

JENERİĞİ ATLA: DİJİTAL ÇAĞDA DEĞİŞEN ZAMAN VE İZLEYİCİ İLİŞKİSİ¹

Dr. Öğr. Üyesi Nisa Yıldırım

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Radyo Sinema ve Televizyon Bölümü
ORCID: 0000-0002-7941-4470 ngyildirim@gmail.com

ÖZ

İçinde bulunduğumuz çağda bilgiye her zamankinden daha kolay ulaşan insan çoğu zaman kapasitesini aşabilecek miktarda bilgi bombardımanına maruz kalmakta, sahip olduğu zamanın yetersizliğinden yakınmaktadır. İnternetin hayatın hemen her aşamasına dahil olmasıyla birlikte 'boş zaman' algısı da değişime uğramakta, eğlence ve rahatlama amaçlı kullanılacak zamanın dahi nitelikli şekilde değerlendirilmesi tercih edilmektedir. Dijital teknolojilerdeki hızlı gelişimin en çok etkilediği endüstrilerden biri de eğlence endüstrisi olmuş, kitle iletişim araçlarının hakimiyetini elinde bulduran televizyon gerek yayıncılık stratejileri gerekse içerik açısından köklü değişimler yaşamıştır. Bu çalışmada daha hızlı ve daha fazla içerik tüketme eğilimdeki izleyicinin farklı mecralarda değişim gösteren beklenti ve tercihleri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet Televizyonu, Boş Zaman, İzleyici

Yıldırım N. (2021). Jeneriği Atla: Dijital Çağda Değişen Zaman ve İzleyici İlişkisi. Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi, 3, ss. 71-83.

¹ Bu çalışma, yazarın 2020 yılında Prof. Dr. Nilay Ulusoy danışmanlığında Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sinema ve Medya Araştırmaları Programı'nda yürüttüğü "Post-Television Era in Turkey: An Analysis of Local TV Series Genres by Streaming Services" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

Geliş Tarihi/Received: 12.06.2021
Kabul Tarihi/Accepted: 21.07.2021
ISSN:2757-7007

SKIP INTRO: CHANGING TIME AND AUDIENCE RELATIONSHIP IN THE DIGITAL AGE

Dr. Faculty Member Nisa YILDIRIM

Istanbul Gelisim University, Department of Radio, Cinema and Television
ORCID: 0000-0002-7941-4470 ngyildirim@gmail.com

ABSTRACT

In the recent era, people can reach information more easily than ever. However, they are frequently exposed to information overload that can exceed their capacity and cause complains about the insufficiency of time. As the internet became a part of every stage of life, the perception of 'leisure time' has also changed. The time spared for entertainment and relaxation is preferred to be spent with qualified activities. Entertainment industry had been one of the industries that was impacted from the rapid development in digital technologies. And television, which dominates the mass media, has been experiencing radical changes in their broadcasting strategies and content production ways. In this study, changing expectations and preferences of the audience who has a tendency to consume more content in faster way are studied.

Keywords: Internet television, leisure time, audience

This article is derived from the PhD thesis of Bahçeşehir University Social Sciences Institute Cinema and Media Studies Program titled "Post-Television Era in Tukey: An Analysis of Local TV Series Genres by Streaming Services" by Prof. Dr. Nilay Ulusoy consultancy In 2020.

Received: 12.06.2021

Accepted: 21.07.2021

ISSN:2757-7007

GİRİŞ

21. yüzyılın üçüncü on yılına girdiğimiz bu dönemde artık bireyler gerek iş gerek sosyal hayatlarında dijital teknolojilerin kullanımından kaçabilecek durumda değildir. Castells günümüz toplumunu teknolojik ve sosyal açıdan mikroelektronik tabanlı bilgi teknolojileri üzerine kurulmuş toplum anlamına gelen 'Ağ toplumu' olarak adlandırır (2004, s. 7). Ağ toplumunun teknolojik gelişmeler kaynaklı olarak yaşadığı değişimler, bu yüzyıla kadar edildiği tüm deneyimleri atıl hale getirmiş, zaman ve mekanla olan ilişkisini yeniden şekillendirmiştir. Endüstriyel çağda saatlere bölünmüş zaman kavramı kademeli olarak ortaya çıkmış ve iş saatlerinin standart hale getirilmesi ile finansal işlem tarihlerinin hesaplanması gibi endüstriyel kapitalizmin iki temel bileşeninin uygulanmasına olanak sağlamıştır. Ağ toplumunda ise insanın zamanla olan ilişkisi değişime uğramış, bilgi ve iletişim teknolojileri ile zamana atfedilen önem ortadan kalkmıştır. Böylesi bir değişimin insana olan etkisi sosyal pratiklerindeki sıralamaların belirsizleşmesi yönünde olmuştur (2004, s. 37).

Neo-liberal çağ olarak adlandırılan 1990'lardan 2000'lerin ortalarına kadar olan dönemde iş saatlerinin hariç tutulduğu boş zaman kavramı ifade ettiği anlam açısından bozulmaya uğramış ve iş gününün belirli saatleri ile sınırlı olmaktan çıkıp, bireylerin sosyal ilişkilerini de etkileyecek ölçüde günlük hayatın her anına yayılmaya başlamıştır. 'Esnek zamanlı' olarak tanımlanan bu yeni iş yapma pratiği (Broe, 2019, s. 40) günümüz insanının bir süredir yüzyüze kaldığı, eskiye oranla iş yükünü arttırdığı iddia edilebilecek, iş – yaşam dengesini bozularmaya uğratan bir kavramdır. 2000'li yılların ortalarında hayatımıza giren akıllı telefonlar ile özellikle internet bağlantılı

işlerde çalışanlar iş saatleri dışında gelen e-maillere ile karşılamaya başlamış ve bu durum kısa sürede mevcut çalışma prensiplerinin yerini almıştır. Günümüzde de çoğu sektörde çalışanların iş ile 7/24 bağlantı halinde oldukları söylenebilir. Tamamen uzak kalınamayan iş sorumluluğu bir süre sonra stres kaynağı olarak ortaya çıkmakta ve zamanla kişilerin özel hayatlarını dahi etkilemektedir. Ailesi ile yediği bir yemek sırasında patronundan gelen maile cevap vermek zorunda kalan kişi iş-yaşam dengesi bozulmuş, emeği sürekli olarak talep edilen, zihni daima meşgul ve eskiye oranla özgürlüğü kısıtlanmış bir bireye dönüşmektedir.

