

## Ekranlarda Mevsim Değişikliği: Bahar Dizisine Yönelik Duygusal Etkileşimler Üzerine Netnografik Bir Analiz

Tuğçe Esin AKGÜL\*

### Öz

Televizyon dizileri, izleyicilerin duygusal bağlar kurmalarını ve derin kişisel etkileşimler yaşamalarını teşvik eden güçlü kültürel araçlardan biridir. Bu bağlamda izleyiciler dizilerin karakterleri ve olay örgüsüyle kişisel deneyimlerinden kaynaklı olarak ya da empati geliştirerek duygusal tepkilerini ifade etme ihtiyacı duymaktadır. Duygusal temelli etkileşim isteği sosyal medya platformlarında izleyici yorumları ve paylaşımlar yoluyla somutlaşmakta dolayısıyla diziler ile izleyiciler arasındaki ilişkinin derinliği ve dinamikleri daha belirgin hâle gelmektedir. Show TV’de yayınlanan Bahar (2024) dizisi izleyicilerinin duygusal etkileşimlerini ele alan bu çalışma dizinin izleyiciler üzerinde oluşturduğu duygusal etkileri ve söz konusu etkilerin topluluk davranışlarına yansımalarını izleyici yorumları üzerinden belirlemeyi hedeflemektedir. Araştırma, netnografik analiz yöntemiyle dizinin resmî Instagram hesabında paylaşılan reelslarda yer alan izleyici yorumları temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Analizler izleyicilerin diziye neden yoğun ilgi gösterdiğini, dizinin izleyicilerde nasıl bir duygusal etkileşim oluşturduğunu ve izleyicilerin ortak davranış kalıplarını saptamaya odaklanmaktadır. Bulgular, izleyicilerin “Bahar” dizisine karşı güçlü duygusal tepkiler verdiğini ve bu tepkileri sosyal medya platformları üzerinden ifade ettiklerini göstermektedir. Elde edilen sonuçlar izleme deneyiminin kolektif bir görünüme dönüştüğüne ve dizide işlenen konudan bağımsız sahnelerin mizahi öğelerle donatılmasının izleyicide pozitif bir atmosfer oluşturduğuna ve bu havanın izleyicilerin tepkilerine de açık bir şekilde yansıdığına işaret etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** TV Dizileri, Bahar Dizisi, İzleyici Etkileşimi, Duygusal Etkileşim, Netnografik Analiz

\*Öğr. Gör. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Osmaniye, Türkiye

E-mail: tesinakgul@osmaniye.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6790-0420

DOI: 10.37679/trta.1520049

Akgül, T. E. (2024). Ekranlarda Mevsim Değişikliği: Bahar Dizisine Yönelik Duygusal Etkileşimler Üzerine Netnografik Bir Analiz. TRT Akademi, 9(22), 810-835. <https://doi.org/10.37679/trta.1520049>

### Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 21.07.2024

Revizyon Tarihi: 15.08.2024

Kabul Tarihi: 13.09.2024

## Seasonal Change on Screens: A Netnographic Analysis on Emotional Interactions Towards the Bahar Series

Tuğçe Esin AKGÜL

### Abstract

Television series are one of the powerful cultural tools that encourage viewers to form emotional bonds and experience deep personal interactions. In this context, viewers feel the need to express their emotional reactions to the characters and plots of the series based on their personal experiences or by developing empathy. The desire for emotional-based interaction is embodied through audience comments and shares on social media platforms, thus the depth and dynamics of the relationship between the series and the audience become more evident. This study, which deals with the emotional interactions of the viewers of the series Bahar (2024) broadcast on Show TV, aims to determine the emotional effects of the series on the viewers and the reflections of these effects on community behaviours through viewer comments. The research was conducted through netnographic analysis method based on the audience comments on the reels shared on the official Instagram account of the series. The analyses focus on determining why the viewers show intense interest in the series, what kind of emotional interaction the series creates in the viewers and the common behavioural patterns of the viewers. The findings show that viewers have strong emotional reactions to the series "Bahar" and express these reactions through social media platforms. The results obtained indicate that the viewing experience turns into a collective view and that the humorous elements of the scenes independent of the subject matter of the series create a positive atmosphere in the audience and this atmosphere is clearly reflected in the reactions of the viewers.

**Keywords:** TV Series, Bahar Series, Audience Interaction, Emotional Interaction, Netnographic Analysis

### Research Paper

Received: 21.07.2024

Revised: 15.08.2024

Accepted: 13.09.2024

## 1. Giriş

Dijitalleşme ve yakınsama olgularının iç içe geçmiş olduğu iletişim ekosisteminde yerel içeriklerin küresel dolaşımının artmasıyla birlikte geleneksel televizyon dijital olarak dönüşerek içeriğin üretim ve tüketim biçimlerini farklılaştırmıştır (Başlar, 2021, s. 415). Geleneksel medyada tüketiciler sessiz ve görünmez bir görünüm sergilerken yeni tüketiciler ise tepkide bulunan görünür bir biçimi tercih eden yapıdadır (Fuchs, 2015, ss. 39-40). Televizyonla bağlantılı ilerleyen sosyal medya ile televizyon izleme deneyimi önceki dönemlere kıyasla etkileşimli ve sosyal bir biçime dönüşmüştür (Khoshrouzadeh ve Salleh, 2016, s. 1). Sosyal ağlarla gelen zorunlu yapısal dönüşüm bir topluluk olarak bireylerin izleme davranışı üzerindeki değişiklikleri anlama ve sınıflandırma isteğini açığa çıkarmıştır. Medya endüstrisinin varlığını sürdürebilmesindeki etkenlerden biri uzun vadede izleyici beklentisini karşılayabilmek olmasından dolayı içerikleri sosyal medya ile uyumlaştırmanın öne çıkarıcı bir etki oluşturduğunun da farkına varılmıştır.

Televizyon programları ve sosyal medya etkileşiminde izleyici katılımının artması, anlık geri bildirim sağlama ve yapımla izleyici arasındaki duygusal bağın kuvvetlenmesine dayalı olarak hayran topluluklarının oluşma şansı ile reklam ve iş birliği faaliyetleri için yeni bir mecra elde etme fırsatı tanımaktadır. Bu bağlamda izleyiciler kullanıcı oldukları sosyal medya platformlarından programa ait düşüncelerini olumlu veya olumsuz olarak paylaşabilmekte dilerse yapımcılarıyla ya da oyuncularıyla temaslarda bulunabilmekte ya da diğer izleyicilerle etkileşim ağında kalabilmektedir. Söz konusu etkileşim bireyleri izleyici ve kullanıcı konumundan katılımcı bazı durumlarda ise yönlendirici konumuna taşımaktadır. Bu noktada etkin sosyal medya yönetimi gerçekleştiren yapımlar için reklam ve iş birliği faaliyetleri işlevsel olarak kullanıldığında katılımcı potansiyelini de artırmaktadır.

Televizyon dizileri odağında bakıldığında tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmenin bir yolu olarak sosyal medya daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşmaya alan tanımaktadır. İzleyicilerin ilgisi trend olan videolarla artırılabilirken bazı içeriklerin viral olması tanınırlık ve diziye karşı sempati uyandırmada dolayısıyla izleyici kitlesinin artışında etkili olmaktadır. Geri bildirimler aynı zamanda dizinin seyrini de etkileyebilmektedir çünkü yapımcılar izleyici tepkisinin iz düşümünü sosyal medya etkileşimlerinden okuyabilmektedir.

Bütüncül bir bakış açısıyla sosyal medya ve televizyon programları etkileşimi değerlendirildiğinde talepler dizinin kültürel etkisini artırırken diğer yandan oyuncuların sahne alanının kısıtlanmasına ya da yapımcı da oluşan baskı nedeniyle yaratıcılığın körelmesine de olumsuz etkide bulunma ihtimali de göz ardı edil-

memelidir. Sosyal ağlarda diziye yönelik yayılan tartışmalı içerikler ya da genel izleyiciyi rahatsız eden sahnelerin yayılımı hızla gerçekleştiğinden aynı ölçüde etkileşimin zararlarına da tanıklık edilmektedir. Mevcut yayılımın bir diğer etki alanı ise katılımcı izleyicilerin daha sonradan izleyecek olan izleyici kitlesi açısından spoiler kaynağı oluşturmasından kaynaklanmaktadır. Bu durum izleyicinin duyduğu heyecanı köreltirken dizinin tamamını izleme isteğini kaçırarak diziyi sosyal medyada hızla tüketilen kısa video içeriklerine de indirgeyebilmektedir. Çerçevesi çizilen tüm olasılıklara karşılık televizyon dizileri ve sosyal medya arasındaki etkileşim kültürel boyutta bir alışveriş alanı olarak ele alınması gereken bir düzeye ulaşmıştır. Bu bağlamda çalışmada 2023-2024 sezonu reyting birincisi Bahar dizisinin resmî Instagram hesabında reelslara yapılan izleyici yorumlarının duygusal etkileşimlerinin netnografik analizi gerçekleştirilmiştir.

## 2. Yeni Medya ile Dönüşen Dizi İzleme Pratikleri ve İzleyiciler

Bireyin kültürü, hayat tarzı ve sosyal alışkanlıkları açısından önemli bir gelişme olarak görülen televizyon hem görsel hem de işitsel popüler bir araç olmasının yanı sıra aynı zamanda kültürel ve endüstriyel bir araçtır. Batı coğrafyasına kıyasla televizyon yayıncılığı ile geç tanışan Türkiye’de televizyon yayıncılığını TRT Öncesi, TRT Dönemi ve Özel Televizyon Yayıncılığı olmak üzere üç dönemde değerlendirmek mümkündür (Pekdemir ve Yılmaz, 2022, ss. 10-11). Yayıncılık tarihine bakıldığında Türkiye’de televizyon programları yayınlarının 1968 yılında dayandığı televizyon dizileriyle ise 1970’li yılların ilk yarısında tanışıldığı gözlenmektedir. İlk yapımlar yerli yapımlar yerine TRT’nin yurt dışından satın almış olduğu yapımların gösterimine dayanmaktadır. Bu tür yapımlar izleyicilerin tek kanala ulaşabildiği zaman içerisinde oldukça ilgi çekici bir görünüm sergilemiştir (Tanrıöver’den aktaran: Doğanay ve Aktaş, 2021, s. 858). 1994 yılında hukuki bir boyutla devlet tekelinin kaldırılarak ticari yayıncılık dönemine alan açılması yayıncılık sektöründe yeni bir dönemin başlangıcını oluşturmaktadır (Pekdemir ve Yılmaz, 2022, s. 11).

