




Dijital Platformlarda Aşırı İzleme Pratikleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Araştırma

Binge-Watching Practices on Digital Platforms: A Research on University Students

Tahsin Eren SAYAR¹ 

Geliş Tarihi (Received): 15.11.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 07.03.2026

Yayın Tarihi (Published): 26.03.2026

Öz: Çalışma Z kuşağı temsilcisi üniversite öğrencilerinin aşırı izleme kavramına bakış açılarını belirlemek ve kavramı tercih etmelerindeki temel sebepleri ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Odak Grup Görüşmesi yönteminin kullanıldığı çalışmanın örneklemi Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve İletişim ve Psikoloji Bölümleri ile aynı üniversitenin Sağlık Bilimleri Fakültesi Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü 4. Sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışmada öğrencilerin cevapları doğrultusunda 5 tema oluşturulmuştur. Bunlar seçim ve kontrol özgürlüğü, kesintisiz izleme ve zamandan tasarruf, ulaşılabilirlik, dikkat dağınıklığı ve ekran bağımlılığı, aşırı tüketimdir. İlk üç temaya verilen yanıtlarda aşırı izlemenin avantaj ve konfor alanı oluşturarak izleyici alışkanlıklarını değiştirdiği vurgulanmıştır. Son iki temada ise aşırı izlemenin sorunlu yönlerine dikkat çekilmiştir. Katılımcılar aşırı izleme vasıtasıyla izleyicilerin tüketim odaklı düşünen, fizyolojik ve psikolojik sorunlar yaşayan, doyumsuzlukla karşı karşıya kalan kişilere dönüşebileceğini ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Televizyon Yayıncılığı, Dijital Yayıncılık, Aşırı İzleme.

&

Abstract: The study aimed to determine the perspectives of university students representing Generation Z on the concept of binge-watching and to reveal the main reasons behind their preference for the concept. The study, which employed a Focus Group Interview method, included fourth-year students in the New Media and Communication and Psychology Departments of the Faculty of Humanities and Social Sciences at Yalova University, and the Physiotherapy and Rehabilitation Department of the Faculty of Health Sciences at the same university. Five themes were developed based on the students' responses. These themes include freedom of choice and control, uninterrupted viewing and saving time, accessibility, distraction and screen addiction, and excessive consumption. Responses to the first three themes emphasized that binge-watching creates advantages and comfort zones, changing viewing habits. The final two themes highlighted the problematic aspects of binge-watching. Participants stated that binge-watching can transform viewers into individuals with a consumption-focused mindset, experiencing physiological and psychological problems, and experiencing dissatisfaction.

Keywords: New Media, Television Broadcasting, Digital Broadcasting, Binge Watching.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Tahsin Eren Sayar, Yalova Üniversitesi, sayartahsineren@gmail.com

Atıf/Cite as: Sayar, T. E. (2026). Dijital Platformlarda Aşırı İzleme Pratikleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Araştırma. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 795-817. doi: 10.11616/asbi.1824421

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi/policy>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2000 – Bolu

1. Giriş

Toplumların bilgilenebilmesi ve süregelen hayatın rutininde gündelik hayatın akışını aktarmada ve insanların merak unsurunun giderilmesinde önemli bir rolü olan kitle iletişim araçları 20. yüzyılın başlarından itibaren gücünü arttırmıştır. 1. ve 2. Dünya Savaşlarının ardından bu mecralara olan ilgi ve istek artarken (Tokgöz, 1978: 79; Apay, 2024: 153) televizyonun seri üretime geçmesiyle tüketiciler görsel sunumun avantajlarından faydalanmaya başlamıştır. Başta Amerika ve Avrupa olmak üzere dünyanın her bölgesinde hızla artan televizyon kullanımı, bireylerin evde izleme konforuna ulaşmasını mümkün kılmıştır. Bunun yanı sıra televizyonlar insanların boş zaman aktiviteleri ve eğlence unsurlarına dönüşmüştür. Gelişen teknoloji odağında televizyona yönelik izleyici araştırmaları çok sayıda veriler ortaya sunmuştur. İngiliz Kültürel Çalışmaları ve ardından Amerika’da yapılan araştırmalar televizyonun sosyolojik ve kültürel etkilerine değinirken (Morley, 1994: 287-288) 2000’li yılların başından itibaren dijitalleşme ve internet teknolojilerinin artması bu kitle iletişim aracının rolünü daha da özelleştirmiştir (Maniou ve Seitanidis, 2018: 106-107).

IP TV ve Pay TV gibi teknolojiler kişiselleştirilmiş bir izleme deneyimi sunarken günümüzde dijital platformların sunduğu geniş içerik yelpazesi kullanıcıların istediği yapıma istediği zaman ulaşabilmesini sağlamaktadır. İzleme alışkanlıklarının güçlendiği ve öznellediği bir ortamda dijital platformlar daha fazla izleyiciye ulaşabilme ve mevcut izleyicilerini ellerinde tutabilme adına birbirinden farklı içerikler üretme yarışına girmektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte yayın faaliyetlerinde de değişimler yaşanmıştır. Bu yayınların önemli bileşenlerinden biri olan binge-watching kavramı Türkiye’de aşırı izleme olarak literatürde yerini almıştır (Ersin, 2023; Ateşalp ve Başlar, 2020; Eyrek, 2022). Ardı ardına izleme ve sürece bağlı kalma davranışı olarak adlandırılan (Flayelle vd., 2019: 26) aşırı izleme ile izleyiciler kopmaksızın izleme deneyimi elde etmektedir.

Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında aşırı izleme kavramının genellikle yayıncılık faaliyetlerinde ne tür etkiler bıraktığı üzerine olduğu görülmektedir. Örneğin Ersin (2022: 41), “Türkiye’de Netflix Dizilerini Aşırı İzleme [Binge-Watching] Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmada Türkiye’de Netflix dizilerinin aşırı izleme davranışı motivasyonlarını ortaya çıkarmıştır. Eyrek (2022: 83) ise “Ekran Karşısında Geçen Zaman: Televizyon İzlemenin McDonaldlaşması - Aşırı İzleme” başlıklı çalışmada Adorno ve Horkheimer perspektifinden televizyon izleme süreçlerini değerlendirerek aşırı izleme kavramının George Ritzer’in McDonaldlaşma tezi üzerinden incelemiştir. Son olarak Gümüş (2021: 147) ise Netflix’in sunduğu izleme teknolojisinin Türkiye’de ne tür etkileri olduğu üzerine araştırma yapmıştır. Uluslararası alanda yapılan çalışmalara bakıldığında da benzer bir yaklaşım sergilendiği ve yayıncılık etkilerine değinildiği görülmektedir (Steiner ve Xu, 2018; Mikos, 2016; Sobral, 2019, Rubenking ve Bracken, 2021).

Çalışma tüm bu yaklaşımlar doğrultusunda Z kuşağı temsilcisi üniversite öğrencilerinin aşırı izleme kavramına bakışlarını ve kavramı tercih etmedeki nedenlerin neler olduğunu analiz etme üzerine kurulmuştur. Araştırma bu yaklaşımıyla izleyici tercihlerinin hangi yönde olduğunun belirlenmesi açısından önemlidir.

Z kuşağı temsilcileri tarafından aktif bir şekilde kullanılan dijital platformlar (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu: 2022) sunduğu imkanlar ile izleyicileri ekrana daha çok bağlamaktadır. Atlı’ya (2025) göre Z kuşağı temsilcisi bireylerin dijital platformlara olan ilgisi ve kullanım saati her geçen gün artmaktadır. Yine Çakırkaya’nın (2024: 213) yaptığı araştırma göstermektedir ki Z kuşağı temsilcileri televizyon izleme alışkanlıklarında en çok dijital platformları tercih etmektedir. Tüm bu araştırmalar Z kuşağı temsilcisi

üniversite öğrencilerinin dijital platformlara olan ilgi ve eğilimlerinin yüksek seviyede olduğunu göstermektedir. Bu düşünceden hareketle Z kuşağı temsilcisi öğrencilerin aşırı izleme kavramını nasıl değerlendirdiklerinin analizi önemlidir. Çalışmada Z kuşağı temsilcisi üniversite öğrencilerinin aşırı izleme kavramına bakış açılarının belirlenmesi ve kavramı tercih etmedeki sebeplerinin neler olduğunu saptamak amaçlanmaktadır.

Çalışma yukarıdaki perspektiften bakıldığında gençlerin izleme alışkanlıklarının değerlendirilmesi noktasında öneme sahiptir. Bu bakış açısı aynı zamanda tercih nedenlerinin analiz edilmesi ve gençlerin ne tür içeriklere daha fazla eğildiklerinin tanımlanması noktasında dikkat çekicidir. Araştırma gençlerin aşırı izleme tercihlerinin hangi sebeplerle gerçekleştiğini açıklayarak literatüre katkılar sunacaktır.

Geleneksel televizyon ve izleyici araştırmaları geleneğinin anlatılacağı ilk bölümle başlayacak çalışmada tarihsel süreç içerisinde televizyon izleyicisinin konumu ve tüketiciler üzerine yapılan araştırmalar anlatılacaktır. Devamında televizyon yayıncılığındaki değişim ve dijital platformlarda izleyicinin yeni konumu tartışılacaktır. Sonrasında araştırmanın yöntem bölümünde Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü 4. Sınıf öğrencileri, Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Psikoloji Bölümü 4. Sınıf öğrencileri ve Yalova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü 4. Sınıf öğrencilerinden basit rastgele örneklem yöntemi ile seçilen 30 öğrenciyle yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler incelenecek ve temalar üzerinden analizler yapılacaktır.

2. Geleneksel Televizyonda İzleyici Araştırmaları

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ile kitle iletişim araçları karşısında etkin role bürünen izleyiciler medya içeriklerinin değerlendirilebilmesini mümkün kılmıştır. Frankfurt Okulu temsilcilerinin kapitalizm eksenli yürüttükleri tartışmalarda kitle üretim ve tüketim süreçleri daha çok devlet tekelinde olan ve kültürel gelişmelerle bağlantılı olan bir bağlamda değerlendirilmekteydi (Varol, 2011: 119). Kellner'e (2003: 31) göre İngiliz Kültürel Çalışmaları Frankfurt Okulu'nun 1950'lere kadar geliştirdiği kültür endüstrisi modelini alt sınıf, cinsiyet, ırk ve etnik gibi kavramlar ekseninde değerlendirerek Gramsci'nin hegemonya ve karşı hegemonya modeli bağlamında karşı-hegemonik bir direniş geliştirme ve mücadele gücünü arama girişiminde bulunmuştur.

Yaylagül'e (2006: 131) göreyse İngiliz Kültürel Çalışmaları geleneği dayanak noktası olarak ilk başlarda Althusser'in yapısal Marksist ideoloji görüşünü savunurken daha sonraları Gramsci'nin hegemonya kavramı etrafında şekillenmiştir.

Turner'e (2005: 10) göre kültürel çalışmaların temeli, Richard Hoggart ve Raymond Williams'ın çalışmaları ile şekillenmiştir. Turner tarafından belirli kaygı ve yöntemlerin birleştiği disiplinlerarası bir alan olarak tanımlanan kültürel çalışmalar yalnızca estetik kaygılar doğrultusunda değil aynı zamanda anlam ve zevklerin üretim biçimlerinin analiz edilebileceği bir yöntemsel süreç olarak değerlendirilmiştir.

Williams, (1960: 14-15) kültür kavramını toplumsal, ekonomik ve politik bağlamdaki farklılıklara yönelik bir tepki ve değişimlerin doğasının keşfedilebileceği bir alan olarak görmektedir. Hoggart (1958) ise kültürün toplum üzerindeki etkilerini daha geniş bir perspektifte analiz ederek işçi sınıfındaki kültürel farklılıkları ele alarak kitle iletişim araçlarının kültürel değerler üzerindeki etkilerine dikkat çekmiştir.

İngiliz Kültürel Çalışmaları dünyanın teknoloji alanında yaşadığı dönüşüm sürecinde birçok farklı alanı bir araya getirerek ortak bir değerlendirme süreci oluşturma açısından önemlidir. Özellikle medyayı, toplumda hâkim ideoloji ve değerleri yeniden üreten bir kurum olarak gören İngiliz Kültürel Çalışmaları, medya metinlerinin ideolojik ve kültürel analizlerine yönelmiştir (Dağtaş, 1999: 335). Bu değerlendirmelerin gerçekleştirilmesinde genellikle neo-Marksist, yapısalcı, postyapısalcı ve postmodernist bir bakış açısı ön planda tutulurken kültürel çalışmalar tüm bu bakış açılarını kapsayan bir yapıda konumlanmıştır (Cunningham, 2001: 127).

