

Araştırma Makalesi | Research Article

Yeni Normal İzleme Biçimi Olarak Seri İzleme Üzerine Nitel Bir Araştırma

A Qualitative Research on Serial Watching as the New Normal Type of Watching



Özlem ÖZGÜR (Asst. Prof. Dr.)
Selçuk University Faculty of Communication
Konya/Türkiye
ozlemozgur@selcuk.edu.tr

Başvuru Tarihi | Date Received: 07.03.2022
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 20.05.2022
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 22.07.2022
<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1083855>

Öz

Dijital platformların yayın hayatına başlaması ile birlikte eğlence endüstrilerinde büyük yapısal değişiklikler gerçekleşmiş ve buna paralel olarak video anlatılarının tüketilme şekilleri de farklılaşmış, yeni izleme biçimleri ortaya çıkmıştır. Seri izleme bu köklü yapısal değişikliklerin bir sonucudur. Her ne kadar üzerinde uzlaşılmış bir tanımı olmasa da bir dizinin en az üç bölümünü tek oturuşta ve oldukça kısa bir sürede izleme biçimine seri izleme adı verilmektedir. Hatta Netflix 2013 gibi erken bir dönemde seri izlemeyi yeni normal olarak ilan etmiştir ve 2013 yılından günümüze dünyanın farklı coğrafyalarında seri izleme, birçok izleyicinin deneyimlediği bir izleme biçimi haline gelmeye başlamıştır. Özellikle Y ve Z kuşağına mensup izleyiciler seri izleme tercihleri ile dikkat çekmektedir. Ancak seri izlemeyi gerçekleştiren öznelere bu tercihlerinin altında yatan gerekçeler ve seri izleme motivasyonları üzerine sınırlı sayıda araştırmaya sahip, bilgi boşluklarının olduğu bir alandır. Dolayısıyla bu çalışma bireylerin seri izleme tercihlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen Kullanımlar Doyumlar yaklaşımı üzerine temellendirilmiş nitel bir araştırmadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Platformlar, Yeni Normal İzleme Biçimi, Seri İzleme, Nitel Araştırma.

Abstract

With the introduction of digital platforms, major structural changes have occurred in the entertainment industries, and in parallel with this, the way video narratives are consumed has also changed, and new forms of watching have emerged. Binge-watching is the result of these radical structural changes. In the most general sense, binge-watching is called as watching at least three episodes of a serial in one sitting and in a very short time. In fact, Netflix declared binge-watching as “the new normal” in such an early period as 2013; and binge-watching has become the choice of many audiences in different geographies of the world since 2013. In particular, the audience belonging to the Y and Z generations draw attention with their binge-watching preferences. However; it is an area with some information gaps having a limited number of researches on the reasons lying behind these preferences of the subjects who perform binge-watching and their motivation for binge-watching. Therefore, this study is a qualitative research based on the Uses and Gratifications Approach which is conducted in order to discover the binge-watching preferences of the individuals.

Keywords: Digital Platforms, New Normal Watching, Binge Watching.



Giriş

Türkiye’de televizyon yayıncılığı sınırlı bir kapasite ile 1968 yılında başlamış olup, 1970’li yıllarla birlikte yayın saatlerini artıran TRT ülke genelinde büyük ilgi ile karşılanmıştır. Türk izleyicisi ilk kez televizyon dizileri ile bu dönemde tanışmış; *Bedava Dünya Gezisi, Kaçak, Kökler, Dallas, Köle Isaura* gibi yabancı diziler sayesinde bu program türünü kısa sürede benimsemiştir. Yabancı dizilerin gördüğü ilgi yerli dizi yapımının tetikleyicisi olmuş *Aşk-ı Memnu, Kaynanalar, Bir Ceza Avukatının Anıları* gibi diziler Türk izleyicisinden tam not almıştır. 1980’li yıllarla birlikte renkli televizyon yayınlarının başlaması ile birlikte yayınların içeriği zenginleşirken sınırları da genişlemiş, yayınlar daha fazla izleyiciye ulaşmaya başlamıştır. 1990’lı yıllarla birlikte özel televizyon kanalları kurulmuş ardından uydu ve kablo yayıncılığına geçiş yapılmıştır (Şentürk, 2018, s. 12-14; Çelenk, 2010, s. 20). Bu durum bir yandan dizi sayılarının patlamasına neden olurken bir yandan da eş zamanlı olarak yüzlerce dizinin aynı seyirci havuzunda yüzemeyeceği anlamına geldiği için televizyoncuları reyting yarışında kendilerine yeni alanlar açma yolunda çeşitli adımlar atmaya zorlamıştır. Giderek bölünen ve dizilerinin etrafında küçük adacıklar oluşturan seyirci kitlelerine ulaşmak ve daha önemlisi seyircinin ilgisini canlı ve devamlı kılmak için yapımcılar da dizileri interaktif öğelerle beslemeye gayret etmişlerdir. Özellikle 2000’li yıllardan itibaren, sosyal medyanın yaygınlık kazanması ile dizi izleyicisi yalnız televizyon değil, bilgisayar ekranının başına da toplanarak internet üzerinden dizi izleyip yorum yapmaya başlamıştır (Saktanber, 2010, s. 69-71). Böylece televizyon ve izleyici ilişkisinde önemli bir kırılma yaşanmıştır. İzlediği içeriğe. Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal ağlarda kısa sürede yorum yapan, topluluklar kurup senaryo yazarlarını yönlendiren aktif bir izleyicinin varlığından söz edilir noktaya gelmiştir (Sarı & Türker, 2021, s. 61). Yeni iletişim teknolojilerinin mümkün kıldığı bu dönüşüm yerli dizilerde anlatsal geleneklerin değişimi noktasında itici bir güç oluştururken (Saktanber, 2010, s. 71), dizilerin ve filmlerin izlendiği mecraları da değişime uğratmış, dijital platformların çıkış noktasını meydana getiren sayısal yayıncılığa geçilmiştir. Digitürk’ün kurulmasının ardından, 2008 yılında internet tabanlı televizyon yayıncılığının bir türü olan IPTV, Tivibu lisansı ile 3 şehirde hizmet sunmuş ve hızla abone sayısını artırmıştır (Tanrıöver, 2011, s. 20-26; Kandemir, 2013, s. 19-20). Bu süreçte Netflix, Hulu TV, Amazon Prime Video gibi çevrim içi platformlar alternatif dizi ve film gösterim alanı olarak hizmet vermeye başlamıştır. Bu platformlar içinde Netflix hem sahip olduğu içerik çeşitliliği hem de Türkiye’deki dijital film ve dizi gösterimi yapan Blu Tv, Puhu Tv gibi platformlara kıyasla abone sayısının fazla olması bakımından izleme pratiklerinde köklü bir değişimin yaşanmasına neden olmuştur. İzleyiciler Netflix dizilerini; istedikleri zamanda, istedikleri kadar bölümü, istedikleri mecradan izleyebilir hale gelmişler; böylece yeni bir izleyicilik türü ortaya çıkmıştır. Bir dizinin birkaç bölümünü tek seferde izleme biçimi *binge watching* olarak tanımlanmış, literatürde tükünircasına izleme, maraton izleme aşırı izleme ve seri izleme olarak farklı isimlerle adlandırılmıştır. Türk izleyicisi de geçmişten bugüne ilgiyle takip ettiği bir anlatı formu olan dizileri Netflix üzerinden seriler halinde izleyerek, bu yeni izleme biçimini hızla deneyimlemeye başlamıştır. Böylece eğlence endüstrisinde video anlatılarının tüketilme, yazılma ve dağıtılma yolları farklılaşmış, büyük yapısal değişiklikler gerçekleşmiş ve karmaşık bir hal almıştır. Ancak eğlence endüstrisindeki bu büyük yapısal değişikliklere yol açan seri izleme, halen karmaşık bulunsa da izleyici araştırmaları yapan akademisyenler için oldukça zengin bir veri kaynağını içinde barındırmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, izleyicilerin seri izleme motivasyonlarının altında yatan gerekçeleri bulgulamayı amaçlayan ve Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımı üzerine temellendirilmiş nitel bir çalışmadır. Bu çalışmanın seri

izleme ile ilgili olarak alandaki bilgi boşluklarını kapatması beklenmektedir. Araştırmanın bulgularına geçmeden önce seri izleme ile ilgili literatür taramasına yer verilmiş ardından Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımı açıklanmıştır.

