür, iletişim teknolojisi, internet hakkında olması olarak gösterebiliriz (Yalçınkaya, 2016: 603).

İnternetin yaygınlaşması veri aktarımının çoğalması dijitalleşmeyi de hızlandırmıştır. Uydu yayınları, akıllı telefonlar, bilgisayarlar gibi cihazlar dijitalleşmenin ilerlemesini sağlamıştır. Dijital kültür, çevrimiçi olma durumundan ziyade makineleşme sonucu oluşan bireysel iletişime dikkat çeker. Teknolojide yaşanan gelişmeler, mekân ve zaman algısında yaşanan değişimlerde etkili olmuştur. Her an, her yerde, istenilen zamanda bireylerin birbirleri ile iletişime geçmesi ve bilgiye erişim olanağının olması, bireyin mekân algısının değişmesini sağlamıştır. Yaratılan sanal ortamlar ile iletişim içerisinde olmak isteyen bireyler için aynı yerde olma zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Böylelikle birbirleri ile etkileşim içerisinde olmak isteyen kişiler için aynı ortamda olma zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Dijital dönüşüm, mekansal bütünlüğü bölerek çeşitli küresel alanlar yaratıp birçok ortak kültürel unsur oluşturmuştur (Topatan,2021: 34).

Dijital toplumda bireyler sayısal olarak ifade edilmektedir. Web siteleri üzerinden profil oluşturan bireyler, müzik, resim, video paylaşımı gibi pek çok alanda etkileşimde ve paylaşımda bulunurlar. Çevrimiçi sunulan bu alanlar kültürel mekanlar olarak değerlendirilebilir. Oluşturulan sanal alanlarda sanal gerçeklik ve sanal kimlikler üretilmektedir. Birey sosyal medya aracılığıyla sunulan sanal kimlikler için çeşitli imajlar

üretir. Böylelikle çevrimiçi alanlarda sosyalleşen birey çevrimdışı alanlarda asosyalleşir (Atalay, 2019: 86-88).

Goffman “Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu” (2014) adlı kitabında bireyin, kendisini, çalışmalarını ya da performansını başkalarına nasıl sunduğunu, denetlediğini ve yönlendirdiğini vitrin metaforu ile açıklar. Goffman'a göre vitrin, performans sırasında birey tarafından kullanılan standart ifadedir. Oyuncuların vitrin aracılığıyla sunduğu performanslar toplumun anlayışı ve beklentilerine uygun biçimde değiştirilerek aktarılmaktadır. Bu bağlamda oyuncular, izleyicilerine kendilerini olduğundan daha iyi gösteren performanslar sergilemektedir. Buradaki en önemli ayrıntı oyuncuların, toplumun onayladığı değerleri içeren ve ideal bir kimlik sunma eğiliminde olmalarıdır. Zira oyuncunun sahnelediği kimliği de bireyin başkalarına aktardığı imaj olarak değerlendirir. Goffman'ın anlattığı metafor, bireyin çevrimiçi profillerde sunduğu paylaşımlarla benzerlik gösterir. Bireyler, sosyal medya profillerinde kendi vitrinlerini yaratarak oluşturdukları kimlikler ile en fazla beğeni alan, takip edilen, içerik paylaşan kullanıcı imajları oluşturmaktadırlar. Günlük yaşantımızın neredeyse her alanında etkili olan dijital kültürün ne kadar hızlı bir şekilde ilerlediği açıkça görülmektedir. Bu gelişmelerin etki alanları da giderek genişlemiştir. Dolayısıyla artık dijital teknolojinin iyi veya kötü olarak sadece kullanılan birer araç olmaktan çıkıp, kültürümüze katıldığı ve etkili bir rol aldığı açıktır. Kısaca dijital kültür, hayatımızın her alanında yer alan ve birçok anlamda değişimlere neden olan bir yapıda ilerlemektedir.

1.2. YENİ MEDYA

İletişim ve medya alanında meydana gelen gelişmelerin özellikle 90'lı yıllar sonrası sosyal gündelik hayata önemli etkileri olmuştur. Bu dönemde ortaya çıkan yeni medya bir kavram halini almaya başlamıştır (Erkek, 2019: 26). Yeni medya, genellikle dijital medya, multimedya veya interaktif medya olarak ifade edilir. Yeni medya bilgisayar teknolojisine dayanır. Sadece dijital bir medya özelliği göstermez aynı zamanda etkileşimli bir araçtır (Aydın, 2019: 1168). Yeni medya kavramı, geleneksel medyanın dışında sayısal tabanlı, eş zamanlı, geniş kapasiteli, interaktif ve çok katmanlı iletişimin olduğu ve bunların hızlı bir şekilde gerçekleştiği, çoklu ortam yapısına dahil araçları ve kanalları kapsamaktadır. Geleneksel medyada (gazete, televizyon, radyo vb.) iletişim tek yönlü iken, yeni medyada hedef kitle ile karşılıklı iletişim söz konusudur (Binark, 2013:

7). Yeni medyayı, internet, bilgisayar mobil teknolojisinin gelişmesi ile ortaya çıkan kullanıcıların interaktif bir şekilde zamandan ve mekandan bağımsız olarak etkileşimde bulundukları sanal medya ortamları olarak da tanımlamak mümkündür (Atalay, 2019: 92). Manovich'e göre (2001) yeni medya teknolojik gelişmelere bağlı olarak sürekli gelişmekte olan bir kavram olduğu için tanımı tam yapılamaz. Yeni medya 21. yüzyılda "multimedya" (çoklu ortamlar) kavramı olarak kullanılmıştır. Multimedya; görüntü, ses, veri, metin ve farklı iletişim faktörlerini tek bir seçenekte bütünleştirerek sunarken, yeni medya dijital bir yapı olmanın dışında karşılıklı iletişimin olduğu bir enformasyon dağıtım aracıdır (Olgun, 2016: 5). Kısaca yeni medyayı tanımlamak gerekirse, internet teknoloji ile bir bütün şeklinde bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde erişim olanağının olduğu, farklı iletişim ortamlarının ve sosyal paylaşım ağlarının oluşturduğu yapıdır diyebiliriz (Bulunmaz, 2011:25).

Van Dijk'e göre yeni medyanın yeni olmasını sağlayan unsurlar; dijital olması, etkileşimli olması, hipermetinler içermesi ve ağ bağlantılı olmasıdır. Fakat bu unsurlar dışında yeni medya ile ilgili olarak değindiği önemli noktalardan biride geleneksel medyayı da içinde barındırmasıdır. Dijk'e göre yeni medya geleneksel medyayı da içerisine dahil ederek ilerlemektedir (2018: 20-28). Medya kavramı açıklanırken eski ve yeni kavramları iç içe geçmiştir. İki kavramı birbirinden ayıran en önemli faktör teknolojik yeniliklerdir (Yengin, 2015: 48). Yeninin ortaya çıkışı ile birlikte dijital teknolojilerde bilginin, deneyimin ve kaynak kontrolünün sahipliği üzerinde değişiklikler oluşmuştur. Medya teknolojileri yakınsama kültürünün de etkisi ile dönüşüm ve değişim yaşamıştır. Yakınsama ile birlikte farklı medya türleri karşılıklı olarak yakınlaşıp, anti-çizgisel olarak bütünleşerek yeni bir model oluşturmuş ve yeni medyalar haline gelmişlerdir (Yanık, 2016: 901). Medya'nın yeni medyaya evrilmesi bilgisayarın ve iletişim araçlarının kimliğini değiştirmiştir. Bilgisayarlar sadece hesap makinesi, kontrol mekanizması veya iletişim aygıtı olmaktan çıkıp bir medya işlemcisine dönüşmüştür (Crowley, Heyer, 2019: 374).

Yeni medya teknolojileri kültür, eğlence, eğitim, iletişim, toplumsal etkileşim içerisinde yer alarak etkili olmuş ve bu alanlarda değişime neden olmuştur (Çakır, 2014:320). Yeni medya gündelik yaşam içerisinde hemen hemen her alanda kendine yer bulan ve kullanımı giderek artan yaşam pratiklerini dönüşüm ve değişime uğratan nerdeyse bireyin bir uzantısı haline gelmiştir. Bilgisayar, cep telefonu, internet ortamı,

taşınabilir bellekler vb. gibi birçok sayısal teknolojinin bütünü yeni medya teknolojisini oluşturmaktadır (Binark, 2013:7).

Yeni medyayı geleneksel medyadan farklı kılan içerisinde barındırdığı unsurlar olmuştur. Bu bağlamda yeni medyanın özellikleri bu farklılığın ortaya konulmasında önemlidir. Yeni medyanın en belirleyici özellikleri etkileşim, asenkron (eşzamansız olma) ve kitlesizleştirmedir (Erkek, 2019: 29). Yeni medyanın önemli görülen özellikleri şu şekilde sıralanmıştır. Yöndeşme, interaktiflik, dijital kod ve hiper metin (Dijk, 2018: 20-18). Everett M. Rogers da yeni medyaların en belirgin özelliğinin etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık olduğunu belirterek bunlar içerisinde en önemli özelliğin etkileşim özelliği olduğuna vurgu yapmıştır (Aktaran: Yanık, 2016: 902).

•Bütünleşme ve yöndeşme: Yeni medya kitle iletişimini, veri aktarımını, telekomünikasyonu tek bir ortamda birleştirir. Gerçekleşen bu sürece yöndeşme süreci denir (Erkek, 2019:29). Manovich de teknolojik gelişmelerle birlikte medyanın yönünün değiştiğini belirterek fiziksel mekan ile bütünleşen ve bedeni dışlamayan bir sistemin oluştuğunu söyler (2001). McLuhan'a göre (2002) bilgisayar sistemlerinin medyalarla bütünleşmesiyle bireylerin göremediği, duyamadığı ve gidemediği birçok deneyimi dijital uzantıları vasıtasıyla yaşayabilmesini sağlamıştır. Bu nedenle yeni medya genel olarak multimedia olarak adlandırılır. Dijk; yöndeşme sürecinde gerçekleştirilen entegrasyonu beş ana başlık etrafında birleştirmiştir;

1. *Altyapı- örneğin, farklı iletim bağlantılarının ve donanımlarının telefon ve bilgisayar (veri) iletimi için birleştirilmesi,*
2. *Ulaşım- örneğin, internet telefonu ve web TV'nin kablolu ve uydu televizyonlarda çalışması,*
3. *3.Yönetim- örneğin, telefon hattından faydalanan bir kablolu yayın şirketi ile televizyon hattından faydalanan bir telefon şirketinin her ikisinde internet bağlantısı sunması,*
4. *Hizmetler- örneğin, sosyal paylaşım sitelerinde irtibatlandırma hizmetleri pazarlamanın birleşmesi,*
5. *Veri türleri- ses, veri, metin ve görüntülerin bir araya getirilmesi (2018:20).*

•İnteraktiflik: Yeni medyada bireylerin veri alışverişine devam ederek, bireyin veri üzerindeki etkisinin ve devamlılığının olma durumudur. Kısaca, bireyin dijital ortamda

katılımcı olarak verilere etkide bulunmasıdır (Yengin, 2012: 85). Yeni medya içerisinde kullanıcılar verici konumunda oldukları için iletişim kanallarındaki iletişim doğrudan olmaktadır. Bundan dolayı geleneksel medyada oluşan tek yönlü iletişim yeni medyada geçerli değildir. Kullanıcılar aktif olma özelliği taşımaktadır (Erkek, 2019: 29). Dolayısıyla geleneksel iletişim araçlarını kullanırken sınırlı müdahalede bulunabilen kullanıcılar yeni medya teknolojileriyle birlikte etkileşim içerisinde olarak özne konumuna geçmiştir (Ata, 2015: 11).

Dijital kod ve Hipermetin: hipermetinsellik, "www" (worl, wide, web) üzerine kurulan yapısal oluşumdur. Sesleri, sözcükleri, görüntüleri, film kliplerini, bilgisayar gösterilerini de barındırarak birden fazla multimedya özelliğini linkler yardımı ile tek bir metinde toplar ve diğer metinlere aktarır (Ata, 2015: 11). Hipermetinsellik, metin üzerinden ağ bağlantısı kurularak linkler veya etiket bağlantıları ile farklı mecralara erişim sağlanabilmesi olarak tanımlanmaktadır. Sağlanan bu özellik ile metinler arası dolaşım kolaylıkla yapılabilmektedir (Binark ve Löker, 2011: 11). Bu durumda iletişim özelliği çizgisel olmaktan çıkar ve çoklu bir yapıya dönüşür. Veri toplama, verileri güncelleme ve paylaşma imkanları artar (Yengin, 2012: 86). İletişimin hipermetinsel bir ortama dönüşmesinin getirdiği en büyük yarar ve kolaylık iletişimi sağlayan unsurların ağlar üzerinden sayfalar üzerinden bağlar kurarak sağlanmasıdır. Böylelikle sadece bit tıklama ile binlerce veriye aynı anda ulaşmak mümkündür. Yeni medyanın sağladığı bu özellik ile geleneksel medyada pasif konumda olan okuyucu ve izleyiciler yeni medyada aktif ve katılımcı konumuna gelmiştir (Almasoodi, 2021: 39).

Yeni medyanın sağlamış olduğu olanaklar birey temelli bir iletişim sürecini oluşturur. İletişimin bu yeni ortamında birey kendi kimlik, beğeni ya da eleştiri gibi kişisel özelliklerini ön plana çıkarma imkânı yakalar. Yeni medya ile birlikte rekabet unsurunun artmıştır. Bu yeni teknolojilerle bireyler mesajı iletenin doğrudan hedef noktası olmuştur (Almasoodi, 2021: 42). Yeni medya iletişim sürecinde bireyin sosyalleşmesine olanak sağlamıştır. Böylece tek başına oynanan oyunlar, yerini ağ üzerinden toplu bir şekilde oynanan bilgisayar oyunlarına, internet sayfaları yerini paylaşımın olduğu internet günlüklerine bırakmıştır (Ata, 2015:13). Yeni iletişim ortamlarının ortaya çıkması internet kullanımını yaygınlaştırmış ve dijital platformların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Giderek popüler hale gelen dijital platformlar gündelik hayatın her alanında etkili olmuş ve yaşam şekillerinin değişmesine neden olmuştur. Bloglarla başlayan

süreçte farklı sosyal ağların oluşması bu ağlara olan ilgiyi artırmıştır. Her geçen gün sayısı artan ve çeşitlilik kazanan sosyal ağlar gündelik yaşamının vazgeçilmez birer parçası haline gelmiştir (Özcan, 2012: 16). Sosyal paylaşım ağları kişiler üzerinde var olma, kendini gerçekleştirme, sosyalleşme, kendinin ifade edebilme ihtiyaçlarına karşılık bulunduğu ortamlar konumuna gelmiştir (Almasoodi, 2021: 44).

Yeni medya ortamında üretilen içeriğinde bu yeniliklere uygun şekilde gerçekleşmesi gerekir. Üretilen içeriklerde yeni medya kullanıcısının beklentileri ve talepleri dikkate alınmalıdır. İçeriğin görsel öğeler ve videolarla desteklenmesi, karşılıklı etkileşime dayanması, kişiselleştirilebilmesi, hedef kitlesine uygun olması, hızlı bir biçimde güncellenmesi ve güncelliğini koruması yayınlanacak platformun özelliklerine uygun olarak oluşturulması gerekir. Bunların dışında tabletlerden, bilgisayarlardan veya akıllı cep telefonlarından içeriğe ulaşabilmektedir (Bulunmaz, 2015: 327). Yeni medya içerikleri sadece sosyal paylaşım ağları üzerinden değil birçok farklı platform üzerinden üretilmektedir. Her türlü internet tabanlı iletişim teknolojisi kendisine yeni medya içerisinde yer bulabilir. Özellikle akıllı telefonların hayatımıza girmesi ile birlikte yeni medya türleri çeşitlenmiştir. Başına "e" harfi getirilerek yapılan e-ticaret, e-devlet, e-eğitim gibi farklı türden uygulamalar, Google, Yahoo gibi sınırsız bilgiye ulaşılabilen ara motorları, Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal paylaşım siteleri, farklı fikir ve görüşlerin paylaşıldığı bloglar, sözlükler gibi karşılıklı etkileşimin sağlandığı çeşitli birçok medya formunu yeni medya türleri olarak isimlendirebiliriz (Bulunmaz, 2011: 28).

1.2.1. Web Teknolojileri

Web teknolojileri, ağlara dayanan internet ile iletişim ve etkileşim içinde bulunan tekno-sosyal bir kavramdır. İnternetin kullanılmaya başlandığı 90'lı yıllardan itibaren internet teknolojilerinde birçok gelişim ve değişim yaşanmıştır (Erkek, 2019: 15). İnternetim kullanılmaya başlaması ile birlikte zaman ve mekân kavramları değişim yaşamıştır. İnternet dünyanın farklı yerlerinden insanları birbirine yaklaştırmıştır. Tim Berners- Lee tarafından icat edilen World Wide Web (www) internetin toplumun bütününe ulaşmasını sağlamıştır (Kapan ve Üncel, 2020: 278). Web teknolojisinin gelişim seyri Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0 olarak yapılmaktadır. Web 1.0 durağan; Web 2.0 etkileşimsel, Web 3.0 anlamsal, Web 4.0 Simbiyotik Web olarak ifade edilir (Yeniad ve Kutlu, 2016 2). İnternet ve bilişim alanlarında yaşanan gelişmeler, web

teknolojilerinin özelliklerini artırmaktadır. En çok kullanıcıya sahip olan web teknolojileri içinde bulunduğu çağı da dijitalleştirmiştir. İnsanların iletişim, haber alma ve etkileşimde bulunma hızları artmıştır (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018:19).

1.2.2. Web 1.0 Teknolojisi

Web 1.0, web sayfalarının kullanılmaya başladığı dönemi ifade eder. Web 1.0 teknolojisinde etkileşim minimum düzeydedir. Kullanıcılar web sayfalarına girerek içeriği sadece okur fakat herhangi bir katkıda bulunamazlardı (Yüncüoğlu, 2019, 7). Web 1.0 1990'lı yılların sonlarında ortaya çıktığında sadece çevrimiçi kavram olarak kalmıştır. Bu dönemde, internet bilgi ve haber almak için kullanılmıştır (Erkek, 2019: 16). Web 1.0 tek yönlü iletişim sağlayan bir ağ sistemidir (Ersöz, 2020: 60). Web'in temeli olan Web 1.0'da kullanıcılar pasiftir, içeriğe herhangi bir müdahalede bulunamazlar ve içerik üretemezler (Çamur, 2020: 37). 2000'li yıllarda kullanımı yaygınlaşan Web 1.0 teknolojisi kullanıcıları HTML tabanlı web sayfaları ile sanal ortama ilk adımlarını atmışlardır. Web 1.0'ın amacı, site ziyaretçilerinin kökeni hakkında genel bir anlayışa sahip olmaktır. Bu tarz siteler kullanıcıya bilgi sağlamak için tasarlanmıştır. Bu dönemlerde kullanıcı içeriği sadece gözlemlemekteydi (Topatan, 2021: 21).

1.2.3. Web 2.0 Teknolojisi

Web 2.0 kavramı Darcy Dinucci tarafından ortaya atılmış ve Tim O'Reilly gibi yazarlar tarafından da desteklenerek kabul görmüştür (Eldeniz, 2010: 19). Web 2.0 etkileşimli ağ teknolojisi olarak tanımlanmaktadır (O'Reilly, 2005). Web 2.0 teknolojisi, ilk kez 2004 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Web 1.0 'dan web 2.0'a geçişte özellikle kullanıcılar açısından büyük değişimler yaşanmıştır. Web 2.0'a geçiş teknolojik anlamda yaşanan evrimin göstergesi olarak da kabul edilmektedir (Yüncüoğlu, 2019: 7). Web 2.0 teknolojisi kullanıcılarına çift yönlü iletişim olanağı sunmaktadır (Ersöz, 2020: 62). Bu teknolojiye paylaşımlar karşılıklı, geniş katılımlıdır ve kullanıcıya çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Web 2.0 teknolojisinde içerik bireyler tarafından değil kullanıcıların ortak katılımı ve girişimi ile oluşmaktadır. İçerikler sürekli olarak yenilenebilmektedir (Çamur, 2020: 38). Ziyaretçilerin yayınlanmış içerik oluşturmalarına ve paylaşmalarına imkân tanıyan bu teknolojiye amaç paylaşmaktır. İçerikte oluşturulan bilgiler okunabilir ve

yazılabilir (Topatan, 2021: 21). Web 2.0 teknolojisi, web dünyasına yeni teknolojiler sunmuştur (Genç, 2010: 238). Bu teknolojileri şöyle sıralayabiliriz;

- RIA teknikleri
- CSS kullanımı
- XHTML kullanımı
- Anlamlı URL kullanımı
- Uygun etiketlendirme
- Viki sayfalarının kullanımı
- Açık kaynak yazılımın kullanımı
- Blog
- RSS
- MashUp
- İçerik Yönetim Sistemi (CMS) (Aslan, 2007: 352).

Dijital iletişim yazılabilir web teknolojisi ile etkinliğini daha da artırmıştır. Böylelikle kültürlerarası etkileşim hızlanmış, bireyler ve kültürlerarası birlikteliği geliştirmiştir. Dijital teknoloji ile birlikte dünyanın herhangi bir noktasından kilometrelerce uzaklıktaki farklı bir noktadan haberdar olabilmek anında gelişmeleri takip etmek olanaklı hale gelmiştir. Web 2.0 teknolojisi kullanıcıları bu içeriklere yorum yapabilmekte ve düşüncelerinin ifade ederek katkıda bulunabilmektedirler (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 20).

Web 2.0 teknolojisinin kullanıcı odaklı olması, web dünyasında devrimsel bir dönüşüm yaratmıştır. Web 2.0, insan merkezli web, bilge web, katılımcı web ve oku-yaz web olarak da adlandırılmaktadır. Web 2.0'nin üç temel bileşenden oluşmaktadır. Bunlardan ilki AJAX (Asynchronous JavaScript and XML)'dir. AJAX kullanıcı deneyimini ve etkileşimi artırmayı amaçlar. İkinci bileşen ise demokrasidir. Demokrasi bileşimi kullanıcıların özgür bir biçimde düşüncelerini ifade edebilmelerini amaçlar. Bu bileşen sayesinde kullanıcılar özgürce düşüncelerini ifade edebilir, içerik yaratabilir ve içeriği şekillendirilebilir. Son bileşen ise kullanıcıların rahatsız edilmemeleridir. Bu bileşen, sayfanın tümünü veya büyük bir kısmını kaplayan reklamların yer almamasını ve kullanıcı deneyimini iyileştirmeyi ifade eder (Çamur, 2020:38).

Q' Reilly Web 2.0'in getirdiği yenilikleri öne çıkararak Web 1.0 ile Web 2.0 karşılaştırmasını şu şekilde yapmıştır:

Tablo 1. Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırması

Web 1.0	Web 2.0
Okuma	Okuma/Yazma
Html, Portal	Xml, Rss
Netscape Google	Netscape Google
Anlatım	Konuşma
Duyuru	Ağızdan Ağıza
Web Üzerinden Satılan Hizmetler	Web Servisleri
Bilgi Portalları	Platformlar
İstemci Sunucu	Uçtan Uca
Sınıflandırma	Etiketleme
Donanım Maliyetleri	Bant Genişliği Maliyeti
Kendi Kendine	Paylaşma

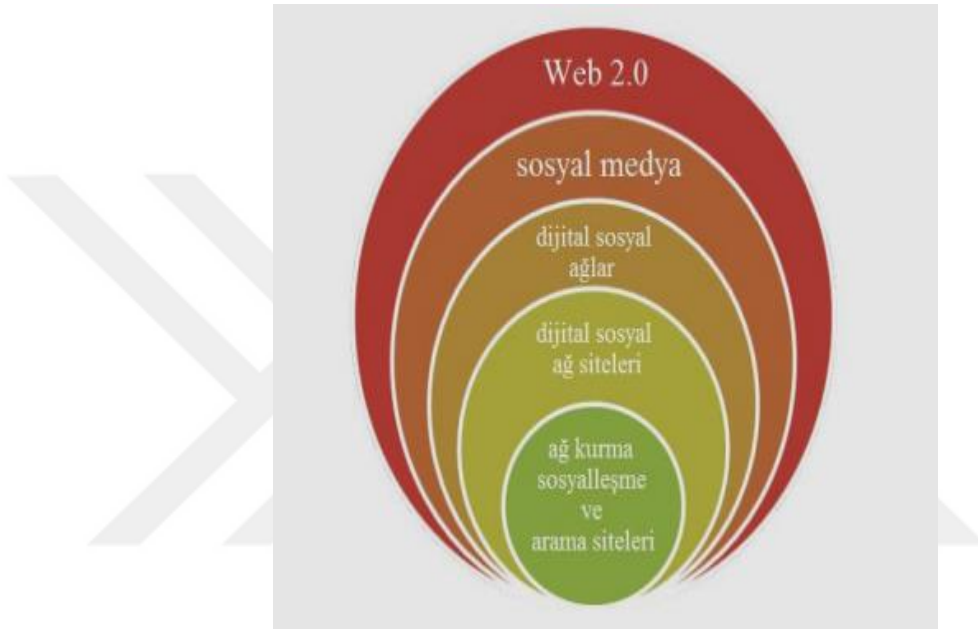
Kaynak: (O'Reilly, 2005).

Web 2.0 teknolojisi wiki, blog, sosyal ağ, video/resim paylaşım sitesi, forum gibi etkileşimli uygulamalar oluşturmuştur. Bu uygulamalar paylaşım ve etkileşime olanak sağlamıştır (Eldeniz, 2010: 21).



Şekil 1. Web 2.0 Platformları (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 37.)

Etkileşimli uygulamalar çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. İş ve gündelik hayatta neredeyse tüm sektörlerde aktif olarak tercih edilen Facebook, Twitter, Instagram, Linked-in, Youtube gibi siteler 7/24 kullanılmaktadır (Kucur, 2018: 61) Web teknolojisinde yaşanan gelişmeler mobil iletişimine de önemli etkileri olmuştur. Akıllı telefonların kullanılmaya başlaması ile birlikte kullanıcılar birbiriyle etkileşim kurabilecekleri daha kolay ortamlara taşınmışlardır. Bu durumda Web 2.0'ın kullanımını artırmıştır (Ersöz, 2020: 60).



Şekil 2. Web 2.0 Çerçevesi (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 33)

Web 2.0 teknolojisine sahip olan sosyal medya platformları, yazılabilir web teknolojisinin en önemli ortamlarıdır. Bunun yanında dijital iletişim araçları içerisinde kullanıcı sayısı ve etki düzeyi günden güne artmaktadır (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 33). Web 2.0 kullanıcılarına basit kullanımı ile özgürce hareket etme seçeneği sunar (Gündoğdu, 2017:8).

Web 2.0'ın kullanıcıya sunduğu kolaylıkları şöyle sıralayabiliriz;

- Web 2.0'ın içeriğinde bulunan tüm unsurlar kullanıcı temellidir.
- Kullanıcıların daha etkin olmaları için bilgi üretimi ve paylaşımında kullanıcılarına çeşitli olanaklar sağlamaktadır.
- Web 2.0'ın yapısı dinamiktir ve gelişmelere açıktır
- Sosyal Platform oluşumuna olanak sağlar (Çekinmez, 2009:60).