Hassan'a göre Castells'in mikroelektronik tabanlı bilgi teknolojilerinin yarattığı sistem olarak tanımladığı 'ağ' kavramı iletişim amaçlı kullanılan "sonsuz sayıdaki bağlantı"nın oluşturduğu teknolojinin çok ötesindedir. Söz konusu 'ağ' bilinen anlamıyla "canlıdır. Nefes alır verir, değerlendirmeler yapar, karşılıklar verir, çünkü 'ağ' artık insanın kendisidir. İnternete bağlı olan herkes ağın bir parçasıdır." (2009, s. 86) Hassan bu açıklamasıyla dijital çağda bireylerin bilgi teknolojileri ile yönetilen tek ve bütün bir sistemin dışında kalmasının imkansızlığına da dikkat çekmiş olur. Ve bu teknolojilere de adını veren 'bilgi' dijital çağın öncelikli kavramı haline gelmiştir. Denilebilir ki "ağ toplumunun para birimi bilgidir ve dili dijitaldir." (2009, s. 69)

Poster'a göre ise günümüz kültürü 'bilgi'ye fetişistik bir önem atfetmektedir (2001, s. 6). Gerçekten de iş hayatının ve sosyal hayatın belirleyicisi olan bilgi, günümüzde bireyleri kapasitelerinin üzerinde çaba ve zaman harcamak zorunda bırakabilmektedir. Digital çağın insanı her gün sayısız kaynağın gönderdiği mesajlara maruz kalmakta, gerekli filtrelemeleri kullanmaya muktedir bir kısım

insan nitelikli bilgiye ulaşabilirken, büyük bir kısmı ise dijital çağın en büyük sorunlarından biri olan 'bilgi bombardımanı' mağduru olmakta, farkında olarak ya da olmayarak zihinsel yorgunluk yaşamaktadır. Yine de bilginin kaynağı olan dijital iletişim teknolojileri profesyonel ve bireysel anlamında her geçen gün daha geniş kitlelerce kullanılmaya devam etmektedir. "Bilgili birey özellikle orta sınıf için yeni sosyal idealdir." (2001, s. 8)

Bilginin her zamankinden daha fazla kutsandığı bu çağda, bireylerin büyük çoğunlukla maruz kaldığı bilgi bombardımanının sebebi tüm teknolojik gelişmelere rağmen sahip olunan zamanın günde 24 saatle sınırlı olmasıdır. İnternetten verdiği sipariş ile dakikalar içinde yiyeceğe ulaşabilen insan sağlıklı bir yeme pratiği için günümüzde de eskiden olduğu gibi belirli süreye ihtiyaç duyar. Yeterli uyku için önerilen süre halen günlük sekiz saat civarındadır. Saniyeler içinde biletini alabildiği halde, ortalama bir uçak yolculuğu için ayırması gereken süre geçtiğimiz yüzyıldaki ile hemen hemen aynıdır. Özetle insanın bilgiye erişimi her zamankinden kolay olması bir avantaj olmakla birlikte, tarihi boyunca hiç olmadığı kadar yoğun miktarda bilgiye maruz kalmak devamlı olarak hissedilen 'yetersiz zaman' problemine neden olmaktadır. Hassan, bilgi ve iletişim teknolojilerince gönderilen uyarılar ile zihni sürekli meşgul tutulan insanın yaşadığı değişime dikkat çeker ve bu durumun "kısaltılmış düşünme" (abbreviated thinking) adını verdiği bir alışkanlığa yol açtığını öne sürer. Sahip olduğu zaman kısıtlı olduğu halde her an yeni bir bilgi işlemek zorunda kalan beyin, alınan mesajların değerlendirilmesi konusunda optimum sonuçlar elde etmek adına daha hızlı değerlendirmeler yapmaya yönelir. Fakat bu tür bir hızlanma verimli değerlendirmeler yapmaya olanak vermeyebilmektedir (2009, s. 97-98).

Yetersiz zaman problemi yaşayan dijital çağ insanı için, iş ya da özel hayat sorumlukları dışında kalan 'boş zaman' her zamankinden daha önemli hale gelmiştir. Her ne kadar 'esnek zaman' kavramının ortaya çıkışıyla sınırları belirsizleşmişse de 'boş zaman'larında bireyler kendi zevklerine uygun aktiviteler bulma konusunda yine ağ toplumu olmanın avantajını yaşamakta, eski dönemlere oranla çok daha çeşitli seçeneklere ulaşabilmektedirler. Avantajın tersine döndüğü noktaya ise seçim yapma ve zaman yönetimi konularında yaşanabilecek zorluklar olmaktadır. Örneğin milyarlarca insanı buluşturan sosyal medya platformları günümüzde insanların en fazla zaman ayırdıkları boş zaman aktiviteleri arasında yer almakla beraber, birçok kullanıcının bu platformlara ayırdıkları zamanın fazlalığından yakındıkları bilinmektedir.

Eğlence endüstrisinin gelişen dijital teknolojiler sonucu geçirdiği değişim süreci şüphesiz birçok iş koluna oranla çok daha etkili, sonuçları çok daha köklü olmuştur. Eğlence endüstrisinin kitle iletişim araçları arasında öncül olan televizyon sektörü de yaşanan değişimden neredeyse varlığını sürdürememe ihtimalleri dile getirilecek derecede etkilenmiş, gerek üretici gerekse tüketici için beklenenin ötesine geçen yeni format ve anlatı formları ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte televizyonun yaşadığı en büyük değişimlerden biri de zamanın kontrolünün mecranın kendisinden izleyiciye geçmesi ile olmuştur. Dijital çağda değişen izleyici pratikleri geleneksel televizyon, dijital platformlar ve yasadışı içerik sağlayıcılar açısından olmak üzere üç başlık altında incelenecektir.