1. Yeni Normal İzleme Tercihi Olarak “Seri İzleme”

Netflix, *Arrested Development*'ın 2013 yaz döneminde yeni sezonun 13 bölümünün tamamını yayınladığında, abonelerin %10'unun 24 saat içinde sezonun tüm bölümlerini izledikleri rapor edilmiştir. Bu durum ilk değildir. *House of Cards* ve *New Black* dizilerinin de sezonun tüm bölümleri yüklenir yüklenmez Netflix abonelerinin büyük bir çoğunluğu, tüm sezonu birkaç gün içerisinde izleyip bitirmiştir. Söz konusu dizilerin tüm bölümlerinin yayınlanması seri izlemeye ilham vermiştir. Özellikle 18-34 yaşındaki gençler bu yayınları tıknircasına izlemiş ve sosyal medyalarında bu deneyimleri ile ilgili olarak yorumlar yapmaya başlamıştır. Bu durum yeni bir izleme biçimini ortaya çıkarmıştır (Matrix, 2014, s. 119-120). Bu izleme biçimi *binge watching* olarak adlandırılmaktadır. *Binge* (tıknamak) kelimesi tipik olarak, aşırı yemek yemek veya belki de aşırı alkol tüketmek gibi bir tür aşırılık durumuyla ilişkilendirilmektedir. Medya içeriklerine maruz kalma bağlamında ise, *binge* kelimesi onlarca yıl önce, çoğunlukla bir programın en sadık hayranlarıyla ilişkilendirilen seriler halinde TV izleme eylemi olarak ortaya çıkmıştır (Jenner, 2017, s. 306). Bu dönemde seri izleme, bir gösterinin çok sayıdaki bölümünü bir solukta, genellikle başkalarıyla birlikte, videokasetlerden izlemekten öteye geçmemiştir ve aşırı düşkünlük anlamında kullanılmıştır (Stelter, 2013). Bu nedenle bazı araştırmacılar *binge* (aşırılık/tıknamak) kelimesiyle ilişkili akla gelen olumsuz çağrışım nedeniyle *seri izleme* ifadesine karşı çıkararak *maraton izleme* ifadesi tercih edilebiliyorken (Silverman & Ryalls, 2016), bazıları ise etkinliği belirli bir VOD (talebe bağlı video) platformuyla ilişkilendirmekte ve Netflix Etkisi olarak seri izleme ifadesine atıfta bulunmaktadır (Matrix, 2014). Akademik literatürde seri izleme yapmanın standart bir kavramsallaştırması yoktur (Angehecev, Sar, Mattin, & Moultrie, 2021, s. 132). McNamara (2012), seri izlemeyi ilk kavramsallaştıran isimler arasındadır. Mcnamara seri izlemenin hem minimum bölüm sayısı hem de izleme oturumu başına minimum uzunluk ile tanımlanması gerektiğini önermiştir. Ancak süreler göz önünde bulundurularak yapılan tanımdaki en önemli sorun dizilerin sürelerinin birbirinden oldukça farklı olduğudur. Bazı diziler 20 dakika iken bazı diziler 40 dakika veya daha fazladır. Dolayısıyla McNamara'nın (2012) bu önerisi araştırmacılar tarafından çok da kullanışlı bulunmamıştır (Angehecev, Sar, Mattin, & Moultrie, 2021, s. 132). Araştırmacılar, seri izleme ile ilgili yaptıkları araştırmalarda farklı tanımlar kullanmışlardır. Seri izleme ile ilgili olarak; Silverman ve Ryalls (2016, s. 522) tek bir televizyon dizisinin iki veya daha fazla bölümünü bir oturuşta izlemek şeklinde bir tanım geliştirirken; Angehecev, Sar, Martin, Moultrie (2021, s. 133) bir dizinin birden çok bölümünün sürekli olarak, hızlandırılmış bir şekilde ve çok kısa bir süre içinde tüketilmesi olarak tanımlamıştır. Benzer şekilde Conlin (2015, s. 17) de seri izleme davranışının bölüm bazında değerlendirilmesi gerektiğini belirtirken, seri izlemeyi “birkaç bölümü arka arkaya çok kısa sürede izlenmesi” şeklinde tanımlamıştır. Schwedel ve Moe (2016, s. 16) de seri izlemeyi “izleme oturumuna devam etmek” şeklinde açıklamaktadır. Walton-Pattison, Dombroski Pousseau (2016, s. 3) ise “tek bir oturuşta aynı dizinin iki veya daha fazla bölümünü izlemek veya aynı dizinin bir veya daha fazla bölümünü birkaç gün boyunca arka arkaya izlemek” şeklinde bir tanım geliştirmiştir. Dolayısıyla seri izlemenin tanımlanmasındaki yaygın kabulün “minimum bölüm sayısı (Pittman & Kim, 2015; Schweidel & Moe, 2016)” görüşüdür. Zaten Netflix de 2013 gibi erken bir dönemde seri izlemenin çağdaş bir eğlence biçimi olarak randevu usulü izlemenin yerine geçen tek seferde bir dizinin tüm bölümlerinin seriler halinde

izlenmesini içeren “yeni normal” izleme biçimi olduğunu ilan etmiştir (Netflix, 2013). 2014 yılında yapılan araştırmaların sonuçları da bu görüşü destekler niteliktedir. 2014 itibarıyla, ABD’deki hane halkının %44’ünün bir dizinin üç veya daha fazla bölümünü bir günde izledikleri tespit edilmiştir. Bu oran 2017 yılında %73’e çıkmıştır. Araştırmaya katılan izleyiciler, seri izlemeyi gerçekleştirerek keyif aldıklarını, bu izleme biçiminden hoşlandıklarını dile getirmişlerdir (Warren, 2020). Yine 2017 yılında Ericsson Consumer Labrotary tarafından gerçekleştirilen araştırmaya katılan uluslararası izleyicilerin %42’si, 5 yıl öncesine göre daha fazla seri izleme yaptıklarını belirtmişlerdir. Benzer şekilde Batı ve Doğu Asya ülkesinde 4.500 tüketici üzerinde yapılan araştırmada, seri izleme biçiminin 2019 yılında önceki yıllara oranla %18 oranında arttığı belirlenmiştir. Yapılan araştırmalar seri izlemenin, Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde de popüler hale geldiğini destekler niteliktedir (Angehelev, Sar, Mattin, & Moultrie, 2021).

