

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 16 Eylül 2019 - Kabul Tarihi: 26 Kasım 2019

NETFLIX'İN İLK TÜRK DİZİSİ "HAKAN MUHAFİZ" ÜZERİNE BİR ALIMLAMA ANALİZİ

Sibel KARADUMAN¹

Elif Pınar ACIYAN²

Öz

Aktif izleyici çalışmalarının gelişmesiyle birlikte "medya insanlara ne yapar" sorusu "insanlar medya ile ne yapar?" olarak gündeme gelmiştir. İzleyicilerin televizyon izleme sürecinde pasif bir katılımdan ziyade, aktif bir katılım sergiledikleri varsayımına dayanarak geliştirilen alımlama çalışmaları, izleyicilerin kitle iletişim araçlarını ve gönderilen mesajları nasıl yorumladıklarına odaklanmaktadır. Bu çalışmada İngiliz Kültürel Çalışmaları Ekolü'nün ve Stuart Hall'un alımlama analizi kavramsallaştırmasından yola çıkılarak uluslararası bir platform olan Netflix'de yayınlanan ilk Türk dizisi Hakan Muhafız incelenmiştir. Çalışmada yaş aralığı 18-25 olan 15 üniversite öğrencisiyle derinlemesine mülakat tekniğiyle görüşmeler yapılmıştır. İzleyicilerin diziyi nasıl alımladıkları analiz edilmiş ve alımlamalar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda katılımcı izlerkitlenin, diziyi alımlama süreçlerinde dizinin uluslararası bir dijital platformdan yayınlanması nedeniyle, kodaçımalarını buna göre yaptıkları bulgulanmıştır. Bu bağlamda izledikleri dijital platformun profilinin alımlama sürecini etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Netflix, Hakan Muhafız, Alımlama, İzleyici

Atf: Karaduman, S. ve Acıyan, E. P. (2019). "Netflix'in İlk Türk Dizisi "Hakan Muhafız" Üzerine Bir Alımlama Analizi". Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (AKİL) Aralık (32), s. 669-687

1 Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, sibelkaraduman@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6237-9624
2 Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, elifaciyan@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2162-5830

A Reception Analysis On Netflix's First Turkish Series "The Protector"

Abstract

With the development of active audience research, the question "What does media do to people?" has given way to "What do people do with the media?". Reception studies, developed based on the assumption that viewers exhibit active participation rather than passive participation in the television viewing process, focus on how viewers interpret mass media and its messages. In this study, The Protector, the first Turkish series debuted on Netflix's streaming service, an international platform, was analyzed through the reception analysis of the British School of Cultural Studies and Stuart Hall. In-depth interviews were conducted with 15 university students whose age range is 18 to 25 in the study. How viewers received the series in order to determine similarities and differences in the reception was analyzed. As a result of the study, it was found that viewers participated in the study decode meanings according to the fact that the series was streamed from an international digital platform. In this context, results of the study put forward that the profile of the digital platform they follow affects the reception process.

Keywords: Netflix, The Protector, Reception Analysis, Audience

Giriş

Kitle iletişim araştırmalarının ilk dönemlerine bakıldığında başlangıçta izleyicilerin pasif oldukları ve kitle iletişim araçlarından doğrudan etkilendikleri çerçevesinde ele alınan çalışmaların zamanla gücü azalmış ve perspektif değiştirerek farklı bir boyut kazanmıştır. Özellikle Katz'ın (1959) çalışmaları ile birlikte "medya insanlara ne yapar?" sorusu "insanlar medya ile ne yapar?" şeklinde yön değiştirmiştir. Bu bağlamda insanların medya metinlerini kendi algıları ve ideolojileri doğrultusunda farklı yorumlayabildikleri ve kitle iletişim araçlarını ihtiyaçları doğrultusunda tükettikleri ele alınmıştır. İzleyicilerin kitle iletişim araçları karşısında aktif rol alabileceği düşüncesi, alımlama çalışmalarını doğurmuştur. "Kültürel Çalışmalar gibi alımlama analizi de medya mesajlarından, kültürel ve umuma yönelik şekilde şifrelenmiş söylemler olarak bahseder; izleyicileri ise, anlam üretiminin vasıtaları olarak tanımlar. Kullanımlar ve Doyumlar araştırması gibi alımlama analizi de, medya alıcılarını, tüketim, şifre çözümü ve sosyal kullanımlar açısından medyayla ilgili pek çok şey yapabilecek etkin bireyler olarak görür. Alımlama analizini niteleyen her şeyden önce, çalışmaların medya söylemleriyle izleyici söylemlerinin içerik yapılarıyla içeriğe ilişkin izleyici tepkilerinin karşılaştırılmalı ampirik bir çözümlenmesini içermesi konusundaki ısrardır" (Jensen ve Rosengren, 2005: s.66).

İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Stuart Hall'un çalışmaları izlerkitle araştırmalarına oldukça katkıda bulunmuştur. Hall'un kodlama/kodaçılama kavramları izleyicilerin farklı okumalar yaparak televizyon içeriklerini farklı alımlayabileceklerini göstermeye yöneliktir. Birbirinden farklı okuma biçimleri ve alımlama pratikleri bundan sonra, izlerkitle kitle araştırmalarının merkezine yerleşmiştir.

Dijitalleşmeyle birlikte değişen televizyon izleme eğilimleri üzerinde izlerkitle davranışlarını araştırmaya yönelik bu çalışma, bir alımlama araştırması pratiğidir. İnternetin gelişmesi ile birlikte değişen yayıncılık anlayışı ve dizilerin elektronik ortamlara taşınması bu doğrultuda yeni mecraların ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Bu durum internet ortamındaki izleyiciyi merak konusu haline getirmiş ve dijital dönüşümle birlikte değişen izleyici motivasyonlarını sorgulamayı gerekli kılmıştır. Bu çalışmada uluslararası bir platform olan ve dünya çapında geniş bir izleyici yelpazesi bulunan Netflix platformunun ilk Türk dizisi olma özelliği taşıyan "Hakan Muhafız" dizisinin izleyiciler tarafından nasıl alımlandığı incelenmiştir. Diziyi izleyen 15 üniversite öğrencisiyle derinlemesine mülakat yapılarak, elde edilen yorumlar Stuart Hall'un etkin izleyici yaklaşımı ve alımlama çalışmalarının ana kavramları çerçevesinde analiz edilmiştir.

1. Kültürel Çalışmalar Geleneği ve Aktif İzleyici Çalışmaları

İzleyicilerin televizyon karşısında edilgin olduğu düşüncesi 1960'lı yıllardan sonra değişmeye başlamış, "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı"nın 'insanlar medya ile ne yapar' sorusunun cevabını bulmaya çalışan medya araştırmalarının sayısında artış olmuştur. Kullanım ve Doyum araştırmalarında 'modern' dönemin ortaya çıkışıyla önemli bir adım, etki araştırmalarının gölgesinden kaçıştır. İzleyici 1960'lar boyunca ve 1970'lerin başında kitle iletişim araçlarına yönelik kendi seçimleri ve tepkileriyle, kitle iletişim araçları etkisini düşünmeden anlamak isteyen ve açıklama talep eden bir kitle olarak kendi kategorisinde incelenmeye başlamıştır (McQuail ve Windahl, 1997: s.155). 1970'li yıllarda Blumler ve Katz'ın yaptığı araştırmalar, izleyici merkezli çalışmaların öncüsü olarak görülmüştür³. İzleyicinin en azından gönderici kadar etkin olduğunu varsayan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının temelinde, izleyicilerin medyadan gidermeye çalıştıkları gereksinimler dizgesine sahip oldukları inancı yatmaktadır (Fiske, 1996: s.194). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, etkin/aktif izleyici düşüncesi ile alımlama çalışmalarını etkileyen bir paradigmadır.

İzleyicinin pasif konumdan çıkartılarak etkin izleyiciler olarak ele alınması, İngiliz Kültürel Çalışmalar adı altında yapılan medya araştırmalarını etkileyerek alımlamadaki farklılıklar üzerine yoğunlaşmıştır. Jensen ve Rosengren'e göre (1990), alımlama yaklaşımı; kültürel çalışmalarda toplumsal olarak konumlanan bir söylem olarak anlaşılan kültürel süreç ve iletişim kavramından ve edebi geleneğin analiz ve yorum yöntemlerinden yola çıkarak alımlama analizinin, alımlama süreçlerini anlamak üzere izleyici söylemlerini ve kitle iletişim araçları söylemlerini karşılaştırmalı olarak okumayı amaçlar (akt: McQuail ve Windahl, 1997: s.169).

Turner'a göre, Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin yöneticiliğini Richard Hoggart'ın ardından 1969 yılından itibaren üstlenen Stuart Hall, kuramsal ilgileriyle Kültürel Çalışmalar ekolünün tarihi ile birlikte düşünülebilir. Çünkü Hall yönetici olduğu on yıl boyunca bu ekolün kuramsal ve entelektüel gelişimine eşlik etmiştir (2016: s.88).