Kültürel çalışmalar ekseninde izleyici araştırmalarına yönelik yapılan değerlendirmelerde uzun yıllar Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin yöneticiliğini de yapan Stuart Hall'un

önemi büyüktür. Çalışmalarının ilk döneminde Ferdinand de Saussure'nin etkisiyle yapısalcı bir yaklaşım içinde her metnin sınırlı sayıda okuma olanağı içerisinde değerlendirilmesi gerektiğini ifade eden Hall, daha sonraları Kodlama ve Kodaçımama adlı çalışmasıyla önceki yapısalcı konumundan vazgeçerek medya mesajlarının izleyici tarafından muhalif ve müzakereci bir şekilde okunabileceğini belirtmiştir (Mutlu, 2005: 129-130).

1960'lı yıllardan itibaren kitle iletişim araştırmalarında eleştirel bir bakış açısının literatüre dahil olduğunu kaydeden Hall (1999) medya metnlerinin mesaj alıcı perspektifinden uzaklaşarak üretim, dolaşım, dağıtım/tüketim, yeniden üretim perspektifine dönüştüğüne vurgu yapmaktadır (Hall, 2005: 85). Hall (1980) yeniden üretim sürecinin önemine vurgu yaptığı bu dönemde kodlama ve kodaçımamayı "görel bir özerklik" kapsamında değerlendirerek kavramların belirlenmiş momentler olarak ele alınması gerektiğini ifade etmektedir (Sarı, 2014: 245). Böylece üretim, dolaşım, dağıtım/tüketim ve yeniden üretim süreçleri süregelen bir yapısal dönüşüm geçirerek anlamın yeniden yaratımının önemine değinmektedir.

Hall, yaptığı bu çalışmalarda medya ve iletişim alanını kavramada anlamın önemini ön plana çıkarmıştır. Semiyotige dayanarak anlamın önemine değinen Hall, anlamın bir söylemin sentagmatik zinciri içindeki kodların işlemi ile yaratıldığını ve kodların belirli bir kültür içerisinde yaygınca yer edindiği ya da çok erken yaşta öğrenilmesinden dolayı kurgulanmış değil doğal olarak algılanacağını ifade etmektedir (Kasap, 2022: 89). Sonuç olarak Hall, yeniden üretim süreciyle birlikte anlamın yaşadığı değişim perspektifinden izleyicilerin medya metnlerini okumada yeni bir bakış açısı oluşturduklarını ifade ederek izleyicinin yalnızca egemen bir pozisyondan değil aynı zamanda müzakereci ya da karşıt kodlarla kurulu bir değerlendirme sistemi üzerinden de okumalar yapabildiğine işaret eder.

Kodlama ve Kodaçımama her ne kadar izleyici araştırmalarında önemli bir çıkış noktası olarak görülse de özellikle kültürel çalışmalar geleneğinde alımlama araştırmaları sonraki yıllarda dikkat çeken bir üne kavuşmuştur. David Morley, Hall'un çalışmalarını geliştirerek araştırmalarında izleyicilerin birtakım kültürel ve göstergesel unsurlara ek olarak programları farklı formatlarda okuyabilen ve değerlendirebilen bireyler olduklarını öne sürmüştür. Morley'e (2005: 99) göre televizyon izleyicileri baskın ve kültürel biçimleri eleştirel ve muhalif bir formatta okuyabilen ve ideolojik mesajları seçici/yıkıcı şekilde değerlendirebilen kişilerdir. Morley'nin ortaya attığı bu muhalif okuma biçimleri Nationwide Audience adlı eserinde yaptığı alımlama çalışmalarına göndermede bulunur. Morley (1980) programların alımlanmasında farklı sınıfsal grupların egemen ve karşıt okumalar geliştirdiğini ifade eder.

Nationwide programı, içeriği bağlamında izleyicinin dikkatini çekmek için stratejiler üreten tuhaf, büyüleyici ve sansasyonel olaylara odaklanan ve izleyiciyi tercih edilen bir okumaya yönlendiren ilginç hikayeler üretmiştir. (Morley ve Brunson, 1999: 33-34). Bu programlar ile güncel olaylar derinlemesine analiz edilirken gündelik yaşamdaki insanların sunumu kişilerin programa olan ilgisini arttırmıştır. Ayrıca bireylerin ve ailelerin faaliyetlerinin ev içi yaşamda yansıtılma şekilleri incelenmiş ve bakış açıları yansıtılmak istenmiştir (Morley ve Brunson, 1999: 100).

Morley, televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik yaptığı bir diğer çalışma olan Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure'da iki temel soru üzerine odaklanmıştır. Bunlardan birincisi televizyonun farklı aileler içerisinde nasıl kullanıldığı, diğeri ise televizyonun izleyiciler tarafından nasıl yorumlandığıdır (Morley, 2005: 1). Morley, izleme tercihi ve yorumlanmasında programlar tarafından aktarılmaya çalışılan ideolojik görüşlerin yanı sıra aynı zamanda aile içi işleyişlerin etkisine gönderme yapar. Morley'e (2005: 141-143) göre ailelerde genellikle erkek egemen bir bakış açısı hakimdir ve kumanda genellikle evin "babasında" bulunur. Buna karşılık kadınlar genellikle ev işleriyle meşgul oldukları için televizyondan daha uzak dururlar ve ara sıra yalnızken yahut kadın arkadaşlarıyla birlikteyken en sevdikleri programları takip ederler. Bu durum göstermektedir ki televizyon izleme alışkanlıklarında tek etmen hâkim ideolojinin yansıttığı yahut izlenilmesini istediği programlar ve yayınlar değildir. Aynı zamanda aile içi durumlar ve bireylerin ailedeki hiyerarşik konumlanmaları da izleme alışkanlıklarının belirlenmesinde kilit bir role sahiptir. Bununla birlikte aslında Morley'nin Hall'un görüşlerini geliştirerek yaptığı çalışmalarda onun bazı fikirlerini kısmen doğruladığı görülmektedir. Morley, toplumsal konumun, farklı okuma biçimlerini açıklamaya yetmediğinin altını çizer ve alımlama çerçevesini (genellikle ev ve aile

ortamı), ailedeki ilişkileri, kadınların yerini de göz önünde bulundurmak gerektiğini söyler (Bourse ve Yücel, 2017: 13).

Sonuç olarak Morley'nin çalışmalarında dikkat çeken en önemli unsur çoğunluğunu işçi sınıfı ve alt-orta sınıf ailelerle derinlemesine görüşmeler neticesinde cinsiyet temelli bir iktidar işleyişinin, ev bağlamındaki televizyon izleme ediminde belirleyici bir role sahip olduğudur (Sarı, 2014: 247). Bu rol televizyona bakış açısında farklı perspektiflerin gelişmesine yol açmıştır.

James Lull ise (1980) David Morley'e benzer olarak yaptığı çalışmada televizyon izleme sürecinin aile içi ilişkilerin düzenlenmesi ve izleyicilerin birtakım ihtiyaçlarını karşılama noktasında televizyondan faydalandıklarını ifade eder. Lull, televizyonun sosyal kullanım tipolojisi sunduğunu belirterek aile içindeki rollerin televizyon izleme sürecinde karar verme mekanizması olarak kullanıldığına vurgu yapar.

Lull (1988: 17) bir başka çalışmasında televizyon izleme eylemini aile aktivitesi olarak adlandırır ve televizyon izlemede ve hangi programa yönelineceğinde kararın aile üyeleri tarafından verildiğine işaret eder. Lull, televizyonun toplumun kültürel ve toplumsal normların gelişmesine katkı sunduğunu belirtir. Ailelerin televizyon kullanımında iki temel unsura dikkat çeken Lull, bunları çevresel ve düzenleyici faktörler olarak sıralar. Çevresel faktörler ailede televizyonu bir arkadaş konumuna yerleştirirken düzenleyici faktörler sosyal yaşamı şekillendiren ve bireylerin ne yapacağına karar veren bir unsur olarak görülür (Lull, 1990: 61).

Hobson (1982: 110) televizyon programlarının yapım süreci ve televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik yaptığı çalışmasında Crossroads adlı programı inceleyerek kadınların programı izleme süreçlerini gündelik yaşamın bir parçası olarak adlandırdıklarını ve çoğu zaman günlük rutinlerini bu programa göre tasarladıklarını göstermektedir.

Televizyona yönelik alımlama çalışmalarında dikkat çeken bir diğer çalışma Ang'ın Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination adlı çalışması olmuştur. Hollanda'da Dallas'ı izleyen kişiler üzerine yaptığı çalışmada Ang, özellikle kadın izleyicilerin Dallas'ı izlemedeki en büyük motivasyonlarının programdan keyif almaları olduğunu belirtmektedir. Dallas'ın sağladığı "hazzın" eğlence ile birleştiğinde yeni bir gerçeklik yarattığına dikkat çeken Ang, bu sayede dizinin popülerliğini son derece arttırdığını ifade etmektedir (Ang, 1985: 9-10).

Fiske (2001: 74) izleyici araştırmalarında tüketicilerin etkin bir role sahip olduğunu vurguladığı çalışmasında televizyonda neyin izleneceğinin seçilmesi eyleminin ataerkil ev kültüründe önemli rol oynadığını belirtir ve televizyona karşı edinilecek tavırda ideolojinin önemli bir rolü olduğuna dikkat çeker. Bununla birlikte televizyona karşı aktif bir rol üstlenen izleyiciler kültürel sahiplenme ve gerçeklik inşası sürecinde aktif role sahiptirler.

Kültürel çalışmalar ve izleyici araştırmaları ile yapılan alımlama çalışmaları her ne kadar eleştirel bir kültürün içerisinde çıkmış olsa da bu çalışmalara yönelik eleştirel düşünceler de mevcuttur. Stevenson (2008: 193) izleyici araştırmalarında dağınık bir izleyici profilini eleştirerek alımlama çalışmalarının makro değil mikro bir perspektiften sunulduğunu belirtir. Stevenson (2008: 150-151) Morley ve Fiske'in izleyici teorilerine yönelik sunduğu eleştirilerde kültürel biçimleri üreten ekonomik kurumların çıkarları ile izleyici yorumları arasında farklılıklar olduğunu söyleyerek tüketimin aslında anlam üretmede önemli bir rolü olduğundan bahseder. Yine Ang'ın Dallas'a yönelik yaptığı çalışmaya yönelik yapılan eleştirilerde de çalışmanın ütöpik bir feminist politikaya bağlı kaldığı ve Dallas'ın sıradan hazları savunma arzusunda olduğu belirtilir (Stevenson, 2008: 174).

Kültürel çalışmalara yönelik yapılan eleştirilerde üzerinde durulan bir diğer unsur da yerellik sorunu olmuştur. Avustralya gibi tarihi itibarıyla İngiltere'nin etki alanında bulunan birkaç ülkede Kültürel Çalışmalar'dan esinlenerek yapılan çalışmalar olmuşsa da 'rakipleri gibi' küresel bir yaygınlık kazanmadığı ve çalışmaların Britanya'ya özgü kaldığı eleştirilmektedir (Altıntop ve Bak, 2022: 130).

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, kültürel çalışmalar ve 1980'li yıllardan sonra yapılan izleyici araştırmaları geleneksel televizyon yayıncılığı ile televizyon izleme pratiklerine yönelik kanaatlerin belirlenmesi açısından önemlidir. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı insanların medya ile ne yaptığı

sorusuna yanıt arar ve izleyiciler birtakım ihtiyaçlarını gidermek için medyadan faydalanır (Yaylagül, 2006: 62). İzleme pratiği bağlamında değerlendirildiğinde ortaya geleneksel medya mecralarında televizyon izleyicilerinin kendi tercihlerini önemsedikleri ve kararlarını kişisel beklentileri doğrultusunda alabildikleri sonucu çıkmaktadır.

Kültürel çalışmalar üzerinden değerlendirme yapıldığında Stuart Hall'un kodlama kodaçıklama çalışması öne çıkmaktadır. Hall (1980) izleyicinin medya metinlerini okumada kendisine ait yeni bir bakış açısı oluşturabildiğine ve zaman zaman müzakereli ya da karşıt okumalar üretebildiğine dikkat çekmektedir. Bu durum göstermektedir izleyiciler Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'nın sunduğu aktif izleme sürecini bir adım daha ileri taşıyarak televizyon karşısında karşıt ya da tartışılabilir bir izleyici profiline sahip olabilmektedir. Bu karşıtlık ve eleştirelilik boyutu da dijitalleşme ile birlikte izleyicinin daha da ön planda olduğu ve kararlarının önemsendiği bir yayıncılık politikasının gelişmesine ön ayak olmuştur.

3. Televizyon Yayıncılığının Dönüşümü ve Dijital Platformlarda İzleyici

1960'lı yıllardan itibaren başlayan dijitalleşme süreci tüm dünyada sayısallaşma ve yöndeşme gibi kavramların daha fazla tartışılmasına imkân sağlamıştır. Dijitalleşme bilgisayar teknolojilerinden faydalanılan ve elektronikleşen bilgi aktarım süreçlerinin sayısal kodlardan faydalanılarak hizmete sunulması olarak tanımlanmaktadır (Manovich, 2001: 43). Dijitalleşmeyle birlikte uydu teknolojilerinde önemli gelişmeler yaşanırken özellikle iletişim mecrasında yaşanan önemli değişimler dikkat çekici olmuştur.

