


Türkiye’de Dijital Platformlarda Yayınlanan İnteraktif Yapımların İncelenmesi

An Examination of Interactive Productions Broadcasted on Digital Platforms in Türkiye

Türkay Türkan ÜNLÜ¹ 

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul,
Türkiye

Onur AKYOL² 

İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo,
Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul, Türkiye



Bu makale daha önce tam metni yayınlanmayan “Türkiye’de Dijital Platformlarda Yayınlanan İnteraktif Yapımların İncelenmesi” başlıklı bildirisinin içeriği geliştirilerek ve kısmen değiştirilerek üretilmiş halidir.

Geliş Tarihi/Received 16.01.2025
İlk Revizyon/Firs Revision 24.02.2025
Son Revizyon/Last Revision 02.03.2025
Kabul Tarihi/Accepted 11.03.2025
Yayın Tarihi/Publication Date 15.03.2025

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Türkay Türkan ÜNLÜ

E-mail: turkay.unlu@fbu.edu.tr

Cite this article: Ünlü, T. T. & Akyol, O. (2025). *An Examination of Interactive Productions Broadcasted on Digital Platforms in Türkiye. Communicata, 29, 48-59.*



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.

ÖZ

Yeni medyanın özellikleriyle şekillenen televizyon yayıncılığı; doğrusal olmayan bir anlatı formunu içeren interaktif yapımlar açısından bir dağıtım ve gösterim kanalını oluşturmuştur. Bu noktadan hareketle bu araştırma dijital platformlarda yayınlanan interaktif yapımların özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Ulusal literatürde interaktif yapımların inceleyen çalışmalar bulunmasına karşın bu çalışmanın dijital platformlarda sunulan interaktif içeriklerin özelliklerin incelemesi özgün değerini oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışma, interaktif yapımların özelliklerine yönelik sunacağı bakış açısıyla önem taşımaktadır. Araştırmanın amacı kapsamında Türkiye’de yayın hizmeti sunan over the top TV (OTT TV)’lerdeki interaktif yapımlar örneklemini içermektedir. Bu çerçevede gerçekleştirilen medya taramasında sadece Netflix’te interaktif yapımların bulunduğu tespit edilmiştir. Nisan ve Aralık verileri doğrultusunda erişilen yapımlar karşılaştırmalı olarak içerik analiziyle incelenmiştir. Analiz neticesinde Netflix’te 2017’den itibaren interaktif yapımların sayısı 2024’e kadar artarken 2024 Kasım’da Netflix tarafından alınan kararla yapımların sadece altısı yayında bırakılmıştır. Her iki dönemdeki veriler neticesinde interaktif içeriklerde film türünün çoğunluğunu oluşturduğu, macera konusunun yoğunlukta olduğu, yapımların çoğunun 0-30 dakika arasında bulunduğu ve Amerikan menşeli yapımların çoğunluğu içerdiği görülmüştür. Ayrıca, Nisan ayında erişilen yapımlar incelendiğinde interaktif yapımların 16’sının çocuk ve aile temalı alt türlerle ilişkilendirildiği ancak Aralık ayı verilerinde sadece üçünün bu alt temalarla ilişkisinin kaldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital Platform, OTT TV, İnteraktivite, İnteraktif Sinema, İnteraktif Drama

ABSTRACT

Television broadcasting, which is shaped by the characteristics of new media has created a new distribution and screening channel for interactive productions that include a non-linear narrative form. Based on this point, this research aims to reveal the characteristics of interactive productions broadcasted on digital platforms. Therefore, the study is important with the perspective it will provide on the characteristics of interactive productions. Within the scope of the purpose of the study, the sample includes interactive productions on OTT TVs that offer broadcasting services in Türkiye. The productions were analysed through content analysis. In the study, a total of 21 productions were analysed. As a result of the analysis, while the number of interactive productions on Netflix increased from 2017 until 2024, only six of the productions were left on air with the decision taken by Netflix in November 2024. As a result of the data in both periods, it was observed that the majority of the interactive content was films, the adventure subject was predominant, most of the productions were between 0-30 minutes, and the majority of American origin productions. Furthermore, when the productions accessed in April were analysed, it was observed that 16 of the interactive productions were associated with child and family themed sub-genres, but three of them remained associated with these sub-themes in the December data.

Keywords: Digital Platform, OTT TV, Interactivity, Interactive Cinema, Interactive Drama.

Giriş

Dijitalleşme ve internet teknolojilerinin gelişmesi sayesinde etkileşimli televizyon yayıncılığının oluşması farklı anlatı formatlarının gelişimine zemin hazırlamıştır. Linear (doğrusal) anlatı yapılarının aksine non-linear (doğrusal olmayan) anlatı formatları izleyicinin katılımıyla şekillenmektedir. Doğrusal olmayan anlatılarda izleyici, olay örgüsünün şekillenmesini katılım sağlayarak gerçekleştirmekte, dolayısıyla içerik ve izleyici arasında bir etkileşim süreci bulunmaktadır.

Web 2.0'ın en önemli özelliği kullanıcıların içerik üretim ve tüketim süreçlerine dahil olmalarına olanak tanınmasıdır (Beer & Burrows, 2007). Bu özellik kapsamında internet tabanlı televizyon yayıncılığında interaktivite unsuru, izleyicinin içerikle karşılıklı iletişim kurmasına imkân sunmaktadır. İletilerin karşılık aktarılması, süreç içerisinde yeni mesaj ve anlamlar oluşmasını sağlamakta (Cover, 2006, s. 140) ve interaktivite unsuru, hızlı geri bildirimler yaratmaktadır. Dolayısıyla internetin sunduğu eşzamanlı geri bildirim imkânı bağlamında içerik ve izleyici ilişkisi yeni üretimlerin oluşmasını sağlamaktadır.

İzleyicinin eşzamansızlık ve kitlesizleştirme özellikleri sayesinde yapımı bireysel katılım sağlayarak deneyimlemesi içeriğin kişiselleştirilmesine imkân sunmaktadır. Bu kapsamda internet tabanlı gelişim gösteren etkileşimli televizyon yayıncılığına bağlı oluşan dijital platformlar, içerik üretim ve kullanım süreçlerinde izleyiciye sundukları özellikler sayesinde doğrusal olmayan anlatı biçimlerinin dağılım ve gösterimi için alternatif kanalları oluşturmaktadır.

İnternet tabanlı televizyon kanallarının sunduğu bu avantajlardan hareketle “Dijital platformlarda sunulan interaktif yapımların özellikleri nelerdir?” sorusu çerçevesinde oluşturulan bu çalışma kapsamında dijital platformlarda sunulan interaktif yapımlar incelemeye alınmıştır. Bu çerçevede çalışma, yeni medya yayıncılığın bir kanalı olan dijital platformlarda yer alan interaktif yapımlara yönelik mevcut durumu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla çalışma, Türkiye’de yayıncılık sunan dijital platformlarda yer alan interaktif yapımlara yönelik sunacağı bakış açısıyla önem taşımaktadır. Çalışma kapsamında Türkiye’de hizmet sunan dijital platformlarda yer alan interaktif yapımlar öncelikle tespit edilmiş, ardından erişilen yapımlar içerik analizi aracılığıyla incelenmiştir. Bu bağlamda dijital platformlarda yayınlanan interaktif yapımların gösterildikleri yıl, formatları, konu türleri, süreleri, üretildikleri ülke gibi özellikleri ortaya çıkarılmıştır.