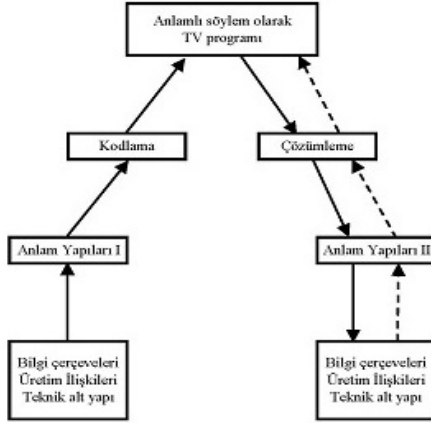
3 Yeni bir kuram ve araştırma okulunun ortaya çıkmasında anahtar rolü oynayan olay *Kitle İletişim Kullanımı* (The Uses of Mass Communication) başlığı altında bir dizi makalenin yayımlanması olmuştur (Blumler ve Katz 1974). Bu yayın kitle iletişim araçlarının kullanımı ve sağlanan doyumları incelemedeki temel mantığa şu şekilde bir açıklama getiriyordu: (1) Kitle iletişim araçlarını farklı izleme kalıplarına (veya diğer faaliyetlerle meşgul olmaya); (2) yol açan kitle iletişim araçlarından veya diğer kaynaklardan *beklentileri*; (3) oluşturan gereksinimleri; (4) toplumsal ve psikolojik kaynakları vardır. (5) Bunlar, gereksinim duyulan doyumlar (6) ve diğer sonuçlarla, belki en çok da amaçlanmayan sonuçlarla sonuçlanır (McQuail ve Windahl, 1997: s.155).

İngiliz Kültürel Çalışmaları içinde dili bir anlamlandırma pratiği olarak gören S. Hall (1994), dış dünyanın anlaşılır olabilmesi için nesnelerin anlamlandırılabilir kavramlara dönüştürülerek dilsel alana yerleşmesi ve bunların dilsel simgelerle ifade edilebilecek bir süreçten sonra dilde yeniden kurulup yaşamalarının sağlanması gerektiğini belirtir. Hall, insanın dış dünyayı doğrudan değil simgeler yoluyla dolayımlyarak anlamlandırmaya çalıştığını, bir iletinin anlamlandırılmasının kodlar yoluyla gerçekleştiğini ve kodların iletileri oluşturan göstergelerin seçilmesi ve bir araya getirilmesinde önemli yararlar sağladığını söyler (akt: Özsoy, 2011: s.48) Dolayısıyla Hall'e göre, iletişim pratiklerinin anlam ve dil, temsil ve anlamlandırma alanında temellendirilmesi kaçınılmazdır (Hall, 1997: s.92).

İngiliz Kültürler Çalışmalar geleneği hakim kültürel kodların dışında yer alan popüler kültüre olumlu bir yaklaşım sergilemektedir. Özellikle Hall'un üzerinde durduğu kodlama ve kodaçımı, alımlama araştırmalarına katkı sağlayarak merkezin odak noktasını popüler kültüre uygun medya içeriklerine kaydırmıştır. Etnografik yöntem kullanılarak yapılan çalışmalarda popüler kültürün etkileri ele alınmaktadır. Dolayısıyla araştırmalarda daha çok beğeni, haz, cinsiyetçi alımlama biçimleri ve alımlamanın bağlamsal yönleri üzerinde durulmuştur (İnal, 1996: s. 155-165). Barrett'a göre (1998), kodlama/kodaçımı modeli, iktidar ve ideoloji olgularını medya çalışmalarının kalbine yerleştirmesi açısından ayrıca önemlidir. Mesaj ve mesajın deşifre edilmesi sürecinin ya da anlam üretim ve tüketim süreçlerinin toplumsal iktidar ilişkilerinden bağımsız ele alınamayacağını vurgular. İktidar kavramını kültürel süreçlerin merkezine yerleştiren Hall, kültürün kendisini iktidarın ayrılmaz bir parçası olarak ele alır (akt:Özçetin, 2010: s.21).

Alımlama araştırmalarının temelini oluşturan Hall'un iletişim ve kültür alanına en önemli katkısı kodlama/kodaçımı teorisiidir. Hall sadece televizyon programlarını değil aynı zamanda haber, kitap, radyo programı gibi medya metinlerinin de izleyiciler tarafından farklı şekilde okunduğunu söylemektedir. "Hall'un görüşleri Kültürel Çalışmalar'ın ideoloji sorununa yaklaşımını yansıtırken, medya metinlerinin de egemen ideolojiyi tek yönlü olarak izleyicilere yansıttığını varsaymaz. Medya metinleri egemen söylemler içinde yapılanmış bile olsalar farklı okuma⁴ biçimleri mümkündür. Kimi izleyiciler metinleri tartışarak, kimileri de karşı çıkararak okurlar" (İnal, 1996: s.157). Anlamlar, tümüyle toplumsal ilişki ve yapılarla içermektedirler. Belirli kültürel ve siyasal pratikler aracılığıyla, çeşitli toplumsal konulara eklenilebildikleri ve toplumsal özneleri oluşturdukları ve yeniden oluşturdukları ölçüde toplumsal olarak işlev görürler ve işlerler. Halihazırda ve daima edilgin izleyiciler olarak seslenebilecekleri sabit, şaşkın toplumsal özneler yoktur (Hall, 1997: s.91).