Soğuk Savaş dönemi ve sonrasında hızlanan internet teknolojilerine yönelik yatırımlarla birlikte uydu teknolojileri ve iletişim ağının genişlediği bir dünya sistemi başlamıştır. Bu dönemde askeri gelişmelerin yanı sıra birçok sektör dijitalleşmenin avantajlarından faydalanma sürecine geçmiştir. Öncelikli olarak uydu yayınları ile başlayan süreçte televizyon yayıncılığı analog ve karasal yayıncılığın yetersiz kaldığı yayıncılık aktarım sürecinde uyduların vericilerden aldıkları sinyalleri geniş bir alana yayma sürecini başlatmıştır. Coğrafi olarak engelli bölgelere televizyon yayıncılığı kolayca ulaştırılır hale gelmiştir (Sırma, 2013: 36-37). Böylece sayısal televizyon yayıncılığında yeni bir döneme geçilmiştir ve yayın kalitesinin bozulmadığı daha kaliteli ses ve görüntünün sunulduğu yayıncılık faaliyeti başlamıştır (Akaydın, 2014: 20).

Sayısal yayıncılığın sunduğu imkanlar dahilinde televizyon izleyicisinin yeni teknolojiye yönelik konumunda geleneksel televizyon yayıncılığına oranla değişimler başlamıştır. Sayısal yayıncılık klasik televizyonun tek yönlü iletişim sürecini sonlandırarak yayıncı kuruluşla iki yönlü bir iletişim modelini başlatmıştır ve etkileşimli bir yayın standardı ortaya çıkmıştır (Sırma, 2013: 37). Bunun yanı sıra sayısal yayıncılık, analog yayına oranla sahip olduğu avantajlar neticesinde yayıncılık alternatifini zenginleştirmiş ve izleyici etkileşimini indirilebilir ve çeşitli program rehberleri sunabilir hale gelmiştir. Bu sayede izleyiciler seçim seçeneklerini arttırarak katılımcı yayın kültürünün bir parçası haline gelmiştir ve ne istiyorsa onu izleyebilme özgürlüğüne sahip olmuştur (Dewerth-Palmeyer, 2016: 144).

Sayısal yayıncılığın sunduğu avantajlarla televizyonda izleyici alışkanlıkları ve tercihleri değişmiştir. İnternet ve dijitalleşmenin sunduğu imkanlar dahilinde ortaya çıkan etkileşimli televizyon kavramı dikkat çekmektedir. Etkileşimli televizyon, televizyon izleyicisinin etkin olduğu, neyi, ne zaman ve nasıl izleyebileceği, üzerinde kontrol sağlayabildiği, ileti akış yönünü ve iletişim rollerini değiştirebildiği gelişmiş bir televizyon izleme deneyimi olarak tanımlanmaktadır (Taşdelen ve Kesim, 2014: 271). Etkileşimli televizyon izleyicilerin daha aktif olduğu ve televizyon karşısında seçim yapabilme özgürlüğünü tattığı bir deneyim olarak görülmektedir. Burada etkileşimle aktarılmak istenen ana husus veri akışının yalnızca yayıncı tabanlı değil aynı zamanda izleyicinin de geri bildirimde bulunduğu ve geleneksel televizyon izleyici kapsamının değiştiği bir dönem olarak adlandırılmaktadır (Yaman, 2017: 252).

Etkileşimli televizyonun karşılıklı enformasyon alışverişini hızlandırmasıyla IPTV olarak adlandırılan ve açılımı İnternet Protokolü olan dijital yayıncılık içeriği ön plana çıkmıştır. IPTV temelde interneti kullanabilen bir iletim mekanizması olarak tanımlanır ve IPTV özel bir IP tabanlı ağ üzerinden video içeriği

iletmek için kullanılır (Held, 2007: 1-2). Bir başka tanımlamada ise IPTV televizyon ve görüntü sinyallerinin geniş bir bant kullanılarak internet protokolü aracılığı ile son kullanıcıya ulaştırıldığı sistemler olarak adlandırılmaktadır (Kırık, 2010: 94).

IPTV bazı zamanlar Web TV uygulamaları ile karıştırılsa da bu uygulamaların birbiri ile teknik ve hizmet açısından farkları vardır. Web TV’de bir internet sitesinden yayınlanan içerikler sunucunun sağladığı bağlantı altyapısı kadar bir yayın ve içerik faaliyeti sunarken IPTV kendisine özel bir ağ üzerinden geniş bant altyapısı ile yayın yapar (Orhan, 2018: 25). IPTV’de yayın kalitesi internet hızı ve kalitesi ile doğru orantılı ilerler ve internet üzerinden yapılan bu yayıncılıkta kullanıcılar yalnızca sunucuyla değil aynı zamanda birbirleriyle de etkileşime girme şansını elde edebilirler. Bunun yanı sıra IPTV’de izleyici istediği veriye ulaşabilme özgürlüğü sayesinde kendisine bir yayın akışı dahi oluşturabilir.

IPTV izleyiciye sunduğu olanaklar doğrultusunda özelliklere sahiptir. Kuyucu’ya (2021: 276) göre bunlar içerik, yayın merkezi, omurga, erişim ve ev lokasyonudur. İçerik kullanıcıların istediği şekilde istediği yayıncılık türünü seçebilme ve görebilme imkanına vurgu yapar. Yayın merkezi ve omurga ise yayıncılık faaliyetlerinin oluşturduğu içerikler ile bunların hangi türlerde ve nasıl izleyiciye sunulması gerektiği üzerinde durur. Son olarak erişim ile lokasyon ise kullanıcılara internetin sunduğu hız ve bağlantı imkânı dahilinde ulaşımı ve içeriğin sunumunu ifade eder. IPTV sahip olduğu altyapısal özellikler ile kullanıcılara birtakım ek imkanlar sunar. Bunlardan bazıları kullanıcının isteğine bağlı video yayını (VOD), öde izle (Pay Tv), içerik kaydı (PVR), canlı yayını durdurabilme (Pause live tv), gecikmeli yayın izleme (catch-up Tv), elektronik program rehberi (EPG)’dir (Yaman, 2017: 253). Bu yayınlar sahip oldukları özelliklere göre izleyiciye seçeneği arttırabilme, istediğini seçebilme, yayını durdurarak istediği zaman devam ettirebilme gibi alternatifler sunar.

IPTV’nin özellikleri izleyicilerin geleneksel televizyona oranla birçok farklılığı deneyimlediği ve gelişmiş bir televizyon yayıncılığına yönelebildiklerini göstermektedir. İzleyiciler öncelikle geleneksel yayıncılığa oranla interaktiviteye sahip olmuştur. Bu tanım izleyicilerin seçim özgürlüğünün yanı sıra istediği yayını istediği zaman izleyebilme ve tercih edebilirliğini arttırmıştır. IPTV izleyicinin kendi yayın listesini oluşturabilme ve satın alma eylemlerini geliştirmesine yardımcı olmuştur. Örneğin IPTV sayesinde televizyondan alışveriş yöntemleri değişmiş ve izleyiciler herhangi bir dizideki başrol oyuncusunun kıyafetini televizyondan birkaç tuşa basarak sipariş edebilir hale gelmiştir (Yaman, 2017: 253). Ürünlere ulaşım kolaylaşırken izleyicinin pasiflik süreci neredeyse bitmiş ve sosyalleşen, isteklerini ön planda tutan, geri dönüşler yapan ve yayıncıyı talepleri ile yönlendirebilen bir izleyici profili ortaya çıkmıştır.

IPTV’nin ortaya çıkardığı değişimler sonrası kendisini daha da geliştiren televizyon yayıncılığı günümüzde dijital platformların sunduğu yayıncılık imkanları ile zirveye çıkmıştır. ABD’de kablolu televizyonlarda gösterilen Rox dizisinin 1995 yılında internette dağıtılmasıyla hayatımıza giren web dizisi kavramı (Kocagür, 2022: 74) ilerleyen yıllarda gelişmiş teknolojilerden faydalanarak küresel dijital platform ağlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Küresel çapta ses getiren ilk önemli dijital platform olma özelliği taşıyan Netflix, 1997 yılında DVD kiralama hizmeti sunan bir şirket olarak çalışmalarına başlamıştır. İlerleyen yıllarda küresel olarak gelişen Netflix, abonelik sistemine geçmesiyle dijital yayıncılık faaliyetlerini üst bir seviyeye taşımıştır (Jenner, 2018: 3).

Netflix’in elde ettiği başarı ile orantılı ilerleyen yıllarda ortaya çıkan çok sayıda dijital platform, yayıncılık pazarından faydalanmak için sürekli gelişen ve farklı yayıncılık formatları sunan yapılara dönüşmüştür. Dijital platformların özellikle yeni nesil kullanıcılara yönelik yaptığı yayınlar sonrası tüm dünyada platformlara olan ilgi artmıştır. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri’nde 2024 yılı sonunda yapılan bir araştırmaya göre özellikle Z kuşağının dijital platformlara olan ilgisi her geçen gün artmaktadır. Günde ortalama 6.9 saatini medya ve eğlence içerikleriyle geçiren Z kuşağı, bu dilim içerisinde 1.3 saati dijital platformlara ayırmaktadır (Deloitte, 2025). Türkiye’de bu alanda yapılan resmi çalışma olarak dikkat çeken Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık (2022) raporuna göre dijital platformları izleme süresi Z kuşağında 85 dakika olarak ölçümlenmiştir.

Türkiye’de dijital platformların takip edilirliliği ve üyelik istatistiklerine bakıldığında 2025 yılının ilk çeyreğinde önceki adı BluTV olan Max’ın yüzde 30’luk bir pazar payıyla birinci olduğu görülmektedir.

Onu sırasıyla Netflix yüzde 25, Prime Video yüzde 20 ile takip etmektedir. Diğer platformlar ise Disney+, Mubi, Youtube Premium ve Exxen olarak sıralanmaktadır (Yüksel, 2025). Dijital platformların kısa sürede genç nesil üzerinde etkili olmasının birtakım sebepleri bulunmaktadır. Öncelikle izleyicilerin tüketim alışkanlıklarında yaşanan değişime dikkat çekmek gerekmektedir. Çünkü kullanıcılar artık televizyon yayınlarını sadece televizyonda değil tablet, telefon ve bilgisayar gibi alternatiflerde de tüketebilmektedir (Başer ve Söğütler, 2023: 4). Bunun yanı sıra dijital platformlar kullanıcılara yüksek kalitede bir görüntü hizmeti sunmaktadır. Ultra HD yayıncılık sayesinde kullanıcılar izledikleri programları daha net ve keyif düzeyi yüksek bir profilde takip edebilmektedir. Yine bu platformların sunduğu bir diğer avantaj kullanıcının istediği zaman içeriğe ulaşabilme özgürlüğüdür. Geleneksel televizyona kıyasla son derece kullanışlı bir deneyim sunan bu yayıncılık ile kullanıcı programı kaydedebilmekte, yayın akışına ekleyebilmekte, kendisine uygun bir akış belirleyerek platformların akıllı önerilerine göre seçimini kolaylaştırabilmektedir. Bunun neticesinde izleyicinin ekrana olan sadakati artarken tüketim özgürlüğünün izleyicide olduğuna yönelik algının oluşması tüketim alışkanlıklarına yönelimi arttırmaktadır.

Tüketicilerin dijital platformlara olan eğiliminde öne çıkan bir diğer kavram aşırı izlemedir. İngilizce’de “binge-watching” olarak tanımlanan kavram, dijital platformlardaki dizi ya da programların birden fazla bölümlerinin sırayla izlenmesi olarak adlandırılmaktadır (Mikos, 2016: 157). Günümüzde dijital platform izleyicileri için yaygın ve eğlenceli bir tür olarak görülen aşırı izleme her ne kadar rakamsal bir muğlaklığa sahip olsa da uzmanlar aşırı izlemedeki aşırı kavramının belirlenmesinde günlük izlemeye oranlı bir hesaplama yapmanın doğru olacağını ifade etmektedir (Jenner, 2018: 211).

Aşırı izleme kavramına yönelik yürütülen tartışmalarda dikkat çeken bir unsur kavramın tüketici alışkanlıklarında yaptığı değişim ve kimlik inşası üzerinedir. Jenner’e (2014: 9) göre aşırı izleme post-modern kapitalizmin yapısına uyum sağlayan bir içerik üretim mekanizmasıdır. Bu sayede tüketici bağlılığı artar ve yeni bir izleyici kimliği oluşur. Aşırı izlemenin tüketiciler üzerinde bıraktığı bu etkide kolay ulaşım ve süreklilik halinin etkisi de fazladır. Kişiler çoğu zaman eğlenceli gördükleri unsur ile televizyonu izleme alışkanlığını arttırır ve bağımlılığa yönelebilir. Nitekim yapılan araştırmalar göstermektedir ki aşırı izleme kişilerde zaman zaman davranışsal bağımlılık ve öz kontrol kaybına neden olabilmektedir (Starosta ve Izydorczyk, 2020: 2).