Bu çalışmada, 1-10 Nisan tarih aralığında gerçekleştirilen medya taramasında sadece Netflix platformunda interaktif yapımların olduğu saptanmıştır. İnteraktif yapımların tespitinin ardından kodlama cetveli kapsamında yapımlar özelliklerine göre kodlanmıştır. Nisan 2024’te gerçekleştirilen medya taramasının ardından Netflix, 2024 Kasım ayında interaktif içerikleri platformdan kaldıracağını açıklamıştır (Peters, 2024). Bu bağlamda 20-30 Aralık 2024 tarih aralığında ikinci bir medya taraması gerçekleştirilmiş ve sadece Netflix’te altı interaktif içerik kaldığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın iki farklı tarih aralığında elde edilen bilgiler neticesinde bulgular karşılaştırmaları olarak aktarılmıştır. Bu doğrultuda Nisan 2024 ve Aralık 2024 verileri doğrultusunda her iki dönemde de Netflix’in interaktif içeriklerin dağılımında önemli bir kanal rolünü üstlendiği, film formatının interaktif yapımlarda tercih edildiği, belgesel ve kurmaca formatlarının ağırlıklı yer aldığı yapımların çoğunluğunun Amerikan menşeli ve macera konu türünde olduğu saptanmıştır. Ayrıca, Nisan 2024 ayında gerçekleştirilen içeriklerin Netflix’in kendi belirttiği alt türlerinde çizgi dizi, çocuk dizileri, aile filmleri gibi başlıklar içerisinde kategoriye ayırdığı görülmüştür.

İnteraktif Yapımların Gelişimi ve Özellikleri

İnteraktif yapımlar; kurmaca film, belgesel film ve televizyon programlarında süreç içerisinde yer almaya başlamış ve teknolojinin gelişimiyle farklı kanallar aracılığıyla gösterilmiştir. Sinema açısından bakıldığında ilk interaktif film denemesi 1961 yılında gösterilen *Mr. Sardonicus* isimli yapımdır. Bu yapımda, izleyiciye iki farklı son sunulmuştur. İzleyici kendisine dağıtılan kartlar aracılığıyla filmin son sahnesine karar vermiş ve çoğunluğun seçimi gösterilmiştir. *Mr. Sardonicus* isimli yapımda izleyici sadece filmin sonunda söz sahibiyken *Kinoautomat: One Man and His House* isimli yapımda izleyici birden fazla sahnede seçimde bulunabilmiştir.

İlk interaktif film olarak kabul edilen Raduz Cincera tarafından yönetilen *Kinoautomat* 1967 yılında Kanada’da gerçekleştirilen World Expo fuarında gösterilmiştir (Laurel, 1993, s. 53; Hales, 2005, s. 54). Film içerisinde her sahnenin sonunda yapımlar durdurularak ekran ikiye bölünmüş ve filmin yönetmeni Cincera sahneye çıkarak izleyicilere önlerinde bulunan kırmızı ve yeşil butonlar aracılığıyla sunulan sahnelerden birini seçmelerini istemiştir. Oylama neticesinde çoğunlukta yer alan sahne izleyiciye sunulmuştur. Bu çerçevede izleyiciye dallandırılmış bir anlatı formunun sunulduğu görülmektedir. Ancak yapımlar, sahneler arasında sunduğu seçim olanaklarına karşı olay örgüsünde tek bir son içermektedir.

İlk interaktif belgesel denemelerinden birini 1970'lerin sonunda üretilen *Aspen Movie Map* isimli proje oluşturmaktadır (Neimark, t.y.). Kullanıcının dokunmaya duyarlı bir monitör aracılığıyla Colorado'nun Aspen kasabasını interaktif olarak keşfetmesini sağlayan bir seyahat sistemi sunan bu proje, interaktif medya tasarımında ön açıcı bir çalışma ve Google Street View gibi sistemlerin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (*Rebecca Allen*, t.y.). İlk interaktif belgeseli ise *Moss Landing* (1989) isimli yapımla oluşturmaktadır (*MIT Open Documentary Lab*, t.y.; Kim & Kim, 2014). Bu yapımda, çok sayıda kamera Moss Landing Limanı sakinlerinin yaşamlarını kaydetmiş ve sonrasında kayıtlar, kullanıcının bir arayüz aracılığıyla gezinebileceği kapalı bir video klip veri tabanı olarak düzenlemiştir.

Televizyon yayıncılığında ise interaktif özellik sunan ilk program örneği 1953 ve 1957 yılları arasında Amerika'da CBS kanalında yayınlanan bir çocuk programı olan *Winky Dink and You*; ilk interaktif drama ise *Captain Power: And The Soldiers of The Future* (1987) isimli yapımdır (Akyol, 2012, s. 272).

Farklı türlerde sunulan bu ilk örneklerden itibaren interaktif yapımların ana özelliği, doğrusal olmayan anlatı yapıları sayesinde izleyicinin sürece katılım sağlamasına olanak tanınması olmuştur. Nelson'a (2022) göre diğer insanlarla birlikte olmak ve bir araya gelmek, bir alanda bir şeyler yapmak, katılım pratiğinin temel bir görevini içermektedir. Dolayısıyla interaktif yapımlarda sağlanan katılım unsuru sayesinde üretici ve tüketici aynı kanal üzerinde birleşmektedir. Bu durum, doğrusal olmayan anlatının özellikleri sayesinde şekillenmiştir.

Field'a (2012) göre hikaye doğrusal çizgide ilerleyen bir yapıyı içermektedir. Bu kapsamda neden ve sonuç içeren doğrusal anlatı formunda bir olay başlangıç, gelişme ve sonuç kısımlarından oluşmaktadır (Bordwell & Thompson, 2011). Dolayısıyla izleyici için anlatı, düz bir çizgide devam etmekte ve izleyici bu içeriğe müdahale edememektedir. Doğrusal anlatıda içeriğin belirli bir doğruda ilerlemesini referans alan Gustav Freytag, hikâyenin ilerleyişi merkezinde Freytag Piramidi veya Üçgeni olarak isimlendirilen bir anlatı modelini şekillendirmiştir.

Doğrusal olmayan anlatı formunda ise olay örgüsü doğrusal yapıdan farklı aktarılmaktadır. Bu nedenle doğrusal olmayan anlatıda Freytag üçgeninde belirtilen tahrik noktası, doruk noktası vd. bölümler olay örgüsü içerisinde birden fazla bulunabilmektedir (Ünlü, 2020, s. 35). Doğrusal olmayan anlatı formlarında dallanan, tek başlangıç ve çoklu bitiş, ara bağlantılı öykü gibi birden fazla anlatım yöntemi

kullanılabilmektedir. Dolayısıyla doğrusal olmayan anlatılar, doğrusalın aksine açık uçlu bir yapıya sahip olmaktadır. Açık uçlu yapısı etkileşim kapsamında katılımla gelişen bir olay örgüsünün şekillenmesine olanak tanımaktadır.

İnteraktif dramada doğrusal anlatının aksine izleyici için hikayede deneyim unsuru devreye girmekte ve izleyici açısından bu deneyim süreci ilgi önem kazanmaktadır (Arinbjarnar vd., 2009). İnteraktif yapımların ilk örnekleri çerçevesinde şekillendiği ilk dönemlerinde kolektif bir şekilde kitleyle tüketildiği görülmektedir. Dolayısıyla bireyin değil çoğunluğun seçimi hikâyenin oluşmasında etki oluşturmuştur. Bu durum izleyicinin bireysel deneyim yaşamasına engel yaratmıştır.

Dijitalleşmenin gelişmesiyle 1990 sonlarında DVD'lerin tanıtılması, interaktif yapımların kolektif deneyimden çıkmasına olanak tanımıştır. DVD teknolojisi önceden kaydedilmiş yapımların oynatılmasına izin vererek, izleyicinin içeriğe müdahalesine imkân sunmuştur. *Choose Your Own Adventure The Abominable Snowman* isimli 2006 yılında DVD formatında sunulan 80 dakikalık interaktif yapımla, bu gelişim ile üretilen içeriklere örnek içermektedir.