1. GELENEKSEL TELEVİZYON

Zamana dayalı bir mecra olan televizyonun tükettiği şey 'zaman' dır. Boş zaman ise televizyon izleme eylemi için

gerekli ön koşulu oluşturur (Scannell, 2009, s. 223). Televizyonu diğer mecralardan farklı yapan özellik, daima izleyiciye ait yaşam alanının sabit bir noktasında bulunarak, kendi içinde süregelen içeriğinin istenildiği an tüketilmesine imkan sağlamasıdır (Çelenk, 2005, s. 71). Denilebilir ki izleyici yapacak daha önemli bir işi olmadığı zaman televizyonun karşısına geçer ve olabilecek en kolay şekilde kendini oylar. Televizyon izlemenin, sinema tiyatro gibi etkinliklerle karşılaştırıldığında gerektirdiği dikkat daha azdır. Televizyonun karşısına geçmiş bir seyirci pozitif bir ruh halinde olabileceği gibi, tam aksine zihnini meşgul eden çeşitli sorunlara sahip olabilir. Bu durumda bile yüksek oranda dikkat gerektirmeyen ve çeşitli türlerin peşpeşe sıralandığı sürekli bir akış içinde olan televizyon içeriğini alımlayabilmektedir (2005, s. 100-101). İzleyici televizyonun karşısında geçirdiği saatlerin nitelikli bir şekilde değerlendirip değerlendirmedini düşünmekten çok günün o saat diliminde herhangi bir sorumluluk almadan, kendisine sunulana kabul ederek rahatlama yoluna gider. Televizyon da genellikle izleyicinin bu talebine yönelik, zihni yorucu metinlerden uzak duran ve izleyicinin entelektüel birikimine katkıda bulunmak gibi bir amacı olmadan keyifli zaman geçirmeye yönelik içerikler sağlamaktadır. Postman'a göre eğlence televizyon metinlerince üretilen tüm söylemlerin ana çerçevesini oluşturur. Bu söylemlerde asıl amaçlanan sahip oldukları ideolojilerden bağımsız olarak izleyicinin haz almasını garantiye almaktır (2018, s. 112). Akşam 20.00-22.00 arasındaki saat dilimi olan prime-time aynı zamanda gündüz birbirinden farklı işlerle meşgul olmuş izleyicinin "en yorgun" olduğu saatler olduğundan günlük akış içinde "en verimli" saatlerdir (Çelenk, 2005, s. 126). Televizyon kanalları en yüksek reklam ücretlerini prime-time için uygular. Günümüzde

televizyonun zaman hiyerarşisine kıran farklı mecralar bulunuyor olsa da, televizyon kanalları en yüksek bütçeli programlarını halen bu zaman diliminde yayınlamaktadır (Lotz, 2014, s. 16).

Türkiye'de ana akım televizyon kanalları uzun yıllardır prime-time planlamasında yerli dizilere öncelik vermektedir. Öncesindeki yıllarda 20.30-21.45 saatleri arasında bir dizi yayınlayıp devamındaki saat dilimine bir başka diziyi yerleştiren televizyon kanalları, 2006 yılından itibaren yerli dizi sürelerini uzatma yoluna gitmiş, prime-time'ın tamamının tek bir dizi ile doldurulduğu yayın stratejisi günümüze kadar ulaşmıştır (Tanrıöver-Uğur, 2011, s. 49). Yerli dizilerin üç saati aşan süreleri bir grup izleyici geleneksel televizyon izlemeyi terk etmelerine sebep olmuş olsa da, ana akım izleyicinin büyük çoğunluğu akşam eğlencesi olarak gördüğü televizyonun yayınladığı içeriklere hemen her gece saatlerini ayırmaya devam etmektedir. 2010 yılının 13-19 Aralık haftası verileri üzerinden yapılan bir araştırmaya göre, yayınlanan 36 dizisinin 22 tanesinin 90 dakikadan uzun sürdüğü, 80 dakikadan az olan dizi sayısının ise sadece 4 olduğu belirlenmiştir. Değerlendirilen dizilerin reyting sonuçları göz önüne alındığında ise en yüksek rakamların sürece en uzun olanlarca elde edildiği, 80 dakikanın altındaki yapımların ise sıralamada yer alamadıkları görülmüştür (2011, s. 50). Halbuki dizilerin uzun yayın süreleri dizilerin niteliğini olumsuz yönde etkilemekte, yaratıcı ekiplerin hafta boyu devam eden yoğun çalışma tempoları yaratıcılıklarını azaltmakta, dizilerin talep edilen süreyi tamamlamak adına "ölü zaman" olarak da bilinen, çoğu müzik altı sahneler olmak üzere, anlatıya katkısı olmayan, izleyici için zaman kaybı olarak da değerlendirilebilecek yöntemlerin kullanılmasına neden olmaktadır (Tüzün Ateşalp, 2016, s. 33).

Türkiye’de ana akım televizyon kanalları arasında en popüler altı kanal olan Kanal D, Fox TV, Star TV, Show TV, ATV ve TRT ile ilgili olarak Konda Araştırma Şirketi’nce yapılan 2010-2019 yılları arasında izleyici yaş aralığı araştırması sonuçlarına göre, anlamlı bir değişim göstermeyen Star TV haricindeki beş kanalın tamamında izleyici kitlesinin yaş ortalamasının yükseldiği ortaya çıkmıştır. 2010 yılında Kanal D izleyicisinin % 50’sini 18-32 yaş arasında kesim oluşturmaya rağmen, 2019 yılında bu rakam % 32’ye düşmüştür. 49 yaş üzeri izleyici ise % 16’dan % 29’a yükselmiştir. Fox TV’nin 18-32 yaş arası izleyici oranı geçen on yılda % 46’dan % 33’e gerilerken, 49 yaş üzeri % 18’den % 31’e yükselmiştir. ATV’de 18-32 yaş aralığı % 33’ten % 23’e gerilerken, 49 yaş üzeri % 25’ten % 39’a yükselmiş, TRT’de 18-32 yaş aralığı % 29’dan % 19’a, 49 yaş üzeri % 33’ten % 45’e yükselmiştir. Son olarak, Show TV de 18-32 yaş aralığında % 48’den % 35’e kayıp yaşamış, 45 yaş üzerinde ise değişim % 16’dan % 27’ye doğru olmuştur (Konda, 2019).