2000’li yıllar yayıncılık reklam sektörünün gelişmesi ve ülke ekonomisindeki büyüme ile dizi sektörünün ilerlemesine kaynaklık etmiştir. Yapım şirketlerinin artışı ve dizi sektöründeki niteliksel gelişme ile kaliteli yapımlar ortaya çıkmıştır. Özgün hikâyelerin kurgulanması, duygu yoğunluğunun oyuncuların yeteneği ve çekim teknikleriyle aktarılmasıyla beraber Türkiye dizi ihracatı yapan bir ülke hâline gelmiştir (Çapık ve Dulupçu, 2023, s. 159). 2010’lu yıllara gelindiğinde ise ihracat rakamları büyük ölçüde artış göstermiştir. Bu noktada Türk televizyon dizilerini diğer ülkelere kıyasla öne çıkaran birtakım özellikler bulunmaktadır. Bunlar dizi yapım kalitesinin yüksekliği, duyguların yansıtılmasındaki başarı, hikâye sunum-

larının ve melodram türlerinin özenli yapılandırılmış olması, izleyici ilgisini canlı kılan olay örgülerinden faydalanılması, ilgi çeken mekanlarda çekim yapılması ve etkileyici müzik tercihi olarak sıralanabilir. İfade edilen aşamaların titizlikle gerçekleştirilmesi Türk dizi/film sektörünün önemli aşamalar kaydetmesinde ve dünya çapında tanınmasında rol oynamıştır (Doğanay ve Aktaş, 2021, s. 852).

Mevcut ağ içerisine dâhil olan yeni medya küreselleşme eğilimlerine önemli bir ivme kazandırmış, medya sektöründe ekonomik, toplumsal ve kültürel alanlarda değişime aracılık etmiştir. Medya içeriklerinin dijital alanlarda küresel bazda dolaşıma bırakılması içeriklerin üretim ve tüketim biçimlerinin de kültürel etkiye uyumlanacak biçimde dönüşmesine neden olmuştur (Başlar, 2023, s. 416). Bu süreçte medya şirketleri yakınlaşmayı temel alarak program ve pazarlama stratejilerini yeniden belirlemeye yönelerek medyayı tüketmenin güncel anlamlarına odaklanmaya başlamıştır. Geleneksel medyada tüketici pasif olarak konumlandırılırken yeni tüketicilerin aktif olduğu, medyaya karşı duyulan sadakatin de zaman geçtikçe azaldığı genel kabuller arasında yer almaktadır (Fuchs, 2015, ss. 39-40).

Dijital olanakların film ve dizi izleme platformlarında değerlendirilmesiyle birlikte üyelikle hizmet veren dijital platformların sayısı artmıştır. İzleyiciler böylelikle internet bağlantısına sahip olduğu sürece zaman, mekân ve teknolojik araç fark etmeksizin izleme deneyimini gerçekleştirme şansını elde etmiştir. Aynı zamanda dijitalleşen geleneksel televizyon yayıncılığıyla birlikte izleyicinin etkileşimde bulunabileceği alan genişlemiştir. İzleme deneyimini yaşadığı platformdan, tekrarını izleyebildiği dijital ağdan ya da bir kullanıcısı olduğu sosyal medya platformundan kişisel değerlendirmelerini kamusal alanda ifade edebilen izleyici sahip olduğu gücün farkına varmış ve günümüzde tüketen, yeniden dolaşıma bırakan etiketlerine ek olarak program içeriğini yönlendiren bir konuma ulaşmıştır.

### 3. Sosyal Medyada İzleyicilerin Duygusal Etkileşimleri

Geleneksel deneyimlere karşı kazanılan ivmede dijital yatkınlığı yüksek bir izler kitleyle karşı karşıya kalınması “neyin nasıl sunulduğu” sorgulamasını açığa çıkarmıştır. Bu sorgulama dizilerde bir anlatı türü olarak hikâyeleştirmenin ve önemli unsurların hikâyenin içerisine nasıl yerleştirildiğine odaklanmayı gerekli kılmaktadır (Nacaroğlu, 2022, s. 74). Medya endüstrisi iletişim sistemlerinin potansiyel alanını genişletme çabası için “yayılm” bu göstergeleri kontrol etme becerisi olarak tasvir edilen ekonomik fırsatlar için de “sinerji” kavramını kullanmaktadır (Fuchs, 2015, s. 40). Bu bağlamda sinerji alanının oluşmasında izleme deneyiminde etkili faktörlerden duyguların diziler ve dijital ağlar ekseninde nasıl sunulduğu ve yönetildiği ise yeniden gözden geçirilmelidir.

Duygu sosyolojisi açısından televizyonu ele alan Baker (2010) iletişim araçlarındaki dönüşümün “temsili imajlar” (grafik, resim vb.) ya da “teknik imajlar” (fotoğraf, sinema vb.) ile sınırlandırılmayacak bir “imajlar çağı” içerisinde girildiğini, bilimsel bilgi ya da enformasyon olarak isimlendirilen durumların yerine “düşünce ve imajlar” olarak adlandırılan yeni imaj türlerinin varlığından söz etmektedir. Sosyal medyada ise duygular bireyler aracılığıyla zaman ve uzam çeşitliliğinde yayılmaktadır. Yayılma aşamasında çeşitli etkileşim mekanizmaları devreye girmektedir. Bireylerin iletişimi ile duygusal bulaşmayı etkileyen mekanizmanın ise topluluk yapısının özellikleri olduğu ifade edilebilir (Xiong vd., 2018, s. 185). Böylelikle bireylerin hissetmiş oldukları duygular diğerlerine bulaşma yoluyla aktarılabilen ve bu durum diğerlerinin farkına varmadan benzer duyguları deneyimlemesine sebep olmaktadır. İfade edilen durum duygusal bulaşma olarak adlandırılmaktadır. Yüz yüze iletişim dışında duygusal bulaşmanın gerçekleşme seviyesine odaklanılan bir araştırmada haberlerde olumlu ifadeler azaldığında bireyler gönderilerini daha az olumlu daha fazla olumsuz tonda içerik ürettikleri saptanmıştır. Elde edilen bulgu başkaları tarafından ifade edilen duyguların kişisel duygulara etki etme potansiyelini ve sosyal medya yoluyla büyük ölçekli bir duygusal bulaşmanın gerçekleşebileceğinin de bir göstergesini oluşturmaktadır (Kramer vd., 2014, s. 8788).

Sosyal medyada var olan duygusal izleyici mesajlarının televizyon dizilerinin popülerliği üzerindeki etkisini anlamak amacıyla yürütülen başka bir araştırmada ise anlamlı ve pozitif bir ilişki saptanmıştır (Thaipisutikul ve Tuarob, 2017, s.1). Bu noktada olumlu bir sonuç doğuracak etken olarak anlatı için oluşturulan karakterlerin özelliklerinin hikâye örgüsüne ve hikâyeleştirmeye uygun olması sunulabilir. İzleyicinin karakterle özdeşmesi ve duygusal bir bağ kurması ise başarı ölçütlerinin başında gelmektedir. Bir diğer başarı ölçütü olarak ise izleyicinin karakterler arasında mevcut olan çatışmada taraf tutmasının olduğu ifade edilebilir. Böylelikle izleyici karakterlerden birisinin yanında olarak aynı zamanda karakterin de duygudaşı olmaktadır. Aksi bir durum ile karşılaşmadığı sürece anlatı zinciri sonlanana kadar izleyicinin sadakati ve sempatisi de korunmuş olmaktadır (Nacaroglu, 2022, s. 76).

Duyguların kültürel inşası üzerinden yorumlamalarda bulunmak duygusal tepkilerdeki “kendiliğinden oluşan” bir görünümün arkasında gizlenmiş kültürel etkilerin varlığını kabul etmekle başlamaktadır. Bu anlamlı tepkilerin sosyokültürel ipuçlarından faydalanmak ise toplum içerisinde üretilen ve tüketilen kurgunun türü olan nesneyi analiz etmek için bir tür gerekliliktir. Kültür sosyolojisi açısından özellikle televizyon program kurguları toplum ölçeğinde temel kaygıları değerlendirmek ve geçmiş dönemlerle kıyas etmek kültür içinde yaşanan değişikliklerin de fark edil-

mesine yardımcı olmaktadır. Bir kültürel ürün olarak televizyon dizileri bu bağlamda algı, duygu ve inşa noktasında çok yönlü ilişkilere sahiptir. Bireysellik ve çevresel koşullar duyguları ve gerçeklik algısını şekillendirdiği gibi edinilmiş olan yargılar da olayları değerlendirme biçimlerine ve belirli sosyal ortamlarda diğer bireylerle ilişki kurma biçimlerine aracılık etmektedir (Martínez ve Martínez, 2016, ss. 17-19).

## 4. Yöntem

### 4.1. Araştırmanın Amacı

Geleneksel televizyon izleme davranışında ve izleyici tepkilerinde sosyal ağlar aracılığıyla program ve yapımlara ulaşmanın önündeki zaman ve mekân değerlerinin önemini yitirmesiyle birlikte değişiklikler yaşanmıştır. İzleyici tepkisini diğer izleyicilerle kolaylıkla paylaşabildiği ve ortak bir platformda üzerinde tartışmalar yürütme şansı yakaladığı için dizi/film izleme deneyimi kolektif bir yapıya bürünmüştür. Söz konusu kolektif yapı topluluk olarak düşünüldüğünde ortak beğenileri ya da farklı görüşleri olan çeşitli etkileşimlerin sürdürüldüğü incelenmesi gereken bir araştırma alanını da oluşturmaya başlamıştır. Bu araştırma ifade edilen bakış açısı çerçevesinde izleyicilerinin sosyal medyada bir topluluk oluşturduğu gözlemine dayalı olarak sezonun en yüksek reytingine ulaşarak hızlı bir çıkış yakalayan Bahar dizisini konu edinmektedir.