4 Okuma kelimesiyle yalnızca belli göstergeleri tanıma ve kodaçımleme kapasitesini değil, onları kendi aralarında ve diğer göstergelerle yaratıcı bir ilişkiye sokma öznel kapasitesi de ifade edilmektedir. Bu kapasite kendi başına, bir kişinin çevresinin bütünüyle ayırında olmasının koşuludur (Hall, 2005: s.94).



Şekil 1: Hall'un Kodlama Modeli

Hall'a göre bir metni alımlayan izleyici karşısındaki metne üç şekilde yaklaşabilmektedir:

1) Hakim-hegemonik okuma/konum: Bu okuma biçiminde, izleyici, hakim ideolojik değerler çerçevesinde metni alımlamakta, metni üretenlerin isteklerine yakın bir noktada ürünü tüketmektedir.

2) Müzakereci okuma/konum: Bu okuma biçiminde izleyici/okur, hakim ideoloji çerçevesini yıkıma uğratmayacak, ancak onun söylemini de tam olarak benimsemeyecek bir şekilde metni alımlamaktadır.

3) Karşıt okuma/konum: Bu okuma biçiminde izleyici/okur, metni tam da karşısında yer alarak, kendisine sunulan metnin kodlanma niyetlerini boşa düşürecek düzeyde muhalif bir konumda alımlamaktadır (Turner, 2016: s. 111).⁵

Hall Encoding/Decoding çalışmasında belirttiği üzere, bir metnin kodlanmasıyla, okurların bu kodları çözmesi arasında her zaman için bir farklılık bulunması nedeniyle, medya tarafından ortaya konan içerikler farklı okumalara açıktır (Mengü ve Mengü, 2009: s.353). Hall'e göre ideolojilerle söylemlerin kesiştiği değişik düzeyleri ayırt etmek için *düz anlam* ve *yan anlam* ayrımları yararlıdır. Durumsal ideolojiler anlam değişikliği ve dönüşümlerini, göstergenin "yananlamsal" düzeyinde gerçekleştirirler. Bu düzeyde ideolojilerin söyleme etkilerini daha açık şekilde görebiliriz: Burada gösterge yeni vurgulamalara açıktır ve Volosinov'un deyişiyle, anlamlar üzerindeki mücadeleye (dil içindeki sınıf mücadelesine) tam anlamıyla dahil olur (Hall, 2005: s.92). Hall'a göre anlamı belirleyen şey anlamlar arası mücadele alanıdır. Bu alan uyumdan öte, anlamın mücadeleciler karakteriyle varolur.

⁵ Birincisi, doğal, meşru, kaçınılmaz bir toplumsal düzenin ve bir meslek evreninin anlayış biçimi gibi görünen hegemonik bakış açılarına uygun düşer. Müzakereci kod ise, kısmen egemen anlamları ve değerleri benimseyen ancak yaşanan bir durumdan örneğin ait olunan grupla ilgili çıkarılardan genellikle paylaşılan tanımlamalara karşı çürütücü tezler çıkararak karşıt mantıkların bir karması, karşıtlık ve uyum öğelerinin bir karışımıdır. Üçüncüsü ise, iletilyi bir başka izafet çerçevesine karşıt bir dünya görüşüne göre (örneğin ulus çıkarını sınıf çıkarına çevirerek) yorumlar (Mattelart, 1998:87-88).

Hall'e göre anlam kültürel devinim yoluyla dolaşıma girmektedir ve anlamlar birkaç farklı alanda farklı süreç ve pratikler yoluyla üretilmektedir (2017: s.10). Hall'a göre anlam, kendine özgü doğası gereği çokanlamlıdır: pekçok anlam arasından birbirini başat olarak "yeğleme" mücadelesi içinde kısırılır ve bu mücadele sırasında oluşturulur. Bu başatlık, temsili pratikler içinden belirli bir pratik türü üzerindeki sürekli mücadelenin sonucunda inşa edilir. Bu pratikler iletişim çalışmalarının nesnelere aittir. Bu temsili pratikler, kodlar ve sistemler tek başlarına anlamın dünyaya ulaşmasını sağlarlar (Hall, 1997: s.90). Hall, ideoloji alanını kendi mekanizmaları olan özerk bir düzenleme ve mücadele alanı olarak tanımlar. Hall'e göre toplumsal pratiklerin, kimliklerin, bilinçlerin ve öznelliklerin yerleştiği anlam örüntüsü ve söylem alanı önemlidir.