Dijital yayıncılık faaliyetlerinin yukarıda bahsedilen süreçlerde gelişmesi ve uydu teknolojileri ile internet ortamının her yerde ulaşılabilirlik imkânı sunması izleyici profillerinin de değişmesine yardımcı olmuştur. Son yıllarda dijital platformların sunduğu olanaklar kullanıcıların tüketici konumuna ulaşmasını sağlayarak aşırı izleme tartışmalarını gündeme getirmiştir. Bu bağlamda aşırı izleme tüketiciyi hangi yayının ne zaman izlenmesi gerektiği gücünün tamamen kendisinde olduğu bir konuma taşımıştır.

4. Çalışmanın Amacı ve Yöntemi

Dijitalleşme sürecinin hızla arttığı günümüz dünyasında televizyon izleme pratiklerinde yaşanan değişimler dikkat çekmektedir. Özellikle Z kuşağının dijital platformlarla birlikte televizyon izleme alışkanlıkları ve platformların sunduğu imkanlar göze çarpmaktadır. Yapılan araştırmalar (Atlı, 2025; Çakırkaya, 2024) göstermektedir ki Z kuşağı temsilcileri televizyon izleme alışkanlıklarında dijital platformları daha fazla tercih etmektedir. Bu durum Z kuşağı temsilcilerinin dijital platformlara olan ilgisinin yüksek olduğunu göstermektedir. Dijital platformlarda tüketicilere sunulan bir kavram olan aşırı izlemenin bu bağlamda Z kuşağı temsilcileri üzerindeki etkilerinin nasıl olacağını önemli olduğu düşünülmektedir. Aşırı izleme kişilerin sanal ortamlara yönelmesini sağlarken toplum nezdinde bıraktığı etkiler, kullanıcıların deneyimleri neticesinde ne tür farklılıklarla karşı karşıya kaldıkları ve duruma karşı ne derece hazırlıklı olduklarının belirlenmesi önemlidir. Bu düşünceden hareketle çalışmanın amacı Z kuşağı temsilcisi üniversite öğrencilerinin aşırı izleme kavramına bakış açılarını belirlemek ve kavramı tercih etmelerindeki sebepleri ortaya koymak olarak belirlenmiştir. Çalışmanın evrenini Yalova Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü 4. Sınıf öğrencileri, Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Psikoloji Bölümü 4. Sınıf öğrencileri ve Yalova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi

Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü 4. Sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışmanın sınırlılıklarının yukarıdaki bölüm öğrencileri kapsamında belirlenmesinin birtakım sebepleri bulunmaktadır. Yeni Medya ve İletişim Bölümü öğrencilerinin medya eğitimi alıyor olması nedeniyle özellikle medya okuryazarlığı alanında farkındalıklarının fazla olacağı varsayılmaktadır. Psikoloji bölümü öğrencilerinin ise aşırı izleme kavramını bağımlılık kapsamında değerlendirebilecekleri ve bu konuda farkındalıklarının yüksek olacağı varsayılmaktadır. Son olarak Fizyoterapi ve Rehabilitasyon bölümü öğrencilerinin temel sağlık bilimlerine yönelik eğitim almaları ve aşırı izlemenin bireyde oluşturacağı fiziksel ve ruhsal sorunların tahlilinde farkındalıklarının daha fazla olacağı varsayılmaktadır. Çalışmada 4. sınıf öğrencilerinin seçilmesinin temel sebebi lisans son sınıfta eğitim gören öğrencilerin diğer sınıflara göre mesleki yeterlilik ile eğitim düzeylerinin daha yüksek olacağı varsayımdır. Öğrenciler ön koşul olarak belirlenen "Dijital platformlardan içerik izliyor musunuz?" sorusuna evet yanıtı veren kişilerden basit rastgele örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Basit rastgele örneklemede tüm birimler eşit şansa sahiptir ve uygulama sırasında listeden rastgele seçimler yapılır (Kılıç, 2013: 45). Katılımcılar belirlenirken öncelikle her sınıfta ön koşul sorusuna evet yanıtı verenler listelenmiştir. Bu listede Yeni Medya ve İletişim Bölümü'nden 25, Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü'nden 32, Psikoloji Bölümü'nden 36 öğrencinin evet yanıtı verdiği görülmüştür. Bu yanıtlar doğrultusunda öğrenci isimleri listelenmiştir ve içlerinden 10'ar öğrenci rastgele seçilmiştir.

Çalışmada odak grup görüşmesi yöntemi uygulanmıştır. Odak grup görüşmesi bir konu, ürün ve hizmet hakkında insanların ne düşündüğü ve ne hissettiğini anlamak için kullanılan bir araştırma yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 158). Yıldırım ve Şimşek (2016) odak grup görüşmesinin yedi temel unsurdan oluştuğunu ifade etmektedir. Bunlar araştırma amacının belirlenmesi, soruların oluşturulması, yer ve zamanın ayarlanması, pilot denemenin yapılması, katılımcı belirlenmesi ve davet, görüşmenin gerçekleştirilmesi ve verilerin düzenlenerek analiz edilmesidir. Çalışma bu perspektifte yürütülmüştür. Görüşme öncesi pilot çalışma her üç bölümden de belirlenen ikişer öğrenci ile farklı günlerde aynı sınıf ortamında üç farklı oturum esasına göre 45 dakikalık bir sürede tamamlanmıştır. Burada elde edilen verilerin anlamlı sonuçlar sunması neticesinde çalışma devam ettirilerek ana örneklem grubuna uygulanmıştır. Yeni Medya ve İletişim Bölümü'nden 10, Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü'nden 10 ve Psikoloji Bölümü'nden 10 öğrenci ile farklı günlerde oturumlar düzenlenmiştir. Oturumların hepsi aynı sınıfta ve aynı saat diliminde yapılmıştır. Görüşmelerde her bir grupta yer alan öğrencilerin aynı bölüm öğrencileri olmalarına dikkat edilmiştir. 3 farklı görüşmenin hepsi 90 dakika ile sınırlandırılmıştır. Tüm öğrencilere önce 1. soru sorulmuş verilen cevaplar sonrası 2. soruya geçilmiştir. Moderatör oturumlar süresince öğrencilere soruları yöneltilmiş ve verilen yanıtları not almıştır. Yine moderatör öğrencilerin daha net cevaplar verebilmesi adına hazırlanan soruları destekleyecek birtakım açıklamalarda bulunarak konuya ilişkin bilgilendirmeler yapmıştır.

Onwuegbuzie vd. (2009: 5) odak gruplarda veri toplamaya ilişkin hazırladıkları çalışmada yöntemin dört temel veri analizi üzerinden kurgulandığını ifade etmektedir. Bunlar sabit karşılaştırma, klasik içerik analizi, anahtar içerik analizi ve söylem analizidir. Çalışmada bu analiz türlerinden klasik içerik analizi seçilmiştir. Bu analiz yöntemi verilerin parçalara ayrılması, parçaların kategorileştirilerek incelenmesi ve benzerlik içeren ifadelerin aynı başlık altında sıralanmasıdır (Onwuegbuzie vd., 2009: 6). Araştırma bu analiz üzerinden yapılarak kodlama süreci oluşturulmuştur. Çalışma için Yalova Üniversitesi Etik Kurullar Koordinatörlüğü'nden 2024/382 protokol kodu ile etik kurul kararı alınmıştır.

Çalışmada öğrencilere aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

- 1-Geleneksel televizyon izleme pratikleri ile dijital platformlarda dizi ve film izlemek arasında ne tür farklılıklar bulunmaktadır?
- 2-Sizce dijital platformlarda aşırı izleme özelliğinin sunduğu en büyük kolaylık nedir?
- 3-Aşırı izleme özelliğinin dijital platformların tercih edilmesinde ne tür etkileri olduğunu düşünüyorsunuz?

4-Aşırı izleme özelliğinin önümüzdeki yıllarda izleyici profilinde hangi değişikliklere yol açacağını düşünüyorsunuz?

Belirlenen sorular çalışmanın literatür kısmında ortaya koyulan teorik yaklaşımlardan faydalanılarak hazırlanmıştır. Birinci soru Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ile kültürel çalışmaların sunduğu teorik analizlerin değerlendirilmesi ve bu bağlamda yanıtların aranması adına hazırlanmıştır. İkinci soru televizyon yayıncılığında yaşanan değişimler ile dijitalleşen izleyici ve konumunun belirlenmesi adına dijital platformların izleyici perspektifinden nasıl anlamlandırıldığının karşılaştırılması adına hazırlanmıştır. Üçüncü ve dördüncü sorular ise çalışmanın amacı kapsamında aşırı izlemeye yönelik kanaatin ve aşırı izleme sebeplerinin belirlenmesi adına hazırlanmıştır.

Çalışmada yer alan katılımcılara yönelik demografik bilgiler tablolardaki gibidir:

Tablo 1: Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü Öğrencileri Sosyo-Demografik Bilgileri

Katılımcının Adı Soyadı	Yaş	Cinsiyet
F-1	23	Kadın
F-2	23	Kadın
F-3	22	Kadın
F-4	21	Kadın
F-5	23	Kadın
F-6	24	Kadın
F-7	22	Kadın
F-8	24	Kadın
F-9	23	Kadın
F-10	23	Kadın

Tablo 2: Psikoloji Bölümü Öğrencileri Sosyo-Demografik Bilgileri

Katılımcının Adı Soyadı	Yaş	Cinsiyet
P-1	23	Erkek
P-2	23	Erkek
P-3	28	Erkek
P-4	23	Kadın
P-5	23	Erkek
P-6	22	Erkek
P-7	23	Erkek
P-8	23	Kadın
P-9	23	Kadın
P-10	22	Kadın

Tablo 3: Yeni Medya ve İletişim Bölümü Öğrencileri Sosyo-Demografik Bilgileri

Katılımcının Adı Soyadı	Yaş	Cinsiyet
Y-1	22	Kadın
Y-2	22	Kadın
Y-3	24	Kadın
Y-4	22	Kadın
Y-5	23	Kadın
Y-6	24	Kadın
Y-7	23	Kadın
Y-8	22	Kadın

Y-9	21	Erkek
Y-10	22	Erkek

5. Bulgular

Çalışmada öğrencilere yöneltilen sorulara verilen yanıtlar kapsamında 5 ana tema belirlenmiştir. Bu temalar, seçim ve kontrol özgürlüğü, kesintisiz izleme ve zamandan tasarruf, ulaşılabilirlik, dikkat dağınıklığı ve ekran bağımlılığı, aşırı tüketim olarak sınıflandırılmıştır. Çalışmada yer alan ilk üç tema sürecin olumlu yönlerine son iki tema ise olumsuz yönlerine dikkat çekmektedir.

5.1. Seçim ve Kontrol Özgürlüğü

Katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda dikkat çeken ilk nokta geleneksel televizyona oranla dijital platformların sunduğu kolaylaştırıcı ve kontrol edilebilir teknolojik imkanlar olmuştur. Dijital platformların geleneksel televizyona oranla seçim ve kontrol özgürlüğünü arttırdığına dikkat çeken kullanıcılar aşırı izleme alışkanlığının ise bu durumu destekler nitelikte olduğunu belirtmişlerdir.

“Geleneksel televizyonun belirli gün ve saatlerde izlenme olasılığı var ancak dijital platformlarda keyfi saat belirleyip istediğim zaman istediğim programı izleyebiliyorum (F-1)”.

“Televizyonda yayın ve içerik sabitken dijital platformda istediğimiz gibi değiştirebilme özgürlüğüne sahibiz (F-3)”.

“Televizyon izleme belirli yayın saatlerine bağlı kalınarak yapılıyorken dijital platformlarda izleyici istediği zaman istediği içeriğe ulaşabilir (F5)”.

Katılımcıların bu farklılıkta en çok üzerinde durduğu konulardan biri reklam ve yayın saatleri olmuştur. Geleneksel televizyonda bu konuda sıkıntı yaşadıklarını belirten katılımcılar dijital platformlarda arda ardına gelen yayınlar sayesinde bu sorundan kurtulduklarını ve daha özgür ve geniş bir yelpazede yayın yapabildiklerini belirtmektedirler.

“Geleneksel televizyon izleme pratikleri yayın saatine bağlıdır. Yani izleyici içerikleri belirli saatlerde izlemek zorundadır. Dijitalde ise izleyici istediği zaman ve yerde içeriğe erişebilir (F10)”.

“Geleneksel televizyon izleme pratikleri saatlerce televizyonun başında büyük kanalların reklam kuşaklarını insanlara dayatmak için yayınladığı, anlamsız uzun ve sadece gereksiz merak uyandıran dizileri izlemek olarak düşünüyorum. Dijital platformlar ise istediğimiz diziyi ya da filmi istediğimiz saatte izlememize olanak sağlıyor ve geleneksele kıyasla daha özgür ve daha geniş bir yelpazeye sahip oluyoruz (P1)”.