DVD'lerin gelişiminin ardından internet teknolojilerinin oluşumu kullanıcı ve içerik arasındaki etkileşim için yeni kanalların doğmasına olanak tanımıştır. Geleneksel kitlesel akışın aksine içeriğin kullanımı sürecinde izleyici, içeriği kontrol edebilme evresinde aktifleşmiştir. Dolayısıyla internet sayesinde doğrusal olmayan anlatı formunu içeren interaktif yapımların bireysel deneyimlenmesine zemin hazırlanmıştır.

Etkileşimli Televizyon Yayıncılığı Kapsamında İnteraktif Yapımlar

Gelişen dijital teknolojiler, iletişim sürecinde birey tarafından mesajın iktidar denetimine girmeden üretilmesine ve dağıtılmasına olanak tanımış; bu durum kapsamında oluşan iletişim biçimi, Manuel Castells'e (2013) göre "Kitlesel Öz-iletişim" olarak adlandırılmıştır. Castells'in belirttiği dijital iletişim teknolojilerini içeren süreçte, iletişimdeki gelişmelere bağlı olarak televizyon yayıncılığı hem devamlılığı hem de izleyicinin gereksinimleri doğrultusunda yeni teknolojilerin özelliklerine uyum sağlamıştır.

Geleneksel televizyon yayıncılığında izleyici ve içerik tek yönlü doğrusal bir iletişim kurmaktadır. Newhagen ve diğerlerine (1995) göre geleneksel medya kanalları eşzamanlı bir dönüte olanak sunmamaktadır. Dolayısıyla kaynaktan gelen mesajı edilgen bir şekilde alan izleyici, bu

süreçte pasif bir konumda bulunmaktadır. İnternet teknolojilerinin gelişimi ve oluşan yeni medyanın özellikleri, etkileşimli televizyon yayıncılığının oluşumuna zemin hazırlamıştır. Bachmayer etkileşimli televizyonu şöyle ifade etmektedir:

Geleneksel olarak bu ortam, TV seti, set üstü kutusu (STB) ve uzaktan kumandadan oluşan standart bir ev TV istasyonudur. Web üzerinde daha gelişmiş medya formatlarının geliştirilmesiyle birlikte etkileşim ortaya çıkmıştır. Bu nedenle; TV ortamı, web'den bilinen medya hizmetleri fikirlerini giderek daha fazla benimseyen veya web'i bilgi/iletişim/iş birliği ortamı olarak paralel kullanan değişen bir ortamı kapsamaktadır (Bachmayer vd., 2010, s. 75).

Everett Rogers, yeni medyanın özelliklerini interaktivite, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık olarak üç özellikte belirtmektedir (1986, ss. 4-5). Bu kapsamda yeni medyanın özelliklerinden beslenen etkileşimli televizyon yayıncılığı da bu üç unsuru içermektedir. Bu bağlamda etkileşimli televizyon, interaktivite özelliği sayesinde izleyicinin içeriğe geri bildirimde bulunmasına olanak tanımaktadır. Kitlesizleştirme sayesinde içerik, bireysel tüketilebilmekte ve eşzamansızlık bağlamında içeriğin izlenme zamanı yayıncı değil izleyicinin kontrolünde bulunmaktadır. Bu doğrultuda etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özellikleri sayesinde televizyon, kitlesel özelliğini kaybederek (Thomas, 2011), kişiselleştirilmiş bir yayıncılık sunmaya başlamıştır (Rizzo, 2007). Bu çerçevede Web TV, IPTV (Internet Protocol Television-İnternet Protokolü Televizyonu), OTT TV (Over the Top) ve HBB TV (Hybrid Broadcast Broadband TV-Hibrit Yayın Genişbant TV) gibi kanallar etkileşimli yayıncılık formlarına örnek oluşturmaktadır.

Etkileşimli televizyon yayıncılığında izleyicinin sürece katılım sağlamasına olanak tanıyan Video on Demand (İsteğe Bağlı Video/VOD) özelliği bulunmakta ve izleyici bu özellikte yayın akışına müdahil olabilmektedir (Akyol & Ünlü, 2022). Etkileşimli televizyon yayıncılığı sunduğu bu özellikler neticesinde izleyicinin özerkleşmesini sağlamıştır. Geleneksel yayıncılıkta uzak kumandanın sunduğu "yıkıcı" olarak kabul edilen interaktivite (Thomas, 2011, s. 55) özelliğinin ötesinde, etkileşimli televizyon yayıncılığı içerik ve izleyici arasındaki interaktivitenin boyutunu artırmaktadır. Bu durum neticesinde izleyici, tüketici konumunda bulunan pasif bir rolde bulunmamakta; bilakis içeriğe katkı sunan, üretici olduğu aktif bir konuma geçiş sağlamaktadır (Ünlü & Akyol, 2021). İnteraktivitenin bu gelişimi, izleyicinin farklı boyutlarının ortaya çıkmasına olanak tanımıştır (Napoli, 2011). Öyle ki izleyici kavramı etkileşimli televizyon yayıncılığının gelişimiyle kullanıcı ve katılımcı olarak

adlandırılmaya başlamıştır.

Etkileşimli televizyon yayıncılığı platformlarının sunduğu bu olanaklar, katılımı geliştiren açık uçlu interaktif yapımların gösterim olanaklarında alternatif bir kanal oluşturmasına imkân sunmuştur. Youtube'da yayınlanan Super Mario serisinden esinlenen *Super Mario Interactive Adventure Game!* (2010); kara delikler üzerine eğitici ve macera türünde bir içerik sunan *Push Greg into Black Hole* (2018) ve "kendi halk masalını kendin seç" sloganıyla başlayan *Twas the Devil* (2021) Web TV platformlarında yayınlanan interaktif yapımlara örnek içermektedir. Ayrıca, etkileşimli yayıncılığın özelliklerden faydalanan bir OTT TV platformu Netflix, 2017 yılından itibaren interaktif içerikleri dağıtarak gösterim olanağı sunmuştur. Platform ilk interaktif içeriği olan 2017 yılında dağıtılan *Buddy Thunderstruck: Çılgın Fikirler* isimli yapımdan itibaren doğrusal olmayan anlatı formlarını yayınlamıştır (King, 2017). Netflix Ürün İnovasyonu Yöneticisi Carla Engelbrecht Fisher bu durumu şöyle belirtmektedir:

İçerik yaratıcıları, bu tip doğrusal olmayan hikâyeler anlatmaya can atıyor. Netflix ise onlara serbestçe düşünceleri, yeni şeyler denemeleri ve en iyi işlerini çıkarmaları için gerekli özgürlüğü sağlıyor. İnternet tabanlı bir şirket olmak; yeni formatlar denememizi, çok farklı tipte cihazlarla dünya çapında bizi izleyen milyonlarca üyemize bu yeni içerikleri sunmamızı ve en önemlisi bu içeriklerden yeni şeyler öğrenmemizi sağlıyor (Engelbrecht Fisher, 2017).

Ayrıca ilgili yazısında Engelbrecht Fisher, yayınladıkları interaktif anlatı içeren yapımların hedef kitlesinde çocukların olduğunu belirtirken, bu kapsamda çocuk programlarının önemini şöyle vurgulamaktadır:

Çocukların en sevdikleri karakterlerle "oyunama"ya hevesli olması ve dokunma ile kaydırmaya yatkınlıkları nedeniyle çocuk programı alanı, bizim için doğal bir başlama noktası oldu. Ayrıca çocuklar, sanki karakterler onları duyuyormuşçasına ekranla konuşur. Şimdi artık bu sohbet karşılıklı olabilir. Asıl konu, bu karmaşık hikâyeleri anlatabilecek doğru öyküleri ve anlatıcıları bularak bunları ilgi çekici bir şekilde hayata geçirmek (Engelbrecht Fisher, 2017).

