

TELEVİZYONDA VE DİJİTAL PLATFORMDA DURUM KOMEDİSİ: JET SOSYETE ÖRNEĞİ

Gülcan YUMURTACI¹

Öz

Teknolojik gelişmelerin etkileri medya sektörüne de yansımıştır. Bireylerin eğlence ihtiyacını karşılamak, medyanın amaçları arasındadır. Bu amaçla en çok tüketilen medya ürünlerinden biri dizilerdir. Komedi, izleyicinin eğlence ihtiyacını gideren, talep edilen bir türdür. Gelişen teknolojilerle izleyici, dizi izleme deneyimini televizyondan dijital ortama taşımaya başlamıştır. Televizyon ve dijital platformlarda içerik üretimi ve tüketimi farklıdır. Teknolojik farklılıklara ek olarak değişen mecrayla birlikte yasal mevzuat da farklılaşmaktadır. Çalışmanın amacı, televizyonda ve dijital platformda sunulan içeriğin hangi yönlerden farklılaştığını, bir durum komedisi olan Jet Sosyete dizisi örneğiyle ortaya koymaktır. Bu amaçla dizinin televizyonda ve dijital platformda üretilmiş, yayınlanmış bölümlerinden örnekler alınarak nitel desenle içerik analizinden yararlanılmıştır. Temelde süre, alkol, tütün ürünleri, cinsellik çağrışımı, dil kullanımı (küfür ve argo) ve reklam konularında farklar gözlemlenmiştir. Araştırma, televizyon ve dijital platformların, farklı medya ortamları olarak dizi üretimine ve tüketimine olan etkilerini ortaya koymasından önemlidir. Sonuçta dizide, komediden beklenen eleştirelilik düzeyinin mecraya göre değişip değişmediği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Durum Komedisi, Televizyon, Dijital Platformlar, Dizi, 6112 Sayılı Kanun, 5651 Sayılı Kanun.

JEL Sınıflaması: L82, L86, K39.

SITUATION COMEDY IN TELEVISION AND DIGITAL PLATFORMS: THE CASE OF “JET SOSYETE”

Abstract

Technological developments have influenced the media sector, which aims to fulfill entertainment needs. TV series, and specifically comedies, are widely consumed for this purpose. Viewers have started transferring their viewing experience from television to digital environments. Content creation and consumption, along with legal coverage, is different between these mediums. This study aims to determine the differences between TV and digital platform content through the case of the “Jet Sosyete” sitcom. To this end, episodes created for and broadcasted on TV and digital platforms were sampled and qualitatively studied using content analysis. Differences were mainly determined on the subjects of alcohol, tobacco products, sexual inferences, language (slang and profanity), and advertising. The study is significant in portraying the influence of TV and digital platforms as different media environments on the production and consumption of series. The study also attempted to determine any changes regarding criticality expected of comedy as a genre.

Keywords: Situation Comedy, Television, Digital Platforms, Series, Law No: 6112, Law No: 5651.

JEL Classification: L82, L86, K39.

¹ Dr., Anadolu Üniversitesi, gulcanymrtc@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1487-9795

1. Giriş

Teknolojinin durmadan değiştiği ve geliştiği bu dönemde her şey gibi medya tüketimi dinamikleri de değişmekte, gelişmektedir. Yıllarca insanların eğlence ihtiyacını gideren temel kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon, farklı alternatiflerle karşılaşmıştır. İzleyicinin ekran başında geçirdiği zamanın önemli bir bölümünü kapsayan diziler de değişen teknolojiyle birlikte kendine yeni ortamlar bulabilmiştir. Televizyona alternatif oluşturan dijital platformların ortaya çıkmasıyla birlikte dizi izleme alışkanlıkları değişmiş, izleyici televizyona kıyasla daha özgür, daha esnek bir mecradan içeriğe erişim sağlayabilir olmuştur. Bu teknolojik gelişmeler yeni kanun ve yönetmeliklerin ortaya çıkmasına yol açmış, mecralar değişikçe uygulanan mevzuat da farklılık göstermiştir. Nitekim hiçbir ortam denetimsiz bırakılmamaktadır. Diğer dizi türleri gibi, en çok tercih edilen dizi türlerinden komedi de yayınlandığı mecraya göre farklılıklar gösterebilmekte, yapısındaki eleştirelliğin ölçüsü ortamdaki etkilenilebilmektedir. Bu çalışma kapsamında ele alınan Jet Sosyete dizisi her iki mecrada yayınlanmış bir durum komedisi olduğundan çalışma komedi ve durum komedisi çerçevesinde ele alınmıştır. Çalışmanın amacı televizyonda ve dijital platformda durum komedisinin farklarını ortaya koymak olduğundan alanyazında dijital platformların özelliklerine de değinilmiştir. Böylelikle ele alınan konularla ilgili kapsamlı bir alanyazına yer vermek amaçlanmıştır. Sözü edilen farkların oluşmasında önemli etkenlerden biri farklı mecralara uygulanan farklı mevzuatların bulunması olduğundan, ilgili kanun ve yönetmeliklere de metinde yer verilerek elde edilen bulgular bu ölçütler doğrultusunda yorumlanmıştır.

2. Alanyazın

2.1. Komedi

Komedi, kavramsal olarak, farklı bağlamlarda ortaya çıkabilmekte ve komik kavramıyla aynı anlamda kullanılmaktadır. Nitekim komik; söz konusu olayların veya insanların faaliyetlerinin, davranışlarının, ahlaklarının ve geleneklerinin somut olayların akışıyla uyumsuzluklarını güldürücü bir biçimde dile getiren estetik bir kategori olarak tanımlanırken komedi; estetik fonksiyonu, doğuşu ve özü itibarıyla toplumsal bir karakter taşıyor ve kaynağı, toplumsal yaşamın somut çelişkilerinde kök salar (Aslanyürek, 2004). Komediten söz edilirken açıklamaları temel alınan Aristoteles, komedi olgusunu trajediyle kıyaslayarak açıklar. Aristoteles'e göre: "Komedyaya daha bayağı insanların taklididir ama kötülüğün her türünü ele almaz, gülünç olanı, yani çirkinliğin belli bir kısmını ele alır. Çünkü gülünç olan, insana rahatsızlık ya da zarar vermeyen bir kusur ve çirkinliktir (Aristoteles, 2018: 13)".

Komedi olgusu, içinde mizah ve gülme kavramlarını barındırır. Komedi, "dünyanın aynası" olarak değerlendirilir, daha çok günlük hayat ve hayatın içindeki gerçeklerle ilgilidir: "Komedi insanın başkalarının budalalıklarına gülme zaafını yansıtırken, bir yandan da kendi yaşamında aynı yanlışları yapmamasını sağlamakla yükümlüdür (Öğüt Eker, 2014: 71)". Bu tanım Bergson'un "komik olan şeylerin yol açtığı gülme" üzerine yaptığı açıklamalarla tutarlıdır. "Tümüyle insana özgü olanın dışında komik yoktur" ve "gülmemiz her zaman bir grupla birlikte ortaya çıkar (Bergson, 2015: 12-14)". Diğer bir deyişle gülme toplumsal bir olgudur.

Bergson'a göre toplum; üyelerinden olası en büyük esnekliği ve en yüksek derecede kendisine uyumu elde etmek için, beden, akıl ve karakter katılığını ortadan kaldırmak ister.

İşte komik bu katılıktır, gülme ise buna verilen cezadır (2015: 23). Özetle gülme, uyumsuzluğa karşı verilen toplumsal bir cezadır. Trajedi ile komedinin ortak yanı, her ikisinin de temel bir uyumsuzluğa, uyumsuzluğa, uygunsuzluğa dayalı olmasıdır (Zupančič, 2011). Gülme de kişinin bu uyumsuzluğa verdiği bir tepki olarak izah edilebilir. Komedinin amaçladığı gülme, içerdiği komik unsurlar, espriler toplumsal bir birlikteliği gerekli kılar. Freud'un belirttiği gibi: "Her espri kendi toplumuna gereksinme duyar ve aynı esprilere gülme, derinlemesine bir ruhsal uzlaşma kanıtıdır (2012: 182)". Mizah uyumsuzluktan beslenerek güldürür ve gülmek için toplumsal bir uzlaşma gerekir.

Komedi kavramı, içerisinde gülmeyi barındıran bir olgu olması nedeniyle dilimizde güldürü olarak da ifade edilmektedir. Günümüzde komedi (güldürü), dram sanatının, sinemanın ve televizyon ürünleri olan film ve dizilerin bir türü olarak algılanmakta; içinde komik unsurlar barındırarak güldürmeyi amaçlamaktadır. Ortalamanın üstündeki insanları temsil eden trajedinin karşısı güldürünün, ortalamanın altındaki insanları temsil ettiğini ifade eden Aristoteles'e gönderme yapan Makal, "insanlar arasındaki çelişkiler ve çatışmalar olduğu sürece güldürünün olmaması düşünülemez" diye belirtir ve güldürüyü şu şekilde ele alır: "Çirkin, aşağı, içi boş, sahte olanı, acı ve katı bir alayla ya da kahkahayla yıkar; işte o zaman 'gülünç' olan da ortaya çıkar. İnsanın topluma, kendine söyleyemediklerini ortaya koyar. Uyarıcıdır. Hırçın, şımarık, alaycı, kışkırtıcı, yıkıcı karakteriyle her şeyin yolunda olduğu söylenen toplumsal düzene ve gerçek yüzünü değişik maskeler altında gizleyen insana keskin bir bakış fırlatır (Makal, 1995: 7)". Güldürü, gerçeği çeşitli yollarla ve bazen gerçeğin kendisinden bile daha iyi ifade etme gücüne sahip bir sanattır: Toplumsal yaşamın sağlıklı devamı için "uygunsuz" bulunduğu her kişiye, düşünceye, yapıya saldırmakta bir sakınca görmez; evrensel bir farkındalığı ve vicdanı harekete geçirir (Ünal, 2009). Bu özellikleriyle de mizaha yakıştırılan eleştirel olma özelliğinden yararlanarak toplumsal farkındalık yaratmada önemli roller üstlenebilir. Sadece "ortalamanın altındaki" insanları değil, "ortalamanın üstünde" nitelendirilenleri de ele alarak eleştirebilir, güldürürken görünmeyeni görünür kılabilir.

Gülme, kişinin kontrol edilebilir bir iletişim aracı olarak bedensel bir boşalması iken mizah, kişide oluşan anlama ve kavrama değişiklikleridir ve her iki kavramın da başat özellikleri, özgürleştirici ve gerilim giderici olmalarıdır (Avcı, 2003). Mizah, ciddiyete karşı bir duruş sergiler; ancak, Morreall'in belirttiği üzere (1997: x): "Ne gülme ve mizahın ciddiyetsizlik içerdiği olgusu bizim onları incelerken ciddi bir tutum takınamayacağımız anlamına gelir, ne de gülme ve mizahtaki ciddiyetsiz tutum onları insan yaşamının birer yönü olarak önemsiz ve ilgiye değmez kılar". Mizahın yıkıcılığından yararlanan komedinin de eleştirel bir bakış açısı taşıması olağandır. Antik çağdan bu yana güldürü, iki uçlu işlevler üstlenerek tanımlanmıştır; ciddi olan ve eleştiri işlevini üstlenen güldürü ile basit olan ve eğlendirme işlevini sürdüren güldürü (Ünal, 2009). Bu iki işlevin (eleştirel-uzlaşımçı) mizahı, komediyi ele alırken dikkate alınması gerekir; çünkü içinde barındırdığı eleştirelilik düzeyi ile bir mizahi ürün olan komedinin yapısı, bu işlevler üzerinden değerlendirilebilir ve anlamlandırılabilir.

Kökene Antik Yunan tiyatrosuna dayanan komedi, günümüzde televizyon programı türlerinden de biridir. Televizyon programları; haber bültenleri, müzik programları, eğlence programları, spor programları, eğitim-kültür programları, dramalar, belgesel programlar, çocuk programları, yarışma programları, reklam programları biçiminde sınıflandırılmaktadırlar (Mutlu, 1995).

Bu kategoriler kendi içlerinde alt türlere ayrılabilen, bu alt türler ayrı kategoriler olarak değerlendirilebilmektedir. Örneğin bu sınıflandırmalardan biri olan drama programları; televizyon oyunu, televizyon filmi, televizyon dizisi, durum güldürüsü dizileri ve seriyaller olarak ayrılmaktadır ve durum komedileri en popüler televizyon türlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Mutlu, 1995). Çalışma kapsamında ele alınan komedi türü de bir televizyon program türü olan dramanın alt türü konumundaki durum güldürüleri/komedileri (sitcom) özelinde ele alınmaktadır.