Hall' e göre dil ise, tarafsız bir araç değildir. Gerçek dünyadaki nesnelere ve ilişkilerle dil aracılığıyla anlamlandırılır ve biçimlendirilir. Dil, değerlerin, anlamların ve bilginin oluşturduğu bir mücadele alanıdır. Materyal nesnelere ve toplumsal pratiklere dil aracılığıyla anlamlar verilir. Televizyon da bu anlamların üretildiği ve kültürel pratiklerin taşıdığı en önemli araçlardan birisidir (Yaylagül,2006: s. 125). "Kültürel pratiklere yapılan vurgu önemlidir. İnsanlara, nesnelere ve olaylara anlam veren, o kültürdeki katılımcılardır" (Hall, 2017: s.9). Hall medya metinlerinin dil ve göstergeler aracılığıyla izleyiciler tarafından farklı anlamlarla tüketilebileceğini söylemektedir.

Alasurati *Rethinking the Media Audience* (Medya İzlerkitesini Yeniden Düşünmek-1999) adlı kitabında İngiliz Kültürel Çalışmalar geleneğinde üç ayrı araştırma kuşağından bahsetmektedir.⁶ Birinci kuşak; alımlama çalışmalarının doğuşu olarak görülen Stuart Hall'un "Kodlama, Kodaçımama (1999) makalesinden ve David Morley'in *Nationwide Audience* (1980) çalışması ile örneklenen kodlama/kodaçımı çalışmaları ile tanımlanır. Bu çalışma alımlama sürecini anlamak üzere bir metnin ya da metin grubunun okunması üzerinedir. İkinci kuşak; metinlerden ziyade medya izlerkitlelerinin davranışlarının ve anlayışlarının gündelik yaşam biçimleri içerisinde nasıl konumlandığını anlamaya çalışan 'etnografik' dönemeçtir. Gündelik hayat içinde medyanın rolünü araştıran bu çalışmalar, Morley, Ien Ang (1985), Dorothy Hobson (1982), Elihu Katz, Tamar Liebes (1984) gibi araştırmacıların yaptıkları araştırmalar, izleyici gruplarıyla derinlemesine görüşmelerle kimlik politikası, toplumsal cinsiyet gibi konularda yeni bir izleyici etnografisi paradigması yaratmaya çalışmıştır. Üçüncü kuşak ise; 1980'lerin sonlarından itibaren Martin Allor (1988), Ien Ang, John Fiske (1989), Lawrence Grossberg, James Lull, Janice Radway gibi araştırmacıların izleyici etnografisini sorgulayan ve tartışan çalışmalardan oluşur. Üçüncü Kuşağın ana odağı, izleyicinin metni okuması ya da alımlamasıyla sınırlı kalmamıştır. Bu kuşağın izleyici kavramsallaştırması belirli bir analitik bakış tarafından üretilen söylemsel bir inşa olduğu üzerinedir. Bu kuşak şimdiye kadar göz ardı edildiği varsayılan 'düşünümSELLİK' ögesini de araştırmalarına dahil eder (akt: Turner, 2016, Karabağ Sarı, 2014).

Alımlama analizinin çıkış noktasını oluşturan Hall'un düşünceleri zaman içerisinde etnografik çalışmalara da uyarlanmaya başlamış ve ikinci kuşak araştırmalarıyla birlikte

6 Birinci Kuşak alımlama analizi çalışmalarına David Morley'in *Nationwide Audience* (1980); ikinci kuşak çalışmalarına yine D. Morley'in *Family Television* (1990/1986), Ien Ang'ın *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination* (1991), Hobson, *Crossroads: The Drama of a Soap Opera* (1982), üçüncü kuşağa ise Radway'in *Reading the Romance* (1984) Fiske'in *Television Culture* (1987) çalışmaları örnek verilebilir.

alımlama araştırmalarında medya etnografisine doğru bir dönüşüm yaşanmıştır. Et-nografik yöntem, araştırmalarda ele alınan grubun kültürel değerlerine ilişkin çözüm-lemeler etkin katılımı sağlanabilir. Araştırmacı bu durumda gözlem yapar ve grubun kültürel kodlarını çözümler. Başka şekilde de araştırmacı etkin biçimde katılım ve derinlemesine görüşmelerle grubun kültürel kodlarını çözümleyebilmektedir. Bu şekilde yapılan araştırmacı, katılımcıları doğal şekilde gözlemler ve davranış anlamları üz-erinde durarak bulgularını sunabilmektedir. (Intintoli'den aktaran İrvan, 1994-1995: s.209).