Geleneksel televizyonun genç izleyiciyi kaybediyor olması sürpriz değildir. İnternetin sunmakta olduğu gerek yasal izleme platformları gerekse illegal içerik sağlayıcılar genç izleyicinin öncelikli kullanım alanları haline gelmiştir. Boş zaman değerlendirme konusunda daha seçici davranan genç izleyici ana akım televizyon dizilerinin tercih etmemekte, bireysel tüketime yönelik yeni izleme alışkanlıkları geliştirmektedir. Geleneksel televizyon ise gün geçtikçe yaşça görece büyük seyircinin tüketimine bırakılmaktadır. Mutlu’nun dediği gibi televizyon hayatımıza girdiği ilk adan itibaren aslında bir ‘aile mecrası’ olmuştur. Anlatılarının merkezinde dahi aile kavramı mevcuttur (2008, s. 107). Toplu halde tüketilen bir mecra olan televizyon, bireysel tüketime dayalı bir mecra olan internetin tam karşısında konumlandığından izleyicisine

hoşça zaman geçirtmek, hatta mümkün olduğunca oyalamak üzere kurgulanmış, nitelik endişesinden uzak eğlencelikler sunmaya devam etmektedir.

2. DİJİTAL PLATFORMLAR

Dijital teknolojinin ilerlemesi ve internetin film ve dizi gibi içerikleri çevrimiçi izlemeye imkan verecek hıza ulaşması televizyonu egemen mecra olmaktan çıkarmış, izleyicinin cep telefonu, tablet bilgisayar gibi cihazlar ile yolculuk gibi hareket halinde oldukları zamanlarda dahi içeriğe ulaşmasına imkan vermiştir. Bu bağlamda televizyonun ‘ev’e ait bir mecra olma özelliğini yitirmesi, izleyicinin her an yanında gezdirebildiği bir mecraya dönüşmesi göz önüne alındığında önemini yitirdiği anlamı taşımamaktadır. 2000’li yılların başında DVD setleri halinde izleyiciye sunulan televizyon dizileri kısa sürede dünya çapında popüler olmuştur. 90’lı yıllarda video kaset kiralama şirketi olarak kurulan sonrasında postayla DVD hizmetine yönelik Netflix adlı şirket, 2010 yılına gelindiğinde kısa sürede küresel bir televizyona evrilecek olan internet üzerinden film, dizi ve belgesel yayıncılığına dayalı dijital platform hizmetine başlamıştır. Amazon Prime Video, Hulu gibi rakiplerinin geride bırakıp sektörünün öncüsü olan şirketin başarısı henüz 2000’li yıllarında başında izleyicinin sinema filmlerinin yanı sıra televizyon içeriği için ödeme yapma konusundaki potansiyelini keşfetmeleri ile açıklanabilir (Lotz, 2018, s. 117-118).

2013 yılına gelindiğinde kendi orijinal içeriklerini üretmeye başlayan Netflix kısa sürede kendisiyle özdeşleşen yayın stratejisi ile dikkati çekmektedir. Bir dizi sezonun tüm bölümleri her hafta yeni bir bölüm yayınlamak yerine, tamamını aynı gün ve saatte yayınlama metodu izleyicinin dizi içeriklerini peşpeşe tüketmesine imkan veren bir yayıncılık sistemidir.

Türkçeye 'Aşırı İzleme' olarak çevrilebilecek 'Binge- watching' (Tüzün-Ateşalp ve Başlar, 2020, s. 110) özellikle genç izleyicilerin günlük sorumluluklarından geri kalan zamanlarını neredeyse tamamını ayırdıkları rutin aktiviteye dönüşmeye başlamıştır. Bir anlamda bağımlılığa dönüşmekte olduğu iddia edilebilecek olan bu izleme biçimi, Netflix'in kullandığı özel algoritmalar ile kullanıcıya izleme tercihlerine benzer içerikler sunan tavsiye listeleri ile sonu gelmeyen bir aktiviteye dönüşür. Gerçekten de bir dizinin bir bölümünü izlemeye başladıklarında takip eden bölümleri de izlemekten kendilerini alı koyamadıklarını iddia eden kişilerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır (Broe, 2019, s. 22-23). Netflix aşırı izleme yapan kullanıcıyı düşünerek dizilerin başında 'jeneriği atla' (skip intro) ikonuna yer vererek her bölüm öncesi aynı jeneriği tekrar tekrar izleme gerekliliğini ortadan kaldırır, kullanıcıyı diziyi birkaç dakika ileri sarmakla dahi zaman kaybetmesini engelleyerek hemen yeni içeriğe ulaşmasını sağlar. Bu sayede izleyici bölümlere bölünmüş uzun süreli bir film izlediği izlenimine kapılmaktadır. Netflix'in bir başka yayın stratejisi ise yeni dizilerin yayınının zamanlaması konusunda benimsediği sabit gün tercihidir. Yeni dizileri daima Cuma günü yayınlamaya başlayarak izleyicinin haftasonunu tamamen doldurabilecek bir aşırı izleme aktivitesi yapmasına ön ayak olur (Jenner, 2018, s. 222-223).

Tüzün-Ateşalp ve Başlar aşırı izleme yapan gençler ile yaptıkları odak görüşmesine dayalı araştırmalarının sonucunda, aşırı izlemeyi tercih etme nedenleri başında "merak, diziyeye odaklanma, gündemden ve gündelik yaşamın sıkıntılarından kaçma, maddi açıdan ucuz bir boş zaman etkinliği olması, sosyal ortamlarda diziler hakkındaki konuşmalara dâhil olma, spoilerdan

kaçma" geldiği sonucuna ulaşmışlardır (2020, s. 132).

Diğer bir yandan Netflix'in aşırı izlemeye imkân veren aynı anda yayınlama metodu diğer dijital platformlar tarafından benimsenmemekte, çeşitli gerekçelerle eleştirilmektedir. İzleyicinin içeriğe olan ilgisinin haftalık yayınlama metodu ile daha uzun süreli olmasının sağlandığı düşünülmektedir. Netflix'in popüler orijinal dizisi Stranger Things'in üçüncü sezonunun yayımlandığı hafta Twitter'da dizi hakkında girilen ileti sayıları incelenmiş, ileti sayısının dizinin yayından beş hafta sonra ilk hafta girilen ileti sayısının onda birine düştüğü görülmüştür. Bunun yanı sıra araştırmalar uzun süreli izlemenin içerikten alınan keyfi azaltığını öne sürmektedir (Blake ve Villarreal, 2019).