Dizi & Bölüm	Yayın Tarihi	İkinci Bölüm Artış
Bahar (4. Bölüm)	5 Mart 2024	13,36 reyting
İnci Taneleri (3. Bölüm)	8 Şubat 2024	3,02 reyting
Kızılıcak Şerbeti (44. Bölüm)	22 Aralık 2023	12,29 reyting
Gönül Dağı (116. Bölüm)	2 Aralık 2023	10,51 reyting
Kızıl Goncalar (6. Bölüm)	12 Şubat 2024	9,44 reyting
Yalı Çapkını (48. Bölüm)	1 Aralık 2023	9,06 reyting
Kuruluş Osman (140. Bölüm)	13 Aralık 2023	8,26 reyting
Yargı (72. Bölüm)	19 Kasım 2023	8,24 reyting
Ömer (38. Bölüm)	8 Ocak 2024	7,57 reyting
Kudüs Fatih Selahaddin Eyyubi (1. Bölüm)	13 Kasım 2023	7,36 reyting

**Tablo 1.** Sezonun En Yüksek Reytinge Ulaşan Dizileri (Eylül 2023- Mart 2024)

**Kaynak:** (Sakar, 2024, s. 5).

*Bahar* ikinci bölümdeki hızlı yükselişini üçüncü ve dördüncü bölümünde de sürdürerek 5 Mart 2024 tarihi itibarıyla Eylül 2023-Mart 2024 sezonunun en yüksek artışını gerçekleştirmiştir *Masumlar Apartmanı* (2020) dizisinden günümüze kadar herhangi bir dizide 4 puanı aşan bir artış gözlenmezken başrolünü Demet Evgar'ın Mehmet Yıldız Ak ve Buğra Gürsoy ile paylaştığı *Bahar* dizisi 4,60 puanla son üç sezonun en yüksek reytingine ulaşmıştır (Sakar, 2024, ss. 4-5).

Dizi Adı	Başlangıç Tarihi	İkinci Bölüm Artış
Masumlar Apartmanı	15 Eylül 2020	+6,37 puan
Mucize Doktor	12 Eylül 2019	+6,31 puan
Bahar	13 Şubat 2024	+4,60 puan
Teşkilat	7 Mart 2021	+3,83 puan
Sen Çal Kapımı	8 Temmuz 2020	+3,43 puan
Yalı Çapkını	23 Eylül 2022	+3,45 puan
Sefirin Kızı	16 Aralık 2019	+3,17 puan
Camdaki Kız	8 Nisan 2021	+3,02 puan
Kızıl Goncalar	18 Aralık 2023	+2,56 puan
Kırmızı Oda	4 Eylül 2020	+2,52 puan

**Tablo 2.** Son 5 Sezonun En Yüksek Çıkış Yapan Dizileri.

**Kaynak:** (Sakar, 2024, s. 5).

*Bahar* dizisi ekranlarda uzun zaman sonra dikkat çekici bir senaryo ile izleyicinin ilgisini çekmeyi ve bu ilgiyi sürdürmeyi başarmıştır. Son zamanlarda ekranlara hâkim olan dram ve entrika ağırlıklı dizi konuları içerisinde *Bahar* hikâye anlatım tekniklerinin farklılığıyla öne çıkmaktadır. Popülerliğinin sürdürülmesindeki en önemli etkenlerden biri ise sosyal ağlardır. Dizinin resmî sosyal medya hesapları (Instagram, YouTube, X) aktif bir şekilde paylaşımlarını sürdürmektedir. Söz konusu paylaşımlar genellikle izleyicinin hikâyenin içerisine dâhil olmasına zemin hazırlayacak türdeki editlerden oluşmaktadır. Bu şekilde izleyiciler sosyal medyada dizinin takipçisi olarak duygu ve düşüncelerini ifade edebilecekleri bir alana sahip olmaktadır. Etkileşim ve izleyici tepkilerine dair araştırmacının gerçekleştirmiş olduğu ön araştırma safhasında dizinin resmî hesapları içerisinde etkileşim oranı en yüksek içeriklerin Instagram reels kategorisinde yer aldığı saptanmıştır. Reelslar ek olarak diğer takipçiler ile Instagram DM aracılığıyla kolaylıkla paylaşılabilirdiği



için etkileşim potansiyeli yüksek içerikler olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı bir topluluk olarak Bahar dizisi izleyicilerinin Instagram platformu özelinde reelslarda gözlenen izleyici etkileşimlerini netnografik yöntemle analiz ederek bu etkileşimlerin topluluk dinamikleri, anlatı yapısı ve sosyal medyada izleyici davranışları üzerindeki etkilerinin kolektif bir deneyim olarak nasıl şekillendiğini belirlemektir. Araştırmanın alt amaçları ise:

*Bahar* dizisi izleyicilerinin Instagram platformundaki yorumlarını inceleyerek, dizinin anlatı yapısının yorumlarda nasıl değerlendirildiğini ve hangi temaların ön plana çıktığını belirleyerek bir topluluk olarak nasıl bir duygusal etkileşim ortamı oluşturduğunu incelemek.

- İzleyici yorumları aracılığıyla dizinin izleyicilerde uyandırdığı genel algıyı ve bu algının olumlu, olumsuz ve nötr tepkilerle nasıl yansıdığını saptamak.
- İzleyicilerin hangi ortak ifade biçimlerini kullandıklarının ve değerlendirme biçimlerinin kolektif bir deneyim olarak nasıl şekillendiğinin ortaya konulması.

## 4.2. Araştırma Yöntemi ve Verilerin Toplanması

Araştırmada sosyal medya evreninde etkileşimin yoğunluklu olarak yaşandığı alan olarak Instagram reelsları örneklem olarak seçilmiştir. *Bahar* dizisinin resmî Instagram hesabında 2MN üzerinde izlenen 81 videoya yapılan izleyici yorumlarından diğer kullanıcılar tarafından yüksek beğeni alarak duygusal etkileşim görünürlüğü en yüksek 5 yorum analize dâhil edilmiş, toplamda 405 yorum (reklam içerikli yorumlar, konu ile ilgisi olmayan yorumlar, argo sözcük içeren ya da sadece gif veya emojiden oluşan yorumlar dâhil edilmemiştir) sınırlığında netnografik analiz gerçekleştirilmiştir.

Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya platformlarındaki gelişmeler siber uzamın adeta bir yaşam alanı hâline gelmesine ve bu alanda çeşitli topluluklar ile kültürlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu bağlamda, siber uzam bir araştırma alanı olarak önem kazanmış ve geleneksel etnografi yöntemleri yerine, çevrimiçi ortamlara daha uygun olan netnografi yöntemi öne çıkmıştır. Netnografi, geleneksel netnografinin bazı eksikliklerini gidererek çevrimiçi araştırmalar için etkili bir araç hâline gelmiştir. Sosyal medya üzerinde netnografi kullanılarak yapılan araştırmalarda araştırmacılar çok çeşitli verilere eşzamanlı olarak erişebilmektedir. Geçmişteki paylaşımlar ve bu paylaşımlarla ilgili yorumlar dâhil olmak üzere yazılı ve görsel içerikler, diyaloglar ve istatistiksel bilgiler gibi birçok kaynağa rahatça

ulaşılabilir. Bu durum geleneksel etnografinin bazı dezavantajlarını ortadan kaldırarak sosyal bilimler için dijital ortamda kullanışlı bir yöntem sunmaktadır (Çetin ve Ayhan, 2020, s. 56). Avantajların yanı sıra netnografi yönteminin birtakım dezavantajları da söz konusudur. Araştırmacılar tarafından göz ardı edilmemesi gereken dezavantajları ise sınırsız depolama ortamında veri toplamakta yaşanan zorluklar, araçsal metin aramalarının kolaylıkla uygulandığı ortamda amaçsız sonuçlar içerisinde amaçlanan sonuçların kaçırılması, web temelli ortamlarda dosyaların kaybolmaya karşı savunmasızlığı, araştırmacının kodlama tuzağı (Richard, 2005) adı verilen yanılgıya düşerek teoriden bağımsız hareket etmesi ya da analitik araçların yazılım yeterliğinin netnografinin planlarının önüne geçmesi gibi durumlar olarak sıralanabilir (Kozinets 2010; akt. Özbölük ve Dursun, 2015, s. 238).

Sosyal medyada bireyler ilgi alanları ile ortak zevkler ya da hayaller, korkular veya belirli çıkarlar zemininde bir arada bulunarak sosyal grupları oluşturmaktadır. Beraberlikten doğan kültüre paralel olarak birtakım davranışlar sergilemekte ve tüketim pratiklerine etki eden bir mekanizma şeklini almaktadır. Sosyal ağlardaki etkileşim anlayışından hareketle geliştirilmiş olan netnografi sosyal medyaya dayalı bir içgörü oluşturma yöntemi olarak işlev görmektedir (Varnalı, 2019, ss. 21, 222). Bireylerin deneyimlerini kültürel çeşitliliğiyle koruyan, esnek, bağlamından koparmayan ve veri sağlama konusunda oldukça geniş bir alan tanıyan sosyal medyayı araştırmacının bir yolu olarak netnografi sosyal ağ topluluklarının arasındaki etkileşimin incelenmesine olanak sağlayan bir yöntemdir (Kozinets, 2020). İfade edilen avantajlar sebebiyle bu araştırmada netnografi yöntemi uygulanmıştır. Araştırma soruları ise şu şekildedir:

- *Bahar* dizisi izleyicileri Instagram platformunda duygusal etkileşim bağlamında nasıl bir topluluk oluşturuyor?
- *Bahar* dizisinin anlatı yapısı izleyicilerin değerlendirmelerine nasıl yansımakta ve hangi temalar yorumlarda ön plana çıkmaktadır?
- *Bahar* dizisi izleyicileri hangi ortak ifade biçimlerini kullanmakta ve ifadeler kolektif bir deneyim olarak nasıl şekillenmektedir?

