

Atıf (Cite as): Çağlan Bilsel, Ö. (2024). Kolektif Zekâ ve Spoil Etme Kavramlarına Sosyal Medya Üzerinden Netnografik Analizle Bakmak. *Akdeniz İletişim*, (44), 91-111. [https://doi.org/ 10.31123/akil.1307318](https://doi.org/10.31123/akil.1307318).

Kolektif Zekâ ve Spoil Etme Kavramlarına Sosyal Medya Üzerinden Netnografik Analizle Bakmak

Looking at the Concepts of Collective Intelligence and Spoiling through Netnographic Analysis on Social Media

Özlem ÇAĞLAN BİLSEL¹

Öz

Kolektif zekâ ve spoil etme kavramları literatürde nadir çalışılan konular olarak karşımıza çıkmakla birlikte yapılan çalışmalarda kavramlar yarışma programları ve dijital oyunlar kapsamında ele alınmıştır. Bu çalışmada ise izleyicilerin Yargı seriyaline ilişkin şifreleri çözmeye, bilgi paylaşmaya, bilgi aramaya ve tahmin etmeye yönelik çabaları ve davranışları tespit edilerek Instagram'da kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının izleyici nezdinde bulunduğu anlamın ne olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışma kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının televizyon dramaları perspektifinden ele alınıp alınamayacağını ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda çalışmada en çok izlenen televizyon dramalarından biri olan Yargı seriyalinin kolektif zekâ ve spoil etmeye dair Instagram üzerinden yapmış olduğu paylaşımlar dikkate alınarak netnografi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonucunda Yargı seriyalinin izleyicilerin ortak amaç ve çıkarlar doğrultusunda Instagram'da kolektiviteler oluşturmasına imkân sunarak, izleyicilerin farklı bilgi kaynaklarından edindikleri bilgileri, ip uçlarını, tahminlerini programı deşifre etmek amacıyla alt metin bilgilerini paylaştıkları ve seriyalin Instagram üzerinden kolektif bir anlatı süreci meydana getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte çalışma kapsamında kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının televizyon dramaları ile ilişkilendirebileceği de açığa çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Spoil Etme, Kolektif Zekâ, Netnografi, Instagram

Abstract

The concepts of collective intelligence and spoiling are rarely studied in the literature, but the studies have dealt with the concepts within the scope of game shows and digital games. This study aims to reveal the meaning of the concepts of collective intelligence and spoiling on Instagram by identifying the efforts and behaviors of the viewers to decrypt, share information, search for information and guess about the *Yargı* (Judgment) series. In this direction, the study was analysed with the netnography method by taking into account the Instagram posts of the *Yargı* (Judgement) series, one of the most watched television dramas, about collective intelligence and spoiling. As a result of the analysis, it was concluded that the *Yargı* (Judgement) series enabled the viewers to form collectivities on Instagram in line with common goals and interests, and that the viewers shared the information, clues, predictions, and subtext information they obtained from different information sources in order to uncover the programme, and that the series created a collective narrative process through Instagram. In addition, the study also revealed that the concepts of collective intelligence and spoiling can be associated with television dramas.

Keywords: Social Media, Spoiling, Collective Intelligence, Netnography, Instagram

¹ Dr, İstanbul Türkiye, Bağımsız Araştırmacı, caglanozlem@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3213-0769

Giriş

Yeni iletişim teknolojilerinin bilgiyi paylaşmayı ve depolamayı mümkün kılması kolektif zekâ kavramının iletişim çalışmalarıyla ilişkilendirilmesini sağlamıştır. Bu teknolojiler çevrimiçi etkileşimi sağlayarak geleneksel bilgi yapılanmasını ve hiyerarşisini dönüştürebilme potansiyeline sahip olabilmektedir. Bu teknolojiler sayesinde bilgi tek bir öznenin bildiği tekelden çıkarak dinamik bir kolektiviteye dönüşmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ortaya çıkan bilgi kültürlerini, bilginin ortak üretimini ve değiş tokuş sürecini bir arada tutmaktadır. Kolektif zekâ ve spoil etme kavramları literatürde nadir çalışılan konular olarak karşımıza çıkmakla birlikte yapılan çalışmalarda kavramlar yarışma programları ve dijital oyunlar kapsamında ele alınmıştır (Jenkins, 2016, s. 47). Bu çalışmada ise kolektif zekâ ve spoil etme kavramları televizyon dramaları bağlamında ele alınmıştır. Bu bağlamda izleyicilerin Yargı seriyaline ilişkin şifreleri çözmeye, bilgi paylaşmaya, bilgi aramaya ve tahmin etmeye yönelik çabaları ve davranışları tespit edilerek Instagram'da kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının izleyici nezdinde karşılık bulduğu anlamın ne olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bununla birlikte çalışmada kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarını televizyon dramaları perspektifinden ele alınıp alınamayacağını ortaya koymak hedeflenmiştir.

Aynı ilgi ve kültürü paylaşan bireyler, medya içeriklerinden anlamlar çıkararak kendi bilgilerini oluşturmaktadır. Medya profesyonelleri, bireyleri ilgi duydukları medya içerikleri hakkında sosyal medya platformlarında bir araya gelerek konuşması ve konu hakkındaki bilgilerini paylaşması için teşvik etmektedir. Sosyal medya platformlarında gerçekleşen bu konuşmalar medya endüstrisinin değer verdiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır ve kolektif zekâ kavramına gönderme yapmaktadır.

Bireyler, bilgilerini ve bilgi kaynaklarını paylaşıp, becerilerini birleştirerek parçaları bir araya getirebilmektedir. Bu bağlamda kolektif zekâ medya gücünün alternatif bir kaynağı olarak nitelendirilmektedir. Yakınsayan medya ile bireyler, sosyal medya platformlarındaki günlük etkileşimleri sayesinde de bu gücü kullanmayı öğrenmektedir (Jenkins, 2016, ss. 20-21). Yeni iletişim teknolojileri izleyicilere, izledikleri programlar hakkında sosyal medya platformlarında bir araya gelerek kolektivitelere oluşturmasını bu sayede de bilgi ve fikirlerini paylaşma imkânı sunmaktadır. Sosyal medyada bilgi sunan ve toplayan izleyiciler, program hakkında ilgi uyandıran ve merak edilen bilgileri ifşa ederek (spoil etme), şifreleri çözmektedirler.

Geleneksel medyaya içerik üretenler, tüketicilerin içerikler hakkında konuşmasını ve medya içeriklerinin popüler olmasını teşvik etmek için sosyal medya platformlarını etkin bir araç olarak kullanmaktadırlar.

Kitlelerin ortaklaşa yaratmak, yenilik yapmak ve icat etmek için entelektüel iş birliği yapma kapasitesi olarak tanımlanan kolektif zekâ kavramı, bilgi ekonomisinde, rekabet etmede, yaratıcılıkta ve insani gelişmede belirleyici faktörlerden biri olarak konumlandırılmaktadır. Dijital teknolojiler, kişisel ve kolektif bilişsel süreçleri artırmak için daha güçlü araçlar sunduğundan dolayı, kolektif zekâ süreçlerinin dijital ağlar ve sosyal medya platformları tarafından nasıl çoğaltıldığını anlamak önemli bir araştırma alanıdır (Lévy, 2010, s. 71). İzleyiciler izledikleri programlara ilişkin bilgileri toplayarak program hakkında ilgi uyandıran ve merak edilen bilgileri sosyal medya platformlarından paylaşarak şifreleri çözmektedirler. Bu bağlamda sosyal medya platformlarının kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının önünü açtığından hareketle çalışma kapsamında kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarını ele aldığımız zaman, televizyon dramalarının izleyicileri, sosyal medya platformlarında bir araya gelerek dramaların yayınlanan bölümü ve yayınlanacak bölümleri hakkında elde ettikleri bilgileri ve

tahminlerini paylaşabilmekte, merak edilen konulara ilişkin şifreleri kendi çabaları ile çözebilme ve çeşitli platformlarda bu deşifreleri paylaşabilmektedir. Bu kapsamda çalışmada pazar akşamları prime time'da yayınlanan dramalar arasında ortalama totalde 6,07 üzeri reyting alarak en çok izlenen televizyon dramalarından biri olan (Diziler, 2023) ve 51. Uluslararası Emmy Ödülleri'nde en iyi Telenovela kategorisinde ödül alan Yargı (NTV, 2023) seriyali özelinde kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarını sosyal medya üzerinden tartışmak amaçlanmıştır. Çalışma mevcut literatürde yarışma programları ve dijital oyunlarla ilişkilendirilen kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının televizyon dramaları bağlamında ele alınıp alınamayacağını ortaya koymayı hedeflemektedir. Başka bir ifade ile literatürde sadece yarışma programları ve dijital oyunlarla ilişkili olarak ele alınan kolektif zekâ ve spoil etme kavramları çalışma kapsamında televizyon dramaları bağlamında ele alınarak bir uygulama araştırması yapılmıştır.

Çalışma ile iletişim alanında kullanılan kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarına ilişkin yeni ve güncel bilgiler sunmak amaçlanmakla birlikte, örnek seriyal üzerinden sosyal medya platformları aracılığıyla kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarını tartışmak amaçlanmıştır. Çalışma kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının televizyon dramaları perspektifinden ele alınıp alınamayacağını ortaya koymayı hedeflemektedir. Kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarını televizyon dramaları ve sosyal medya bağlamında temel alan bu çalışma, kavramların televizyon dramaları ile ilişkilendirilebilmesi açısından literatüre örnek teşkil ettiği için ayrıca önem arz etmektedir.