Dijital platformların sunduğu içeriklerin Türkiye'de popüler olmasının nedenlerinin başında ana akım kanallarda yayınlanan yerli diziyeye dayalı yayıncılık anlayışını ve yerli dizilerin uzun süreleri başta olmak üzere, RTÜK sansürü gibi etkilerle 'aile' seyircisini hedef alan, benzer anlatılar sunması yer almaktadır. Özellikle son on yılda özet ve reklam aralıklarıyla birlikte üç saati aşan ve tüm bir akşamı bloke eden yapımlar gözlenmektedir. Oysa ki Amerika'daki televizyon dizilerin standart zamanlamalara sahip oldukları, örneğin komedi anlatılarında ritmin düşmesinin önüne geçecek şekilde sitcom'ların 26 dakika sürmekte olduğu, suç veya fantastik dramaların ise 42 dakikayı aşmadıkları görülmektedir (Tanrıöver, 2015, s. 27). Türk dizilerindeki bu aşırı uzun süreler içerikleri nitelik açısından olumsuz etkilemekte, bir grup seyircinin zamanlarını daha nitelikli içeriğe ayırmayı tercih etmelerine sebep olmaktadır.

Bu açıdan değerlendirildiklerinde dijital platformlar nitelikli televizyon kavramına karşılık gelen içerikleri ile geleneksel televizyonculuğun karşısında bir tehdit olarak her geçen gün güçlenmektedir. Pearson bir yapımın nitelikli olarak değerlendirilmesinin karmaşık anlatı yapısına sahip olmaktan geçtiğini savunur (2007, s. 244-245). Cardwell'e göre ise nitelikli televizyon programlarında öncelikli olarak arananlar arasında prodüksiyon kalitesi, gerçeğe yakın oyunculuk performansı ve tecrübeli oyuncular, bilinen formların dışında çıkabilen yenilikçi sinematografi sayılabilir (2007: 26). Halbuki televizyon dizilerinde yapım süreci için zaman her zaman kısıtlıdır. Proje geliştirme sürecinde gereken ön hazırlıkların yeterince yapılamadığı gibi, çekim aşamasında yine zamanla yarışılmakta, hatta kimi örneklerde birden fazla yönetmenin çalıştığı ya da yönetmenlerin değiştiği görülmektedir. Bu durum yönetmenin kendi tarzını yansıtmasının önüne geçmekte, öncesinde var olan, belirli bir şablona uygun yaratıcılıktan uzak planlar üretmesine sebep olmaktadır (Bignell, 2007, s. 161).

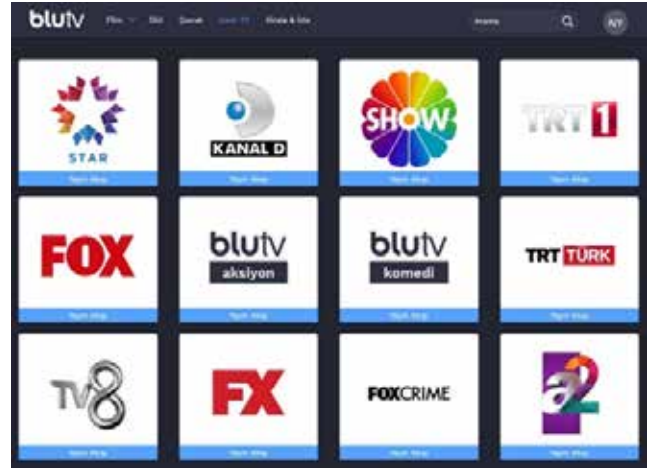
Dijital platformların izleyicinin zamanla olan ilişkisine yönelik olarak öne çıkan bir başka özelliği, geleneksel televizyonun zamana dayalı hiyerarşisini kırmış olmalarıdır. Dijital çağda izleyici artık bir televizyon içeriğine ulaşmak için önceden belirlenmiş yayın saatinde televizyonun başında hazır bulunmak zorunda değildir. Hemen hemen tüm televizyon kanalları kendi resmi internet sitelerine sahiptir ve programlarının arşivlerini internet siteleri üzerinden kullanıma sunmaktadır. Özellikle nitelik sorunu açısından geleneksel televizyonu tatmin edici bulmayan izleyici grubu ise dijital platformlara yönelmekte ve istediği içeriğe istediği an ulaşabilmektedir. Bu durum her ne kadar kullanıcı / izleyici açısından özgürlük

ve konfor olarak tanımlanıyor olsa da, Ellis gibi isimler yeni nesil yayıncılığın izleyici üzerinde yorucu etki yaptığını dikkat çekmektedir. Seçim yapmanın ne anlama geldiği düşünüldüğünde, bireyin bir tercih yapmadan önce tüm seçenekleri bilmek zorunda olduğu, sonrasında ise tercih ettiğinin dışında kalanlardan vazgeçmenin yaratacağı riskini alması gerektiği açıktır. Ayrıca seçim yapmanın kendisi de zaman kaybına sebep olmaktadır. Dijital çağın bireyleri için 'boş zaman' kavramı yok olmuştur, kimsenin "öldürecek zaman"ı yoktur. Zaman bir ticari mal haline gelmiş olsa da, bireyin sahip olduğu zaman miktar olarak aynı kalmıştır. Bu noktada birey bir görevi tamamlamak için ihtiyaç duyduğu yeterli zamana sahip olmamanın verdiği rahatsız edici duygu anlamına gelen 'zaman yokluğu' (time famine) sorunuyla yüzyüze kalmaktadır. Giriş bölümünde bahsedildiği gibi bireyler her an bilgi bombardımanına maruz kalmakta, Hassan'ın tanımladığı şekliyle 'kısaltılmış düşünme' yoluna gitmeye mecbur olmaktadır. Sayısız seçeneğin olduğu bir ortamda, kısıtlı bir zaman içerisinde seçim yapmak zorunda kalındığında en iyi seçimi yapma zorunluluk halini almaktadır. Ellis, sınırsız seçenek arasından seçim yapmanın zorluğunu tanımlamak için 'seçme yorgunluğu' (choice fatigue) ifadesini kullanır. Dijital platformların sunduğu geniş arşivler sayesinde izleyici bir dizi veya film izleme amacıyla herhangi bir cihazın ekranıyla karşı karşıya kaldığında, eğer aklında kesin bir içerik tercihi yoksa seçenekleri incelemeye başlamaktadır. Bu durum genellikle olması gerekenden uzun sürmekte, platformun arayüzünde dakikalar boyu scroll ile zaman kaybedilmektedir. Kimi zaman izleyicilerin bu süreçten sıkılıp platformu kapattıkları iddia etmek yanlış olmaz. Ellis'in iddiası ise geleneksel televizyonun 'seçme yorgunluğu' yaşamak istemeyen