## 5. Bulgular ve Yorum

### 5.1. Dizinin Künyesi ve Hikâyesi

Analize tabii tutulan *Bahar* dizisine ait künye bilgileri ve dizinin kurgusuna konu edilen *Doctor Cha*'dan uyarlanan hikâyenin özeti şu şekildedir:

<b>Yönetmen</b>	Neslihan Yeşilyurt
<b>Yapım</b>	MF Yapım
<b>Uyarlama</b>	Doctor Cha (Güney Kore Dizisi)
<b>Senaryo</b>	Ayça Üzüm
<b>Oyuncular</b>	Demet Evgar (Bahar Yavuzoğlu): Ana Karakter Mehmet Yılmaz Ak (Timur Yavuzoğlu): Bahar'ın eşi Buğra Gülsoy (Evren Yalkın): Bahar'ı ameliyat eden doktor Hatice Aslan (Nevra Yavuzoğlu): Timur'un annesi Ecem Özkaya (Rengin Çevik): Timur'un eski sevgilisi, hastanede doktor Elit Andaç Çam (Çağla Sert): Bahar'ın yakın arkadaşı, doktor Demirhan Demircioğlu (Aziz Uras Yavuzoğlu): Bahar ve Timur'un oğlu Alina Sezen Sever (Umay Yavuzoğlu): Bahar ve Timur'un kızı Sena Kalıp (Parla): Rengin ve Timur'un kızı Nil Sude Albayrak (Seren): Hastanede doktor, Aziz Uras'ın sevgilisi Füsun Demirel (Gülçiçek Özden): Bahar'ın annesi Ege Erkal (Doruk): Hastanede doktor Yasemin Kay Allen (Dora Ersoy): Evren'in yetimhane arkadaşı, avukat
<b>Türü</b>	Dram/Komedi
<b>Yapım Yılı</b>	13 Şubat 2024
<b>Kanal</b>	Show TV
<b>Süre</b>	120 Dakika
<b>Sezon/ Bölüm Sayısı</b>	1 Sezon 16 Bölüm

**Tablo 3.** Dizinin Künyesi

Hikâye ismini de aldığı Bahar karakteri üzerinden kurgulanmaktadır. Bahar, tıp fakültesi mezunu bir doktor olmasına rağmen genç yaşta evlenerek çocuk sahibi olmayı seçerek mesleğini hiç yapmadan kendisini çocuklarına ve ailesine adanmış fedakâr ev hanımı bir karakter olarak tasvir edilebilir. Hayatının büyük bir çoğunluğunu eşinin, çocuklarının ve kayınvalidesinin isteklerini yerine getiren edilgen ve toksik pozitif bir ruh hâli içerisinde gününü ev işleriyle geçiren ancak ev içerisindeki emeği görmezden gelinen ve değersizleştirilen bir şekilde yaşamını sürdürmekteyken karaciğer yetmezliği tanısı alarak acilen nakil olması gerektiği öğrenilir. Eşi ülkenin tanınmış başarılı cerrahlarından biri aynı zamanda varlıklı bir ailenin oğludur. Bahar'a hastalık tanısı koyulmasından sonra tek doku uyuşması sağlanan karaciğer kendisine aitken donör olmayı kabul etmemiş ve eşinin kendi hastanesinde tedavi görmesini dahi uygun görmemiştir. Çünkü aynı hastanede gençlik yıllarından eski

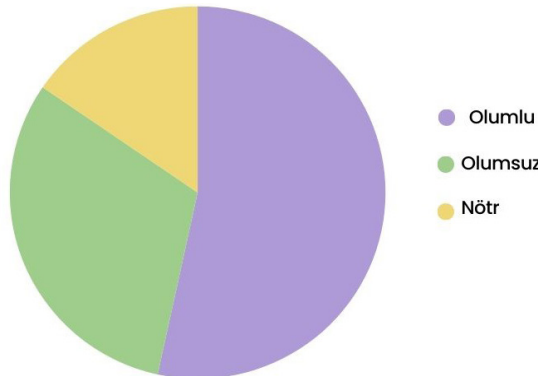
sevgilisi Dr. Rengin ile çalışmakta ve kendisiyle üç yıldır bir ilişki sürdürmektedir.

Bir bağışçı sayesinde Bahar yeniden sağlığına kavuşmaktadır. Yaşamında her şeyi yeniden inşa etmek üzere yola koyulan Bahar kendi istek ve hayallerini ön plana alarak ev içerisindeki adil olmayan emek gücünü sergilemekten vazgeçip temizlik ve yemek işlerini bırakarak TUS (Tıpta Uzmanlık Sınavı) hazırlanır. Bu sırada eğitim ücretini dahi karşılamayan eşine farklı şekilde davranarak şaşırtıcı hareketlerde bulunur, yüklü miktarlarda alışverişler yaparak artık ikinci Bahar döneminin başladığına dair sinyalleri verir. Sınavda gerekli başarıyı elde eden Bahar, asistan doktor olmak için eşinin hastanesine başvuru yapar, başvuru öncesinde evlenmeden önceki soyadına dönerek eşinden dolayı imtiyaz gösterilmesinin önüne geçerek kendi emeğiyle hastanede çalışma hayatına atılır.

Hastanede oğlu, eşi ve eşinin sevgilisi ile aynı ortamda olmak için kazanması gereken farklı sınavları başlar. Bu sırada en büyük destekçisi yine aynı hastanede çalıştığı ameliyatını gerçekleştiren sonrasında aralarında bir dostluk bağı gelişen Dr. Evren olur. Zorlu süreçlerden geçerken Bahar hastalığına ve ihanete uğramış olmasına rağmen çevresine karşı her zaman sevgi dilini kullanmaktan, mesleği için emek vermekten ve önüne çıkan engelleri adil bir şekilde aşmaya çalışmaktan vazgeçmeyen bir görünüm sunar. Dramatik durumların içindeyken dahi kendine ait olan neşeli ve mizah yönü kuvvetli tavırlarından ödün vermeden sergiler tüm performansını. Aynı hava tüm hastaneye sarar ve olaylar benzer tonda ilerlemeye devam eder.

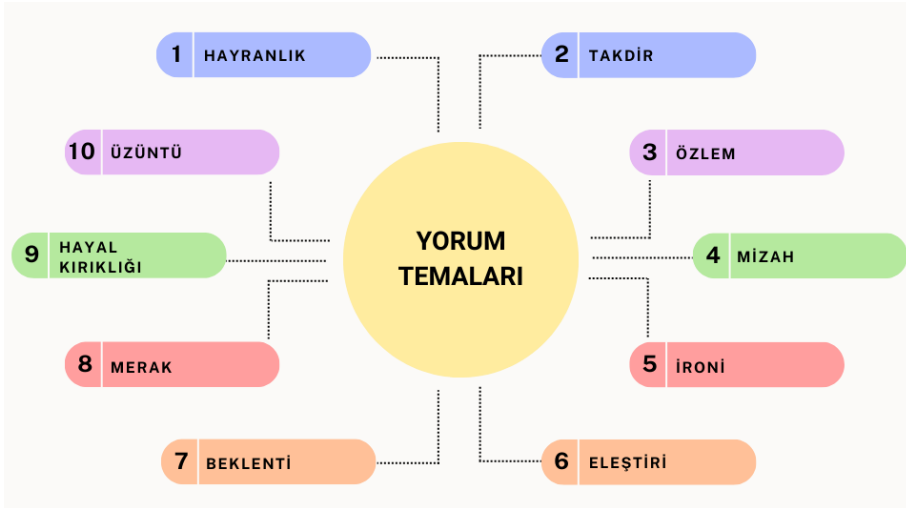
## 5.2. İzleyici Yorumlarına Panoramik Bir Bakış

*Bahar* dizisi izleyicilerinin Instagram reelslara yaptıkları yorumlar duygusal etki-leşim açıdan incelendiğinde kullanıcı yorumlarının büyük bir çoğunluğu olumlu tonda yorumlar yaparak diziyeye geri bildirim sağlamıştır. Yorumlara bakıldığında:



Şekil 1. Yorumların Tonu

405 yorumun %53,42'sinin olumlu tonda, %31,14'ünün olumsuz ve %15,44'ünün ise nötr tonda yorumlarda bulunduğu saptanmıştır. Olumlu yorumlar içerisinde hayranlık, takdir, özlem barındırırken olumsuz yorumlarda ironi, eleştiri, hayal kırıklığı, üzüntü ifade edilmekte, nötr yorumlar ise mizah, merak ve beklenti içermektedir. Olumlu yorumlar çoğunlukla izleyicilerin oyunculara ve senaryoya karşı beğenilerini içerirken olumsuz yorumların büyük bir çoğunluğunu ise sosyal medyaya yönelik üretilen içeriklerin daha sık paylaşılmasına yönelik talepler oluşturmaktadır.



Şekil 2. Yorumların Temaları

İzleyicilerin duygusal etkileşimleri en çoktan en aza doğru incelendiğinde yorumların hayranlık, takdir, özlem, mizah, ironi, eleştiri, beklenti, merak, hayal kırıklığı, üzüntü temalarını içerdiği saptanmıştır. İzleyici yorumları en çok dizi ve oyunculara yönelik hayranlık ve takdir ifadelerini içeren değerlendirmelere dayanmaktadır.