“Geleneksel televizyon izleme pratikleri uzun dizi saatleri ve bol reklam göstermeye dayanıyor. Konular ve işleniş genellikle toplumun daha eğitimsiz kısmına hitap edecek şekilde ve o akşam ne yayınloryorsa izlemek zorunda kalıyorsunuz, seçim şansınız yok. Dijital platformlara aylık az bir ücret vererek reklamı ortadan kaldırmak daha cazip. Dizi süreleri daha kısa ve senaryolar daha akışkan. Dijital platformlarda da kalitesiz içerikler çoğunlukla olsa da filtreleyip istediğiniz dizi veya filmi bulmak daha kolay, o anki yayına bağımlı değilsiniz (P3)”.

“Dijitalde neyi ne zaman izleyeceğimi seçebilirim. Televizyonda ise bütün programların saati belli. Bir de reklam olması televizyon izleme hevesini kaçırıyor insana (P9)”.

Tercihlerde üzerinde durulan bir diğer konu teknolojik gelişmelerin sunduğu imkanlardır. Katılımcılar programların durdurulabilmesi ve istenildiği yerden devam edilebilmesi ile zaman sorunu yaşamadan programları istedikleri kadar izleyebilmelerini önemli bir olanak olarak değerlendirmektedir.

“Reklamsız izleme özelliği, atlayarak izlemek, istediğimiz yerde durdurup tekrar başlatmak ve geriye ileriye almak istediğimiz türden bir sürü dizi filme ulaşabilme gibi farklılıkları vardır (Y1)”.

“Dijital platformlarda kendi seçimimiz ve istediğimiz gibi yön verme şansımız olabiliyor. Ancak geleneksel televizyonda istediğimizi seçemiyoruz ve izlediğimiz reklamlar nedeniyle sürekli bölündüğü için

verimlilik alamıyoruz. Dijital platformda istediğimiz gibi hayatımıza katkısı olacak dizi ve film izleme şansımız oluyor. Geleneksel televizyonda ise çoğunun bir önermesini veya katkısını göremiyoruz (P4)”.

“Gelenekselde program yayınlanmaya başladığında onu durduramıyoruz. Dijitalde ise istediğim zaman durdurabilme özgürlüğüne sahibim. Bu sayede daha rahat ve kolay bir izleme avantajına sahip oluyorum (P6)”.

“Çünkü televizyonda ne izleneceğime kanal karar verirken, dijital platformlarda zaman, mekân fark etmeksizin ne izlemek istediğimi seçebiliyorum. Televizyonda sık sık reklamlara yer verilirken, dijital platformlarda genelde ücret karşılığında da olsa reklamsız ve kesintisiz izleyebiliyorum. Ayrıyeten diziler televizyonda haftada bir yayınlanırken, dijitalde tüm sezonu bir oturuşta bitirebiliyorum ve dijitalde çok daha fazla içerik seçeneği olduğundan daha cazip geliyor. Kısacası, dijital platformların izleyiciye daha fazla özgürlük ve esneklik sunduğunu düşünüyorum (Y4)”.

“Geleneksel bir film izlerken geriye alma yahut durdurma gibi bir avantaj yoktur. Yeni medya teknolojileriyle beraber filmleri geri sararak izleyebilme fırsatına sahip olduk (Y5)”.

Son olarak katılımcılar oluşturulan içeriklerin de geleneksele oranla daha ilgi çekici olduğunu ifade etmektedir. Bu sayede bu alana ilgilerinin arttığını ve ardı ardına izleme seçeneğine daha fazla yöneldiklerini belirtmektedir.

“Dijital platformlardaki dizi içeriklerinin ve karakterlerinin geleneksel televizyona göre daha ilgi çekici olduğunu düşünüyorum. Geleneksel televizyonda kontrol mekanizması daha sıkı olduğu için program türleri kısıtlı kalabiliyor. Ama dijitalde bu tür engellemelerle karşı karşıya kalmamak hoşuma gidiyor (Y7)”.

“Dijitalde istediğimiz programı istediğimiz saatte izleyebiliriz. Seçim yapmamız daha kolaydır ve genellikle reklama maruz kalmayız. Gelenekselde ise her şeyin saati bellidir. Bir programı kaçırırsak tekrarını izlememiz çok zordur (Y9)”.

“Gelenekselde yayın saatleri bellidir. Hangi saatte ne varsa o izlenir. Gelenekselde ise böyle bir sorun yoktu. İsteddiğimiz programı istediğimiz saatte izleriz. Ayrıca reklamla karşılaşmamakta büyük bir avantaj (Y10)”.

Verilen cevaplarda teknolojik gelişmelerin sunduğu imkanların ön plana çıktığı görülmektedir. Katılımcıların aşırı izleme pratiklerine başvurmasında ve dijital platformlara yönelmesinde istedikleri anda programı durdurabilme, kaldıkları yerden devam edebilme ve reklamlardan kurtulma gibi seçeneklerin etkili olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcılar interaktif içeriklerin geleneksel medyaya oranla kendileri için daha cazip olduğunu belirtmektedir. Sürekli izleyebilme olanağı sayesinde kendilerini daha özgür hisseden kullanıcılar bunun izleme alışkanlıklarını etkilediğini ve kendilerini bu platforma daha bağlı bir hale getirdiğini ifade etmektedirler.

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı insanların medya ile ne yaptığı sorusuna odaklanarak dikkatle algının alıcıya doğru kaydığına değinmektedir (Özçetin, 2018: 113). Katılımcıların istediği içeriği izleyebilme özgürlüğüne sahip olması Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'nın pasiften aktife geçen izleyici tezi ile uyum göstermektedir. Zira izleyiciler verdikleri yanıtlarda seçim ve kontrol özgürlüğünün kendilerine konfor sağladığını ve bu sayede aşırı izleme sürecinin daha aktif gerçekleştiğini ifade etmektedir. Yine Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı izleyicinin medya üzerinden ihtiyaçlarını gidererek doyuma ulaştığını söyler (Akar, 2023). Çalışmada da katılımcılar seçim özgürlüğü sayesinde istedikleri yayına erişebildiklerini ve bu sayede doyuma ulaştıklarını dile getirmektedir.

5.2. Kesintisiz İzleme ve Zamandan Tasarruf

Katılımcılar arka arkaya gelen bölümleri hiçbir zahmete girmeden izleyebilme imkanını önemli bir konfor alanı olarak görmektedir. Devamını bekleme zorluğundan aşırı izleme sayesinde kurtulduklarını belirten katılımcılar bu sayede izledikleri içeriğe olan bağlılıklarının arttığını ve vakitlerini kendi istedikleri şekilde değerlendirdiklerini söylemektedir.

“Bölümler arka arkaya geliyor ve beklemeden izleyebilme gücüne sahip oluyoruz (F-2)”.

“İzlenen şeyi kesintisiz bir şekilde izleyebiliyor ve devamını beklemek gibi bir zorunluluk altında kalmıyoruz (F-3)”.

“Dizi ve filmlerin bölünmeden kesintisiz şekilde izlenmesi ve hikâyeye olan bağlılığı artırır (F-6)”.

“En büyük kolaylık izleyicinin diziyi arka arkaya durmaksızın izlemesi ve bu sayede içeriğe kesintisiz odaklanabilmesidir. Aynı zamanda izleyici zamanı daha verimli kullanır. Çünkü istediği saatte izleyebilir (F-9)”.

“Dijital platformlarda televizyonun karşısına geçtiğinizde hiç yerinizden kıpırdamadan 10 bölüm izlemenize olanak sağlıyor. Elbette her hafta 1 bölüm yayınlayan dijital diziler var fakat varsayalım tüm dizi çoktan yayınlanmış olsun tüm sezonu bir oturuşta izleyebilirsiniz size bu olanağı sağlar (P-1)”.

“Televizyondaki gün veya hafta arayla yayınlanmasını beklemeden boş vaktimizi dilediğimiz gibi değerlendirerek art arda bölümleri izleyebilmekteyiz (P-2)”.

“İstediğimiz dizi film videoları istediğimiz zaman durdurup tekrar başlamak, bölümleri arka arkaya izleyebilmek tek bir günde bitirebilmek sezonları beklemeden hemen izleyebilmek en büyük kolaylığı (Y-1)”.

Zamandan büyük bir tasarruf edilmesi aşırı izleme pratiğine yönelim ve katılımcıların dijital platformları tercih etmesindeki bir diğer önemli neden olarak görülmektedir. Katılımcılar burada merak unsurunun da devreye girdiğini belirterek bir hafta boyunca yeni bir bölüm bekleme zahmetinden kurtulduklarını söylemektedir. Böylece zaman kazandıklarını ve izleyici zamanının daha verimli kullanıldığını ifade etmektedirler. Aşırı izlemenin en büyük avantajını ise beklemekten kurtulmak olarak yorumlamaktadırlar.

“Zamandan tasarruf ve bir dahaki bölümde ne olacak merakı olmaması (F-1)”.

“Merak ettiğimiz bölümlerin devamın izleyebilme kolaylığı bulunmakta (F-8)”.

“En büyük kolaylık izleyicinin diziyi arka arkaya durmaksızın izlemesi ve bu sayede içeriğe kesintisiz odaklanabilmesidir. Aynı zamanda izleyici zamanını daha verimli kullanabilir (F-10)”.

“Dizinin önceki bölümlerinin karakterlerinin unutulmasını zorlaştırması. Dizileri film gibi tek seferde izlemek de bir alışkanlık. Muhtemelen dizi her hafta ayrı ayrı verilse çoğu diziye devam etmeyecekken aşırı izleme sayesinde pek çok sefer yeniden şans veriyorum (P-3)”.

“Aşırı izleme ile beklemekten kurtuluyoruz. Gelenekselde haftalarca beklerken bazen programı unutuyoruz. Dijital bizi aşırı izleme ile bu dertten kurtardı (P-5)”.

“Merak ettiğim bir diziyi tek solukta izleyebiliyorum. Bu da kolaylık sağlıyor (P-8)”.

“Hız, sıkıldığımda atlayabilme ve zamandan tasarruf gibi avantajları olduğunu düşünüyorum. Yine merak duygumuzu da tetikler (P-10)”.

Son olarak elde edilen tasarruf ve kesintisiz izleme olanağının konfor oluşturduğu ifade edilmektedir. Katılımcılar tercih hakkının kendilerinde olmasıyla daha iyi hissettiklerini ve kaliteli bir içerik izleme sürecine girdiklerini belirtmektedir.

“Tüketilen içeriği, izleyicinin istediği hızda istediği kadar izlemesine olanak sağlıyor. İzleyici bir diziyi izlerken bölüm sonu merak uyandıran, heyecanlı bir yerde bittiğinde diğer bölüme geçebiliyor. Aynı şekilde izleyici aşırı izleme özelliğiyle dizinin içine daha rahat dalabiliyor ve hikâyenin anlattığını daha iyi kavriyor (Y-3)”.

“İstediğim kadar izleyebilmek bana güzel ve konforlu geliyor. Tercih hakkımın ve özgürlüğümün olduğunu bilmek bana kendimi daha iyi hissettiriyor (Y-6)”.

“İçeriğin devamına hiçbir çaba sarf etmeden ulaşmak büyük kolaylık. Bu sayede bizler de içeriği bırakmıyoruz ve süreklilik oluşuyor (Y-7)”.

“Beklemekten kurtarması büyük bir kolaylık. Hem zamandan tasarruf edebiliyoruz hem de anlık tatmin duygusunu yaşayabiliyoruz (Y-8)”.

“Aşırı izlemenin sunduğu en büyük kolaylık çaba sarf etmeden ardı ardına bir program ya da diziyi izleyebilirdir. Bu sayede sürekli istediğimiz şeyleri izleyebiliriz (Y-9)”.

“Aşırı izlemenin sunduğu en büyük kolaylık programın devamını bekleme derdinden kurtulmaktır. Ardı ardına gelen bölümler ile zaman kaybetmeden bölümleri izleyebiliriz. Bu kolaylığı konfor olarak adlandırabilirim (Y-10)”.

Katılımcılar kesintisiz izleme ve zamandan tasarrufu önemli bir etmen olarak görmektedir. İzleme devamlılığının sağlanması neticesinde programlara ulaşımın kolaylaştığı ifade edilmektedir. Yine zamandan tasarruf noktasında avantajlardan söz eden katılımcılar program seçme özgürlüğü yanı sıra istedikleri zaman izleyebilme ve duraklatabilme gibi avantajları sıralamaktadır. Ayrıca kesintisiz izlemenin program sadakatini arttırdığına dikkat çekilmektedir.

Dijital çağda zaman algısında önemli değişimler yaşanmıştır. Sosyal medya, işle ilgili iletişim araçları ve hatta dijital zaman yönetimi sistemleri gibi dijital platformlar, bireylerin zamanla daha esnek ve anlık yollarla sürekli etkileşim kurmasına olanak tanımaktadır (Çelik ve Akkol, 2025: 25). Bu durum yukarıdaki temanın modern zaman algısı ve hız toplumu perspektifleri üzerinden değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Katılımcıların kesintisiz bir izleme deneyimine sahip olarak zamandan tasarruf ettiklerini dile getirmeleri günümüz modern zaman algısının bir sonucu olarak görülmektedir. Zira günümüz teknolojik gelişmeleri ve dijital akışkanlık, bireyin zamanı nasıl algıladığını etkilemekte ve zamandan tasarruf eden kişi kendini daha rahat ve kolay bir yaşam içinde hissedebilmektedir.