Steiner ve Xu (2020, s. 82-101) yaptıkları araştırmada seri izlemenin küresel ölçekte giderek yaygınlaştığını ve seri izleme yapan izleyicilerin karışık duygulara sahip olduklarını çünkü seri izlemeyi oluşturan ve yönlendiren hızla gelişen teknoloji ve kültürün, izleyicilerin televizyona dair sahip oldukları anlayışlarını değiştirmelerini zorunlu kıldığını belirtmektedirler. Bu durumun bir çelişki yarattığını, dolayısıyla seri izlemenin olumlu ya da olumsuz, kültürel ya da yapısal olamayacağını, bu çelişki tarafından yönlendirilen ve dinamikleştirilen gelişen bir insan deneyimi olduğunun altını çizmişlerdir. Pittman ve Kim (2015) ise izleyicilerin katılım ve sosyal faydayı göz önünde bulundurarak seri izleme yapabildiklerini belirtirken; hedonik nedenlerin ve rahatlamamanın da seri izleme için belirleyici olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca araştırmacılar seri izleyicilerin, izlemeye daha fazla vakit ayırmalarının yanında karmaşık olay örgüsü ve karakter gelişimini takip edebildiklerini bu nedenle söz konusu yeni izleme biçiminin daha fazla dikkat talep ettiğinin altını çizmiştir.

Shim ve Kim (2018) ise seri izlemenin, izleyicilere izleme uzunluğunu karar vermeleri noktasında bir kontrolün kendilerinde olduğu duygusunu kazandırdığını vurgulamışlardır. Ayrıca Shim ve Kim (2018) bireylerin, başkaları tarafından öneriler doğrultusunda da seri izlemeye çekildiklerini de tespit etmişlerdir.

2. Netflix Türkiye Ve Seri İzleme

Türkiye, yeni nesil olarak adlandırılabilir dijital platformlar alanında son yıllarda önemli adımların atıldığı bir ülke olarak öne çıkmaktadır. Puhutv ve BluTV gibi yerel markaların faaliyet gösteriyor olmasının yanı sıra bu çalışmaya konu olan uluslararası dijital platform Netflix, ülkemizde Netflix Türkiye adıyla faaliyet göstermekte ve 3.5 milyon aboneye hizmet sunmaktadır (Sarı & Türker, 2021, s. 66) Türk izleyicisi tarafından ilgiyle takip edilen Netflix, Türkiye’ye yönelik içerik çalışmalarıyla da dikkat çekmektedir. Türkiye’ye özel ürettiği ilk içerik olan Hakan: Muhafız adlı yapımı 14 Aralık 2018 tarihinde abonelerine sunmuştur. Ardından Aşk 101, Atiye, Kulüp, Bir Başkadır ve Fatma gibi içerikler Hakan Muhafız’ı takip etmiştir. Türkiye’yi önemsediklerini her fırsatta belirten şirket, Türkçe yapım çalışmalarını sürdürmektedir (Sarı & Türker, 2021, s. 66).

Dijital platformların yayın hayatına başlamasından önce VHS kasetler daha sonra CD, DVD üzerinden film izlemenin Türkiye’de yaygın olması, dizilerin çeşitli programlar aracılığı ile indirilmesi ve yasal olmayan çevrim içi dizi izleme platformlarının ortaya çıkmasıyla endüstrinin aslında çok da onaylamadığı bir yöntemle seri izleme hayat bulmuştur (Ateşalp & Başlar, 2020, s. 132). Başta Netflix olmak üzere, farklı dijital platformların yayın hayatına başlamasıyla birlikte seri izleme giderek Türk izleyiciler arasında

yaygınlaşmaya başlamıştır. Türkiye’de seri izleme ile ilgili olarak yapılan sınırlı sayıdaki araştırma, izleyicilerin seri izlemeyi gerçekleştirme gerekçeleri ve seri izlemenin olumlu ve olumsuz sonuçları üzerinde durmaktadır.

Ateşalp ve Başlar’ın (2020, s. 110), seri izleme ile ilgili odak grup görüşmesine dayalı nitel çalışmasında katılımcılar seri izleme deneyimine dair görüşlerini aktarırken, seri izlemenin vakit kaybına, yorulmaya, sersemliğe neden olduğunu, bağımlılık yarattığını ifade etmişlerdir. Fakat bu izleme deneyimine dair olumsuz görüşlerine rağmen katılımcıların odaklanarak izlemek, spoiler almamak, diziler hakkındaki konuşmalara katılarak sosyalleşebilmek, boş vakitlerini değerlendirmek, gündemden kaçmak gibi nedenlerle seri izleme yapmayı tercih ettikleri görülmüştür. Benzer şekilde Gümüş’ün (2021, s. 147-169) de seri izlemeyi bulgulamak amacıyla 50 katılımcı ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirdiği nitel çalışmanın sonuçlarına göre izleyiciler için seri izleme artık izleme rutinlerinin bir parçasıdır. Ayrıca platformun sunduğu fırsatlar, kullanıcıların kendi ritimlerini ve zamanlamalarını oluşturmasına olanak tanımaktadır.

Özel ve Durmaz’ın (2021, s. 363-388) 245 kişi ile gerçekleştirdikleri nicel çalışmanın bulgularına göre ise seri izleme eylemini katılımcıların düzenli bir periyod içinde gerçekleştirmedikleri, çoğunlukla boş zaman aktivitesi olarak yaklaştıkları, ancak bunu haftada en az bir defa gerçekleştirdikleri görülmektedir. Aynı zamanda katılımcılar bu eylem için önceden bir planlama yapmamaktadır. Araştırmanın bulgularına göre seri izleme baskın bir şekilde tek başına yapılan bir eylem olarak dikkat çekmektedir. Katılımcılar seri izlemeyi eğlenme ve rahatlama motivasyonları ile gerçekleştirdiklerini ifade ederken, seri izleme sonucunda mutluluk ve rahatlamışlık hissi duyduklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla seri izleme katılımcılar tarafından pozitif duygulara dönük olarak gerçekleşmektedir. Benzer sonuçlara Erdem ve Aytekin (2021, s. 302-325)’in karma yöntemi kullanarak gerçekleştirdikleri araştırmanın sonuçlarında da rastlanmaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu Netflix’te seri izleme yapmaktadır ve bu seyir deneyimine aşinadır. İzleyiciler platformla bu şekilde etkileşim kurmaktan da memnundur. Ancak pandemi şartları seri izleme pratiğini mekânsal ve zamansal anlamda dönüştürmüştür. Mekânsal olarak zorunlu karantınada bulunan izleyiciler, dijital platformlara tutunarak, sıklıkla ve yoğun bir şekilde içerik tüketmeye yönelmiştir.

Mezkûr sınırlı sayıdaki araştırmaların sonuçlarına göre seri izleme Türk izleyicisi tarafından kısa süre içinde benimsenmiş yeni bir izleme biçimi olarak, olumlu olduğu kadar olumsuz sonuçları da içinde barındırmaktadır. Dolayısıyla yeni izleme biçimi olan seri izleme ile ilgili yapılacak ayrıntılı araştırmaların sonuçlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