### 5.3. “Son Dönemin Efsanesi: Bahar”

Hayranlık ve takdir ifadelerini içeren en çok değerlendirme dizinin başrolü Bahar karakterine aittir: “Son dönemin efsanesi”, “Bahar son zamanların en güzel dizisi diyenler”, “Seneler sonra hayatımızın ortasına yerleşen mükemmel bir dizi yaa”, “Bizde çok severek izliyoruz herkesin emeklerine sağlık çok şukur harika bir dizi”, “Çok güzel. Severek izliyoruz. Bahar’ı yürekten alkışlıyoruz”, “Hak ediyorsun birinciliği BAHAR...”, “Uzun zamandır ilk defa bir diziyi ipe çekiyorum resmen”, “... bu kadar güzel bir dizi yoktu”, “Her hafta heyecanla beklediğim tek dizi Saat-

ler geçmiyor”, “Heyecanla bekliyorum tek izlediğim dizi insallah güzel bölümler bekliyorum”, “... efsane dizi bayılıyorum” şeklinde izleyiciler beğenilerini ifade ederken senaryonun uyarılma olmasına rağmen orijinalinden daha başarılı bulduklarını da belirtmektedir “Orijinalinden daha iyi dizi yapmayı nasıl başardınız ya”. Dizideki mizahi dil kullanımı izleyicilere de yansıyarak yorum yaparken mizahi bir anlatımla düşüncelerini aktarmalarına yol açmıştır: “Haftada iki gün olabilir mi yayın”, “Saliya kaç yıl var daha ya”, “Dizinin tek kusuru haftada iki kez olmaması”.

Televizyonda son yıllarda (2019-2023) yoğunluklu olarak dram türünde psikolojik, tarihi, toplumsal ilişkiler temelli konularda çeşitlenen yapımlarda üretilen diziler yer almaktadır (Dursun, 2024, s. 430). İzleyiciler ekranların genel havası hâline dönüşen olumsuz olaylar dizgesiyle yüklü dizilerden sonra dramatik sahnelerin dahi komedi öğeleriyle donatılarak sunulmasına hayranlık duyduklarını ve bu duyguyu hissetmeyi özlediklerini yorumlarında diğer dizilerle açıkça kıyas ederek ifade etmiştir: “Demek ki neymiş izleyici diziden çok iyi anlıyormuş senaristler güzel dizi yaparsa böyle izlenir işte”, “İnanılmaz komikler ya bu sahneye 10 gün falan gülerim artık”, “Muhteşem bi bölümdü herkesi tebrik ediyorum gerçekten böyle dizileri özlemişim entrika yok kötülük yok şiddet yok mafya yok mis gibi ya”, “Çok güzel dizi farklı tarzı var, silahlar yok, mafya yok, hanimagalar yok”, “Keşke bu tür muhteşem diziler daha fazla olsa da izlesek”.

Benzer temada izleyiciler ekranlara hâkim olan belirli yaşam alanlarında tek tipleşmiş, gerçekçi olmayan yaşamların sunumundan uzak oyunculuklar sergilediklerini ileri sürerek gerçekçi senaryoların işlendiği dizilere duydukları özlemi de açığa çıkarmıştır: “Müthişti ya. Her sahne olay. Oyunculuk izlemeye hasret kalmışız...”, “Ekip de bir tane rolünü kötü oynayan yok hepsi ayrı ayrı rolüne yaklaşıyor ve gelmiş geçmiş akılda kalacak en güzel dizilerden olacak gibi”. İzleyicilerin de dile getirdiği üzere ekranlarda sıkça rastlanan psikolojik drama türündeki diziler gündelik hayat içerisinde yaşanan doğal afetler ve savaşların sürdüğü bir çağda izlenmek istenmeyen görüntüleri oluştururken bu tür yapımların yerine umut veren özellikle de kendi içindeki güçle tanışan kadın sahnelerine karşı talep artmaktadır (Doğan, 2024, s. 12).

Bu bağlamda izleyicilerin diziyeye karşı hissettiği olumlu duygular izleme tercihlerinde etkili olmuş “aşırı izleme (binge-watching)” davranışı geliştirmelerine yol açmıştır. Bir dizinin bölümlerinin gün içerisinde ardı sıra izlenmesi olarak tanımlanan aşırı izleme (Eyrek, 2022, s. 90) *Bahar* dizisi özelinde oyuncuların performansı ile ilişkilendirilmektedir “Hak ediyorsun birinciliği BAHAR Sıkılmadan izliyorum hemde iki defa”, “Bugün 3 bölüm birden izledim. Mükemmel oyunculuk. Demet Evgar sen şahane bir kızsın gerçekten”.

Diğer bir takdir toplayan durum ekran önündekilerin planlamasının başarısına yönelik olarak cast ekibinin doğru seçimlerle oluşturulduğuna dair yöneltilen yorumları içermektedir: “Parla ile annesinin sesi de yüzü de aynı. Cast ekibi mükemmel bir iş çıkarmış, gerçek anne kız gibi. ”, “Rengin ile kızını bu kadar benzetmeyi nasıl başardınız ya huy olarak da tıpa tıpa aynı oynuyorlar”, “Yalnız Rengin’in kızının bu kadar Rengin’e”, Bahar’ın kızının da Bahar’a benzemesine ne demeli”, “Yaa niye kimse Buğrayı konuşmuyor. Bu rolü başkası oynamasaydı zaten tam Buğralık”, “Havada karada hastanede Kaplan Evren Hoca”, “Hatice aslan öyle güzel oynuyor ki, nevra dan nefret ediyorum”.

#### 5.4. “Bahar’ın Alametifarikası Nedir?”

Kullanıcı yorumlarında işaret edilen “Bahar’ın alametifarikası nedir?” sorusunun yanıtı dram sahnelerine komedi unsurları katarak oynama konusunda uzmanlaşan başrol oyuncusu Demet Evgar’ın oluşturduğu atmosfere dayandırılmaktadır (Doğan, 2024, s. 14). Klasik anlatılarda kahramanların hikâye içinde evrimleşmesi önemli ipuçlarına işaret etmektedir. Dizi kurgusunda en çok sahne performansı gösteren ve genellikle hikâyenin üzerinden kurgulanmasından dolayı kahraman başrol oyuncusu olarak kabul edilmektedir. Sözlü veya yazılı kültürde işlenen kahramanlık hikâyelerindeki işlevler ve kahramanın geçtiği yollar dizi anlatısını yorumlamakta da işlevsel olarak kullanılabilir. Joseph Campbell mitlere odaklandığı “Kahraman’ın Sonsuz Yolculuğu” isimli eserinde kahramanın maceralarını “erginlenme” ve “dönüş aşamaları” üzerinden temellendirmektedir. Erginlenme aşaması kahramanın farklı zorlukları deneyimleyerek aynı zamanda da güçlendiği bir evreye karşılık gelmektedir. Bahar karakterinin yayınlanan ilk dört bölümü benzer yollardan geçen bir hikâye örgüsünde “sınavlar yolu” şeklinde Campbell’in eserine göndermede bulunmaktadır. Evdeki karakterler arasında hiyerarşik yapıda alt katmanda yer alan Bahar’ın dönüşüm süreci kabullenilmek istenilmemesinden dolayı çalışma hayatında maruz kaldığı ve yetersiz olduğuna dair yapılan sözlü şiddet vurgularına ek olarak eşi tarafından “mansplaining” olarak adlandırılan manipülasyon tekniğine de maruz kalmaktadır (Gürer ve Gürer, 2024, s. 68). Mansplain, daimi olarak erkekler tarafından sözlerinin kesilerek küçümsendiğini hisseden kadınların duygularına atıfta bulunmaktadır. Sözlerinin, fikirlerinin ve yeteneklerinin gölgede kaldığı, göz ardı edildiği hatta bazı zamanlarda fikirlerinin başka bir erkeğin düşüncesi şeklinde sunulduğu durumları kapsamaktadır. Dolayısıyla bu durum kadınların hayatlarını ve kariyerlerini nasıl şekillendirdiğine etki eden cinsiyetlendirilmiş sosyolojik bir fenomeni işaret etmektedir (Bridges, 2017, s. 95). Mansplain, Bahar’ın çalışma yaşamından önce

ev içerisinde sonrasında ise hastanede sıklıkla yaşadığı karşılaştığı durumlardan biridir.

Erginlenme süreci içerisinde Bahar birtakım sınavlardan geçmeye çalışırken Bahar'ın inşa etmiş olduğu karakterine ve duyguyu yansıtan oyunculuk yeteneğine dair yöneltilen övgüler izleyicilerin yorumlarında içtenlikle dile getirilmiştir:

“Muhteşem oyuncuların hepsi iyi.. gerçekten bahar geldi televizyona”, “Kimi zaman gözlerim doluyor, kimi zaman kahkahalarla gülüyorum. Ne kadar ihtiyacımız varmış sana BAHAR”, “Bu yılın en iyi kadın oyuncusu ödülü Demet Evgar'da..”, “Demet her rolün hakkını veriyor, efsane tanıtım olmuş. Sayesinde televizyon izler oldum”, “Demet Evgar süpersin süper”, “Oyunculuğu tartışılmaz, harikasin DEMET EVGAR”, “Bu karakteri senden daha iyi kimse oynayamazdı be demet”, “Baharın yerine başka bir oyuncu olmazmış gibi geliyor ya tebrikler Demet Evgar”, “Demet Evgarı özlemişiz”, “Ya çok iyi geldin bana bahar Demet Bahar'la birleşince yaz geldi resmen”.

Oyunculuk yeteneğine ek olarak karakterin olayların karşısındaki duruşuna dair beğeniler de değerlendirmelerinde etkili olmuştur: “Off baharın tavırlar”, “Herkes sussun Bahar konuşsun nokta”, “Mekana gidip yüzlerini görmeye tenezzül bile etmedi asalet”, “Buluşmaya kendi gitmeye bile gerek görmedi orkide gönderdi kraliçe ya”. Bu noktada karşıt görüş üreterek olumsuz bir olaya tepkinin sessizlik olmaması gerektiğini vurgulayan, intikam isteği duyan şiddet yanlısı tutumlar görmeyi bekleyen bir izleyici kitesinden de söz etmek mümkündür: “Sen evi yık ben çayı koyuyorum Bahar”, “bu bölüm tam bir hayal kırıklığı Baharın öğrendiği bölümün daha heyecanlı geçeceğini düşünmüştüm hep”, “Gerçekten çok daha iyi bir intikam sahnesi bekliyordum resmen hüsranla karşılaştık”.