2. Televizyon Yayıncılığında Dönüşümler

Yeni medya ortamında internet hızının artması ve geniş bant internet teknolojisinin etkisiyle televizyon yayıncılığı dijitalleşmenin getirdiği olanaklar sayesinde bir değişim ve dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşümde yeni nesil dijital altyapı yatırımlar ve uygulamalar gittikçe önem kazanmaktadır. Varolan televizyon yayıncılığın yapısı, sayısal teknolojiye geçişle birçok değişimi beraberinde getirmiştir. Sayısal yayıncılığa geçişle birlikte verilerin sıkıştırılarak, işleme, saklama ve iletimdeki kapasite artışı çok daha fazla kaliteli görüntü ve sesin elde edilmesini sağlamıştır. Sayısallaşan görüntü ve ses, farklı iletim yöntemleriyle farklı izleyici gruplarına ulaşmaktadır (Karaduman, 2017.s.116).

Dijital yayıncılıkta yeni bir modülasyon sistemi kullanılmakta, görüntü ve ses verileri çok kaliteli ve çok etkin bir şekilde sıkıştırılarak taşınmaktadır. Dijital yayıncılıkta spek-trum da etkin bir şekilde kullanılabilir. Dijital yayıncılıkta tek bir kanaldan birden fazla yayın iletebilmek mümkündür. Dijital teknoloji, karasal yayıncılıkta, uydu (satellite) ve kablolu TV yayıncılığında kullanılabilir (Şeker, 2009:s.27).

Dijital televizyon yayınlarının geleneksel yayıncılıktan farklı olarak bazı özellikleri bulunmaktadır.

- Dijital yayın, aynı uydu alıcısı üzerinde çoklu televizyon kanalı yayını yapılmasını sağlamıştır.
- Geleneksel yayınlarda ortaya çıkan görüntü ve ses bozukluğu dijital yayınlarla birlikte neredeyse sorunsuz hale gelmiştir.
- Dijital yayıncılıkla birlikte izleyiciler aktif ve geri bildirimde bulunabilmektedir.
- Dijital yayıncılıkla birlikte interaktif bir iletişim mümkün hale gelmiş ve sadece televizyon değil, akıllı telefon ve tabletlerden de ekran aktarımı yapılması mümkün olmuştur.

Televizyon yayınları karasal analog yayın, karasal sayısal yayın, uydu yayını, kablolu yayın, genişbant internet altyapısı üzerinden yayın (IPTV -internet protocol TV-, OTT TV/video -over the top television- ve internet TV) olarak sıralanabilir. Özellikle genişbant internet altyapısı üzerinden yapılan yayıncılık, yeni nesil ya da dijital diyebileceğimiz televizyon yayıncılığı olarak izleyici için avantajlar ve teknolojik imkanlar sunan bir ortamın oluşmasına ciddi katkılar sağlamıştır (Karaduman, 2017: s.118). Teknolojik imkanlar ve olanaklar, dijital film ve dizi izleme platformlarının sayılarını gün

geçtikçe artmıştır. Dijital platformlara üye olan izleyiciler, istedikleri yayın içeriğini, istedikleri yerde, istedikleri zaman internet bağlantısı olan tüm cihazlarda izleyebilmektedir. Televizyon yayıncılığının dijitalleşmesi izleyiciyle etkileşimi artırmış ve birçok mobil olanaklar sunmuştur.

Dijitalleşmeyle birlikte izleyicinin çok daha etkileşim halinde olduğu bir ortam sözkonusudur. Yeni medya ortamındaki izleyici çok daha aktif, katılımcı ve etkileşime açık bir karakterdedir. Buna göre;

-İnternet ve televizyon yayınlarının entegrasyonu ile izleyici, televizyon yayınlarıyla ilgili birçok paylaşımında bulunabilmektedir.

-İzleyici, çeşitli web sayfası, blog ve forumlarda yayınlar hakkında geri bildirim yapabilmektedir.

-Etkileşime açık yeni medya ortamında izleyici, televizyon içerikleri hakkında yorum yapıp, kendi kişisel görüşlerini yazıp, diğer kullanıcılarla diyalog halindedir.