Bauman (2017) hızın katı yapıları eriten ve sınıf ayrımını tetikleyen bir unsur olduğundan söz eder. Böylece kişiler arası ilişkiler ve kurumlar hızın sunduğu avantajlar sayesinde daha akışkan bir hale gelir. Hızın bu yeniden üreten yapısı hız toplumu kavramını ön plana çıkarmaktadır. Virilio'ya (2005) göre iletişim teknolojileri ile medyanın sunduğu anıdalık özellikleri toplumsal algıyı etkileyerek değiştirebilme gücüne sahiptir. Bu bağlamda hız toplumu kavramı kişilerin zamanın gücünü kavrama ve onu kullanarak hayatını daha farklı yorumlayabilmesini mümkün kılmaktadır. Çalışma kapsamında hız toplumu kavramı katılımcıların özellikle zamandan tasarruf etmeleri sayesinde elde ettikleri konfora işaret etmektedir. Bu durum izleyicilerin aşırı izleme eğilimlerine daha fazla yönelim gösterdiklerini ortaya koymaktadır.

5.3. Ulaşılabilirlik

Katılımcılar platforma kolay bir şekilde ulaşmanın avantaj sağladığını söylemektedir. Aşırı izleme sayesinde ise bölümlere ulaşmada sorun yaşamadıklarını bu sayede aktif bir izleme deneyimi yaşadıklarını dile getirmektedir. Bunun yanı sıra bölümlerin dinamik bir şekilde izlenmesinde kolay ulaşmanın da avantajlar sağladığını ifade etmektedirler.

“Kolay ulaşılabilir olmasını avantaj olarak görüyorum. Böylece insanlar daha rahat şekilde bu platformlara kaymakta (F-8)”.

“Aşırı izleme kişinin istediği zamanda istediği hızda özgürce izlemesini sağlayarak dijital platformda daha fazla tercih edilir (F-6)”.

“İzleyiciler içerikleri kendi hızlarında tüketebilme özgürlüğünü cazip bulurlar. Özellikle genç kitle için bu avantaj sağlar. Aynı zamanda bu durum dijital platformlara bağımlılığı arttırır (F-9)”.

“Kısa vadeli kullanıma uygun kılması açısından pozitif etkileri vardır. İzlemek istediğiniz 2-3 diziyi aynı ay içinde izleyerek bir daha o platforma dönmenize gerek kalmadan hızlıca bitirip gidebilirsiniz (P-2)”.

“Aşırı izleme sayesinde kolaylık olduğu için dijital platformlar daha çok tercih ediliyor. Bence en büyük avantajı kolaylık sağlaması (P-7)”.

“Dijital platformlar bize istediğimiz bölümü hemen izleyebilme fırsatı sunuyor. Böylece bölüm kaçırma gibi bir zorlukla karşı karşıya kalmıyoruz (Y-5)”.

Kolay bir şekilde ulaşım sayesinde zaman kazandıklarını söyleyen katılımcılar bu hususun tüketim anlamında da kendilerine avantaj sunduğunu belirtmektedir. Geleneksel televizyona oranla bunu önemli bir etmen olarak gören katılımcılar tercih edilirlikte bu kıstasın önemine vurgu yapmaktadır.

“Zaman kazandırması olabilir. Daha hızlı ve reklamsız olduğu için uzun süren dizi veya filmleri de rahatlıkla bitirebiliriz (P-4)”.

“Aşırı izleme sayesinde programlar ardı ardında sıralandığı için daha fazla şey izleme imkânı elde ederiz. Bu durumun da dijital olan ilgiyi arttıracaklarını düşünüyorum (P-10)”.

“Artık hız çağındayız birçok şeyi çabuk ve en hızlı şekilde yapmayı tercih ediyoruz. Bir içerik izlerken haftalarca yeni bölüm beklemektense dijital platformlar sayesinde içerikleri bir oturuşta bitirme olanağı sağlıyor. Aynı zamanda tükettiğimiz içeriklerin kendi istediğimiz zamanlarda tüketebilmek istiyoruz ve dijital platformlarda belirli bir saat kavramı yok, sonuç olarak bu sebepler izleyiciyi dijital platformlara yönlendiriyor (Y-3)”.

“Aşırı izleme özelliği, dijital platformların sevilmesinde büyük paya sahip. Çünkü kimse artık bir hafta yeni bölüm beklemek istemiyor. Tüm bölümler elimizin altında olunca, istediğimiz zaman izlemek çok daha keyifli. Hem zaman kazandırıyor hem de izleme deneyimini daha eğlenceli hale getiriyor (Y-4)”.

“Aşırı izleme ile insanlar bir hafta yeni bölüm beklemek zorunda kalmıyor. Hemen bir sonraki bölüme geçebilme gücüne sahip oluyor. Bence bu dijital platformları geleneksele göre oldukça avantajlı kılıyor (Y-7)”.

“Geleneksel televizyonda olsa program seçmek ve kanallar arasında dolaşmak zorunda kalacağız. Oysa dijitalde aşırı izleme ile hem istediğimiz programı seçebiliyoruz hem de onu ekstra bir emek sarf etmeden izleyebilme özelliğine sahip oluyoruz. Tüm bu unsurlar sayesinde de dijitali daha fazla tercih eder hale geliyoruz (Y-10)”.

Ulaşılabilirlik temelde geleneksel televizyon programlarının sunduğu dezavantajlar doğrultusunda değerlendirilmektedir. Katılımcılar geleneksele oranla dijitalde daha az emek sarf ettiklerini ve kolay ulaşmanın kendileri için iyi bir unsur olduğunu söylemektedir. Daha hızlı tüketimin olduğunu ve istedikleri yerde programlara ulaşabildiklerini belirten katılımcılar bu sayede dijital platformlara olan ilginin de daha da artacağı yönünde kanaat bildirmektedir.

5.4. Dikkat Dağınıklığı ve Ekran Bağımlılığı

Katılımcılar olumsuz unsur olarak değerlendirdikleri dikkat dağınıklığı ve ekran bağımlılığında sürecin fizyolojik ve psikolojik etkilerine dikkat çekmiştir. Katılımcılar öncelikli olarak odak problemi sorununa işaret etmiştir. Ayrıca izleyicilerin daha sabırsız ve ekrana bağlı olacağına yönelik fikir beyan etmiştir. Ayrıca uyku düzeninde yaşanabilecek bozukluklar ve hiperaktivite gibi sorunların da aşırı izleme aracılığıyla tetiklenebileceği ifade edilmiştir.

“Odak probleminin artacağını düşünüyorum. Bence izleyici sabırsız, çabuk tüketen kişilere dönüşecek (F-2)”.

“İzleyicinin sabır eşiğini düşürebilir. Ekrana bağımlılık artar (F-5)”.

“Sabırsızlık, uyku düzeni dikkat dağınıklığı gibi değişikliklere yol açacağını düşünüyorum (F-3)”.

“Sabırsızlık. Tek seferde daha çok içerik izlemenin oluşturacağı alışkanlık hali (F-4)”.

“Kişisel ekrana bağlılığı artırır ve sosyal izleme alışkanlıklarını azaltır. İzleyici daha yalnızlaşmış hale gelir (F-6)”.

“Daha fazla izlenme sağlayarak bağımlılığı tetikleyeceğini düşünüyorum (F-7)”.

“Dikkat dağınıklığı oluşturacağını düşünüyorum. Çünkü sürekli bir şeyi takip etmek zamanla insanda zihinsel sorunlara yol açabilir (F-8)”.

“Ne kadar kendi fikrimce aşırı izleme güzel bir şey olsa da kötü bir yönü de var. İnsanları ekrana bağlaması. İzleyiciler önümüzdeki yıllarda daha sorumluluklarından kopan ve ekrana bağımlı hale gelen profillere yönelebilirler. Ne de olsa piyasa arz-taleple ilerliyor ve insanlar bağılı hale geldikçe arz da artacaktır. Bu yüzden de insanları daha sömüren bir noktaya ilerleyecektir (P-1)”.

“Aşırı izleme ile izleyici profili çabuk tüketen ve sıkılan bir yapıya bürünecektir. Çünkü ardı ardına gelen programlar nedeniyle insanların sıkılma süresi kısılacaktır (P-6)”.

“Bence odaklanma süresini olumsuz etkiler. Çünkü ardı ardında içeriğe maruz kalmak insanın dikkatini dağıtır diye düşünüyorum (P-8)”.

“Dikkat eksikliği ve hiperaktivite sorunlarına yol açabileceğini düşünüyorum. Çünkü sürekli bir şeye odaklanmak insanı olumsuz etkileyebilir. Ayrıca bağımlılık sorunu da oluşabilir (P-9)”.

“Ekran süremiz artacaktır. Daha fazla izlemek tahammül süremizi azaltacağı için kısır bir döngünün içine gireceğimizi düşünüyorum (P-10)”.

Dikkat dağınıklığı ve ekran bağımlılığı temasında sürecin fizyolojik ve psikolojik etkilerine yönelik kanaatlerde Fizyoterapi ve Rehabilitasyon ile Psikoloji bölümü öğrencilerinin kanaatleri ön plana çıkmıştır. Çalışmanın amaç kısmında anlatılan varsayımlarda da belirtildiği üzere öğrencilerin mesleki eğitimlerinin yansımalarını yorumlarına aktardıkları görülmektedir. Bu iki gruba ait öğrencilerin bağımlılık, dikkat eksikliği, hiperaktivite, odak problemi gibi konulara değinmesi ortaya atılan varsayımı güçlendirmektedir. Zira öğrencilerin aldıkları eğitimler yorumlarda belirttikleri unsurlar ile örtüşmektedir. Yeni Medya ve İletişim bölümü öğrencilerinin ise bu konularda herhangi bir yorumda bulunmaması dikkat çekicidir. Bu öğrenciler bir sonraki madde olan tüketim unsurundaki yorumlarda ağırlıktadır.

Bağımlılık en genel tanımıyla aşırı miktarda alınan bir maddenin azaltılması ya da bırakılması halinde oluşan yoksunluk belirtileridir (Uğurlu vd., 2012: 38). Kavram medya bağlamında değerlendirildiğinde Ball-Rokeach ve DeFleur’un (1976) medya bağımlılığı teorisi ön plana çıkmaktadır. Bu teoriye göre medya izleyicileri eğlence ve ihtiyaçlarını giderme gibi unsurlar ile kendine çeker ve izleyici katılımı arttıkça bu mecralara olan bağlılık artar. İnternet bağımlılığı ise mecranın sunduğu kolay ulaşılabilirlik ve çeşitlilik gibi imkanlar vasıtasıyla hayatımıza girmiş bir kavramdır (Yang ve Tung, 2007: 79). Çalışma kapsamında katılımcıların dikkat dağınıklığı ve ekran bağımlılığı söylemleri özellikle medya ve internet bağımlılığı ile örtüşmektedir. Aşırı izleme nedeniyle mecraya olan bağımlılığın arttığına işaret eden katılımcılar sürekli maruz kaldıkları yayınlar nedeniyle ekran başından ayrılmadıklarını dile getirmektedir. Katılımcılar ayrıca ekran bağımlılığının artmasında aşırı izlemenin etkili olduğunu söylemektedir.

5.5. Aşırı Tüketim

Dezavantajlı bir konuma yerleştirilen bir diğer tema olan tüketimde öğrenciler aşırı izleme özelliğinin sunduğu sürekli tüketme eğilimine değinmektedir. Klasik televizyona oranla dijital platformların süreklilik ve bitmeyen bir içerik seçeneği sunduğunu belirten öğrenciler platformların sürekli tüketme mantığıyla hareket etmeleri neticesinde içerik kalitesinin de düşeceğine kanaat getirmektedir.

“Hızlı tüketim hiçbir bölümünün insanlara yetmeyeceğini düşünüyorum (Y-1)”.

“İzleyiciler içerikleri hızlı bir şekilde tüketip daha çok izleyecek içerik arayışına girecek. İzledikleri içeriklerde herhangi bir kalite aramadan sadece onu tüketme odaklı olacaklar. Bu durum kaliteli içeriklerin azalmasına yol açabileceğini düşünüyorum (Y-2)”.

“Aşırı izleme ile insanların programları hızlı bir şekilde tüketeceğini ve bir sonraki bölüme yöneleceğini düşünüyorum. Böylece insanlar daha hızlı tüketen ve sürekli başka bir şeyi tüketmeyi arayan insanlara dönüşeceklerdir (Y-6)”.

“İzleyiciler klasik televizyon izleyicisinden ziyade dijital izleyicilere dönüşecektir. Yani aşırı izlemenin sunduğu hızlilik ile herkes programları istediği zaman takip edebilecek ve hızlı tüketecek insanlara dönüşecektir (Y-9)”.