Çalışmanın kuramsal kısmında kolektif zekâ ve spoil etme kavramları medya yakınsaması perspektifinden ele alınarak detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Çalışmanın yöntem bölümünde, çalışmada kullanılan netnografi yönteminin ne olduğu, çalışmada neden tercih edildiği ve verilerin nasıl toplandığı ifade edilmiştir. Çalışma sonucunda kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının sadece yarışma programları ve dijital oyunlarla ele alınmayacağı, televizyon dramaları ile ele alınabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

1. Medya Yakınsaması Perspektifinden Kolektif Zekâ ve Spoil Etme

İletişim araç, ortam ve içeriklerinin yakınlaşmasına karşılık gelen medya yakınsaması katılımcı kültür, kolektif zekâ, transmedya hikâye anlatıcılığı ve hayran kültürü gibi kavramlarla ilişkili olarak; teknolojik, endüstriyel, kültürel ve sosyal değişikliklere karşılık gelen kültürel bir süreçtir (Jenkins, 2017, ss. 34-35). Farklı bilimlerde farklı şekillerde kullanılan kolektif zekâ kavramı, temelde kitlelerin yapmış olduğu iş birliği ve ortak akıl olgusuna gönderme yapmaktadır.

İçerik üretenlerle, tüketenlerin güçlerinin kesiştiği nokta olarak medya yakınsaması, tüketicilerin içerikleri daha fazla kontrol altına almasını ve diğer tüketicilerle daha fazla etkileşim kurmasını sağlamıştır. Yakınsama kültüründe ortaya çıkan bu bilgi ve güç arasındaki yeni bağlantılar kolektif zekâ kavramıyla ilişkilendirilmektedir (Jenkins & Deuze, 2008, s. 352).

Medya yakınsaması medya sahipliğinin ve gücünün yeniden yapılandırılma sürecini de beraberinde getirmiştir. Medya içeriklerinin üretim ve tüketim aşamalarının değişmeye ve dönüşmeye devam etmesi medya kullanımını görece daha demokratik bir hale getirmiştir. Bireylerin sosyal medya platformlarında bilgilerini paylaşması, başkalarının paylaştığı bilgilere ulaşması, farklı zamanda ve mekânda yapılan tartışmaları dinleyebiliyor olması ve istediği bilgilere kolayca ulaşma imkânına kavuşması da bu demokratikleşmenin göstergelerindedir. Bununla birlikte sosyal medya platformları kullanıcıların gönderileri izleme, paylaşma, yorum

yapma ve yorum alma gibi etkileşim olanaklarını da çeşitlendirmektedir (Güler vd., 2022, s. 365). Pierre Levy, sosyal medya platformlarında ortaya çıkan geniş kapsamlı bilgi toplama ve bilgi işleme faaliyetlerini kolektif zekâ olarak tanımlamaktadır (Jenkins, 2017, ss. 39-40).

Bilgi ve İletişim Teknolojileri kolektif zekâyı, ağ kapasitesinin toplumsal bilginin kolektif havuzda genişleyerek büyüdüğü, iletişim ağları aracılığıyla yeni bilgiler yaratmaya, etkileşimi artırmaya, geniş kapasitede kodlama, depolama ve geri alma işlemlerini kolektif ağ erişimi üzerinden yaparak bilgi alma durumu şeklinde tanımlamaktadır (Geçkin Onat, 2017, s. 131).

Fransız siber kuramcı Pierre Levy tarafından ortaya konan kolektif zekâ kavramına göre; izleyiciler/kullanıcılar bireysel uzmanlık alanlarını internet ortamlarında ortak amaçlar ve hedefler doğrultusunda kullanılmaktadırlar. Levy'e göre "Kimse her şeyi bilemez, herkes bir şeyler bilir, tüm bilgi insanlığın içinde bulunur." Başka bir ifade ile kolektif zekâ kavramı, sosyal medyadaki bireylerin bir araya gelerek bir konu hakkındaki bilgilerini çoğaltma ve güçlendirme yeteneklerine gönderme yapan bir kavramdır. Bilmediğimiz ya da tek başımıza yapamayacağımız şeyleri birlikteliğin gücüyle yapabilme durumunu nitelendirmektedir (Jenkins, 2006, s. 51). Kolektif zekâ kavramının iletişim bilimlerinde tartışılıyor olması, Jenkins'in Pierre Levy'nin kolektif zekâ ile ilgili görüşünü yakınsama kültürüyle ilişkilendirmesine dayanmaktadır (Saka, 2018, ss. 11-12).

Yakınsama kültüründe katılım da kolektif bir hale gelmektedir. Bu bağlamda Jenkins, katılımcı kültürü aynı zamanda yaratıcı ifadenin ve kolektif zekânın bir ürünü olarak değerlendirmektedir. Katılımcı kültürde bireyler katılımın bir parçası haline gelerek katılım gösterdikleri faaliyetlerde bir sürecin sonucunu etkilemede ya da belirlemede belirli bir oranda güç sahibi olabilmektedir (Toprak, 2023, s. 62). Sosyal medya platformları bireylerin bir takım katılım tutum ve davranışlar sergileyerek katılımcı kültür evrenine dahil olmalarını da sağlamaktadır (Çağlan Bilsel, 2023, s. 203). Jenkins Pierre Levy'yi temel alarak kolektif zekanın katılımcı kültürle iç içe olan kaynakları bir merkezde topladığını ve bireylerin yeteneklerini birleştirdiğini, böylece kolektif zekânın medya gücünün alternatif bir kaynağı olarak ortaya çıktığını ifade etmektedir (Jenkins, 2017, ss. 34-35). Yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile kolektif zekâ kavramı, katılıma açık üretim, kendi kendine organize olan ekonomiler, kitle kaynak ve katılımcı bilgi toplulukları gibi kavramlarla ilişkilendirilmektedir (Saka, 2018, s. 14). Teknolojinin dönüştürdüğü ortamlar bireylerin tutum ve davranışlarını değiştirerek bireysel katılımı hem kolaylaştırmış hem de farklılaştırmıştır. Bireysel veya toplu olarak gerçekleştirilen katılım, kaynak algısını da değiştirmiştir. Bu sayede bireysel ya da toplu olarak meydana gelen hareketlilik kitle kaynak olarak ifade edilmektedir. Yeteneğin, ilginin ve katılımın boyutu kitlenin özelliklerini belirlemektedir (Yazıcı, 2020, s. 90).

Kolektif zekâ kavramını yeni iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu sosyal medya platformları, katılımcı sözlükler, internet algoritmaları, kitle kaynak kullanımının sunmuş olduğu olanaklar ve imkanlarla ele almak kavramın kullanım alanını genişletmiştir. Sosyal medya platformlarının kullanıcı odaklı yapısı içerik üretimini ve tüketimini bireylerden kitlelere yani kolektiviteye aktarma sürecini de kolaylaştırmıştır (Morva, 2018, ss. 25-30). Aynı zamanda yeni iletişim teknolojilerinin çeşitliliği, kullanım yaygınlığı ve bireyler arasında çevrimiçi bağlantının kurulmasında kolaylık sağlaması mevcut sosyo-kültürel ilişkileri dönüştürerek yeniden şekillenmesine sebep olmuştur. Sosyal medya platformları bireylerin bir araya gelerek kolektivitelerinin yeni biçimlerini organize etmelerini sağlamıştır (Morva, 2018, s. 35). Kolektif zekâ kavramı literatürde spoil etme kavramı ile ilintili olarak ele alınmaktadır.

Spoil etme kavramı ise temelde herhangi bir olay örgüsünü veya deneyimsel ürün olarak nitelendirilen filmlerin, kurgusal programların veya televizyon programlarının bilgilerinin ifşa edilmesini ve buna karşılık insanların bu ürünlere olan ilgisini önemli ölçüde azaltabilme durumuna gönderme yapmaktadır (Benton & Hill, 2012, s. 4). Farklı uzmanlıklara sahip bireylerin sosyal medya platformlarında bir araya gelerek kolektif bir bilinç oluşturmalarına gönderme yapan kolektif zekâ kavramını Jenkins, spoil etme kavramı ile ele almaktadır. Bu bağlamda (Jenkins, 2016, s. 47) Amerika’da yaşayan izleyicilerin “*Survivor*” programı yayınlanmadan önce programa dair bilgileri araştırarak “spoil etmeleri” (gizli bilgileri açığa çıkarmaları) örneği üzerinden açıklamaktadır. Jenkins’e göre “*Survivor*” internet çağının televizyonudur ve parçalara bölünerek tartışılması, kimin eleneceğine dair tahminlerde bulunulması ve eleştirilmesi için dizayn edilen bir formattır. Jenkins, izleyicilerin çevrimiçi platformlarda tahminlerini ve bilgilerini birleştirerek programı takip ederken kolektif bir süreç yaşadıklarını ifade etmektedir. Bu süreçte izleyiciler, pasif konumdan çıkarak bilgi topluluklarına dönüşmekte ve kolektif zekâ sayesinde tek başlarına çözmeleri mümkün olmayan şifreleri çözebilmektedirler (Jenkins, 2016, ss. 47-48). Amerika’da yayınlanan “*Survivor*” örneğinin yanı sıra Türkiye’de TV 8 kanalında yayınlanan “*Survivor*” izleyicilerin veya çeşitli hayran sayfalarının gelecek bölümlerde oyunu kazanacak takıma veya elenecek kişiye dair elde ettikleri bilgileri, tahminleri paylaşmasını da kolektif zekâ ile ilişkili olarak spoil etmeye örnek olarak vermek mümkündür.

Medya yakınsaması içeriklerin bireyselden ziyade ortaklaşa tüketilmesini de mümkün kılmaktadır. Paylaşılan bilgiler bireylerin tek başına toplaması mümkün olmayan bilginin de kolektif hale gelmesini sağlamaktadır. Jenkins’e göre “*Survivor*”ı spoil etmek pratikte kolektif zekâdır. Başka bir ifade ile izleyicilerin bir programa ilişkin bilinmeyen bilgileri açığa çıkarmak, şifreleri çözmek ve alt metin bilgilerini paylaşmak için yani spoil etmek için aynı ilgiyi paylaşan kitlelerin kolektif olarak hareket etmeleri gerekmektedir.