1.2.4. Web 3.0 Teknolojisi

Web 3.0, veriler ağı olarak da tanımlanmaktadır. Bu teknolojiye ağlar ortak dil üzerinden iletişim kurmaktadır (Çamur,2020: 39). Web 3.0 döneminde verinin kullanımı kişiselleşmiştir. Yığınlar halini alan veri bu dönemle birlikte bilgiyi kullanıcılara sunma ve anlamsal olarak birleştirme açısından ön plana çıkmaktadır (Çetindağ, 2018: 15).

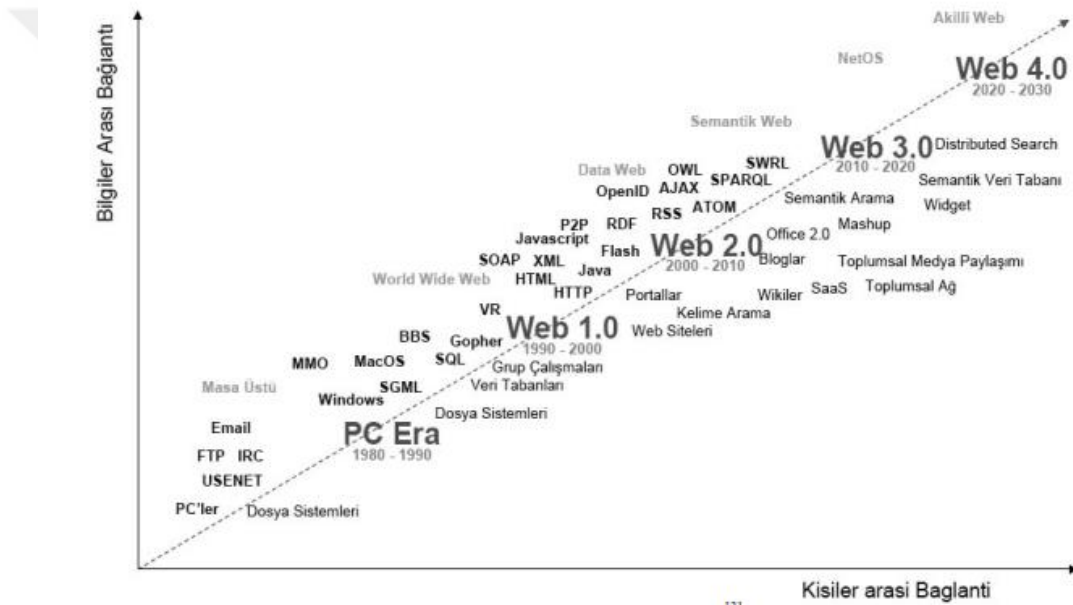
Web 3.0'ın temeli veri tabanlarını tanımlayarak bunları otomasyon, yeniden kullanım, entegrasyon gibi çeşitli amaçlar için birbirine bağlamak üzerine kuruludur (Kucur, 2018: 61). Web 2.0, verileri sadece insanlar tarafından anlaşılırken Web 3.0 bilgisayarların, makinelerin anlayabildiği ve yorumlayabildiği bir sistem olmuştur. Bilgisayarlar tarafından bilginin anlamı ve daha iyi tanımlanması insanlara daha çok iş birliği sağlamıştır. Web 3.0, bilgiler üzerine akıl yürütmeyi mümkün kılarak karmaşık ve zor modellerin oluşturulması ve bunun sürdürülmesini sağlar ve yapay zekanın alt dalını temsil eder (Kapan ve Üncel, 2020: 284). Semantik web olarak da adlandırılan Web 3.0'ın amacı bilginin makineler tarafından okunabilirliğini sağlamaktır. Web 2.0 kullanıcıların ve üreticilerin içerik üretimi amaçlanırken Web 3.0, bağlantılı veri setlerinin birbiriyle ilişkilendirilmesini amaçlar. (Kucur, 2018: 66-67).

Web 3.0'ın karmaşık veri yığınlarının anlamlı veri haline gelmesini sağlayan bir sistemi vardır. Örneğin, bireyler interneti kullanarak istedikleri bir kelimenin farklı dildeki anlamını öğrenebilir veya aradıkları bir ürünün en uygun fiyatlı halini öğrenebilirler. Fakat bu işlemleri bilgisayarlar, insan yönlendirmesi olmadan yapamazlar. Çünkü web sayfaları makinelerin okuması için değil kişilerin okuması için yapılmıştır (Arvas,2022:60). Web 3.0 yukarıda bahsettiğimiz özelliklerin yanında akıllı arama, gelişmiş yazılım araçları, veri madenciliği sürecini geliştirme gibi mevcut hizmetlerin işlevlerini geliştirmeye de yöneliktir. Web 3.0'ın geliştirilmesiyle internetin ulaşılabilirliği kolaylaşmıştır. Tablet telefon gibi cihazlarla ile istenilen her yerden internet ulaşımı mümkün olmuştur (Kapan ve Üncel: 285).

Web 3.0, webin bir veri tabanına dönüştürülmesini içeren, web kullanımının ve etkileşiminin gelişimini tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Web 3.0 teknolojisi kullanıcılara okuma, yazma, komut gönderme gibi olanaklar sağlamaktadır. Web 3.0 teknolojisi, çoklu yapıyı içeren ve tarayıcısız içeriklerin erişimini, yapay zeka teknolojilerini, mekan ve lokasyon tabanlı veriyi tamamlayan webi içermektedir

(Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 43). Web 3.0 kullanıcıların geçmişine ve ilgi alanlarına, arama amaçlarına yönelik aramaları optimize ederek özelleştirmiştir. Bu doğrultuda Web 3.0 kullanıcıların beklentilerini karşılayarak memnuniyet oluşturmada ilerleme göstermiştir (Ersöz, 2020: 61).

Web 3.0 teknolojisi toplayıp birleştirme olarak da adlandırılmaktadır. Bu teknoloji ile veriler kullanıcılar tarafından kullanılarak bilgisayarların anlamlandırabileceği bir yapı oluşturur. Web 3.0 teknolojisinde her yere dağıtım ve her yere açık bir sistem mevcuttur. Bu sistemde alınan veriler toplanarak birleşir ve bireylerin anlayacağı bir şekilde aktarımı gerçekleşir (Yengin, 2015:49).



Şekil 3. Web' in Gelişimi (Aslan, 2007: 349)

Web 3.0 teknolojisinde, kullanıcı kontrolü yerini makineler arası etkileşime ya da aygıtlar arası etkileşime bırakmıştır. Web 3.0 teknolojisinde, veri paylaşımı sadece kullanıcılar ile sınırlı kalmamıştır. Bilgisayarlar da birbiriyle veri paylaşımında bulunmaktadır (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 44).

Semantik webin yanında anlamsal web olarak da ifade edilen web 3.0 toplayıp birleştirme dönemi olarak gösterilebilir. Anlamsal web teknolojisi ile toplanan veriler kullanıcılar tarafından kullanılırken bilgisayarların anlamlandırabileceği bir yapıya ulaşmaktadır. Geleneksel web sisteminde oluşan merkezi yapı, dağıtım ve kapalı sistem

yerini dağıtımlı yapı, her yere dağıtım ve açık sisteme bırakmıştır. Kısaca anlamsal web ile veri-makine, veri- insan, veri- ağ ilişkisi gerçekleşmektedir (Yengin, 2015: 51).

1.2.5. Web 4.0 Teknolojisi

Web 4.0 teknolojisinin tam olarak bir tanımı yapılmamıştır. Dolayısıyla kalitesi ve performansının da ne kadar etkili olacağı bilinmemektedir. Web 3.0'ın gelişimin etkili olması web 4.0'ın içeriğinin zeki ara yüzler oluşturarak karar vermeyi kolaylaştırması beklenmektedir (Ersöz, 2020: 61). Yani web 4.0 kullanılarak zihin kontrolü kullanılarak güçlü ara yüzler oluşturmak amaçlanmaktadır. Böylelikle makineler ara yüz okurken aynı zamanda karar verme yetkisine de sahip olacaklardır. Dolayısıyla okuma- yazma- yürütme işlemlerinin eşzamanlı olması beklenmektedir (Kucur, 2018: 67).

Web 4.0 insan- makine etkileşiminin yanında makine- makine arasındaki etkileşimi ifade eder. Web 4.0 insan beyni yerine makinelerin devasa boyutta veri içeren web sitelerini ve bu sitelerin içeriklerinin çok hızlı bir şekilde tarayarak, anlamlar çıkararak bilgiler arası bağlantı kurarak hangi bilginin çıkması gerektiğine hangisinin kalması gerektiğine karar veren bir sistemi içerir. Dijital verilerin makineler tarafından taranıp anlam çıkartarak gelişmesi ve en etkili, hızlı sonuca ulaşabilmesi beklenmektedir (Yaşar, 2020:197).

Web 4.0 ile bağlantı oluşması ve bu bağlantıların geliştirilmesi mümkündür. Örneğin; akıllı bir fabrikada birbiri ile bağlantılı işlemlerinin bir veri sisteminde toplanarak analiz edilmesi veya alışveriş yapmak için girilen bir mağazada aranılan ürünlerle ilgili mesajlar gelmesi gibi durumların oluşması. Şirketlerin elde ettikleri veriler ile müşterilerinin satın alma özelliklerini öğrenmeleri söz konusudur. Dolayısıyla Web 4.0 teknolojisinin İnsan ve makine zekasının birlikte olduğu ortak bir alanda bir araya gelmesi beklenmektedir (Ersöz, 2020: 62). Aşağıda yer alan şekilde Web 4.0 teknolojisinin bilgi alışverişi yer almaktadır.



Şekil 4. Web 4.0 ile Makineler Tarafından Öğrenilen Veriler (thebusinessofsocia,2020)

1.3. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ ve GELİŞEN TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Yeni iletişim teknolojilerinin temelinin; yeni olma, sayısallaşma, iletişim araçlarında ve altyapısında beliren değişimler oluşturur. Yeni iletişim teknolojileri belli bir teknoloji ya da gurubunu tanımlamaktan ziyade oluşan gelişmeyi ifade eder. Bu gelişmeler yayıncılık, telekom ve bilgi işlem alanlarını kapsar (Ata, 2015: 14). Yeni iletişim teknolojilerinin icadı ve gelişimi bilgisayar teknolojisinin iletişimi ve iletişimde yaşattığı değişimden kaynaklanmıştır. Yeni iletişim öğeleri iletişim teknolojilerinin çeşitli kombinasyonlar ile birleştirilmiş ortamları kapsar. İnternet bu yakınsamanın en popüler örneğidir. Sayısal televizyon, sayısal radyo ve mobil internet erişimli cep telefonları yakınsamanın sunduğu diğer yeni iletişim ortamlarıdır (Akyol, 2012: 91).

20.yüzyılın ortalarından itibaren dünyayı etkisi altına alan teknolojik gelişmeler iletişim alanının da önemli değişimlere yol açmıştır. Bu gelişmelerin en önemlilerinden olan internet, bireyleri toplumsal, kurumsal ve kişisel anlamda etkileyerek, önemli hizmetler sunarak yeni bir değişim yaratmıştır. İnternet, iletişim alanında çeşitli kanallar açarak yerel ve küresel arasındaki sınırları ortadan kaldırmıştır (Erkek, 2019: 24-25). İnternet, kişilere sınırsız yollarla iletişim özgürlüğü sunmakta, ucuz ve hızlı erişim kolaylığı sağlayarak bilgiye ulaşabilecekleri küresel bir dünya yaratır. İnternet sadece iletişim alanında değil toplumsal hayatta da değişimler yaratmıştır. Bankacılık, ticaret, izleme platformları, kamu gibi çeşitli alanlarda geleneksel anlayışı etkileyerek e- ticaret, e- bankacılık, e-devlet gibi farklı kavramların gündelik hayat içerisinde yer almasını sağlamıştır (Topatan, 2021: 18-20).

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile ortaya çıkan bilgi ağı ve mekan kavramı değişmiş, siberetik mekan kavramı ortaya çıkmıştır. Yeni oluşan mekan anlayışında fiziksel yakınlığın bir önemi kalmamıştır (Aydoğan ve Kırık, 2012: 61). Böylelikle bilgi, görüntü, ses aktarımındaki sınırlar aşılmaya başlamış uzak mesafe iletişimi değişime uğramıştır (Doğan, 2013: 4). İnternet bağlantısını kullanarak istenilen her bilgi, metin, sayısal veri, görüntü, ses, müzik içerikleri bir noktadan farklı bir noktaya aktarılarak paylaşılmaktadır (Aydoğan ve Kırık, 2012: 61).

Yeni medya teknolojileri gündelik yaşantının her alanında kendine yer bulmuş kültürel, toplumsal, ekonomik, siyasal, yaşamın gelişimine etki etmiştir. Yeni medyanın gücünün ve kullanım alanının farkına varan dünya bu teknolojiyi doğru ve etkili şekilde kullanmaya çalışmıştır (Türk, 2013: 55). Yeni iletişim teknolojilerinin etkili olduğu ortamlar "yeni medya" olarak adlandırılmıştır. İnternetin hızlı bir şekilde yaygınlaşması ve popülerliğinin artması, kişisel bilgisayar kullanımındaki artış, hızı geleneksel medya araçlarının yeni medya teknolojileriyle yarışını zorlaştırmıştır (Erkek, 2010: 24). Yeni medya teknolojileri geleneksel medyanın sunduğu tek yönlü iletişimi değiştirmiş etkileşimli kitle iletişim modelini geliştirmiştir. Bu teknolojilerin hızla yaygınlaşması ve popülerliğini artırmasının temel nedenlerinden biri en güncel ve ucuz bilgiye hızlı bir biçimde erişimi sağlamasıdır. Yeni medya kullanıcıları istedikleri zaman diliminde tercih ettikleri her ortamda bilgiye kolayca ulaşabilmektedirler (Topatan, 2021: 18-19).

Günümüzde kullanılan bilgi ve iletişim teknolojileri etkileşimli olma üzerine bir altyapı sunar. Uydu teknolojisi ile bilgisayar teknolojisi arasındaki yakınsama iletişim alanında yayın sistemleri ve haberleşme alanlarında değişimlere neden olmuştur. Değişime ayak uyduran televizyon, farklı medya platformları ile birlikte kullanılabilen bir yapıya dönüşmüştür. Etkileşimli bir yapıya dönüşen televizyon tek yönlü olan iletişim şeklini etkileşime açık hale getirmiştir. Geleneksel televizyon yayıncılık dönemlerinde tek yönlü iletişime sahip olan izleyici pasif konumda yer alır ve sadece yayıncının sunduğu programları ve içerikleri izleyebilirdi. Fakat değişen ve gelişen teknolojilerle birlikte etkileşimli bir hal alan televizyon yayınları çok yönlü ve aktif iletişim sağlamıştır. İzleyiciler etkileşimli televizyonlar sayesinde içerik kontrollü sağlayabilir, yayını durdurabilir, geri sarabilir, yayını kaydedebilir, elektronik program rehberine ulaşmıştır. Bu özellikler sayesinde izleyici ve kaynak arasında aktif bir iletişim gerçekleşir. Bu

durumda geleneksel televizyon izleme alışkanlığının değiştirmektedir (Özmen, 2020: 42).

Çift yönlü iletişime olanak sağlayan dijital yayıncılık sistemleri kullanıcının istediği içeriği satın almasına imkân sağlar. Böylelikle izleyici tercih ettiği dizi, film, program, oyun gibi içeriklere istediği zaman ulaşabilir (Çamur,2020:51). Ortaya çıkan bu yeni izleme biçimleri izleyicinin izleme alışkanlıkları üzerinde önemli değişiklikler yaratmıştır. İzleyici kavramı yerini kullanıcı kavramına bırakmıştır (Özmen,2020:42). Kullanıcı olarak izleme alışkanlıklarını devam ettiren izleyici dijital platformlara yönelmiş ve televizyonun sunduğu içeriği değil kendi tercih ettikleri içeriğe yönelmiştir. Yeni medya teknolojilerinin sağladığı bu kolaylıklar hızlı tüketim alışkanlığını ve bireyselleşmeyi de beraberinde getirmiştir (Yüncüoğlu, 2019: 27). Dijitalleşen televizyon yayıncılığı kullanıcılara üretme fırsatı sunmuştur. Bu durum doğrultusunda kullanıcılar hem üretici hem de tüketici konumunda olmuşlardır (Çamur, 2020: 53). Yeni iletişim teknolojilerinin geleneksel medyadan farklılaşan yönlerini şu şekilde sıralayabiliriz;

- Yeni iletişim teknolojilerinde içerik kullanıcı merkezlidir. Geleneksel medyada ise aynı içerik bütün izleyiciler için sunulmaktadır.
- Yeni medya teknolojilerinde elde edilen bilgi miktarı artmıştır. Kablolu televizyon uydu yayıncılığı ve bilgisayar iletişimi haber sayısını artırmıştır.
- Yeni iletişim teknolojilerini kullanıcıları bilgiyi seçme olanağı yakalar. Teknolojiyi kullanan tüketiciler aynı zamanda mesajın üreticisi olurlar (Akyol, 2012:92).

1.4. DİJİTAL YAYINCILIK SİSTEMLERİ

Dijital yayıncılık sistemi analog olarak üretilen ses ve görüntü bilgilerinin bitlere dönüşerek 0 ve 1'lerden oluşan görüntü bilgilerinin kodlama teknikleri yapıldıktan sonra alıcılara iletilmesine dayanır (Yüncüoğlu, 2019:26). Dijital yayıncılık bilginin sayısallaşması ile gelişmiştir. Analog teknolojiye iki değer arasında sonsuz eğri geçmektedir. Sayısal teknolojiye ise verileri temsil eden eğriler aralıklı noktalar dizisi olarak ayrılır (Çamur, 2020:46).

90'lı yılların başında dijitalleşmeye başlayan yayıncılık sistemlerinde oluşan yenilikler sonrası uydu yayınlarının büyük çoğunluğu da dijitalleşmiştir. Yayınların

dijitalleşmeye başlaması ile birlikte farklı hizmet çeşitliliğine ve yeniliklere olanak sağlamıştır. Kullanıcılar daha kaliteli ve görüntü ve sese ulaşmıştır ve kanal kapasitesini artırmıştır. Uydu aktarıcısından 1 analog televizyon yayını yapılabilirken, dijital teknoloji ile aynı yayının 4 farklı kanaldan yayın yapılmıştır. Bu durumda daha fazla izleyici ve daha düşük maliyetin oluşmasına neden olmuştur (Koyuncu, 2017: 317).

Dijital teknolojinin analog sistemlere göre tercih edilme nedenlerini şöyle sıralayabiliriz;

- Maliyeti daha azdır
- Daha güvenilirdir
- Sinyal kalitesi değişmez
- Gürültü ve dış faktörlerden daha az etkilenirler
- Televizyon ve bilgisayar sistemleri multimedia gibi bir sistemde toplanabilir (İspir, 2008: 70).

Televizyonun dijital yayıncılığa geçmesi beraberinde birçok yenilik getirmiştir. Mobil teknolojilerin yaygınlaşması, maliyetinin azalması ve ulaşımının kolay hale gelmesi izleyicinin izleme alışkanlığını değiştirmesine ve dijital platformlara yönelmesine neden olmuştur. İstedikleri içeriklere, istedikleri zaman ulaşabilme olanağı yakalayan izleyici dijital platformların popülerliğini artırmıştır (Yüncüoğlu, 2019:27).

1.4.1. Kablolu Televizyon Yayıncılığı

Kablolu televizyon sistemleri koaksiyel (Birbirine geçen parçaların ya da dışlıların uymaması durumunda, arada oluşan açıklık) ya da fiber kablolar ile televizyon yayınlarını ileten ve çift yönlü iletişim, etkileşim yapısı ile tam etkileşim ve iletişim sağlayan şebeke yapılarıdır (Çelebioğlu, 1999: 5). İlk olarak ABD'de başlayan kablolu televizyon yayıncılığının ilk adımlarını bir mühendis tarafından 1944 yılında coğrafi konumdan dolayı yetersiz olan televizyon yayınları oluşturmuştur (Yüncüoğlu, 2019: 27).

Coğrafi nedenlerden dolayı yayınları iyi alamayan izleyicilere kablolu TV sistemi ile daha kaliteli yayınlar sunar. Kablolu TV yayıncılığı ile izleyiciye ulaştırmanın yanı sıra abonelerine hem yurt içi hem de yurt dışından çok daha fazla kanal olanağı sağlar. En az bir tane televizyon istasyonu kaliteli olarak alabilen bölgelere kablolar aracılığıyla

uzak istasyonlardan getirilen sinyaller ile kanal sayısı artırılırken aynı zamanda yurt dışında yapılan yayınların kablolu TV'ye taşınması da abonelerin seçeneklerini artırmıştır (Ak, 2013:12).

Kablolu yayınların Türkiye'deki ilk örneği ise Teledünya'dır. 1998 yılında başlayan kablolu televizyon yayını, çanak antenlerin oluşturduğu sorunlara çözüm için önemli bir adım olmuştur. PTT aracılığı ile gerçekleşen kablo TV yayıncılığı ilk olarak pilot uygulama olarak başlamış daha sonrasında tüm illere yayılmıştır (İspir, 2003: 87). Kablolu televizyon yayınları, yurtdışında oluşturulan yayınlar kadar çeşitlilik sağlamasa da Türkiye'de televizyonun daha kaliteli ve sürekli olmasını sağlayarak kanalların ses ve görüntü kalitelerini artırmıştır (Yüncüoğlu,2019: 27-28).

1.4.2. Uydu Yayıncılığı

Uydu yayıncılığında transponder sistem ile uyduya gelen sinyal güçlendirilerek belirlenen bölgeye iletilir. Transponderin bant genişliğine göre değişen yayınlar uydudaki antenler sayesinde tekrar dünyaya aktarılır (Çamur, 2020: 48). İlk televizyon yayını denemesi 1962 yılında Fransa'dan uzaya gönderilen Telstar1 uydusu aracılığıyla ABD ve Avrupa'da gerçekleştirilmiştir (Aziz, 2013: 70). Kısıtlı bölgelerde ve çok kısa sürelerle başlayan televizyon yayıncılığı hızlı bir şekilde gelişim göstermiş ve dünyanın her yerinden ulaşılır olmuştur (Yüncüoğlu, 2019: 28).

Dünya genelinde büyük ilgi uyandıran ve gelişimi çok hızlı bir şekilde gerçekleşen uydu yayıncılığına Türkiye'de kayıtsız kalmamış ve milli uydu sahibi olabilmek için çalışmalar başlatılmıştır. Fransız şirket ile anlaşarak üretilen Türksat 1A uydusu 24 Ocak 1994'te uzaya fırlatılmıştır. Fakat uydu 12 saat havada kaldıktan sonra infilak etmiştir. Yeni bir uydu için harekete geçen Türkiye 11 Ağustos 1994 tarihinde Türksat 1B uzaya fırlatılmış ve başarılı olunmuştur (Kırık, 2014: 6).

Uydu yayıncılığı, kırsalda karasal ve kablo yayın teknolojilerine ulaşamayan aboneler için büyük olanaklar sunmuştur. Kırsalda yaşayan bireyler için tek alternatif olmuştur. Uydu yayınının engellenememesi siyasi nedenlerden dolayı yayın yapamayan kanallar için önemli olmuştur (Çamur, 2020: 48). Doğrusal yayılma nedeni ile televizyon yayınları doğal oluşan engelleri aşamaz ve bu yayınları atmosferden yansıtamazlar. Bu

sorunlara sorunlarına çözüm olarak atmosferi bir yansıtıcı ortam olarak kullanan iletişim uyduları bulunmuştur (Akyol, 2006:33).

Uydu yayıncılığının önemli özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz;

- ✓ *Ülke büyük ve dağlıksa bir program için %100'e yakın kapsama çok aşırı şekilde verici ve aktarıcı getirmekte, buna karşı uydu yöntemi ile bir tek uydu ve çok sayıda aktarıcı ile üstelik en az 4 kez kapsama sağlanabilmektedir.*
- ✓ *Yeryüzündeki vericilere program aktarma için ayrı bir link dizgesi gereklidir. Uydu yönteminde bu tek bir linkle sağlanmaktadır.*
- ✓ *Dilenirse 1 TV kanalı yerini 16,3 (sıklık bindirimli) ses kanalı ve 8 stereo ses yayını veya 4 TV yayınının her biri için 4 değişik dilde ses kanalı ile birlikte gönderme veya bir başka düzenleme olanağı vardır.*
- ✓ *Bazı ülkeler özel iletişim uydularını yörüngeye oturtmak durumundadırlar. Aynı uyduya gerekli donatının eklenmesiyle TV yayını sorununun da çözümlenebileceği düşünülmektedir.*
- ✓ *Uydunun davranışını izleyim güdümlenecek ve ona program gönderecek dizge yer istasyonu dışında hiçbir işletme ve bakım yükü getirmemektedir (Can, 1994: 156-157).*

Uydu yayıncılığı birçok fırsat sunmasına rağmen eksik yönleri bulunmaktadır. Yüksek yükleme kapasitesi bulunması kullanıcıların Web 2.0'dan yararlanmasına engel olmuştur. Bunun dışında gecikme süresi geniş bant sisteminin kullanımını kısıtlamıştır. Ayrıca sunum hızları fibere göre düşüktür (Çamur, 2020: 48).

1.4.3. IPTV

Analog televizyon yayıncılığı, teknoloji alanında yaşanan gelişmelerle birlikte dijital yayıncılığa doğru evrilmiştir. Dijital televizyon yayıncılığının MPEG sıkıştırma tekniklerini kullanması ile yayıncılık anlayışı değişmeye başlamıştır. Bu bağlamda, dijital yayıncılık ile ortaya çıkan etkileşim kavramı yeni bir ticari pazar oluşturmaya başlamıştır. Yaşanan bu gelişmeler doğrultusunda bakır kabloların yerini fiber optik kablolar almıştır. Böylelikle internetin son kullanıcıya ulaştırması noktasında hem maliyet azalmıştır hem de bant genişliğinin artması sağlanmıştır. Dijital televizyon yayıncılığının yükselişi yeni bir sistemin ortaya çıkmasına neden olmuş ve ortaya çıkan bu sisteme dünya genelinde

IPTV denilmiştir (Özmen, 2020: 47-48). İnternet Protokollü Televizyon (IPTV) video, ses, görüntü, metin ve grafik gibi çoklu ortamları ve servislerini IP tabanlı servisler üzerinden taşıyarak önemli seviyede ses ve deneyim kalitesi sunarak; güvenli, kaliteli ve etkileşimli bir hizmet sunar (Çamur, 2020: 50). Güvenli ve kapalı bir ağ üzerinden yayın yapan IPTV televizyon üzerinden izleme olanağı sunar. IPTV internet yayıncılığından farklı olarak evdeki modele eklenen decoder isimli kod çözücü ile televizyon yayını sağlar. Televizyon kalitesinde bir izleme olanağı sunan IPTV aylık bir ödeme talep eder (Yüncüoğlu,2019:29).