2.2. Durum komedisi (sitcom)

Sitcom kelimesi İngilizcedeki “situation comedy” teriminin kısaltılmışıdır ve Türkçede durum komedisi ya da durum güldürüsü olarak adlandırılmaktadır. Durum komedilerinde amaç, insanların günlük sıkıntılarında, başkalarının yaşamlarına gülere kurtulmasıdır. Maliyetinin düşük olması ve izlenme oranlarının yüksekliği nedeniyle ticari televizyon kanalları için reklam gelirlerini artırmanın ve kâr sağlamanın yoludur (Kars, 2003). Geleneksel olarak, bağımsız içeriklere sahip 24-30 dakikalık bölümlerden oluşurlar, kişiler ve mekânda süreklilik esastır, her bölümde bir ya da iki komik öykü çizgisi ev, işyeri gibi bildik bir ortama yerleştirilir (Çelenk, 2010). Nitekim süre konusunda Türk durum komedileri bu özelliğe uymamakta, genellikle ortalama bir durum komedisinin iki katı süreden (hatta daha bile fazlasından) oluşmaktadır. Bu durum, özellikle Türk televizyonlarında durum komedisi tanımını esnetmekte ve hem senaristler, yönetmenler hem de yapımcılar açısından sorun teşkil etmektedir. Senaristler daha uzun senaryolar yazmak durumunda, yönetmenler daha uzun senaryoların çekimlerini yönetmekte, yapımcılar daha uzun süren çalışma koşullarını finanse etmek durumunda kalmaktadırlar. Süre dışındaki özellikleri açısından bakıldığında ise tanımına uymayan bir değişiklik söz konusu değildir.

Durum komedilerinde karakterler en baskın unsurdur; bir durum komedisi, karakterlerin normal yaşamları ile başlar ve hemen ardından o bölümdeki çatışmayı oluşturan sorun/durum ortaya çıkar; durum komedisi/güldürüsü deyimi de buradan gelir. Mizah ve öykü, karakterin kendisi dışında ve elinde olmadan karıştığı bir kargaşaya dayanarak gelişir, olaylar karışıkça karışır, en sonunda her şey kolayca çözülerek en baştaki “normal”e dönlür (Kars, 2003). Durum komedilerinde dramatik yapı, geleneksel güldürüler ve ciddi dramalar gibi, kökleri Antik Yunan tiyatrosuna dayanan “üç perde” kuralıyla oluşturulur: giriş, gelişme, sonuç (Kars, 2003). Sözü edilen kargaşa öncesi giriş, kargaşa süreci gelişme ve çözümü de sonuç olarak değerlendirilebilir. Durum komedilerinin temel özelliklerinden bir diğeri mekân kullanımınıdır: Bu mekânlar tek bir stüdyo-platonun üç ya da dört sete bölünmesiyle oluşturulur ve bu durum maliyetin düşük tutulmasını sağlar (Kars, 2003). Durum komedilerinin yapısal özelliklerini oluşturan olgular “değişmezlik”, “tekrarlanabilirlik” ve “mutlu son”dur; durum komedilerinde beklenen şey, nasıl yaratılmış olursa olsun, mutlaka komikliklidir (Çelenk, 2010). Gülmece, diğer bir ifadeyle mizah, genellikle hareket ve diyalogun dengeli ve etkin iş birliği içinde kurulur (Çelenk, 2010). Bu noktada yararlanılan karmaşa ya karakterlerin hareketlerinde ya da diyaloglarındaki uyumsuzluklardan meydana gelir. Bu uyumsuzlukların yarattığı komiyi izleyiciyi güldürerek rahatlatması amaçlanır.

Televizyonların yayın akışının vazgeçilmez parçalarından olan durum komedilerinin izleyiciyle kurdukları ilişki, büyük ölçüde televizyonun tüm kurgusal türlerine atfedilen “günlük hayattan kaçış” olgusundan beslense de günlük hayatı, gündeliği kullanma biçimlerinin özgünlüğü durum komedisi anlatısının en cazip yönlerinden biridir (Çelenk, 2010: 86).

Durum komedileri, komedi ve gülme açıklamalarına temel olan uyumsuzluk/karşıtlık durumundan yararlanmaktadır. Özetle, “komedi karşıtlıktır (Mutlu, 1991: 229)”. Bu uyumsuzluk/karşıtlık karakterler, mekân, diyalog ya da durum üzerinden tasarlanabilir.

Erol Mutlu, komedinin özelliklerinden söz ederken şöyle der: “İnsansal varoluşumuzun koşulları saydığımız düzen, incelik, saygı, sevgi, kurallar, görenekler, gelenekler, tüm bunlar hak getiredir komedide; çünkü komedi böylesi düzgünlüklerle, sürekliliklerle, uyumlarla dalaşmak için vardır... İnsanın da toplumun da kendine bile itiraf edemediği korkuları, kaygıları, sancıları, kuruntuları dürtüp durur; bazen de yalanı, iki yüzlülüğü dolar diline ama her zaman sınırlarımızın ötesindedir (1991: 228)”. Televizyon komedisinin “evcilleştirilmiş” bir tür olduğunu; çünkü aracın doğasının böyle olmayı gerektirdiğini belirtir, televizyonda anlam üretme sürecinin sıkı sıkıya denetlenen doğasının evcilliği alabildiğine zorladığını ifade eder. “Ama televizyonda tüm evcilliğine karşın söylenesi, gösterilesi en zor, en kısıtlı olan şeyler yine (hiç değilse ilkin) komedi biçimlerince ekrana getirilmiştir (Mutlu, 1991: 230)”. Gülmeyle ortaya çıkan hoşgörüden yararlanarak komedi -ve bu bağlamda durum komedisi- normalde söylenemeyecek şeyleri konu alarak toplumsal bir eleştiri ortaya koyabilir. Televizyonun doğasından kaynaklanan denetimli yapısını esnetebilir ve diğer türlere oranla daha farklı bir içerik sunarak izleyiciye “bir de şuradan bak!” diyebilir.

Durum komedilerinin hangi tip dramatik yapıma sahip olduğundan söz etmek, yapılarını anlamak adına yararlı olacaktır. Televizyondaki dramatik yapımların sınıflandırılmasında üç ayrı tip bulunmaktadır: seriler (diziler), seriyaller ve süren seriyaller. Seriyaller, ideal olarak, baştan planlanmış bir bölüm sayısına göre kurulur ve her bölüm diğerinin devamı niteliğindedir; süren seriyaller genellikle “arkası yarın” mantığıyla uzayabildiğince uzayan pembe dizilerdir. Durum komedileri ise seri özelliğe sahip yapımlardır; her bir bölümü, kendi iç mantığına sahip, başı-sonu-ortası olan bağımsız birer öykü içerir, süreklilik olayların akışından ziyade karakterler ve mekânlar aracılığıyla sağlanır (Çelenk, 2010). Bu tür, dizi olarak da adlandırılır. Durum komedilerinin en önemli özelliklerinden biri, televizyonda ya da dijital platformda yayınlanmasından bağımsız olarak, her bölümünde olay örgüsünün tek bölümlük olarak tasarlanmasıdır. Böylelikle durum komedileri seri/dizi olarak adlandırılan sınıfa dahil olurlar.

Dizi ve seriyaller televizyon dramalarında yayıncılık açısından en popüler ürünlerdir; çünkü düşük maliyetlidirler ve reklam gelirleri yüksektir (Çöteli, 2016). Böylelikle durum komedileriyle izleyicinin eğlence ihtiyacı düşük bir giderle karşılanabilir. Popüler olmaları da televizyonda yayınlanan durum komedilerinin reklam gelirlerini yükseltmektedir. Nitekim “izleyicinin tüketim alışkanlıklarını ya da reklamdaki markanın bilinirliğini artırmaya yönelik olarak hazırlanan reklamlar, izleyici programı internetten izlediği zaman ortadan kalkmakta ve program için hedeflenen tüketiciye ulaşma çabası sonlanmaktadır (Çöteli, 2016: 129)”. Bu durum dizinin izlendiği mecranın değişmesiyle ortaya çıkar. Yayınlanacak/izlenecek ortamın değişmesi, dizinin üretiminde ve izlenme pratiklerinde değişikliklere yol açar. Reyting de dizi film ve seriyallerin anlatı özelliğini belirleyen en önemli unsurlardandır (Çöteli, 2016) ve reyting kaybı değişen mecrayla birlikte değişir.

Bu durum, anlatının oluşturulma sürecini ve dizi içeriğinin neye göre belirlendiğini etkiler. Bu bağlamda televizyon dizileri ve dijital platformda yayınlanan diziler arasında ne gibi farklar olduğuna değinmekte yarar vardır.

2.3. Televizyon dizileri ve dijital platformda diziler

Televizyon dizileri, genel olarak başının hatırlanmadığı, sonunun merak edilmediği, temel izleme motivasyonunun yayınlandığı günde ne olacağının merak edildiği yapımlardır, sürükleyiciliği ve merak duygusunu canlı tutmayı ön planda tutarlar (Kuyucu, 2019). Xsights Araştırma ve Danışmanlık şirketinin verilerine göre Türk insanı günde 4,5 saat televizyon izlemekte ve bu sürenin 2,5 saatini Türk dizilerini izlemeye ayırmaktadır. 2019'da yayınlanan bu veriler doğrultusunda “dram” türündeki diziler en çok takip edilen dizi türü, “komedi” ise en çok talep edilen dizi türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Xsights, 2019).

Teknolojik gelişmeler, dijital medyanın yaygınlaşması gibi faktörler televizyon ürünlerinin tüketiminde/izlenmesinde değişimler yaratmış, kuşaklar arasında bir dönüşüm meydana gelmiştir. Özellikle dijital medyanın yaygınlaşması ve internet hızlarının artmasının, büyük verilerin akışını kolaylaştırarak video görüntülerinin kalitesini de artırmasıyla tüketici dijital medya kullanımına yönelmiştir. Özellikle 1980-1999 yılları arasında doğan ve dijital medyaya büyümüş Y kuşağı, dijital medyayı daha fazla kullanarak geleneksel medyayı ikinci plana itmiştir (Kuyucu, 2019). Yapılan araştırmalara göre özellikle Y kuşağı olarak ifade edilen genç grup dizi tüketicileri daha çok yabancı dizi izlemeyi tercih etmekte (%78,6), tamamı dizileri geleneksel televizyon kanalları yerine dijital medyadan izlediğini dile getirmektedir ve üniversitede eğitim gören gençlerin en çok tercih ettiği dizi türleri bilimkurgu (%19,3), fantastik (%16,4) ve komedidir (%15,7) (Kuyucu, 2019). Yapılan bir diğer araştırmaya göre (Karaduman ve Acıyan, 2019) genç kitlenin internetle bağının güçlü olduğu tekrar görülmektedir: Araştırmaya katılanların çoğu internetin özellikle mobil olma, mekânsız ve zamansız olma, uzamsızlık, daha özgür hissettirmesi, erişim kolaylığı, internet dizilerinin sürelerinin kısa olması, etkileyici içerik gibi özelliklerinden dolayı dizi izleme açısından interneti tercih ettiklerini belirtmiştir.

Kitle iletişiminin temel işlevleri; habercilik, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma ve diyalog, eğitim, kültürel geliştirme, eğlence ve bütünleştirme (MacBride, 1980: 14) olarak sıralanmaktadır. İnsanların birçok ihtiyacını karşılayan kitle iletişimi araçları/medya, çoğunlukla insanların haber öğrenme, toplumsal gündemi öğrenme, kamuoyuna katılma, yenilikleri izleme, zaman geçirme, eğlenme gereksinimlerini gidermektedir (Cereci, 2013: 2). Televizyonda ya da dijital platformlarda yayınlanan diziler de insanların eğlenme gereksiniminin giderilmesini sağlamaktadır. Yeni medya; radyo, gazete, televizyon gibi araçları bünyesinde barındıran geleneksel medyadan farklı olarak birçok avantaja sahiptir. Yeni medya türlerinden internet; hem televizyon, radyo ve gazete içeriklerini birlikte aktarması, hem taşınabilir bilgi iletişim araçlarına eğlendirici içerik vermesi ve geliştirdiği yeni türlerle (Aydeniz, 2012) geleneksel medyaya oranla daha tercih edilir bir seçenek olmaktadır.

Haber yayınları ve eğitici programlar dışında kalan, eğlencelik ve zaman geçirmeye yönelik hazırlanan televizyon içerik türlerinden dizi film ve seriyaller, tecimsel yayıncılıkta izleyiciyi eğlendirmek ve bağımlı hâle getirerek yüksek kâr elde etmek amacıyla hazırlanmaktadır (Çöteli, 2016).