Kolektif zekâ temelde bir kişinin tek başına bilemeyeceği, birden fazla bireyin bir araya gelerek bilgilerini ve uzmanlıklarını paylaştıkları ortak bir akıl yaratmaktadır. Kolektif zekâdan söz edebilmek için ortak ilgi ya da çıkarların olması gerekmektedir. Aynı ilgi ve kültürü paylaşan bireylerin, sosyal medya platformlarında bir araya gelerek program televizyonda yayınlanmadan önce veya program televizyon yayınlanırken programa ilişkin bilgi toplayarak ve topladıkları bilgileri paylaşarak katılımı da kolektif bir hale getirdiklerinden söz etmek mümkündür.

Kolektif zekâyı sosyal psikoloji perspektifinden ele alan çalışmalarda kolektif eylem kavramı üzerinde durulmaktadır. Bir eylemin kolektif olması bireyin dahil olduğu grubun koşullarını iyileştirmek amacıyla hareket etmesi şartına bağlıdır. Başka bir ifade ile bireyin kendini gruba özdeşleştirmesi ve kolektif eylemin amacının grubun konumunu iyileştirmek amaçlı olması gerekmektedir (Özkan vd., 2022, s. 339). Bu çalışma kapsamında aynı ilgi ve kültürü paylaşan bireylerin ortak amaçlar etrafında sosyal medya platformlarında bir araya gelip birbirleriyle özdeşleşerek kolektif hedeflere ulaşma çabalarını kolektif eylem olarak nitelendirmek de bu kapsamda mümkündür.

Leyv’nin kolektif zekâ üzerine yapmış olduğu erken dönem çalışmalarından günümüze doğru ilerlediğimizde artık kolektif zekâ kavramının çoğunlukla ağ toplumu araştırmalarında, ağ yapısının dağınık özelliği kapsamında etkileşimi ön plana alan katılımcı kültür kavramıyla, büyük medya ve teknoloji şirketlerinin faaliyetlerini yürüttükleri alanlarla bağlantılı olarak tartışıldığı görülmektedir (Özarlan & Perdahci, 2022, s. 83).

Yakınsayan medya çağında televizyonda veya dijital platformlarda yayınlanan programlara ilişkin görüşler, tahminler, bölüm sonu veya sezon sonu bölümlerine ilişkin elde edilen bilgiler sosyal medya platformlarında paylaşılmaktadır. Günümüzde küresel veya ulusal bir program televizyonda veya dijital platformlarda yayınlandığında özellikle *Twitter*'da çok konuşularak trend topic olabilmektedir. Bu nedenle izleyiciler programları spoil yemeden seyretmek için özel bir çaba sarf etmektedirler. Çalışmada televizyon drama izleyicilerinin sosyal medya platformlarından biri olan Instagram'da kolektif zekâ ve spoil etme davranışlarının veya çabalarının neler olduğunu tespit ederek Instagram'da kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının izleyici nezdinde karşılık bulduğu anlamın ne olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmada ilgili kavramların televizyon dramaları ile ilişkilendirilip ilişkilendirilmeyeceğini açığa çıkarmak hedeflenmiştir.

2. Yöntem

Medya yakınsamasıyla birlikte sosyal medya platformlarının televizyon yayıncılığında kullanılmasını ele alan çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. *Twitter* üzerinden "*Survivor*" izleyicilerinin yorumlarını parasosyal ilişki bağlamında ele alan bir çalışmada kullanıcıların karakterlerle parasosyal etkileşim içinde oldukları ve yorumların genel olarak olumsuz bir nitelik taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır (Söğüt, 2022, s. 668). "*Transmedya ve Survivor*" başlıklı bir yüksek lisans tezinde ise programdaki transmedya anlatım yöntemleri incelenerek "*Survivor*" izleyicilerinin hikâye içine dahil edilmeye çalışıldığı ve transmedyal bir anlatım sürecinin benimsendiği gözlemlenmiştir (Özer, 2019, ss. 88-89). Transmedya ve kolektif anlatı bağlamında "*PokemonGo*" oyununu ele alan başka bir çalışmada ise "*PokemonGo*" oyuncularının kent sokaklarında kolektif oyun deneyimi yaşadığı, kent öğeleriyle yeni aidiyet örüntüleri, kimlik ilişkileri ve sosyalleşme biçimleri inşa ettiği ve kentin mevcut öyküsünün yeniden yazıldığı sonucuna ulaşılmıştır (Tokgöz & Polat, 2018, s. 126).

Yapılan literatür taraması sonucunda spoil etme ve kolektif zekâ kavramlarının genellikle yarışma programları ve dijital oyunlar üzerinden ele alındığı tespit edilmiş olup, televizyon dramalarını kolektif zekâ ve spoil etme kavramları bağlamında ele alan çalışmalara rastlanmamıştır. Mevcut literatürde kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının yarışma programları ve dijital oyunlar çerçevesinde ele alınmasından hareketle; bu çalışma ile aslında kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının televizyon dramaları ile ilişkili olarak ele alınıp alınamayacağını ortaya koymak ve yapılacak çalışmalara yeni bir perspektif kazandırmak hedeflenmiştir. Bu nedenle yapılacak olan araştırmanın ilgili literatürde örnek bir çalışma olması çalışmanın önemini ve özgünlüğünü ortaya koyan noktalar. Bu kapsamda çalışma ile güncel literatüre katkı sunmak ve ilerde yapılacak çalışmalara yeni bir perspektif kazandırmak hedeflenmiştir.

Bu kapsamda çalışmada pazar akşamları prime time'da yayınlanan dramalar arasında ortalama totalde 6,07 üzeri reyting alarak en çok izlenen televizyon dramalarından biri olan (Diziler, 2023) ve 51. Uluslararası Emmy Ödülleri'nde en iyi Telenovela kategorisinde ödül alan Yargı (NTV, 2023) seriyalinin Instagram hesabındaki paylaşımlardan izleyicileri kolektif zekâ ve spoil etme kavramları temelinde yorum yapmaya teşvik eden içerikler ele alınmıştır. Bu noktada çalışma için belirlenen veri toplama yöntemi yapılandırılmamış alan çalışmasıdır. Bu tür çalışmalar, davranışın gerçekleştiği doğal ortamlarda yapılmakla birlikte çoğunlukla araştırmacının ortama katıldığı, "katılımcı gözlem" denilen yöntemle gerçekleştirilir. Katılımcı gözlemlerle araştırmacı, çalıştığı konuya ilişkin kültür ya da alt kültürlerin içine girerek grubun bir parçası olmaya çalışır (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 175). Bu kapsamda çalışmada katılımcı

gözlem yöntemi ile toplanan veriler, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan netnografi yöntemi ile analiz edilmiştir. Nitel araştırmalarda amaç çalışılan olayların, olguların zenginliğini, farklılığını ve detaylarını ortaya koymaktır. Nitel araştırmada geçerlik araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu gibi ve olabildiğince tarafsız gözlemesi ile mümkün olabilmektedir. Nitel araştırmacının doğasında farklı araştırmacıların aynı verileri farklı algılaması ve farklı yorumlaması mümkün olduğu için kesinlikten söz edilemez (Yıldırım & Şimşek, 2016, ss. 269-272). Bununla birlikte nitel araştırmalarda araştırma sorularının, çalışma amacının ve konunun birbirini tamamlayıcı şekilde dizayn edilmesiyle geçerlik ve güvenilirlik sağlanabilir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 276).

Bu çalışma etnografik araştırma türündedir. Bu nedenle çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğini araştırma tasarımı ile sağlamak mümkündür. Araştırmanın tasarımı, verilerin toplanması ve analiz edilmesi, bulguların kavramsal çerçeve içinde yorumlanması etnografik araştırmanın güvenilirliğini artırmaya yönelik stratejilerdendir (LeCompte & Goetz, 1982, s. 31; Rose & Johnson, 2020, s. 434). Etnografik araştırmalarda çalışmanın argümanlarının hangi noktaya kadar örtüştüğünü ortaya çıkarabilmek için alıntılara yer verilmektedir (Van De Port, 2017, s. 296). Netnografi üzerine inşa edildiği etnografi gibi bir topluluğu ya da kültürü anlama ve anlatma sanatıdır. Netnografik araştırma raporu araştırmacının yorum ve çıkarımlarına dayanmaktadır. Araştırmacının yorumlarını ve çıkarımlarını araştırma kapsamında verilen alıntılar desteklemektedir (Varnalı, 2019, s. 39).

Netnografik araştırma 2000'lerde Robert Kozinets tarafından literatüre girmiş bir kavramdır. Etnografi ile insan davranışları buldukları çevreye ve kültüre göre katılımcı gözlemle incelenirken, netnografi ile de insan davranışları buldukları çevre ve ortam kapsamında internet üzerinden katılımcı veya gözlemci olarak iki yaklaşımla incelenmektedir. Netnografik yöntem araştırmacıya dijital ortamdaki verileri toplayarak modeller oluşturmasına ve araştırma kapsamındaki topluluğun davranışlarını gözlemleyerek irdelemesine olanak vermektedir. Kozinets (2015, s. 3) netnografiyi sosyal medya platformlarında bireyleri anlamaya yönelik kültürel bir araştırma olarak, bireylerin etkileşim şekillerini, kişisel anlatılarını, ortak bilgi alışverişini, çevrimiçi kural ve uygulama çerçevesinde söylem tarzlarını ve organizasyon biçimlerini ortaya çıkarma konusunda oldukça işlevsel bir yöntem olarak tanımlamaktadır. Netnografinin doğasında belirli bir ilgili veri kümesi üzerinde önemli miktarda ve etik bir biçimde katılımcı veya gözlemci yoluyla verileri toplamak ve analiz etme vardır.