izleyiciye cevap verdiği yönündedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde önceden belirlenmiş yayın akışının bu sorun karşısında özgürleştirici bir deneyim sunduğunu iddia eder (2000, s. 170-171). Daha önce belirtildiği gibi akşam saatlerinde günün yorgunluğu atmak ve bir süre hiçbir sorumluluk almadan televizyon izlemek isteyen izleyici için hangi içeriği seçeceğine karar vermek yerine, hali hazırda akmakta olan içeriği tercih etmek anlaşılabilir görünmektedir. Televizyon izleyicisi içeriği beğenmemesi halinde bunun kendi hatası olmadığını bildiği için daha rahattır. Kanal değiştirerek ya da televizyonu kapatarak hayatına devam edebilir. Fakat dijital platform seyircisi seçenekler arasında karşılaştırmaya dayalı bir değerlendirme yaparak seçtiği içerikten memnun kalmaması halinde zaman kaybettiği gerçeğiyle yüzleşmekte, bu durum izleme deneyimden keyif almak bir yana, stres kaynağı olarak kişiyi etkilemektedir. Bu noktada geleneksel televizyonun 'teröpatik / iyileştirici rolü' (therapeutic role) bir kez daha öne çıkar (2000, s. 176).

Dijital platformların izleyicilerini seçme yorgunluğundan kurtarmak adına hayata geçirdikleri uygulamaların başında çeşitli algoritmalar kullanarak tavsiye listeleri sunmak gelse de, Türkiye'de Netflix'le aynı yıl yayın hayatına başlayan yerli dijital platform Blu TV farklı bir kullanım deneyimi ile dikkat çekmektedir. Yerli ve yabancı dizi ve filmlerin yanı sıra kendi içeriklerini de üreten Blu TV, 'Canlı TV' seçeneği ile geleneksel televizyonun ana akım kanallarına ek olarak, haber, spor, müzik gibi yerli tematik kanalları da içeren bir arayüz sunmaktadır. Tüm bu kanalların arasında Blu TV Aksiyon ve Blu TV Komedi adlı iki platform için kanal göze çarpılmaktadır. Bu kanallarda gün boyu platformun lisanslı içeriklerinden olan aksiyon ve komedi türündeki

yapımlar bir akış halinde yayınlanmakta, içerik konusunda seçim yapma sorumluluğu almak istemeyen kullanıcılarına hizmet vermektedir.



Görsel 1. Blu TV'nin Canlı TV Arayüzü (Kaynak: blutv.com)

Her ne kadar zaman alıcı bir eylem olsa da seçme zorunluluğunun dijital platform kullanıcılarının bu servislere olan taleplerini azaltmaları yönünde etkilemelerini beklemek gerçekçi olmayacaktır. Özellikle bilgisayar kullanımına yatkın genç izleyici açısından farklı dil ve türlerde çeşitlilik içeren yapımlar sunan bu platformların geleceğin televizyon yayıncılığında belirleyici, hatta kural koyucu olacakları iddia edilebilir.

3. YASADIŞI İÇERİK SAĞLAYICILAR

70'li yıllarda hayatımıza giren video kaset teknolojisi gerek sinema gerek televizyon açısından tehdit oluşturmuş, aynı zamanda izleyiciyi bu iki mecraanın zamana dayalı hiyerarşisinden kurtaran ilk teknoloji olmuştur. 20. Yüzyılın sonuna gelindiğinde ise analog video kasetlerin dijital versiyonunu denebilecek CD (compact disk) teknolojisi yaygınlaşmaya başlamış, hemen ardından daha uzun süreli içerik kapasitesine sahip DVD (digital versatile disk), teknolojisi 2000'li yılların başında CD'nin yerini almıştır. Türkiye'de yabancı dilde içeriğe ulaşım konusunda bu yıl-

larda en kolay ulaşım DVD ile sağlanmış olsa da, ürünlerin toplumun alım gücü yüksek olmayan kesim için tüketimi pek mümkün olmamıştır. Bu durum korsan üretim olarak adlandırılan yasadışı yollarla çoğaltılmış, bandrolsüz CD ve DVD'lerin yine yasadışı şekilde cüzi fiyatlara satılmasına yol açmıştır. 2006 yılının ilk ayında Türkiye'de korsan CD satışı ile ilgili olarak ilk yakalama gerçekleşmiş, Yalçın Uçar adlı kişiye hapis cezası verilmiş, 1 milyondan fazla korsan CD'ye el konulmuştur².

İlerleyen yıllarda daha hızlı internete ulaşılması ile fiziksel bileşenlere gerek kalmaksızın korsan içeriğe ulaşmak mümkün olmuş, kısa süre önce vizyona giren yabancı filmler, yayınlanan yabancı diziler BitTorrent sistemini kullanan yasadışı paylaşım sitelerinden indirilmeye başlanmıştır. Türkiye'de yasadışı içerik indirmenin en yaygın hale geldiği dönem, tüm dünyada kısa sürede popüler olan Lost (2004-2010) ile yaşanmıştır. (Tüzün-Ateşalp ve Başlar, 2020, s. 117) Lisansına Amerikan ABC kanalının sahip olduğu dizi Türkiye'nin ilk VOD (video-on-demand) servisi olan Digi-türk tarafından yayınlanmış olsa da, bu servise üyeliği bulunmayan birçok izleyici diziye yasadışı yollarla erişim sağlamıştır. Geniş içerik arşivlerine sahip dijital platformların yaygınlaştığı günümüzde film ve dizi içeriklerinin yasadışı paylaşımına devam edilmektedir. Yasadışı paylaşımı engellemenin zorluğuna dikkat çeken Strangelove, bu paylaşım sitelerinin kendi içerinde kullanıcılara birbirleriyle iletişim kurmalarına olanak vererek sosyalleşmeleri yönünde katkıda bulduklarının altını çizer. Yasadışı indirme yöntemiyle tüketilen içeriklerle ilgili olarak dikkat çeken bir diğer