2017 yılında doğrusal olmayan anlatı formlarını yayınlamaya başlayan platform, 28 Aralık 2018 tarihinde *Black Mirror* isimli drama kapsamında *Black Mirror: Bandersnatch* isimli interaktif filmi gösterime sunmuştur. Gogoi'ye (2019) göre bu yapımlar, interaktif film alanında ilklerden birini oluşturmakta ve izleme kültürünün değişmesinde etkili

olacak cesur bir yapıyı içermektedir. Elnahla'nın ifadesiyle *Black Mirror: Bandersnatch* yeni bir film yapım çağını kapılarını açmış ve izleyiciye içerik üzerinde "yeni tanrılar" olma olanağını sunmuştur (2020, s. 509). Roh ve Koenitz ise platformda yayınlanan bu yapımın önemi şöyle ifade etmektedir:

Netflix yapımı Bandersnatch, platformun erişimi, popüleritesi ve maliyetli deneysel yapımları finanse etme yeteneği nedeniyle etkileşimli dijital anlatı videoları için potansiyel olarak çok önemli bir adımı temsil etmektedir. Gerçekten de Netflix, etkileşimli anlatılara daha fazla yatırım yapacağını duyurmuştur – romantizm ve diğer türlere geçerek – bu da Bandersnatch'i ilk adım ve henüz gelmemiş şeylerin habercisi olarak daha da önemli kılmaktadır (Roth & Koenitz, 2019, s. 247)

Özellikle *Black Mirror: Bandersnatch*'in kazandığı popülerite, interaktif yapımların OTT TV platformunda üretimini destekleyen bir unsuru oluşturmuştur. *Black Mirror: Bandersnatch* yayınlandığı tarihten itibaren sosyal medya kanallarında hem Twitter'da hem de Instagram'da trend olurken; Reddit kullanıcıları, tüm olası sonuçlara dayalı olarak bölümün çeşitli sonlarını gösteren akış şemaları yayınlamış, bu kapsamda oyuna çözümler sunmaya çalışmıştır (Nee, 2021).

Black Mirror: Bandersnatch ile kazandığı başarının ardından Netflix, çoğu çocuk programları olmak üzere interaktif içerikler sunmaya devam ederken; Mayıs 2020'de *Unbreakable Kimmy Schmidt* isimli dramaya özel *Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy vs the Reverend* isimli bir interaktif bölüm sunmuştur (Kang, 2020). Bu örnekler kapsamında OTT TV olarak Netflix'in sergilediği politika ile etkileşimli televizyon platformu olmanın sunduğu avantajları, doğrusal olmayan interaktif yapımların üretim, dağıtım ve gösteriminde kullanmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Etkileşimli televizyon yayıncılığı sunduğu özellikler sayesinde doğrusal olmayan bir anlatı formu olarak interaktif içeriklerin dağıtım ve gösteriminde bir kanalı oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle bu araştırma, dijital platformlarda interaktif içeriklerin dağılımını ve özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda "Dijital platformlarda sunulan interaktif yapımların özellikleri nelerdir?" sorusu çerçevesinde şekillenen bu çalışmada içerik analizi kullanılmıştır. Krippendorff'a (2019) göre içerik analizi, yinelenen, nesnel anlamların çıkarılmasında kullanılan yazılı/görsel/işitsel gibi veri formlarına uygulanan bir analizi kapsamaktadır. Verilerin kodlanması, temaların

oluşturulması, kodlarla temaların düzenlenmesi ve bulguların yorumlanmasını kapsayan içerik analizi (Yıldırım & Şimşek, 2016), veriler aracılığıyla araştırma sorularının yanıtlanmasına olanak tanımaktadır (Devran, 2010).

Bu araştırma kapsamında içerik analizi sayesinde aşağıda belirtilen araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- A.S.1.** İnteraktif yapımların dijital platformlarda dağılımı nasıldır?
- A.S.2.** İnteraktif içeriklerin yapım türü açısından dağılımı nasıldır?
- A.S.3.** İnteraktif yapımların konu türü açısından dağılımı nasıldır?
- A.S.4.** İnteraktif yapımların yıllara göre dağılımı nasıldır?
- A.S.5.** İnteraktif yapımların sürelerine göre dağılımı nasıldır?
- A.S.6.** İnteraktif yapımların üretildiği ülkelere göre dağılımı nasıldır?

İçerik analizi çerçevesinde yukarıda belirtilen araştırma sorularının yanıtlanması amacıyla OTT TV platformlarındaki interaktif yapımlar başka bir ifadeyle doğrusal olmayan bir anlatı formunu içeren ve olay örgüsünde izleyiciye seçim olanağı sunarak, içerik ve izleyici arasında bir interaktif süreç yaratan yapımlar tespit edilmiştir. İnteraktif yapımlar tespit edilip incelendikten sonra temalar ve kodlar belirlenerek kodlama cetvelinin hazırlanması sağlanmıştır.

Araştırma kapsamında oluşturulan kodlama cetvelinde öncelikle erişilen yapımlar, araştırma sorularında aranan unsurlar çerçevesinde incelenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle yapımların türlerine, yıllarına, formatlarına, konu türlerine, sürelerine, ülkelere göre incelenmiştir. Ayrıca erişilen yapımların platformda "alt tür" kapsamında belirtildiği kategorilerde benzerlikler olduğu görülmüş, bu bağlamda yeni bir kategori açılarak platformda belirtilen alt tür çerçevesinde de yapımlar incelenmiştir.

Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği kapsamında araştırmacılar, analiz sürecinde çapraz kontroller gerçekleştirmiş ve kategoriler arası karşılaştırmalar yapılmıştır. Araştırmada hazırlanan kodlama cetveli ve gerçekleştirilen frekans analizlerinde Microsoft Excel programı kullanılmıştır.

Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada etkileşimli televizyon yayıncılık türlerinden OTT TV türünü içeren dijital televizyon platformları kapsamında interaktif yapımlar incelenmiştir. Dolayısıyla Web TV, IPTV ve diğer etkileşimli televizyon kanalları araştırmaya dahil

edilmemiştir.

Araştırma verilerinin toplandığı tarih aralıkları 1-10 Nisan 2024 ve 20-30 Aralık 2024 tarihleri aralığıyla sınırlıdır.

Araştırmanın Örnekleme

Bu çalışma çerçevesinde amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak, Türkiye’de yayıncılık hizmeti sunan OTT TV’lerdeki interaktif anlatı özellikli yapımlar incelemiştir.

Bulgular

Araştırma kapsamında öncelikle dijital platformlarda medya taraması gerçekleştirilmiştir. İlk medya taraması 1-10 Nisan 2024 tarih aralığında yapılmıştır. Gerçekleştirilen medya taraması neticesinde; Disney+, Prime Video, Blu TV, Puhu TV, Exxen, Gain, Turkcell TV+, D-Smart Go, Being Connect platformlarında interaktif yapımlar bulunmadığı sadece Netflix’te interaktif yapımların sunulduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda Netflix Türkiye’de gösterilen interaktif yapımlar Tablo 1’de listelenmiştir. Ancak Netflix, 2024 Kasım ayında gerçekleştirdiği açıklamayla 1 Aralık 2024 itibariyle interaktif özel içeriklerinin çoğunu platformdan kaldıracağını belirtmiştir (Peters, 2024). Bu kapsamda Nisan ayında gerçekleşen ilk medya taramasının ardından 20-30 Aralık 2024 tarihleri aralığında ikinci medya taraması yapılmıştır.