IPTV, bireysel izleyiciyi ön plana çıkarmıştır. Sayısal teknoloji imkânı ile isteğe bağlı video hizmeti sunan IPTV izleyicisi istediği içeriği kaydedip istediği zaman izleyebilir. Böylelikle geleneksel yayıncılık için önemli olan zaman kavramı önemini yitirmiştir. IPTV ile geleneksel yayıncılık dışına çıkmıştır. Etkileşimli iletişim olanağı sağlayan IPTV kullanıcısına istediği hizmeti satın alma olanağı sunmuştur. Böylelikle içerik kullanıcı tercihlerine göre şekillenmiştir (Çamur, 2020: 51).IPTV'nin önemli özelliklerinden biride kullanıcının ilgi ve ihtiyacına yönelik olmasıdır. IPTV kullanıcılarına dizi, film, müzik programı, spor karşılaşmaları, haber programları gibi geniş içerik alanına sahiptir (Kuyucu,2021: 277). IPTV platformu bireye görüntülü görüşme, anlık mesajlaşma, televizyondan internet ortamları ile eşzamanlı etkileşim ve anında geri bildirim gibi kolaylıklar sağlamaktadır (Küçük, 2015: 65).

IPTV' nin genel özelliklerini kısaca şöyle özetleyebiliriz;

- Sınırsız sayıda kanal kapasitesi sunar.
- Hem isteğe bağlı içerik ve özellikleri bünyesinde barındırır hem de geleneksel video hizmetlerini de kullanıcıya aktarır.
- Çok sayıda etkileşimli hizmeti kullanıcıya sunar.
- Kapalı bir sistem barındırdığı için güvenlidir.
- IP tabanlıdır.
- Kullanıcı kendi içeriğini oluşturabilmektedir.
- Geniş bant özelliği ile bilgisayar gerekmeden internete bağlanıla bilinir.
- Eş zamanlı paylaşım yapılabilmektedir (Çiftçi, 2011: 24).

İlk IPTV yayını internet 1994 yılında Amerika'da yayınlanan World News Now programıdır (Küçük,2015:65). Türkiye' de ise IPTV çalışmaları 2008 yılında başlamıştır.

Bir buçuk yıl deneme süreci sonunda ilk IPTV platformu IPTV bu lisansı ile 3 şehirde hizmet vermiştir. 2010 yılında 5 milyon aboneye ulaşmıştır ve hiç reklam yapmamıştır. Reklam kampanyaları ise 2011 yılında başlamıştır. 2010 yılında Radyo Televizyon Üst Kurumu (RTÜK) yasal mevzuatını tamamlamıştır (Çamur, 2020: 52).

1.4.4. Web TV

Web TV veya İnternet TV televizyon kanallarının içeriklerinin bir kısmının ya da tamamının paylaşıldığı platformlardır. Bu platformlar aynı zamanda televizyon kanallarında yayınlanan yayın programlarını da eş zamanlı olarak kanallara ait internet sitelerinde sunmaktadır (Çetindağ,2018: 43). Web TV, ücretsiz yayıncılık sunar. İnternet sitesi üzerinden yüklenen videoların izleyiciler tarafından izlenebildiği platformlardır. Bu platform aynı zamanda isteğe bağlı video özelliğinin en çok kullanıldığı platformdur (Yüncüoğlu, 2019: 29).

Web TV teknolojisi televizyon, bilgisayar ve telefona bağlı olabilmektedir. Telefon hatları web sayfalarına aktararak televizyon veya bilgisayar ekranında sunulur. İçerik kablo ile modem olan hanelere iletilir. Televizyon yayınlarının tamamlanması ise bilgilerin yerel TV istasyonlarının güvence altında tuttuğu sunuculardan internet bağlantısı ile sağlanır (Çamur, 2020: 49). İnternet üzerinden izlenen televizyon yayınlarında donma, gecikme, kopma, görüntü ve ses kalitesinde bozulma gibi durumlar yaşanabilir. Çünkü, internet üzerinden izlenen televizyon yayınları herkese açık olarak ve bir internet ağı üzerinden gerçekleştiği için yoğunluk oluşması ve internet kaynaklı problemlerin olması mümkündür (Ünlü, 2020: 53). Web TV geleneksel televizyonu içermektedir. Geleneksel televizyon içerisinde sunulan her içeriği kendi bünyesinde barındırır ve sanal ortamda gösterimini yapar. Bunun dışında Web TV'nin diğer bir önemli özelliği ise, geleneksel televizyonun gerçekleştiremediklerini izleyiciye sunmasıdır. Geleneksel televizyonunun eskiyen elementlerini kullanarak onlara yeni bir işlev ve görünüm sunabilir (Demirkıran, 2010: 76).

Web TV izlemek için internet ağının olması yeterlidir. İnternet televizyonu geleneksel yayıncılık sistemlerine göre ulaşımı daha kolaydır. Web TV'de yayıncı olmak için belli bir alt yapı oluşturulmasına gerek yoktur. Bundan dolayı geleneksel yayıncılığa göre masrafı çok azdır (Yüncüoğlu, 2019: 29).

IPTV ve Web TV internet bağlantılı platformlar oldukları için birbirleriyle karıştırılmaktadırlar. IPTV ve Web TV arasındaki farkları tablo 3'deki gibi sıralanabilir:

Tablo 2. IPTV ve Web TV Arasındaki Farklar

IPTV	Web TV
Ücretli bir sisteme dahildir. Genelde televizyon aracılığıyla izlenir.	İnternetteki reklam gelirleri ile izleyiciye ücretsiz sunulur. Sadece bilgisayar aracılığıyla izlenir.
IPTV, kullanıcılara isteğe bağlı video imkânı sunarak izleyicilere programa müdahale edebilme imkânı yaratmaktadır.	Yayın akışına müdahale edilemez.
IPTV'de teknik olarak hizmet alınabilir. IPTV'de bozulmalar ve kopmalar meydana gelmez.	Web TV'de teknik olarak bozulmalar için teknik hizmet alma imkânı yoktur.
IPTV'nin içerisinde bulunan EPG (Electronic Program Guide) sayesinde mevcut program ve gelecek programlar hakkında detaylı bilgi akışı sağlanır.	Web TV'de EPG gibi bir hizmet ara yüzü yoktur. İnternetteki bilgiler yardımıyla program bilgileri elde edilebilir.

Kaynak: (Çetindağ, 2018: 40).

Web TV çok sayıda video yapımcısı tarafından sunulan bir platformdur. Yayın yapmak için internet bağlantısı gerekir. Açık bir server üzerinden görüntü aktarılır. Yayın kalitesi ile internet bağlantı kalitesi doğru orantılıdır. Web TV'de hizmet kalitesinden ziyade görüntünün iyi olması beklenir. IPTV sistemi ise dijital televizyon yayını ve video hizmetinin sağlanması içindir. IPTV'de yayın almak için STB (set top box) cihazının bulunması gereklidir (Akaydın, 2014:21).

1.4.5. OTT TV

Açılımı Over the Top olan OTT TV, kavramının Türkçe karşılığı her şeyin üzerinde anlamı taşır. Televizyon üzerinden yayıncılık hizmeti sunmak için üretilen OTT TV taşınabilir mobil cihazlar sayesinde sadece televizyondan değil bilgisayar, laptop, tablet, cep telefonu üzerinden de kullanılabilir (Yüncüoğlu, 2019:31). OTT TV teknolojisi internet üzerinden çeşitli donanımlar kullanılarak televizyon alıcıları yoluyla

da izlenebilmektedir. Apple TV, Boxe TV gibi sistemlerle de televizyon üzerinden izlenebilmektedir (Söğüt, 2020: 412). OTT ile televizyon operatörlerine ihtiyaç duymadan telekomünikasyon alt yapısı kullanılarak mevcut alt yapılar üzerinden hizmet verir. Böylelikle içerik kullanıcıya doğrudan aktarılır (Çamur, 2020: 52).

OTT TV kullanıcılarına kişiselleştirilmiş içerikler sunarak dizi, film ve belgeselleri çevrimiçi izleme imkanı sağlar. Bu içeriklerin kaydedilmesi ile de aynı zamanda çevrimdışı izleme olanağı sunmaktadır. OTT TV abonelik temelli ücretli hizmet verir. Yayınlarını açık bir internet ağı üzerinden gerçekleştirir. İnternet ağı üzerinden yayın yapıldığı için yayın kalitesi ile ilgili sıkıntılar yaşanabilmektedir. Bu problemler OTT TV'nin sorunları değil internet alt yapısından kaynaklanan sıkıntılardır. Fakat OTT TV'lerde bulunan geniş bant aralığı bu sorunların çok fazla hissettirmez (Ünlü, 2020: 54). Netflix, Hulu, Amazon Prime platformları günümüzde kullanılan en yaygın OTT TV uygulamalarıdır (Yüncüoğlu, 2019: 31). OTT platformları kullanıcının ilgi alanlarına göre farklı program kanalları sunar. Pay TV (izle öde) hizmeti ile kullanıcıya farklı tarifeler sunar. Bunlara örnek olarak Tivibu GO, TeleDünya Web, D-Smart, Digiturk Play, Turkcell TV+ gösterilebilir (Çetindağ, 2018: 46).

1.5. İNTERNET DİZİLERİ

2000'li yıllarda gelişim göstermeye başlayan internet dizileri, internet teknolojisi ile platformlar üzerinde izleyiciye gösterilen, senaryosu bulunan ve seriler halinde seyirciye sunulan yayınlardır. İnternet dizileri bilgisayar, akıllı telefon, tablet ve smart özelliği bulunan yayın cihazları üzerinden izlenebilir (Topatan, 2021: 47). İnternet ortamında yayınlanan bütün diziler için internet dizisi tanımı kullanılabilir. Süre olarak kısa, kendi web sitesi bulunan ortamlarda yayınlanan amatör veya bağımsız yapımlar da internet dizisi olarak tanımlanabilir. Son dönemlerde oldukça popüler olan sadece dizi ve film yayınlayan (Netflix, AmazonPrime, Disney+, PuhuTv, BluTv) platformlar internet dizilerinin karşılığı olarak kullanılmaktadır (Kavi, 2021: 12).

İnternet dizileri ilk başladığı yıllarda bağımsız yapımlar veya televizyona dizi kabul ettiremeyen bazı yapımcıların dizileri internette yayınlaması ile başlamıştır. Daha sonraları sadece internette yayınlanmak için yapılan içerikler ile devam edilmiştir. En son

gelenen noktada ise üretilen içeriklerin internette düzenli bir biçimde yayınlanmasını sağlamak için kurulan dijital platformlar ile popülerliğini artırmıştır (Atila, 2018: 25).

İnternet dizilerinin ilk başlangıcı 2006 yılında Youtube üzerinden başlayan yayınlar olmuştur. Bree isimli genç kızın " Lonelygirl15" adıyla yayınlanan videobloglar'dır. Sonrasında 1997 yılında ABD'de Reed Hastings adlı girişimcinin kurduğu firma müşterilerine mail yoluyla DVD filmleri ulaştırmış Sonraki yıllarda ise bu hizmeti için bir internet sitesi geliştirmiş filmlerin kiralanarak izlenebileceği online sistem daha sonra Netflix ismini almıştır. Netflix günümüzde en çok kullanıcı sayısına ulaşan en büyük içerik satıcısıdır (Topatan, 2021: 47).

1.5.1. Televizyon ve İnternet Dizileri Karşılaştırması

İletişim alanında yaşanan gelişmeler dijital yayıncılıkta da kendini göstermiş ve son yıllarda popülerliği artmıştır. Dijital yayıncılık bireylerin boş zaman aktivitelerinden biri olan televizyon izleme alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur. Televizyon programları arasında en fazla izlenen yapımlar arasında olan diziler, geliştirilen dijital platformlar sonrası televizyon dizileri ile olan rekabetini artırmıştır. İnternet dizilerinin sürelerinin kısa olması, İstenilen yerde ve zamanda izlenebilme olanağının olması, reklam sürelerinin uzun olmaması, sansür unsurunun olmaması tercih edilme nedenlerindendir (Çağıl ve Kara, 2019: 10). Televizyon dizilerinin toplumun belli kesiminden ilgi görmesine karşılık diğer kesiminden ise eleştiri ve tepkiler almaktadır. Televizyon dizilerinin toplumun tamamını memnu edememesi bireylerin bu mecradan uzaklaşmasına neden olmuştur (Atila,2018:24).

Dizi üretimlerinin televizyonun dışına çıkarak dijital platformlara geçmesi hem üretici hem tüketici için olumlu sonuçlar doğurmuştur. Televizyon için yapılan dizi maliyetleri oldukça yüksek olurken internet dizilerinde çok daha düşük maliyetler için yapılmaktadır. Bu durumda dizi yapımcısı üreticisi için olumlu sonuçlar doğurmuştur. Aynı şey tüketiciler içinde geçerlidir. İnternet dizileri için geliştirilen platformlara aylık abonelik ücreti ödeniyor olsa da kullanıcılar bu platformlarda yer alan içerikleri istedikleri mekan ve zamanda herhangi bir sınırlama olmadan izleme imkanına sahiptirler (Ünlü, 2020: 52).

Televizyon dizileri ve internet dizileri arasındaki farkları şu şekilde özetleyebiliriz;

- İçerik ve Hedef Kitleleri Farkları
- Maliyet Farkları
- Yapım ve Süre Farkları
- Oyunculuk Farkları (Atila,2018: 26-27).
- İnternet dizilerinin genel özelliklerini ise Şöyle sıralayabiliriz;
- İnternet dizileri televizyon dizilerine oranla süreleri daha kısadır. Ortalama 40-50 dakika dizi süreleri bulunmaktadır. Böylece internet dizilerinin izlenirliği daha fazla olmaktadır.
- İnternet dizi bölümlerinin kısa olması olay örgüsünün hızlı bir Şekilde ilerlemesine neden olur ve televizyon dizilerinde karŐılaŐılan gereksiz Şekilde uzayan sahneler yer almaz.
- İnternet dizilerinde uzun bir reklam akışı yoktur. Bu durumda internet dizilerinin izlenmesi için önemli bir unsurdur.
- İnternet dizilerini izlemek için belli bir gün bekleme zorunluluğu yoktur. İzleyiciler istedikleri zamanda dizi izleyebilmektedir. Dolayısıyla televizyon dizilerinde yaŐanılan bölüm kaçırma durumu söz konusu değildir.
- İnternet dizilerini izlemek için tek bir mekanda buluma zorunluluğu yoktur. İzleyiciler istedikleri yerde dizileri izleyebilirler.
- İnternet dizilerini tek bir araçtan izleme zorunluluğu yoktur. İzleyiciler telefon, tablet, bilgisayar, telefon gibi farklı medya araçlarından dizileri izleyebilmektedirler.
- İnternet dizilerinin, Komedi, dram, bilim kurgu, tarih, savaş, fantastik gibi çeşitli türleri bulunmaktadır (Palaz, 2019: 41-42).

1.5.1.1. İçerik ve Hedef Kitleleri Farkları

Televizyon dizilerinin maliyetlerinin yüksek olması, dizinin izlenme oranlarının yüksek olmasına ve dolayısıyla da yüksek reklam gelirlerinin elde edilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda televizyon kanallarında yayınlanan dizilerin toplumun her kesimine hitap etmesi gereklidir. İnternet dizilerinin ise düşük bteli olması dizilerin her kesime hitap etme zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. İnternet dizilerinde bireylerin seçici bir tutum sergilemesi, dizilerin de belli bir hedef kitlesine yönelik olmasını

sağlamıştır. Televizyon dizilerindeki senaryo, tür, konu, oyuncu benzerliklerinden sıkılan izleyici için internet dizileri bir alternatif olmuştur. Bu bağlamda internet dizilerinin hedef kitlesini de seçici olan izleyiciler olmuştur (Söğüt,2020: 4-5). İnternet dizilerinin hedef kitlesini; yönetmen, oyuncu kadrosu, maliyet gibi konulardan ziyade yapılan işin kalitesini bir bütün olarak gören seçkin izleyici grubu oluşturmaktadır diyebiliriz. İnternet dizilerinin farklı kesimlere hitap etmesi senaryo açısından da avantajlı olunmasını sağlar. Televizyonda izlemenin mümkün olmayacağı pek çok yeni türü internet için yapılan dizilerde sıkça görülmektedir (Atıla, 2018: 27-28).

1.5.1.2. Maliyet Farkları

Televizyon için yapılan dizi maliyetlerinin yüksek olması, internet dizilerinin maliyetlerinin düşük olması yapımcıların internet platformlarını tercih etmesine neden olmuştur. Artan maliyetlerin yanında düşük reyting oranlarının olması ve reklam gelirlerinin azalması da yapımcıları internete yönlendiren nedenlerden bazılarıdır. Televizyon dizilerindeki maliyetin artmasındaki en büyük pay oyuncu ücretleridir. Bundan dolayı internet dizilerinde tanınmamış oyuncuların tercih edilmesi internet dizilerinin maliyetlerini düşürmüştür (Söğüt, 2020: 6-7).

Televizyon dizilerinin maliyetlerinin yüksek olması, yapımcıları internete yönelmelerine neden olurken sanatsal yönden daha kaliteli dizileri düşük maliyet ile çekme imkan veriyor. Bu nedenle televizyon dizilerini belli yapımcıların çekmesine olanak tanınıyor. Piyasaya girebilen yapımcılar ise düşük reyting aldıklarında dizi yayından kaldırılıyor ve şirketin iflas edebilmesine neden oluyor (Ünlü, 2020: 52). Yapımcı Oytun Işık ile yapılan görüşmede bu durumu şöyle açıklamıştır;

"Dışarıdan bakıldığında televizyonlara yapılan dizilerde, sanki belirli bir grup yapımcının hegemonyası var gibi gözüküyor. Ancak durum kesinlikle öyle değil. Şimdi bir yapım denildiği zaman, bunun bir maliyeti var. Söz konusu eğer televizyon dizisiyse, bu maliyet zaten had safhaya ulaşıyor. Şu anda televizyon kanalları ödemelerini 90 günlük çekler üzerinden yapıyor. Sadece TRT bölüm yayınlandığında ödeme yapar, geri kalan tüm kanalların ödeme planı aşağı yukarı aynıdır. 90 gün demek, yaklaşık 13 bölüm dizi demek. Türkiye'deki diziler 700 bin TL ile 5,5 milyon TL arasında değişen rakamlara yapılıyor. Ortalama her bölümün maliyetini 1 milyon TL olarak kabul etsek, bir

yapımcının en az 15-20 milyon TL'lik bir yapım yükünü karşılayabilmesi gerekiyor ki, televizyona dizi yapsın. Olay tamamen mali güçten ibaret. Görüyorum ara sıra yeni bir yapım şirketi çıkıyor, bir televizyonda dizisi yayınlanmaya başlıyor. Tutarsa iyi, ama tutmazsa piyasadan silinip gidiyorlar” (Atila,2018: 34).

Televizyon dizilerinin yüksek maliyetli olması, dizinin tutmaması halinde işsiz kalınması gibi durumlar piyasaya girmek isteyenleri etkilemektedir ve onları internet platformuna çekmektedir (Ünlü, 2020: 52).

1.5.1.3. Yapım ve Süre Farkları

Maliyetin yüksek olması, reyting kaygısı gibi nedenlerden dolayı televizyon dizilerinin toplumunun her kesimine hitap edecek nitelikte olması gerekliliği dizilerin tür, konu, içerik, mekan açısından birbirine çok benzeyen yapımlardan oluşmasına neden olmuştur. İnternet dizilerinde ise televizyonun getirdiği kaygılardan uzak, yapımların hazırlık aşamasını için zamanın belirlendiği kalitenin ön planda tutulduğu işlere önem verilmektedir. İnternet dizilerinde yapımcı, yönetmen, senarist, görüntü yönetmeni bir araya gelerek dizinin planlamasının yapılması ve projenin sonuna kadar bu birlikteliği sürdürülmesi yapım kalitesini etkilemektedir. Televizyon dizilerinde ise projenin başında bir araya gelinse bile bu durumu sürdürmek imkansız hale geliyor (Atila,2018: 32).

İnternet dizileri ile televizyon dizileri arasında prodüksiyon bağlamındaki en önemli farklardan biri de yapımların süresidir. Televizyon dizilerinde süre 150 dakikaya kadar çıkmaktadır. İnternet dizilerinde ise bu süre ortalama 40-45 dakikadır (Söğüt, 2020: 8).

1.5.1.4. Oyunculuk Farkları

Televizyon ve internet dizilerinde oyunculuk anlamında farklılıkların oluşmasındaki asıl fark dizi sürelerinden oluşmaktadır. Televizyon dizi sürelerinin uzun olması oyunculuk performansının da etkilenmesine neden olmaktadır. Ard arda gelen uzun senaryoların çok kısa sürelerde çekilmesi zorunluluğu oyunculuk kalitesini etkilemiştir. İnternet dizilerinde süre sıkıntısının olmaması oyunculara role hazırlanma fırsatı sunmaktadır. Reyting ve süre kaygısı duymadan role hazırlanan oyuncuların performansları artmıştır. İnternet dizilerinin sınırlamalar ve sansürden uzak olması

oyuncuların performansını olumlu yönden etkileyen unsurlardan bir diğeridir (Söğüt, 2020: 9).

Televizyon dizilerindeki reyting kaygısı Dizi kadrosundaki oyuncuların ünlü oyunculara ulaşmasına neden olmaktadır. Tanınmamış bir oyuncunun başrolde tercih edilmesi neredeyse imkansızdır. Bu bağlamda internet dizileri kendini göstermek isteyen yetenekli oyuncular için bir fırsat sunuyor. Televizyon dizilerinin reyting nedeniyle yayından kaldırılması oyuncular için de zor bir durum haline alıyor. Sezon ortası yayından kalkan diziler sonrası oyuncuların farklı bir işe geçmeleri zorlaşıyor. İnternet dizilerinde tüm sezonun tek seferde çekilmesi oyuncular için güvence sağlamış oluyor (Atila,2018:38).

1.6. TELEVİZYON DİZİLERİ ve İZLEYİCİ TUTUMLARI

Televizyonun ortaya çıktığı dönemlerden itibaren televizyon izleyici ilişkisi değerlendirildiğinde tek taraflı bir yapının olduğu görülmektedir. Yayın içeriklerine izleyicinin herhangi bir müdahalesi veya katılımı olmamaktadır. İzleyiciler pasif konumdadır. İnternet ve iletişim alanında yaşanan gelişmelerle birlikte özellikle de yeni medyanın etkileşim özelliği sayesinde izleyiciler belirlenen rolü üstlenerek aktif olarak konumlanmıştır. Televizyon yayınlarının internet ortamına taşınması ile izleme pratikleri de değişmiştir. Dijital platformlar ile üretilen dizilerde izleyici etkileşimi artmıştır. Birden fazla bölümü ya da tüm sezonu tek seferde izleme olanağı bulan izleyici için ekran karşısında geçirdiği vakit artmıştır (Birincioğlu ve Baloğlu,2021: 551-552).

Televizyon izleme pratiğinin dönüşümünde internetin etkisi büyüktür. Önceleri karasal ağlar ile kablo ve uydular ile yayın yapan televizyon günümüzde internet aracılığıyla akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlardan izlenebilmektedir. Medya alanında yaşanan gelişmeler televizyon içeriğinin çeşitlenmesine tüketim ve kullanım alanlarının değişmesine yol açmıştır. Bu değişim sürecinde kullanılan araçlar televizyon izleme pratiklerinde de değişime yol açmıştır. Televizyonun izleme alanının ev ortamı olduğu ve aile aracı olduğu düşüncesi gelişen teknoloji ile değişmiştir. Dijital platformlara geçiş ile televizyon içerikleri evde aile ile izlenen yapımlar olmaktan çıkarak çeşitliliğini artırmış istenilen her yerde ve zamanda izleme olanağı oluşmuştur. İnternetin sağladığı imkanlar

ile izleyiciye birbirinden farklı içerikteki yapımları izleme olanağı sunulmuştur (Mallı, 2019:84).

1.7. GELENEKSEL İZLEYİCİNİN YENİ İZLEYİCİYE DÖNÜŞÜMÜ

Çağımızda neredeyse her alanda süregelen değişim ve dönüşüm televizyon izleyicisi üzerinde de kendini göstermiştir. Televizyon, internet teknolojileri alanında yaşanan gelişmelerden etkilenmiş ve bu değişime ayak uydurmuştur. Geleneksel televizyon yayıncılığında yaşanan değişimler televizyon izleyicisinin de dönüşümüne neden olarak izleyicilerin izleme alışkanlıklarını ve davranışlarını etkilemiştir (Öztürk, 2020: 49). Televizyon yayıncılığı 20. Yüzyılda başlamıştır. Bu yüzyılın sonuna kadar televizyon geri besleme kanalından yararlanmamıştır. İzleyici ve yayıncı arasında tek yönlü bir iletişim olmuş ve izleyici hep edilgen konumda kalmıştır (Taşdelen, Kesim, 2014: 269).

Geleneksel televizyon yayıncılığı, gelişen teknolojiye uyum sağlayarak değişim yaşamıştır. Bu noktada aktifleşen izleyici daha etkin bir role sahip olmuştur. Etkinliğini artıran yeni izleyici, seçtiği içeriklere akıllı cep telefonları, tablet, bilgisayar gibi farklı cihazlarla erişim olanağı yakalamıştır. Geleneksel televizyonun aksine sadece kendisine sunulan içerikleri değil, beğeni ve talepleri doğrultusunda oluşan içeriklere erişim imkanı yakalamıştır (Bağcı,2021: 192).

Geleneksel televizyon yayınlarında izleyici pasif konumda yer almaktaydı. İzleyici sadece kendisine sunulan yayınları tüketen kişiler olarak tanımlanmaktaydı. İzleyici yayınlanan programlara telefon ile katılım göstererek etkileşimde bulunabiliyordu. İnternet bağlantılı televizyonlarda ise izleyici pasif konumdan aktif konuma geçmiştir. Yayınlarda aktif olan izleyici, sunulan içeriklere katılım gösterebilir, mekan ve zaman fark etmeksizin dijital cihazlarla istediği içeriği izleyebilir, paylaşım yapabilir, yorumda bulunarak anında geri dönüt alabilir hale dönüşmüştür. Dolayısı ile izleyici sadece tüketici olmaktan çıkarak hem üretici hem de tüketici konumuna gelmiştir (Yüksel, 2022: 527).

Geleneksel yaklaşımda izleyici demografileri ile düzenlenen yayın içerikleri yeni yayıncılık sisteminde, izleyici kitlesini daha kısıtlayıcı tutarak izleyicinin özel ilgi alanlarına, beğenilerine ve taleplerine göre oluşturulmuştur. İzleyicinin talepleri ve

istekleri yayın içeriklerini belirlemiştir. Geleneksel televizyon yayıncılığında prime time olarak adlandırılan bu zaman dilimi yeni yayıncılık sisteminde önemini kaybetmeye başlamıştır. Yayın için önemli olan nokta istenilen yer ve zamanda izleyiciye geniş bir yelpazede çeşitli içerikler sunmaktır (Bağcı, 2021: 192).

Geleneksel televizyon izleyicisinden farklı olarak yeni izleyici kitlesinin özelliklerini şöyle sıralayabiliriz;

- Yeni izleyici geleneksel televizyon izleyicisinden farklı olarak yayın içeriklerini istedikleri yerde, istedikleri zaman izleyebilme olanağına sahiptir.
- Yeni izleyici yayınları sadece tüketici olarak ve pasif bir şekilde izleme konumundan ayrılarak izlediği yayına veya programa aktif bir şekilde katılabilir, yorumda bulunabilir. Yeni iletişim ortamları sayesinde hem tüketici hem de üretici konumunda yer alabilir.
- Yeni izleyicide bireysel ve kişiselleştirilmiş televizyon anlayışı hakimdir. Gelenekselden farklı olarak izleyici kendi beğenisi doğrultusunda yayınları takip eder veya satın alır.
- Yeni izleyici televizyon izleme eyleminde bulunurken bilgisayar ve internet yakınsaması sonucu oluşan teknoloji ile alışveriş yapabilir, bankacılık işlemlerini halledebilir, sosyal ağlarda paylaşım yapabilir. Kısaca yeni izleyici televizyon izleme eylemi sırasında farklı birçok işi aynı anda gerçekleştirebilir.
- Geleneksel televizyon yayınlarında pasif konumda olan izleyici, internet bağlantılı televizyon yayınlarında interaktif bir yapıya sahip olmuştur (Öztürk, 2020: 50).