-Televizyon içeriklerine istediği yerde, istediği zamanda erişebilen izleyici/kullanıcı, yayınları yayın zamanına göre değil, kendi zamanına göre takip ederek mobil konumdadır.

-İzleyici içerik paylaşımını yaptığı gibi, içerik üretimlerinde de bulunabilmektedir.

Tablo 1: Analog ve Dijital Yayın

Analog Yayın	Dijital Yayın
Karasal analog yayın	IPTV (İnternet protocol tv)
Uydu yayını	OTT TV (Over the top television)
Kablolu yayın	İnternet Tv
Genişbant yayını	

Tablo 1’de analog ve dijital yayınlara yer verilmektedir. Özellikle genişbant internet altyapısı üzerinden yapılan yayıncılık, yeni nesil ya da dijital diyebileceğimiz televizyon yayıncılığı olarak izleyici için avantajlar ve teknolojik imkanlar sunan bir ortamın oluşmasına ciddi katkılar sağlamıştır. İnternetle birlikte dijitalleşen yayıncılık anlayış içerik üretimini olanaklı kılmış ve farklı yayıncılık anlayışları ortaya çıkarmıştır. Örneğin OTT TV (Over the top television) video içeriklerini, televizyon ve müzik yayınlarını internet aracılığıyla son kullanıcıların çevrimiçi cihazlarına taşıyan bir teknoloji olarak ortaya çıkan bir kavramdır. Netflix, Now TV, Hulu, WhereeverTV, I-Tunes, YouTube ve Amazon dünyadaki en bilinen OTT TV dünyadaki örnekleri arasında yer almaktadır. OTT TV servisine oyun konsolu, smart tv, set-topbox, blu ray oynatıcı ve mobil cihazlar gibi donanımlarla erişilebilmektedir. (Karaduman, 2017: s.118-121). OTT TV ile yayıncılık anlayışı değişerek izleyicilere farklı olanaklar sunmuştur. Türkiye’de internet temelli yayıncılık yapan Puhu Tv ve Blu Tv, OTT TV olarak ele alınabilir. OTT TV’lerin hayatımıza girmesiyle özellikle genç kitlenin televizyona olan ilgisi azalmış, içeriklere daha çok internet üzerinden akıllı telefon, tablet, dizüstü veya masaüstü bilgisayarlar aracılığıyla erişmeye başlanmıştır. Teknolojinin gelişmesi yayıncılık anlayışını değiştirirken, her geçen gün yayıncılıkta teknolojik yenilikler karşımıza çıkmaktadır. Bu

anlamda yayıncılık anlayışının sürekli gelişen internet teknolojileri ile birlikte nereye evrileceği de, gelişime paralellik gösteren bir konudur. Televizyon izleme pratiklerinin giderek online olarak ve internet ortamlarında yapılması, online içerik üretmeyle birlikte yeni nesil televizyon deneyimi sunmaktadır. Dolayısıyla izleyiciyi bu mecralarda tutmak için yayıncılık hizmetleri yönünü dijital platformlara çevirmiştir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Alımlama analizinin ilk örnekleri arasında Stuart Hall (1980) tarafından formüle edilen eleştirel kuramın türlü varyasyonları yer alır. Bu model, herhangi bir kitle iletişim aracı mesajının kaynaklarından alımlanması ve yorumlanmasına doğru giderken geçtiği değişim evrelerini ön plana çıkarır (McQuail ve Windahl, 1997:170). Alımlama analizi, izleyici-içerik ilişkisine dair hem nitel, hem de ampirik nitelikte bir çözümleme geliştirir. Derinlikli söyleşi ve gözlemlerle izleyici hakkında ampirik veriler elde ederken, bu verileri içeriğe dair verilerle karşılaştıran nitel yöntemler kullanır. Amaç, alımlamayla ilgili süreçleri inceleyip, medya içeriğinin kullanım ve etkileriyle ilgili bir tavır geliştirebilmektir (Jensen ve Rosengren, 2005: s.63). Alımlama araştırmalarında metin çözümlemeleri ve izleyici tepkileri çözülerek bu ikisi arasında bir ilişki kurulmaktadır. İzleyicilerin alımlama farklılıkları bu bağlamda toplumsal ya da bireysel faktörlerin etkileri düşünülerek ele alınmalıdır (Hoişer, 2005: s.106). Medya mesajları çoğunlukla polisemiktir (birden fazla anlamı olan). Dolayısıyla izleyicinin alımlama sürecindeki yaptığı yorumların ve değerlendirmelerin analizi önem taşımaktadır.