3. Araştırmanın Teorik Çerçevesi: Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımı

Televizyon üzerine yaklaşık bir asırdır incelemeler yapılmıştır, ancak bu sürenin çoğunda araştırmacılar televizyonu tek yönlü ve neden-sonuç mantığıyla incelemiştir. Frankfurt Okulu kuramcılarının eleştirileri ve sosyal bilimcilerin medyanın davranış ve algı üzerindeki etkisine ilişkin tahminlerine kadar, televizyon izleyicileri genel olarak pasif alıcılar olarak ele alınmıştır (Adorno, 2001). Kültür kuramcıları, 1960’larda ve 1970’lerde izleyicinin pasifliği kavramına meydan okumaya başlamış (Morley, 2003), aktif ve sosyal olarak yapılmış izleyiciler de göz önünde bulundurulmuştur (Fiske, 2001). Bu süreçte Paul Lazarsfeld’in araştırmalarının izinde Jay Blumler, Herta Herzog, Elihu Katz ve Daniel McQuail gibi araştırmacılar, medyanın insanlara ne yaptığı değil insanların medyayla ne yaptıklarını incelemeyi önermişlerdir. Bu yaklaşım medyanın

içeriğinden çok, insanların medyayı kullanma biçimleri üzerinde durur ve bir medyanın kullanıcılarının, bu medyayı seçip kullanırken etkin bir rol oynadıklarını vurgular. (Bourse & Yücel, 2017, s. 213-214). Böylece medya kullanıcıları pasif alıcı olmaktan çok aktif bir kullanıcı olduklarından, rekabet halindeki medya seçenekleri arasından ihtiyaçlarını en iyi karşılayan bir aracı seçebilmektedir. Bu yaklaşım ayrıca; tüketicilerin bilinçli olmaları nedeniyle, kendilerini medya tüketimi yoluyla karşılanan ihtiyaçlar üzerinde doğru bir şekilde yansıtabildiklerini varsaymaktadır ve bu noktadan hareket eden geçmişteki izleyici araştırmaları, geleneksel televizyon yayınlarının kullanımlarını ve doyumlarını tanımlamıştır. Ancak 21. yüzyılda gelişen teknoloji ve değişen toplumun bir sonucu olarak ortaya çıkan dijital platformları tercih eden izleyicilerin, seri izlemeye yönelik kullanımların ve doyumların anlaşılabilmesi noktasında çok da yeterli olmadığını söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla yeni normal olarak seri izlemeyi tercih eden izleyicilerin kullanım ve doyumları ile ilgili güncel araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

3. Yöntem

Bu çalışma, örneklem dahilindeki katılımcıların seri izlemeyi nasıl gerçekleştirdiklerini, bu izleme biçimini tercih etmelerinin altında yatan motivasyonlarına dair önemli yapıları bulgulamak ve bu yapıları Kullanımlar Doyumlar yaklaşımı aracılığıyla konumlandırabilmek amacıyla gerçekleştirilmiş nitel bir araştırmadır. Nitel araştırmalar pozitivist paradigmanın neden sonuç ilişkisi içerisindeki genellemelerinin aksine toplumsal olanın bilgisine ulaşmaya çalışır. Bu nedenle, insanların gerçekliğe yükledikleri anlamları, kavrayış ve anlayışlarını yorumlayarak ilişkileri açıklar (Merriam, 2009, s. 13).

Etik Kurul İzni

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'nun 03/03/2022 tarih ve E.247295 sayılı kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

4. Örneklem

Deloitte (2017) araştırmasında, Amerikalıların %75'nin seri izleme yaptığını saptamıştır. En yüksek oranlar genç izleyiciler arasında görülmekte; Z kuşağı katılımcıları (1997 ile 2003 arasında doğanlar) için %91 iken, Y kuşağı (1983 ile 1997 arasında doğanlar) için %86'dır. Benzer şekilde Global Web İndeksi'nin (2017) araştırmasına göre, çevrim içi televizyon izleyicilerinin %70'inin 16-34 yaş aralığında olduğu saptanmıştır. Yapılan araştırmalar Türkiye'de de seri izlemenin giderek yaygınlaştığını bulgulamaktadır. Seri izleme özellikle 18-24 yaş arasında daha sık yapılan bir eylemdir. Bilhassa Y ve Z kuşaklarında seri izlemenin resmen yaygın izleme alışkanlığı halini geldiği tespit edilmiştir (Özel & Durmaz, 2021, s. 382). Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda araştırmanın örneklemine seri izleyici olan lisans ve lisansüstü düzeyde eğitimlerine devam eden Y ve Z kuşağına mensup; 4 doktora, 4 yüksek lisans ve 3 lisans öğrencisi olmak üzere, 5 erkek ve 5 kadın üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmaya katılımcılar amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemi ile dahil edilmiştir. Böylece öncelikle inceleme kriterine uygun bir katılımcı araştırmacı tarafından seçilmiş ardından bu katılımcıdan elde edilen bilgiler ve katılımcıların tavsiyeleri ile diğer katılımcılara ulaşılmıştır (Erdoğan, 2012, s. 213).

5. Veri Toplama Süreci

Örneklem dahilindeki katılımcılarla yarı yapılandırılmış tek turlu görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşmelerin tercih

edilmesindeki temel gerekçe, bu görüşme biçiminin “katılımcıları çok sınırlamadan konuşmalarını sağlayarak, dünyayı anlamlandırdıkları haliyle anlatma özgürlüğü tanınması (Noaks & Wincup, 2004, s. 80)”, araştırmacıya konu hakkında detaylı bilgiye ulaşması için ilave soru sorma imkanı sunması (Güler, Hacıoğlu, & Taşgın, 2013, s. 113; Erdoğan, 2012, s. 221) ve görüşme sırasında sorular ve “görüşülecek konular arasında araştırmacıya sıralamanın değişimi (Robson, 2017, s. 331)” noktasında özgürlük tanınmasıdır.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda araştırmacı aşağıdaki soruları katılımcılara yönlendirerek yarı yapılandırılmış görüşmeleri gerçekleştirmiştir. Ayrıca araştırma soruları hazırlanırken seri izleme ile ilgili olarak gerçekleştirilmiş nitel araştırmalar (Çaycı, 2021; Ateşalp & Başlar, 2020; Gümüş, 2021) göz önünde bulundurulmuştur.

- Netflix’e ne zaman abone oldunuz?
- Netflix’e abone olmanızdaki gerekçe nedir?
- Netflix’i hangi araçlardan izlemeyi tercih ediyorsunuz (bilgisayar, tablet, televizyon)
- Netflix’te içerik seçerken neye dikkat ediyorsunuz?
- Netflix içeriklerini tüketirken yalnız olmayı mı yoksa aile ya da arkadaşlarla birlikte olmayı tercih edersiniz? Neden?
- Seri izleme kavramsallaştırması sizin için ne ifade ediyor?
- Neden seri izleme yapıyorsunuz?
- Seri izlemeyi ne sıklıkta ve ne kadar süre ile yapıyorsunuz?
- Seri izleme yaptıktan sonra ne hissediyorsunuz?
- Seri izleme sosyal hayatınızı olumlu ya da olumsuz yönde etkiledi mi?
- Geleneksel televizyon yayınlarını da takip ediyor musunuz?
- Akışın uzunluğunu denetliyor olmanız seri izleme deneyiminizi nasıl etkiliyor?

Yarı yapılandırılmış görüşmelerin tamamı araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş olup, görüşmelerin büyük bir çoğunluğu yüz yüze ve pandemi şartları nedeniyle bir araya gelemeyen katılımcılar için Zoom Programı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci, ortaya çıkan yeni özellikler veya kategoriler olmadan benzer cevapların alınmaya başlandığında yani “veriler doygunluğa ulaştığında (Charmaz, 2014)” tamamlanmıştır. Böylece analize başlamak için yeterli örneklem büyüklüğüne sahip olunduğu saptanmıştır.

Yüz yüze ve online gerçekleştirilen görüşmelerin tamamının kaydı alınmış olup araştırmacı tarafından yazıya dökülerek doküman haline getirilmiş, böylece veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler Hesse-Biber ve Leavy’nin (2010) önerdiği veri hazırlama, veri keşfi, veri azaltma ve yorumlama şeklindeki veri analiz stratejisine göre kodlanmıştır. Araştırmacı kodları tümevarımsal bir biçimde organize ederek kategorilere, kategorilerden de temalara ulaşmıştır. Bu sürecin sonunda ritüelleri, sonuçları, çıkarımları ve sınırlamaları ifade etmek amacıyla kategorileri ve tekrarlayan temaları sınıflandırmak için tanımlayıcı veriler araştırmacı tarafından analitik olarak yeniden kodlanmıştır.