Televizyon dizileri; televizyonda bölüm şeklinde belirli periyotlarla, belirli bir tabloya uygun şekilde yayınlanan programlardır ve aksiyon, dönem, dram, komedi, gerilim, bilim-kurgu, hiciv ve animasyon gibi türleri vardır (Öztop, 2015); drama programlar kategorisinde yer alır. Teknolojik değişim ve gelişmeler sonucunda birçok televizyon kanalı uydu yayınına geçmiş, dijital platformlar oluşturmuş ve internet ortamına taşınmıştır (Tutar, 2018). Diziler de böylelikle farklı medya ortamlarında farklı özellikler barındırır hâle gelmiştir.

Ancak internet dizileri, televizyon dizilerinden bazı açılardan değişiklikler göstermektedir. Bu durum izleyicilerin talepleriyle de ilişkilidir. Seyirci 60 dakikayı geçmeyen, uzun reklamlarla bölünmeyen, markaların, tabelaların buzlanmadığı, içeriğin sansürlenmediği diziler izlemek istemektedir (Biçici, 2017) ve internet yayıncılığı bu bakımdan televizyon dizi sektöründen farklıdır. İnternet dizileri; gereksiz uzun diyaloglar ve bakışmalar atılmış, sahne arası geçişler kısalmış, karakterler zorlama olmaktan çıkmış, süre olarak en fazla bir saat süren ve televizyon dizilerinde olduğu gibi yoğun bütçeler gerektirmeyen (Otağı, 2018'den aktaran Tutar, 2018: 32) yapımlar olarak izleyicilerin ilgisini çekmektedir. Özellikle yeni medyayı daha etkin kullanan genç neslin eğlence ihtiyacını da televizyon yerine internetten gidermesi, dijital alana yapılan girişimleri etkilemiştir. Reyting kaygısından ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) kısıtlamalarından kaçıp rekabette geri kalmak istemeyen kanalların yeni nesil medya girişimleri de bu nedenlerdedir (Güleroğlu, 2017).

Televizyon dizileri ve internet dizileri arasında, çeşitli sebeplerden dolayı, niteliksel olarak farklılıklar bulunmaktadır. Bu sebepler şu şekilde ifade edilebilir (Tüzün Ateşalp, 2016): Özellikle yerli televizyon dramalarında nitelik sorununa neden olan önemli faktörler arasında her hafta 90-120 dakikalık bir bölüm yetiştirme baskısı ve uzun çalışma saatleri söz konusudur. Yüksek izlenme oranlarına erişemeyen yapımlar, eksikliklerini giderme fırsatını elde edemeden yayından kaldırılmakta ve sektördeki profesyoneller için maddi kayba ve prestij kaybına neden olmaktadır. Bazı projeler de RTÜK açısından sorun yaratabileceği nedeniyle hayata geçirilmemekte, sektörde etkili bir otosansür mekanizması işlemekte ve özgürlük alanı daralmaktadır. Özetle, reyting kaygısı, televizyon sektöründeki sınırlamalar, çalışma temposu, sektör üzerinde artan baskılar gibi etkenler, televizyon metinlerinin niteliğini olumsuz yönde etkilemektedir (Tüzün Ateşalp, 2016). Televizyon dizilerinin üretim sürecini ve kalitesini etkileyen bu faktörler insanların dizi izleme deneyimini internete taşımasındaki etkenler olarak değerlendirilebilir.

Teknolojinin getirdiği kolaylıklar yaşamın her alanına sızarken televizyon programlarının üretim, dağıtım ve tüketim süreçleri de bu durumdan etkilenmiştir. Teknolojinin sağladığı avantajlarla birlikte gelişen dijital platformlar, televizyon dizilerini de bünyelerine katarak, kendi üretimi olan diziler sunmaya başlamışlardır. Bu ortamlar tüketicilere/izleyiciye birçok avantaj sağlamaktadır. Özellikle istediği içeriği istediği zaman, istediği yerde tüketebilen izleyici bu içeriği hangi ekranda izleyeceğine kendi karar vererek; istediği zaman durdurabilme, ileri atlama, geri alma, kaldığı yerden devam etme, reklam arası olmadan ve sansürden etkilenmeden izleme avantajına sahiptir. Bununla birlikte izleyici, mobil teknolojiler ve kablosuz internet bağlantıları ile izleyeceği içeriği taşıma imkânına da sahiptir. İçeriği tüketen izleyiciye televizyonun sağlayamadığı esneklik sağlanmakta, kişi kendi seyir hızını ayarlayabilmekte ve içeriğe ayracağı süreyi kendi belirlemektedir.

Böylelikle, Web 2.0 teknolojisinin sağladığı olanaklarla, pasif konumda olan izleyici daha aktif konuma gelerek, içeriğe ilişkin daha kolay ve hızlı geri bildirim sağlayabilmekte ve içerik üreticisi ile tüketici arasındaki etkileşim artmaktadır. Bütün bu gelişmeler, dizilerin tüketimini etkilediği gibi dağıtımını ve üretimini de etkilemektedir. Veri aktarımı dijitalleştiğinden daha yüksek çözünürlüklü içerikler daha hızlı bir şekilde aktarılabilir. Maliyet açısından daha avantajlı olduklarından, üretim sürecinde sadece yüksek giderleri karşılayabilecek yapım şirketleri dışında içerik, daha az maliyetle üretilebilmekte ve çeşitlenerek daha yaratıcı ürünler ortaya konabilmektedir.

Televizyon ve dijital platformlar için geçerli olan yasal mevzuatın birbirinden farklı olması da içerikte daha özgür, sansüresiz yayınların üretilip yayınlanmasına imkân sağlamaktadır.

Özetle, teknolojinin hızla ilerlemesi ve gelişimine medya da kayıtsız kalmamış; dergi, gazete, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının yanına yeni medyayı temsil eden iletişim araçları da eklenmiştir (Salman, 2018). İnternetin yayılmasıyla iletişim, yepyeni bir boyut kazanmış, bir değişim geçirmiştir. Dizi sektörü de bu gelişmelerden yararlanarak, televizyon haricinde internette de varlığını sürdürmeye devam etmiş ve değişimin bir parçası olmuştur. Dizi sektörünün internette varlığını sürdürebilmesini, izleyiciye farklı ortamlardan ulaşabilmesini sağlayan önemli ortamlar Netflix, YouTube, ülkemizde de BluTV ve Puhutv gibi dijital platformlardır.

2.4. Dijital platformlar ve internet dizileri

Srnicek (2015) platformları; müşteri, reklamcı, hizmet sağlayıcı, üretici, dağıtımçı ve hatta fiziksel nesnelere gibi farklı kullanıcıları bir araya getiren arabulucular olarak iki veya daha fazla grubun etkileşimde bulunmalarını sağlayan dijital altyapılar olarak tanımlamaktadır (aktaran Kandar, 2018). Televizyon kuruluşlarının yeni medya platformları üzerinden içerik paylaşmaya başlamasıyla birlikte televizyon ve internet arasında bir yondeşme (yakınsama) yaşanmış, bir televizyon program türü olan diziler de internet kullanımının artmasıyla birlikte internette izlenmeye başlanmış ve yalnızca internete özgü diziler ortaya çıkmıştır (Ergüney, 2017: 52). “Web siteleri üzerinden bilgi çıkarımında bulunan, kişiye özel ve daha etkili sonuçlar veren içerik tabanlı arama motorları ve kişisel farklılıkların veya özelliklerin web siteleri üzerinden toplanarak bilgilerin değerlendirildiği portalların geliştirilmesi temeline dayanan (Demirli ve Kütük, 2010: 100)” Web 3.0 teknolojiyle birlikte dijital platformlar, kişiye özgü içerik önerilerinde bulunarak dizi izleme deneyimine farklı bir boyut getirmiştir. Buna ek olarak televizyon dizilerinin internette yayınlanmasının yanı sıra tamamen internet mecrasına özel yapımlar (diziler, filmler vb.) da ortaya çıkmıştır: Sözü edilen internet dizileri “televizyon dizilerinin basit bir şekilde doğrudan internet üzerinden yayınlanan versiyonları değil, yeni medya ortamı ve izleyicileri için özel olarak üretilen, internet üzerinden yayınlanan içeriklerdir (Ergüney, 2017: 55)”. Bu diziler internet bağlantısı olan bilgisayar, tablet, akıllı telefon vb. bütün cihazlarda izlenebilmektedir. Televizyonda reyting getireceği düşünülmeyen tür ve konulara sahip, 140 dakikayı bulan televizyon dizilerine karşı süresi 50 dakikayı geçmeyen, televizyon dizilerinin “star” temelli işlerine karşı tanınmamış oyuncuların da yer aldığı, maliyet açısından daha uygun, ön yapım ve çekim süreleri sanatsal kaygı güdülerek planlanan içerikler “internet dizisi” olarak ifade edilebilir (Atila, 2018).

İnternette dizi seyretmenin dizi siteleri, “torrent” gibi yasal olmayan pek çok yolu olsa da hem dizilerdeki kalitenin artması hem emeğe ve telif haklarına saygı çerçevesinde, internette özgü profesyonel diziler yayınlamak amacıyla çeşitli internet dizi kanalları ortaya çıkmıştır (Ergüney,

2017). Bu platformlar korsana alternatif oluşturmaları açısından da önemlidir. Bu dijital platformlar, televizyon için üretilmiş ve televizyonda yayınlanmış dizileri arşivleyerek bünyelerine katmakla beraber, bu ortamlara özel üretilen dizilerin de yapımını üstlenmişlerdir. İnternet kullanıcılarının çoğu, internetteki zamanını sosyal medya kullanarak ya da dizi ve film izleyerek geçirmektedir ve çoğu ücretli olan dijital platformların üye sayısı hem dünyada hem Türkiye’de giderek artmaktadır. Yurt dışında en bilinen ve en fazla kullanıcıya sahip olan dijital platformlar arasında Netflix, Amazon Prime ve Hulu yer alırken Türkiye’de aklı ilk gelen örnekler TV+, BluTV, Puhutv ve Tivibu olmaktadır (Ormanlı, 2019).

Ocak 2019 itibarıyla dünya çapında 158 milyon, Türkiye’de ise 1,5 milyondan fazla ücretli aboneli olan Netflix (Mete, 2019), bu girişimlerin dünyadaki öncüsü olarak belirmektedir. Aylık belirli bir ücret karşılığında binlerce film ve dizi içeriğine erişim sunan Netflix, kendi yapımlarıyla da sektörde öncü konumundadır. Yüz doksandan fazla ülkede izlenebilen, 2016 yılında 130 ülkeyle beraber Türkiye’de de yayına başlayan Netflix’in Türkiye’deki alternatifi olan, ulusal pazarda faaliyet gösteren yerli dijital platformlar ise Doğan Holding tarafından 2016 yılında kurulan BluTV ve Doğuş Yayın Grubu tarafından 2016 yılında kurulan Puhutv’dır. Bunların dışında YouTube ve diğer bazı çevrimiçi web sayfaları üzerinden de içerik paylaşımı yapılmaktadır.

2.4.1. Yerli dijital platformlar: BluTV ve Puhutv

Netflix Türkiye’ye girdikten çok kısa bir süre sonra ortaya çıkan BluTV ve Puhutv, yerel içerik üretiminde, özellikle televizyon dizisi üretiminde Netflix’ten çok daha başarılı olmuştur; çünkü Türkiye’deki izleyicinin ihtiyaçlarını ve tercihlerini daha iyi biliyor, Türk seyircisini tanıyorlar. Sansür problemiyle birlikte televizyon dizilerinin içerikleri de değişirken, televizyonda aradığı içeriğe ulaşamayan, televizyondan uzaklaşan bir kitle söz konusudur ve BluTV ile Puhutv bunu çok güzel kullanmıştır: Yabancı dizi izlemeye alışkın bir kitleyi; kısa süreli, daha derli toplu senaryolarla doğru bir içerik politikası geliştirerek kazanmıştır (Gültekin vd., 2019). Yayına başladığı dönemde Netflix’in Türkiye’de yaşadığı problemleri (Türkçe altyazı desteğinden yoksun olması, Türkçe dublajların olmaması gibi) avantaja çevirmek isteyen BluTV’nin (Çağıl ve Masdar Kara, 2019) aylık üyelik sistemi bulunmaktadır ve BluTV’de üyeler reklamsız ve taahhütsüz istediği içeriğe erişebilmektedir. Nitekim Puhutv, üyelik imkânı sunmakla birlikte ücretsiz içerik erişimi sağlamaktadır.