konu ise bu içeriklerin lisanslı yayınlarda tüketilme oranlarının kimi zaman yasadışı tüketimin altında kalması olmaktadır. Örneğin 2011 yılında korsan olarak en çok izleyiciye ulaşan iki dizi Dexter (2006-2013) ve Game of Thrones (2011-2019) olmuştur, elde edilen rakamlar yasal televizyon izleyici sayısının üzerindedir. Demek olmaktadır ki, korsan tüketim kimi zaman yasal tüketimden daha fazla televizyon izleyicine ulaşmaktadır (2015, s. 49-50).

Yasadışı indirmenin yanı sıra, yine yasadışı içerik barındıran bazı internet siteleri üzerinden izleyiciler ücretsiz olarak çevrimiçi film izleyebilmektedir. Finansal kaynağı olarak sayfalarına reklam almayı kullanan bu sitelerde özellikle bahis sitelerinin reklamları göze çarpmaktadır. 2017 yılında bu gibi sitelerin kullanımının engellenmesi adına ilk resmi adım atılmış, dönemin Kültür ve Turizm Bakanı Nabi Avcı, birtakım düzenlemelerle bu durumun önüne geçilmesinin planlandığını açıklamıştır³. Fakat bu siteler günümüzde de varlığını sürdürmekte, lisanslı içeriğe para ödemek istemeyen izleyici tarafından kullanılmaya devam edilmektedir. Bu sitelerin "intihara yönlendirme, çocukların cinsel istismarı, uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma, sağlık için tehlikeli madde temini, müstehcenlik, fuhuş, kumar oynanması için yer ve imkân sağlama suçları, Atatürk aleyhine işlenen suçlar hakkında kanunda yer alan suçlar" gibi içeriklere yönelik erişim engelini öngören, 5651 sayılı 'İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'⁴ da bu

2 "Korsan CD'ciye ilk ceza" Kaynak: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/korsan-cd-ciye-ilk-ceza-3809375>

3 "Bakan açıkladı! İnternette film izleyenlere kötü haber"

Kaynak: <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/bakan-acikladi-internette-film-izleyenlere-kotu-haber-40446109>

lunan dijital terimler içeren tanımlamaları suistimal ettikleri görülmektedir. 5651 sayılı kanunun 4. Maddesi şu şekildedir:

(1) İçerik sağlayıcı, internet ortamında kullanıma sunduğu her türlü içerikten sorumludur. (2) İçerik sağlayıcı, bağlantı sağladığı başkasına ait içerikten sorumlu değildir. Ancak, sunuş biçiminden, bağlantı sağladığı içeriği benimsediği ve kullanıcının söz konusu içeriğe ulaşmasını amaçladığı açıkça belli ise genel hükümlere göre sorumludur.

Örneğin 'Hdfilmcehennemi' adıyla yayın yapan internet sitesi anasayfasında yasal bilgilendirme notu paylaşarak, 5651 sayılı kanuna uygun olduğunu, içeriklerin üyeleri tarafından yüklendiğini iddia etmektedir.



Görsel 2. Yasadışı İçerik Sağlayıcı Bilgilendirme Notu (Kaynak: <https://hdfilmcehennemi.io/>)

Yasadışı içeriğe erişim yaygın olmasının sebebi, izleyicilerin yabancı ülkelerde dolaşıma girmiş film ve dizilere bir an önce ulaşmak istemesi olarak açıklanabilir. Sosyal medya başta olmak üzere çeşitli çevrimiçi forumlar sayesinde yeni üretilen içerikler dünya çapında duyulmakta, farklı coğrafyalardaki izleyiciler de kendi ülkelerinde bu içeriklere ulaşmalarının zaman alacağını düşündükleri durumlarda yasadışı olarak erişim sağlamak sakınca görmemektedirler (Strangelove, 2015, s. 55).

İçeriklere çevrimiçi ulaşmayı amaçlayan izleyicinin coğrafi engelleri aşmak adına kullandığı bir başka sistem ise VPN (Virtual Private Network)⁵ adıyla bilinen ve şifreli bağlantı sağlayan sanal özel ağ sistemidir. Bu sistem ile internet kullanıcısı bağlantı kurduğu ip adresini gizleyebilmekte ve farklı bir ülke üzerinden bağlantı kuruyormuş gibi görünebilmektedir. 2016 yılının Ocak ayında Netflix Türkiye'nin kurulmasına kadar geçen sürede Türkiye'deki izleyiciler Netflix U.S.'e VPN kullanılarak üye olabiliyor ve Amerika'da bulunan izleyicilerin erişim sağladığı tüm içeriğe ulaşabilmekteydi. Fakat 2016 yılının Şubat ayında Netflix Şirketi bir karar alarak VPN kullanarak üyelik sağlanmasına yasak getirdi ve her kullanıcının kendi ülkesinde yayın yapan Netflix servisine üye olmasını sağladı (Lobato, 2019, s. 104). Netflix'in bu adımı her ülkede içerik lisanslarının farklı kurumların elinde bulunması ile açıklanabilir. Örneğin Netflix'in orijinal yapımı olan Orange is The New Black (2013-2019) adlı dizinin lisansı Türkiye'de Digiturk'ün elinde bulunduğu için, bu içeriğe VPN kullanarak Netflix U.S. üzerinde ulaşılması lisans sahibinin şikâyeti ile sonuçlanabilecek bir adımdır.

Yasadışı içerik sağlayıcıların yoğun kullanımı düşünüldüğünde dijital çağın yeni nesil izleyici üzerindeki etkisinin sabırsız bir talep yaratma yönünde olduğu söylenebilir.