Yeni yayıncılık sistemleri ile televizyon sadece planlanmış yayınları aktarmakla kalmayıp, çeşitli konularda ve farklı zaman dilimlerinde, farklı konumlardan isteğe bağlı olarak izleyicinin istediği içeriğe erişim olanağını sağlamıştır. Son zamanlarda televizyon yayıncılığının yanında ortaya çıkan Online dizi ya da film izleme platformları da izleyicideki dönüşümleri artırmıştır. Dijital platformların izleyiciye sunduğu seçeneklerin çeşitliliği, izleyici odaklı olması, kişiselleştirilmiş içerikler sunması, farklı cihazlardan

izlenebilme olanağının olması gibi yenilikler sunması izleyiciyi bu platformlara yöneltmiştir (Özgün, Treske, 2020: 114-115).

İnternet ve televizyon yakınsaması ile birlikte değişim yaşayan televizyon sistemleri izleyici davranışlarının da değişmesine neden olmuştur. İzleyicinin aktif bir rol aldığı yeni televizyon sistemleri seyircinin farklı deneyimler yaşamasını sağlamıştır. Televizyon içeriklerinin internet bağlantılı cihazlar üzerinden tüketilmesi televizyonun sınırlı yapısını değiştirmiştir. Televizyon yayınları her yerden ve istenilen zaman ulaşılabilen bir yapıya dönüşmüştür. Dolayısıyla televizyonun internet karşısında yok olacağı düşüncesinin gerçekleşmediği görülmektedir. Televizyon internet teknolojileri ile dönüşüm yaşayarak bu teknolojiye uyum sağlamıştır (Öztürk, 2020: 50). İzleyici ile yayıncı arasındaki etkileşimi güçlendiren yeni televizyon yayıncılığı izleyicinin beklentisini önemli bir unsur olarak kabul etmiştir. Sosyal medya platformları aracılığıyla tek bir tuş ile televizyon kanallarına, yapımcılara, senaristlere, oyunculara ulaşabilen izleyici televizyon içeriklerine dolaylı yoldan olsa da müdahalede bulunabilmeyi başarmıştır. Bu sonuçlarla birlikte televizyon yayıncılığı da izleyici merkezli olmaya başlamıştır (Yüksel, 527: 2022). Özellikle de son yıllarda tüm dünyada ve ülkemizde de oldukça popüler olan online dizi izleme platformları barındırdığı özelliklerden dolayı izleyicileri kendisine çekmekte ve dizi izleme alışkanlıkları dijital izlekte devam etmektedir.

1.8. GELENEKSEL TELEVİZYONDAN DİJİTALE DEĞİŞEN DİZİ İZLEME PRATİKLERİ

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte bu alanında yaşanan gelişmeler dijital yayıncılığında hızlı bir biçimde ilerlemesine neden olmuştur. İnsanların boş zamanlarını değerlendirdiği aktivitelerin başında yer alan televizyon izleme alışkanlığı da internet dizilerinin ortaya çıkmaya başlaması ile değişmiştir (Çağıl ve Kara, 2019: 10). Dijitalleşme aynı zamanda televizyonun teknolojisini, medya politikalarını, dağıtımını ve ekonomisini de değiştirmiştir. İnternetin yaygınlaşması dağıtım olanaklarını artırmıştır. Televizyonda yayınlanmayan diziler internet aracılığı ile izleyiciye ulaşmıştır (Ateşalp ve Başlar, 2020: 111-112).

Televizyon yayıncılığı birçok yenilik ile yayın hayatına devam etse de izleyici için zamanla kısıtlayıcı bir nesne halini almıştır. Mobil teknolojisini yaygınlaşması ve ucuzlaması ve ulaşılabilir olması izleyiciyi dijital platformlara çekmiştir. Bu platformlarla birlikte izleyiciler aynı zamanda kullanıcı olarak izleme pratiklerini sürdürmüşlerdir. Televizyonun sunduğu içerik akışından ziyade kendi belirlediği içerik türlerini izlemeye başlamıştır. Bu durumda beraberinde daha hızlı bir tüketimi ve bireyselleşmeyi getirmiştir (Yüncüoğlu, 2019: 27).

İnternette yayınlanan dizilerin televizyon dizilerine göre yayın periyotları da farklılık göstermektedir. Televizyon dizilerinde her hafta bir bölüm izlenirken internet dizilerini genellikle tüm sezonu ya da birkaç bölüm birden izleme olanağı bulunmaktadır. Televizyonda yayınlanan dizi için en az bir hafta beklenirken, internet dizilerinde tüm bölümler aynı anda izlenebilir (Oduncu ve Karaduman, 2021: 77).

1.8.1. Dizi Gösterim ve İzleme Pratiklerindeki Değişimler

Televizyonun dijitalleşmesi, program yapım süreçlerinin de değişmesine sebep olmuştur. Kameraların dijitalleşmesi, yapımların daha ucuza mal edilmesi, telekomünikasyon ağına bağlanabilmesi, dijital kurgu yapabilmesi, akıllı telefonlar ile canlı görüntü aktarımı yapabilmesi, sosyal medya entegrasyonunu sağlayabilmesi gibi nedenler televizyonu yeniden konumlandırmaya zorlamıştır. Bu bağlamda televizyonun tablet, akıllı telefon gibi cihazlarla etkileşiminin artması televizyonun dönüşümünde etkili olmuştur (Söğüt, 2020: 3).

Dijital platformlarda yer alan dizilerin popülerliğinin her geçen gün artması geleneksel dizi izleme alışkanlığının da değişmesine neden olmuştur. Dizi sürelerinin kısa olması, istenilen yer ve zamanda izleme olanağının olması, sansür unsurunun daha az olması, etkileşime olanak sağlaması, tüm sezonun birden izleme fırsatının sunulması, reklam sürelerinin uzun olmaması gibi nedenler izleyicinin internet dizilerini tercih etme nedenlerini oluşturmaktadır. İnternet dizilerinde etkin bir konumda olan izleyici televizyon dizilerinde ise etkisiz olmaktadır. Dizilerin yanında televizyonda gösterime sunulmasını beklediği filmleri de dijital platformlar sayesinde istediği şekilde ve istediği zaman izleme olanağına sahiptir (Çağıl ve Kara, 2019: 10-11).

İnternet izleyicilere geleneksel izleme pratiklerinden farklı olarak yayını durdurma, ileri, geri alma, istenilen sahneyi tekrar izleme, istenmeyen sahnenin geçilmesi gibi fırsatlar sunmuştur. İzleyicinin dijital platformlar ile televizyonda yer alan dizi aralarında verilen reklamları izleme zorunluluğu yoktur. İnternet ortamında yer alan dizileri seyreden izleyici, yayına kendi istediği zaman ara verme istediği zaman tekrar izleme olanağı bulunmaktadır. Dolayısıyla internet izleyiciye zaman bakımından genişlik sağlamaktadır (Ergüney, 2017: 55-56).

Dijitalleşme sadece kullanma ve izleme biçimlerini değil aynı zamanda yapım biçimlerini de değiştirmiştir. Dijital platformlar kişileştirme özelliklerine sahiptir ve bu şekilde üyeliği bulunan kullanıcılara beğenisine, izleme geçmişine, arama verilerine göre oluşturulan içerikler sunulmuştur (Karabağ, 2021:13).

Dijital platformlar sadece dizi izleme alışkanlıklarını değil boş zaman algılarını sosyalleşme pratiklerini de etkilemiştir. Dolayısıyla dijital platformlar kişiler için hem sosyalleşebildiği hem de boş zaman aktivitelerini gerçekleştirebildiği bir alan oluşturmuştur (Birincioğlu ve Baloğlu,2021: 553).

1.8.2. Aşırı İzleme

Binge-watching kavramı, Türkçeye aşırı izleme olarak çevrilmiştir. Genel olarak izleme içeriklerinin yoğun tüketimi olarak tanımlanmaktadır (Topatan, 2021: 51). Aşırı izleme kavramı, ilk olarak 2013 yılında İngilizce Oxford sözlüğüne eklenmiştir. Art arda sürdürülen izlemeyi ifade eder (Ateşalp ve Başlar,2020:114). Aşırı izleme kavramı herkes için değişebilen bir olgu olduğu için genel anlamda bir dizinin tek seferde iki üç bölüm izlenmesi olarak değerlendirilmiştir. Buradaki aşırılık kavramı geleneksel televizyon yayın akışı içerisindeki program içeriği ile kıyaslanmaktadır. Televizyonda izlenen dizinin bir bölümü yayınlanmaktadır ve izleyici bunu tüketmektedir. Bu noktada günde bir sezonu izleme 'aşırı' olarak nitelendirilmektedir (Gümüş, 2021:154).

Aşırı izleme kendini televizyon dizilerine kaptırmış yapımda rol alan oyunculara karşı yoğun duygular besleyen izleyiciler için tercih edilen bir izleme biçimi olmuştur. Dijital platformların gelişmesi ile birlikte aşırı izleme geleneksel televizyon izleyicinin ilgisini çekmeye başlamıştır. Dijital platformların popülerliğinin artması ile birlikte aşırı izleme kavramı da evrensel bir boyuta taşınmıştır. Dijital platformların kendilerini

güncellemeleri aşırı izleme deneyimini kolaylaştırmıştır. Aşırı izleme için izleyicinin sadece ekran karşısına geçerek istediği dijital platforma giriş yapması yeterlidir. Ayrıca bu platformlar içerikleri her kesimden ve yaş grubundan kullanıcının deneyimine sunmuştur. Böylelikle aşırı izleme eylemini her yaş grubundan kullanıcı kullanma olanağı yakalamıştır (Çaycı, 2021: 406).

Aşırı izleme üzerine yapılan çalışmalar bu eylemin dramalar üzerinde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. İnternet ağı üzerinden çeşitli türlerde video içeriği bulunsa da en fazla tercih edilen tür dramalar olmuştur. Aşırı izleme üzerine yapılan araştırmalarda izleyicilerin izleme nedenleri arasında zaman geçirme isteği, dinlenme, eğlenme, sıkıntı giderme, yorgunluk atmak, sorumluluklardan veya stresten uzaklaşmak yer almaktadır (Özel ve Durmaz, 2021: 368-371).

Teknolojik gelişmeler sonrası izlenecek içeriklere erişimin kolay olması, izleme şeklini, zamanını ve mekanını izleyicinin kendi tercihiye göre belirlenebilmesi aşırı izleme nedenlerinden biridir. Aşırı izleme geleneksel televizyon dizilerinde her hafta yayınlanan ve planlanan yayın akışını izlemekten farklı bir durumdur. Aşırı izlemede tüm sezonu veya bölümlerini aynı anda izlemeyi ifade eder (Gümüş, 2021:54).

Aşırı izlemenin nedenlerinden biride içeriklerin tek bir araçtan izleme zorunluluğunun olmamasıdır. İzleyicilerin istedikleri içerikleri tablet, telefon, bilgisayar gibi araçlardan izleme imkanının olması aşırı izlemenin artmasına neden olmuştur. Dijital platformlar ile birlikte dizi ve film içeriklerinin çeşitlilik sunması aşırı izlemenin nedenlerinden birini oluşturmaktadır (Çaycı, 2021: 405).

İKİNCİ BÖLÜM

YENİ İLETİŞİM PLATFORMU NETFLİX

2.1. GEÇİŞTEN GÜNÜMÜZE NETFLİX

Netflix, 1997 yılında Reed Hastings ve Marc Randolph tarafından Kaliforniya'da kurulmuştur. Netflix kurulduğu ilk dönemde DVD satış ve kiralama hizmeti sunmuştur (Sohtorik, 2022: 62). Şirket sonraki yıllarda hizmet şeklini teknolojik yeniliklerle geliştirerek internet üzerinden dizi, film, belgesel izleme imkanı sunarak çalışma alanını genişletmiş ve sağladığı bu hizmeti dünyanın birçok ülkesine sunmaya başlamıştır (Aktaş, 2021: 60). Netflix, kullanıcılarına sunduğu uygulama ile istedikleri filmlere kolayca erişebilmelerini sağlamıştır. Başlık, oyuncular, yönetmen, tür gibi seçenekleri bulunan uygulama ile kullanıcıların film zevklerini tespit ederek bir veri havuzu oluşturmuştur. 1999 yılında DVD'nin popüler olması nedeniyle bu alana yoğunlaşan Netflix, abonelik hizmeti geliştirmiştir. Netflix platformu belirli bir ücret karşılığında sınırsız DVD kiralamaya başlamıştır (Çamur, 2020: 57).

Netflix şirketi, 2000'li yıllarda üyelerine daha iyi bir hizmet sunabilmek için dizi ve film derecelendirmelerini yapabilecekleri bir sistem geliştirdi. Sonraki yıllarda da gelişimini sürdüren Netflix 2005 yılına geldiğinde 4,2 milyon abone sayısına ulaşmıştır. 2007 yılında ise Netflix şirketi, kullanıcıların kişisel bilgisayarlarından dizi, film ve programları anında izleyebilecekleri bir sistem geliştirdi. 2008- 2009 yıllarında Blu-Ray oynatıcılar, TV set kutuları, PS3, internet bağlantılı cihazlarda yayın yapabilmek için tüketici elektroniği şirketlerle iş birliği yaparak dijital yayıncılığa ilk adımını atmış oldu (Özmen, 2020:60).

2010 yılı itibari ile kullanıcılarına sınırsız film ve televizyon programı indirebilme olanağı sağlayan bir sistem geliştirmiştir. 2017 yılında şirketin içerik yatırımları için 6 milyar dolar bütçe ayırmıştır. 2019 yılında bini aşan dizi içeriğine sahip olmuştur. 2022 itibari ile abone sayısı 200 milyonu almıştır (netflix.com).

Netflix'in dünyaya yayılma süreci şu şekilde sıralanabilir;

- DVD kiralama fikrini hayata geçirmek için bir araya gelen Reed Hastings ve Marc Randolph Netflix'i kurdu (1998).

- Netflix kurulduktan sonra abonelik hizmetini başlattı. Üyelerine sınırsız DVD kiralama olanağı sunuldu (1999).
- Kullanıcı tercihlerini ön planda tutmak için kişiselleştirilmiş film ve dizi öneri sistemi kullanılmaya başlandı (2000).
- Üye sayısı 1 milyonu aştı (2003).
- Kullanıcılar için özel profil oluşturma seçeneği sunuldu (2005).
- Üye sayısı 5 milyona ulaştı (2006).
- Üyelerin dizi ve filmleri anında izlemesine olanak tanıyan yayın özelliği hayata geçirildi (2007).
- Netflix; Xbox 360, Blu-ray oynatıcılar ve TV alıcı kutularında yayın yapılmasını sağlamak için tüketici elektroniği markalarıyla ortaklık kurdu (2008).
- Üye sayısı 10 milyonu aştı (2009).
- Netflix, Kanada'ya geldi ve yayın özelliği mobil cihazlarda kullanıma sunuldu. İlk özel çocuk deneyimi, yayın üzerinde faaliyete geçti (2010).
- Netflix, Latin Amerika ve Karayipler'de faaliyete geçti. Uzaktan kumandalarda ilk kez Netflix düğmesi görülmeye başlandı (2011).
- Netflix 25 milyon üyeye ulaştı ve Birleşik Krallık'a, İrlanda'ya ve Kuzey Ülkeleri'ne adım attı (2012).
- "House of Cards", "Hemlock Grove", "Arrested Development" ve "Orange Is the New Black" ilk orijinal dizilerin öncülüğünü yaptı. "House of Cards" üç Primetime Emmy ödülü kazanarak internet yayıncılığı hizmetinde bir ilke imza attı. Profiller ve Listem özellikleri, yayın deneyiminde yerini aldı (2013).
- Üye sayısı 50 milyonu aştı. Netflix, Ultra HD 4K yayına başladı (2014).
- Netflix 130 ülkede daha faaliyete geçerek 190'dan fazla ülkede bulunan üyelerine 21 farklı dilde hizmet vermeye başladı. Çevrimdışıyken ve seyahat ederken izleme olanağı sunan İndirme özelliği eklendi (2016).
- Dünya çapında 100 milyon üyeye ulaştı. İntroyu Atla düğmesi gibi izleme deneyimlerini özelleştirmeleri için üyelere daha fazla seçenek sundu. Ebeveyn kontrollerini geliştirme çabaları kapsamında PIN koruması özelliği kullanıma sunuldu (2017).

- Üye sayısı 200 milyonu aştı. Buna ek olarak, 2022 sonuna kadar sera gazı emisyonunda net sıfır hedefine ulaşmayı planladığını duyurdu. Netflix, mobil oyunları faaliyete geçirdi (2021) (about.netflix.com).

Netflix'in başarılı olmasının en temel noktalarından birisi kullanıcılarına yönelik analizlerini doğru yapmasıdır. Netflix, kullanıcılardan aldığı veriyi en iyi şekilde kullanarak müşterilerinin zevk ve beğenilerine yönelik başarılı tercihler sunmaktadır (Türker vd; 2021: 1271). Netflix'in güçlü ve etkili öneri ağına sahip olması başarısının anahtarıdır denilebilir. İçerik oluşturduğu farklı türleri ile çok sayıda başlığı bir arada toplayarak kişiselleştirilmiş bir deneyim sistemine sahip olması popülerliğini sürdürmesindeki en önemli unsurlardan biridir. Netflix'in başarılı olmasının ve bu durumu sürdürmesinin nedenleri şöyle sıralanabilir: kullanıcılarına sunduğu kolaylıklar, ödeme konusunda sunulan kolaylıklar, platforma erişimin cep telefonu, tablet, bilgisayar, televizyon gibi farklı seçeneklerden gerçekleştirilmesi, durdurma, yavaşlatma, hızlandırma gibi fonksiyonlarının bulunması, kullanıcıların istedikleri zaman, istedikleri süre boyunca hiçbir reklam unsuruna maruz kalmadan içerikleri izleyebilmesidir (Sohtorik,2022: 62).

Netflix, Türkiye'ye 2016 yılında girmiştir (hürriyet.com.tr).2017-2020 arasında Türkiye'de Netflix abone sayıları şöyledir; 2017 yılında 117,5 bin, 2018 yılında 2344 bin, 2019 yılında 3974 bin, 2020 yılında ise 6063 bin kişi Netflix abonesi bulunmaktadır. 2021 yılında ise 3,5 milyon aboneye ulaşmıştır (Gürkan,2022: 29). Türkiye pazarına girdiği günden beri ilgi ile karşılaşan Netflix, izleyicilere kaliteli içerik üretmesi ve dünyanın farklı ülkelerinden dizi, film ve belgeselleri izleyiciye sunması, reklamsız, sansürsüz ve kaldığın yerden devam etme seçeneklerinin olması kullanıcıya getirdiği yeniliklerdendir (Aktaş, 2021: 60).

Kısaca Netflix 'in 1997 yılından itibaren başarı grafiğini artırarak sürdürmesini şöyle sıralayabiliriz;

- ✓ Yeni olması
- ✓ Hızlı olması
- ✓ Çözüm odaklı olması
- ✓ Özgür olması
- ✓ Kullanıcı temelli ilerlemesi

- ✓ Esnek olması
- ✓ Kişisel olması
- ✓ Etkileşimli olmasıdır. (Özmen, 2020: 62).

2.2. NETFLIX'İN KURUMSAL BİÇİMİ

Netflix kurumsal markası, 1997 yılında film kiralama şirketi olarak başladığı yolculuğunda tamamen kendisi için üretilen film ve diziler çekmeye başlaması ile dünya genelinde popülerlik yakalamış ve farklı ülkelere yayılmaya başlamıştır. Netflix, 2016 yılında ise tüm dünyada yayınlanan dijital medya platformu olmuştur. Netflix, beş farklı ürün hattına sahiptir. Netflix medya platformunun ana hatlarından biri Netflix dizileridir. Netflix medya merkezinin verilerine göre ortalama bir Netflix dizisi izleyen kişi sayısı 5 milyondur. Netflix 'in ikinci ana ürünü sinema filmleridir. Netflix'in diğer ürün hatlarını ise belgesel ve animasyonlar oluşturmaktadır. Netflix ayrıca kendi ürünü olmayan farklı ürünleri de platformunda yayınlamaktadır (Türker vd; 2021: 1271).

Netflix sekiz kişilik yönetici kadrosuna sahiptir. Reed Hastings Netflix'in CEO'su ve aynı zamanda kurucu üyesidir. 1960 yılında Amerika'da doğmuştur. Teknoloji yazılım mühendisliği yaptığı sırada Netflix ortaklarından Marc Randolph 1997 yılında bir araya gelerek Netflix'i kurmuşlardır (yeniisfikirleri.net). Netflix'in içerik direktörü Ted Sarandos'dur. 2000 yılından beri Netflix'te çalışmaktadır. Jackie Lee-Joe Netflix' in yönetici kadrosunda yer alan isimlerdendir. 2019 yılında pazarlama direktörü olarak görev yapmaya başlamıştır. Jessica Neal, ürün mühendisliği bölümünde insan kaynaklarının başındaki isimdir. Rachel Whetstone, 27 Ağustos 2018 yılında Netflix'te iletişim yöneticisi olarak çalışmaya başlamıştır. David Hyman Netflix'te genel danışman olarak görev yapmaktadır. Greg Peters Netflix' in global gelişme direktörüdür. Spencer Neumann ise Netflix'in finans direktörüdür (media.netflix.com).

2.3. NETFLIX'İN KULLANCILARA SUNDUĞU OLANAKLAR

Netflix 2020 yılında kullanıcılarına Türkiye'de 1 aylık ücretsiz abonelik kampanyası başlatmıştır. Fakat kullanıcıların sürekli hesap açması nedeniyle kampanya kaldırılmıştır. Netflix, kullanıcılarına ücretsiz deneme sürümü ve üç farklı üyelik seçeneği sunmuştur. Bunlardan birincisinde içerikler standart çözünürlükte ve tek bir cihazdan

izlenebilmektedir. İkincisinde yüksek çözünürlük ve iki farklı cihazdan izleyebilme olanağı sunulmuştur. Üçüncü seçenekte ise ultra yüksek çözünürlükte ve dört farklı cihaz üzerinden izleyebilme ve içerik indirebilme olanağı sunulmuştur (Erdem, 2021: 36).

Yeni medya teknolojilerinin gelişimi ile izleyici konumu da değişmiştir. Pasif konumda olan izleyici bu teknolojilerle birlikte aktif olmuştur. Aktif konuma geçen izleyici neyi, nasıl ve ne zaman izlemek isteyeceğine kendi karar vermek istemektedir. İzleyiciler izledikleri içerikler üzerine geri bildirim yapma gereği duymaktadır. Bu noktada, Netflix'in izleyici tarafından tercih edilme nedenleri arasında; içeriklerin süresinin kısa olması, sansür unsurunun olmaması, telefon, tablet, bilgisayar, televizyon gibi farklı cihazlardan izlenebilmesi, istenilen yer ve zamanda izlenebilmesi, İnternet bağlantısının olmadığı durumlarda depolama olanaklara sahip olması şeklinde sıralanabilir (Gürkan, 2022: 26).

Netflix'in izleyiciye sunduğu olanaklardan bir tanesi de tek bir hesap üzerinden farklı hesap profilleri oluşturulabilmesidir. Kullanıcılar, tek bir hesap ile kişiselleştirilmiş farklı profiller oluşturabilmektedirler. Netflix kullanıcıları oluşturdukları hesap ile özel olarak dil tercihi yapabilir, kişiselleştirilmiş film ve dizi listesi oluşturabilir, hız ve çözünürlük ayarlarını değiştirebilirler (Erdem, 2021: 37). Netflix'te sunulan dizilerin tüm sezonunu aynı anda izleyebilme olanağının olması, izleyiciyi kendine çeken noktalardan birisidir. Böylelikle izleyici dizinin diğer bölümü için bir hafta beklemek zorunda değildir (Aydınhan, 2021: 36).

Netflix'in izleyiciye sunduğu bir başka olanakta hediye kartı uygulamasıdır. Bu uygulama ile başka bir Netflix kullanıcısının abone ücreti ödenebilir. Netflix'te ayrıca indirme özelliği bulunmaktadır. Kullanıcılar daha sonra izlemek üzere istedikleri içerikleri indirme imkanına sahiptir. İndirilen içerikler çevrimdışı izlenebilmektedir. Ayrıca Netflix'de, kullanıcıların izlemek istedikleri içerikleri belirtebildikleri bir form bulunmaktadır. Netflix kullanıcı ara yüzünde bulunan bu formu dolduran kullanıcılar istedikleri içeriklerin taleplerini iletmektedirler (Erdem, 2021: 37).

Netflix, üyelerinin yaşadıkları sorunları hızlı bir şekilde çözebilmek için bir yardım merkezi kurmuş ve buradan yapılan canlı sohbetler ile sorunların hızlı bir şekilde çözülmesi sağlanmıştır. Bunun dışında Netflix'te yaşanan en önemli problemlerden olan kategori sorunu NetflixCodes adında açılan site ile çözülmüştür. İzleyiciler film veya dizi

türü aramak için platformun ara yüzüne isim yazdıklarında karşısına karışık algoritmalar ile belirlenen film veya dizi kategorileri çıkmaktadır. Oluşturulan bu site ile karışık kategori algoritmasına çözüm bulunmuştur. İzleyici istediği içeriğe kolayca ulaşmış ve karmaşıklık ortadan kalkmıştır (Aydınhan, 2021: 36).

2.4. NETFLIX İÇERİKLERİ

Netflix platformunda yerli ve yabancı filmler, diziler, belgeseller, televizyon şovu çocuk ve yetişkin türünde farklı içerikler bulunmaktadır. Netflix orijinal dizi içeriklerine Hakan: Muhafız, Atiye, Aşk 101, Bir Başkadır, The Queen's Gambit, La Casa De Papel, Black Mirror, Stranger Things, Dark yapımları örnek verilebilir. Orijinal film içeriklerine ise The Irishman, Marriage Story, Murder Mystery, Bird Box, The Two Popes ve Bright gibi yapımları örnek verilebilir (Erdem, 2021: 2021).

Netflix üyeleri, dünyanın birçok yerinden Netflix'e erişim sağlasa da her yerde farklı içeriklere ulaşmaktadır. Netflix, bazı filmleri telif hakları nedeniyle her ülkede gösterime sunamamaktadır. Bundan dolayı ülkelerde izleyiciye sunulan içerik sayısı farklılık göstermektedir. Amerika'da kullanıcılar 4 binden fazla filme ve 1326 TV şovuna erişim sağlayabilirken Türkiye'deki kullanıcılar ise 194 TV şovuna ve 511 filme ulaşmaktadır (finder.com). Netflix hizmet verdiği bütün ülkelerde yerel içerikler üretmeye özen göstermektedir. Türkiye'de, Netflix içeriklerinin çoğunluğunu yabancı yapımlar oluşturmaktadır. Fakat yerli yapımların çeşitliliği de her geçen yıl artmaktadır (Demircan, 2021: 25).