“Bence bağımlı bir izleyici profili oluşturacak. İnsanlar aşırı izleme nedeniyle bölümün ne zaman bittiğini anlamayacak bile. Bu sayede de başka bir şeyi farkında olmadan izleyecek ve ona bağımlı kalacak (Y-10)”.

Bir önceki maddedeki öğrencilerin mesleki eğitimlerine yönelik eğilimin bu maddede de etkili olduğu düşünülmektedir. Yeni Medya ve İletişim bölümü öğrencilerinin tüketim, kültür endüstrisi, popüler kültür ve iletişim bilimleri gibi alanlarda aldıkları eğitim doğrultusunda sürecin tüketim kısmını olumsuz bir kapsamda değerlendirdikleri görülmektedir. Yorumların yine amaç kısmında belirtilen varsayımlarla örtüştüğü düşünülmektedir. Zira katılımcılar insanların tüketime endeksli bireylere dönüşeceklerini söylemektedir. Bu durumun bireyleri zaman kullanımı sorunuyla karşı karşıya bırakacağı ifade edilmektedir. Hızlı tüketen insanların daha bağımlı ve ne izlediğini bilmeyen kişilere dönüşeceği belirtilmektedir. Ayrıca bu tüketim unsurunun uzun vadede içerik kalitesini olumsuz etkileyeceği vurgulanmaktadır. Tema kapsamında Fizyoterapi ve Rehabilitasyon ile Psikoloji bölümü öğrencilerinin öne çıkan yorumlarda bulunmaması dikkat çekicidir.

Frankfurt Okulu temsilcileri Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer, kültür endüstrisi kavramı üzerinden kitle iletişim araçlarının oluşturduğu sahte ihtiyaçlara dikkat çeker. Adorno ve Horkheimer (2014) Aydınlanmanın Diyalektiği’nde kültür endüstrisinin bireyi tüketen insan döngüsüne dahil ettiğini belirterek kişinin kapitalist sistemin bir aracı haline dönüştüğünü ifade eder. Herbert Marcuse (1990: 38-39) ise tüketimin egemen sınıfa hizmet eden bir unsur olduğunu söyleyerek tüketim arttıkça bağımlılığın artacağına vurgu yapar. Son olarak Jean Baudrillard (2008) Tüketim Toplumu adlı eserinde kültür endüstrisi ile medyanın yüklediği anlamların ve göstergelerin bireyler tarafından tüketildiğini ve aşırı tüketimin her zaman bu göstergelerin durmaksızın üretimi üzerine kurulu olduğuna değinir. Bu teorik bağlam doğrultusunda katılımcıların aşırı tüketim odaklı verdikleri cevaplar kültür endüstrisinin temel eleştirel paradigmaları ile uyumludur. Katılımcılar aşırı izleme ile sürekli tüketen bireyler haline geldiklerini ve ekranın sonsuz tüketim döngüsünün bu yaklaşımı kolaylaştırdığını dile getirmektedir. Yine katılımcılar aşırı izleme sayesinde sürekli tüketmeyi düşünen ve sonraki bölümde acaba ne olacak merakı ile tüketime sevk edildiklerini söylemektedir.

6. Sonuç

Z kuşağı temsilcisi üniversite öğrencilerinin aşırı izleme kavramına yönelik bakış açılarını belirlemek ve kavramı tercih etmelerindeki temel dinamikleri ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanan çalışmada katılımcıların aşırı izleme kavramına yönelik tutumları incelenmiştir. Öğrencilerin çalışmanın amacı doğrultusunda verdikleri cevaplar 5 ana tema üzerinden işlenmiştir. Bu temalar seçim ve kontrol özgürlüğü, kesintisiz izleme ve zamandan tasarruf, ulaşılabilirlik, dikkat dağınıklığı ve ekran bağımlılığı, aşırı tüketim olarak belirlenmiştir.

Temalar doğrultusunda inceleme yapıldığında katılımcıların dijital platformlardaki aşırı izleme pratiklerini hem olumlu hem de olumsuz açılardan değerlendirdiği görülmektedir. Öğrencilerin seçim ve kontrol özgürlüğü temasını önemsedikleri ve bunu konfor alanı oluşturan bir teknolojik gelişme olarak yorumladıkları dikkat çekmektedir. Katılımcılar aşırı izleme kavramı ile teknolojik gelişmeleri birleştirdiklerinde her ne kadar ardı ardında gelen bir yayıncılık anlayışının ekrana olan bağlılığı arttırdığına işaret etseler de durumun özellikle geleneksel medyaya oranla kendilerine daha fazla seçim özgürlüğü sunduğunu belirtmektedir. Bunun yanı sıra kontrolün ellerinde olduğunu düşünen katılımcılar, kendilerini daha özgür ve taleplerinin karşılandığı hazzını hisseden bireyler olarak tanımlamaktadır. Bu durum Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ile paralel bir bakış sunmaktadır. Dikkatin ve algının izleyiciye kaydığı (Özçetin, 2018: 113) ve insanların medyadan faydalanarak doyuma ulaştığı (Akar, 2023) bu yaklaşımda tartışılan temel unsurların hepsi katılımcıların söylemlerinde yer almaktadır. Aşırı izleme ile daha aktif bir role sahip olduklarını dile getiren katılımcılar bu sayede kendilerini karar veren ve özgür kişiler olarak tanımlamaktadır. Bu durum Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı’nın dile getirdiği aktiflik tezi ve farkındalık ile bireyin medyadan faydalanma eğilimiyle benzer veriler sunmaktadır.

Aşırı izleme pratiklerinin sunduğu avantajlar doğrultusunda üzerinde durulan diğer kavram olan kesintisiz izleme ve zamandan tasarruf tüm katılımcıların ortak kanaat sunduğu bir özellik olarak sunulmaktadır. Katılımcılar aşırı izleme özelliği sayesinde dizi bölümlerine herhangi bir engelle

karşılaşmadan ulaşabildiklerini söylemektedir. Bu sayede yapımlara olan bağlılıklarının ve meraklarının arttığına işaret eden katılımcılar durumu kendileri açısından konforlu olarak adlandırmaktadır. Diğer yandan zamandan tasarruf teması ile katılımcılar gün içinde ekrana ayıracakları vakti ayarlama açısından avantaja sahip olduklarını ifade etmektedir. Özellikle akşam saatlerinde geleneksel yayıncılıkta olduğu gibi kanallar arası geçiş yapmaktan ve istemedikleri programları izleme zorunluluğundan kurtulmanın önemli olduğunu savunan katılımcılar, zamandan tasarruf etmenin kendilerine fayda sağladığını söylemektedir. Bauman (2017) hızın bireyi tetikleyen ve zamana uyumlayan bir kişiye dönüştürdüğünü ifade eder. Virilio (2005) ise iletişim teknolojilerinin sunduğu hızlılık ve anıdalığın toplumsal algıyı yöneterek bireyi karar verici hale dönüştürdüğünü dile getirmektedir. Katılımcılar aşırı izleme ile yukarıda bahsedilen teorik perspektiflerin ekrandaki tezahürünü tanımlamaktadır. Zira izleyiciler istemedikleri programları izlemekten kurtulduklarını, kararlarını kendileri verdiklerini ve bunda teknolojinin sunduğu hızın ve tasarrufun önemi olduğunu ifade etmektedirler. Böylece hız ve teknoloji ilişkisi ile iletişim araçlarının sunduğu anıdalık etkisinin kullanıcıların tercihlerinde dikkat çeken bir konumda olduğu görülmektedir.

Ulaşılabilirlik temasına bakıldığında katılımcılar geleneksel televizyonlardaki yayın kuşaklarının sabitliği ve değişmezliğine karşın dijital platformların sunduğu kolaycılığa dikkat çekmektedir. Aktif izleme ve dinamizm gibi öğelerin platformlardaki yayınlara olan ilgilerinin artmasına vesile olduğunu belirten katılımcılar aşırı izleme sayesinde her bölüme kolayca ulaşabildiklerini dile getirmektedir.

Dikkat dağınıklığı ve ekran bağımlılığı ile aşırı tüketim kavramlarına bakıldığında eğitim alanlarına göre katılımcıların farklı yorumlamalarda buldukları görülmektedir. Psikoloji ile Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü öğrencileri aşırı izleme alışkanlığının birtakım sağlık sorunları oluşturabileceğine dikkat çekmektedir. Örneğin Psikoloji Bölümü öğrencileri ağırlıklı olarak ekran bağımlılığı kavramına eğilimindedir. Bu durumun bir bağımlılık yaratabileceğine değinen Psikoloji Bölümü öğrencilerinin verdikleri cevapların eğitim aldıkları alanla ilintili olduğu düşünülmektedir. Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü öğrencileri ise dikkat dağınıklığının yanı sıra kişilerde hiperaktivite sorununun da yaşanabileceğini belirtmektedirler. Sağlık alanında eğitim alan bu öğrencilerin de verdikleri cevapların mevcut eğitim alanlarıyla ilintili olduğu düşünülmektedir. Aşırı tüketim çoğunlukla Yeni Medya ve İletişim Bölümü öğrencilerinin üzerinde durdukları bir tema olarak öne çıkmaktadır. Bu bölüm öğrencileri aşırı izlemenin insanlarda hızlı tüketimi arttırabileceğini, aşırı tüketimin medya organlarına karşı tutum ve korunma mekanizmalarını yavaşlatacağına değinmektedirler. Bu bölüm öğrencilerinin verdikleri cevapların da aldıkları eğitim ile doğrudan bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Katılımcıların özellikle ekran bağımlılığına yönelik verdikleri yanıtlar medya bağımlılığı ve internet bağımlılığı kavramları ile örtüşmektedir. Ball-Rokeach ve DeFleur'un (1976) medya bağımlılığı teorisinde anlattıkları medyanın bireyin ihtiyacını gidererek kendisine bağlı hale getirmesi katılımcıların yanıtlarında kendisine yer bulmaktadır. Katılımcıların çoğu aşırı izlemenin sağladığı kolaylık sayesinde mecradan uzaklaşamadıklarını söylemektedir. Yine kolay ulaşılabilirlikte Yang ve Tung'un (2007) dile getirdiği internet bağımlılığı ile örtüşmektedir. Aşırı tüketim ise Adorno ve Horkheimer (2014), Marcuse (1990) ve Baudrillard'ın (2008) kültür endüstrisi üzerinden yaptıkları tüketim eleştirisi ile uyum içindedir. Katılımcılar aşırı izlemenin tüketimi arttırdığını ve ekrana bağlı kaldıkça daha çok tüketme ihtiyacı içerisinde olduklarını dile getirmektedir. Bu durum özellikle kültür endüstrisi bağlamında tüketimin metalaşması ve bireyi hapseden bir ideolojik olgu haline gelmesine göndermeler yapmaktadır. Çünkü kitle iletişim araçlarına olan bağımlılık arttıkça tüketim de artmaktadır ve kültür endüstrisinin temel eleştirel perspektifi ile bağdaşan bir durum ortaya çıkmaktadır.

Geleneksel medyadaki izleyici araştırmaları genellikle televizyon alanında yapılan araştırmalar ve izleyicilerin yayınlanan programlara yönelik kanaatleri üzerine kurgulanmıştır. Yapılan çalışmalarda bulunulan ortam, sosyo-kültürel özellikler, eğitim ve daha birçok etmenin izleyici kanaatine olan etkileri üzerinde durulmuştur. Günümüzde aşırı izleme pratiklerinin geleneksel yayıncılık tabularının birçoğunu kırdığı düşünülmektedir. Özellikle bireylerin internet ortamı üzerinden istedikleri yayına istedikleri anda ulaşabilmeleri eskiye oranla televizyon izleme dinamiklerini değiştirmektedir. Bu durum kültürel çalışmaların (Hall, 2005) izleyicinin hâkim, istediğini seçebilen bir yapıda eleştirel bakış açısıyla uyum

indedir. Çünkü bireyler aşırı izleme ile istediğine ulaşabilmekte ve buna göre değerlendirmede bulunabilmektedir. Ayrıca kültürel çalışmaların medya metinlerinin izleyici odaklı okunabilmesini mümkün kılan bir bakış açısı sunması da (Mutlu, 2005) katılımcıların verdikleri yanıtlar ile teorik düzlemi birleştirmektedir. İzleyicinin müzakereci yahut eleştirel bir izlenim deneyimi sunması televizyon yayıncılığında izleyiciyi ön plana çıkaran bir yapıya işaret etmektedir. Bu durum da aşırı izlemede izleyici temelli bir eğilimin olduğunu göstermektedir.

Kişiler artık kendilerine hitap eden yayınları adeta özel bir izleme formülasyonu bağlamında listeleyebilmektedir. Bu sayede geleneksel yayıncılığa olan bağımlılık azalmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte değişen yayıncılık formatlarına bakıldığında IPTV ve Web TV gibi uygulamaların daha gelişmiş versiyonu olarak görülen dijital platformların izleyiciyi sürekli aktif ve sadık bir profilde değerlendirdiği düşünülmektedir. Bu noktada aşırı izleme kavramı sadık profilin devamlılığının sağlanması noktasında avantajlar sunmaktadır. Günümüzde tüketimin hızla arttığı bir çağda dijital tüketim alanlarının daha fazla yaygınlaşacağı ve platformlardaki rekabet ortamının bunu daha da arttıracığı düşünülmektedir.