Sosyal medya platformlarında bireylerin ve çevrimiçi toplulukların davranışlarını gözlemeleme imkânı sunan netnografi yöntemi aynı zamanda araştırmacıya geçmiş tarihlerde paylaşılmış olan gönderilere ve yapılmış olan yorumlara kolaylıkla erişme imkânı sunmaktadır. Çevrimiçi platformlarda toplulukların bireylerarası etkileşiminin gözlemlenebilir olmasında ve topluluğun kültürünü anlamlandırmada araştırmacıya kolaylık sağladığı için netnografi yöntemi bu araştırma kapsamında tercih edilmiştir. Bu çalışmanın da geçerliğini ve güvenilirliğini artırmak amacıyla birtakım stratejiler benimsenmiştir. Bulguların gerçekliği yansıtması ve inandırıcı olması için izleyici yorumlarından örnek alıntılar yapılarak çalışmanın kuramsal çerçevesiyle ilişkili bir şekilde aktarılmıştır. Bununla birlikte elde edilen veriler, çalışma kapsamında detaylı bir şekilde farklı bağlamlarda yorumlanarak verilerin çeşitliliği de ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmada araştırmacının örnekleme olarak seçilen Yargı seriyalinin resmi Instagram hesabında (@yargidizi) yaptığı paylaşımlar kolektif zekâ ve spoil etme kavramları kapsamında ele alınmıştır. Bu bağlamda çalışmada izleyicilerin seriyale ilişkin şifreleri çözmeye, bilgi

paylaşmaya, bilgi aramaya ve tahmin etmeye yönelik çabaları ve davranışları tespit edilerek Instagram'da kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının izleyici nezdinde karşılık bulduğu anlamın ne olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Televizyon dramaları kolektif zekâ ve spoil etme kavramları bağlamında sosyal medya platformlarında ne tür içerikler paylaşmaktadır?
2. Televizyon drama izleyicilerinin kolektif zekâ ve spoil etmeye yönelik davranış ve çabaları nelerdir?
3. Televizyon dramaları kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarıyla ilişkili olarak ele alınabilir mi?

Araştırmanın evrenini ulusal televizyon kanallarında yayınlanan televizyon dramaları oluşturmaktadır. Çalışmada Yargı seriyali amaçlı olarak çalışmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Yargı seriyalinin örneklem olarak seçilmesinde çok izlenen ve sosyal medya platformlarında çok konuşulan seriyallerden biri olması etkili olmuştur (Hürriyet.com, 2023). Bununla birlikte Yargı seriyalinin sosyal medya platformlarında izleyicilerin bir araya gelerek bilgilerini paylaşması ve bölümlere ilişkin şifreleri çözmesi için paylaşımlar yapmasından dolayı paylaşımların araştırmanın kuramsal kısmını oluşturan kolektif zekâ ve spoil etme kavramları ile ilişkilendirilebilir olması açısından örnek teşkil etmesi de belirleyici olmuştur. Bu bağlamda çalışmada örneklem olarak seçilen seriyalin ve sosyal medya platformunun Jenkins'in (2006, s. 41) "hayranlar ya da izleyiciler sosyal medya platformlarında tahminlerini, bilgilerini birleştirerek kolektif bir süreç yaşamaktadır, izleyiciler bu platformlarda aktif bilgi topluluklarına dönüşerek kolektif zekâ sayesinde tek başlarına çözmeleri mümkün olmayan şifreleri çözebilmektedirler" ifadesine uygunluk gösterdiğini söylemek mümkündür.

Amaçlı örneklem tekniği araştırmacının amaçlarına en uygun cevabı verebilecek birey ve objelerin seçilmesidir. Seçimdeki en önemli ölçüt amaca uygunluktur (Aziz, 2020, s. 52). Amaçlı örneklem tekniği birey veya objelerin derinlemesine araştırılmasına olanak sunmaktadır. Çalışmada amaçlı örneklem tekniğine göre seçilen Yargı seriyalinin 2. sezon başlangıcı olan 35. bölüm ile 40. bölüm arasındaki gönderilerden izleyiciyi kolektif zekâ ve spoil etme bağlamında yorum yapmaya yönelten içerikler seçilerek izleyicilerin yapmış oldukları yorumlar netnografi yöntemiyle analiz edilmiştir. İkinci sezonun başlangıcı olan 35. bölümde tarihi bir köşkün bahçesinde dört ceset bulunmasıyla olaylar başlamaktadır. 2. sezonu başlatan bu olay seriyalde "Kuyu Cinayetleri" olarak nitelendirilmiş olup, devamında katil buluncaya kadar yaşanan çeşitli olaylar anlatılmıştır. "Kuyu Cinayetleri Katili" ise 39. Bölüm sonunda ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda Yargı seriyalinin 35. ve 39. bölümlerine ilişkin Instagram'da yapılan paylaşımlar ele alındığı için 18.09.2022- 01.11.2022 tarih aralığı araştırmanın zaman sınırlılığını oluşturmaktadır. Netnografik bir araştırma olarak dizayn edilen çalışmada kolektif zekâ ve spoil etme kavramları üzerinden bir analiz gerçekleştirilmiştir. Netnografik bir araştırma, araştırmacının başlangıçta belirlediği amaca göre şekil alır. Netnografik analiz belirlenen anahtar kelimeler kapsamında yapılan paylaşımları içerebileceği gibi, belli bir konu başlığı altında yapılan paylaşımları da içerebilmektedir (Varnalı, 2019, ss. 31-32). Netnografi yönteminde amaç bir topluluğun kültürünü açığa çıkarmak olduğu için araştırmacının gözlemine dayalıdır ve nicel yöntemlerin aksine herhangi bir sınırlandırma söz konusu değildir (Eren Çetin, 2019, s. 52). Çalışma kapsamında öncelikle ilgili tarih aralığındaki paylaşımların içeriği, türü, beğeni ve yorum sayıları tespit edilmiştir. Katılımcı gözlem yoluyla toplanan veriler, daha sonra çalışmaya konu olan kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının anlamlarına karşılık gelecek şekilde netnografi yöntemi ile analiz edilerek detaylı bir şekilde

yorumlanmıştır. Yargı seriyalinin Instagram hesabının analiz edilmesinin nedenleri ise “We Are Social 2022 ve 2023 Türkiye” raporuna göre Instagram Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu (We Are Social, 2023) ve Yargı seriyalinin en fazla takipçi sayısının da Instagram’da olmasıdır (Boomsocial, 2023).

Çalışma kapsamında ele alınan 18.09.2022- 01.11.2022 tarih aralığında Yargı seriyalinin Instagram hesabında 23 gönderi paylaşıldığı tespit edilmiştir. Araştırmanın ilk aşamasında 23 paylaşım detaylı bir şekilde analiz edilerek gönderilerin türü, beğeni ve yorum sayıları belirlenmiştir. Daha sonra bu gönderilerin içeriğinin ne olduğu kategorize edilmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında ise IGCommentExport eklentisi kullanılarak gönderilere yapılmış olan yorumlar alınmıştır. Alınan yorumlar ikinci bir araştırmacı tarafından da incelenmiştir. Fikir birliği sonucunda elde edilen veriler uzman görüşü ile analiz edilmiştir.

3. Bulgular

Yargı seriyalinin güncel sosyal medya platformlarındaki hesapları ve takipçi sayıları Resim 1’deki gibidir.

Platform	Hesap Adı	Hayran	HK	HA	HA (%)	EO (%)
Facebook	Hayran Sayfası					
Facebook	Yargı Dizi	11.171	7.005	45	%0,40	%0,00
Twitter Sayfaları - 1 Sonuç						
Platform	Hesap Adı	Takipçi	T.Ettiği	HA	HA (%)	EO (%)
Twitter	Yargı Dizi	92.562	20	143	%0,15	%1,40
Instagram Sayfaları - 1 Sonuç						
Platform	Hesap Adı	Takipçi	Medya	HA	HA (%)	EO (%)
Instagram	Yargı Dizi Resmi	653.090	1.718	-871	%-0,13	%0,00
Youtube Sayfaları - 0 Sonuç						
Platform	Hesap Adı	Abone	İzlenme	HA	HA (%)	EO (%)
Youtube	Youtube video kanalı					

Resim 1.Yargı Seriyalinin Resmi Sosyal Medya Hesapları ve Takipçi Sayıları

Kaynak: Boomsocial (2023)

Yargı seriyalinin sosyal medya hesapları ve takipçi sayıları incelendiğinde en fazla takipçi sayısı Instagram’da bulunmaktadır.

3.1. Yargı Seriyalinin Paylaşım İçeriklerinin Türü, İçeriklerin Sayısı, Beğeni ve Yorum Sayısı

Yargı seriyalinin Instagram hesabını çalışma kapsamında netnografi yöntemiyle analiz etmek için araştırmacı anonim bir hesap açarak herhangi bir müdahalede bulunmadan grubu ve davranışları misafir olarak incelemiştir. Katılımcı gözlem yöntemi ile 18.09.2022- 01.11.2022 tarih aralığında yapılan paylaşımlar detaylı bir şekilde netnografi yöntemi ile analiz edilmiştir.