Netflix izleyiciye dizi ve film olmak üzere iki farklı içerik çeşidi sunmaktadır. Diziler kendi içinde, anime, Amerikan dizileri, Asya yapımları, komedi, bilim kurgu, çocuk gibi 19 farklı alt türden oluşur. Film kategorisinde ise aksiyon, bağımsız, gerilim, yerli filmler, çocuk ve aile gibi 18 farklı tür yer alır (netflix.com).

Netflix orijinal içerik olarak film alanında kısıtlılık gösterse de dizi sektöründe iyi bir konumdadır. Netflix' in orijinal Kategorisinde İkarus, 13. Madde, On My Skin, La Enfermedad Del Domingo, Vırunga, Gülü, Winter On Fire, İlk Maç, A Sun, Dünya Demokrasinin Sınırı, The King, Rüzgârı Dinleyen Çocuk, The Platform, Kum Fırtınası, Sonsuz Siper, The Hater, Alı's Wedding gibi birçok Netflix yapımı orijinal film bulunmaktadır. Dizi kataloğunda ise Vis a Vis, La Casa De Papel, Narcos, Dark, Lost In

Space, The Last Kingdom, Stranger Things, Travelers, Altered Carbon, Messiah, Lucifer, The Witcher, Sense8, Another Life, Raising Dion, Freud, Orange Black, The Crown, Marco Polo, El Chapo gibi birçok orijinal dizi bulunmaktadır (netflix.com).

Netflix'in ilk orijinal Türk içeriği olan "The Protector" diğer adıyla "Hakan Muhafız" 14 Aralık 2018'de yayınlanmıştır. Hakan Muhafız ilk Türkçe içerikli dizidir. Dizinin bu özelliği sosyal medyada büyük ilgi görmesine neden olmuştur. İlginin fazla olmasından sonra dizinin üçüncü sezonu da yapılmıştır (Gürkan, 2022: 30). Günümüz İstanbul'unda geçen dizinin kadrosunda Çağatay Ulusoy, Ayça Ayşin Turan, Burçin Terzioğlu, Hazar Ergüçlü, Mehmet Kurtuluş, Engin Öztürk gibi oyuncular yer almaktadır. 4 sezon yayınlanan dizinin konusu şu şekildedir; Dünyada insanların sonunu getirecek yedi ölümsüz ortaya çıkmıştır. Bu yedi kişi dünyada açlık, kıtlık savaş ve doğal afetlerin oluşmasına neden olmaktadır. Dünyayı ölümsüzlerden kurtarmakla görevli muhafızlar ve onların sadıklar grubu vardır. Muhafızların görevi her koşulda görevlerine sadık kalarak ölümsüzleri ortadan kaldırmaktır. Ancak insan görünümüne sahip bu ölümsüzleri ayıtmak ise biraz zordur (netflix.com).



Şekil 5. Hakan Muhafız Dizi Afişi (netflix.com)

Netflix'in ikinci Türkçe orijinal içeriği olan "Atiye" dizisi 27 Aralık 2019 tarihinde yayınlanmıştır (netflix.com: 2022). Atiye dizisi de aynı şekilde sosyal medya da fazlaca ilgi görünce ikinci sezonu da hemen çekilmiştir. Bu bağlamda, sosyal medyada dizilere yönelik beğeniler ve etkileşimlerin ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır (Gürkan, 2022: 30). Oyuncu kadrosunda Mehmet Günsur, Metin Akdülger, Melisa Şenolsun, Başak Köklükaya, Civan Canova gibi oyuncuların yer aldığı dizinin konusu şöyledir; Atiye dizisi gizemli sırlara sahip olan bir desenin gizemini ortaya çıkarmak ressam olan Atiye ve tarihçi olan Erhan'ın sırları üzerine kuruludur. Dünyanın tarihini ve sahasını değiştirecek gizemli bir sır vardır. Bu sır ise Gaziantep sınırları içinde yer alan Göbeklitepe' de saklıdır ve bu sırrı açığa çıkaracak tek kişi ise ressam olan Atiye'dir. Atiye'nin bu gizemli sırrı ortaya çıkarmasında ona tek yardımcı olacak tek kişi ise bir arkeolog olan Erhan'dır. Fakat bu sırrın gün yüzüne çıkmasını istemeyen dış kaynaklı güçler bulunmaktadır. Dizi bu sırrın ortaya çıkarılması için yaşanan zorlukları anlatmaktadır (netflix.com).



Şekil 6. Atiye Dizi Afışı (netflix.com)

Oyuncu kadrosunda Pınar Deniz, Kubilay Aka, Alina Boz, Kaan Urgancıoğlu, Mert Yazıcıoğlu, Selahattin Paşalı gibi oyuncuların yer aldığı bir başka Netflix yapımı orijinal dizi “Aşk 101”, 2020 yılında gösterime sunulmuştur. Sistem içerisinde düzeni bozan bir grup gencin okuldan atılması ile başlayan olaylar silsilesinde gençler okuldan atılmamak için her türlü oyunu oynarlar ve sistem içerisinde farklılıklarıyla kendilerini var edebilme çabası içerisine girerler (netflix.com)



Şekil 7. Aşk 101 Dizi Afişi (netflix.com)

Netflix'in orijinal dizi katalogunda yabancı dizilerde yer almaktadır. Onlardan birisi de Netflix'in en popüler dizilerinden olan La Casa De Papel'dir. 2017 yılında yayınlanan dizinin oyuncu kadrosunda Úrsula Corberó, Álvaro Morte, Itziar Goyena, Alba Flores gibi oyuncular yer almaktadır. İspanyol yapımı olan dizi bir soygun ve suç dizisidir. Profesör liderliğindeki ekibin İspanya Kraliyet Darphanesi'ni ve İspanya Merkez Bankası'nı soymasını konu edinir (netflix.com).



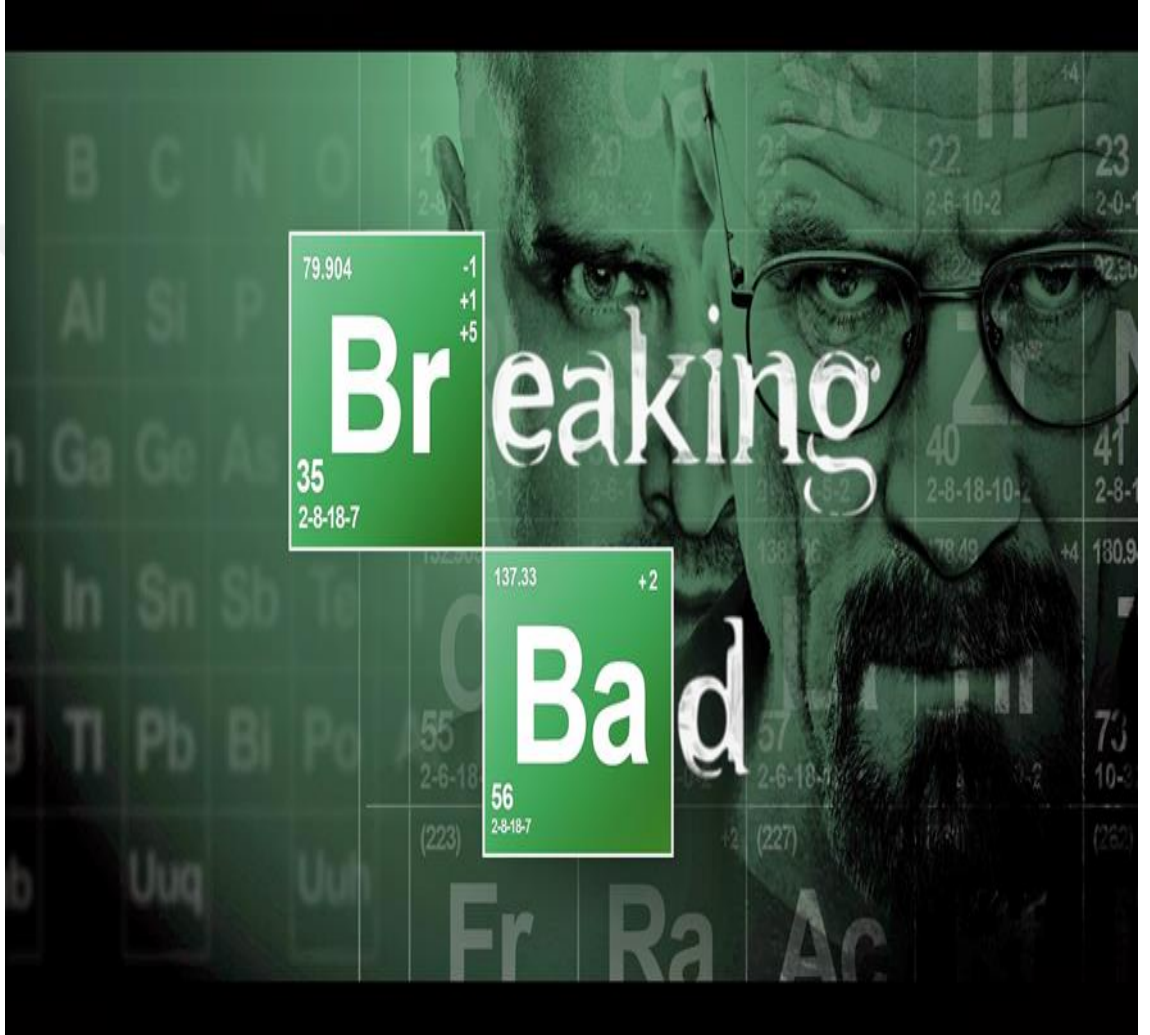
Şekil 8. La Casa De Papel Dizi Afişi (netflix.com)

2011 yapımı olan Black Mirror bilimkurgu antolojisi dizisidir. İnsanlığın en görkemli buluşlarının ve en karanlık içgüdülerinin zıtlığı karmaşık ve teknolojiyle dolu bir yakın geleceği konu alıyor. Dizinin oyuncu kadrosunda Jesse Plemons, Cristin Milioti, Jimmi Simpson gibi oyuncular yer alıyor (netflix.com).



Şekil 9. Black Mirror Dizi Afişi (netflix.com)

Netflix'in popüler dizilerinden olan Breaking Bad, 2008 yılında yayınlanmış ve beş sezon çekilmiştir. Bryan Cranston, Aaron Paul, Anna Gunn gibi oyuncuların yer aldığı dizi Amerika Birleşik Devletleri yapımıdır. Dizi, kanserden öleceğini öğrenen bir kimya öğretmenin, ailesinin geleceğini garanti altına almak için metamfetamin üretilip satmak üzere eski bir öğrencisiyle kafa kafaya vererek yaşadıkları olaylar silsilesini konu alır (netflix.com).



Şekil 10. Breaking Bad Dizi Afışı (netflix.com)

2.5. DİĞER ONLINE PLATFORMLAR

2.5.1. Puhu TV

Puhu TV, Doğuş Yayın Grubu Tarafından 2016 yılında kurulmuştur. Phu TV, reklam gelirleri ile finanse edilen bir platformdur. Ürün yerleştirme yöntemi ile maddi gelir elde edilir. Dizi içerisinde karakterlerin giydiği elbiselerden taktığı takılara bindiği arabalar gibi karakterlerin barındırdığı tüm unsurlar dahil edilerek ayrı bir reklam geliri daha elde edilir. Ay yapım, Avşar Film, Gold gibi yapım şirketleri ile anlaşarak ulusal kanallarda yayınlanmış dizileri kendi platformunda da gösterime sunmaktadır. Böylelikle televizyon izleyicisini de hedef kitlesine dahil etmektedir (Akbaba, 2021: 51).

Puhu TV için çekilen ilk dizi Azra Kohen'in Fİ-Çİ-Pİ kitaplarının çekilen aynı adlı uyarlamaları olmuştur. Puhu TV için çekilen diğer diziler Şahsiyet ve Dip dizileridir (Çağıl, Kara, 2019: 12). Şahsiyet dizi başrol oyuncusu Haluk Bilginer 47. Uluslararası Emmy ödüllerinde En İyi Erkek Oyuncu ödülüne aday olarak gösterilmiştir. İçeriklerinde yer alan dizilerden birinin başrol oyuncusunun Emmy'e aday gösterilmesi Puhu TV için önemli gelişmelerden biri olmuştur (Akbaba, 2021:51).

Puhu TV kendi ürettiği içerikler dışında televizyon kanallarında yayınlanan birçok diziyi de dizi yayınlandıktan hemen sonra sistemine ekleyerek izleyiciye sunmaktadır. Dizilerin dışında çeşitli yerli ve yabancı filmleri de bünyesinde barındırır. Puhu TV'de Netflix gibi televizyon, tablet, bilgisayar, cep telefonları gibi farklı mecralardan izlenebilmektedir (Yüncüoğlu, 2019:35). 2021 yılı itibari ile 12 milyon kullanıcı sayısına sahip olan Puhu TV 'ye üyelik ücretsizdir. Kullanıcılar içerik erişimlerine üye olmadan reklamlı şekilde olmak koşulu ile izin verilmektedir (Erdem, 2021: 38).

2.5.2. Blue TV

Blu TV 2016 yılında Doğan Holding tarafından kurulmuştur. D-Smart Blu adıyla ücretli televizyon hizmeti olarak yayın yapmıştır. Daha sonra 2016 yılında D-Smart'tan ayrılarak, SvoD iş modelini benimsemiştir (Akbaba, 2021: 50). Aylık üyelik sistemi üzerine kurulan Blu TV için çekilen ilk dizi Masum olmuştur. Netflix'e alternatif olarak ortaya çıktığı ilk dönem popülerlik yakalamış olsa da zaman içerisinde umduğunu

bulamamıştır. Blu TV’de yer alan diziler Bozkır, Yaşamayanlar, Bartu Ben, 7Yüz, Dudullu Postası ve Sahipli dizileridir (Çağıl,Kara, 2019: 12).

Blu TV kendi ürettiği özel yapımlar dışında birçok yerli ve yabancı filmi de bünyesinde barındırır. Puhu TV gibi Blu TV'de cep telefonu, televizyon, tablet, bilgisayar gibi farklı cihazlardan istenilen zaman ve sürelerde izlenebilmektedir (Yüncüoğlu, 2019). Blu TV'nin bir diğer özelliği de 34 kanalın bulunduğu online canlı yayın içeriklerine sahip olmasıdır. İzleyiciler bu kanalları reklamsız izleme olanağına sahiptir (Akbaba, 2021: 51). Ücretli üyeliğe sahip olan Blu TV online film kiralama hizmeti de sunmaktadır. Blu TV'ye Türkiye dışından bazı ülkelerden erişim sağlanabilmektedir (Erdem, 2021: 38).

2.5.3. Amazon Prime Video

Amazon Prime Video, 2016 yılında Amazon.com adlı şirketin çıkardığı yeni bir hizmet olarak açılmıştır. Amazon Prime Video bünyesinde film ve dizileri, özel konserleri barındırır. ABD, Birleşik Krallık, Japonya, Almanya ve Avusturya'da hizmet veren Amazon Prime Video, günümüzde dünyada birçok ülkede kullanıma açıktır. Platformda bulunan içerikler ister çevrimiçi istenirse cihaza yüklenerek çevrimdışı olarak izlenebilmektedir (Yüncüoğlu, 2019:36).

Amazon Prime Video 2016 yılından itibaren Türkiye'de hizmet vermiş olsa da ücreti Euro üzerinden yaptığı için pek fazla tercih edilmemektedir. Platformda Netflix'te olduğu gibi 30 günlük deneme süresi mevcuttur. İzleyiciler platformu 30 gün boyunca ücretsiz olarak izleyebilmektedirler. Netflix'in oluşturduğu puanlama sisteminin işe yaraması ile birlikte Amazon Prime Video ‘da bu sistemden yararlanarak film ve dizi içeriklerini izleyici tercihleri doğrultusunda geliştirmeyi amaçlamaktadır (Aydınhan,2021: 32). Amazon Prime Video 2016 yılında Türkiye ile 200 ülkede aktiftir. 2018 yılında 100 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. 2021 yılında ise 150 milyon aboneye sahiptir (Akbaba, 2021:52).

2.5.4. Hulu TV

Hulu TV, 2008 yılında yayın hayatına başlamıştır. Hulu TV, orijinal içerikler dışında çeşitli film ve dizileri, güncel televizyon programlarını da bünyesinde barındırır.

Hulu TV Amerika'daki televizyon kanallarında yayınlanan programlara erişme olanağının olduğu tek platformdur (Yüncüoğlu,2019:35).

Hulu TV platformunun kullanıldığı ülkeler Japonya ve Amerika'dır. Platform, 2020 yılı itibari ile 30 bin abone sayısına ulaşmıştır. Hulu TV kullanıcılarına iki farklı ödeme olanağı sunar. Birincisi içerikler izlenirken izleyicinin reklam izlemek zorunda olmasıdır. İkinci seçenekte ise izleyiciye reklam izlemek istememesi durumunda ek ücret seçeneği sunar. Hulu TV orijinal yapımlarından olan; The Handmaid's Tale ile Emmy ve Golden Globe ödülleri kazanmıştır. Hulu TV, Türkiye'de yayın hizmeti vermemektedir (Akbaba, 2021: 52).

Hulu TV platformunun "HULU" ve "Hulu +Live TV" olarak iki farklı seçeneği mevcuttur. Hulu seçeneğinde dizi ve film izlenebilir fakat canlı yayın içeriklerine ulaşamaz. Dizi ve filmlerin yanı sıra televizyon yayınlarına da ulaşmak isteyen izleyicileri için Hulu+Live TV seçeneği mevcuttur. Hulu TV dizi içeriği olarak orijinal yapımlar sunarken film yapımcılığı yapmayı tercih etmemiştir. Filmleri yayın haklarını satın alarak filmleri kendi platformunda izleyiciye sunmuştur (Erdem, 2021: 41).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTAL PLATFORMLAR SONRASI DİZİ İZLEME ALIŞKANLIĞININ DEĞİŞİMİ: NETFLİX ÖRNEĞİ

3.1. ARAŞTIRMANIN SORUNSAĞI

Çalışma, dijitalleşme sonrası ortaya çıkan online platformlar ile birlikte bireylerin dizi izleme pratiklerinin nasıl ve ne şekilde değiştiği üzerine sistematize edilmiştir. İletişim alanındaki en önemli gelişmelerden bir de dijitalleşmedir. Dijitalleşme ile televizyon için üretilen içerikler farklılaşmıştır. Diziler televizyondan ayrılmış çeşitli mecralarda gösterimi yapılarak izleyiciye sunulmuştur. Online platformlarda gösterilen diziler izleyiciye sağladığı olanaklarla popülerliğini artırmıştır. Dijital platformlar sundukları uygulama programları ile televizyon dışında bilgisayar, tablet veya akıllı telefonlardan da erişim olanağı sağlayarak geleneksel izleme alışkanlığını değiştirmiş ve dönüştürmüştür. İzleyicinin dizi izleme tercihinin televizyon yerine online platformlara kaydırması dizi izleme alışkanlığının da değişmesine neden olmuştur. İnternet ve telekomünikasyon alanında yaşanan ilerlemeler özellikle 21. yüzyılda teknolojik gelişmelerin artması ile birlikte dizi sektöründe de etkili olmuştur. Dijitalleşmenin getirdiği yenilikler dizilerin online ortamda gösterimini sağlamış, yapım ve dağıtım alanında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu çalışmada da yukarıda belirtilen temel sorunsalı doğrultusunda aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır:

Çalışmanın alt problemleri ise şunlardır:

- İzleyicilerin geleneksel anlamda bilinen televizyon seyretme yerine neden Netflix'i tercih ettikleri.
- Netflix'i hangi araçlardan ve ne kadar süre seyrettikleri.
- Netflix'te neden dizi seyretmeyi tercih ettikleri.
- Netflix'in dizi izleme sıklığını değiştirmesi.
- Netflix'te sansür olmamasının platformun tercih edilmesinde etkili olması.
- Netflix'te reklam olmamasının izleyicinin platformu tercih etmesinde etkili olması.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

İzleyiciye farklı bir olanak sunan dizi ve film izleme platformu (Netflix) dizi izleme alışkanlığını etkilemiş ve değiştirmiştir. Televizyonda yayınlanan dizilerin sürelerinin uzun olması, reklam aralıklarının fazla olması, sansür uygulamalarının olması, yeni bir bölüm için bir hafta bekleme süresinin olması yani peş peşe izleme olanağının olmaması izleyiciyi bu platformlara yöneltmiştir. Online dizi izleme platformlarının birden fazla bölümü hatta tüm sezonu tek seferde izleme olanağı sunması, istenilen saatte ve yerde izlenebilir olması, dizi sürelerinin kısa olması, sansür uygulamalarının olmaması gibi çeşitli alternatifler sunması izleyici için çekici hale gelmiş ve popülerliğinin artmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler sonucu online platformların üye sayısı artmıştır. Bireyin ilgi alanına göre pek çok seçenek sunan online platformlar izleyicinin dizi izleme alışkanlığını etkileyerek değiştirmiştir.

Çalışmanın amacı, dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan online platformların dizi izleme alışkanlığına olan etkilerini ortaya koyarak dizi sektöründe yaşattığı değişimleri tespit etmek ve izleyicinin Netflix'e karşı bakış açısını belirlemektir. Çalışma içerisinde dizi ve film sektörünü etkileyen dijital platformlar içerisinde uluslararası alanda etkili olan ve en çok üyeye sahip olan Netflix platformu tercih edilerek bu platform üzerinden çalışmanın örneklemini Netflix kullanıcıları oluşturmuştur. Böylelikle online dizilerin üretim, dağıtım ve gösterim süreçleri irdelenerek izleyicilerin dizi izleme pratiklerindeki tercihleri ve değişikliklerinin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Teknolojinin gelişimi ile birlikte gündelik hayatta birçok pratiğin online olarak gerçekleştiği günümüzde dizi izleme alışkanlıklarında da bu doğrultuda değişiklik yaşandığı görülmektedir. Dijital platformların oluşumu ve popülerliğinin giderek artması bu alışkanlıkların değişmesinde etkili olmuştur. Bu bağlamda, çalışmada dijital platformlar ile birlikte dizi izleme edimi üzerindeki değişim incelenmiştir. Çalışma dünya genelinde en çok üyeye sahip ve dijital platformlar içerisinde en popüler olan Netflix üzerine yapılacaktır ve Netflix'in dizi izleme alışkanlıklarında yaptığı değişimler ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu doğrultuda araştırma izleyicilerin dijital platformların ortaya çıkışı ile birlikte dizi izleme alışkanlığında değişiklik ortaya koyup koymadığı, izleyicinin

dijital platformları tercih etmesinin dizi sektörüne olan etkilerinin belirlenmesi ve Netflix'e bakış açısını tespit etmek için önem teşkil etmektedir.

Netflix'in Türkiye'de faaliyet gösterme süresinin çok uzun olmamasından dolayı yerli literatür de Netflix üzerine yapılan çalışmalar sınırlıdır. Netflix üzerine yapılan çalışmalar genellikle platformun algoritması üzerine veya dizi ve filmlerin incelenmesi üzerine olmuştur. Dizi izleme alışkanlıklarının değişimi üzerine yapılan çalışmalar Meltem İşler Sevindi ve Görkem Katmer'in 2020 yılında yayınladığı "Türkiye'de Netflix'in Serialler Açısından Genç Geleneksel Televizyon İzleyici Kullanım Pratiklerine Yansımaları" adlı makale çalışması ve Can Gürmeriç'in 2019 yılında yazdığı "Netflix Örneğin de Video-On-Demand Platformlarının İçerisinde ki Öneri Sistemlerinin İzleyicilerin İzleme Alışkanlıklarının Üzerindeki Etkileri" adlı çalışması ile sınırlı kalmıştır. Çalışmanın, izleyicinin geleneksel televizyonu izlemek yerine neden Netflix'i izlemeyi tercih ettiği, Netflix'i diğer online platformlardan ayıran özelliklerin neler olduğunu ortaya koyması bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada nitel bir araştırma yöntemi olan alan araştırması yöntemi kullanılmıştır. Alan araştırması, olayları kendi ortamında inceleyerek birincil verilere ulaşmayı hedefleyen bir araştırma türüdür. Saha araştırması survey gibi kavramlarla açıklanan alan araştırması ilk kez 19. yüzyılın sonlarına doğru Antropologlar tarafından yapılan çalışmalar da görülmüştür. Alan araştırmasında veri toplama araçları olarak görüşme, anket, gözlem, doküman analizi kullanılır. Alan araştırmasında araştırmacı kişi, kurum veya konu hakkında detaylı bilgi edinebilmek için çalışmayı doğal ortam içerisinde gerçekleştirmektedir. Böylelikle araştırmacı duygu, düşünce ve tepkileri anlamaya çalışarak konuya tüm yönleri ile anlamaya çalışarak ortaya koyar. Alan araştırmasındaki amaç konu ile ilgili betimleyici bir anlayış sunmaktır. Alan araştırmasında araştırmacının görüşmeci ile birebir iletişime geçmesi verilerin daha güvenli olmasına neden olur (Sığrı, 2018: 234-235). Alan araştırması yapacak olan araştırmacının araştırma yapacağı alana gitme imkanının olması gerekir. Araştırma konusu ile ilgili veri toplama araçları, olayın gözlenmesi, coğrafyanın gözlenmesi, ilgili kişi veya grupların görüşlerinin alınması için onlara ulaşması önem arz eder. Aksi takdirde konu ile yeterli bilgi toplanamayacağından çalışma yetersiz kalır (Gurbetoglu, 2018:8).

3.5. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ

Çalışmada veri toplama tekniği yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakat, bilgi tutum ve davranışların ölçülmesi ve nedenlerinin öğrenilmesi için sözel bilgileri toplandığı veri toplama tekniklerinden biridir. Mülakat kişi veya grup olmak üzere iki farklı şekilde yapılabilir (Yalçın ve Dinçer, 2020: 26).

Görüşmenin temel amacı bireyin bakış açısını anlamaya çalışmaktır. Görüşme yoluyla araştırılan konu hakkında bireyin deneyimleri, tutumları, düşünceleri, niyetleri, yorumları, zihinsel algıları ve tepkileri gibi gözlenemeyen bilgilere ulaşılması amaçlanır (Karataş, 2015: 71). Yapılandırılmış (formel), yarı yapılandırılmış (yarı- formel), yapılandırılmamış (in-formel) olmak üzere üç farklı görüşme çeşidi bulunmaktadır. Yapılandırılmış görüşmede amaca yönelik sorular önceden hazırlanır. Elde edinmek istenilen veriler bellidir. Bu görüşme tekniği ile görüşmecinin hareket özgürlüğü belirlenen sorular ile sınırlandırılmıştır. Yapılandırılmış görüşme tekniği veri elde etmeyi kolaylaştırır fakat anlam çıkarma noktasında sınırlı kalmaktadır (Karasar,2020:210). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde sorular önceden hazırlanır. Görüşmeci görüşme sırasında görüşme akışına göre yeni sorular sorabilir. Bu yöntem görüşmeciye daha çok serbestlik tanıyarak verilerin daha ayrıntılı saptanmasını sağlar (Yalçın, Dinçer, 2020:26).

Çalışmada, online platformların dizi izleyicileri üzerinde nasıl bir etki yarattığını ortaya koymak, izleyicilerin konu ile ilgili düşüncelerini derinlemesine analiz ederek tercih nedenlerini sorgulamak amacıyla veri toplama tekniği olarak mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakat esnasında kişilerin verecekleri cevapları detaylandırmak ek sorular sorabilmek ve verilen cevaplar doğrultusunda soru metninin dışına çıkarak farklı sorular sorabilmek adına yarı yapılandırılmış sorular tercih edilmiştir. Görüşmeler yüz yüze yapılmış, yüz yüze görüşme sağlanamayan katılımcılarla ise telefon aracılığı ile mülakat gerçekleştirilmiştir.