Aralık ayında gerçekleştirilen tarama neticesinde de sadece Netflix’te interaktif yapımların sunulmaya devam ettiği görülmüştür. Aralık ayında Netflix’te yayına devam eden yapımlar Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1

Netflix’te Nisan 2024 ve Aralık 2024 Aylarında Erişilen İnteraktif Yapımlar Listesi

Nisan 2024	Aralık 2024
Aşkı Seç	Ranveer ve Bear Grylls Doğaya Karşı
Nerede Bu Millet?	Doğaya Karşı Mücadele: Neredeyim Ben?
Jurassic World Kretase Kampı: Saklı Macera	Doğaya Karşı Mücadele: Safari Macerası
Barbie Epic Road Trip	Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy Rahip'e Karşı
Ranveer ve Bear Grylls Doğaya Karşı	Doğaya Karşı Mücadele
Savaşçı Kitty	Black Mirror: Bandersnatch
Johnny Test: Mükemmel Köftenin Peşinde	
Undertaker: Lanetli Evden Kaçış	
Doğaya Karşı Mücadele: Neredeyim Ben?	
Headspace: İnteraktif Gevşeme Rehberi	
Dünya Üzerindeki Son Çocuklar: Kıyamet Koptu	
Doğaya Karşı Mücadele: Safari Macerası	
Spirit Özgürce Koşuyor: Maceraya Sen de Katıl	
Patron Bebek: Yakala Bebeği!	
Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy Rahip'e Karşı	
Carmen Sandiego: Çalmak ya da Çalmamak	
Kaptan Düşükdön Efsane Seç-Beğen-Geç	
Doğaya Karşı Mücadele	
Black Mirror: Bandersnatch	
Stretch Armstrong: Firar	
Buddy Thunderstruck: Çılgın Fikirler	

Tablo 1 kapsamında Nisan ayında gerçekleştirilen taramada Netflix platformunda toplam 21 içeriğe ve Aralık ayında gerçekleştirilen taramada 6 yapıma erişilmiştir.

Tablo 2
İnteraktif İçeriklerin Yapım Türü Açısından Dağılımı

Yapım Türü	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Film	19	90,47	5	83,33
Program	2	9,52	1	16,66
Toplam	21	100	6	100

Netflix'te interaktif anlatı formları, film ve program olmak üzere iki türde bulunduğu görülmüştür. Bu kapsamda Nisan 2024 ve Aralık 2024 süreçlerinde erişilen içeriklerin çoğunluğunun film türünde yer aldığı Tablo 2'de görülmektedir. Bu kapsamda içeriklerin çoğunluğunu film olarak tasarlandığı saptanmıştır.

Tablo 3
İnteraktif Yapımların Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
2017	1	4,76	-	-
2018	2	9,52	1	16,66
2019	1	4,76	1	16,66
2020	5	28,57	1	16,66
2021	6	23,80	2	33,33
2022	4	19,04	1	16,66
2023	2	9,52	-	-
Toplam	21	100	6	100

Nisan 2024'te yayınlanmaya devam eden interaktif yapımların ilki 2017 yılında sunulan *Buddy Thunderstruck: Çılgın Fikirler* isimli filmken; son yapım 2023 yılında gösterime başlayan *Aşkı Seç* isimli filmidir. Nisan ayında gerçekleştirilen taramada 2017 yılından 2023 yılına kadar her sene en az bir interaktif anlatı içeriğinin sunulduğu görülmektedir. İnteraktif anlatıların en fazla üretildiği yılı ise dört yapımla 2021 oluşturmaktadır.

Aralık 2024'te ise 2018 yılında yayınlanan *Black Mirror: Banderstanch* ilk yapımı oluştururken; 2022 yılında sunulan *Ranveer ve Bear Grylls Doğaya Karşı* isimli içerik son yapımdır. En fazla yapımın sunulduğu 2021 yılında yayınlanan iki içerik ise sunulmaya devam etmektedir.

Tablo 4
İnteraktif Yapımların Formata Göre Dağılımı

Yapım Formatı	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Canlandırma	11	52,38	-	-
Kurmaca	4	19,04	2	33,33
Belgesel	3	14,28	3	49,99
Reality	2	9,52	1	16,66
Belgesel ve Canlandırma	1	4,76	-	-
Toplam	21	100	6	100

Nisan 2024'te erişilen içeriklerin 20'sinin sadece dört yapım formatını içerdiği; bir yapımın ise ikili format özelliklerini taşıdığı saptanmıştır. Yapımların %52,38 oranla yarısından fazlasının canlandırma türünde olduğu görülmüştür. Canlandırma türünü, sırayla kurmaca, belgesel, reality oluşturmaktadır.

Aralık 2024'te erişilen içeriklerde ise yapım format çeşitliliğinde azalma görülmüştür. Canlandırma formatı türündeki içeriklerin kaldırılmıştır. Ayrıca, içeriklerin çoğunluğu belgeselken en az kullanılan format reality olmuştur.

Tablo 5
İnteraktif Yapımların Konu Türlerine Göre Dağılımı

Konu Türü	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Macera	8	38,09	4	66,66
Komedi	5	23,80	1	16,66
Aksiyon	4	19,04	-	-
Fantastik	1	4,76	-	-
Romantik Komedi	1	4,76	-	-
Bilimkurgu	1	4,76	1	16,66
Diğer	1	4,76	-	-
Toplam	21	100	6	100

İnteraktif yapımların konu tür dağılımlarına bakıldığında altı türe dair içerikler bulunurken, bir yapım diğer kategorisinde kodlanmıştır. Uyku ve meditasyon üzerine bir içeriğe sahip olan *Headspace: İnteraktif Gevşeme Rehberi* (2021) başlıklı yapım diğer kategorisinde bulunmaktadır.

Tablo 5 kapsamında Nisan 2024'te erişilen interaktif içeriklerin çoğunluğunun (38,09) macera konu türünde olduğu görülürken, bu durum Aralık 2024'te erişilen içeriklerle benzerdir. Aralık ayında da erişilen içeriklerin çoğunluğu (66,66) macera türünde bulunmaktadır.

Nisan 2024'te erişilen 21 yapımda konu tür çeşitliliği Aralık 2024'e kıyasla daha fazladır. Nisan 2024'te erişilen içeriklerin yer aldığı aksiyon, fantastik, romantik komedi ve diğer kategorileri Aralık 2024'te kaldırılan içeriklerde yer almaktadır.

Tablo 6
İnteraktif Yapımların Sürelerine Göre Dağılımı

Yapım Süresi	Nisan 2024				Aralık 2024			
	Film		Program		Film		Program	
	N	%	N	%	N	%	N	%
0-30'	8	42,10	14	82,65	1	20	8	100
31-60'	6	31,57	3	17,64	1	20	-	-
61-90'	4	21,05	-	-	3	60	-	-
91-120'	1	5,26	-	-	-	-	-	-
Toplam	19	100	17	100	5	100	8	100

Tablo 6 kapsamında interaktif anlatıya sahip içerikler süreleri kapsamında incelenmiştir. Bu doğrultuda yayınlanan interaktif yapımların minimum 0-30 dakika ve maksimum 91-120 dakika aralıklarını kapsadığı görülmüştür.

İnteraktif yapımlar incelenirken filmler haricinde programları içeren yapımların her bölümü ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, sekiz bölümden oluşan *Doğaya Karşı Mücadele* (2019) ve dokuz bölümü kapsayan *Savaşçı Kitty* (2022) yapımları Nisan 2024'te incelendiğinde bölümlerin çoğunluğunun (%82,65) 0-30 dakika aralığında yer aldığı görülmüştür. Bu yapımlar, Aralık ayında incelendiğinde ise yayınlanan bölümlerin tamamının 0-30 dakika aralığında bulunduğu gözükmemektedir. Filmler açısından ise Nisan 2024 sürecinde taramada yapımların çoğu (42,10) 0-30 dakika arasında yer alırken; Aralık 2024'te incelenen içeriklerde çoğunluğunun (60) 61-90 dakika arası olduğu saptanmıştır.