Aktarılan yorumlar alanda yıllardır tartışılan “Ekranlar mı şiddete yöneliyor yoksa var olan şiddetin bir temsili mi sunuluyor?” tartışmasının da bir görünümünü sergilemektedir. Şiddet içeren tepkilerde bulunmayan Bahar karakterinin dizinin özünden sapmamasını takdir eden izleyiciler sunulan algının değişmemesinden memnuniyet duyduklarının altını çizmiştir: “Bahar evi yakacak sananlar”, “Bahar karakterini tam anlayıp benimsemeyen kişiler intikam sahnesinden memnun olmamışlar gayet kendi kişiliğine ve karakterine uygun harika bir intikam sahnesiydi ne bir eksik ne bir fazla, öyle sevgi dolun bir kalbin gidişi ancak bu kadar asil ve gururlu olabilirdi. Memnun kalmayanların istediği intikamı ancak Rengin verebilir :))”.



Bahar'ın mücadele etmesi gereken zorluklar sadece eşi, eşinin sevgilisi ve çalışma yaşamında karşılaştığı mobbing ile sınırlı değildir. Yeni bir yaşama adım atmasıyla birlikte çoğu zaman ailesindeki hemcinslerinin de (Nevra Hanım, Gülçiçek Hanım ve Umay) tepkilerine maruz kalmakta sağlığını ve ailesini ihmal etmesiyle ileride yaşanması muhtemel olumsuzlukların nedeninin yeni tercihleri olacağına dair psikolojik şiddete de maruz kalmaktadır.

Maruz kaldığı tepkilere kararlı bir karşı duruş sergileyen Bahar'ın izleyicileri toplumsal cinsiyet rollerine göndermede bulunulmasından hoşnut olarak farkındalık oluşturucu düşüncelere sevk edeceği yönünde kuvvetli bir inanca sahiptir: “Kadının hizmetçi olmadığını, kadınların gözlerini açmalarını gerektirdiği bir dizi”, “Bahar harikasin ayrıca arkadaşı da çok tatlı ve çok başarılı eminim bütün evlerde hafiften ayaklanmalar da başlamıştır”, “İyi sabrediyor ben yapmam, yapmayın... izin vermeyin...güzel mesajlar, farkındalıklar var... kimse için kendinizden vazgeçmeyin öncelik kendiniz olsun.. 1 tane hayat var”, “Bahar tüm kadınların sesi olabilir misin ? Acaba”, “Ülkede kaç kadının sesi oldu acaba. Farkındalık yaratan sahneler cümleler yaşanmışlıklar. Anelik içten gelen yoğun bir duygu fakat sanki dengeyi koruyamamış üstüne de bir görünmezlik pelerini takmış gibi yaşayan anneler biraz ben demek gerçekten çok önemli”, “Bir dizi ki tüm kadınlara kendi potansiyellerini hatırlattı. Gönüllerimize bahar gibi geldin BAHAR.” vb. yorumlar ile düşüncelerini ekranlarda sunulan kadınlık ve annelik rollerinin pasifize edilerek edilgen bir duruş sergileyen karakterlerle çevrili olmasına bir tepki olarak biçimlendiren izleyiciler güçlü kadın duruşunu görmeyi özlediklerini işaret etmiştir: “Güçlü kadın görmeyi çok özlemiştim Bahar ekranlara resmen Bahar getirdi”, “... güçlü kadınlar varolsun”, “Güçlü bir kadın dizisi hem de gümbür gümbür işte beklenen projeler”.

### 5.5. Bahar'ın Renklerini Soldurmak İsteyenler

Yorumlarda temsil noktasında güçlü kadın destekçisi ve kadın dayanışmasının bir örneğini sergileyen görüşlerin yanı sıra güçlü kadın algısının idealleştirilen güzellik kriterleriyle sağlanabileceğine dayanan görüşleri Bahar karakterinin kıyafet tercihlerine yöneltilen eleştiriler üzerinden okumak mümkündür:

Ya şu baharı biri acil giydirdin”, “Baharın giyim tarzı gerçekten aşırı vasat doktor değilde sanki temizlikçi gibi acil çözüm gelmeli buna”, “Dizi harika ama baharı bu ev kadını hâlimden ne zaman çıkaracaksınız. İnanılmaz kötü giyiniyor”, “Bahar biraz daha güzel giyinip saçına daha fazla özen gösterebilirsin.”, “Çok rüküşün bahar kaffandaki nedir”.

İzleyiciler karakterin güçlenmesinde bir engel olarak gördükleri Bahar'ın stiline dair yorumları alaycı ifadelerle başvurarak aktarmıştır:

“Bahar ilk defa rensiz bisey giymis”, “Bahar'ın stil danışmanı kör mü?”, “Baharın stylingini yapan kişi başak dizer çok kötü giydiriyor ya hep tarihi eser kıyafetler..”. Bahar dizisi izleyicilerinde gelişen bir pratik olarak gözlemlenen savunma duygusu bu konuda da sergilenerek Bahar'ın kıyafet tercihlerinin oyuncunun yansıtmak istediği karakterin şekillenmesinde oldukça etkin rol oynadığına dair yöneltilen görüşler diğer kullanıcılar tarafından da beğenilmiştir: “Lütfen baharı hep böyle giydirin. Günümüz modası denilen çıplaklık açıklık kadını bedenden ibaret gösteren kıyafetlerin içine sokmayın. Kadın ruhu içindeki çocukluğu kipirtisi sevinci gerektiğinde hüznü de olan bir varlık. Mevsimler gibi rengarenk bu doğallık da devam edin .”

Eleştirilere rağmen izleyicilerin büyük bir çoğunluğu kıyafet seçimleri ile görünür kılınmaya çalışılan kendine özgünlüğün farkında olduklarını belirten ifadeler ile değerlendirme yapmıştır. İzleyici içselleştirmesinin bir örneği olarak Bahar'ın kendine özgü renkli tarzı gündelik hayat içerisinde de görünür kılınmaya çalışarak 8 Mart Dünya Kadınlar Günü pankartlarında “Hangi renksen O'sun başkasının yanına yakışmak için sakın solma” repliği ile meydanlarda yer almıştır (Evgar, 2024, s. 18).

### 5.6. “Tümörler Kapatılsın!”

Özellikle Z kuşağının mizahın gücünden faydalandığının ve izleyici katılımcılığının göstergelerinden biri de Dünya Kadınlar Günü'nde açılan “Tümörler kapatılsın” pankartıdır (Evgar, 2024, s. 18). Başrol oyuncularından Timur'a bir sahnede Bahar'ın yanlışlıkla “Tümör” diye hitap etmesi karaciğer nakli geçmişinin trajik bir olayı çağrıştırmasına rağmen doğal bulunarak sürdürülmesi ve karakterin bir kelime üzerinden daimi olarak tanımlanma çabasının sürdürüldüğü de bariz bir şekilde gözlenmektedir: “Rahmetli ciğersize TİMÖR de dedin ya Bahar”, “Timur mu desem tımar mı timör mü?”, “Ay tümör iyi huylu çıkacak galiba”, “Timur demiyceksiniz, tümör diyeceksiniz bundan sonra o kaddarr”, “Rahmetliyi nasıl bilirdiniz? -Ciğersizdi dndndndn”, “Tümör kesip atılma zamanın geldi”, “Doğru soru soruldu, Tümör patlatıldı”.

*Bahar*'ın bilindik kodlar üretmek yerine uyarılma bir dizi olmasına rağmen yeni yorumlarda bulunarak izleyici ve sektör açısından katkı sağlamaya çalışması dizinin sevilme nedenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Ak, 2024, s. 19).

İzleyiciler Timur'un olumsuz birtakım davranışlar sergilemesine karşın mizahi dil kullanımından ve oyunculuk başarısından dolayı karaktere sempati duyduklarını da ifade etmiştir:

"Aldatma dışında karakter olay ", "Bizim tümöre gıcık olmamız lazım ama neden olmuyoruz nasıl güzel oyunculuktur bu...", "Kimse linçlemeyecekse bişey dicem ben timur için izliyorum acayip komik", "Timur da çok komik değil mi ya ona da bayılıyorum".

Evgar'a göre doğaçlama sahneler karakterin oyuncu ile bütünleşmesine ek olarak senaryonun güzel pasörlerle çevrili olmasıyla ve yönetmenin üç boyutlu bakışıyla ortaya çıkarak viralleşmektedir (2024, s. 18). Viralleşen doğaçlama sahnelerden yapılan alıntılara örnek olarak "Baharı kaybettin şekerim ", "100 kere izlesem bu sahneyi sıkılmam şekerim :)", "Ben bu bölümde en çok oha, çorapların lens mi?" Ye güldüm ", "Timur, Nevra hanım RIZZIK zamanı deyince kahkaha attım ", "Çanak çömlek pat-la-di... Harikaydı ", "Boncuk gibi oğlu olan annelerin iç sesi bahar" yorumları gösterilebilir.

Mizah içeren repliklerin sosyal medyada viral olmasının açığa çıkan nedenlerinden biri izleyicilerin yorumlarda sıklıkla dile getirdikleri diziye karşı "doğallık" ve "gerçeklik" hislerini duymalarından kaynaklanmaktadır: "Ay doğaçlamaymış resmen bu yüzden demet evgar bize bahar'ı bu kadar sevdirdi ", "Arkadaşlar bir dizi buldum full doğaçlama çok eğlenceli...senarist diziyi bozsa bile oyuncular bozmaz rahat olun jfjffjfdjdj", "Dizideki gerçeklik=eşittir=baharın pijaması ....ahahahah-hhhh herkesin evinde giydiği o puantiyeli pijama". Bu sahnelerin sevilme nedeni ise "gerçek" hayatın sunumu olarak değerlendirilmesine dayandırılmaktadır: "Aslında normal hayatı anlatmışlar tam olarak, anca bunlar filmlerde dizilerde olur demenin tam tersi. Normal hayatta nasıl oluyorsa tıpkısını yansıtmışlar bu sahnede helal olsun Artık gerçekle alakası olmayan sahneler yerine böyle gerçekçi doğal sahneler yer alsın".