Video içeriklerin, televizyon ve müzik yayınlarının internet aracılığıyla son kullanıcıların çevrimiçi cihazlarına taşıyan bir teknoloji olan “Over the top television” (OTT TV) (Karaduman, 2017: 121) olarak adlandırılan iş modeli üzerine kurgulanan, izleyicinin istediği içeriği istediği zaman ücretsiz izlemesine olanak sağlayan ve reklam geliriyle finanse edilen bir platform olan Puhutv; 15-20 dakikada bir yayına girebilen, atlanamayan reklamlar ve ürün yerleştirme yöntemiyle maddi gelir sağlamaktadır (Çağıl ve Masdar Kara, 2019). Platformda, daha önce üretilen dizilerin haricinde televizyonlarda farklı zamanlarda yayınlanmış olan birçok dizi ve film izleyicilerin erişimine açıktır (Çağıl ve Masdar Kara, 2019). Bu bağlamda dijital platformlar, kendi üretmiş oldukları içerikleri kullanıcılarına sunabilecekleri gibi başka mecralarda yayınlanmış olan içeriklere de erişim sağlayabilmektedir.

Bazı durumlarda ise platforma özgü, özgün yapımlar tek bir hizmet sağlayıcının kullanıcılarına sınırlandırılabilir.

Doğuş Grubu'nun reklamlar üzerinden internet televizyon yayıncılığını sürdüren dijital platformu Puhutv, çoğunlukla yerli diziler üzerine yoğunlaşmasıyla ve abonelik almamasıyla (ücretsiz), abonelik sistemi üzerinden yayıncılık yapan BluTV'den farklılaşmaktadır. Kendini yeni nesil online televizyon olarak tanımlayan Puhutv, akıllı algoritmasıyla üyelerini tanımakta; izleme alışkanlıklarını bilmekte ve izleyiciye uygun içerikleri listelemektedir (Karaduman, 2017). Her iki platform, mobil cihazlara uygulama olarak indirilebilmektedir. Çoğunluğu dizi ve sinema filmi seçeneklerinden oluşan, ayrıca sadece bu platformlara özgü, özgün içerikleri izlemek için internet bağlantısı gerekmektedir.

Platformlar, izleyiciye bir oturuşta arka arkaya bölüm izleyebilme imkânı sunmakta, izleyici ne zaman izlemek istiyorsa (Video on Demand: isteğe bağlı video yayını) o zaman izleme yapabilmektedir ve yeni nesil televizyon platformları olarak BluTV ve Puhutv bünyesinde üretilen dizilerin süresi, televizyonla karşılaştırıldığında çok daha kısadır (Karaduman, 2017). "Video on Demand (VOD)" olarak adlandırılan sistem, kullanıcıların bir görsel-ışitsel içerik seçmelerine ve televizyon serisi ve film izlemelerine izin verir; VOD hizmetleri, kendi evlerinin rahatlığında herhangi bir zamanlama veya program endişesi olmadan çeşitli çevrimiçi içeriğe erişim sunarken Netflix veya Amazon Prime Instant Video gibi abonelik tabanlı VOD hizmetleri (SVOD: Subscription based Video on Demand), aylık abonelik ücreti karşılığında içerik arşivlerine sınırsız erişim sunmakta, filmler ve TV serileri, desteklenen cihazlarda duraksız yayınlanabilmektedir (Kandar, 2018).

BluTV'yi Puhutv'den ayıran diğer özellik, BluTV'nin, birçok kanalın bulunduğu bir canlı yayın kategorisine sahip olmasıyla istendiği yerden istendiği zaman televizyon izlemeyi sağlayan Türkiye'nin ilk yerel televizyon ağı olmasıdır (Karaduman, 2017). Aylık üyelikle hizmet veren platformların reklam içermemesi de onları diğer platformlardan ayıran en önemli özelliğidir.

Özetle, internet üzerinden dizi izlemenin birçok avantajı bulunmaktadır. Bu avantajları kısaca şu şekilde sıralamak mümkündür (Ergüney, 2017): İnternet, geleneksel medya hizmet sağlayıcılarından farklı olarak izleyicilere; yayını durdurma, istedikleri vakit ara verme, hareketli görseli veya sesi ileri/geri alma, istenmeyen sahnelerin atlanması, geri bildirimde bulunma gibi imkânlarla ek olarak izleyeceği yayın içeriğini seçme hürriyetini sağlar, televizyon programlarının aralarında verilen reklamları izleme mecburiyetini ortadan kaldırır, zaman bakımından esneklik tanır, içerik bakımından zengindir. Bunların dışında belirtilmesi gereken bir diğer fark da internette yayınlanan dizilerin, yakın zamana kadar (01/08/2019) RTÜK'ün yetki alanına girmemesidir. Televizyonda yayınlanan diziler denetime tâbi olurken, internet ortamında diziler daha özgür bir biçimde kamuoyuna ulaşabilmekteydiler. Bu bakımdan kıyaslama yapabilmek adına televizyonda ve internet ortamında yapılan yayınlara uygulanan yasal mevzuatlara değinmek, aradaki farkı anlamak için yararlı olacaktır.

2.5. Televizyonda ve dijital platformlarda yasal mevzuat

Türk televizyonlarının en popüler program türü olan diziler de diğer televizyon programları gibi RTÜK'ün denetiminden geçmektedir.

Ulusal televizyon kuruluşları, RTÜK'ün yaptırımlarından etkilenmemek için dizilerin sansüresiz versiyonlarını kendi internet sitelerinden yayınlamaya başlayarak ekran yerine farklı bir mecra da özgürlük alanı oluşturmuştur (Baykal, 2015). Bu internet sitelerinin yerini zamanla, dizi ve film içeriklerini barındıran dijital platformlar olarak televizyona bir alternatif oluşturmuştur.

Bu platformlar, yakın zamana kadar RTÜK'ün yetki alanının dışında kalmaları nedeniyle televizyona oranla daha özgür içeriklerin üretilmesini ve yayınlanmasını sağlamıştır. Nitekim internette yayınlanan içerikler de tamamen denetimsiz bırakılmamaktadır.

Televizyon içerikleri “6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun” çerçevesinde değerlendirilmekteyken internet ortamındaki içerikler “5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun” çerçevesinde değerlendirilmektedir. Aralarındaki farkı anlamak için bu iki kanunda yer alan maddelerden söz etmekte yarar vardır.

6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun amacı; radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi, ifade ve haber alma özgürlüğünün sağlanması, medya hizmet sağlayıcılarının idarî, malî ve teknik yapıları ve yükümlülükleri ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kuruluşu, teşkilâtı, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları belirlemektir. Bu kanun çerçevesinde yer verilen yayın ilkeleri aşağıda sıralanan Madde 8’de şu şekilde yer almaktadır (6112 sayılı Kanun, 2011):

MADDE 8 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışıyla bu fıkra da yer alan ilkelere uygun olarak sunarlar. Yayın hizmetleri;

- a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılâplarına aykırı olamaz.
- b) Irk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturamaz.
- c) Hukukun üstünlüğü, adalet ve tarafsızlık esasına aykırı olamaz.
- ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.
- d) Terörü övemez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü veya haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet eder şekilde sunamaz.
- e) Irk, renk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, engellilik, siyasî ve felsefî düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.
- f) Toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.
- g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.
- ğ) Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.
- h) Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz.

ı) Tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerini esas almak ve toplumda özgürce kanaat oluşumuna engel olmamak zorundadır; soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğundan emin olunmaksızın yayınlanamaz; haberin verilişinde abartılı ses ve görüntüye, doğal sesin dışında efekt ve müziğe yer verilemez; görüntülerin arşiv veya canlandırma niteliği ile ajanslardan veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesi zorunludur.

i) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimse suçlu ilân edilemez veya suçluymuş gibi gösterilemez; yargıya intikal eden konularda yargılama süresince, haber niteliği dışında yargılama sürecini ve tarafsızlığını etkiler nitelikte olamaz.

j) Haksız çıkarlara hizmet eden ve haksız rekabete yol açan unsurlar içeremez.

k) Siyasî partiler ve demokratik gruplar ile ilgili tek yönlü veya taraf tutar nitelikte olamaz.

l) Genel sağlığa, çevrenin ve hayvanların korunmasına zarar verecek davranışları teşvik edemez.

m) Türkçenin, özellikleri ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzensiz, kaba ve argo kullanımına yer verilemez.

n) Müstehcen olamaz.

o) Kişi veya kuruluşların cevap ve düzeltme hakkına saygılı olmak zorundadır.

ö) Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.

p) Medya hizmet sağlayıcı tarafından yapılan veya yaptırılan anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçların ilânına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi zorunludur.

r) Kişileri fal veya batıl inançlar yoluyla istismar edemez.

s) Toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden ve kadını istismar eden programlar içeremez.

ş) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz.

(2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılmadan yayınlanamaz.

(3) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür.

5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunun amaç ve kapsamı; içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir. Kanun çerçevesinde “Erişimin engellenmesi kararı ve yerine getirilmesi” başlığı altında sıralanan ilkeler ise kısaca şu şekildedir (5651 sayılı Kanun, 2007):

MADDE 8 - (1) İnternet ortamında yapılan ve içeriği aşağıdaki suçları oluşturduğu hususunda yeterli şüphe sebebi bulunan yayınlarla ilgili olarak erişimin engellenmesine karar verilir:

a) 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nda yer alan;

- 1) İntihara yönlendirme (madde 84),
- 2) Çocukların cinsel istismarı (madde 103, birinci fıkra),
- 3) Uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma (madde 190),
- 4) Sağlık için tehlikeli madde temini (madde 194),
- 5) Müstehcenlik (madde 226)
- 6) Fuhuş (madde 227),
- 7) Kumar oynanması için yer ve imkân sağlama (madde 228), suçları.

Bu karar, erişim sağlayıcısına bildirilerek gereğinin yerine getirilmesi istenir.

b) 25/7/1951 tarihli ve 5816 sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanunda yer alan suçlar.

Tüm dünyada televizyon yayınlarının ve diğer kitle iletişim araçlarının denetlenmesinin temel amaçları; devletin “sakıncalı” olabilecek yayınlardan kendini koruma isteği ve “şiddet”, “cinsellik”, “argo-küfür kullanımı”, “alkol-sigara-uyuşturucu kullanımı” ile “olumsuz davranışlar” içeren yayınlardan halkın olumsuz yönde etkileneceği kaygısıdır (Baykal, 2015). Bu gibi nedenlerle 20/04/1994 tarihinde RTÜK Kanunu olarak da bilinen 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun yürürlüğe girerek RTÜK görevine başlamıştır. 3984 sayılı Kanun 03/03/2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun ile ilga olmuştur. Bugün, özel radyo ve televizyonların denetimi RTÜK tarafından 6112 sayılı Kanunda öngörülen ilke ve esaslara göre yapılmaktadır (Baykal, 2015: 135).

6112 sayılı Kanunun 8. maddesindeki yayın ilkeleri incelendiğinde, bunların bazılarının evrensel ilkeler olduğunu bazılarının ise yoruma açık ve dolayısıyla da muğlak olduğunu belirtenler vardır: Örneğin, “insan onuruna aykırılık”, “toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlâka ve ailenin korunması ilkesine aykırılık”, “müstehcenlik”, “genel sağlığa aykırılık” gibi ifadelerin çok geniş ve farklı bireyler tarafından farklı yorumlanabilecek ilkeler olduğu söylenebilir (Baykal, 2015: 136). Bu maddelerin muğlak olması ve yoruma açık olmasının, ifade özgürlüğü bakımından problem teşkil edebileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Geniş bir yayıncılık olanağı sunmasına rağmen Türkiye’de internetin denetim altında olduğu bilinmektedir (Baykal, 2015: 142): Türkiye’de internet yayınlarının denetimi 23/05/2007 tarihinde yürürlüğe giren 5651 sayılı Kanun hükümleri uyarınca yapılmaktadır.

İnternet üzerindeki belge sayısının giderek artması ve zenginleşen içerik içerisinde Atatürk’e hakaret, çocuk pornografisi, müstehcenlik, intihara yönlendirme gibi zararlı içeriklerin kontrol edilerek bu içerikler için kanuni önlemlerin alınması amacıyla Meclis 2007 yılında harekete geçmiş, bu kapsamda 04/05/2007 tarihinde kabul edilen 5651 sayılı Kanun ile Türkiye’de ilk kez internet ortamının kontrol edilmesine yönelik bir kanun hayata geçirilmiştir. Bu kapsamda eski adıyla Telekomünikasyon, yeni adıyla Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’na bağlı Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı (TİB) bünyesinde kurulan İnternet Dairesi Başkanlığı da 23/11/2007 tarihinde fiilen görevine başlamıştır (Köse ve Özen, 2010: 117).