Tablo 7
İnteraktif Yapımların Ülkelerine Göre Dağılımı

Ülke	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Amerika Birleşik Devletleri	18	85,71	4	66,66
Kanada	1	4,76	-	-
Hindistan	1	4,76	1	16,66
Birleşik Krallık	1	4,76	1	16,66
Toplam	21	100	6	100

Nisan 2024'te erişilen yapımların çoğunluğunu kapsayan %85,71'inin Amerikan menşeli olduğu görülürken; Aralık 2024'te ulaşılan içeriklerde de %66,66 ile Amerikan yapımları dağılımda en çok yer alan içerikleri oluşturmuştur. Nisan 2024'te %4,76 ile Kanada yapımı yer alırken; Aralık 2024'te bu yapımın kaldırıldığı görülmüştür.

Tablo 8
İnteraktif Yapımların Netflix Alt Türlerine Göre Dağılımı

Netflix Alt Türleri	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Çocuk ve Aile Filmleri	5	28,57	2	33,33
Çocuk Dizileri	1	4,76	1	16,66
Çizgi Film	1	4,76	-	-
Hem Çocuk Dizileri Hem Çocuk ve Aile Filmleri	7	33,33	-	-
Hem Çocuk Dizileri Hem Çizgi Filmler	1	4,76	-	-
Hem Çocuk Dizileri Hem Çocuk ve Aile Filmleri Hem Çizgi Film	1	4,76	-	-
Diğer	5	28,57	3	49,99
Toplam	21	100	6	100

Tablo 8'de belirtilen Netflix alt türleri, platformun interaktif yapımları yerleştirdiği kategorileri kapsamaktadır. Bu bağlamda, platformun altı ana kategoride interaktif yapımları yerleştirdiği görülürken beş yapım Tablo 9'da belirtilen diğer kategorisinde yer almıştır.

Nisan 2024'te gerçekleştirilen taramada Netflix'in alt türlerinin beşinde çocuk; üçünde aile ifadesinin geçtiği görülmektedir. Bunlar dışında üçünde çizgi film ifadesi bulunmaktadır. Ayrıca, içeriklerin çoğunluğu "Hem Çocuk Dizileri Hem Çocuk ve Aile Filmleri" (33,33); ikinci olarak da (28,57) "Çocuk ve Aile Filmleri" alt türünde yer almaktadır. Aralık 2024'te yapılan taramada ise Netflix'in üç alt türünün kaldığı görülmüştür. Çocuk ve Aile Filmleri; Çocuk Dizileri ve diğer kategorisi bulunmaya devam etmektedir. Nisan 2024'e kıyasla çoğunluğu "Diğer" (49,99) kategorisi oluştururken; ikinci olarak (33,33) "Çocuk ve Aile Filmleri" yer almaktadır.

Tablo 9
İnteraktif Yapımların Netflix Alt Türlerine Göre Diğer Kategorisinde Bulunanların Dağılımı

Diğer Kategorisinde Netflix Alt Türleri	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Romantik Komedi	1	20	-	-
Hem Komedi Hem Durum Komedi	1	20	1	33,33
Hem Dram Hem Bilimkurgu	1	20	1	33,33
Hem Aksiyon Hem Macera	1	20	1	33,33
Hem Sağlık Hem Spor	1	20	-	-
Toplam	5	100	3	100

Tablo 8'de belirtilen "Diğer" kategorisinde bulunan alt türler, Tablo 9 kapsamında gösterilmiştir. Bu doğrultuda Nisan 2024'te beş alt türün bulunduğu görülmüştür. Bu türlerden romantik komedi haricinde diğerleri birden fazla konu türünü içermektedir. Diğer kategorisinde yer alan içeriklerin eşit bir oranla (yüzde 20'ser) olarak alt türler arasında dağıldığı görülmüştür. Aralık 2024 döneminde ise Romantik

Komedi ve Hem Sağlık Hem Spor alt türlerinde yer alan içeriklerin kaldırıldığı saptanmıştır.

Tablo 10

İnteraktif Yapımların Yetişkinlik Düzeylerine Göre Dağılımı

Yetişkinlik Düzeyi	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Genel izleyici	3	14,28	-	-
7+	11	52,38	1	16,66
10+	2	9,52	2	33,33
13+	1	4,76	-	-
16+	1	4,76	1	16,66
18+	3	14,28	2	33,33
Toplam	21	100	6	100

Tablo 10 kapsamında Nisan 2024'te erişilen yapımların çoğunluğunun (%53,38) 7 yaş ve üzeri olduğu görülürken bunu genel izleyici ve 18 yaş ve üzeri içerikler takip etmiştir. Aralık 2024'te ise 10 yaş ve üzeri ile 18 yaş ve üzeri hedef kitleleri için en fazla içerikler olduğu görülmektedir. Ayrıca, genel izleyici ve 13 yaş ve üzeri hedef kitleyi kapsayan içerikler kaldırılmıştır.

"Black Mirror: Bandersnatch", Netflix'e üye olan ve olası yeni üyeler için yeni bir deneyim yaratmakta ve bizzat kendi kurumsal yapısını ve işleyişini de filme katmaktadır. Bandersnatch'i her izleyiş ve deneyimleme Netflix'e değerlendirecek çok sayıda veri aktarmaktadır. Böylece hem izleyici alışkanlıkları yönlendirilmekte ve yeniden üretilmektedir

Tartışma

Dijitalleşme ve ağ teknolojileriyle değişen televizyon yayıncılığı izleyicinin motivasyonları ve beklentilerini merkeze alarak değişmeye başlamıştır. Bu durum yeni anlatı formlarının gelişmesine ve dağıtılmasına zemin hazırlamıştır. İzleyicinin aktifleşmesi neticesinde yayınlar ve yapımlar interaktif bir forma geçmiştir. Taşdelen ve Kesim'in interaktif yayınlar için özel abonelik sistemleri geliştirileceği görüşü kapsamında (2014), OTT TV'lerin interaktif yapımlar çerçevesinde gösterim ve dağıtım kanalı olması bu durumu pekiştirmektedir. Ayrıca belirtilmesi gereken bir nokta OTT TV'lerin sunduğu ara yüz tasarımlarının izleyici ve içerik deneyim sürecine zemin oluşturmasıdır. Canlı ve Ay'ın belirttiği gibi interaktif yapımların sahip olduğu arayüzler izleme deneyiminin oluşmasını pekiştirmektedir (2023). Dolayısıyla OTT TV'lerin sunduğu arayüz ve olanaklar interaktif yapımların deneyimlenmesini sağlamaktadır.

Bu araştırmanın bulguları neticesinde etkileşimli televizyon yayıncılığı özelliklerinden yararlanan Netflix'in 2017'den 2024 yılına kadarki süreçte Türkiye'de interaktif yapımların

dağıtım ve gösteriminde öncü bir OTT TV olduğu görülmüştür. Ancak, yayıncılık özellikleri ile interaktif anlatı türlerinin birbirini beslemesine karşın Netflix harici diğer OTT TV'lerin interaktif içerikleri sunmaması, doğrusal olmayan anlatı formlarının platformlar tarafından popüler bir içerik olarak tercih edilmediğini göstermektedir.