Tablo 1.Yargı Seriyalinin Instagram Gönderi Türleri ve Sayısı

Tarih	Gönderi Türü	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı
18.09.2022	Video	36.599	1.833
19.09.2022	Video	57.354	1.096
23.09.2022	Video	45.115	775
25.09.2022	Video	27.747	897
25.09.2022	Video	39.951	3.301

27.09.2022	Video	56.574	1.309
2.10.2022	Video	39.967	2.341
3.10.2022	Video	23.470	1.396
9.10.2022	Video	19.033	840
9.10.2022	Video	49.809	3.091
10.10.2022	Video	38.792	1.104
12.10.2022	Fotoğraf	19.270	981
13.10.2022	Video	61.266	1.484
13.10.2022	Video	18.442	470
14.10.2022	Video	16.235	331
16.10.2022	Video	29.600	2.363
16.10.2022	Video	53.332	4.544
17.10.2022	Video	32.416	1.953
23.10.2022	Video	29.776	956
23.10.2022	Video	38.266	2.133
23.10.2022	Video	44.250	2.337
31.10.2022	Video	41.532	2.080
1.11.2022	Video	51.903	1.118
Toplam	23	870.699	38.733

Çalışmanın zaman sınırlılığını oluşturan 18.09.2022- 01.11.2022 tarih aralığında seriyalin Instagram hesabında toplam 23 gönderi paylaşımı yapılmıştır. Paylaşım türlerini ve sayısını ele aldığımız zaman bu paylaşımlardan 22 tanesinin video, 1 tanesinin ise fotoğraf türünde olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 1). Paylaşımların beğeni ve yorum sayılarını ele aldığımız zaman toplam beğeni sayısı 870.699 iken yorum sayısı ise 38.733'tür.

3.2. Yargı Seriyalinin Instagram Gönderi Türlerinin Kategorisi

Araştırmanın bu kısmında 18.09.2022- 01.11.2022 tarih aralığında paylaşıldığı tespit edilen 23 gönderi detaylı bir şekilde analiz edilerek hangi kategorilerde paylaşım yapıldığı ortaya çıkarılmıştır.

Tablo 2. Yargı Seriyalinin Instagram Gönderi Kategorileri

Tarih	Fragman	Bölümden Kesit	Bölüm Sonu	Etkileşim
18.09.2022	0	0	1	0
19.09.2022	1	0	0	0
23.09.2022	1	0	0	0
25.09.2022	0	1	0	0
25.09.2022	0	0	1	0
27.09.2022	1	0	0	0

2.10.2022	1	0	0	0
3.10.2022	0	0	1	0
9.10.2022	0	1	0	0
9.10.2022	1	0	0	0
10.10.2022	0	0	1	0
12.10.2022	0	0	0	1
13.10.2022	1	0	0	0
13.10.2022	0	1	0	1
14.10.2022	1	0	0	1
16.10.2022	0	1	0	0
16.10.2022	1	0	0	0
17.10.2022	0	0	1	0
23.10.2022	0	1	0	0
23.10.2022	0	1	0	0
23.10.2022	0	1	0	0
31.10.2022	0	0	1	0
1.11.2022	1	0	0	0
Toplam	9	7	6	3

18.09.2022- 01.11.2022 tarih aralığında yapılan paylaşımlar fragman, bölümden kesit, bölüm sonu ve etkileşim olmak üzere dört kategori altında toplanmıştır. Fragman kategorisi, gelecek bölümlere ilişkin paylaşılan fragmanlara gönderme yapmaktadır. Bölümden kesit kategorisi ise, seriyal televizyonda yayınlanırken, belli sahnelerin video olarak paylaşılmasına gönderme yapmaktadır. Bölüm sonu kategorisi bölümün son sahnesinin paylaşılmasına gönderme yapmaktadır. Etkileşim kategorisi ise izleyicilerin beğenmesini veya yorum yapmasını teşvik etmek amacıyla yapılan paylaşımlara gönderme yapmaktadır. Bu bağlamda bir gönderi birden fazla kategoriye uygunluk gösterdiğinden dolayı 23 gönderi sayısı 25'e yükselmiştir (Tablo 2). Bu kapsamda Yargı seriyalinin Instagram hesabında en fazla fragman paylaşımı yapıldığı bununla birlikte bölümden kesitlerin ve bölüm sonuna ilişkin sahnelerin de sıkça paylaşıldığı gözlemlenmiştir.

3.3. Yargı Seriyalinin Instagram Gönderilerinin Kolektif Zekâ ve Spoil Etme Kavramları Bağlamında Analizi

Araştırmanın bu kısmında Yargı seriyalinin örneklem olarak seçilen 35. ve 39. bölümleri kapsamında Instagram'da paylaşıldığı tespit edilen 23 gönderi kolektif zekâ ve spoil etme kavramları ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Bu kapsamda paylaşılan gönderinin açıklaması temel alınarak, gönderiler kolektif zekâ ve spoil etme kategorisinde değerlendirilmiştir. Analiz edilen çevrimiçi paylaşımlara ilişkin beğeni ve yorum sayıları da ayrıntılı olarak Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3.Yargı Seriyalinin Kolektif Zekâ ve Spoil Etme Kavramları Bağlamındaki Paylaşımları

Tarih	Gönderi Türü	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı	Gönderi Açıklaması	Gönderi Kategorisi
18.09.2022	Video	36.599	1.833	Notu bırakanın Ceylin'le bağlantısı ne?	Kolektif Zekâ
19.09.2022	Video	57.354	1.096	Bu kez gizli işler çeviren taraf Ilgaz mı? Kuyu davası kimleri suyun dibine çekecek?	Spoil
25.09.2022	Video	27.747	897	Şimdi olacılara hazır mısınız?	Kolektif Zekâ
25.09.2022	Video	39.951	3.301	Katil, tüm emniyeti oyuna getirdi. Artık ne Mehmet Can ne de Ceylin güvende. Bu işin altından kim çıkacak?	Spoil/Kolektif Zekâ
2.10.2022	Video	39.967	2.341	Pars kardeşinin katilini bulmak için her şeyi yapmaya hazır. Peki, katil sanıldığından da zeki olabilir mi? Sıradaki avı Ceylin mi?	Spoil
3.10.2022	Video	23.470	1.396	Ilgaz parçaları birleştirdi: Katil kendine bir aile oluşturuyor, kurbanlarını da buna göre seçiyor.	Spoil
9.10.2022	Video	49.809	3.091	"Karın nerede? Koruyamadın mı?" Ceylin'in başına bir şey gelmeden bu düğüm çözülebilecek mi?	Kolektif Zekâ
12.10.2022	Fotoğraf	19.270	981	Katili öğrenmeye hazır mısınız?	Spoil
13.10.2022	Video	61.266	1.484	"Kuralları çiğnesin, beni delirtsin, burnunun dikine gitsin... Yeter ki yanımda olsun!" Ceylin nerede? Psikopat katil kim? Bu bölüm sorular cevaplanıyor.	Spoil
14.10.2022	Video	16.235	331	Teorilerinizi takipteyiz! Parçaları birleştirmek için yeni bölümü kaçırma!	Kolektif Zekâ
16.10.2022	Video	29.600	2.363	"Ağacı ormana sakla ki kimse bulmasın."	Spoil
16.10.2022	Video	53.332	4.544	Burak Yıldırım! Belki de katil... Ilgaz, katilin kurbanlarını köşkte sakladığını öğreniyor! Peki, içerdekiler kurtulabilecek mi?	Spoil/Kolektif Zekâ
17.10.2022	Video	32.416	1.953	Katil kurallarını kendi yazdığı yeni bir oyunun peşinde. Her şey yeni başlıyor.	Spoil
23.10.2022	Video	38.266	2.133	Ilgaz hislerinde yanılmamış. Katil, Burak Yıldırım!	Spoil
23.10.2022	Video	44.250	2.337	Ilgaz, Burak'ın açığını nihayet yakaladı.	Spoil
31.10.2022	Video	41.532	2.080	"Gördün mü savcı? Herkes katil olabilir. Sen bile." Sence, Burak öldü mü?	Spoil
1.11.2022	Video	51.903	1.118	Ilgaz ne yapacağını bilemezken, Yekta Tilmen sınırları zorluyor! Eren ve Burak'a ne olacak?	Spoil

Seriyalin Instagram hesabında paylaştığı 23 gönderiden toplam 17 tanesi kolektif zekâ ve spoil etme kategorisinde değerlendirilmiştir. Gönderiler kategorize edilirken gönderinin açıklaması temel alınmıştır. Gönderilerin kolektif zekâ ve spoil etme kavramları ile ilişkilendirilme sürecini daha detaylı açıklamak gerekirse; spoil olarak kategorize edilen gönderilerde izleyicilerin parçaları birleştirerek, iz sürmesini sağlaması için gönderide çeşitli bilgilerin paylaşılması dikkate alınmıştır. Kolektif zekâ olarak kategori edilen gönderilerde ise soru cümleleri kullanılarak izleyicilerin bilgi paylaşmasını veya yorum yapmasını teşvik etmesini sağlayan içerikler dikkate alınmıştır. Hem spoil etme hem de kolektif zekâ olarak kategori edilen gönderilerde ise gönderide içeriğe dair hem bilgi paylaşılması hem de izleyicinin bilgilerini ve tahminlerini paylaşmasını teşvik eden açıklamaların olması dikkate alınmıştır (Tablo 3).



Resim 2. Kolektif Zekâ ve Spoil Etme Olarak Kategorize Edilen Gönderi Örneği

Kaynak: Yargı Resmi Instagram Hesabı, 2023.

3.4. Kolektif Zekâ ve Spoil Etme Kavramları Bağlamında İzleyici Yorumları

Araştırmanın son kısmında ise kolektif zekâ ve spoil etme olarak kategori edilen 17 gönderiye izleyicilerin yapmış olduğu yorumlar yine kolektif zekâ ve spoil etme kavramları ile ilişkili olarak kategorize edilmiştir. Her gönderi için 100 izleyici yorumu çözümlenmeye dahil edilmiştir. Kolektif zekâ ve spoil etmeyle ilişkili olmayan yorumlar araştırmanın kapsamı dışında kaldığı için çözümlenmeye dahil edilmemiştir. Başka bir ifade ile tahmin, bilgi paylaşımı ve bilgi arama amaçlı yapılan yorumlar ele alınarak analiz edilmiştir.