5651 sayılı Kanun dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak, ülkemizde de internet ortamının sağladığı imkânların suistimal edilerek işlenen suçlarla mücadele edilmesi amacıyla çıkarılmış; bu kapsamda, Anayasanın ilgili hükümleri uyarınca aileyi, çocukları ve gençleri internet ortamındaki zararlı içerikten korumak gerekçesi ile ülkemizde ilk kez yasal bir düzenleme yapılmıştır. Kanunla tanımlanan katalog suçlar kapsamındaki internet sitelerinin erişime kapatılması kararı temelde mahkemelere bırakılmış olmakla birlikte, gecikmesinde sakınca bulunan hâllerde Cumhuriyet savcılarının erişimi engelleme kararı verebilmesi de olanaklı kılınmıştır (Köse ve Özen, 2010: 117). Kanun, içerdiği maddelerle ve uygulamadaki bazı durumlar nedeniyle çeşitli sebeplerden dolayı eleştirilmiştir. Eleştiriler genel olarak; müstehcenlik kavramının belirsiz olması, sakıncalı içeriğin çıkarılması yerine sitenin tamamının erişime kapatılması, katalog suçlar dışında yetki olup olmadığının tartışılması, bu konuda karar verebilecek ihtisas mahkemelerinin bulunmaması, site sahiplerine kapatmaya ilişkin bilgi verilmemesi ve savunma hakkı tanınmaması yönündedir (Bayzan, 2009).

5651 sayılı Kanun, Anayasa'nın özel olarak korunmasını öngördüğü, başta aile, çocuklar ve gençler olmak üzere belirli sosyal kesimlere yönelik suçların kolayca işlenmesini önlemeyi hedefleyen bir kanun olarak nitelendirilebilir (Kılınç, 2016: 584). 5651 sayılı Kanuna 06/02/2014 tarihinde 9/A maddesi eklenmiştir. Bu maddeyle "İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle özel hayatın gizliliğinin ihlal edildiğini iddia eden kişiler, Bakanlığa doğrudan başvurarak içeriğe erişimin engellemesi tedbirinin uygulanmasını isteyebilir". 27/03/2015'te de kanuna şu hüküm getirilmiştir: "Yaşam hakkı ile kişilerin can ve mal güvenliğinin korunması, millî güvenlik ve kamu düzeninin korunması, suç işlenmesinin önlenmesi veya genel sağlığın korunması sebeplerinden bir veya bir kaçına bağlı olarak hâkim veya gecikmesinde sakınca bulunan hâllerde, Başbakanlık veya millî güvenlik ve kamu düzeninin korunması, suç işlenmesinin önlenmesi veya genel sağlığın korunması ile ilgili bakanlıkların talebi üzerine Başkanlık tarafından internet ortamında yer alan yayınlara ilgili olarak içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararı verilebilir. Karar, Başkanlık tarafından derhâl erişim sağlayıcılara ve ilgili içerik ve yer sağlayıcılara bildirilir. İçerik çıkartılması ve/veya erişimin engellenmesi kararının gereği, derhâl ve en geç kararın bildirilmesi anından itibaren dört saat içinde yerine getirilir" (Baykal, 2015: 143). Bu hüküm, TİB'e geniş bir yetki alanı tanımıştır. Bu yetkilerin, yargı kurumlarını aradan çıkararak sansürün dolaysız bir biçimde işlenmesinde önem taşıdığı; TİB'e tanınan erişimi engelleme kolaylığının, ifade özgürlüğünü sınırlandırdığı yönünde görüşler de ortaya çıkmıştır (Dede Özdemir, 2015).

5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda öngörülen denetleme kriterlerine bakıldığında, denetim sisteminin internet üzerinden yapılan dizi vb. yayınları denetlemek üzerine kurulmadığı, yaptırımların genellikle sosyal medya ve haber içerikleri bakımından ortaya çıktığı görülmektedir (Baykal, 2015). Bu kanunla internet üzerinden yayınlanan herhangi bir diziye yaptırım uygulanmamıştır; dolayısıyla 5651 sayılı Kanunda öngörülen denetleme kriterlerinin internet dizilerini kapsamaması interneti, televizyona göre daha özgür bir alan hâline getirmiştir (Baykal, 2015). Ulusal televizyon kuruluşlarının ekranlarda yayınladıkları dizileri kendi internet sitelerinde yayınlamasının, film ve dizi içeriklerinin üretimi ve yayınlanmasında alternatif dijital platformların kurulmasının bir nedeni de dizileri "sansürsüz", "bipsiz" yayınlayarak televizyondaki RTÜK denetiminden internet yoluyla kaçmak olmuştur (Baykal, 2015).

Nitekim 01/08/2019'da Resmî Gazete'de yayınlanan "Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik" ile birlikte bu durum değişikliğe uğramıştır. TBMM'de 2018'de kabul edilen yasal düzenlemeyle internet üzerinden yayın hakkı ve lisansı ile yapılan video yayınlarına RTÜK denetimi getirilmiştir. Yeni yasayla, internet üzerinden film, dizi, belgesel gibi içerikler yayınlayan Netflix, BluTV, Puhutv gibi yerli ve yabancı platformlar tıpkı televizyon kanalları gibi RTÜK tarafından denetlenebilmekte; RTÜK, uygun görmediği, yayın hakkı ya da lisansı bulunmayan veya hak ve lisansları iptal edilen yayıncıların içeriklerine yayın yasağı uygulayabilmektedir (İnternet'te RTÜK dönemi başlıyor, 2018).

01/08/2019 tarihinde, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) ortaklığıyla hazırlanan 30849 sayılı Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik Resmî Gazete'de yayınlanmıştır. Yönetmeliğin amacı; radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin internet ortamından sunumuna, iletimine, medya hizmet sağlayıcılara yayın lisansı, platform işletmecilerine de yayın iletim yetkisi verilmesine ve söz konusu yayınların denetlenmesine ilişkin usul ve esasları belirlemektir. Yönetmelik, radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin internet ortamından sunumu ile bu yayın hizmetlerini internet ortamından sunan özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşları ve bu yayın hizmetlerinin iletimini sağlayan platform işletmecilerini kapsar. Yönetmelik; 15/02/2011 tarihli ve 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun 19uncu, 27nci, 29uncu, 29/Anıncı, 32nci, 33üncü, 37nci, 42nci ve 44üncü maddeleri ile 04/05/2007 tarihli ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunun 8/A maddesine dayanılarak hazırlanmıştır (Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik, 2019). Böylece RTÜK, internet ortamından yayın yapan basın kuruluşlarını ve hizmet alımı yoluyla yayın yapan kuruluşları denetlemeye başlamıştır (RTÜK dijital yayınlarda denetime başladı, 2019). Bu durum "internet yayınlarına sansür" tartışmalarının da ortaya çıkmasına neden olmuş, ifade özgürlüğüne engel teşkil edebileceğine yönelik kaygılar ortaya çıkmıştır (Tokyay, 2019). RTÜK bundan sonra internet üzerinden radyo, televizyon veya isteğe bağlı yayıncılık yapan tüm mecralardaki içerikleri denetleyebilmektedir. "İnternet üzerinden yapılan istismarı" önlemek amacıyla hazırlandığı söylenen yönetmeliğin, RTÜK'ün geçmiş kararları dikkate alındığında "internet dünyasında sansür uygulaması için gerekçe olarak kullanılacağı" uyarıları da yönetmelikle ilgili yapılan haber sayfalarında yer almıştır (Öztürk, 2019). İnternete RTÜK denetimine gelen başlıca eleştiri, sansüre neden olacağı ve medya özgürlüğünü kısıtlayacağı yönünde olmuştur (4 soruda internete RTÜK denetimi düzenlemesi, 2018).

Özetle, televizyondaki yayınların denetimini kapsayan ve RTÜK'ün alanına giren 6112 sayılı Kanun'dan sonra internet ortamındaki yayınların denetimini kapsayan 5651 sayılı Kanun yürürlüğe girmiş, bunun yetkisi TİB'e verilmiştir (TİB, 15/08/2016'da kapatılarak görev ve yetkileri BTK'ye aktarılmıştır). Bu kanunlar çerçevesinde internet yayınları, televizyon yayınlarına oranla daha esnek kalmaya devam etmiştir. Nitekim 2019 yılında yayınlanan yönetmelikle birlikte internet ortamı da RTÜK'ün ve BTK'nin denetimine girmiş, bu durum da internette sansürün artacağına ve ifade özgürlüğünün kısıtlanacağına ilişkin tartışmaları gündeme getirmiştir. Böylelikle RTÜK denetiminden etkilenmemek ve daha özgür içerikler üretebilmek amacıyla internet ortamına taşınan yayınlar açısından ikircikli bir durum söz konusu olmuştur.

Buna rağmen internet ortamı için uygulamaya konan maddeler ile televizyon için ortaya konan maddeler arasında fark bulunmakta ve internet televizyona oranla daha esnek bir ortam olmaya devam etmektedir.

3. Yöntem

Araştırma kapsamında Jet Sosyete dizisinin ele alınma sebebi hem televizyonda hem de dijital platformda üretilmiş ve yayınlanmış güncel bir durum komedisi olmasıdır. Araştırmanın amacı, bu iki ortam arasındaki farkı ortaya koymak ve bu durumu komediyle ilişkilendirmektir. Sözü edilen dizi Xsights Araştırma ve Danışmanlık Şirketi tarafından yapılan ve Aralık 2019 ayında tamamlanan “Yılın En Beğenilen Dizileri Araştırması”nda %40 gibi yüksek bir oranla dijital mecralarda yayınlanan Türk dizileri içerisinde en çok takip edilen yapımların olma özelliğini taşımaktadır (Jet Sosyete en çok izlenen dizi oldu [dijitalin lideri], 2020). Aynı araştırmaya göre dizi içeriklerinin en sevilen karakterleri arasında Jet Sosyete’nin ana karakterlerinden Gizem %36 ile ön plandadır. Bu mecralarda en çok takip edilen dizi türünün durum komedisi olması da çalışma açısından değerlidir.

Hem televizyonda hem dijital platformda yayınlanan bir dizi ve bir durum komedisi olarak sözü edilen diziyi ilgili bu bağlamda akademik bir çalışmaya rastlanmamış olması, çalışmanın bu konuda bir açığı kapaması açısından önem taşımaktadır.

Çalışma, yukarıda ifade edilen amacın gerçekleştirilmesi yönünde en uygun araştırma deseni olan nitel bir durum çalışması olarak desenlenmiştir. Nitel durum çalışması bir durumun derinliğine araştırılmasını olanaklı kılarak duruma ilişkin sonuçlar ortaya koyar (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Çalışma kapsamında önce dizinin televizyonda yayınlanan/televizyon için üretilen hâliyle dijital platformda yayınlanan/dijital platform için üretilen hâli arasında, mevzuatlar çerçevesinde bir karşılaştırma yapılmıştır. Daha sonra, dijital platform için üretilen bölümlerin televizyonda nasıl sunulduğu analiz edilerek ortaya çıkan durum değerlendirilmiştir.

Bu bağlamda incelemeye, dizinin televizyonda yayınlanmış, toplam 39 bölümden oluşan 1. ve 2. sezonundan 1., 10., 20., 30. ve 39. bölümleri sistematik olarak seçilmiştir. Dijital bir platform olan Puhutv’de yayınlanan 3. sezonunun, veri analizi esnasında Star TV’de de yayınlanmış olan toplam 6 bölümü bulunduğundan, ilk 5 bölümü araştırmaya dahil edilmiş, bu 5 bölüm, Star TV’de sonradan yayınlanmış versiyonlarıyla da incelenerek karşılaştırma yapılmıştır. Veriler, içerik analizi ile incelenmiş ve yorumlanmıştır. Genel olarak içerik analizi “hacimli olan nitel materyali alarak temel tutarlılıkları ve anlamları belirlemeye yönelik herhangi bir nitel veri indirgeme ve anlamlandırma çabası girişimlerini” ifade eder (Patton, 2014: 453). Bu bağlamda, veri toplanırken ve analiz edilirken ilk aşamada ortaya çıkan alt temalar, kendi içlerinde anlamlandırılıp kümelendirilerek ana temalar ortaya çıkarılmış ve bu ana temalar üzerinden içerik, alanyazında yer alan bilgiler çerçevesinde yorumlanmıştır.

4. Jet Sosyete

Çalışma kapsamında ele alınan Jet Sosyete dizisi bir durum komedisidir. Senaryosu Gülse Birsal tarafından yazılmış, yönetmenliğini Hakan Algül, yapımcılığını Beşiktaş Kültür Merkezi (BKM) üstlenmiştir. Dizinin 1. sezonu 2018’de Star TV’de yayına başlamış, 15 bölüm yayınlanmıştır. 2. sezonunda TV8’e geçen dizi 16. bölümden 39. bölüme kadar bu kanalda yayınlanmıştır.