İnteraktif yapımların varlığının platformda özellikle 2019 yılından sonra artması, Black Mirror Bandersnatch adlı yapımın bir etkisi olarak görülmektedir. Bu durumu, Roth ve Koetiz'in Bandersnatch'in interaktif anlatılar için önem taşıdığı ve ileriye dönük Netflix'in daha fazla bu anlatı türüne yatırım yapacağı görüşü desteklemektedir (2019). Ayrıca, platformun Bandersnatch aracılığıyla izleyicilerin kararlarına yönelik verileri toplaması izleyici beklentisi merkeze alarak yeni doğan yapımların sayısının artmasına olanak tanımıştır. Elnahla'nın ifadesiyle platform "veri madenciliği" yaparak izleyiciye eğlence tüketimi içeren bir gelecek yaratabilmiştir (2020, s. 509).

İnteraktif yapımların gösterim sürecinde öncü bir rol üstlenen Netflix'in süreç içerisinde yapımların tür ve format çeşitliliğini artırmış ancak 2024 yılında bu yapımların kaldırılmasına yönelik karar almıştır. Bandersnatch'in kazandığı ticari başarının ardından çağın yeni anlatısı olarak kabul edilen interaktif yapımlara yönelik alınan bu karar platformun bu ürünleri, arz-talep ekseninde değerlendirmesinin neticesi mi yoksa oyun alanına yönelmesiyle yatırım kaynaklı bir gerekçe mi olduğu net belirtilmemiş ayrıca, platform yeni teknolojik gelişmelerini sunacağını ifade etmiştir. Platformun interaktif yapımlara sunulan yatırımlarını geri çekmesi, bu yapımların farklı platformlarda varlıklarını hangi sistemlerde nasıl devam ettireceğine ve platformun yeni teknoloji denemelerine hazırlanacak olması hangi medya içeriklerini üreteceği sorularını oluşturmaktadır.

İnteraktif yapımların çoğunluğunun Amerikan menşeli olması ise Yengin ve Ormanlı'nın belirttiği gibi yöndeşmeyle kültür endüstrisi içerisindeki tekelleşmenin görünür olduğu bir noktayı içermektedir (2020, s. 94).

İnteraktif yapımlar sunduğu deneyimle izleyiciyi olay örgüsüne dahil ederken sınırlı da olsa seçim hakkını sunmaktadır. Bu sınırlılık başka bir ifadeyle izleyicinin aktifliği içeriği tasarlayan yaratıcıların izin verdiği kadarıyla gerçekleşmektedir (Ünlü & Akyol, 2021; Yengin & Ormanlı, 2020). Ancak sınırlı da olsa bireyin içerik ile interaktif bir şekilde iletişim kurması izleyici deneyiminin şekillenmesine ve değişmesine olanak tanıyarak yeni bir izleme kültürü oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırma kapsamında ortaya çıkarılan önemli bir husus, interaktif yapımların platformda

yerleştirildiği alt tür olmuştur. Netflix interaktif yapım üretim sürecinde çocuk programlarını merkeze alarak çoğunlukta çocuk izleyiciye yönelik içerikler üretmiş, bu kapsamda “kendin seç” özelliğini çocukların oyun kültürüyle benzeştirmiş ve aktif bir izleyici kültürünün yetişmesine olanak tanımıştır. Dolayısıyla platform, interaktif yapımları çocuk izleyici kitlesine yönelik hazırlanması sayesinde dijital yerli kuşakların izleme eylemine yönelik tecrübelerini şekillendirmiştir. Dolayısıyla interaktif yapımlar OTT TV platformlarında yer edinmemesine karşın yeni medyanın sunduğu özellikler kapsamında diğer etkileşimli televizyon yayıncılığı formatlarında bulunarak dijital yerlilerin izleme kültüründe yer alabilmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Teknolojik gelişmeler Castells’in ifade ettiği kitlesel öz iletişim sürecini başlatarak, bireyin üretim sürecinde bulunmasına zemin hazırlamıştır. Teknolojinin gelişimi ve bireyin motivasyonları doğrultusunda şekillenen televizyon yayıncılığı, bu süreçte çağın gereksinimleri doğrultusunda interaktif bir yayıncılığa geçmiş ve yeni anlatı formlarının oluşmasını sağlamıştır.

Yeni medyanın sunduğu olanaklarla gelişen etkileşimli televizyon yayıncılığı türü OTT TV’lerin özellikleri, doğrusal olmayan anlatı formlarının yayınlanmasına olanak tanımaktadır. İnteraktivite, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özellikleriyle içeriğin kişiselleşmesine olanak tanıyan bu yayıncılık; açık uçlu ve katılım gerektiren interaktif yapımların özellikleriyle örtüşmektedir. Dolayısıyla etkileşimli yayıncılığın sunduğu özellikler, interaktif yapımlar için yeni bir kanalın oluşmasını sağlamaktadır. Bu çalışma kapsamında “Dijital platformlarda sunulan interaktif yapımların özellikleri nelerdir?” sorusu merkezinde Nisan 2024 ve Aralık 2024 dönemlerinde Türkiye’de OTT TV’lerde yayınlanan interaktif yapımlar, içerik analiziyle incelenmiştir.

Etkileşimli yayıncılığın özelliklerinden yararlanan Netflix’in 2017 yılından 2024 Aralık ayına kadar interaktif yapımların Türkiye’de dağıtım ve gösteriminde öncü bir rol üstlendiği görülmüştür. Ancak platform, 2024 Kasım ayında aldığı kararla interaktif içerik üretimine yönelik desteği kaldıracağını belirtmiş ve bu kapsamda sunduğu içerikleri de kısıtlamıştır. Dolayısıyla platformda sunulan interaktif yapımların, format, konu türü ve platformun kendi alt tür dağılımlarındaki çeşitlilik Nisan 2024’teki verilere kıyasla Aralık 2024’te azalmıştır. Bu durum interaktif yapımları sunan tek OTT TV platformunun bu kararının ardından anlatı formunun izleyici-içerik ve gösterim kanalları ekseninde incelenmesinin gerekliliğini oluşturmuştur.

İnceleme yapılan her iki tarih aralığında da interaktif yapımların çoğunluğunu Amerikan menşeli içerikler oluşturmuştur. Bu kapsamda küreselleşmeyle Batı merkezli içerik üretiminin bu anlatı formatının üretiminde de tek bir yapı oluşturduğu görülmektedir. Yapımlarda film türünün tercih edildiği ve macera konu türünde içeriklerin fazla olduğu görülmüştür.

Bulgular kapsamında Nisan 2024’e kıyasla Aralık 2024’teki verilerde canlandırma formatına yönelik içeriklerin kaldırıldığı, yayınlanan filmlerde süre uzunluğunun 61-90 dakika aralığında olduğu buna karşın programların bölüm sürelerinin 0-30 dakika aralığında yer aldığı saptanmıştır. Dolayısıyla özellikle Aralık 2024’ten itibaren kalan içeriklerde programların sürelerinin filmlere oranla daha kısa bir zaman aralığını kapsadığı filmlerinse anlatılarından dolayı daha uzun bir formata sahip olduğu görülmüştür.

Nisan 2024 verilerinde platformun kendi alt tür kategorilerinde yapımların çoğunluğu çocuk ve aile unsurlarını içeren başlıklarla eşleştirilirken; Aralık 2024’te geriye kalan yapımların yarısı çocuk ve aile unsurları ile ilişkilendirilmiş diğer yarısı ise farklı alt başlıklarda bulunacak şekilde yer almıştır. Bu kapsamda Netflix’in yayın politikasında çocuk izleyiciye yönelik bir değişim olduğu gözükmemektedir.