Tablo 4. Kolektif Zekâ ve Spoil Etme Kavramları Bağlamında İzleyici Yorumları

Gönderi Açıklaması	Tahmin Etme		Bilgi Arama	Bilgi Paylaşımı
	Katil	Gidişat	Gidişat	Gidişat
Notu bırakanın Ceylin'le bağlantısı ne?	10	17	8	0
Bu kez gizli işler çeviren taraf Ilgaz mı? Kuyu davası kimleri suyun dibine çekecek?	16	14	9	3
Şimdi olacıklara hazır mısınız?	4	12	6	10
Katil, tüm emniyeti oyuna getirdi. Artık ne Mehmet Can ne de Ceylin güvende. Bu işin altından kim çıkacak?	10	11	6	5
Pars kardeşinin katilini bulmak için her şeyi yapmaya hazır. Peki, katil sanıldığından da zeki olabilir mi? Sıradaki avı Ceylin mi?	29	6	9	8
Ilgaz parçaları birleştirdi: Katil kendine bir aile oluşturuyor, kurbanlarını da buna göre seçiyor.	6	14	7	10
"Karın nerede? Korumadın mı?" Ceylin'in başına bir şey gelmeden bu düğüm çözülebilecek mi?	15	16	6	6
Katili öğrenmeye hazır mısınız?	31	11	2	3
"Kuralları çiğnesin, beni delirtsin, burnunun dikine gitsin... Yeter ki yanımda olsun!" Ceylin nerede? Psikopat katil kim? Bu bölüm sorular cevaplanıyor.	15	4	5	3

Teorilerinizi takipteyiz! Parçaları birleştirmek için yeni bölümü kaçıрма!	24	9	6	4
“Ağacı ormana sakla ki kimse bulamasın.”	9	13	1	8
Burak Yıldırım! Belki de katil... Ilgaz, katilin kurbanlarını köşkte sakladığını öğreniyor! Peki, içerdekiler kurtulabilecek mi?	9	5	6	12
Katil kurallarını kendi yazdığı yeni bir oyunun peşinde. Her şey yeni başlıyor.	10	9	4	12
Ilgaz hislerinde yanılmamış. Katil, Burak Yıldırım!	2	10	6	6
Ilgaz, Burak'ın açığını nihayet yakaladı.	3	7	3	5
“Gördün mü savcı? Herkes katil olabilir. Sen bile.” Sence, Burak öldü mü?	0	17	6	2
Ilgaz ne yapacağını bilemezken, Yekta Tilmen sınırları zorluyor! Eren ve Burak'a ne olacak?	0	16	1	0
Toplam	193	191	91	97

Tablo 4'te katil kategorisi izleyicilerin Kuyu Cinayetleri'nin katiline ilişkin tahminlerine, gidişat kategorisi seriyalin gelecek bölümlerine ilişkin izleyicilerin yapmış olduğu tahminlere, bilgi arama gidişat kategorisi seriyalde işlenen olay örgüleri hakkında izleyicilerin birbirinden bilgi almasına, bilgi paylaşımı gidişat kategorisi ise seriyalde işlenen olay örgüleri hakkında izleyicilerin alt metin bilgilerini paylaşmasına gönderme yapmaktadır.

17 paylaşım için inceleme kapsamına alınan 1700 yorumdan 572 yorumun tahmin, bilgi paylaşma ve bilgi arama amaçlı yapıldığı gözlemlenmiştir. İncelenen yorumlardan 193'ünün katili tahmin etme, 191'inin seriyalin gelecek bölümlerine ilişkin olacak olayların yani seriyalin gidişatına yönelik tahminler olduğu, 91 yorumun ise, izleyicilerin gözünden kaçan noktalara ilişkin diğer izleyicilerden bilgi aldığı, izleyicilerin kendilerinin çözemedikleri sorulara cevaplar aradığı ve cevap aldığı yani bilgi aramaya yönelik yorumlar olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte 97 yorumun ise, seriyalin gidişatına yönelik veya izleyicilerin seriyal kapsamındaki ön görüşlerini, tahminlerini veya bilgilerini paylaştıkları nitelikte olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4).

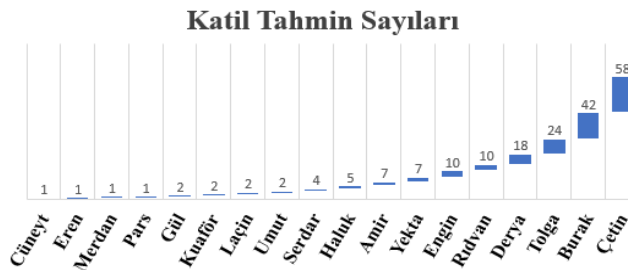
Katili tahmin etme ya da seriyalin gidişatına yönelik kolektif zekâ ve spoil etme kavramları kapsamında değerlendirilen izleyici yorumlarından örnekler aşağıda olduğu gibi aktarılmıştır:

- “Yektaninavukati olmak istedigini zengin is adami, market zincirlerinin sahibi davalik. O dava dosyalaridaceylinde. Ceylininyanina gelen comezkivircikta bu isadaminacalisiyor. Ilgazinaebaya notu eve kiraci olarak girecek olan kadin koydu o dugumudeilgazinbabasicozecek. Nevada bu us adamindan tehdit yedi muhtemel davaninhakimineyaydi. para da bir nevi rusvet olabilir nevaya. Yarali kurtulan cocuk bu is adaminin market zincirlerinde calusiyo olabilir gordugutanikolduguseylerden sebep oldurulemekistenmis olabilir”. **(Parçaları birleştirerek şifreleri çözmeye çalışma)**
- **Bilen varmılgaz diziden çıkıyormu (Bilgi arama)**
- **Doktor çetin olası katil olabilir. Kurgu yapayım. Doktor çetin ikizlerden birini alan enişte olabilir. Bu çocuk yüzünden çok sevdiği karısı ölmüş olabilir o da intikam için 2 yıl önce aldığı çocuğun ailesini öldürmüş olabilir. İkiz çocuk olan yani hayatta kalan çocuk intikam için yani kendi ailesinin faili ortaya çıksın diye kafayı sıyırıp bir aile kurup ama bir kişide adliyeden seçerek kendi ailesinin failinin yani kendi ailesini öldüren eniştesinin**

yani üvey babasının yakalanmasını sağlamaya çalışıyor olabilir. 🗋️🗋️🗋️ (Parçaları birleştirerek şifreleri çözmeye çalışma)

- @figenletasarim GAZETECİNİN AYAKKABILARI İLE CEYLİNİ KACIRANIN AYAKKABISI AYNI. YANİ GAZETECİ ARANAN KİŞİ.... (Bilgi paylaşımı)
- Burak 12 yaşındayken evi yanlışlıkla yakıyor herkes tüm aile ölüyor.sebebekendisi.bundan dolayı ailesini yeniden kuruyor...(Parçaları birleştirerek katili tahmin etme)
- Neva pars ile sahilde telefonda konuşurken, deniz kenarındaki adam ÇETİNDİ. Bence katil çetin(Alt metin bilgilerini paylaşarak katili tahmin etme)
- Eren kesinlikle yaşayacak çünkü daha sonra Ceylin'i tutuklayacak (Parçaları birleştirerek gelecek bölümleri tahmin etme)

Araştırma kapsamında ele alınan 35. ve 39. bölümde “Kuyu Cinayetleri ve Cinayetlerin Katilinin” ortaya çıkması işlendiği için, izleyicilerden de işlenen olaylardaki parçaları birleştirerek katili tahmin etmesine ve bilgi paylaşmasına yönelik içeriklerin seriyalin Instagram hesabında paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda da izleyicilerin yaptıkları yorumların çoğunun katili tahmin etmeye yönelik olduğu Tablo 4’te gözlemlenmiştir. Araştırmaya biraz daha derinlik katmak amacıyla, katili tahmin etmeye yönelik yapılan 193 yorum detaylı bir şekilde analiz edilerek, izleyicilerin kimi katil olarak tahmin ettikleri ortaya konulmuştur (Grafik 1).



Grafik1. İzleyicilerin Katile Yönelik Tahminleri

35. bölümde tarihi bir köşkün bahçesinde dört ceset bulunmasıyla olaylar başlamaktadır. 2. Sezonu başlatan bu olay seriyalde “Kuyu Cinayetleri” olarak nitelendirilmiş olup, devamında katil buluncaya kadar yaşanan çeşitli olaylar anlatılmıştır. “Kuyu Cinayetleri Katili” ise 39. bölüm sonunda ortaya çıkmıştır. İkinci sezonun başlangıcı olan 35.bölümde yeni karakterler hikâyeye dahil olmuştur. Seriyale yeni dahil olan Doktor Çetin, Gazeteci Burak, Avukat Tolga, Emniyet Amiri Rafet, kuaför Ayten ve zengin iş insanı Haluk karakteri hikâyenin işleniş biçiminde şüpheli olarak gösterildiği için izleyicilerin katili yeni karakterlerden biri olarak tahmin etmesi üzerinde etkili olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda izleyiciler “Kuyu Cinayetlerinin Katilini” çoğunlukla Çetin ve Burak olarak tahmin etmişlerdir (Grafik 1).