3. ve son sezonunda (Ekim 2019) internet üzerinden hizmet veren bir medya sağlayıcısı olan Puhutv'ye geçmiştir. Böylece yapım süreci olarak da “televizyonda yayınlanan dizi” olmaktan, “dijital platformda yayınlanan dizi” olmaya evrilmiştir. 3. sezon, dizinin son sezonu olmuş, dizi 06/05/2020 tarihinde 59. bölümüyle final yapmıştır. Dizinin, bölümlerini yayınladığı resmî bir YouTube kanalı da bulunmaktadır. 3. sezonu, Puhutv'de üretilmeye başlandıktan bir süre sonra (dizi 3. sezonun 12. bölümüne geldiğinde, Şubat 2020) Star TV, bu bölümleri ikişer bölüm hâlinde her hafta televizyonda yayınlamaya başlamıştır. Dizinin konusu ise bir tekstil şirketi sahibinin, oğlunu genel müdürlükten alıp, şirketin en alt kademesindeki bir çalışanı genel müdür yapması ile başlar. Daha önce bir gecekondu mahallesinde yaşayan aile, babanın genel müdür olmasıyla Jetset Konakları'ndaki genel müdür villasına yerleşir ve şirketin sahibi, annesi ve eski manken eşi ile yan yana villalarda yaşamaya başlarlar. Bu ailenin sosyeteye girmesi ve sitedeki sosyetik yaşamla, karakterlerle uyumsuzluğu/karşıtlığı, dizinin ana konusunu oluşturur.

Dizide komedi öğeleri çeşitli uyumsuzluklar üzerinden kurulmuştur. Geleneksel-modern, zengin-fakir, yaşlı-geç, kentli-varoş, entelektüel-cahil, beyaz yakalı-mavi yakalı, burjuva-avam gibi karşıtlıklar üzerinden yaratılan bir mizah söz konusudur. Dizi, çeşitli bölümlerinde sosyal sorumluluk mesajlarıyla bir takım toplumsal eleştiriler yapmakta, bunu da komik öğelerden yararlanarak yapıcı bir biçimde yansıtmaktadır.

Örneğin cinsiyet ayrımcılığına yönelik eleştiriler, ekonomiye yönelik eleştiriler, medya/gazetecilik eleştirisi, çevre sorunlarına/hayvan haklarına yönelik mesajlar, kapitalist sistem eleştirileri, ataerkillik eleştirisi, sınıf ayrımcılığına tepki, cinsiyet eşitliği vurgusu, kadına yönelik şiddete karşı duruş, savaş karşıtlığı gibi göndermelerle hem güldürüp hem de insanları düşünmeye sevk eden bir yapıya sahiptir. Bu durum, mizaha ve komediye atfedilen eleştirelilik ve toplumsal farkındalık yaratma özellikleriyle bağdaşmaktadır. Dizi aynı zamanda (özellikle dijital geçtikten sonra) geleneksel Türk dizilerindeki sahnelerle ve klişe söylemlerle de dalga geçerek geleneksel dizilerden farklı bir yerde durduğu imajını çizmektedir. Mizahi unsurlardan yararlanılarak yapılan bu eleştiriler de komedi bünyesinde, hoşgörü çerçevesinde yansıtılabilmektedir. Buna ek olarak dizinin, televizyon dizilerinde görmeye alışık olmadığımız karakter tipleri sunarak da farkındalık yaratıyor olduğu söylenebilir (örn. güçlü kadın, korkak erkek, efemine erkek karakterler gibi). Böylelikle toplumda var olan karakter çeşitliliğini ekrana yansıtarak bu karakterler üzerinden komedi tasarlayan bir durum komedisi olarak diğer televizyon dizilerinden farklılık göstermektedir. Gülme ve alkış efektlerinin kullanımı da yapılan eleştirileri ve göndermeleri yumuşatmakta, toplumsal olarak gülmenin birleştirici özelliğini ortaya çıkarmaktadır.

5. Bulgular

5.1. Televizyondaki bölümler ve dijital platformdaki bölümler arasındaki farklar

Televizyon için üretilen ve dijital platform için üretilen bölümler arasındaki farklara bakıldığında en belirgin fark dizinin süresidir. Televizyon için üretilen bölümler yaklaşık 120 dakika uzunluğunda, dijital için üretilen bölümler ise yaklaşık 60 dakika uzunluğundadır. Bu durum, televizyon dizilerinin eleştirilme sebeplerinden biridir. Dizi öncesinde verilen özetlerle, araya konulan reklamlarla birlikte dizi izleme deneyimi bölünmekte, kişi için uzun bir süre ayırmayı gerektirmekte; diziler televizyonların yayın şartlarını sağlayabilmek için uzun senaryolar yazılarak, uzun çalışma saatleri ayrılarak üretilmektedir.

Bu koşullarda dizilerdeki bazı sahneler gereğinden uzun, “boş” olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca geleneksel durum komedisi tanımlarında durum komedisinin özelliklerinden biri, 20-30 dakikalık bölümlerden oluşması olarak ifade edilmektedir. Türkiye’deki durum, tanıma uyan böyle bir anlayışın gelişmediğini göstermektedir. Dijital platformlarla birlikte dizinin süresi kısalmış, izleyici özetsiz, reklam arasız bir biçimde (Puhutv özelinde 15-20 dakikada bir araya girebilen ve atlanamayan kısa reklamlar ve ürün yerleştirmeler hariç) dizi izleme deneyimi yaşayabilir olmuştur -bu dizi de diğer durum komedileri gibi seriyal özelliğe sahip olmadığından, özet gösterilmesi anlamlı değildir-. Dijital ortamla birlikte alanyazında sözü edilen istenen zamanda, istenen yerde izleme, durdurup ileri-geri atlayabilme, jenerik atlayabilme gibi özellikler de izleyicilerin yararlanabildiği avantajlardandır. İzleyici dizi izleme deneyimini mobil hâle getirerek, internet bağlantısı olan her yerde diziyeye ulaşabilmekte, erişim kolaylığı yaşamaktadır. Teknolojinin (Web 2.0) sağladığı imkânlarla birlikte etkileşimini de artırmaktadır. Böylelikle izleyici, platforma ücretsiz üye olarak, diziyi izleyen diğer kişilerle, yayın platformuyla vb. etkileşime geçebilmekte, pasif izleyici konumundan aktif izleyici konumuna ulaşmaktadır. Alanyazında belirtildiği üzere, dijital platformda dizi üretmenin ve sürede yaşanan kısılmanın, dizinin niteliğini/kalitesini olumlu yönde etkilediğine yönelik görüşler mevcuttur. Özellikle senaryo yazım sürecinin ve bu doğrultuda diziyi üreten ekibin çalışma saatlerinin kısalması ortaya çıkan ürünü olumlu etkileyen faktörler arasında sayılabilir.

Dijital platform ve televizyon arasında gözlemlenen en ayırt edici faktörlerden bir diğeri tütün, alkol ve cinsellik kullanımının dijitalde mümkün olabilmesidir. 6112 sayılı Kanun uyarınca televizyonda gösterilmesi uygun bulunmayan bu durumların 5651 sayılı Kanunda daha esnek olması dolayısıyla dijital ortamda gösterilmesinde bir sakınca görülmemiştir. Dizinin Puhutv’de yayınlanan ilk bölümünde de bu durumlara gönderme yapılarak, televizyonun dezavantajlarına değinilmiş, dijital ortamın daha rahat olduğu belirtilmiştir. Buna paralel olarak televizyonda gösterilemeyen, gösterilse dahi buzlanarak/sansürlenerek gösterilen içerikler dijital ortamda özgürce izleyiciye sunulabilmiştir. Televizyonda kafe olan mekân dijitalde bar olmuş, içecek olarak çay, kahve yerine alkollü ürünler gösterilebilmiş, cinsellik ve “müstehcenlik” açısından da hem daha esnek konuşmalara hem daha esnek sahnelere yer verilmiştir. Örneğin dizinin televizyondaki ilk bölümünde cinsellik ve tütün kullanımı söz konusu değilken, buzlanmış bir halde dört adet alkollü sahne bulunmaktadır. Nitekim dijitaldeki ilk bölümünde herhangi bir sansür uygulanmadan tütün kullanımının olduğu bir sahne, cinsellik çağrışımı yapan iki sahne, alkollü yedi sahne mevcuttur. Bu bağlamda bu rakamlar, televizyon ve dijital ortam arasındaki farkı göstermek açısından önemlidir. Ancak farklı bölümler değerlendirildiğinde elde edilen veriler tutarlılık göstermemekte, dizinin dijitalde yayınlanan (ve daha sonra televizyona da taşınan) bölümlerinde sansür gerektiren kullanımların gitgide azaldığı gözlemlenmektedir.

Gözlemlenen diğer fark dil kullanımındadır. 6112 sayılı Kanun gereğince televizyonda kullanımına izin verilmeyen dilin kaba ve argo kullanımı dijital ortamda daha sık gözlemlenmektedir. Örneğin televizyonda yayınlanan ilk bölümde sessize alınan/biplenen on üç argo kullanımı varken; dijitalde yayınlanan ilk bölümde, televizyonda olsa sessize alınacak/biplenecek ancak burada sansüre uğramayan sekiz argo/küfür kullanımı, sansüre uğrayan üç küfür kullanımı söz konusudur. Nitekim bu sayısal veriler dizinin diğer bölümlerine bakıldığında yine tutarsızlık gösterebilmekte, dizi devam ettikçe sansürlenmesi gereken argo/küfür kullanımının gitgide azaldığı görülebilmektedir.

Bunlara rağmen, televizyonda yer verilse bile biplenerek/sessize alınarak sunulan argo ve küfür kullanımının dijital platformda daha serbest olduğu bir gerçektir.

Bunun sebebi, 5651 sayılı Kanunun dil kullanımı ile ilgili herhangi bir maddeye yer vermemesi olarak ifade edilebilir. Bu nedenle dijital platform dil kullanımı açısından diziye daha özgür bir alan sağlamış, karakterlerin ifade biçimleri değişmiştir. Bu gibi durumlar televizyona oranla dijital platformun daha özgür ve sansürsüz bir ortam sunabildiği, bu nedenle daha çok tercih edildiği biçiminde yorumlanabilir. Çünkü günlük hayatta da tütün, alkol, cinsellik, dilin kaba ve argo kullanımı söz konusudur ve bu durumları dijital ortamda izleyiciye sunmak mümkündür. Televizyonda yayınlanan bölümler televizyon kanallarının kendi internet sitelerine aktarıldığında yine sansürlü versiyonları yüklenmekle beraber, aynı bölümler dizinin resmî YouTube kanalında ve Puhutv arşivinde görüntülendiğinde içeriğe sansürsüz olarak ulaşmak mümkündür (3. sezon bölümleri Star TV'nin internet sitesinde ya da YouTube'da tam bölüm olarak verilmemekte, Puhutv'den izlenebilmektedir). Bu gibi nedenlerle dizi televizyonda yayımlandığında “7 yaş ve üzeri” ve “Olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar” uyarılarıyla başlamaktadır. İnternette bu uyarılar söz konusu değildir. Nitekim 2019'da çıkan Yönetmelikle birlikte internette yayınlanan içeriklerde de birtakım sansürler gözlemlenmektedir. Alkol gösteriminde herhangi bir sansür söz konusu olmamakla birlikte bazı argo kullanımlar, küfürler ve tütün ürünleri buzlanarak ya da sessize alınarak gösterilmekte; ancak televizyondaki kadar yoğun bir sansür gözlemlenmemektedir. Jet Sosyete dizisi, 2019'da yürürlüğe giren Yönetmelikten sonra dijital ortama geçmiştir. Dijital ortamda bu konuda tutarlı bir uygulama bulunmamaktadır. Örneğin Puhutv'de 3. sezonun ilk bölümünde tütün ürünleri buzlanmazken 3. bölümünde buzlanmıştır.

Bazı argo kelimeler, küfürler kimi bölümlerde sessize alınmış, kimi bölümlerde kullanılmıştır. Bu durum internet ortamındaki yayınların denetiminde bazı noktaların muğlak kalmasından kaynaklanıyor olabilir. Yine de dijital ortamın televizyona oranla daha az otosansür gerektirdiği söylenebilir.