Katılımcılığın dozu doğaçlama sahnelerin talebinde fazlaca yükselerek doğal buldukları repliklerin kamera arkasını ya da editini sıklıkla talep eden bir izleyici kitle si oluşmuştur: "Bunun kamera arkasını bekliyoruz, kesin çok gulmussunuzdiur ne olur paylaşın", "Tümör sahnesini de isteriz. Harikasınız. Açıp açıp izleyeceğim", "Bu ve asansör sahnenin kamera arkası nolur sjdhskdjs", "Cemil olabilir mi Cemil o kısmı da paylaşır mısınız bir arkadaşşıma atmam gerekiyor acil ".

Dizideki güldürü ögesi taşıyan anların fragmana taşınmasından dolayı bir an önce fragmanın yayınlanmasını talep eden izleyicilerin bazıları eleştirilerini mizahi bir dille aktarırken: "Ay yorumların hepsini beğenmekten fragmana odaklanamıyo-

rum”, “Fragmanı hayal gücümüze mi bıraktınız şekerim”, “Fragman gelene kadar admincğim yok admin”, “Gelen bildirimim fragman olmadığını anladığımda benim bayılış şekli”, “Herkes fragman lazım bence” bazıları ise kültürel kodlara göndermede bulunarak “Fragman vermezseniz kaynananız size taşınısın amin”, “Fragman dilencisine cevirdiniz bizi şekerim”, “Babacım fragman nerde fragman aloo asker yolu bekler gibi sizden fragman bekliyoruz ya bir el açıp dilenmediğimiz kaldı” şeklinde taleplerini iletmiştir.

### 5.7. “Yönetmen Keşfete Biraz Fazla Hâkim Sanki”

İzleyiciler diziyi yönlendirici bir güce sahip olduklarının farkında olduklarını yorumlarında açıkça belirtmiştir: “Yorumları okuyorlar. Birisi iyi huylu çıktı tümör demişti binlerce beğeni almıştı geçen haftaki gönderide :) şimdi ben iyi huyluyum şükret diyor”, “Yönetmen keşfete biraz fazla hakim sanki”. İzleyiciler oyuncularını yönlendirme konusunda da taleplerini ifade etmekten geri durmamıştır: “Dora’yı gerçekten seyirci istemedi diye gönderdiler herhâlde. Yoksa entrikalı bir karakter olarak diziden bu kadar saçma bir şekilde çıkılmazdı”, “...Umay’ın karakteri konusunda bir profesyonellik bekliyoruz çünkü dizi kaliteli, onun ergen hareketleriyle bozmayın.”, “Evrene daha çok evren sahnesi görmek için enerji yolluyoruz yapımcı bebişim. Belki daha ulaşmamıştır diye buradan da yazmak istedim. Bu izleyici daha ne yapsın? biz de çalışıyoruz dizi için.”.

İzleyiciler ayrıca dizinin içerisinde olma isteği duyarak herhangi bir rolde oynama talebinde dahi bulunmaktadır: “Bende Bahar dizinde oynamak istiyorum hasta olur ne bileyim Evren’in annesi olur kıyıda köşeden birşey olur canım valla dizinin içinde olası geliyor”. Senaryo ve oyunculuklar izleyicilerin talebi doğrultusunda ilerlemediği zaman ise eleştiri içeren yorumlar artış göstermektedir: “Şu oynayan doktor kızı hiç sevmedim tek Aziz Uras aşık falan olmaz umarım”, “Sekiz milyarlık dünyada neyin yokluğu bu Çağla”, “Doruk olayı tadında kalmalıydı bıktırdınız”, “Şu Yasemin Allen hiç yakışmadı ya”, “Bu bölüm muhteşem bi intikam konusması yapan Bahar beklerken oturup 2 saat köy izledik neden?”, “Bahara verecek parası yok ama rengine pırlanta mavi orkide alacak paran var ama kart horoz”. İzleyiciler bu noktada dizinin gidişatını daimi olarak değerlendirmekte ve detaylı analizlerde bulunarak dizi-izleyici arasındaki yakalanmış olan atmosferin korunmasını talep etmektedir.

### 5.8. Diziler Arası Kurulan Bağlar

Duygulara katılım etkileşim yoluyla ve diğer izleyicilere geri dönüt olarak verilen beğeni ve yorumlar ile ifade edilirken uçsuz bir etkileşim evreni içerisinde oyun-

cuların daha önce katılım gösterdikleri projeler ile ilişkilendirilmede bulunarak güncel gelişmelere dair bir çıkarımda bulunmak da diziler özelinde sosyal medya kültürü içerisinde sıklıkla karşılaşılan pratiklerden biri hâline gelmiştir.

*Bahar* dizisi oyuncularını ise benzer olayların yaşanması ve sahnelerin başka yapımları çağrıştırmamasından hareket ederek genellikle mizahi bir dil kullanımı ile diğer dizilere göndermede bulunan izleyici yorumları gözlenmiştir: *İnci Taneleri* (2024) “Saçma sapan pavyon dizilerine bin basar”, “Bu sahne gerçekten çok saçma, çok yapmacıktı. Dilber'den mi örnek aldınız”, *Kızılıcak Şerbeti* (2022) “Show TV önce Pinko'nun oğlu Fatih'i sonra, eldivensiz sevilmecek Tılsım'ın babasını, şimdi de kaknem Nevra'nın oğlu Timur'u tanıttı. Bize bir papatya çayı borçlusun Show TV”, “Timur'u tokatlama sitesi ne zaman açılır tahmini, sinir krizi geçireceğim izlerken”, “Evlence ben boşanacağım geldi aklıma ”, *Yargı* (2021) “Pars savcıma da doktorluk yakışmış he”, *Kırmızı Oda* (2020) “Ee tabi Gülseren Buğdaycı'nın kasvetli dizilerinden sonra bahar ilaç gibi geldi”, *Sadakatsiz* (2020) “Timur da volki toki ruhu var, rengine aşık baharı seviyor, ikisinden de vazgeçemiyor ”, *Kadın* (2017) “Kulak misafiri oldum diyen kadın dizinin yönetmeni Neslihan Yeşilyurt ”, *Hayat Şarkısı* (2016) “Zaten hayat şarkısı dizisinde de 2. kadın rolündeydi yine aynı rol”, *Aşk-ı Memnu* (2008) “Sen mi gerçek ismini söylemek istersin, Evren hocam yoksa biz mi söyleyelim ‘ümmübeşir”.

İzleyiciler diziyi sadece diğer yapımlarla ilişkilendiren bir duygudaşlık içerisinde izlemekten öte seyirlik bir kurgu olmasını göz ardı ederek kendi hayatlarından bir duyguyla etkileşim yaşayarak aralarında bir özdeşme olduğunda dair inancı taşıyan yorumlarda bulunmaktadır: “Dün gece filmi izlerken o kadar çok ağladım ki filmde bir çok kare hayatıma dokundu, bir katarsis yaşadım, sayenizde bir kaç yaşanmışlığı gözden geçirdim, çünkü seans için teşekkür ediyorum”, “İlk bölümünde çok ağladım sanırım karaciğer nakli olduğum için daha farklı hissettim. Ama ikinci bölümde bol kahkaha attım. Umarım böyle kaliteli ilerler ”, “Annem geçen sene babama böbreğini verdi. Biz çocukları olarak annem adına bile 10 kere sorguladım durumu. Annem korktu ama hiç tereddüt etmedi.”, “İlk bölümü ağlayarak 2. Bölümü bağırarak 3, 4 hepsini helal olsun diye bağırarak seyrettim bir çok kadının iç sesi”, “İzlerken kendi annemi ve babamı gördüm her açıdan. Hem güldüm hem ağladım... teşekkürler Demet Evgar @temedragve “.

## 6. Tartışma ve Sonuç

Geleneksel televizyon izleme alışkanlıklarının dijital dönüşüm sürecinde sosyal ağların izleyici davranışı üzerinde oluşturmuş olduğu etki yadsınamaz bir gerçek-

tir. Dijital yapımların hız kazandığı süreç içerisinde geleneksel yayıncılıkta sürdürülen televizyon dizileri ile sosyal ağlar arasında da bir etkileşim alanı oluşmuştur. Televizyon dizileri, geleneksel medya ortamında izleyici üzerinde duygusal bir etki yaratırken, dijitalleşen dünyada bu etkiler sosyal medya aracılığıyla daha görünür ve ölçülebilir hâle gelmiştir. Bu durum, izleyici ile dizi arasında sadece bir izleme deneyimi değil aynı zamanda duygusal bir etkileşim sürecinin de var olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada, *Bahar* dizisi elde etmiş olduğu izlenme başarısı ile araştırmaya konu edinilmiş izleyici üzerinde bırakmış olduğu etki ve geri bildirim süreçlerindeki duygusal etkileşimler netnografik analiz yöntemiyle incelenmiştir.

Dizinin resmî sosyal medya hesaplarından Instagram hesabı incelendiğinde elde edilen veriler, dizinin geniş bir izleyici kitlesi tarafından ilgiyle takip edildiğini ve çeşitli duygusal tepkiler uyandırdığını göstermektedir. Bu noktada Bahar dizisinin başarısında sosyal medyanın rolü yadsınamaz bir gerçektir. Instagram hesabında yapılan paylaşımlar ve bu paylaşımlardaki izleyici yorumları, dizinin popülaritesini artırmıştır. İzleyiciler, dizinin her bölümünü heyecanla beklemekte ve sosyal medya platformlarında bu heyecanlarını paylaşmaktadır. Bu durum, dizinin sosyal medyada izleyici kitlesini oluşturmayan kullanıcılarda da geniş bir yankı uyandırmasını sağlamıştır. Ayrıca sosyal medyada yapılan paylaşımlar, dizinin gelecekteki yönünü tahmin etmek için de önemli bir veri kaynağını oluşturmaktadır.