Sonuç

Hem medya içeriklerinin hem de içeriklerin yer aldığı medya araçlarının birbirine yakınlaşmasına karşılık gelen medya yakınsaması katılımcı kültür, kolektif zekâ, transmedya hikâye anlatıcılığı ve hayran kültürü gibi kavramlarla ilişkili olarak ele alınmaktadır. Temelde kitlelerin yapmış olduğu iş birliği ve ortak akıl olgusuna gönderme yapan kolektif zekâ kavramı, katılımcı kültürle iç içe olan kaynakları bir merkezde toplayarak bireylerin yeteneklerini birleştirdiği için medya gücünün alternatif bir kaynağı olarak nitelendirilmektedir. Kolektif zekâ

aynı zamanda izleyicilerin aktif konuma geçerek bilgi toplulukları oluşturmasına ve tek başına çözmeleri mümkün olmayan şifreleri çözebilmelerine imkân sunmaktadır. Bu bağlamda da kolektif zekâ temelde spoil etmeyle ilişkili bir kavram olarak ele alınmaktadır. Kolektif zekâ ve spoil etme kavramları iletişim bilimleri alanında yarışma programları ilişkili olarak ele alınırken güncel literatürde dijital oyunlarla ilişkili olarak da ele alınmaktadır. Bu çalışmada ise kolektif zekâ ve spoil etme kavramları televizyon dramaları ile ilişkili olarak ele alınarak bir araştırma yapılmıştır.

Sosyal medya platformları da kanalların veya yapımcıların kullanım biçimleri doğrultusunda izleyicilerin programlara ilişkin bilgileri toplama, paylaşma, bilgileri birleştirme hususunda ve programların şifrelerini çözme, çözülen şifreleri paylaşmaları hususunda önemli unsurlardan biri haline gelmiştir.

Yargı seriyali ulusal kanallarda yayınlanan diğer televizyon dramalarından gerek konusu gerek özgünlüğü gerekse hikâyenin işleniş biçimi açısından farklılık gösterdiği için en çok izlenen dramalardan biridir. Çalışma kapsamında Yargı seriyalinin Instagram kullanım biçimi kolektif zekâ ve spoil etme kavramları bağlamında “Kuyu Cinayetleri” olarak nitelendirilen 35.ve 39.bölüme ilişkin paylaşımları doğrultusunda netnografi yöntemi ile analiz edilmiştir.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular ilk olarak gönderi türü, beğeni ve yorum sayısı olarak ele alınmıştır. Bu doğrultuda çoğunlukla video türünde içerik paylaşıldığı ve beğeni sayısının fazla olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra paylaşılan gönderilerin içerikleri detaylı bir şekilde analiz edilerek çeşitli kategoriler oluşturulmuştur. Paylaşılan gönderilerin genel olarak yayınlanacak bölüme ilişkin fragman, bölüm televizyonda yayınlanırken bazı sahnelerin aynı anda Instagram’da yayınlandığı ve bölümün son sahnesinin de paylaşıldığı gözlemlenmiştir.

Daha sonra kategorize edilen gönderiler hem araştırmanın hem de çalışmanın kuramsal kısmını oluşturan kolektif zekâ ve spoil etme kavramları bağlamında ele alınmıştır. Genel olarak yapılan paylaşımların kolektif zekâ ve spoil etme ile ilişkilendirebilecek nitelikte olduğu gözlemlenmiştir. Yargı seriyalinin Instagram kullanım biçimi doğrultusunda yapılan paylaşımlarda izleyicilerin parçaları birleştirmesini ve hikâyenin izini sürmesini sağlamak amaçlı bilgi içeren paylaşımlar yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte yine yapılan paylaşımlarda izleyicilerin bölümlere ilişkin bilgilerini ve tahminlerini paylaşmalarını teşvik eden içerikler paylaştığı da gözlemlenmiştir. Paylaşımları kolektif zekâ ve spoil etme kavramları bağlamında kategorize ederken kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının literatürde de olduğu gibi uygulamada da birbiriyle ilişkili olduğu gözlemlenmiştir.

Çalışma kapsamında Yargı seriyalinin 2. sezon başlangıcı olan 35. bölüm ile 40. bölüm arasındaki Instagram’da paylaşılan gönderiler analiz edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın zaman sınırlılığını 18.09.2022- 01.11.2022 tarih aralığı oluşturmaktadır. Kolektif zekâ ve spoile etme kavramlarını televizyon dramaları üzerinden tartışmayı amaçlayan bu çalışmada örnek olarak Yargı seriyali seçilmiştir. Örnek seriyal üzerinden kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarını dramalarla ilişkilendirmeyi hedefleyen bu çalışmada örnek seriyalin belirli bölümleri arasındaki kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarına ilişkin paylaşımlar nitel araştırmanın doğasına uygun olarak detaylı bir şekilde analiz edilmiştir.

İzleyici yorumlarını kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarıyla ilişkili olarak ele almak için her gönderiden 100 yorum analiz edilmiştir. Kolektif zekâ ve spoil etmeyle ilişkili olmayan yorumlar araştırmanın kapsamı dışında kaldığı için çözümlenmeye dahil edilmemiştir. Çalışma kapsamında analiz edilen 1700 yorumdan 572 yorumun gelecek bölümlere ilişkin tahmin, bilgi paylaşma ve bilgi arama amaçlı olduğu gözlemlenmiştir. Analiz edilen yorumlar detaylı bir

şekilde incelendiğinde yorumlardan çoğunun katili tahmin etme, seriyalin gidişatını yani gelecek bölümlere ilişkin tahminleri içerdiği sonucuna ulaşılmıştır. Yine yapılan yorumlarda izleyicilerin kendi aralarında seriyale ilişkin bilmediği ya da gözünden kaçırdığı bilgileri diğer izleyicilerden edindiği, izleyicilerin kendi çözemedikleri şifrelere veya alt metinlere cevaplar aldığı yani bilgi aradığı, diğer izleyicilerin ise bu kapsamda kendi bilgilerini, ön görülerini, tahminlerini veya bilgilerini paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Tüm bu bilgiler ışığında araştırma sonuçlarını özetleyecek olursak; Yargı seriyali izleyicilerinin ortak amaç ve çıkarlar doğrultusunda Instagram'da kolektiviteler oluşturarak farklı bilgi kaynaklarından edindikleri bilgileri, ip uçlarını, tahminlerini programı deşifre ederek alt metin bilgilerini paylaştıkları ve seriyalin Instagram üzerinden kolektif bir anlatı süreci meydana getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda drama izleyicilerinin sosyal medya platformlarında bilgi topluluklarına dönüşerek kendi bilgilerini paylaştıkları, diğer izleyicilerden bilgi aldıkları ve dramanın gizli bilgilerini açığa çıkardıkları için bilginin tek bir öznenin tek elinden çıkararak kolektiviteye dönüştüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Özellikle televizyonda yayınlanan dramalara izleyiciler ve hayranlar yoğun ilgi göstermektedir. İzleyiciler dramanın çekimlerinin yapıldığı mekanlara ve setlere giderek, dramanın gelecek bölümlerine ilişkin sahneleri bölüm televizyonda yayınlanmadan önce sosyal medya platformlarından sızdırabilmektedir. Dramalara ilişkin bilgi toplayan topluluklar bu bilgileri dramanın sosyal medya hesaplarındaki paylaşımların altına yorum yaparak ya da çeşitli hayran sayfalarından paylaşabilmektedir.

Yapılan bu araştırmanın sonuçları sadece yarışma programları ve dijital oyunların kolektif zekâ ve spoil etme kavramları ile ilişkili olarak ele alınamayacağını aynı zamanda televizyon dramalarının anlatı yapısı ve özellikleri gereği kolektif zekâ ve spoil etme kavramları perspektifinden ele alınabileceğini ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte nitel bir araştırma olarak dizayn edilen ve örnek seriyalin ele alındığı bu çalışmanın bulgularını ve sonuçlarını genellemek mümkün değildir. Kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının televizyon dramaları ile ilişkilendirip ilişkilendirilemeyeceği probleminden hareketle yapılan araştırmanın bulguları ve sonuçları örtüşmektedir. Televizyon dramalarını kolektif zekâ ve spoil etme kavramları perspektifinden ele alan bu çalışma bu bağlama derinlemesine ve zengin bir bakış açısı sunmaktadır. Çalışma başka seriyalleri kolektif zekâ ve spoil etme kavramları bağlamında karşılaştırmaya temel olacak nitelikte olmakla birlikte kavramların dramalar perspektifinden ele alınmanın doğru bir yaklaşım olduğunu da doğrulamaktadır. Bu noktalar çalışmanın geçerliği ve güvenilirliği açısından önem arz eden sonuçlardır.

Çalışma kapsamında seçilen seriyal kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının televizyon dramaları ile ilişkili olarak ele alınabileceğini ortaya koyarak ilgili literatüre yeni bir perspektif kazandırmıştır. Ayrıca yapılacak olan araştırmalar, farklı televizyon dramalarını kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarıyla ele alarak, kolektif zekâ ve spoil etme kavramlarının televizyon dramaları perspektifinden alınabildiği bağlamı daha da geliştirecektir.

Açıklamalar

* *Etik Kurul Onayı*: Etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

* *Yayın Etiği*: Bu çalışma, “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, makale intihal tespit yazılımlarıyla (Turnitin / iThenticate) taranmış ve herhangi bir intihal tespit edilmemiştir.

* *Yazar Katkı Oranı*: Uygun değildir.

* *Çıkar Çatışması*: Çalışma yazarının herhangi bir kurum veya kuruluşla çıkar çatışması bulunmamaktadır.

* *Akademik Finansal Destek*: Çalışma için herhangi bir kurum veya kuruluştan akademik finansal destek alınmamıştır.

* *Yazar Beyanı*: Çalışma tezden üretilmemiştir; herhangi bir kongre/sempozyum gibi akademik toplantılarda sunulan bildirden üretilmemiştir; herhangi bir akademik proje kapsamında üretilmemiştir.

Structured Extended Abstract

This study aims to reveal the meaning of the concepts of collective intelligence and spoiling on Instagram by identifying the efforts and behaviors of the viewers to decrypt, share information, search for information and guess about the *Yargı (Judgment)* series.