6. Bulgular

6.1. Katılımcıların Abonelik Süreleri ve Gerekçeleri

Araştırmanın örnekleme dahilindeki 1 katılımcı 2015 yılında içerik zenginliğine ulaşmak için abone olduğunu söylerken, farklı 2 katılımcı da 2019 yılından beri abone olduğunu belirtmiştir. 2019 yılında abone olan 2 katılımcıdan K8 *Organize İşler Sazan Sarmalı* filmi arkadaşlarıyla birlikte izlemek istediklerini ancak fiyatları çok yüksek

bulduklarını o arada da filmin Netflix'te gösterime girdiğini ve Netflix abonelik fiyatının da uygun olması nedeniyle abone olduğunu, daha sonrasında da dizilerin içerikleri ile çok daha fazla ilgilenmeye başladığını içerik zenginliğinin onu aboneliği devam ettirmesinde önemli gerekçeyi oluşturduğunu belirtmiştir. Araştırma dahilindeki diğer 7 katılımcı ise pandemi döneminde Netflix'teki içerik zenginliğine ulaşabilmek için abone olduklarını belirtmişlerdir.

6.2. Katılımcıların Seri İzleme Yapmayı Tercih Ettikleri Ortamlar

Y kuşağına mensup 5 katılımcı televizyonu rahatlık ve geniş ekran olanağı sunduğu için izleme ortamı olarak tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ancak Z kuşağına mensup 5 katılımcı telefon ve bilgisayarı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Böyle bir tercih yapılmasındaki temel gerekçelerini ise daha rahat olma ve istedikleri her yerde yolcularında ya da boş vakit buldukları her yerde dizilerini izleyebilmek olarak açıklamışlardır.

6.3. Seri İzleme Tercihindeki Belirleyici Noktalar

Örneklem dahilindeki tüm katılımcılar için belirleyici türler belgesel dizileri, tarihi diziler, psikolojik gerilim, suç ve macera dizileridir. Çünkü katılımcılar bu dizilerin sürükleyici olduğunu ve bir sonraki bölümün izlenmesi için merak uyandırdığını, kendilerini dinç tuttuğunu belirtmektedir. K3 Netflix'te içerik tercihini belirtirken türlere değinmenin yanı sıra sürenin de önemine de vurgu yapmaktadır: "kısa olmalarına dikkat ediyorum bazı diziler çok uzun başlayınca bitirmek istiyorum uzun olunca bitirmek zaman alıyor" şeklinde bir açıklama getirirken, K6 ve K7 de benzer bir noktaya dikkat çekmektedir. K6 "4 sezondan fazla ise bir düşünüyorum çünkü bir an önce izleyip bitirmek önceliğim merak duygumu gidermek zaman alıyor" derken, K7 de "eğer bir dizi 5 ya da 6 sezonu geçiyorsa başlarken bir düşünüyorum, o kadar uzun bir süre boyunca bir diziyi izlemeyi tercih etmiyorum bir an önce bitirmek sonuca görmek istiyorum" diyerek dizinin bölüm uzunluğu ve sezon sayısının kendisi için seri izleme noktasında belirleyici olduğunun altını çizmektedir.

6.4. Bireyi Yalnızlaştıran Bir Deneyim Olarak Seri İzleme

Z kuşağına mensup katılımcılar seri izlemeyi kesinlikle tek başlarına yapmak istediklerini aile bireyleri ile bir izlemeyi kesinlikle yapmak istemediklerini belirtirken, arkadaşları ile de çok dikkat gerektirmeyen komedi dizileri gibi içerikleri izleyebileceklerini ancak bunun da çok sık olmasını tercih etmediklerini dile getirmişlerdir. K1 "Birileriyle asla izleme yapmak istemem. Ailemle ya da bir başkası varken izlemek istemem. Dikkatimi veremem" derken, K3 "dikkatimi veremem, dikkatimi dağıtacak hiç kimseyi istemem çünkü hiçbir repliği kaçırmak istemiyorum" diyerek yalnız kalma tercihinin altındaki gerekçeyi açıklamaktadır. K2 ise "dizi ile kurduğum bağın dışarıdan birinin bozmasını istemiyorum" diyerek başkaları ile birlikte izlemenin izleme sürecini sekteye uğratabileceğine vurgu yapmaktadır. Benzer şekilde katılımcılardan K4, K5 ve K8 yalnız seri izleme yaptıklarını çünkü onlara izleme sürecinde soru sorulmasını ve yorum yapılmasını istemediklerini, bu tür dış uyarcıların dikkatlerini dağıttıklarının altını çizmişlerdir.

6.5. Seri İzlerken Eski Alışkanlıklarını Devam Ettiren Y Kuşağı

Araştırmanın Y kuşağına mensup katılımcıları seri izleme yaparken eşleri ve çocukları ile birlikte yaptıklarını, eşleriyle birlikte dizi seçtiklerini eğer çocuklar da katılacaksa bu sürece onlara uygun bir içerik belirlediklerini belirtmektedir. K6, K7, K9 ve K10 yalnız izleme yapmanın özellikle de seri izleme sürecinde çok sıkıcı olabileceğini dile getirmekte ve aile ile yapılan bu türden bir izlemenin onlar için rahatsız edici bir durum olmadığını

çünkü ailece izlemeyi geçmişte hep yaptıklarının da altını çizmektedirler. Bu açıklamalar doğrultusunda Y kuşağı için başkalarıyla birlikte seri izleme yapmak geçmişte olduğu gibi birlikte yapılabilecek bir izleme biçimidir.

6.6. Geçmişte Bir Deneyim Günümüzde Bir Tercih Olarak Seri İzleme

Örneklem dahilindeki katılımcılardan K6, K7 ve K10 için aslında seri izleme çok da yeni bir izleme biçimi değildir. Dijital platformların yaygınlaşması ile kabuk değiştirmiştir. K6 “2005’li yıllardı, yeni mezun olmuştum ve yapacak çok bir şey de yoktu. Yabancı diziler bu dönemde internette yeni yeni popüler olmaya başlamıştı. Lost dizisinin tüm sezonunu bulup birkaç gün içerisinde izlemiştim CD kayıtlarından” derken K7 de benzer şekilde o dönem öğrenci olduğunu ve kız arkadaşına yine Lost dizisinin tüm bölümlerini bulup CD’ye kaydedip kargo ile gönderdiğini, kız arkadaşının da sabahlara kadar izlediğini belirtmiştir. K10 ise 2008 yılında iş için şehir değiştirdiği dönemde çok fazla tanımadığı şehirde vakit geçirmek için Prison Break dizisinin bölümlerini internet üzerinden bulup geceler boyu izlediğini dile getirmiştir. Hatta K6 seri izlemeyi daha da eskiye götürmüş, 1980’li 1990’lı yıllarda VHS kasetlerin çok yaygın olduğunu o dönemde babasının eve getirdiği filmleri bir iki gün içinde annesi ve ablası ile birlikte izlediklerini böylece seri izlemeyi deneyimlediklerini ancak adının dijital platformların yaygınlaşması ile konulduğunu vurgulamıştır.