Z kuşağı temsilcisi öğrencilerin aşırı izleme alışkanlığına dijital platformların sunduğu konfor nedeniyle sahip olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte kesintisiz ve reklamsız bir izleme deneyimi de aşırı izlemeyi tetikleyerek gençlerin istediği programı serbestçe seçebilmesini mümkün kılmaktadır. Diğer yandan kolayca ulaşılabilir ve istediği zaman izleyebilme gibi seçeneklerde aşırı izlemeyi tetikleyerek kişinin serbestçe hareket edebilmesini ve ekrana istediği zaman yönelebilmesini sağlamaktadır. Sürecin olumsuz yönlerine bakıldığında ise bağımlılık ve dikkat dağınıklığı gibi kavramlarla birlikte aşırı tüketimin oluşturacağı sonuçlara dikkat etmekte yarar vardır. Bu noktada küçük yaşlardan itibaren üniversite yıllarında dahi öğrencilerin bilgi ve farkındalık süreçlerini arttıracak aktivitelere ihtiyaç vardır. Dijital okuryazarlık uygulamalarının arttırılması ile düzenlenecek etkinlik ve farkındalık eğitimlerinin de sürecin daha zararsız bir şekilde atlatılmasına fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Finansman/ Grant Support

Yazar(lar) bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author(s) declared that this study has received no financial support.

Çıkar Çatışması/ Conflict of Interest

Yazar(lar) çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Açık Erişim Lisansı/ Open Access License

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC).

Bu makale, Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı (CC BY NC) ile lisanslanmıştır.

Kaynaklar

- Adorno, T. W. ve Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*, (Çev.: N. Ülner), İstanbul: Kabcı Yayıncılık.
- Akar, F. (2023). *Kullanımlar ve Doymalar-Uses and Gratifications*, <https://iletisimansiklopedisi.com/2023/05/08/kullanimlar-ve-doyumlar-uses-and-gratifications/#:~:text=Kullan%C4%B1mlar%20ve%20doyumlar%20teorisi%2C%20izleyicileri n,2008%2C%20s.%2068>. (Erişim Tarihi: 27.02.2026).
- Akaydın, A. (2014), *Değişen Televizyon Platformlarının İzleyiciye Sunduğu Seçenekler*, Erciyes İletişim Dergisi, 3(4), s.18-24.
- Altıntop, M. ve Bak, G. (2022), *Kültürel Çalışmalar İçinde İzleyici/İzlerkitle Araştırmalarına Getirilen Eleştiriler*, *New Era International Journal Of Interdisciplinary Social Researches*, 7(16), s.115-133.

- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap Opera and The Melodramatic Imagination*, (Çev.: D. Couling), New York: Routledge.
- Apak, D. (2024). Birinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Faaliyetlerinin İletişim Araştırmaları ile Etkileşimi, *İNİF E- Dergi*, 9(2), s.152-173.
- Ateşalp, S. T. ve Başlar, G. (2020). İnternette Dizi İzleme Pratiklerinin Dönüşümü: Aşırı İzleme (Binge-watching) Üzerine Bir Araştırma, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 32, s.108-136
- Atlı, T. (2025). *Z Kuşağı Bireylerinin Dijital Dizi ve Film Platformları Kullanma Alışkanlıkları* (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü), Sakarya.
- Ball-Rokeach, S. J. ve DeFleur, M. L. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects, *Communication Research*, 3(1), s.3-21.
- Başer, E. ve Söğütlüer, T. (2023), Değişen İzleme Eğilimleri Çerçevesinde Dijital Platformlar ve İçerik Reklamları Üzerine Bir İnceleme, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (41), s.1-26.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu Söylenceleri Yapıları*, (Çev.: H. Deliçaylı, F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan Modernite*, (Çev.: S. O. Çavuş), İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Bourse, M. ve Yücel, H. (2017), *Kültürel Çalışmaları Anlamak*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cunningham, S. (2001), *Cultural Studies From The Viewpoint Of Cultural Policy*, (Ed.: G. Turner), *Nation, Culture, Text: Australian Cultural And Media Studies*, s. 126-139, London: Routledge.
- Çakırkaya, E. (2024). *Dijital Çağda Televizyon İzleme Pratiklerinin Dönüşümü: Türkiye'de İletişim Eğitimi Görmekte Olan Z Kuşağının Televizyon İzleme Alışkanlıkları* (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü), Ankara.
- Çelik, E. ve Akkol, M. L. (2025), Modern Toplumlarda Dijitalleşme ve Zaman Algısı Üzerindeki Etkileri, *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12(1), s.23-43.
- Dağtaş, B. (1999), İngiliz Kültürel Çalışmaları'nda İdeoloji, *Kurgu Dergisi*, (16), s.335-357.
- Deloitte. (2025), *2025 Digital Media Trends: Social Platforms Are Becoming A Dominant Force in Media and Entertainment*, <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/2025.html>, (Erişim Tarihi: 06.08.2025).
- Dewerth-Pallmeyer, D. (2016). Assessing The Role Audience Plays in Digital Broadcasting Today and Tomorrow, (Ed.: J. Pavlik), *Digital Technology And The Future Of Broadcasting Global Perspectives*, s. 143-156, London: Routledge.
- Ersin, N. (2023), Türkiye'de Netflix Dizilerini Aşırı İzleme [Binge-Watching] Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (61), s.41-64.
- Eyrek, A. (2022), Ekran Karşısında Geçen Zaman: Televizyon İzlemenin Mcdonaldlaşması - Aşırı İzleme, *Fenerbahçe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), s.83-96.
- Fiske, J. (2001). *Television Culture*. London: Routledge.
- Flayelle, M., Canale, N., Vögele, C., Karila, L., Maurage, P. ve Billieux, J. (2019). Assessing Binge-watching Behaviors: Development and Validation of the "Watching TV Series Motives" and "Binge-

- watching Engagement and Symptoms" Questionnaires, *Computers in Human Behavior*, 90, s.26-36.
- Gumus, B. (2021). Maraton İzleyiciliğinden Aşırı İzlemeye: Netflix'in İzleme Alışkanlıklarına Etkisi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (37), s.147-169.
- Hall, S. (1980). "Encoding / decoding". *Culture, Media and Language, Working Papersin Cultural Studies*, s.128-138.
- Hall, S. (1999). İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü. (Ed.: M. Küçük), *Medya, İktidar, İdeoloji*, s. 77-127, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Hall, S. (2005) Kodlama, Kodaçımllama, (Ed.: Ş. Yavuz), *Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma*, s.85-98, Ankara: Vadi Yayınları.
- Held, G. (2007), *Understanding IPTV*, New York: Auerbach Publications.
- Hobson, D. (1982), *Crossroads: The Drama Of A Soap Opera*, London: Methuen.
- Hoggart, R. (1958), *The Uses Of Literacy Aspects Of Working Class Life With Special Reference To Publications And Entertainments*, Victoria: Penguin Books.
- Jenner, M. (2014), Is This TVIV? On Netflix, TVIII And Binge-Watching, *New Media & Society*, 18(2), s.257-273.
- Jenner, M. (2018), *Netflix And The Re-Invention Of Television*. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Kasap, Ç. B. (2022), Stuart Hall'un Kodlama/Kod Çözümü Kavramları Aracılığıyla ABD 2016 Seçimlerinin Analizi ve Etkileşim Tasarım Teknolojilerindeki Sağlıklar ile İlişkisi, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 4(2), s.83-104.
- Kellner, D. (2003), *Media Culture Cultural Studies, Identity And Politics Between The Modern And The Postmodern*, London: Routledge.
- Kılıç, S. (2013). Örneklemeye Yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), s.44-46.
- Kırık, A.M. (2010), *Etkileşimli Televizyon*, İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Kocagür, S. C. (2022), Türkiye'deki Dijital Platformlar ve Değişen İçerik Biçimi: Tek Sezonluk Diziler. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (20), s.70-91.
- Lull, J. (1990), Family Social Uses Of Television As Extensions Of The Household, (Ed.: J. Bryant), *Television And The American Family*, s. 59-72, Lawrence Erlbaum: Hillsdale, NJ.
- Lull, J. (1988), The Family And Television In World Cultures, (Ed.: J. Lull), *World Families Watch Television*, s. 9-21, Sage: Newbury Park.
- Lull, J. (1980), The Social Uses Of Television, *Human Communication Research*, 6(3), s.197-209.
- Maniou, T. A. ve Seitanidis, I. (2018). Television Beyond Digitalization: Economics, Competitiveness and Future Perspectives, *International Journal of Digital Television*, 9(2), s.105-123.
- Manovich, L. (2001). *The Language Of New Media*. London: The MIT Press.
- Marcuse, H. (1990). *Tek Boyutlu İnsan İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler*, (Çev.: A. Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınları.
- Mikos, L. (2016). Digital Media Platforms And The Use Of TV Content: Binge Watching And Video-On-Demand in Germany. *Media And Communication*, 4(3), s.154-161.

- Morley, D. (2005), Etkin İzleyici Kuramı: Sarkaçlar ve Tuzaklar. (Ed.: Ş. Yavuz), *Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma*, s.99-104, Ankara: Vadi Yayınları.
- Morley, D. (2005), *Family Television: Cultural Power And Domestic Leisure*, London: Routledge.
- Morley, D. (1994). *Television, Audiences & Cultural Studies*, London: Routledge.
- Morley, D. (1980), *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*, London: BFI.
- Morley, D., Brundson, C. (1999), *The Nationwide Television Studies*, London: Routledge.
- Mutlu, E. (2005), *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Onwuegbuzie, A. J., Dickinson, W. B., Leech, N. L., ve Zoran, A. G. (2009). A Qualitative Framework for Collecting and Analyzing Data in Focus Group Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 8(3), s.1-21.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. (2022), *Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık Araştırması 2022*. Ankara: T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.
- Rubenking, B. ve Bracken, C. C. (2021). Binge Watching and Serial Viewing: Comparing New Media Viewing Habits in 2015 and 2020, *Addictive Behaviors Reports*, 30, s.1-5.
- Sarı, K. Ç. (2014), İzleyici Araştırmaları ve Politik İmkan Sorunu, *Moment Dergi Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 1(2), s.241-269.
- Sırma, N.S. (2013), *Sayısal Televizyon Yayıncılığının Gelişimi ve IPTV*, (Doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Tv ve Sinema Anabilim Dalı Radyo Tv Bilim Dalı) İstanbul.
- Sobral, F. A. (2019). Traditional Television, Millennials and Binge-Watching – From Television Viewer to Digital User, *International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 5(14), 497-505.
- Starosta JA ve Izydorczyk B. (2020), Understanding The Phenomenon Of Binge-Watching-A Systematic Review. *Int J Environ Res Public Health*, 17(12), s.2-16.
- Steiner, E. ve Xu, K. (2018). Binge-watching Motivates Change: Uses and Gratifications of Streaming Video Viewers Challenge Traditional TV Research, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(1), s.1-20.
- Stevenson, N. (2015), *Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*, (Çev.: G. Orhon, B. E. Aksoy), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Taşdelen, B. ve Kesim, M. (2014), Etkileşimli Televizyon Geleneksel Televizyona Karşı: Televizyon İzleyicisi Ne İster?, *Selçuk İletişim*, 8(3), s.268-280.
- Tokgöz, O. (1978). *Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi*, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 33(3), s.79-92.
- Turner, G. (2005), *British Cultural Studies An Introduction*. London: Routledge.
- Uğurlu, T. T., Şengül, C. B. ve Şengül, C. (2012). Bağımlılık Psikofarmakolojisi, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(1), s.37-50.
- Williams, R. (1960), *Culture and Society 1780-1950*, New York: Anchor Books.
- Varol, S. (2011). Frankfurt Okulu'ndan Postmodernizme Televizyona Dair Eleştirel Perspektifler, *Erciyes*

İletişim Dergisi, 2(1), s.118-134.

Virilio, P. (2005). *The Information Bomb*. London: Vesco.

Yaman, H. (2017), Sayısal Yayıncılığın Sağladığı Olanaklar; Etkileşimli Televizyon ve İptv Uygulamaları, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), s.243-256.

Yang, S. C. ve Tung, C. J. (2007). Comparison of Internet Addicts and Non-addicts in Taiwanese High School. *Computers in Human Behavior*, 73, s.79-96.

Yaylagül, L. (2006), *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, Ankara: Dipnot Yayınları.

Yüksel, E. Ö, (2025), *Türkiye’de En Çok Aboneye Sahip Film-Dizi Platformları Açıklandı*, <https://www.webtekno.com/turkiye-en-populer-dizi-ve-film-platformlari-h120519.html>, (Erişim Tarihi: 18.09.2025).