3.6. ÇALIŞMANIN HİPOTEZLERİ

Çalışmanın ana hipotezi; dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan online platformların (Netflix) dizi izleme alışkanlığına etki etmiş ve değişmesine sebep olmuştur. Çalışmanın diğer hipotezleri ise şu şekilde sıralanmıştır:

- Dijitalleşme ile birlikte bireylerin kullanmış olduğu kitle iletişim araçları farklılaşmış ve bu farklılık onların dizi izleme alışkanlıklarını da etkilemiştir.
- Online platformlar dizi izleme alışkanlıklarını değiştirmektedir.
- Türkiye’de en çok tercih edilen online platformlardan biri de Netflix’tir.
- Netflix’in izleyiciye sunduğu zaman ve mekân bağımsızlığı, istenilen araç (telefon, tablet, bilgisayar, televizyon) ile izleme olanağının olması gibi özellikleri nedeniyle izleyicilerin izledikleri dizi sayısı artmıştır.
- Netflix, sistem üzerinde izleyici davranışlarını değerlendirerek dizi üretim, gösterim süreçlerinde bu verileri kullanmaktadır.
- Dizi sektöründe Netflix ile gösterim, üretim ve dağıtım süreçlerinde değişimler meydana gelmiştir.
- Netflix içeriklerinde sansürün olmaması bireylerin bu platformu tercih etme nedenlerinden birini oluşturmaktadır.
- Netflix içeriklerinde reklam olmaması tercih edilme nedenlerinden birini oluşturmaktadır.
- Netflix'te dizi izleme sürelerinin kısa olması tercih edilme nedenlerindendir.
- Netflix'te seri izleme özeliğinin olması tüm sezonun tek seferde izlenebilmesi tercih edilme nedenlerindendir.

3.7. MÜLAKAT SORULARININ BELİRLENMESİ VE ÖLÇEK OLUŞTURMA

Bu çalışmada tercih edilen veri toplama tekniği için oluşturulan yarı yapılandırılmış mülakat soruları uzman görüşleri çerçevesinde oluşturulmuştur. Sorular oluşturulmadan önce geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak adına pilot uygulama yapılmıştır.

Görüşme tekniği için hazırlanan sorularda dikkat edilmesi gerek birtakım özellikler vardır. Sorular hazırlanmadan önce soruların araştırma konusunu kapsamaması, görüşülecek kişilerin özellikleri, bilişsel düzeyleri ve yaşantıları ayrıntılı olarak saptanması gereken unsurlardandır. Bu bağlamda da çalışma için ölçek oluşturulurken:

- Pilot uygulama yapılmış,
- Alanında uzman iletişim bilimciler, online platformlarla ilgili yetkili kişiler ve yöntem bilimcilerle görüşmeler yapılarak sorular hazırlanmış

- Soru sıralaması yapılırken genelden özele doğru bir yol izlenmiş ve açık uçlu sorular hazırlanmış
- Soruların herhangi bir yargı bildirmemesine dikkat edilmiştir.

Görüşme Soruları

1. Dizi izler misiniz? İzlediğiniz dizileri hangi araçlardan izlemeyi tercih edersiniz? (Televizyon, telefon, internet ve dijital mecralar Netflix- Exxen)
2. Ne kadar süredir Netflix kullanıyorsunuz?
3. Netflix üyeliğiniz ile kaç kullanıcı giriş yapıyor?
4. Diğer online platformlar yerine Netflix'i tercih etme nedeniniz nedir?
5. Netflix'te günde kaç tane dizi izliyorsunuz?
6. Netflix'de dizi izlemek için günde ne kadar süre harcıyorsunuz?
7. Netflix'te genellikle hangi tür dizileri izliyorsunuz?
8. Netflix izlerken herhangi bir aktivite yapıyor musunuz?
9. Netflix içeriklerinde sansür ve reklam olmaması tercih etme nedenleriniz arasında yer alıyor mu?
10. Netflix'in zaman ve mekan dan bağımsız olması tercih nedeninizi etkiliyor mu?
11. Netflix'te seri izleme olanağının olması tercihinizi etkiliyor mu?

3.8. EVREN VE ÖRNEKLEM

Çalışmanın evrenini Türkiye'de en çok tercih edilen online platform olan Netflix oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise 18-44 yaş aralığındaki Netflix kullanıcıları oluşturmaktadır. Örneklem olarak 18-44 yaş aralığının seçilme sebebi Netflix Türkiye İletişim müdürü Artanç Savaş'ın yapmış olduğu açıklama baz alınarak oluşturulmuştur. Artanç; ‘‘Türkiye’de 1,5 milyonu aşkın üyeye sahibiz. Üyelerimiz ilk etapta İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerde yoğunlaşmış durumdaydı ama artık ülkemizin tamamına yayıldı. Çoğunluk 18- 44 arası yaş gruplarında yoğunlaşıyor ama diğer yaş gruplarında da üyelerimiz var’’ açıklamasında bulunmuştur (digitalage.com).

Bu çalışmada örneklem olarak amaçlı örneklem yöntemi seçilmiştir. Amaçlı örnekleme, derinlemesine araştırma yapabilmek amacıyla çalışmanın amacı bağlamında bilgi açısından zengin durumların seçilmesidir (Büyüköztürk, 2012 :9). Evreni temsil etmesi açısından temsili evren olarak maksimum çeşitlik türünden yararlanılarak İstanbul

ilinde bulunan 18- 44 yaş aralığındaki Netflix izleyicileri örneklem olarak seçilmiştir. Maksimum çeşitlilik örnekleme, örneklemin araştırmanın problemiyle ilgili olarak evrende yer alan benzeşik bir alt grubundan ya da durumundan oluşturulmasıdır (Büyüköztürk, 2012: 10). İstanbul şehrinin seçilme sebebi ise Türkiye’de en fazla nüfusa sahip kent olması ve farklı sosyo – ekonomik, demografik ve kültürel yapısının olmasıdır (data.gov.tuik.tr). Araştırmada görüşme İstanbul ilinde yaşayan farklı meslek, gelir, eğitim ve yaş aralığında bulunan 40 kişi ile yapılmıştır. Sorulara verilen cevapların tekrar etmesi nedeniyle görüşme 40 kişi ile sınırlandırılmıştır.

3.9. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR

Teknolojide yaşanan gelişmelerin özellikle dijital medya alanında son yıllarda görülen ilerlemeleri büyük bir değişim ve dönüşüm meydana getirmiştir. Bu dönüşümler hayatımızın birçok alanında etkili olmuştur. Bu gelişmelerden etkilenen alanlardan biri de dizi sektörüdür. Yaşanan dijital dönüşümle birlikte geleneksel televizyon seyircisinin dizi izleme alışkanlıklarında değişimler yaşanmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları ise şunlardır: Dizi izleme platformlarının hayatımızda yer almaya başlaması ile birlikte değişen dizi izleme pratikliklerinde ki dönüşümleri tespit etmek amacıyla çalışmanın evrenini Netflix platformu oluşturmuştur. Örneklemini ise İstanbul' da yaşayan 18-44 yaş aralığındaki 40 Netflix izleyicisi oluşturmuştur.

Çalışma içerisinde yapılan görüşmeler 15 Nisan 2022 ve 30 Mayıs 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Mülakat sırasında yüz yüze görüşmelerin yanı sıra telefon üzerinden sesli mesaj şeklinde veya görüntülü konuşma şeklinde gerçekleşmiştir. Pandemi nedeniyle her görüşmecinin yüz yüze görüşmeyi tercih etmemesi dolayısıyla bu yöntemlere başvurulmuştur. Görüşmecilerin kendi istekleri doğrultusunda sesli veya görüntülü görüşmeler yapılmıştır.

3.10. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada yöntem olarak alan araştırması yöntemi ve veri toplama tekniği olarak ise yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği ile elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Betimsel analiz, araştırma amacına yönelik belirlenen kriterlere göre yorumlanmasıdır. Elde edilen verilerin betimsel

analizde kendileriyle görüşülen veya gözlenen bireylerin görüşlerini doğru bir şekilde yansıtmak için, doğrudan ifadelerle yer verilebilir. Bu tür analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunmaktır. Bu amaçla veriler, önce mantıki ve anlaşılır biçimde betimlenir. Daha sonra yorumlanarak neden-sonuç ilişkisi yapılır ve sonuca ulaşılır (Yıldırım ve Şimşek, 2000: 158-159).

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılan bu araştırmada toplamda 40 kişi ile görüşülmüştür. Ayrıca görüşme esnasında cevaplar derinleştirilmiş ve yeni sorular eklenmiştir. Ses kayıt cihazı kullanımından rahatsız olan katılımcılar için konuşmalar not edilmiştir. Görüşmeler katılımcıların mahremiyet gizliliği nedeniyle isimlerinin kullanılmasından rahatsızlık duyulması nedeniyle isimler değiştirilerek kullanılmıştır. Yüz yüze yapılan görüşmeler dışında pandemi sebebiyle yüz yüze görüşmek istemeyen katılımcılar ile telefon ve internet aracılığıyla ses kaydı ve görüntülü konuşma yapılmıştır.

3.11. BULGULAR

Çalışmada, dijitalleşme sonrası ortaya çıkan online platformlar ile birlikte dizi izleme pratiklerinin değişmesi sorunsalı üzerine oluşturulmuştur. Bu doğrultuda Netflix incelenmiş ve buradan yola çıkılarak sorunlar araştırılmıştır. Netflix'in izleyicinin dizi izleme alışkanlıklarını değiştirme nedenleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Oluşturulan mülakat soru metninde Netflix ile ilgili genel bilgiler elde edildikten sonra belirlenen hipotezlere yönelik sorular sorulmuş ve dizi izleme alışkanlıklarının değişim nedenlerine yönelik sonuçlar elde edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 3. Örneklem Grubunun Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Toplam	%
Kadın	24	9,6
Erkek	16	6,4

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular şöyledir; Katılımcıların 24'ü kadın, 16'sı erkektir. Katılımcıların 18-24 yaş aralığındaki kişi sayısı 19, 25-35 yaş aralığındaki kişi sayısı 15, 40-44 yaş aralığındaki kişi sayısı 6'dır.

Tablo 4. Örneklem Grubunun Yaş Aralığına Göre Dağılımı

Yaş Aralığı	Toplam	%
18-24	19	7,6
25-35	15	6
36-44	6	2,4

Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında; ilkokul ve ortaokul mezunu 6 kişi, Lise mezunu 14 kişi, Üniversite mezunu, 17 kişi, Yüksek Lisans mezunu, 3 kişi vardır.

Tablo 5. Örneklem Grubunun Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Toplam	%
İlkokul, Ortaokul	6	2,4
Lise	14	5,6
Üniversite	17	6,8
Yüksek Lisans	3	1,2

Bulguların yorumlanmasında, çalışmada kullanılan veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşmeler esnasında belirlenen ve görüşme sorularında öne çıkan unsurlar parametre olarak belirlenmiş ve alınan yanıtlar bu parametreler çerçevesinde çözümlenmiştir. Bu parametreler 11 ana başlık altında toplanmıştır. Belirtilen parametreler şunlardır:

- Netflix'te dizi izlerken en çok tercih edilen cihazlar
- Netflix kullanımına yönelik bulgular
- Netflix'in tercih edilme nedenleri
- Netflix'in diğer online platformlardan farkı
- Netflix'in dizi izleme sıklığına etkisi
- Netflix'te en çok tercih edilen dizi türleri
- Netflix izlerken yapılan aktiviteler
- Netflix'te zaman ve mekan sınırının olmaması
- Netflix'in reklamsız ve taahhütsüz olmasının tercih nedenlerine etkisi
- Netflix'in sansürsüz olmasının tercih nedenlerine etkisi

- Seri izleme unsurunun Netflix'i tercih nedenlerine etkisi

3.11.1. Dizi İzlerken En Çok Tercih Edilen Cihazlar

Dizi izlemeyi tercih eden izleyiciler Netflix üzerinden dizi izlediklerini belirtmişlerdir. Netflix platformuna giriş yapmayı en çok tercih ettikleri araç televizyon olmuştur. Netflix dizilerini televizyondan izlemeyi tercih eden çoğunluğu kadınlar oluşturmaktadır. Erkekler çoğunlukla telefon ve tablet cihazlarını kullanmayı tercih etmişlerdir.

Tablo 6. Dizi İzlerken En Çok Tercih Edilen Cihazlar

	Kadın	Erkek	Toplam
Televizyon	11	6	17
Telefon	5	5	10
Bilgisayar	3	5	8
Tablet	2	3	5

Görüşmecilere tercih ettikleri araçları neden kullandıkları sorulduğunda ise örneğin telefon, toplu taşıma araçlarında işe giderken veya gelirken, yolculuk sırasında, bilgisayar kullanımına üşendikleri zaman kullandıklarını ifade etmişlerdir.

“Genellikle telefondan girmeyi tercih ediyorum Netflix’e çünkü işe gidip gelirken kullanıyorum. Metroda, otobüste sorun olmuyor izliyorum” (Samet).

“Telefonla giriyorum genelde çünkü oradan istediğim zaman izleyebiliyorum zaman kısıtlamam olmuyor. Daha pratik oluyor. Mesela evde izliyorum dizim yarım kaldı sonra dizinin kalan kısmını yoldayken rahatlıkla izliyorum. Zamanımda ölmemiş oluyor” (Hasan).

“Önceden telefon veya bilgisayardan girmeyi tercih ediyordum ama artık televizyondan izlemek istiyorum. Çünkü sürekli küçük ekrana bakmak yorucu oluyor. Devamlı telefondan izlemek sıkıcı oluyor. Artık büyük ekrandan izleme ihtiyacı hissediyorum o yüzden televizyondan izliyorum” (Esra).

“Televizyondan izliyorum çünkü rahat bir şekilde izleyebiliyorum. Ev rahatlığında oluyor” (İrem).

“Televizyonu genellikle annemler izliyor. Telefonunda şarjı çabuk bitiyor. O yüzden genelde bilgisayarımdan izlerim. Hem bu arada telefonu da kullanmış oluyorum arkadaşlarımla falan mesajlaşıyorum” (Mert).

“Genellikle bilgisayardan izlerim. Eğer dışarıda işim varsa yarım kalan dizim varsa o zaman telefondan giriyorum ” (Tarık).

Görüşmecilerin söylemlerinden yola çıkarak Netflix’in teknoloji ile uyumlu olması ve medya araçlarından izlenebilme olanağının olması Netflix tercih etme nedenleri arasında yer alıyor. Netflix’in teknolojik cihazlar ile uyumlu olması ve birçok cihazdan platforma erişimin sağlanması izleyicinin istediği yerde ve mekanda, zamanda dizi izleme olanağını yakalıyor.

3.11.2. Netflix Kullanımına Yönelik Bulgular

Tablo 7. Aynı Hesaptan Giriş Yapan Kullanıcı Sayısı

	2 Kişi	3 Kişi	4 kişi
Kadın	7	6	5
Erkek	4	5	11
Toplam	11	11	16

Tablo 8. Netflix Üyelik Süreleri

	1 Yıl	2 Yıl	3 Yıl	4 Yıl
Kadın	6	3	4	5
Erkek	3	4	6	9
Toplam	9	7	10	14

Görüşmelerin söylemlerinden yola çıkarak Netflix platformuna tek bir üyelik üzerinden en az 2 en fazla 4 kişi giriş yapmaktadır. Netflix üyeliği ile tek bir giriş yapan kişi sayısı 2’dir. Kullanıcılarına yöneltilen platformun ücretinin kaç kişi tarafından ödendiği sorusuna ise genellikle giriş yapan kullanıcılar arasında paylaşılarak ödendiği cevabı alınmıştır. Görüşmecilerin Netflix kullanım süreleri ise 1 yıl ile 4 yıl arasında değişiklik göstermektedir. 4yıl kullanım süresinin çoğunluğunu erkekler oluştururken, 1 yıl kullanım süresi çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır.

“2 kişi giriş yapıyor. Netflix şifremi arkadaşım ile kullanıyoruz o yüzden aylık ödemeyi de bölüşüyoruz aramızda” (Tolga).

“4 kişi giriş yapıyor. Kuzenlerim ve arkadaşım kullanıyor şifreyi. Ücreti birlikte ödüyoruz (Esra).

3.11.3. Netflix’in Tercih Edilme Nedenleri

Tablo 9. Netflix’in Tercih Edilme Nedenleri

Reklamsız Olması	Eşzamansızlık	Seri Olması	Kolay Erişim	Sansürsüz Olması	Yapımların Kaliteli Olması
9	5	7	5	6	8

Görüşmecilere Netflix’i tercih etme nedenleri sorulduğunda verilen cevapların büyük çoğunluğunu kaliteli yapımların yer alması, kolay erişim, reklamsız ve sansürsüz erişim ve içerik çeşitliliği oluşturmaktadır. Diğer tercih nedenleri ise şöyle sıralanabilir; orijinal içeriklerin olması, uluslararası dizi seçeneklerinin olması, içeriklerin indirilebilir olması, istenilen yerde ve zamanda izleme olanağının olması, alt yazı seçeneklerinin olması şeklindedir.

Görüşmecilerin Netflix’i tercih etme nedenlerinin başında reklamsız içeriklerin yer alması gelmektedir. Dizi izlerken reklam olmaması tercih edilme nedenlerini oluşturmaktadır. İzlenen içeriği reklamlar ile bölünmesi ve uzun bekleme sürelerinin olması izleyiciyi geleneksel televizyon dizilerinden uzaklaştırmış ve reklamsız içerikler sunun Netflix platformuna yönlendirmiştir.

“Reklam olmaması beni en çok çeken nedenlerdendir diyebiliriz. Çünkü televizyon izlerken o kadar çok reklam oluyor ki insan o kadar beklemek istemiyor. Hele birde dizinin sonlarına doğru reklam koyuyorlar sonrasında dizi izlediğimiz yerden tekrar devam ediyor sonra tekrar reklam o kadar bekliyorsun sonra tak dizi bitti. Madem bitecek neden o kadar reklam koyup tekrar tekrar baştan alıyorlar. Bizi enayi yerine koyuyorlar. Buna çok sinirleniyorum o yüzden artık televizyondan dizi izlemek istemiyorum. Netflix’te reklam derdi yok istediğin zaman izle istemediğinde durdur veya devam et çok güzel” (Sema).

Netflix'e kolay erişimin olması tercih edilme nedenlerindendir. Netflix ara yüzünün izleyici odaklı olması, kaldığın yerden devam et seçeneğinin olması ve izleyici tercihlerine göre içerik seçeneği sunulması görüşmecilerin memnuniyetlerini dile getirdiği noktalardandır. Netflix'te alt yazı ve dublaj seçeneklerinin çokluğu ve kaliteli olması Netflix'i diğer online platformlardan ayıran sebeplerden birini oluşturuyor. Diğer online platformlarda istediklerini bulamadıklarını belirten görüşmeciler Netflix'te bu anlamda sorun yaşamadıklarını ve bundan dolayı Netflix'i tercih ettiklerini söylemişlerdir.

“Bilgisayarıma Netflix'i indirdim o yüzden tekrar tekrar siteye girip vakit kaybetmiyorum. Orada her şey açık kapatmıyorum yani çıkış yapmıyorum. İzlemek istediğim diziye hemen açıp izleyebiliyorum. Zaten kaldığın yerden devam et seçeneği var. İzlediğim hangi bölümdü hangi dakikada kaldım derdi kalmıyor hemen devam ediyor. İzlemekten hoşlandığım içerikler hemen karşıma çıkıyor. Hangi türden diziler seviyorsam o seçenekler çıkıyor ben onlar arasında seçim yapıyorum. Netflix'i açıp iki saat sevdiğim türde diziler aramakla uğraşmıyorum” (Fırat).

“Netflix'te alt yazı ve dublaj seçeneği çok fazla ve diğer platformlara göre gayet iyiler. Oralarda bulamadığım çoğu şeyi Netflix'te bulabiliyorum. İngilizcemi geliştirmemde de yararlı oluyor ayrıca. Dizileri genellikle ingilizce alt yazılı olarak izlemeye çalışıyorum dili ilerletmemde iyi oluyor” (Ufuk).

Netflix'in orijinal yapımları tercih edilme nedenleri arasındadır. Görüşmecilerin geneli için orijinal yapımlar başarılı bulunmuştur. Geleneksel televizyonda aynı türden yapımların olması. Netflix'te ise farklı birçok alternatifin olması özellikle orijinal yapımlarda çeşitliliğin fazla olmasından dolayı Netflix'i tercih ettiklerini söylemişlerdir.

“Netflix'in kendi dizileri çok başarılı bence özellikle La Casa De Papel ben zaten bu diziden sonra Netflix üyesi oldum. En çok sevdiğim dizilerdendir. Netflix'in kendi yaptığı diğer dizilerinde hemen hemen hepsini izlemiştir. Bence onlar gayet güzeller” (Esra).

3.11.4. Netflix'in Diğer Online Platformlardan Farkı

Görüşmeciler Netflix'i diğer online platformlardan ayıran özelliklerini sıralama şekilleri şöyledir. Reklamsız olması, sansürsüz olması, yüksek görüntü kalitesi, ara yüz

tasarımının kullanışlı olması, içerik zenginliği olması, kaldığı yerden devam etme özelliğinin olması, kişisel tercihlere yönelik önerilerin sunulması, alt yazı ve dublaj özelliklerinin olması.

Görüşmecilerin Netflix'i diğer online platformlardan ayırdığını düşündüğü en önemli özellik reklam unsurunun olmamasıdır. Reklam olmaması izleyici hem Netflix'e çekmiş hem de platformun diğer online platformlardan ayırmasını sağlamıştır. İçerik çeşitliliğinin fazla olması ve görüntü kalitesinin iyi olması görüşmecilerin belirttiği diğer farklardandır.

"Reklam olmaması diyebilirim. Şimdi dizileri farklı platformlardan veya sitelerden de izleyebiliyorsun ama oralarda da maalesef çok fazla reklam çıkıyor. Her siteden dizi izlenmiyor zaten donmalar falan yaşıyor. Dizi aralarında reklam çıkması beni oradan uzaklaştırıyor. Zaten televizyondaki reklamları saymıyorum bilen Netflix'te dizileri herhangi bir reklama takılmadan izleyebiliyorum" (Ela).

"Reklam bence çünkü Netflix'i diğer online platformlardan ayıran en önemli özellik yani. Diğer Platformlara üyelik için para veriyorsun ama gene reklam çıkıyor karşına. Ama Netflix'te öyle değil bir anlamda verdiğin paranın karşılığını alıyorsun. Zaten diğer online platformlara göre görüntü kalitesi gayet iyi hem de bir daha fazla çeşitte diziler var" (Gökhan).

"Fazla içerik olması. Bence Netflix diğer platformlara göre oldukça fazla içeriğe sahip. Exxen veya Blu TV 'nin dizi sayısı veya çeşidi daha az. Belki bütçe ile de alakalı bilmiyorum. İstedğim türde birçok dizi türünü izleyebiliyorum. Hem de daha kaliteli görüntüsü var" (Tarık).

"Hem içerik çeşitliliğinin fazla olması hem de alt yazı ve dublaj seçeneğinin olması. Blu TV 'nin de dizileri güzel ama çok az dizi var mesela. Birde Netflix'teki dizileri üye olmadan da izliyorsun ama kendi sitesinde daha kaliteli görüntü oluyor. Birde istediğin diziyi ara düzgün site bul donmadan izle çok uğraştırıyor. Ve en önemlisi reklam yok diyelim diziyi buldun donmuyor tamam. Birde reklamla uğraşıyorsun bir reklam bitiyor diğeri başlıyor. Bir türlü diziye başlayamıyorsun. Ama Netflix'te hemen girip izleyebiliyorsun" (Defne).

Netflix ara yüzünün basit bir yapıda olması ve izleyici için kişiselleştirilmiş seçenekler sunması görüşmecilerin belirttiği farklar arasında yer almaktadır.

Görüşmeciler diğer online sitelerden ulaşmak istedikleri şeyler için çok fazla zaman kaybettiklerini belirterek Netflix'i tercih ettiklerini söylemişlerdir.

“Dizi aramak için uğraşmıyorum mesela Netflix'te benim beğenilerime yönelik şeyleri hemen önüme seriyor. Zaten izlediğin dizilerin kaldığı yerden devam etmesi çok güzel. Nerde kaldığını bulmak için zaman kaybetmiyorsun” (Esra).

Netflix'te çocuk ve aile içeriklerinin fazla olması da izleyicilerin sunduğu seçenekler arasında yer almaktadır.

“Çocuklara yönelik içerik olarak çeşitli şeyler var ve bence bunlar kaliteli. Çocuklarım için aradığım şeyleri oradan bulabiliyorum. Ayrıca ailecek izleyebileceğimiz aileye yönelik seçeneklerin olması da bizim için önemli öyle bir kategorinin çeşitliliği olması güzel. Hep birlikte de izleyebiliyoruz yani” (Aycan).

3.11.5. Netflix'in Dizi İzleme Sıklığına Etkisi

Tablo 10. Netflix'in İzleme Sıklığına Etkisi

Kişi Sayısı	1 Günde İzlenen Dizi Sayısı
35	4
5	2

Tablo 11. Netflix'te Bir Gün İçerisinde İzlenen Dizi Saati

Kişi Sayısı	1 Günde İzlenen Dizi Saati
5	1 saat
1	10 saat
1	1 sezon
10	5 saat
23	7 saat

Çalışmada dijital platformların bu bağlamda en çok izlenen ve abone sayısı fazla olan Netflix üzerinden hareket ederek izleyicilerin dizi izleme alışkanlıklarına etti ettiği ve değiştirdiği hipotezi üzerine durulmuştur. Bu hipotezi test etmek için dizi izleyip izlemedikleri ve hangi platformdan izledikleri sorulmuştur. 40 görüşmecinin tamamı dizi izlediğini ve dizi izleme tercihlerini Netflix üzerinden gerçekleştirdiklerini

söylemişlerdir. Kullanıcıların dizi izleme sıklığının değişip değişmediğini ölçmek için sorulan Netflix'te günde kaç dizi izliyorsunuz? Ve günde kaç saat izliyorsunuz? soruları yöneltilmiştir. Görüşmecilerden 5 kişi günde 2 dizi izlediğini söylemiştir. 35 kişi de günde 4 dizi izlediklerini belirtmiştir. Günde kaç saat dizi izlediklerinde alınan cevap ise 5 kişi 1 saat, 10 kişi 5 saat, 1 kişi 10 saat, 1 kişi günde 1 sezon bitirdiğini söylemiştir. 23 kişide günde en az 7 saat dizi izlediklerini belirtmişlerdir.

Dizi izleme sıklığını değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla yöneltilen Netflix'ten sonra dizi izleme saatiniz değişti mi sorusunu görüşmeciler dizi izleme sürelerine artış olduğunu söylemişlerdir.