In this context, the concepts of collective intelligence and spoiling were associated with television dramas and they were analyzed over a television series in the context of social media by using a netnography method. In line with this purpose, the shares made by *Yargı (Judgment)* series, one of the most viewed television dramas in Turkey, regarding collective intelligence and spoiling were discussed and analyzed with netnography method. In the study, data were collected through participant observation.

Research Background & Problem

Collective intelligence, which is defined as the masses’ capacity of intellectual cooperation in order to collaboratively create, innovate, and invent, is considered as one of the determining factors for competition, creativity, and human development in information economy. As digital technologies offer more powerful tools to increase individual and collective cognitive processes, understanding how collective intelligence processes are promoted by digital networks and social media platforms is an important area for research (Levy, 2010: 71). Based on this, when we consider the concepts of collective intelligence and spoiling within the scope of the current study, we can state that television drama viewers can come together on social media platforms, share the information and predictions they have about the episodes released and to be released, and decipher the codes related to issues of interest. Hence, in the study, it was aimed to discuss the concepts of collective intelligence and spoiling over social media platforms in the context of *Yargı (Judgment)* series, one of the most viewed television dramas in Türkiye. The study aims to reveal whether the concepts of collective intelligence and spoiling can be handled from the perspective of television dramas.

Research Methodology

In this context, with this study, it was aimed to contribute to the literature, to fill the gap in this regard, and to guide studies to be conducted in the future. Within the scope of this purpose, the study sought to answer the basic question of whether television dramas can be handled in relation to the concepts of collective intelligence and spoiling.

In the study, the episodes between 35 and 40 of *Yargı (Judgment)* series, which started its second season with Episode 35, were selected according to purposive sampling method, and among the shares made on these episodes, the contents that guided the viewers towards collective intelligence and spoiling and the comments made by the viewers were analyzed through netnography method. The events in Episode 35, which is also the first episode of Season 2, start with the discovery of four dead bodies in the backyard of a historical mansion. This event was referred to as “Well Murders” in the series, and various events were narrated until the murderer was caught. The perpetrator of the “Well Murders” was revealed at the end of Episode 39.

Research Results

In order to discuss viewer comments in relation to the concepts of collective intelligence and spoiling, 100 comments for each share were analyzed. The comments which were not related to collective intelligence and spoiling were excluded from the study. It was found that of 1,700 comments made, 572 were related to prediction, information sharing, and information research for future episodes. When the comments made were analyzed in detail, it was determined that most of the comments were about predicting the murderer and predictions about the progress of the series, that is, the episodes to be broadcast. It was also found that in the comments made, the viewers obtained information which they did not know or missed, received answers to the codes that they could not decipher on their own, that is, searched information, while some other viewers shared their information and predictions in this regard.

Conclusion & Discussion

In light of all these findings, to sum up the results of the study, it was concluded that the viewers of *Yargı (Judgment)* series created collectivities in line with common purposes and interests, and that they deciphered the information, clues, and predictions they obtained from different information sources and shared their sub-text information, and that the series created a collective discourse process over Instagram. In this context, it can be stated that television drama viewers have transformed into information communities on social media platforms and shared their information, that they have collected information from other viewers, and that as they have revealed hidden information, information has been freed from the monopoly of a single subject and transformed into a collectivity.

The serial chosen within the scope of the study has brought a new perspective to the relevant literature by revealing that the concepts of collective intelligence and spoiling can be discussed in relation to television dramas. Further research will further develop the context in which the concepts of collective intelligence and spoiling can be taken from the perspective of television dramas, by addressing different television dramas with the concepts of collective intelligence and spoiling.

Kaynakça

- Aziz, A. (2020). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Nobel Yayıncılık.
- Benton, A., & Hill, S. (2012). The spoiler effect? Designing social TV content that promotes ongoing WOM. In Conference on Information Systems and Technology, Arizona, 1-26.
- Boomsocial. (2023, Nisan 8). *Yargı Resmi Sosyal Medya Hesapları*. <https://www.boomsocial.com/Ara?s=yarg%C4%B1%20dizi>

- Çağlan Bilsel, Ö. (2023). Televizyon Dramaları Sosyal Medya ve Katılımcı Kültür (1. bs). Doruk Yayıncılık.
- Diziler. (2023, Ekim 12). Yargı Reytingleri. <https://www.diziler.com/dizi/yargi/reytingler>
- Eren Çetin, Ş. (2019). Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya ve Çevrimiçi Topluluklar: Netnografik Bir Analiz [Doktora]. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Geçkin Onat, S. (2017). Yeni İletişim Teknolojileri Yakınsama Kültürü ve Online Çevreci Katılım (1. bs). CİNiUS.
- Güler, Ş., ŞahİN, Y., & Balci, E. V. (2022). Sosyal Medyada Çevrimiçi Benlik Sunumunun Öznel İyi Oluş Üzerine Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. Erciyes İletişim Dergisi, 9(1), 361-380. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.993055>
- Hürriyet.com. (2023, Nisan 8). Yargı İzlenme Oranları. <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/televizyon/yargi-yine-cok-izlendi-ilgiye-izlenen-dizi-surprizleriyle-sasirtmaya-devam-ediyor-41944735>
- Instagram. (2023, Nisan 8). Yargı Dizi. <https://www.instagram.com/yargidizi/>
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York University Press.
- Jenkins, H. (2016). Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü (N. Yeğengil, Çev.). İletişim Yayınları.
- Jenkins, H. (2017). Medya Yöndeşmesinin Kültürel Mantiği. İçinde F. Aydoğan (Ed.), & E. CİZMECİ (Çev.), Yeni Medya Kuramları (ss. 39-47). Der Yayınları.
- Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). Editorial: Convergence Culture. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 14(1), 5-12. <https://doi.org/10.1177/1354856507084415>
- Kanal D. (2023, Aralık 4). Yargı 3. Sezonu Zirvede. <https://www.kanald.com.tr/yargi/haber/yargi-3-sezonu-zirvede-acti?p=1>
- Kozinets, R. V. (2015). Netnography: Understanding Networked Communication Society. York University, Toronto, Canada.
- LeCompte, M. D., & Goetz, J. P. (1982). Problems of Reliability and Validity in Ethnographic Research. Review of Educational Research, 52(1), 31-60. <https://doi.org/10.3102/00346543052001031>
- Lévy, P. (2010). From social computing to reflexive collective intelligence: The IEMML research program. Information Sciences, 180(1), 71-94. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2009.08.001>
- Morva, O. (2018). İnsan Zekasının Sosyoteknik Örgütlenişi Olarak Kolektif Zekâ: İletişim Çalışmaları Perspektifinden Bir Değerlendirme. İçinde O. Morva & E. Saka (Ed.), Kolektif Zekâ Yeni Medya Perspektifinden Katkıları (ss. 25-47). Kalkedon Yayınları.
- NTV. (2023, Kasım 30). Yargı Dizisine Emmy Ödülü. <https://www.ntv.com.tr/n-life/dizi-haber/yargi-dizisine-uluslararası-emmy-odulu,1nrhldTBHOylqKwuHilUzw>

- Özarslan, Z., & Perdahci, B. (2022). Katılımcı kültür ve transmedya anlatıyı dijital oyun üzerinden tartışmak. ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi, Dijitalleşme Özel Sayısı, 79-113. <https://doi.org/10.46372/arts.1191274>
- Özer, E. (2019). Transmedya ve Survivor [Yüksek Lisans]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkan, Z., Ünver, Ha., Kızık, B., Eraslan, E. G., & Çakal, H. (2022). Sosyal Psikoloji Perspektifinden Kolektif Eylemlere Katılmanın Belirleyicileri Üzerine Bir Derleme. Nesne Psikoloji Dergisi, 10(24). <https://doi.org/10.7816/nesne-10-24-10>
- Recrodigital. (2022, Ağustos 12). We Are Social 2022 Türkiye İnternet Kullanım Verileri. <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>
- Rose, J., & Johnson, C. W. (2020). Contextualizing reliability and validity in qualitative research: Toward more rigorous and trustworthy qualitative social science in leisure research. Journal of Leisure Research, 51(4), 432-451. <https://doi.org/10.1080/00222216.2020.1722042>
- Saka, E. (2018). Kolektif Zekâ ve Algoritmalar. İçinde O. Morva & E. Saka (Ed.), Kolektif Zekâ Yeni Medya Perspektifinden Katkıları (ss. 11-25). Kalkedon Yayınları.
- Söğüt, Y. (2022). Ağ Toplumunda Sosyal Medya ve Parasosyal İlişki: Twitter Yorumlarında Survivor Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 25(2), 668-681. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.1167348>
- Tokgöz, C., & Polat, B. (2018). TRANSMEDYA, KOLEKTİF ANLATI VE KENT: POKÉMON GO ÖRNEĞİ. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi, 9, 114-129.
- Toprak, A. G. (2023). Dijital İletişim Çağında Mekânsal Bilginin Üretimi: Dijital Haritalar, Topluluklar ve Katılımcı Kültür. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 62, 168-187. <https://doi.org/10.47998/ikad.1218329>
- Van De Port, M. (2017). The verification of ethnographic data: A response. Ethnography, 18(3), 295-299. <https://doi.org/10.1177/1466138117722799>
- Varnalı, K. (2019). Dijital Kabilelerin İzinde (2. Baskı). Mediacat Kitapları.
- We Are Social. (2023, Nisan 8). The Changing World Of Digital in 2023. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Yazıcı, T. (2020). Yeni Medyada Katılımcı Kültür Bağlamında Kitle Kaynak (Crowdsourcing) Kullanımı: Küresel Markaların Uygulama Örnekleri [Doktora]. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (10. Baskı). Seçkin Yayıncılık.