Reklam, dijital platform ve televizyon arasında fark oluşturan bir diğer konudur. Bilindiği üzere televizyonda dizi izleme deneyimi belirli aralıklarla reklamlarla bölünmekte, izleyici tüketim kültürünün bir nesnesi olarak muamele görmektedir. Reklam geliri açısından bakıldığında tecimsel yayıncılıkta izleyiciyi eğlendirmek ve bağımlı hâle getirerek yüksek kâr elde etmek amacıyla hazırlanan (Çöteli, 2016) ve televizyonda yayınlanan dizilerin reyting oranı da önem kazanmakta, bu nedenle ortalamaya hitap eden, kitle tarafından beğenilmesi muhtemel ürünler üretilerek televizyon ürünleri aynılaşmaktadır. Reklam açısından televizyon ve dijital ortam için hazırlanan diziler arasında fark bulunmaktadır. Jet Sosyete dizisi de televizyonda yayımlandığında reklam aralarıyla bölünüyor, dizinin yayını esnasında bant reklamlar geçiyor, yayımlandığı kanala göre kanalın diğer programlarının reklamı yapılıyor (örn. TV8'e geçtiğinde dizinin bir bölümü, kanalın başka bir programı olan O Ses Türkiye ile ilgiliydi), dizi içinde reklam içeren görseller bulunduruyor (örn. AVM'deki dükkân markaları), reklamı yapılması planlanmayan marka gösterimleri buzlanıyor ve “Bu programda ürün yerleştirme bulunmaktadır” ibaresiyle birlikte dizi içeriğiyle bile izleyici reklama maruz bırakılıyor. Dijital platformlar, üyelik sistemiyle izleyiciye ulaşan ortamlar olduğundan en önemli özelliklerinden biri reklamsız içerik yayını mümkün kılmalarıdır. Nitekim Puhutv bu bağlamda diğer dijital platformlardan farklıdır. İçeriğe ücretsiz erişim sağladığından Puhutv reklamsız değildir. Jet Sosyete dizisi de bu platforma geçtiğinden reklamdan tamamen arındırılmamıştır; ancak reklam gösterim biçimi değişikliğe uğramıştır.

Dizi bölümleri televizyondaki gibi uzun reklam aralarıyla bölünmemekte, bant reklamlara yer verilmemektedir; ancak ürün yerleştirme ve araya girebilen ve atlanamayan kısa reklamlar (yaklaşık 10 saniye) söz konusudur. Dijital ortam için hazırlanan bölümlerde de kimi zaman sahne içinde bir panoda ürün afişine yer vererek, kimi zaman reklam için metne yedirilmiş sahneler ekleyerek çeşitli ürünlerin reklamı yapılmaktadır. Bu sebeple reklam açısından bağımsız oldukları söylenemez. Televizyona oranla daha az reklama yer verilse de bulunduğu platformun yapısı gereği dizi yine reklamsız değildir.

5.2. Dijital platformda üretilen bölümlerin televizyonda yayınlanmasıyla ortaya çıkan farklar

Dizinin Puhutv’de hazırlanan 3. sezonu 2020 yılının şubat ayında Star TV’de gösterime sokulmuştur. Kanunlardan bağımsız olarak ortaya çıkan farklardan biri dizinin süresiyle ilgilidir. Puhutv’de yaklaşık 60 dakikalık bölümlerden oluşan dizi, televizyonda ikişer bölüm arka arkaya verilmiş, televizyon için üretilen dizilerin süresine yakın bir zaman dizinin gösterimine ayrılmış, “prime-time”da yayınlanmıştır. Dizinin yayınlanmasının ikinci haftasından itibaren, dizi başlamadan önce dizinin önceki bölümlerinin özetine yer verilmiştir. Seriyal özelliğe sahip olmayan bir durum komedisi için özet verilmesi anlamlı değildir. Konular her bölümde farklı olduğundan, bir önceki bölümde neler olduğunu hatırlamaya gerek yoktur.

Diğer fark reklamlarla ilgilidir. Dizi, reklam aralarıyla bölünmüş, dizi izleme deneyimi izleyicinin kontrolünden çıkmıştır. Hatta bölüm bitmesine rağmen araya reklam girilerek, reklamdan sonra son birkaç dakika tekrar gösterilmekte, dizinin gösterim süresi uzatıldığıça uzatılmaktadır.

Dizide bant reklamlar yer almış, dijital için yerleştirilen ürün reklamları buzlanmış, reklam içeren sahneler tümünden kesilmiştir. Kanal kendi reklamlarına yer vermekle beraber kanalla aynı yayın grubuna ait Puhutv’nin reklamına da bant reklam biçiminde yer verilmiştir. Bunlara ek olarak, dijitalde olmanın yarattığı avantajları öven sahneler de televizyonda gösterilmemiştir.

Dijital ortamda 5651 sayılı Kanuna göre hazırlanan içeriğin televizyonda yayınlanması konusunda 6112 sayılı Kanun dikkate alınarak birtakım değişikliklere gidilmiştir. Öncelikle dizi “7 yaş ve üzeri” ve “Olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar” uyarılarıyla başlamaktadır. Bu bağlamda dijitalde yer verilen bazı sahneler tümünden kesilmiş, bazı sahnelerde de buzlama ve biplleme/sessize alma yöntemleri kullanılmıştır. Küfür, argo içeren kelimeler sessize alınmış, alkol ürünleri buzlanmış, cinsellik çağrıştıran konuşmalar sessize alınmış (örn. “erotik” ve “seks” kelimeleri televizyonda kullanıldığında sessize alınmış; ancak Puhutv’de sessize alınmamıştır), cinselliği konu eden sahneler ve tütün kullanımını içeren sahneler çıkarılmıştır. Alkol ve tütün ürünlerinin görselleri buzlansa da metin içinde kelime olarak kullanılmasında bir sakınca görülmemiştir (örn. alkol, viski, şarap, bira, sigara kelimeleri sessize alınmamıştır ama görsel olarak yer aldığıda buzlanmıştır). Argo kelimelerin sessize alınmasında tutarlı bir uygulama gözlemlenmemiştir (örn. “salak” kelimesi bazen sessize alınırken “manyak”, “hödük”, “mal”, “gerizekalı” gibi kelimeler bazen sessize alınmış bazen alınmamıştır). Küfür ve hakaret içeren kelime ve hareketler de hem sessize alınarak hem buzlanarak gösterilmiştir. Bu gibi durumlar, televizyonda yayınlanan bir içerikte bulunması kanunen uygun olmadığından sansürlenmeleri doğal karşılanmalıdır.

Nitekim dijital ortamda dahi ölçülü bir esneklik gözlemlenmiş, orada yer alan bazı küfür ve hakaret içeren hareketler buzlanarak ya da sessize alınarak arşivlenmiştir; ancak orada da tutarlılık söz konusu değildir. Bir bölümde sansürsüz yer alan bir kelime başka bir bölümde sessize alınabilmektedir. Bu durum RTÜK'ün internet denetiminde yetkili pozisyona gelmesiyle birlikte alınmaya başlanan önlemlerle ilişkili olabilir; çünkü incelenen dizi de ilgili Yönetmelik yürürlüğe girdikten sonra dijital ortama geçmiştir.

Özetle ele alınan dizinin televizyonda ve dijital platformda yayınlanan içerikleri arasındaki farklar temelde süre, alkol, tütün ürünleri ve cinsellik çağrışımı, dil kullanımı (küfür ve argo) ve reklam konularında gözlemlenmiştir. Bu farkların oluşmasındaki faktörler arasında televizyonun tecimsel kaygılarla içerik üreten bir kitle iletişim aracı olması, reklam geliri ile kârı maksimize etmeyi amaçlamasından ötürü reyting kaygısının bulunması gibi etkenler sayılabilir. Bunlara ek olarak fark yaratan bir diğer etmen, televizyonda ve internet ortamında yayınlanan içeriklerin müdahil oldukları yasal mevzuatın farklı olmasıdır. Jet Sosyete dizisi de diğer tüm eğlence ürünleri gibi, yayımlandığı ortama göre farklılıklar göstermektedir. Bunun bir sonucu olarak dizinin senaryo yazım ve yapım aşamalarında da farklılıklar olduğu, RTÜK'ün denetimine girmesine rağmen dijital ortamın televizyona oranla daha özgür içerik üretimine olanak sağladığı çıkarımında bulunulabilir.

5.3. Yorum

Yukarıdaki bulgulara ek olarak belirtilmesi gereken bir konu da şiddet söylemi ve gösterimiyle ilgilidir. Televizyonda ya da dijital platformda yayınlanmasından bağımsız olarak dizide, genelde şiddet karşıtı bir tavır alınmakla beraber komik öğelerle birlikte sunulan şiddet söylemine ve gösterimine herhangi bir sansür uygulanmamıştır (örn. tabanca gösterimi, dövüş/kavga sahneleri vb.). Bu durumun, özellikle televizyon yayınları için uygulanan kanun ve yönetmeliklerle bir çelişki yarattığı söylenebilir.

6112 sayılı Kanunda yer alan madde gereği “şiddeti özendirici veya kanıksatıcı” olmaması gereken birçok televizyon dizisinde olduğu gibi, bu dizide de söz konusu durum bu konuda daha esnek bir yayın yapıldığının göstergesi olabilir.

Diziyile ilgi bir nokta da tabulara karşı bir tutum sergilerken bazı tabuların normalleşmesine, pekişmesine neden olabilecek içeriklere yer veriyor oluşudur. Örneğin kadın-erkek eşitliğini savunan bir yapıya sahip dizide aynı zamanda ataerkilliği pekiştiren, baskın erkek figürünü teşvik eden içeriklere rastlanmaktadır. Bu tarz öğeler komik durumların yaratılmasında kullanılıyor olduğundan, komedinin karşıtlik unsurunu oluşturmak amacıyla bu gibi tabulardan yararlanılıyor olabilir. Egemen ideolojide yer bulan ataerkillik gibi durumların oluşturduğu komedi, güldürmek amaçlı kullanılıyor olabilir. Ancak bu gibi unsurların dizide yer bulması diziyi eleştirel olmaktan çok, var olan egemen düzenle uzlaştırıcı bir yapıya büründürmektedir. Dizinin bir durum komedisi olduğu göz önünde bulundurulursa, yayınlanmaktaki asıl amacı toplumsal eleştiri yapmaktan ziyade sadece eğlendirmek ve katarsis sağlamak olabilir. Bu durum da popüler mizah anlayışına uygundur. Bazen popüler kültür öğeleriyle dalga geçmesine ve bu öğeler üzerinden komedi yaratmasına rağmen bu dizi de bir popüler kültür ürünüdür.

Diğer bir nokta, dizinin araştırmaya dahil edilmemesine rağmen araştırmacının gözlemlediği diğer bölümlerine bakıldığında (3. sezon 5. bölümden sonrası) buzlanması ya da sessize alınması gereken içeriklerin sayısının azalmasıdır.

Özellikle dizinin 3. sezonunun televizyonda da yayınlanmaya başlamasından sonra yapılan bölümlerde (3. sezon 12. bölümden itibaren), dijital platform için üretiliyor olmasına ve daha esnek bir gösterim imkânına sahip olmasına rağmen daha temkinli bir yaklaşım gözlenmektedir. Örneğin alkol, tütün ürünü, cinsellik çağrışımları, argo/küfür kullanımında azalma söz konusudur. Bu da dizinin yapımında bir otosansür uygulandığının göstergesi olarak yorumlanabilir. Böylelikle dizinin televizyonda ya da dijital platformda yayınlanıyor olmasında gözlemlenen fark gitgide azalmaktadır. Bu durum, dizinin artık her iki mecrada da yayınlanacağını göz önünde bulundurulmasıyla ve RTÜK'ün her iki mecrada denetim yetkisine sahip olması ve yaptırım uygulayabilmesi ile ilişkili olabilir, yazarların daha temkinli senaryolar üretmelerinde etken olabilir.

Dizi, 06/05/2020 tarihinde 59. bölümüyle final yapmıştır (3. sezonun 20. bölümü). Bu dönem, dünyada birçok değişikliğe gidilmesine neden olan pandemi dönemine denk gelmiştir. Dizinin senaristi, pandemi nedeniyle mümkün olmayan dizi çekimlerine yaratıcı bir alternatif çözüm bulmuş, son iki bölümün evden çekilmesini sağlayarak farklı bir sunum yaratmıştır. Oyuncuların, sahnelerini evden telefonlarıyla çektikleri #evdekal özel bölümleri (58. ve 59. bölüm), önce televizyonda sonra da Puhutv'de yayınlanmış, pandemi durumunun komedisi yapılmıştır. Bu örnek, teknolojinin sağladığı imkânlarla neler yapılabileceğinin bir göstergesidir. Küresel çapta yaygınlık kazanmış olan akıllı telefon yardımıyla, dizi sektörünün olağan yapısı değiştirilebilmiştir ve bu, komedi için yapılmıştır.