Bu çalışma kapsamında Türkiye’de etkileşimli televizyon yayıncılığının özelliğini taşıyan dijital platformların hangi özelliklerdeki interaktif içerikleri yayınladığı araştırılmıştır. Netflix’in kısıtlama kararının ardından interaktif yapımlara hangi kanallar aracılığıyla gösterim olanağı sunulacağına ve kazanılan izleme kültürünün devamlılığını ne şekilde sağlayacağına yönelik unsurlar izleyici ve içerik merkezli araştırmaların yapılması açısından önem ve gereklilik taşımaktadır. OTT TV’lerde popüler bir tür olmamasına karşın doğrusal olmayan anlatıların internet tabanlı farklı platformlar üzerinden yayılmaya devam edeceğini ön gören bu çalışma; sunulan veriler kapsamında gelecek araştırmaların özellikle çocuk izleyicilerin interaktif yapımları izleme eylemi neticesinde değişen izleme kültürlerini incelenmesi gerekliliğini belirtmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir–T.T.Ü, O.A; Tasarım–T.T.Ü, O.A; Denetim–T.T.Ü, O.A; Kaynaklar–T.T.Ü, O.A; Veri Toplama ve/veya İşleme–T.T.Ü, O.A; Analiz ve/veya Yorum–T.T.Ü, O.A; Literatür Taraması–T.T.Ü, O.A; Yazıyı Yazan–T.T.Ü, O.A; Eleştirel İnceleme–T.T.Ü, O.A.

Çıkar Çatışması: Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını

beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept-T.T.Ü, O.A.; Design-T.T.Ü, O.A.; Supervision-T.T.Ü, O.A.; Resources-T.T.Ü, O.A.; Data Collection and/or Processing-T.T.Ü, O.A.; Analysis and/or Interpretation-T.T.Ü, O.A.; Literature Search-T.T.Ü, O.A.; Writing Manuscript-T.T.Ü, O.A.; Critical Review-T.T.Ü, O.A.

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Akyol, O. (2012). *Gelişen televizyon yayın teknolojileri ve etkileşimli yayıncılık uygulamaları* [Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=JiczbbLwln7_OQxXQyETvw&no=8eCx9T-gwxxspUMJh7lkgw
- Akyol, O., & Ünlü, T. T. (2022). Etkileşimli televizyon yayıncılığı ve izleyici alımlaması Black Mirror: Bandersnatch örneği. Mavnacıoğlu, K. (Edt.), *Dijital dönüşüm yeni medya ve iletişim*. (ss. 207-242). Çizgi Kitabevi.
- Arinbjarnar, M., Barber, H., & Kudenko, D. (2009). *A critical review of interactive drama systems*. AISB'09 Symposium: AI & Games, Edinburgh, UK.
- Bachmayer, S., Lugmayr, A., & Kotsis, G. (2010). Convergence of collaborative web approaches and interactive TV program formats. *International Journal of Web Information Systems*, 6(1), 74-94.
- Beer, D., & Burrows, R. (2007). Sociology and, of and in Web 2.0: some initial considerations. *Sociological Research Online*, 12(5), 1-13.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2011). *Film sanatı: bir giriş* (E. Yılmaz & E. S. Onat, Çev.). De ki Basım Yayım.
- Canlı, K., & Ay, S. (2023). Hikâye tabanlı interaktif içeriklerde görsel tasarım dili. *Tykhé Sanat ve Tasarım Dergisi*, 8(15), 278-292.
- Cover, R. (2006). Audience inter/active: interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New Media & Society*, 8(1), 139-158.
- Devran, Y. (2010). *Haber, söylem, ideoloji*. Başlık Yayın Grubu.
- Elnahla, N. (2020). *Black Mirror: Bandersnatch* and how Netflix manipulates us, the new gods. *Consumption Markets & Culture*, 23(5), 506-511.
- Engelbrecht Fisher, C. (2017, 20 Haziran). *Netflix'te interaktif hikâyeler: şimdi ne olacağını siz seçin*. About Netflix. <https://about.netflix.com/news/interactive-storytelling-on-netflix-choose-what-happens-next> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Field, S. (2012). *Senaryo yazımının temelleri* (Ş. Erol, Çev.). Alfa Yayınevi.
- Gogoi, P. (2019). *The Bandersnatch experience*. https://www.academia.edu/38146313/The_Bandersnatch_Experience adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Hales, C. (2005). Cinematic interaction: from *Kinoautomat* to *cause and effect*. *Digital Creativity*, 16(1), ss. 54-64.
- Kang, I. (2020, 11 Mayıs). "Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy vs. the Reverend" Review. <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-reviews/unbreakable-kimmy-schmidt-kimmy-reverend-review-1294248/> adresinden 17 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Kim, N., & Kim, S. (2014). *Interactive Documentary as a New media*. ss. 120-124.
- King, D. (2017, 28 Temmuz). *Netflix's Buddy Thunderstruck predicts the future of interactive storytelling*. The Verge. <https://www.theverge.com/2017/7/28/16055642/netflix-interactive-buddy-thunderstruck-children-tv-programming> adresinden 17 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Laurel, B. (1993). *Computers as theatre*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Manuel, C. (2013). *İsyân ve umut ağları internet çağında toplumsal hareketler* (E. Kılıç, Çev.). Koç Üniversitesi Yayınları.
- MIT open documentary lab. (t.y.). Moss Landing. <https://docubase.mit.edu/project/moss-landing/> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution*. Columbia University Press.
- Nee, R. C. (2021). Wild, stressful, or stupid: Que es *Bandersnatch*? Exploring user outcomes of Netflix's interactive *Black Mirror* episode. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(5), 1488-1506.
- Neimark, M. (t.y.). Aspen movie map. <http://www.naimark.net/projects/aspen.html> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Nelson, K. (2022). The historian is present: live interactive documentary as collaborative history. *Rethinking History*, 26(3), 289-318.
- Newhagen, J. E., Cordes, J. W., & Levy, M. R. (1995). nightly@nbc.com: Audience scope and the perception of interactivity in viewer mail on the internet. *Journal of Communication*, 45(3), 164-175.
- Peters, J. (2024, 4 Kasım). *Netflix is removing nearly all of its interactive titles*. The Verge. <https://www.theverge.com/2024/11/4/24287857/>

- netflix-removing-interactive-titles-games adresinden 17 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Rebecca Allen. (t.y.). Aspen Movie Map. <https://www.rebeccaallen.com/projects/aspen-movie-map> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Rizzo, T. (2007). Programming your own channel: An archaeology of the play list. Kenyon, A. T. (Edt.), *TV futures: digital television policy in Australia* (ss. 108-132). University of Melbourne Press.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: the new media in society*. The Free Press.
- Roth, C., & Koenitz, H. (2019). Bandersnatch, yea or nay? Reception and user experience of an interactive digital narrative video. *Proceedings of the 2019 ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video*, ss. 247-254.
- Taşdelen, B., & Kesim, M. (2014). Etkileşimli televizyon geleneksel televizyona karşı: televizyon izleyicisi ne ister? *Selçuk İletişim*, 8(3), ss. 268-280.
- Thomas, J. (2011). When digital was new: the advanced television technologies of the 1970s and the Control of Content. Bennett, J. & Strange, N. (Edt.), *Television as digital media* (ss. 52-75). Duke University Press.
- Ünlü, T. T. (2020). *İnteraktif sinemada izleyicinin karakter ile özdeşleşmesi* [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. <https://nek.istanbul.edu.tr/ekos/TEZ/ET002021.pdf>
- Ünlü, T. T., & Akyol, O. (2021). "Kararlar Sizensiz" İnteraktif sinemada izleyici ile karakterin etkileşimi. Çil, S. & Akyol, O. (Edt.), *Medya ve iletişim çalışmaları* (ss. 129-150). Kriter.
- Yengin, D., & Ormanlı, O. (2020). İnteraktif kurgu örneği olarak Bandersnatch filminin analizi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 10(2), 83-96.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.