“Netflix’ten önce televizyondan dizi takip ederdim. Ama diziler çok fazla bana hitap etmediği için her gün dizi izlemiyordum. İzlediğim zamanda en fazla 2 saat çünkü sıkılıyordum. Netflix’ten sonra dizi izleme sürem arttı. Çünkü artık kendi zevkime göre dizileri seçiyorum onları izliyorum. O yüzden her gün izlemek istiyorum. Birde dizileri her hafta bekleme sorunum olmadığı için istediğim kadar bölüm izleyebiliyorum. Önceden olsa yani televizyonda her hafta bir bölüm için beklemek zorunda kalıyorduk”(Aslıhan).

“Netflix’ten önce daha az saat dizi izliyordum. Artık çok izliyorum hatta günde bir sezon bitirebiliyorum sevdiğim dizi olunca. Veya o zaman kaç bölüm yayınladıysa bazen 10 bölüm yayınlıyorlar oturur izlerim bir günde onu”(Fırat).

“Netflix üyeliğinden sonra zaman olarak fazla izliyorum. Arttı diyebilirim. Bekleme sürem olmadığı için istediğim kadar bölüm izliyorum. Hatta bazen sadece iki bölüm izleyeyim yeter diyorum. Sonra bir bölüm daha bir bölüm daha derken bir bakıyorum kaç saat ekrana takılmışım” (Leyla).

“Sevdiğim dizi olduğu zaman çok fazla izliyorum. Kaç bölüm verildiyse hepsini bitirmek isiyorum. Çünkü merak ediyorum nasıl olduğunu neler olduğunu. Bir de popüler diziler genelde sosyal medya da gündem oluyor o zaman daha çok merak ediyorum ne oldu acaba bakayım diye sonrada bir bakıyorum sezonu bitirmişim” (Ada).

Görüşmecilerin geneli Netflixile birlikte dizi izleme sürelerinde artış olduğunu söylemişlerdir. Bu durumun nedeni olarak da dizilerin bölümleri için bir hafta bekleme sürelerinin olmaması. Netflix yapımlarında dizilerin ya bir sezonu tamamı yayınlanmış ya da belirli bir bölümü yayınlanmıştır. Bu durumda izleyicide seri izleme davranışı

gelişmesine neden olmuştur ve dizi izleme sürelerinin artmasını sağlamıştır. Görüşmecilere Netflix sonrası dizi izleme alışkanlıklarında değişim olup olmadığı, olduysa bunların neler olduğuna dair sorular sorulmuştur. Görüşmecilerden 6'sı sadece dizi izleme süreleri olarak farklılık oluştuğunu söylemişlerdir. 36 görüşmeci ise Netflix ile birlikte dizi izleme alışkanlıklarının değiştiğini söylemişlerdir.

“Dizi izleme süresi olarak söyleyebilirim. Çünkü televizyondan dizi takip ettiğim zaman bu kadar uzun süre dizi izlemiyordum” (Betül).

“Peş peşe dizi izleme şeklinin oluşması ile ilgili söyleyebilirim. Çünkü önceden sadece televizyonun sunduğu kadar dizi izliyordum. Şimdi Netflix’te bir dizinin bazen tüm sezonu aynı anda veriliyor. Bu sefer sunulan bütün bölümleri aynı anda izlemek istiyorum. Genelde de öyle yapıyorum. Takip ettiğim dizilerde özellikle hemen izlerim” (Perihan).

“Tamamen değiştirdi bence. Bir kere Netflix’ten bir dizi izlemek istediğim zaman her yerden izleyebiliyorum. İstediğim yerde izleyebiliyorum. Sadece evde televizyon karşısında izlemek zorunda değilim. İşte, metroda, otobüste nerde istesem orada izleyebiliyorum” (Kerem).

“Değiştirdiği şeyler oldu tabi ki. Televizyonda sana sunulan içeriklerde ve çeşitle sınırlı kalmıyorsun. İstediğin türde dizileri seçebiliyorsun. Ve o dizileri alt yazılı ya da dublajlı bir şekilde izleyebiliyorsun. Ya da dizi izlerken bir tuş ile dondur ne bileyim ileri al tekrar izle hepsini yapabilirsin” (Gamze).

İzleyici görüşlerinden yola çıkarak Netflix’in dizi izleme pratiklerinde değişiklik yarattığı açıkça görülmektedir. Görüşmeciler bu değişimleri dizi izleme sürelerinde oluşan fazlalık, dizi çeşitliliği, reklam unsurunun olmaması, alt yazı ve dublaj seçeneklerinin olması, uygulamanın kolay bir ara yüzünün olması, kullanıcı odaklı şekillenmesi, seri izleme oluşması gibi nedenler ortaya koyarak sıralamışlardır.

3.11.6. Netflix'te En Çok Tercih Edilen Dizi Türleri

Tablo 12. Netflix'te En Çok Tercih Edilen Dizi Türleri

	Komedi	Polisiye	Bilim Kurgu	Romantik	Fantastik
Kadın	7	2	2	6	1
Erkek	6	8	4	1	3
Toplam	13	10	6	7	4

Görüşmecilerin en çok tercih ettiği dizi türleri sırasıyla Komedi, polisiye– suç, romantik, bilim-kurgu, fantastik türleri olmuştur. Görüşmecilerden 13'ü komedi, 10 kişi polisiye suç, 7 kişi romantik, 6 kişi bilim- kurgu, 4 kişi fantastik türde dizi tercih ettiklerini söylemişlerdir.

“Genellikle komedi dizileri seçiyorum. Hem aile ile hep birlikte izleyebiliyorsun hem de sıkıcı olmuyor ”(Samet).

“Komedi tercih ediyorum çoğunlukla. İzlemekten keyif alıyorum ” (Burak).

3.11.7. Netflix İzlerken Yapılan Aktiviteler

Görüşmecilerin çoğunluğu dizi izlerken bir aktivite içerisinde olduklarını belirtmişlerdir. Genellikle eğer diziyi televizyondan izliyorlarsa telefonla mesajlaşma veya sosyal medyaya giriş yaptıklarını söylemişlerdir.

“Dizi izlerken genelde elimde telefon oluyor. Telefonda ya arkadaşlarımla Whatsapp'tan mesajlaşıyorum ya da sosyal medyada dolaşıyorum ”(Ayşe).

“ Dizi izlerken bazen Instagram'a giriyorum. Ya da Twiter'dan dizi ile ilgili yorumları okuyorum ”(Oya).

Yemek yemek, yemek yapmak, ev işleri yapmak katılımcıların dizi izlerken yaptığı diğer aktivitelerdir.

“Dizi izlerken yemek yiyorum çoğunlukla. Ya da varsa evde başka bir işimi hallediyorum. Ama dışarıdaysam genelde otobüs veya metroda izlerim o zaman bir şey yapmıyorum ”(Umut).

“Evde yapmam gereken işlerim varsa onları yapıyorum. Mesela ütü yapıyorum, Çamaşır kalıyorum. Böylece diğer işlerimde bitmiş oluyor zamanım boşa gitmiyor” (Aycan).

Bazı katılımcılarda sadece dizi izlediklerini çünkü vakitlerini dizi izlerken dinlenerek geçirmek istediklerini söylüyorlar.

“Dizi izlerken hiçbir şey yapmıyorum. Evdeysem uzanıyorum sadece. Aynı zamanda dinlenmiş oluyorum” (Nesrin).

3.11.8. Netflix’in Zaman ve Mekan Sınırının Olmaması

Dizi izleyicilerinin Netflix’i tercih etmelerinin nedenlerinden biri de zaman ve mekan sınırının olmamasıdır. Bu hipotezi test etmek için görüşmecilere Netflix’in yer ve zaman sınırı olmadan dizi izlemeye olanak sağlamasının tercih nedenlerinde etkili olup olmadığı sorulmuştur. Görüşmecilerin çoğu Netflix izleme nedenlerinden birinin de istedikleri zaman ve yerde dizi izleme imkanlarının olmasının tercihlerinde etkili olduklarını söylemişlerdir. Evde, okulda, iş yerinde, toplu taşımada dizi izleyebildiklerini belirtmişlerdir.

“İstediğim zamanda dizi izlemek için tercih ediyorum. İşe giderken toplu taşımada oldukça fazla zaman geçiriyorum bu durumda takip etmek istediğim dizileri izliyorum” (Nazan).

“Uzun yolculuk yapacağım zaman Netflix’ten istediğim diziyi indiriyorum. Yolculuk esnasında izliyorum. İnternetsiz ortamda izleyebildiğim için bir sorun yaşamıyorum” (Fırat).

“İstanbul’da yaşadığımız düşünülürse trafikte çok fazla zaman geçiriyoruz. Bu arada telefonumdan istediğim diziyi açıyorum ve izliyorum. Böylelikle boş vakit geçirmemiş oluyorum” (Kerem).

“Televizyonda dizi izlemek istediğimizde bunun bir zamanı var ve onu beklemek zorundasın. Diyelim ki ben sabah erken kalktım dizi izlemek istiyorum. Dizi saatini beklemek zorunda değilim. Hemen istediğim diziyi açar izlerim. Hatta istersem mutfakta kahvaltı yaparken izlerim. İllaki televizyon karşısına geçme şartım yok” (Ada).

Netflix'e farklı cihazlardan girilebilmesi, içeriklerinin indirilebilir olması ve internetin olduğu her yerde istenilen zamanda izleme olanağı sunması Netflix'in tercih edilme nedenlerindendir. Böylelikle dizi izleyicisi zaman ve mekan sınırlamasından kurtulmuştur.

3.11.9. Netflix'in Reklamsız ve Taahhütsüz Olmasının Tercih Nedenlerine Etkisi

Netflix'in reklamsız içerik sunması tercih edilme nedenleri arasında önemli bir yer edinmektedir. Görüşmeciler geleneksel televizyon dizilerinde veya diğer online platformlarda sunulan reklamlardan rahatsızlıklarını dile getirmişlerdir. Bu bağlamda Netflix'in reklamsız içerikler sunması tercih edilmesinde önemlidir.

“Televizyonda verilen reklamlar yüzünden normalde daha kısa olması gereken diziler uzadıkça uzuyor”(Özlem).

“Dizi izlerken bunun herhangi bir şey ile bozulmasını istemiyorum. Sürekli araya reklam girmesi ve onu beklemek zorunda kalmak beni o diziden bile soğutuyor. Netflix'te böyle bir şeye maruz kalmamak çok iyi” (Leyla).

“Diğer sitelerden dizi izlemek istediğim zaman reklam bombardımanına maruz kalıyorum. Özellikle çıkan bahis reklamları çok rahatsız edici oluyor. Tıkladığında virüs girebiliyor”(Aslı).

“Netflix'in reklamsız olması tercih etmemdeki en büyük etkenlerden biri. Reklam için harcayacağım süreyi dizi izleme süresi için harcıyorum. Hem de gereksiz reklama maruz kalmıyorum”(Hakan).

“Bir dizi izlemek için bir sürü çabaya giriyoruz ya daha dizi başlamadan reklamları geçmekle uğraşıyoruz. Bıktık artık bu durumdan. O yüzden bu tarz sitelerden uzak duruyorum. Asla bir şey izlemek istemiyorum” (Narin).

Netflix platformunun üyelerine bir taahhütsüz üyelik sunması tercih edilmesinde etkili olan nedenlerden biridir. Görüşmeciler istedikleri zaman üyelik iptali yapabiliyor olmalarının tercih nedenleri üzerinde etkili olduğunu söylemişlerdir.

“Taahhütsüz olması etkili oluyor tercihimde. Çünkü istediğim zaman üyeliğin iptal olması ve yapman gereken zorunlu bir durum olmaması beni rahatlatıyor. Ve platforma daha sıcak bakmamı sağlıyor”(Umut).

3.11.10. Netflix'in Sansürsüz Olmasının Tercih Nedenlerine Etkisi

Türkçe sözlükte sansür; her türlü yayının, sinema ve tiyatro eserinin hükümetçe önceden denetlenmesi işi, sıkı denetim olarak tanımlanmıştır (sözlük.gov.tr.). Dizi ve filmlerde uygulanan sansür, izleme motivasyonları üzerinde de etkili olmaktadır. Bu bağlamda izleyiciler dizi ve film içeriklerinde uygulanan sansürün dizi kalitesi, dizi senaryosu üzerinde de kısıtlayıcı etkilerinin olduğunu belirtmektedir.

Netflix'in sansürsüz olması görüşmecilerin Netflix'i tercih etme nedenlerine etkili olmuştur. Televizyonda uygulanan sansürleri doğru bulmayan bazı katılımcılar bu nedenden dolayı Netflix'i tercih ettiklerini söylemişlerdir.

“Televizyonda dizi izlerken sansür oluyor zaten. Bazen bu sansür boyutu bence fazla oluyor ve dizinin anlatmak istediği şeye odaklanmasını zorlaştırıyor. Onu kes bunu kes nereye kadar” (Tarık).

“Netflix'te sansür olmaması önemli bence. Dizilerin sansür etkisinden uzak çekilmesi bence kaliteyi de etkiliyor. Sansür yer korkusu ile senaryoda değişiklik veya orijinalinde yapılan değişiklikler dizinin kalitesini de etkiliyor” (Burak).

“Netflix bu konuda daha özgür. Televizyon dizilerinde çok fazla sansür oluyor ve dizilerin kopuk olmasına neden oluyor bu durum” (Perihan).

Katılımcılardan 2'si sansürün yeterli düzeyde olmasında sakınca olmadığını belirterek bu durumun Netflix tercihlerinde etkili olmadığını söylediler.

“Bence sansür sınırlı düzeyde olursa yapılabilir. Televizyondakini desteklemiyorum ama orada bence çok fazla var. Sansür kısıtlı bir şekilde olursa bence sorun olmaz” (Canan).

3.11.11. Seri İzleme Unsurunun Netflix'i Tercih Nedenlerine Etkisi

İngilizcesi “binge watching” olarak tanımlanan seri izleme arka arkaya izlenen içerikleri kapsamaktadır. İzleyicilerin geleneksel televizyon kanallarında yayınlanan dizinin sonraki bölümünü izlemek için bir hafta bekleme süresinin olması gerekmektedir. Fakat online platformlarda yayınlanan dizilerin tüm bölümlerini aynı anda izleyebilme olanakları bulunmaktadır (Oduncu, Karaduman, 2021: 76-77).

Görüşmeciler Netflix'te seri izleme seçeneğinin olmasının tercihlerinde etkili olduğunu söylemişlerdir. Dizi izlerken bekleme süresinin olmaması ve birden fazla bölümün veya bir sezonun aynı anda yayına girmesinin seri izlemede etkili olduğunu belirtmişlerdir.

“Dizilerin birden fazla bölümünün yayınlanması benim için önemli. Sevdiğim dizileri bekliyorum mesela ikinci sezon girecek yayına verildiği an bakıyorsun yedi bölüm birden vermişler veya bir sezonun hepsini. Açarım hemen hepsini izlerim hatta aynı gün bitiririm”(Aslıhan).

“Televizyonda olsa bir bölüm için bekle bir hafta sonra tekrar bekle bir hafta. Ama Netflix'te öyle değil peş peşe bölümler yayınlanıyor. Hepsini birden izliyorsun” (Esra).

“Bazı dizileri bir sezonun tamamını veriyorlar. Hemen açar izlerim. Peş peşe bölüm izleyince doyumda oluyor”(Fırat).

“Dizilerin sezonunun tamamını veriyorlar. Aç istediğin kadar izle beklemek zorunda değilsin. Zaten diziler kısa televizyondaki gibi değil. Bölümler çerez gibi gidiyor. Olay akışları da hızlı oluyor sıkılmıyorsun”(Zeynep).

3.12. BULGULARIN ANALİZİ

Dijitalleşme ile birlikte televizyon seyretme ve dizi izleme pratikleri de değişmiştir. Online platformların kurulması ve izleyiciye sunduğu olanaklar bu platformların popülerleşmesini sağlamıştır. Online platformlar arasında yer alan ve en çok abone sayısını bünyesinde barındıran Netflix izleyiciye birçok çeşit içerik sunmaktadır. Geleneksel televizyonda yayınlanan dizi sürelerinin uzun olması, reklam aralıklarının uzun olması, sansür uygulamasının olması, içerik çeşitliliğinin olmaması gibi unsurlardan dolayı dizi izleme aracı olarak geleneksel televizyondan uzaklaşarak internet bağlantılı online platformlara yönelmişlerdir. İzleyiciler Netflix platformunda yer alan dizilerin kaliteli yapımlar içermesi, sürelerinin kısa olması, alt yazı ve dublaj seçeneklerinin olması, reklam ve sansür olmaması gibi nedenlerden dolayı tercih etmişlerdir.

Geleneksel televizyon seyretme alışkanlıkları değişen izleyici kendisine sunulan içeriklerde pasif bir konumda olmak yerine aktif olmayı tercih etmektedir. İzlediği içeriklere anında etkide bulunabilen izleyici aynı şekilde geri dönüt alabilmektedir.

Geleneksel televizyonda içeriklerin seyredilebilmesi için belirli bir mekan ve zaman sınırlaması bulunmaktadır. Fakat online platformlarda seyredilen içerikler için böyle bir zorunluluk bulunmamaktadır. İzleyici istediği zaman, istediği içeriğe ulaşabilmektedir. Bu sonuçlardan hareket ederek dijitalleşme ile birlikte bireylerin kullanmış olduğu kitle iletişim araçları farklılaşmış ve bu farklılaşmış ve bu farklılık onların dizi izleme alışkanlıklarını da etkilemiştir hipotezi düşünülmüştür. Bu doğrultuda katılımcılara Netflix'e giriş yaparken hangi araç ile giriş yaptıkları sorulmuştur. Katılımcıların 17'si internet bağlantılı televizyondan giriş yaptıklarını belirtmişlerdir. Televizyondan giriş yapan 17 kişinin 11'i erkek, 6'sı kadındır. Akıllı telefonlardan giriş yapan kullanıcı sayısı 10'dur. 10 kişinin 5'i erkek, 5'i kadındır. Bilgisayardan giriş yapan kullanıcı sayısı 8'dir. 8 kişinin 3'ünü kadın 5'ini erkek kullanıcılar oluşturmaktadır. Tabletten giriş yapan katılımcı sayısı 5'dir. 5 kişinin 2'si kadın 3'ü erkek kullanıcılardan oluşmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre izleyicilerin dizi izleme tercihlerini geleneksel televizyon yerine internet bağlantılı medya araçlarından yana kullanmışlardır. Kadınlar daha çok internet bağlantılı televizyon kullanımını tercih ederken erkekler daha çok telefon ve bilgisayardan giriş yapmayı tercih etmişlerdir. Katılımcıların giriş yapmayı en az tercih ettikleri araç ise tablet olmuştur. Bu veriler doğrultusunda izleyicilerin dizi izlemeyi geleneksel televizyon yerine internet bağlantılı medya araçlarını tercih ettikleri görülmektedir.

Online platformların oluşması dizi izleme alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur. Bu noktada Türkiye'de en çok tercih edilen online platform Netflix'tir hipotezinin doğruluğunu sorgulamak için katılımcılara dizi izlemeyi tercih ettikleri dijital platform sorulmuştur. 40 katılımcının tamamı Netflix'i tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların belirttikleri sonuca göre Netflix'in en çok tercih edilen online platform olduğu görülmektedir.

Netflix'in izleyiciye sunduğu önemli unsurlardan biride zaman ve mekan sınırlamasının olmamasıdır. Bu doğrultuda Netflix'in izleyiciye sunduğu zaman ve mekân bağımsızlığı, istenilen araç (telefon, tablet, bilgisayar, televizyon) ile izleme olanağının olması gibi özellikleri nedeniyle izleyicilerin izledikleri dizi sayısı artmıştır hipotezini sorgulamak için katılımcılara 1 günde kaç dizi izledikleri ve kaç saat seyrettikleri sorulmuştur. Katılımcıların 35'i her gün bir dizi izlediklerini belirtmiştir. Katılımcıların 5'i ise günde 2 tane dizi izlediklerini söylemiştir. Katılımcıların 23'ü günde

7 saat dizi izlediklerini ifade ederken 10 kişi günde en az 5 saat dizi izlediklerini söylemişlerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcıların günde ortalama 4 saat dizi izlemektedir. Katılımcılar Netflix'te her gün en az bir tane dizi izlemektedirler. Katılımcılardan elde edilen verilerin sonuçlarına göre izleyicilerin dizi izleme sıklığının arttığı görülmektedir. Netflix içeriklerinin birçok farklı araçtan seyredilebilmesi dizi sürelerinin artmasındaki nedenler arasında yer almaktadır. Dizi izlemek için kısıtlı mekan ve zaman sınırı olmayan izleyici istediği yerde içerik seyretme olanağını bulması dizi sürelerinin ve dizi sayılarının artmasında etkili olmuştur.

Katılımcıların Netflix'i tercih etme nedenleri arasında belirttiği dizi sürelerinin kısa olması, Netflix' in kişiselleştirilmiş ara yüz kullanması ve kullanıcının tercihlerine göre önerilerde bulunması, kullanıcılarına orijinal içerikler sunması Netflix, sistem üzerinde izleyici davranışlarını değerlendirerek dizi üretim, gösterim süreçlerinde bu verileri kullanmaktadır. Ve dizi sektöründe Netflix ile gösterim, üretim ve dağıtım süreçlerinde değişimler yaşanmıştır hipotezi doğrulanmıştır. Netflix'in izleyici odaklı olması ve izleyici davranışlarını değerlendirerek içeriklerini bu değerlendirmeler sonucunda oluşturması kullanıcıların tercihleri üzerinde etkili olmuştur.

Netflix'te dizi izleme sürelerinin kısa olması tercih edilme nedenlerindendir hipotezini sorgulamak için katılımcılara netflix'i tercih etme nedenleri sorulmuştur. Katılımcıların tamamı dizi sürelerinin kısa olmasının Netflix'i tercih etme nedenleri arasında söylemişlerdir. Geleneksel televizyondan online platformlardan dizi izlemeyi tercih eden izleyici için televizyonda sunulan dizilerin sürelerinin uzun olması izleyicinin geleneksel televizyondan uzaklaşmasının en önemli nedenleri arasında yer almıştır. İzleyici için Netflix'i tercih etme nedenlerinden bir diğer önemli unsurda Netflix'in reklamsız olmasıdır. Televizyonda sunulan içeriklerde reklam olması ve reklam sürelerinin uzun olması izleyiciyi içeriğinde hiç reklam barındırmayan Netflix'e çekmiştir. Katılımcılardan 9'u Netflix'i tercih etme nedenleri arasında reklamsız olmasını belirtmişlerdir. Netflix içeriklerinde sansürün olmaması bireylerin bu platformu tercih etme nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Katılımcılardan 6'sı Netflix'i tercih etme nedenleri arasında Netflix'in sansürsüz olmasını göstermişlerdir. Katılımcılar aynı zamanda içeriklerde uygulanan sansürün yapım kalitesini etkilediğini dizinin yapısını bozduğunu da belirtmişlerdir. Netflix'in tercih edilme nedenlerinden biride seri izleme özelliğinin bulunmasıdır. Katılımcılardan 7'si Netflix'i tercih etme nedenleri arasında seri

izleme özelliğini belirtmiştir. Bu sonuçların dışında katılımcıların tamamı Netflix'i tercih etme nedenlerini sıralarken sansürsüz olması, reklamsız olması, dizi sürelerinin kısa olması, eş zamansız olması, seri izleme özelliklerinin bulunması, kaliteli yapımların yer alması gibi unsurları belirtmişlerdir.

Bu sonuçlar doğrultusunda izleyicinin Netflix sonrası geleneksel dizi izleme alışkanlıklarının değiştiği açıkça görülmektedir. İzleyici kendi tercihlerinin olabildiği, pasif izleyici konumundan sıyrılıp aktif izleyici olarak rol alabildiği, zamandan tasarruf edebileceği ve aynı zamanda kaliteli yapımları izleyebileceği araçları tercih etmektedir.



SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

20. yüzyıl ile birlikte oluşan dijital kültür günümüzde oluşan yenilik ve değişimlerle teknolojinin yaşantımızda daha fazla yer almasıyla alışkanlıkları değiştirmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte her alanda etkili olan dijital kültür teknoloji alanında da değişim ve dönüşüm yaşanmasına neden olmuştur. Bu değişim gündelik hayatın birçok alanında etkili olmuştur. Değişimden etkilenen kitle iletişim araçları artık dijital olarak üretilip dijital olarak dağıtılmaya başlamıştır. Dolayısı ile yaşamın her alanında etkili olan dijitalleşme kurumların, şirketlerin, bireylerin bu teknolojiye ihtiyaç duymasına neden olmuştur. Bilgiler veri şeklini almıştır.

İnternetin ortaya çıkması ile birlikte bilginin yayılması da son derece hızlı bir şekilde olmuştur. İnternetin yaygınlaşması veri aktarımı ve dijitalleşmeyi hızlandırmıştır. Uydu yayınları, akıllı telefonlar, bilgisayarlar bu gelişmeyi destekleyerek dijitalleşmenin hızlanmasını sağlamıştır. Böylelikle kullanıcılar yayınlara müdahale etmeye başlamıştır. Geleneksel medya içerisinde pasif konumda olan izleyici internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonrasında aktif bir konuma ulaşmıştır. İnteraktif bir iletişim içerisinde olmuştur. Web tabanlı yeni medyanın ortaya çıkması internet ve medya teknolojilerinin gelişmesine neden olmuştur. Yeni medya teknolojileri kullanıcılara zaman ve mekan kısıtlaması olmadan etkileşimli bir iletişim seçeneği sunmuştur.

90'lı yıllar sonrası ortaya çıkan yeni medya kavramı bilgisayar teknolojisine dayanır. Yeni medya kavramı sayısal tabanlı, eş zamanlı interaktif ve çok katmanlı iletişimin gerçekleştiği araçları ve kanalları kapsar. Yeni medya teknolojileri sanat, kültür, iletişim, eğitim, eğlence alanlarında etkili olmuştur. Yeni medya gündelik hayatın her alanında etkili olmuştur. Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran unsurlar, interaktiflik, eşzamanlılık, yöndeşme, dijital kod ve hiper metindir.

Teknolojinin ilerlemesi geleneksel yayıncılığında değişmesine neden olmuştur. Dijitalleşme ile birlikte dijital yayıncılığa geçilmiştir. Dijital yayıncılık analog olan ses ve görüntünün bitlere dönüşerek bilgilerin kodlama teknikleri yapıldıktan sonra alıcılara iletilmesidir. 90'lı yıllarında sonlarında uydu yayınlarının büyük bir kısmı dijitalleşmiştir. Yayınların dijitale geçmesi yenilikleri de beraberinde getirmiştir. Kanal kapasiteleri artmıştır. Kullanıcılar kaliteli görüntü ve sese ulaşmışlardır

20. yüzyılda dünyayı etkisi altına alan teknolojik gelişmelerin iletişim alanında da önemli etkileri olmuştur. İnternet bu gelişmelerin en önemlilerinden biridir. İnternet iletişim alanında farklı kanallar sunarak küresel sınırları ortadan kaldırmıştır. Kişilere sınırsız iletişim özgürlüğü sunan internet hızlı ve ucuz erişim olanağı sunarak bilgiye ulaşımı kolaylaştırmıştır. Farklı alanları etkileyen internet e-devlet, e-ticaret gibi kavramların gündelik hayatta yer almasını sağlamıştır. İnternetin gelişimi beraberinde birçok yeniliği de getirmiştir. Web 1.0 ile sadece bilgi alabilen kullanıcılar pasif konumda yer almaktadır. Bu alanda gelişimin devam etmesi Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 ile kullanıcılar aktif konuma geçmiştir. Yaşanan gelişmeler internetin zaman ve mekan sınırını ortadan kaldırmasına olanak sağlamıştır. Dijital teknolojinin gelişmesi internetin erişimini de kolaylaştırmıştır.