6.7. Bir Diziyi Çok Sevmemek de Seri İzleme İçin Geçerli Bir Sebep

Araştırmanın örneklemini oluşturan Z kuşağına mensup katılımcıların tamamı bir diziyi çok sevmeseler bile izlemeye devam ettiklerini onu izlemeyi bırakmayı tercih etmediklerini dile getirmişlerdir. Dolayısıyla başladıkları diziyi sevmeseler bile bitirmek katılımcılar için önemli bir motivasyondur.

6.8. Sosyal Dışlanmadan Kaçınma Amacı ile Gerçekleştirilen Seri İzleme

Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcılardan sadece K8 “bazen başlıyorum herkes çok güzel olduğunu söylüyor ancak ben sevmiyorum ama linç yememek için izliyorum sadece sorduklarında izledim diyebilmek için” şeklinde bir yanıt vermiştir. Bu durumu katılımcının sosyal dışlanmadan kaçınmak için seri izlemeyi gerçekleştirdiği şeklinde yorumlamak yanlış olmayacaktır.

6.9. Sosyal Hayata Katılmada İtici Bir Güç Olarak Seri İzleme

Örneklem dahilindeki 4 katılımcı seri izlemenin sosyal hayatlarında olumlu bir etkiye sahip olduğunu, bir dizi ile ilgili olarak herhangi bir sosyal ortamda sohbete katılabildiklerini ve bu süreçte yeni arkadaşlar edinebildiklerini belirtmişlerdir. Bu arkadaşlıkların devamı her zaman gelmeseyse de, bu sayede tanışıp iletişimlerinin devam ettiği arkadaşlıklarının da olduğuna dikkat çekmişlerdir. Dolayısıyla seri izleme onu gerçekleştirenler için sosyalizasyon sürecinin tetikleyicisi olabilmektedir.

6.10. Pandemi Dönemi Yalnızlığı ve Kaygılarına Bir Panzehir Olarak Seri İzleme

Örneklem dahilindeki katılımcıların yarısından fazlası pandemi döneminde Netflix aboneliği olmuş ve seri izlemeyi de sokağa çıkma yasakları döneminde oldukça yoğun bir biçimde gerçekleştirmişlerdir. K10’unun ifadesi diğer katılımcıların düşüncelerini özetler niteliktedir: “Pandemi döneminde Netflix aboneliği oldum. Daha önce de seri izleme yapıyordum ancak özellikle yasaklar döneminde evde yalnız kaldığım için izledim. Kaygılarımı da biraz olsun unutmak için de seri izleme yaptım” şeklinde açıklamıştır.

6.11. Akışın Kontrolünü Elinde Bulunduran Seri İzleyici

Katılımcıların tamamı seri izleme yaparken akışın kontrolünün ellerinde olduğunu belirtmişlerdir. İçeriğin diline, oynatma hızına, izleyecekleri bölüm sayısına ve bir bölümü kaç kez izleyeceklerine karar verme yetkisinin kendilerinde olmasının onları daha aktif bir kullanıcı haline getirdiği düşüncesine sahiptirler. Hatta katılımcılardan K4 “Netflix benim ne kadar izleme yapacağıma karar veremez. Ben karar veririm hatta bir bölüm bittikten sonra sonraki bölüme geçişi sağlayan butonu pasif hale getirdim. Ben istersem sonraki bölüme geçerim, istediğim kadar izlerim” diyerek seri izleyicilerin kontrolü elinde bulundurmanın önemini vurgulamıştır. K4 ise “ben bazen sindirerek izlemek istiyorum, ayrıntıları kaçırmak istemiyorum bu nedenle de bir bölümü birkaç kez izleyebiliyorum” diyerek bir dizinin bir bölümünün tekrar tekrar izlenilmesi kararının da izleyici tarafından verilebildiğine dikkat çeker. Benzer şekilde K3, K6, K7, K9 ve K10 da istedikleri zaman içeriği durduklarını ve sonrasında devam edebildikleri için gücü ellerinde bulundurduklarını bu nedenle de kontrolü sağlayabildiklerini belirtmişlerdir.

6.12. Çelişkileri Olan Bir İzleyici Deneyimi Olarak Seri İzleme

Araştırmaya katılan 8 katılımcı seri izlemeyi bir bağımlılık olarak görmemektedir. Çünkü Seri izleme süreci içinde izleyicinin hangi diziye ne kadar vakit ayıracağını belirleyebildiğini bu noktada kontrolün izleyicide olduğunu savunmaktadırlar. Dolayısıyla katılımcılar için seri izleme bir aşırılık, bir bağımlılık değil aktif izleyicinin seçimidir. Diğer yandan sadece 2 katılımcı bu izleme biçiminin bir tür bağımlılık oluşunu düşünmekle beraber bu bağımlılığı farklı bir yere konumlandırmaktadırlar. Özellikle K4 “ evet bir bağımlılık ama alkol, sigara ya da madde bağımlılığı gibi değil, günlük hayatımız sekteye uğramıyor, her seri izlemede yeni dünyalara dahil olup yeni bir şeyler öğreniyoruz. Bu nedenle seri izlemeye daha az zararı olan bir bağımlılık diyebiliriz” şeklinde bir açıklama getirerek seri izlemeyi bir tür bağımlılık olarak kabul etmekle beraber daha az zararlı olduğu gerekçesi ile diğer bağımlılıklardan da ayırmaktadır. Bu yönüyle seri izleme çelişkileri içinde barındıran bir izleyici deneyimidir.

6.13. Seri İzlemenin Altında Yatan Temel Motivasyon: “Merak”

Katılımcıların tamamı seri izleme yapmalarındaki en önemli motivasyonun merak duygusu olduğunu belirtmişlerdir. Bir dizinin bir sonraki bölümünde ve sezonun sonunda ne olacağını merak eden izleyici seri izlemeyi tercih etmektedir. Hatta K7 izlediği dizinin son sezonu Netflix’e yüklenmeyince, dizinin yüklenmesini beklemek yerine merakını bir an önce gidermek adına internetten farklı bir platformdan son sezonu izleyip rahatladığını belirtmiştir. K1 ise ilerleyen bölümde ne olacağını o kadar merak ediyorum ki bölümleri peşi sıra izliyorum derken K2 bir sonraki sezonu beklemenin kendisi için oldukça zor olduğunu çünkü o merak duygusunun tatmin olmadığının altını çizmiştir. Katılımcılar merak duygusu ile diziyi seri bir biçimde izledikten sonra zaman zaman boşluğa düştüklerini belirtirken bu boşluğu doldurmak için yeni bir dizi arayışına girdiklerini de eklemişlerdir.

6.14. Anlatısal Dünyaya Çekilen Seri İzleyici

Katılımcıların tamamı seri izleme yaptıkları süre boyunca anlatısal dünyanın içine çekildiklerini belirtmişlerdir. K1 “bir ara tüm gün ve gece seri biçimde dizileri izlerdim, o kadar İngilizce diyaloga maruz kaldım ki ailemle de İngilizce konuşmak istedim ama bu mümkün olmadı tabii” derken, K3 “seri biçimde izlediğim dizilerden birinde bir arkadaş grubunun ettiği sohbeti bir ara dedim biz mi ettik acaba arkadaşlarla diye düşündüm sonra hayır o izlediğim dizideydi deyip kendi gerçekliğime döndüm” şeklinde bir açıklama

getirmiştir. K2 ise bazı karakterleri o kadar içselleştirmektedir ki izlediği dizideki seri katili gerçek hayatta aramakta hatta benim eşimin seri katil olma olasılığı var mı diye düşünmektedir. Ancak bu düşüncelerden kendini çabuk kurtardığını da eklemektedir. Dolayısıyla izleyiciler uzun ve arka arkaya izledikleri dizilerdeki anlatısal dünyanın içine çekilmekte, belli bir oranda etkilenmekte ancak bu dünyadan çabuk bir şekilde çıkmanın yollarını da bulmaktadır.