İzleyiciler arasındaki duygusal etkileşimleri belirlemek amacıyla yorumlar değerlendirildiğinde, Bahar dizisi izleyicilerinin büyük bir çoğunluğunun diziye olumlu tepkiler verdiği gözlenmektedir. İzleyicilerin %53,42'si olumlu, %31,14'ü olumsuz ve %15,44'ü nötr yorumlar yapmıştır. Olumlu yorumlarda genellikle “hayranlık”, “takdir” ve “özlem” duyguları öne çıkarken, olumsuz yorumlarda “ironi”, “eleştiri”, “hayal kırıklığı” ve “üzüntü” ifadeleri yer almıştır. Nötr yorumlar ise “mizah”, “merak” ve “beklenti” gibi içeriklerle karakterize edilmiştir. Analizler, izleyicilerin Bahar dizisine karşı hem pozitif hem de negatif duygusal tepkiler verdiğini göstermektedir. Pozitif tepkiler arasında karakterlere yönelik sevgi, olay örgüsüne duyulan hayranlık ve mizahi öğelerle zenginleştirilmiş sahnelere yönelik takdir bulunmaktadır. Negatif tepkiler ise genellikle hikâye örgüsündeki dramatik unsurlara ya da karakterler arasındaki çatışmalara veya diziye ait içeriklerin sosyal medyada daha güncel ve sıklıkla paylaşılması beklentisine dair izleyici sitemlerine dayanmaktadır. İzleyiciler dizide sıklıkla başvuru mizahi dil kullanımını ve özellikle dramatik sahnelerde ustalıklı işlenen komedi öğelerini takdir etmektedir. Dizinin genel tonunun pozitif olması ve özellikle toplumsal cinsiyet tabularını sorgulayan hikâye yapısı diziye karşı olan ilgiyi canlı tutmaktadır. Bahar karakterinin hayatın doğal akışında ilerlerken geçirmiş olduğu dönüşüm gerçekçi bulunarak

yaşamına yeni bir yön çizmesi kadın izleyicilerin karakterle özdeşim yaşamasına kaynaklık etmektedir.

Duygusal bağların ve tepkilerin sosyal medyada açık bir şekilde ifade edilmesi izleyicilerin diziyi izlerken yaşadıkları duygusal deneyimleri kolektif bir izleme deneyimi dönüştürdüklerinin de bir göstergesidir. Söz konusu deneyim izleyiciler açısından güçlü bir bağ oluşturarak dizinin karakterleri ve hikâyesi hakkında aktif tartışmalar yürütmeye istekli kılmıştır. Tartışmalar dizinin hikâyesine yönelik olmasının yanı sıra zaman içinde izleyicilerin kendi deneyimleriyle kurmuş oldukları ilişkilere ait çıkarımlarını paylaşmalarının da bir alanını oluşturmuştur. Bu durum izleyici kitlenin sadakatini artırarak dolayısıyla dizinin başarısını sürdürmede bir etken olarak değerlendirilmiştir.

Bu bağlamda çalışma literatürde televizyon dizileri ile sosyal medya etkileşimlerinin giderek artan önemine dair yapılan çalışmaları destekler niteliktedir. İzleyiciler, sosyal medya aracılığıyla sadece bir dizi hakkında düşüncelerini paylaşmakla kalmamakta aynı zamanda diğer izleyicilerin yorumlarıyla da etkileşime girerek kendi izleme deneyimlerini zenginleştirmektedir. Söz konusu durum televizyon izleme pratiğinin artık pasif bir eylem olmaktan çıktığını ve izleyicilerin aktif katılımcılar hâline geldiğini göstermektedir. Sosyal medya yorumları çalışma özelinde izleyicilerin de belirttiği üzere dizi yapıcılığı açısından da kendiliğinden oluşan bir değerlendirme mekanizması işlevi görmektedir. Bu potansiyel gücün farkında olan izleyici beklenti ve taleplerini dile getirmekten çekinmemekte, beklentiler çerçevesinde dizinin yön bulduğunu fark ettiğinde ise pasif bir alımlayıcı konumundan yön verici bir konuma ulaşmaktan memnuniyet duymaktadır.

Bahar dizisi özelinde gerçekleştirilen bu araştırma televizyon dizilerinin izleyici üzerindeki duygusal etkilerinin sosyal medya platformlarındaki yansımalarını anlamak açısından bir örnek teşkil etmektedir. Araştırmanın sonucunda televizyon dizilerinin izleyici kitlesi üzerinde derin duygusal etkiler yaratabildiği ve bu etkilerin sosyal medya aracılığıyla topluluk düzeyine ulaşarak kolektif bir deneyim oluşturduğuna ulaşılmıştır. Gelecek araştırmaların farklı demografik grupların televizyon dizilerine yönelik duygusal tepkilerini ve bu tepkilerin sosyal medya üzerindeki yansımalarını incelemesinin alandaki bilgi birikimine katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

## Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

## Kaynakça

- Baker, U. (2010). Kanaatlerden İmajlara: Duygular Sosyolojisine Doğru (çev. H. Abuşoğlu). İstanbul: Birikim Yayınları.
- Başlar, G. (2021). Yerel İçeriğin Küresel Dolaşımı Bağlamında Netflix: "Hakan Muhafız" İzleyici Yorumlarının Analizi. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 36 (2), 415-435.
- Bridges, J. (2017). Gendering Metapragmatics in Online Discourse: "Mansplaining Man Gonna Mansplain...". Discourse, Context & Media, 20, 94-102.
- Çapık, E. & Dulupçu, M. A. (2023). Türkiye'nin Tanıtımında Türk Dizilerinin Bölgesel Başarısı. Geographies, Planning & Tourism, 3(2), 158-175.
- Çetin, Ş. E. & Ayhan, A. (2020). Katılımcı kültür olgusu bağlamında sosyal medya: netnografik bir analiz. Intermedia International E-journal, 7(12), 47-69.
- Doğan, O. (2024). Türk Dizilerinin En Büyük Kozu Güçlü Kadınlar Ekranı Döndü. <https://episodedergi.com/tr/dergi/episode-dergi-mart-2024-sayisi/>. (Erişim Tarihi: 06.07.2024).
- Doğanay, M. & Aktaş, M. K. (2021). Türkiye'de Televizyon Dizisi Sektörü. Öneri Dergisi, 16 (56), 852-878.
- Dursun, Z. (2024). 2019-2023 Yılları Arasında Türk Televizyon Kanallarında Yayınlanan Dizi Türleri Üzerine Bir İnceleme. TRT Akademi, 9(21), 406-433. <https://doi.org/10.37679/trta.1451592>.
- Evgar, D. (2024). Kapak Konuğu: BAHAR. <https://episodedergi.com/tr/dergi/episode-dergi-mart-2024-sayisi/>. (Erişim Tarihi: 06.07.2024).
- Eyrek, A. (2022). Ekran Karşısında Geçen Zaman: Televizyon İzlemenin Mcdonaldlaşması-Aşırı İzleme. Fenerbahçe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), 83-96.
- Fuchs, C. (2015). Dijital Emek ve Karl Marx. (çev. Kalaycı, T. E. & Oğuz, s.). İstanbul: Nota-Bene Yayınları.
- Gürer, Z., Gürer, M. (2024). Bahar: Bir Yeniden Doğuş Hikâyesi. <https://episodedergi.com/tr/dergi/episode-dergi-mart-2024-sayisi/> (Erişim Tarihi: 06.07.2024)
- Khoshrouzadeh, J. & Salleh, H. M. (2016). Social Media and TV: A Preliminary Review of Interaction. New Media and Mass Communication, 48(1), 1-12.
- Kozinets, R. V. (2020). E-Tourism Research, Cultural Understanding, and Netnography. In Handbook of E-Tourism (1-16). Springer.
- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E. & Hancock, J. T. (2014). Experimental Evidence of Massive-Scale Emotional Contagion Through Social Networks. Proceedings of the National Academy of Sciences, 111 (24), 8788-8790.
- Martínez, A. G. & González, A. M. (2016). Emotional Culture and TV Narratives. In Emotions in Contemporary TV Series (pp. 13-25). London: Palgrave Macmillan UK.
- Nacaroğlu, D. (2022). Bir Anlatı Türü Olarak Dijital Platform Dizilerinde Öyküleme Unsurları: Kulüp Dizisi Üzerinde Bir İnceleme. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (58), 73-96.



- Özbölük, T. & Dursun, Y. (2015). Pazarlama Araştırmalarında Paradigmal Dönüşüm ve Etnografinin Dijital Evrimi: Netnografi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (46), 227-247.
- Pekdemir, G. & Yılmaz, Y. (2022). Televizyon Dizilerinde Ailenin Kültürel Temsilinin Kurumsal Dönüşümü: 'Yasak Elma' Dizisi Örneği. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 7(14), 6-25.
- Sakar, B. (2024). Son Yılların Çıkış Yapan Dizileri. <https://episodedergi.com/tr/dergi/episode-dergi-mart-2024-sayisi/>. (Erişim Tarihi: 06.07.2024).
- Thaipisutikul, T. & Tuarob, S. (2017). Beyond the Tweets: Discovering Factors that Influence TV Series Preferences from Ubiquitous Social Networks. In 2017 10th International Conference on Ubi-media Computing and Workshops (Ubi-Media) (pp. 1-6). IEEE.
- Varnalı, K. (2013). Dijital Kabilelerin İzinde: Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar. İstanbul: İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Xiong, X., Li, Y., Qiao, s., Han, N., Wu, Y., Peng, J. & Li, B. (2018). An Emotional Contagion Model for Heterogeneous Social Media with Multiple Behaviors. Physica A: Statistical Mechanics and its Applications, 490, 185-202.