Dijital Platformlar bireyi ön planda tutarak izleyicinin istek ve beklentilerine cevap vermiştir. İzleyici istediği zaman istediği yerde ve istediği kadar içeriğe erişim olanağı yakalamıştır. İzleyiciye farklı izleme olanakları ve çeşitli fırsatlar sunan online platformlar dizi izleme alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur.

Yeni medya teknolojilerinin arasında oluşan yöndeşme geleneksel medya araçlarını değiştirmiştir. Yeni medya araçlarında üretilen içerikler akıllı telefon, tablet, bilgisayarlardan izlenebilir olmuştur. Yeni medya teknolojileri dizi sektörünü de etkilemiş ve dizi izleme alışkanlıklarını değiştirmiştir. Yeni medya teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan dijital platformlar, dizi yapım ve gösterim alanlarında etkili olarak değişime neden olmuştur. Yeni medya teknolojilerinin gelişmesi Netflix, Amazon, Hulu gibi milyonlarca abone sayısına ulaşan platformların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu platformlar izleme alışkanlıklarında etkili olarak değişmesine neden olmuştur. Dijital platformlar içerisinde en fazla üyeye ve popüleriteye sahip olan Netflix uluslararası alanda yer alması, içerik zenginliğinin fazla olması dizi alanında pek değişime neden olması bakımından önem teşkil etmektedir

Çalışma, dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan online platformların dizi izleme alışkanlığına etki ettiği ve değişmesine sebep olduğu hipotezinden yola çıkılarak gerçekleştirilmiştir. Bu ana hipotez ve alt hipotezleri test etmek amacıyla çalışma içerisinde 40 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulgular ışığında Netflix'in izleme alışkanlıklarını etkileyerek değişiklikler yarattığı belirlenmiştir.

Görüşmelerde katılımcıların online platform olan Netflix'in izleme edimlerini değiştirip değiştirmediğini saptamak amacıyla dizi izleyip izlemedikleri ve hangi platformlardan bu edimi gerçekleştirdikleri sorulmuştur. Katılımcıların tamamı dizi izlediklerini ve izlediği dizileri Netflix'ten izlemeyi tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu sorudan hareketle de geleneksel kitle iletişim aracı olan televizyonun artık dizi izlemek için çok tercih edilmediği sonucuna ulaştırmaktadır. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların tamamı dizi izlediklerini ve Netflix'ten dizi izlemeyi tercih etmişlerdir. Bu sonuçta Netflix'in etkinliğini göstermektedir. Bu bulgulardan elde edilen bir başka sonuçta izleyicinin geleneksel izleme araçlarını tercih etmediğini göstermiştir. Kullanıcıların Netflix'ten dizi izlerken kullanmayı tercih ettiği araçları televizyon, telefon ve bilgisayar olarak söylemişlerdir. Kullanıcıların telefonu tercih etmelerindeki sebep dizi izleme edinimini istedikleri yerde zamanda gerçekleştirmek istemelerinden kaynaklanmaktadır. Bu anlamda geleneksel televizyon izleme biçiminde görülen kısıtlı zaman ve mekan kavramlarının değişiklik gösterdiği görülmektedir. Artık izleyiciler belli bir yere bağlı kalmadan istedikleri zamanda ve istedikleri kadar izleme yapmak istemektedirler. Görüşmecilerin söylemlerinden yola çıkarak Netflix'in teknoloji ile uyumlu olması ve medya araçlarından izlenebilme olanağının olması Netflix tercih etme nedenleri arasında yer aldığı görülmektedir. Netflix'in teknolojik cihazlar ile uyumlu olması ve birçok cihazdan platforma erişimin sağlanması izleyici için Netflix'in sağladığı olumlu özelliklerdendir.

Görüşmeler içerisinde dikkat çeken noktalardan birisi de Netflix üyelerinin tek bir üye girişi ile birkaç kişinin uygulamaya giriş yaptığı sonucudur. Buradan hareketle Netflix üyeliği bulunmadan Netflix uygulamasına giriş yaparak kullanan birçok kişinin olduğu sonucuna varabiliriz. Bu doğrultuda açıklanan resmi Netflix üye sayısının gerçekte çok daha fazla olduğu aşıkardır.

Görüşmeden elde edilen sonuçlara göre kullanıcıların Netflix'i tercih etme nedenlerinin şu şekilde sıralayabiliriz; Kaliteli yapımların yer alması, erişimin kolay olması, reklamsız ve sansüresiz olması, dizi sürelerinin kısa olması, içerik çeşitliliğinin fazla olması, alt yazı ve dublaj seçeneklerinin olması ve bunların kaliteli bulunması, uluslararası dizi çeşitliliğinin olması, ara yüzünün kullanışlı ve kişiselleştirilmiş olması, kullanıcıya yönelik önerilerde bulunması. Bu nedenler arasında en etkili olan nedenlerden biri reklamsız olmasıdır. Geleneksel televizyon dizilerinde ve farklı platformlarda

sunulan reklam içerikleri kullanıcı için bir dezavantaj oluşturmaktadır. Dizilerin en heyecanlı veya merak edilen bölümlerinde reklamın araya girmesi veya yayın sırasında reklam unsurlarının araya girmesi en çok şikayet edilen noktalarında birini oluşturmaktadır. Netflix'in sunduğu kaldığın yerden devam et seçeneği veya izleyicilerin istedikleri zaman diziyi durdurabilmeleri, ileri sarmaları veya indirip kaydetmesi en çok söylenilen tercih nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Netflix'te sunulan orijinal yapımlar kullanıcı tercih nedenleri içinde önemli bir yerdedir. Sadece popüler olan Netflix orijinal dizi için bile abone olan kullanıcı bulunmaktadır.

Netflix ara yüzünün basit bir yapıda olması ve izleyici için kişiselleştirilmiş seçenekler sunması kullanıcılar için Netflix'i diğer online platformlardan ayıran önemli özelliklerdendir. Bu noktada kullanıcıların kullandıkları platformda diz veya film arama kategorilerinde kendi tercihlerine yönelik tercihler sunulması avantajlı durumlardan biridir.

Görüşme sonuçlarından elde edilen bulgulara göre Netflix'in dizi izleme sıklığına etki ederek artırdığı görülmektedir. Netflix'te dizilerin bir sezon veya yarım sezon şeklinde yüklenmesi izleyicinin dizi bölümleri için bir hafta bekleme seçeneğini ortadan kaldırmıştır. Sunulan dizinin tüm bölümünü aynı anda izlemek isteyen kullanıcıların aşırı izleme eğiliminde olduğunu söyleyebiliriz. Görüşme sonuçlarına göre kullanıcılar günde 3 ile 5 saat arasında Netflix'ten dizi izlemektedir. Bu oran sevilen diziler için günde bir sezona kadar çıkmaktadır. Bu durumda Netflix izleyicilerinde aşırı izleme oranının da fazla olduğu ve de tercih edildiğini söyleyebiliriz.

Görüşmecilerin dizi izleme alışkanlıklarının değişip değişmediğine yönelik soruya 36 kişi değiştiğini ifade etmiştir. İzleyici görüşlerinden yola çıkarak Netflix'in dizi izleme pratiklerinde değişiklik yarattığı açıkça görülmektedir. Görüşmeciler bu değişimleri dizi izleme sürelerinde oluşan fazlalık, dizi çeşitliliği, reklam unsurunun olmaması, alt yazı ve dublaj seçeneklerinin olması, uygulamanın kolay bir ara yüzünün olması, kullanıcı odaklı şekillenmesi, seri izleme oluşması gibi nedenler ortaya koyarak sıralamışlardır.

Netflix izleyicilerin alışkanlıklarını dönüştürerek yeniden şekillendirmiştir. İzleme pratikleri dijital platformların ortaya çıkmasına, farklı ve yeni içerikler üretmesine, bireylerin bu platformlara üye olmasına katkı sağlamaktadır. Netflix'in birey odaklı sistemi izleyicinin ilgi alanlarının belirlenmesini ve içerik çeşitliliğinin bu bilgiler

doğrultusunda hazırlanmasını sağlamıştır. İzleyicinin geleneksel izleme araçlarında olduğu gibi bir mekana ve belirli bir zamana bağlı kalarak izleme yapmasına gerek yoktur. İzleyici Netflix sayesinde istediği zaman diliminde ve istediği mekanda izleme yapabilmektedir. Böylelikle izleyici sadece tüketici konumunda değil aynı zamanda üretici konumunda da bulunmaktadır.

Dijital platformlarda oluşan dizi izleme edinimi; sunulan sansürsüz içerikten, içerik çeşitliliğinin fazla olmasından, içeriğe sınırsız erişebilme olanağının olmasından ve içeriklere uygun miktarda bir ücret ile ulaşılabilmesinden kaynaklanmaktadır. Kullanıcılar için dizilerin arka arkaya izlenmesi normal olarak görülmektedir. İzleyicilerin sevdikleri dizileri bir an önce bitirme istekleri ve bu isteklerini tek oturuşta bitirilen diziler ile sonuçlandırmaları ileride gelinecek noktalar için düşündürücüdür.

Dizi izleme alanının kısıtlı olması, yapım maliyetlerinin yüksek olması, reyting kaygılarının olması dizi yapımcıları için dezavantajlı durumlardandır. Kendilerine televizyonda yer bulamayan diziler dijital platformlarda kendilerine yer bulabilmişlerdir. Bağımsız yönetmenlere, özgün senaryolara kapılarını açan dijital platformlar böylelikle dizi içerik zenginliğini yakalamış olmaktadırlar.

Netflix'te yerel içerikli dizilerin olması o ülkenin tanıtılmasına, dizi sektöründeki kişileri kazanç sağlamalarına, farklı coğrafyadan kültürlerin aktarılmasına katkı sağlamaktadır. Netflix'in ülkelerin ve bulunduğu coğrafyanın tercihlerine göre içerik oluşturması ve o ülkeye yönelik yatırım yapılması anlamında önemlidir.

Dünya genelinde neredeyse bütün ülkelerde izleyici ile buluşan Netflix ürettiği ve sunduğu içerikler ile faaliyetlerini gün geçtikçe artırmaya başlamıştır. Netflix'in yayınlandığı ülkelere biride Türkiye'dir. 2016 yılında Türkiye'de içerik sunmaya başlayan Netflix Türkiye'de de gün geçtikçe etkisini artırmıştır. Sunduğu içerikler izleyici tarafından olumlu karşılanan Netflix üye sayısını da artırmayı başarmıştır. Katılımcıların tamamı günde en az bir kere dizi izlediklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda Netflix içeriklerinin beğenildiği ve takip edildiği açıkça görülmektedir.

Çalışma içerisinde, yeni medya teknolojilerinin gelişmesinin bir sonucu olarak Netflix'in oluşturduğu kendi algoritması sayesinde dizi yapım ve gösterim alanında etkili olduğu ve kendine özgü yeni bir dil oluşturarak dizi izleme alışkanlıklarını etkilediği görülmektedir. Netflix veya benzeri dijital platformların dizi sektörüne katkı sağlayacağı

görülmektedir. Tüm bu nedenler dışında Netflix'in yerel yatırımlar yapması, yerli yönetmen, yapımcı ve oyuncularla çalışması ve onları desteklemesi, reklam çalışmalarında bulunması, birey odaklı kişiselleştirilmiş seçenekler sunması gibi nedenlerden dolayı önümüzdeki yıllarda da yeni nesile hitap ederek dizi sektörüne etkileri olacağı düşünülmektedir.

Netflix'in yeni bir alan olması bu yönde yapılan çalışmalar son beş yılda yoğunlaştırmıştır. Netflix üzerine yapılan çalışmalar genellikle platformun algoritması üzerine veya dizi ve filmlerin incelenmesi üzerine olmuştur. Dizi izleme alışkanlıklarının değişimine yönelik çalışmalar sınırlı kalmıştır. Bu nedenle Netflix üzerine yapılan çalışma alanları genişletilebilir. Netflix platformu üzerine yapılacak olan çalışmalar çeşitli yönlerden ele alınarak yapılabilir. Netflix'in içerikler yolu ile izleyiciye aktarmaya çalıştığı ideolojik söylemler araştırılabilir. Bu doğrultuda yapılacak olan çalışmalar literatüre de katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- Akaydın, A. (2014). "Değişen Televizyon Platformlarının İzleyiciye Sunduğu Seçenekler". *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(3), 18-24.
- Akbaba, N. (2021). *Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde İnternet Dizi İzleyicileri Üzerine Bir İnceleme: Netflix, Puhutv, Blutv Örneğinde*, (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyol, O. (2012). *Gelişen Televizyon Yayın Teknolojileri ve Etkileşimli Yayıncılık Uygulamaları*, (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Almasoodi, A,R. (2021). *Habere Ulaşmada Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Arvas, İ. S. (2022). "Gutenberg Galaksisinden Meta Evrenine: Üçüncü Kuşak İnternet, Web 3.0.". *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 48 (13), 54-71.
- Aslan, B. (2007). *Web 2.0, Teknikleri ve Uygulamaları*, Bilkent, Ankara: XII. Türkiye'de İnternet Konferansı.
- Ata, F. (2015). *Yeni Medyada Gerçeğin Yeni İnşacıları: Okurlar* (Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atalay, M. (2019). *Dijital Kültürde Gösteri Olarak Tüketim*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktaş, A,D,A. (2021). *Dijital Platformlarda Kullanılan Yapay Zeka Teknolojilerinin Kullanıcı Motivasyonları Üzerinden İncelenmesi: Netflix Örneği*. (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ateşalp, S.T. Başlar, G. (2020). "İnternette Dizi İzleme Pratiklerinin Dönüşümü: Aşırı İzleme (Bingewatching) Üzerine Bir Araştırma". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 32, 108-136.
- Atila. M.Y. (2018). *Televizyon Dizilerine Karşı Alternatif Medya Kullanımı Olarak İnternet Dizileri Üzerine Bir Çalışma : "Abzüğürt" Dizisi Örneğinde*, (Yüksek Lisans Tezi). Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Aydoğan, F., KIRIK, A. M. (2012). "Alternatif Medya Olarak Yeni Medya". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı, 18, 62.
- Aydınhan, G. (2021). *Tophumsal Cinsiyet Kalıplarının Dijital Platformlarda İşlenmesi Konusunda Nitel Bir Araştırma: Netflix Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, O, Ş. (2019). "Yeni İzleme Biçimleri ve Netflix İçerikleri: Ritzer'in Mcdonaldlaşma Tezi Ekseninde Bir Değerlendirme". *Journal of International Social Research*, 12(63), 1167-1172.
- Bağcı, C. (2021). *Türkiye'de Sayısal Televizyon Yayıncılığı: Sektörel Yönelimleri, Yeni Yayın İçerikleri ve İzleyici Deneyimleri* (Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Binark, M. (2013). Web 1.0'dan Web 2.0'a Barış ve Demokrasi Partisi: 2011 Genel Seçimlerinde Facebook Kullanımından Bir Kesit. *İ&D İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 1 (1), 2147-6772.
- Birgül, M, T. (2021). *Sosyal Medyanın Dijital Kültür Ve Dijital Kimlik İlişkisi*. (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Birincioğlu, Y. D, Baloğlu. U. (2021). Bir Kültürel Tüketim Pratiği Olarak Netflix Dizileri. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*. 5(2), 547-570.
- Bulunmaz, B. (2011). "Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak?", *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 22-29.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). Örneklem Yöntemleri. Erişim Adresi, <http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf>. (Erişim Tarihi: 6 Haziran 2022).
- Can, A (1993). Uydu Yayıncılığı ve Kablolü Televizyon. *Marmara İletişim Dergisi*, 8(8), 153-168.
- Crowley, D, Heyer, P. (2019). *İletişim Tarihi Taş Devri Sembollerinden Sosyal Medyaya*. Ankara: Siyasal Kitapevi.

- Çağıl, F, Kara.F. M. (2019). "Dijital Dönüşüm Bağlamında Türkiye’de Dizi Sektörü ve Geleceği". ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi, 1 (1), 8-18.
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Çamur, M. (2020). *Yeni Medya ve İdeoloji: Netflix Yapımı Dizilere Althusser’ci Bir Yaklaşım (Messiah ve Designated Survivor Örneği)*, (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çaycı, B. (2021). "Aşırı İzlemeyle Değişen Dizi İzleme Biçimlerinin İzleyiciler Üzerindeki Etkileri". *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11(2), 403-423.
- Çelebioğlu, H.S. (1999). *Kablo Televizyon Yayıncılığı*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetindağ, S. (2015). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Yeni Medya Ortamlarıyla Dönüşüm Süreci: İçerde ve Çukur Dizisi Örneğinde Yeni Yayıncılık Ekosisteminin İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çiftçi, G. T. (2011). *Uzaktan Eğitimde IPTV'nin Kullanılabilirliğine İlişkin Bir Delphi Çalışması*, (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demircan, M. (2021). *Dijital Kültürde Sinema İzleme Edimi: Netflix Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirkıran, C. (2020). "Geleneksel Televizyonun Sanal Modeli Olarak Web Tv Ve Livestream Portalında Tv Yönetimi", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 14 (14), 73-85.
- Dijk, J, V. (2018). *Ağ Toplumu*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Eldeniz, L. (2010). *İkinci Medya Çağında İnternet içinde İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Erdem, S, G. (2021). *İnternet Televizyonlarında Toplumsal Cinsiyet Temsilleri: Netflix’in İlk Türk Dizisi “Hakan: Muhafız” Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Ergüney, M. (2017). "Türkiye’de İnternet Dizilerinin Gelişmesine Zemin Hazırlayan Tarihsel ve Teknolojik Süreç". *Artuklu İnsan ve Bilim Dergisi*, 2(1), 52-59.
- Erkek, R. (2019). *Yeni Medya Teknolojilerinin Film Endüstrisine Etkileri: Netflix Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Genç, Z. (2010) “Web 2.0 Yeniliklerinin Eğitimde Kullanımı: Bir Facebook Eğitim Uygulama Örneği”, *Akademik Bilişim 10 XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, Muğla.
- Gere, C. (2018). *Dijital Kültür*. İstanbul: Salon Yayınları.
- Goffman, E. (2004). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gurbetoğlu, A. (2018). “Bilimsel Araştırma Yöntemleri”. Erişim Adresi: <http://agurbetoglu.Com/files/2%20ARA%C5%9ETIRMA>, 20. (Erişim Tarihi: 6 Haziran 2022).
- Gümüş, B. (2021). "Maraton İzleyiciliğinden Aşırı İzlemeye: Netflix’in İzleme Alışkanlıklarına Etkisi", *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, Sayı 37(37), 147-169.
- Gürkan, C, G. (2022). *Netflix Orijinal İçeriklerinde Görsel Efekt Kullanımının İzleyici Alımlamasına Etkisi: Hakan: Muhafız (The Protector) ve The Witcher Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İspir, B. (2013). *Dijital İletişim ve Yeni Medya İçinde Yeni İletişimi Teknolojilerinin Gelişimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kapan, K, Üncel, R. (2020)." Gelişen web teknolojilerinin (Web 1.0- Web 2.0- Web 3.0) Türkiye turizmine etkisi". *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı, 3(3), 276-289.
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kavi, M. (2021). *İnternet Dizileri Üzerine Bir İnceleme: Netflix, Hakan: Muhafız Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Uşak: Uşak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

- Karabağ, M.(2021). *Dijital Televizyon Platformlarında Yayınlanan Bilim Kurgu Dizilerinde Yapay Zeka Olgusu: Netflix Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karataş, Z. (2015). "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri". *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*. Sayı, 1 (1), 62-80.
- Kırık, A.M.(2014). "Sayısal Uydu Teknolojisinin Gelişimi Ve Türkiye’de Yayıncılığın Geleceği", *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (41), 1-13.
- Koçyiğit, M, Koçyiğit, A. (2018). *Dijital Kültür ve İletişim*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Koyuncu, E. (2017). "Tv Yayıncılığı Alanındaki Dijital Tv Platformları Sosyal Paylaşım Ağlarını Neden Kullanırlar?" *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(19), 315-335.
- Kucur, B, A. (2018). *Transmedya Hikaye Anlatıcılığı: Angry Birds Evreni Örneği*. İstanbul: Arı Sanat Yayınları.
- Kuyucu, M. (2021). "Geleneksel Televizyon Mecrasının Yaşadığı Dijital Dönüşüm ve Bunun Mecraya Olan Etkileri", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 3(8), 272-291.
- Küçük, B. (2015). *Televizyon izleme pratiklerindeki dönüşüm: Türkiyede IPTV ve Tivibu Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mallı, E. (2019). *Yeni Medya Ve Televizyon İzleme Pratiklerinin Dönüşümü*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Manovich, L.(2001). *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Mcluhan, Marshall (2002). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge: MIT Press.
- O’reilly, T. (2005). *What is web 2.0*. O'Reilly Media, Inc.
- Oduncu, P, Karaduman. S. (2021). "Türkiye’deki Senaristlerin Bakış Açısıyla, Değişen Dizi Sektörü Üzerine Bir Araştırması". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Dergisi*, 36(36), 72-89.

- Olgun, C. K. (2016). “Karşı Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya”. (Akt. A. B. Hülür ve A. Ç. Deniz), *Yeni Medya ve Toplum Disiplinlerarası Yaklaşımlar* içinde, İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Özcan, F. F. (2012). *Yeni Medya Ve Dijital Aktivizm*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özel, S., DURMAZ, T. (2021). "Yeni Nesil İzleme Pratikleri: Tıkınırcasına İzlemek. Öneri". *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi*, 16(55), 363-388.
- Özgün, A., Treske, A. (2021). “Süreğen Medya Platformları: İzleyici Etkinliğinin Dönüşümü ve Toplumsal Etkileri”. *Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi*, 8(1), 109-132.
- Özmen, İ. (2020). *Dijital Platformların Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Alınlanması Netflix ve Blu TV Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, T. (2020). *Yeni Nesil Televizyon İzleme Sistemleri ve İkinci Ekran Kullanımı: Aktif İzleyici Katılımının Değerlendirilmesi*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sığrı, Ü. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemler*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Sohtorik, S. (2022). *Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Sadakat Niyetine Etkisinde Marka İlişki Kalitesinin Ve Marka Güveninin Rolü: Netflix Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Söğüt, F. (2020). “Dizilerin Yeni Mecrası Olarak İnternet: Televizyon Dizileri İle İnternet Dizileri Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz”. *İzmir, II. Gelenekselden Dijitale Uluslararası Medya Araştırmaları Sempozyumu*, 1-8.
- Taşdelen, B., Kesim, M. (2014). “Etkileşimli Televizyon Geleneksel Televizyona Karşı: Televizyon İzleyicisi Ne İster?”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 8(3), 268-280.
- Türker, Alizadehfanaeloo, Demir. (2021). "Medya Sektöründe Marka Mimarisi: Netflix Örneği". *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(10), 1264-1280.

- Türk, G, D. (2013). “Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri”, *İstanbul: İnet-Tr13, XVIII Türkiye’de İnternet Konferansı*, 55-60.
- Topatan, İ.B. (2021). *Yeni Medyada Seri İzleme (Binge-Watching) Alışkanlıkları Ve Türkiye’de İnternet Dizileri*, (Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünlü, A.(2020). *Televizyon Ve İnternet Dizilerinin Ekonomi Politik Açından İncelenmesi: Mucize Doktor Ve Fi Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yalçın, Y, Dinçer, R, S. (2020). *Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik Yetkinlik Tamamlayıcı El Kitabı*. İstanbul: Hiper Yayın.
- Yalçinkaya, Y. (2016). "Dijital Kültür ve Dijital Kütüphane". *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 30(4), 595-618.
- Yanık, A. (2016). “Yeni Medya Nedir Ne Değildir?”, *Journal of International Social Research*, 9(45), 898- 910.
- Yaşar, İ. H. (2020). "İletişim Tarihine Kısa Bir Bakış: Analogdan Dijitale İletişim Araçlarının Gelişimi Ve Bireye Yansıması", *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 183-207.
- Yengin, D. (2012). *Yeni Medya ve Dokümatik Toplum*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yengin, D. (2015). “Yeni Medyanın Olanakları: Semantik Web”. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 5(1), 44-53.
- Yeniad, M, Kutlu, Y. (2016). *Web 3.0 Teknolojisinin Açık Kaynak Yazılımlarla Uygulanması. Aydın, Adnan Menderes Üniversitesi XVIII. Akademik Bilişim Konferansı*, 1-4.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2000). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel, H. (2022). “Dijitalleşme Bağlamında Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Dönüşümü: Disney Plus Platformu”. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 523-538.

Yüncüoğlu, B. (2019). *Dijital Platformların Pazarlanmasında Sosyal Medya Stratejileri: Netflix Türkiye Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://about.netflix.com/tr> Erişim Tarihi: 01.05.2022.

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2021-45500#:~:text=T%C3%BCrkiye%20n%C3%BCfusu%2084%20milyon%20680,252%20bin%20172%20ki%C5%9Fi%20oldu> Erişim Tarihi. 5 Haziran 2022.

<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi. 5 Haziran 2022.

<https://media.netflix.com/tr/> Erişim Tarihi. 15 Mayıs 2022

Netflix. (2022). Hakan Muhafız Dizisi. <https://www.netflix.com/tr/title/80189829> Erişim Tarihi. 15 Mayıs 2022

Netflix. (2022). Atiye Dizisi. <https://www.netflix.com/tr/title/81037848> Erişim Tarihi. 15 Mayıs 2022

Netflix. (2022). Aşk 101 Dizisi. <https://www.netflix.com/tr/title/81080697> Erişim Tarihi. 15 Mayıs 2022

Netflix. (2022). La Case De Papel Dizisi. <https://www.netflix.com/tr/title/80192098> Erişim Tarihi. 15 Mayıs 2022

Netflix. (2022). Black Mirror Dizisi. <https://www.netflix.com/tr/title/70264888> Erişim Tarihi. 15 Mayıs 2022

Netflix. (2022). Breaking Bad Dizisi. <https://www.netflix.com/tr/title/70143836> Erişim Tarihi. 15 Mayıs 2022

Netflix. (2022). Dizi ve Film Türleri. <https://www.netflix.com/tr/browse/genre/839338> Erişim Tarihi. 15 Mayıs 2022

<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/netflix-turkiyede-yayina-basladi-40037018> Erişim Tarihi. 30 Nisan 2022

digitalage. (2019). Türk izleyicisinin Netflix 'teki içerik tüketim alışkanlıkları.

[https://digitalage.com.tr/turk-izleyicisinin-netflixteki-icerik-](https://digitalage.com.tr/turk-izleyicisinin-netflixteki-icerik-tuketimaliskanliklari/)

[tuketimaliskanliklari/](https://digitalage.com.tr/turk-izleyicisinin-netflixteki-icerik-tuketimaliskanliklari/) Erişim Tarihi. 5 Mayıs 2022

Netflix. (2018). Rachel Whetstone, Netflix İletişim Sorumlusu Oldu.

[https://about.netflix.com/en/news/rachel-whetstone-named-netflixchief-](https://about.netflix.com/en/news/rachel-whetstone-named-netflixchief-communications-officer)

[communications-officer](https://about.netflix.com/en/news/rachel-whetstone-named-netflixchief-communications-officer) Erişim Tarihi. 5 Mayıs 2022



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Mehmet DAĞ
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	
Y. Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Diller	
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-Posta Adresi	
Tarih	