6.15. Geleneksel Yayın Biçimlerini Yapı Bozumuna Uğratan Seri İzleme

Katılımcılardan sadece K8, K9 ve K10, geleneksel televizyon kanallarında yayınlanan dizileri de biriktirip seri bir biçimde izlediklerini belirtmektedirler. Böylece hem reklamlardan kaçmakta hem de kontrolü yine ellerinde bulundurma isteğinin devamı olarak değerlendirilebilecek bir davranış içerisine girmektedirler. Ancak her üç katılımcı da Türk dizilerinin oldukça uzun olduğunu, seri izlemenin çok vakit aldığını bu nedenle de çok sık biçimde bunu devam ettiremediklerini de eklemektedirler. Dolayısıyla geleneksel televizyon kanallarının içeriklerini yeni bir izleme biçimi ile tüketen izleyici aktif olmanın yanı sıra geleneksel yayıncılık biçimlerinin de yapısının bozulmasına neden olmaktadır.

Sonuç

21. yüzyılda televizyonun kimliği ve izleyicilerin tercihleri, dijital platformların yayın hayatına başlaması ile birlikte oldukça karmaşık bir hale gelmiş; mevcut uygulamaların ve araştırmaların bulguları çok da yeterli olmamaya başlamıştır. Dolayısıyla bu araştırma, gelişen teknoloji ve değişen toplumun bir sonucu olarak ortaya çıkan dijital platformları tercih eden izleyicilerin, bir dizinin en az üç bölümünü tek oturuşta ve çok kısa bir sürede izleme olarak adlandırılabilir olan seri izlemeye yönelik davranışlarının altında yatan temel motivasyonlarını bulgulamak ve seri izleme ile ilgili alandaki bilgi boşluklarını doldurmak amacı ile gerçekleştirilen nitel bir çalışmadır.

Araştırmanın bulgularına göre katılımcıların yarısından fazlası pandemi döneminde Netflix'e abone olmuştur. Netflix'teki içerik zenginliğine ulaşabilme ve ev içi özel alana hapsoldükleri yasaklar döneminde kaygılarından ve belirsizlikten uzaklaşarak pandemi dönemi yalnızlığından kurtulma istekleri abonelik kararlarındaki ana gerekçeleri oluşturmuştur. Y kuşağına mensup katılımcılar için televizyon seri izleme yaparken tercih edilen bir ortam olup, Z kuşağındakiler için telefon ve bilgisayar hareket imkanı tanıdığından tercih edilmektedir. Dolayısıyla Y kuşağı için konfor ve özel alan halen önemli iken Z kuşağı için mobilite ön plandadır. Katılımcıların seri izleme tercihlerindeki temel motivasyon merak duygusu iken, seri izleme tercihlerindeki temel belirleyici program türleridir. Belgesel dizileri, tarihi diziler, psikolojik gerilim, suç ve macera dizileri katılımcıların merak duygusunu tetikleyen ve seri izleme yapmalarını sağlayan türlerdir. Ancak dizilerin uzunluğu ve sezon sayısının fazlalığı seri izleme üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Z kuşağına mensup katılımcılar seri izleme sürecinin dikkat gerektirdiği düşüncesi ile yalnız izleme yapmaktadır. Her ne kadar bu katılımcılar seri izleme yaptıkları süreler boyunca yalnızlaştıklarını belirtse de seri izleme yaptıkları diziler hakkında konuşabilmek onları sosyal ortamlarda daha güçlü kılmaktadır. Hem sosyal bir aktiviteyi gerçekleştirememiş olmanın hissettirdiği eksiklik duygusunun önüne geçebilmek hem de başladıkları diziyi çok da sevmemelerine rağmen bitirmek adına seriler halinde izlemeyi tercih edebilmektedirler. Diğer yandan Y kuşağına mensup katılımcılar ise aileleri ile seri izlemeler yapmakta ve geçmişteki alışkanlıklarını devam ettirmektedir. Y kuşağının seri izleme deneyimlerinin daha eskiye dayanması bu araştırmanın dikkat çekici bulguları arasında yer almaktadır. Katılımcılar 1980'li 1990'lı yıllarda VHS kasetler, 2000'li yılların

başından itibaren de CD'ler aracılığıyla seri izlemeler gerçekleştirmişler ancak bu izleme biçiminin adının dijital platformların ortaya çıkması ile konulduğunun altını çizmişlerdir. Dolayısıyla seri izlemenin deneyimlenmesi yıllar öncesine dayanmaktadır. Ancak her ne kadar izleyiciler seri izlemeyi yıllar öncesinden deneyimlemiş olsalar da izleyicilerin aktif bir biçimde akış üzerinde tam anlamıyla kontrolü ellerinde bulundurarak seri izleme yapmaları günümüzde dijital platformların yayın hayatına başlamaları gerçekleşmiştir. İzleyicilerin akış üzerinde kontrolü ellerinde bulundurmaları onların seri izlemeyi bir bağımlılık olarak görmemeleri noktasında da önemlidir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu ellerinde bulundurdıkları bu avantaj sayesinde kendilerini bağımlı olarak görmemekte, seri izlemeyi aktif izleyicinin tercihi olarak nitelendirmektedir. Az sayıdaki katılımcı ise seri izlemeye ilişkin bağımlılığı sigara, alkol ve madde bağımlılığından keskin bir biçimde ayırmaktadır. Bu noktada seri izleme onu gerçekleştirenler açısından içinde çelişkileri barındıran bir izleme biçimine dönüşmektedir. Diğer yandan seri izlemenin içinde barındırdığı çelişkiler, onu gerçekleştirenlerin dizilerdeki anlatsal dünyalara çok fazla çekilmeleri ile de ilişkilidir. Seri izlemenin gerçekleştiği süre boyunca izleyiciler anlatsal dünyanın içine kaçmakta ve bu dünyada yolculuk etmektedir. Ancak kendi dünyalarına kısa süre içerisinde biraz da değişmiş olarak geri dönmeyi başarabildikleri için katılımcılar seri izlemeyi bir bağımlılık olarak görmemektedir. Son olarak bu araştırmanın örneklemi oluşturmuş katılımcılar için seri izleme bilinçli ve aktif bir biçimde tercih ettikleri dizileri seriler halinde izleyerek doyuma ulaştıkları bir izleme biçimi aynı zamanda bir izleme deneyimidir.

Kaynakça

- Adorno, T. (2001). How to look at television. Bernstein JM (Ed.). *Adorno: The Culture Industry* içinde (s. 158-178). New York: Routledge.
- Angelecev, G., Sar, S., Mattin, J. & Moultrie, J. (2021). Binge-watching serial video content: exploring the subjective phenomenology of the binge-watching experience. *Mass Communication and Society*, 24(1), 130-154.
- Ateşalp, S. & Başlar, G. (2020). İnternette dizi izleme pratiklerinin dönüşümü: Aşırı izleme (bingewatching) üzerine bir araştırma. *İleti-ş-im Dergisi* 32, 108-132.
- Bourse, M., & Yücel, H. (2017). *Kültürel çalışmaları anlamak*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Çaycı, B. (2021). Aşırı izlemeyle değişen dizi izleme biçimlerinin izleyiciler üzerindeki etkileri. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11 (2), 403-423.
- Çelenk, S. (2010). Aşk-ı Memnu'dan aşk-ı Memnu'ya yerli dizi serüvenimiz. *Birikim.*, 18-27.
- (2017). *Digital media trends survey*. Newyork: Deloitte Touche Tohmatsu Limited.
- Erdem, N., & Aytakin, B. (2021). Covid-19 pandemisinde izleyici deneyimi: Netflix ekseninde dijital platformlara bakış. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 36, 302-325.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist metodoloji ve ötesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Fiske, J. (2001). *Television culture*. London: Routledge.