6. Sonuç

Yukarıda bahsi geçenler göz önünde bulundurulduğunda, dizide neler söylenebildiği kadar neler söylenemediği de önem taşımaktadır. Televizyon için üretildiğinde 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun gereği dikkat edilmesi gereken birçok nokta olduğundan alkol, tütün ürünleri, cinsellik çağrıştıran ibareler, dilin kaba ve argo kullanımı, küfürler televizyonda yer bulamazken, 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun nispeten daha esnek olduğu için, dizinin yayınlandığı ortam televizyondan dijital platforma geçtiğinde söylenebilenler ve gösterilebilenler değişmektedir. Nitekim internet de kuralsız, denetimsiz bir mecra değildir. Özellikle 2019'da RTÜK'ün internet ortamını denetlemesinin önünü açan Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik ile birlikte, internette yayınlanan içerikte de birtakım sansürlerin, buzlanmaların, biplenmelerin uygulandığı görülmüştür. Bu durum, dizinin senaryo yazımı ve yapımı aşamasında uygulanan otosansür miktarını etkileyerek ifade özgürlüğünün önünde bir engel olarak beliriyor olabilir. Buna rağmen dijital ortamın, eleştirel mizah/komedi yapımında televizyona oranla daha müsait olduğunu söylemek mümkündür.

Mutlu'nun belirttiği gibi (1991: 234) durum komedisi "kurulu düzen" değerlerinin savunucusu işlevini yüklenmekle birlikte, komedyanın denetimi çok zor olan doğası, bu televizyon türüne dahi bazı aykırı unsurların sızmasına yol açar. Douglass Kellner bu iki karşıt özelliği komedinin "özgürleştirici" kahkaha biçimi (başat kültürel ve toplumsal biçimleri altüst etme ve bunların saygınlığını sarsma gizil gücü) ile "uzlaşmacı" kahkaha biçimi (egemen kural ve değerlerden sapmaları alaya alma ve düzen uğruna arzuların feragat etmeyi öğrenme) olarak kavramsallaştırmaktadır. Kellner'e göre bu iki kahkaha biçimi çoğunlukla aynı dizide, hatta aynı programın içinde birlikte bulunur.

Ama rahatsız edici birlikteliktir ve sonuçta birinin diğerine egemenliğini gerektirir (Kellner, 1982'den aktaran Mutlu, 1991: 234). Televizyon durum komedilerinde hemen her zaman egemen olan, "uzlaşımçı" kakhaha biçimidir (Mutlu, 1991: 234). Bu çalışma kapsamında ele alınan Jet Sosyete dizisinde de egemen ideolojiye aykırı, eleştiri içeren bazı unsurlara rastlansa da genelde uzlaşımçı bir yaklaşım gözlenmektedir. Neticede dizinin işlevi, insanları günlük hayatın stresinden ve yorgunluğundan arındırarak, eğlence ihtiyacını gidermek olarak belirmektedir. Bu durum, kitle iletişim araçlarının amaçlarıyla da uyumludur.

Çalışma kapsamına alınan dizi, televizyonda yayın hayatına başlamış ve dijital platformda devam etmesine rağmen televizyonla ilişkisini koparmamıştır. Bir durum komedisi olarak her ne kadar komedinin eleştirel doğasından yararlı olsa, toplumsal açıdan tabu olarak görülen konuları ele alarak farkındalık yaratmada bir etkisi olsa da egemen değerlerle çatışan bir yapıya değil uzlaşımçı bir yapıya sahiptir. Amacının eleştiri yaparak ve gülmenin yıkıcılığından yararlanarak egemen ideolojik yapıyı sarsmak değil, katarsis sağlayarak toplumun eğlence ihtiyacını karşılamak olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda dijital platformdaki esneklikten, televizyona oranla daha özgür ifade ortamından yararlı olsa bile "özgürleştirici" bir yapıdan ziyade egemen sistemle "uzlaştırıcı" bir yapıda olduğu söylenebilir. Böylelikle dizi, bir popüler kültür ögesi olarak belirmektedir. Nitekim popüler kültüre ait diğer dizi türleri ile kıyaslandığında, komedinin beklentisi olan hoşgörü ve toplumsal gülmenin yarattığı birleştirici özellikten yararlanarak, toplumda eleştirilebilecek noktaları daha iyi yakaladığı da söylenebilir.

Kaynakça

- 4 soruda internete RTÜK denetimi düzenlemesi. (2018). Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-43494950>
- Aristoteles (2018). *Poetika -şiir sanatı üzerine-* (4. baskı) (Çev.: Ari Çokona ve Ömer Aygün). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aslanyürek, S. (2004). *Senaryo kuramı* (2. baskı). İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Atila, M. Y. (2018). *Televizyon dizilerine karşı alternatif medya kullanımı olarak internet dizileri üzerine bir çalışma: "Abzüğürt" dizisi örneğinde.* (Yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elâzığ.
- Avcı, A. (2003). Toplumsal eleştiri söylemi olarak mizah ve gülmece. *Birikim Dergisi*, 166, 80-96.
- Aydeniz, H. (2012). *Bilinçli medya kullanımı* (2. baskı). İstanbul: T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı.
- Baykal, K. C. (2015). Televizyon dizileri için alternatif ve özgür bir mecra olarak internet siteleri. H. Ünal ve D. Çatal (Ed.), *Uluslararası Yeni Medya Yeni Yaklaşımlar Konferansı*, (ss. 131-150). Çanakkale.
- Bayzan, Ş. (2009). Türkiye'de ve dünyada internet yasakları ve sansür kavramı ile zararlı içeriğe karşı yaptırım ve uygulamalara genel bir bakış. *XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, (ss. 383-388). Şanlıurfa.
- Bergson, H. (2015). *Gülme: komiğin anlamı üstüne deneme* (4. baskı) (Çev.: Yaşar Avunç). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Biçici, S. (2017). *İnternet dizi sektörünü kurtarabilir mi?* Erişim adresi: <https://www.milliyet.com.tr/cadde/sinan-bicici/internet-dizi-sektorunu-kurtarabilir-mi-2386113>

- Cerçi, S. (2013). Medyanın işlevi: gerçeklerin ötelenmesi sorunu. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6 (2), 1-12. doi: 10.9761/JASSS_567
- Çağlı, F. ve Masdar Kara, F. (2019). Dijital dönüşüm bağlamında Türkiye’de dizi sektörü ve geleceği. *Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 1, 8-18.
- Çelenk, Z. (2010). Yerli durum komedilerinde sürdürülebilirlik problemi: Avrupa Yakası örneği. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 8 (2), 81-114.
- Çötel, S. (2016). İnternet’ten izlenen dizi ve seriyallerin “araç iletidir” ve “kullanımlar doyumlar” bağlamında incelenmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 119-134. doi: 10.17336/igusb.21108
- Dede Özdemir, Y. (2015). İnternet siyasası oluşturma ve 5651 sayılı İnternet Yasası’na eleştirel bir bakış. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 2 (2), 81-103. doi: 10.24955/ilef.305307
- Demirli C. ve Kütük, Ö.F. (2010). Anlamsal web (web 3.0) ve ontolojilerine genel bir bakış. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 9 (18), 97-107.
- Ergüney, M. (2017). Türkiye’de internet dizilerinin gelişmesine zemin hazırlayan tarihsel ve teknolojik süreç. *Artuklu İnsan ve Toplum Bilim Dergisi*, 2 (1), 52-59.
- Freud, S. (2012). *Espriler ve bilinçdışı ile ilişkileri* (5. baskı) (Çev.: Emre Kapın). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Güleroğlu, A. (2017). *İnternet dizileri tutar mı?* Erişim adresi: <https://www.medyafaresi.com/kose-yazisi/internet-dizileri-tutar-mi/805722>
- Gültekin D.A., Başal, O., Kavak, O., Bayram İ. G. ve Dursun, O. (2019). *Netflix gibi dijital platformlar televizyona bakışımızı değiştirdi mi?* Erişim adresi: <https://www.evrensel.net/haber/373061/netflix-gibi-dijital-platformlar-televizyona-bakisimizi-degistirdi-mi>
- İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun. (2007, 23 Mayıs). *Resmî Gazete* (Sayı: 23530). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/05/20070523-1.htm>
- İnternet’te RTÜK dönemi başlıyor.* (2018). Erişim adresi: <http://bianet.org/bianet/medya/195409-internet-te-rtuk-donemi-basliyor>
- Jet Sosyete en çok izlenen dizi oldu (dijitalin lideri).* (2020). Erişim adresi: <https://www.ntv.com.tr/yasam/jet-sosyete-en-cok-izlenen-dizi-oldu-dijitalin-lideri.846nox6s2Uqweat38Xlm8g>
- Kandar, B. (2018). *How digital platforms impact the film industry in Turkey?* (Yüksek lisans tezi). Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karaduman, S. (2017). Yeni medya ortamında televizyon yayıncılığı ve etkileşim. *Current Debates in Public Relations Cultural & Media Studies*, 9, 115-129.
- Karaduman, S. ve Acıyan, E. P. (2019). Netflix’in ilk Türk dizisi “Hakan Muhafız” üzerine bir alımlama analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32, 669-687. doi: 10.31123/akil.620457
- Kars, N. (2003). Bir televizyon program türü olarak sitcom. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 16, 545-558.
- Kılınç, D. (2016). 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun’un 9/A maddesi çerçevesinde özel hayatın korunması. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2, 577-623.
- Köse, G. ve Özen, K. (2010). İnternet’te sansür üzerine bir değerlendirme. S. Kurbanoğlu vd. (Ed.), “*Bilgi Yönetiminde Teknolojik Yakınsama ve Sosyal Ağlar*”: 2. Uluslararası Değişen Dünyada Bilgi Yönetimi Sempozyumu Bildirileri, (ss. 113-122). Ankara.
- Kuyucu, M. (2019). Gençlerin Türkiye’de üretilen televizyon dizilerine yönelik tutumları ve dizi tüketim faktörlerinin analizi. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5 (2), 558-599.

- MacBride, S. (1980). *Many voices one world: Towards a new more just and more efficient world information and communication order*. New York: UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000040066>
- Makal, O. (1995). *100 filmde başlangıcından günümüze güldürü/komedi filmleri*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Mete, E. (2019). *Netflix'in Türkiye'de kaç abonesi var?* Erişim adresi: <https://canlitv.com/blog/netflixin-turkiyede-kac-abonesi-var>
- Morreal, J. (1997). *Gülmeyi ciddiye almak*. (Çev.: Kubilay Aysevener ve Şenay Soyer). İstanbul: İris Yayıncılık.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu anlamak*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Mutlu, E. (1995). *Televizyonda program yapımı*. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Ormanlı, O. (2019). Online film platforms and the future of the cinema. *Communication and Technology Congress*, (ss. 229-236). İstanbul. doi: 10.7456/ctc_2019_19
- Öğüt Eker, G. (2014). *İnsan kültür mizah* (2. baskı). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Öztop, E. (2015). *Televizyon dizilerinde kurgusal mekân: dönem dizisi Seksenler'de kurgusal mekân tasarımının analizi*. (Yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Öztürk, F. (2019). *Netflix: RTÜK'ün internet yönetmeliği ne getiriyor, kurul üyeleri ne diyor?* Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-49193378>
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Çev.: Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir). Ankara: Pegem Akademi.
- Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun. (2011, 3 Mart). *Resmî Gazete* (Sayı: 27863). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/03/20110303-1.htm>
- Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik. (2019, 1 Ağustos). *Resmî Gazete* (Sayı: 30849). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/08/20190801-5.htm>
- RTÜK dijital yayınlarda denetime başladı. (2019). Erişim adresi: <https://m.bianet.org/bianet/medya/212557-rtuk-dijital-yayinlarda-denetime-basladi>
- Salman, S. (2018). Yeni medyanın gelişimi: Türkiye'de internet dizilerinin oluşumu. H. Kuruoğlu ve P. Özgökbel Bilis (Ed.), *Gelenekselden Dijitale Uluslararası Medya Araştırmaları Sempozyumu*, (s. 40). İzmir.
- Tokuyay, M. (2019). *Yeni RTÜK yönetmeliği, internet yayıncılığı ve gazeteciliği nasıl etkileyecek?* Erişim adresi: <https://tr.euronews.com/2019/08/01/yeni-rtuk-yonetmeliği-internet-yayincılığı-ve-gazeteciliği-nasıl-etkileyecek>
- Tutar, Z. (2018). *Senaryonun kreatif yolculuğu; yayın platformlarının dizilerin senaryo yazım sürecine etkisi*. (Yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elâzığ.
- Tüzün Ateşalp, S. (2016). "Nitelikli televizyon": medya profesyonellerinin perspektifinden Türk televizyon dizilerinde nitelik. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 25, 9-37. doi: 10.16878/gsuilet.283029
- Ünal, M. (2009). Güldürünün kuramsal perspektifi. *Yeni Düşünceler*, 4, 281-294.
- Xsights Araştırma ve Danışmanlık. (2019). *Türk halkının en sevdiği diziler*. Erişim adresi: <https://www.xsights.co.uk/tr/turk-halkinin-en-sevdigi-diziler-8697/>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zupančič, A. (2011). *Komedi: Sonsuzun fiziği*. (Çev.: Tuncay Birkan). İstanbul: Metis.