4 "5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun"

Kaynak: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/05/20070523-1.htm>

5 What Is a VPN? - Virtual Private Network

Kaynak: <https://www.cisco.com/c/en/us/products/security/vpn-endpoint-security-clients/what-is-vpn.ht>

SONUÇ

İnternetin hayatın bir parçası olmasıyla iş ve özel hayat arasındaki ayırım belirsizleşmeye başlamış, zamana atfedilen önem artmıştır. Günboyu yoğun miktarda bilgiye maruz kalan bireyin kendine ayırdığı boş zamanla ilgili olarak beklentisi bu zamanı boşa geçirmiş olma hissine neden olabilecek her türlü eylemden uzak durarak, mümkün olduğunca tatminkâr sonuçlar elde etmektedir. Boş zaman değerlendirme aktivitelerinin başında gelen televizyon izleme eylemi ile ilgili olarak izleyicinin talepleri değişime uğramış, özellikle geleneksel televizyonun sunduğu içeriklerin niteliğinden memnun olmayan izleyici dijital platformların ya da yasadışı içerik sağlayıcılarının kullanımına yönelmiştir.

Mevcut durum Türkiye'deki izleyici açısından değerlendirildiğinde geleneksel televizyonun görece yaşlı izleyicinin kullanımına terk edilmekte olduğu görülmektedir. Bilgisayar kullanımına yatkın daha genç izleyici açısından özellikle yabancı film ve dizilere erişim sağlamak önem kazanmaktadır. Bu izleyiciler için ilk seçenek olan dijital platformlar son on yılda televizyon sektörüne yeni bir soluk getirmiş olup, her geçen gün kullanıcı sayılarını arttırmaktadırlar. Bu platformların öncülü konumundaki Netflix kurulduğu günden itibaren takip ettiği aşırı izlemeye imkân verecek yayın politikası ile yeni nesil izleyicinin boş zamanını başka hiçbir aktiviteye yer bırakmayacak şekilde değerlendirmeyi tercih etmesi-

ne neden olmaktadır. Bununla birlikte dijital platformların ücretli içeriklerini tercih etmeyen bir grup izleyici, talep ettiği içeriği ya internetten indirerek ya da yasadışı internet sitelerinden çevrimiçi izleyerek ulaşmaktadır. İzleyicinin bu sitelerin tercih etmesi ücretsiz olmaları dışında henüz ülkemize ulaşmamış yabancı film ve dizileri yayınlamaları ile de açıklanabilir.

Sonuç olarak geleneksel televizyonu terk eden izleyici grubu için talep ettiği içeriğe ulaşma konusunda sabırsız, ulaşmış olduğu içeriğin tüketimine ayırdığı zaman açısından aşırıya kaçan bir tutum izlediği söylenebilir.

KAYNAKÇA

- BİGNELL, J. (2007). Seeing and Knowing: Reflexivity and Quality. içinde J. McCabe & K. Akass (Ed.) Quality TV: Contemporary American Television and Beyond, (s. 158-170). I.B.Tauris
- BLAKE M., Villarreal, Y. (2019). Are these end times for binge culture? (Erişim 15.06.2020) <https://www.latimes.com/entertainment-arts/tv/story/2019-10-10/streaming-wars-binge-culture-netflix-model>
- BROE, D., (2019). Birth of the Binge: Serial TV and the End of Leisure, Wayne State University Press
- CASTELLS, M. (2004). Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint, içinde Manuel Castells (Ed.) The Network Society A Cross-cultural Perspective, Edward Elgar Publishing.
- CARDWELL, S. (2007). Is Quality Television Any Good? Generic Distinctions, Evaluations and the Troubling Matter of Critical Judgement. içinde J. McCabe & K. Akass (Ed.) Quality TV: Contemporary American Television and Beyond, (s. 19-54). I.B.Tauris
- ÇELENK, S. (2005). Televizyon, Temsil, Kültür: 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri, Ankara: Ütopya Yayınları
- ELLİS, J., (2000). Seeing Things: In the Age of Uncertainty, I.B.Tauris Publishers
- HASSAN, R., (2009). Empires of Speed: Time and the Acceleration of Politics and Society, Koninklijke Brill NV
- JENNER, M., (2018). Netflix and the Re-invention of Television, Palgrave Macmillan "KONDA Medya Raporu Aralık 2019" (Erişim 10.06.2020) <https://konda.com.tr/tr/rapor/konda-medya-raporu/>
- LOBATO, R., (2019). Netflix Nations, NYU Press
- LOTZ, A.D. (2014). The Television Will Be Revolutionized, New York University Press
- LOTZ, A.D. (2018). We Now Disrupt This Broadcast: How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All, The MIT Press
- MUTLU, E. (2008). Televizyonu Anlamak, Ankara: Ayraç Yayınları
- PEARSON, R., (2007). Lost in Transition: From Post-Network to Post-Television. içinde J. McCabe & K. Akass (Ed.) Quality TV: Contemporary American Television and Beyond, (s. 239-256). I.B.Tauris

-
- POSTER, M., (2001). The Information Subject, Newyork: Routledge
- POSTMAN, N., (2018). Televizyon: Öldüren Eğlence, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- SCANNELL, P., (2009). The Dialectic of Time and Television, içinde E. Katz & P. Scannell (Ed.) The End of Television? Its impact on The World (So Far) (s.219-234) Sage Publications
- STRANGELOVE, M. (2015). POST-TV: Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television, University of Toronto Press.
- TANRIÖVER Uğur, H. (2011). Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı, İstanbul Ticaret Odası Yayınları
- TANRIÖVER Uğur, H. (2015). Yabancı Dizi İzleyicisi Gençlerin Yaşam Tarzları ve Tüketim Alışkanlıkları, içinde B. Sabuncuoğlu- Peksevgen, S. Tüzün-Ateşalp, A. B. Kurultay (Ed.) Kavramdan Pratiğe: Medya ve Tüketim , Libra Kitap
- TÜZÜN-ATEŞALP, S. (2016). “Nitelikli Televizyon”: Medya Profesyonellerinin Perspektifinden Türk Televizyon Dizilerinde Nitelik, İletişim 25 s.(9-37)
- TÜZÜN-ATEŞALP, S. & Başlar, G. (2020). İnternette Dizi İzleme Pratiklerinin Dönüşümü: Aşırı İzleme (Binge-watching) Üzerine Bir Araştırma” İletişim 32 s.(108-136)