- Global Web Index. (2017). *Digital vs. Traditional Media Consumption*. <https://www.gwi.com:https://cdn2.hubspot.net/hubfs/304927/Downloads/Digital%20vs%20Traditional%20Summary%20-%20Q1%202017.pdf> adresinden alındı
- Güler, A., Hacıoğlu, M., & Taşgın, S. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Gümüş, B. (2021). Maraton izleyiciliğinden aşırı izlemeye: Netflix'in izleme alışkanlıklarına etkisi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 37,147-169.
- Hesse- Biber, P., & Leavy, S. (2010). *The practice of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Jenner, M. (2017). Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International Journal of Cultural Studies*, 304-320.
- Kandemir, C. (2013). *IPTV yayıncılığının sorunları ve geleceği: sektörün aktörleriyle derinlemesine mülakatlar*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Matrix, S. (2014). The Netflix effect: Teens, binge watching, and on-demand digital media trends. *Jeunesse: Young People. Texts Cultures*, 119-138.
- McNamara, M. (2012, January 15). Critic's notebook: The side effects of binge television. . Los Angeles, USA.
- Merriam, S. (2009). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber (Çev: F. Canbaz ve M. Öz)*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Morley, D. (2003). *Television, Audiences, and cultural studies*. New York: Taylor and Francis.
- Netflix. (2013). [www.netflix.com:https://media.netflix.com/en/press-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-migration-1](https://media.netflix.com/en/press-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-migration-1) adresinden alındı
- Noaks, L., & Wincup, E. (2004). *Criminological reseach: Understanding qualitative methods*. London: Sage Publishing.
- Özel, S., & Durmaz, T. (2021). Yeni nesil izleme pratikleri: tükünircasına izlemek. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 16 (55), 363-388.
- Pittman, M., & Kim, S. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*, 20 (10), 1-11.
- Robson, C. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri: Gerçek dünya araştırması. (Çev. Ed. Ş. Çankır ve N. Demirkasımoğlu)*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Saktanber, B. (2010). Tv dizileri ve izleyici katılımı bloglar başrolde. *Birikim*. 256/25, 69-76.
- Sarı , Ü., & Türker, H. (2021). Dijital platform kullanıcılarının izleme alışkanlıklarına yönelik bir araştırma: Netflix örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 59-80.
- Schweidel, D., & Moe, W. (2016). Binge watching and advertising. *Journal of Marketing*, 80 (5), 1-19.
- Shim, H., & Kim, K. (2018). An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. *Computers in Human Behavior*, 82, 94-100.

- Silverman, R. E., & Ryalls, E. D. (2016). Everything is different the second time around the stigma of temporality on oranges the new black. *Television & New Media*, 17(6), 520-533.
- Steiner, E., & Xu, K. (2020). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 26 (1), 82-101.
- Şentürk, R. (2018). Türk televizyon dizileri efsanesi ve gerçekler. Y. Göksun (Ed.). *Televizyon dizilerinin keşfi*. içinde (s. 12-14). İstanbul: Kaktüs Yayınları.
- Tanrıöver, H. (2011). *Türkiye’de televizyon yayıncılığı*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Walton-Pattison, E., Dombrowski, S., & Presseau, J. (2016). Frequency and theoretical correlates of tele-vision binge watching. “Just one more episode”. *Journal of Health Psychology* 23 (1), 17-24.
- Warren, S. (2020). Binge-watching as a predictor of narrative transportation using HLM,. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64 (2), 89-110.

A Qualitative Research on Serial Watching as the New Normal Type of Watching

Özlem ÖZGÜR (Asst. Prof. Dr.)

Extended Abstract

With the introduction of digital platforms, major structural changes have occurred in the entertainment industries, and in parallel with this, the way video narratives are consumed has also changed, and new forms of watching have emerged. Binge-watching is the result of tense radical structural changes. The word “binge” is typically associated with some form of excess, such as an overindulgence of food (binge eating) or perhaps an over-consumption of alcohol (binge drinking). In the context of exposure to media, bingeing emerged decades ago as a TV viewing practice mostly associated with a show’s most devoted fans. In the most general sense, binge-watching is called as watching at least three episodes of a serial in one sitting and in a very short time. In fact, Netflix declared binge-watching as “the new normal” in such an early period as 2013; and binge-watching has become the choice of many audiences in different geographies of the world since 2013. In particular, the audience belonging to the Y and Z generations draw attention with their binge-watching preferences. However; it is an area with some information gaps having a limited number of researches on the reasons lying behind these preferences of the subjects who perform binge-watching and their motivation for binge-watching. Therefore, this study is a qualitative research based on the Uses and Gratifications Approach which is conducted in order to discover the binge-watching preferences of the individuals. The sample of the study consists of university students belonging to the Y and Z generations who continue their education at the undergraduate and graduate levels and who are binge-watchers. Participants have been included in the study through purposive and snowball sampling method. Thus; a participant who meets the revizen criteria has firstly been selected by the researcher, and then other participants have been reached through the information obtained from this participant as well as the recommendations of the participants. Semi-structured single-round interviews have been conducted with the participants within the sample. All of the face-to-face and zoom interviews have been recorded, transcribed and documented by the researcher, thus data have been obtained. The data obtained have been coded in accordance with the data analysis strategy in the form of data discovery, data reduction and interpretation. The researcher has accessed the categories and the themes from those categories by organizing the codes in an inductive way. At the end of this process, descriptive data have been analytically recoded by the researcher to classify the categories and recurring themes in order to express rituals, results, inferences and limitations. Among the remarkable findings of the research, it is seen that traditional forms of watching are now a nostalgic element for a large part of the participants. They have stated that they can watch something as a family or with friends from time to time, but they do not intend to go back in their daily watching routines in any way. In addition, binge-watching on digital platforms is the cheapest and easiest way to spend time during the pandemic period for all the participants. They have expressed that the duration of their binge-watching performance has been prolonged because there is not much to do in the private area at home during the pandemic period, especially during the period when the prohibitions continue strictly, and they have performed binge-watching in order to get rid of stress for a while. Moreover; only two participants

have stated that they have a guilty conscience after performing binge-watching and they think it would be more beneficial to do their daily housework or to read a book instead although this is not the case for the majority of the participants. Participants regard binge-watching as a part of their watching habits and they do not feel uncomfortable about this situation. In addition, it is an important power for the participants to have the control while performing binge-watching, and the majority of the participants perform binge-watching with the comfort of having this power. It is also among the remarkable findings of the research that the most important motivation behind binge-watching is curiosity. Finally, it is among the important findings of the research that the vast majority of the participants are drawn into the narrative world and they escape to the fictional world through binge-watching.

Keywords: Digital Platforms, New Normal Watching, Binge Watching, Qualitative Research.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çakar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.

Etik Kurul İzni | Ethics Committee Permission

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'nun 03/03/2022 tarih ve E.247295 sayılı kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

The study is not ethically objectionable within the framework of the written decision of Selcuk University Faculty of Communication Scientific Ethics Evaluation Committee dated 03/03/2022 and numbered E.247295.