Ancak az sayıda bireye dayalı nitel araştırmalar için temsil edilme sorunu ortaya çıkabilir. Bunun yanında Willis'e göre (1987), nitel araştırma 'özel anlama şekillerini hedefler böyle bir çalışma bir anlam çoğulluğunu açığa çıkararak, bu özel anlamlar hakkında potansiyel olarak sonsuz tür ve sayıda kavrayış üretmenin peşindedir (Hoişer, 2005:s.127). Bireysel alımlamalarla ilgili bulgular elde etmek, toplumsal gruplarla ilgili genelleştirmeler kadar önem taşımaktadır. Sonuçta görüşmeler sınırlı sayıda yapılsa bile, bireylerin alımlama süreçlerine ilişkin elde edilen bilişsel, psikolojik ve kültürel bulgular, betimleyici niteliktedir. Bu çalışmada, Stuart Hall'un kodlama ve kodaçıklama kavramlarından yola çıkılarak Netflix'de yayınlanan ilk Türk dizisi olan Hakan Muhafız dizisinin üniversite öğrencileri tarafından nasıl alımlandığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmada amaçlı örneklem esas alınarak 15 üniversite öğrencisine derinlemesine mülakat tekniğiyle dizi hakkında sorular sorulmuştur. "Derinlemesine görüşme, araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsayan, daha çok açık uçlu soruların sorulduğu ve detay cevapların alınmasına imkan veren, yüz yüze, birebir görüşülerek bilgi toplanmasına imkan veren bir veri toplama tekniğidir. Karşıdaki kişinin duygu, bilgi, tecrübe ve gözlemlerine görüşme yoluyla ulaşılır" (Tekin, 2006: s.101). Görüşme için dizinin hitap ettiği kitlenin genç ve dinamik olması ve dizinin içerdiği kodların genç kitleye yönelik olması nedeniyle, diziyi izleyen yaşları 18-25 arasında değişen üniversite öğrencileri seçilmiştir. Buna göre çalışmada öğrencilerin dizi ile ilgili olarak yaptıkları okumalar⁷ derinlemesine mülakat tekniği ile anlaşılmasına çalışılmıştır.

7 Hall'e göre (1980), izleyiciler televizyonun gönderdiği mesajları olduğu gibi kabul ederek hakim okuma yapabilirler. Diğer yandan televizyon mesajlarını müzakereci bir okuma ile iletilen mesajı kabul edip, kendi önerilerini de sunabilirler. Karşıt okuma yapan izleyiciler ise, televizyon mesajlarını kendi düşünceleri ile yeniden oluştururlar.

Öğrencilerin her birine 15 soru yöneltilmiş ve hepsiyle ayrı ayrı görüşülmüştür. Sorular dizinin ilk sezonu dikkate alınarak hazırlanmıştır. 15 katılımcının görüşleri K1,K2, K3... gibi kodlarla aktarılmıştır.

4. Bulgular

Uluslararası bir platform olan Netflix ilk olarak 1997 yılında Kaliforniya’da DVD kiralama ve satışı ile iş dünyasına girmiş, ardından dünyanın pek çok ülkesinden dizi ve filmleri internet üzerinden izleme olanağı sunarak küresel çapta adını duyurarak yaygınlaşmıştır. Netflix’in 2019 yılının ilk çeyreğini 190’dan fazla ülkede 148 milyon aboneye ulaştığı bilinmektedir. Bu bağlamda platformun dünya çapında farklı coğrafyalardan insanları bünyesinde barındırdığı ve farklı izlerkitlelere ulaştığı söylenebilir. Eylül 2016’dan itibaren Türkiye’de hizmet vermeye başlayan Netflix, uygulaması olan akıllı televizyon, oyun konsolları, medya oynatıcıları, telefon veya tablet gibi internete bağlı herhangi bir cihazdan izleme yapabilmeye imkan vermektedir. Aynı zamanda SD (Standart Definition), HD (High Definition), ve UHD&4K (Ultra High Definition veya 4K) gibi izleme seçeneklerini de kullanıcıya sunmaktadır (Seçmen, 2019:s. 12). Netflix televizyon izleme biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Üyelere, ödüllü diziler, filmler, animeler, belgeseller içeren geniş bir arşivi, reklamsız olarak izleme, yayın durdurma, kaldığı yerden devam etme, kişiselleştirilmiş içerik gibi imkanlar da sunmaktadır (netflix.com.tr). Dizilerin sezondaki tüm bölümlerini belli bir tarihte, aynı anda vermesi de Netflix’in başlattığı bir uygulamadır. Varolan dizilerin yayın haklarını satın alan Netflix, ayrıca kendi orijinal dizi ve filmlerini de üretmektedir.

Hakan Muhafız dizisi Netflix’in ilk Türk dizisi olarak 14 Aralık 2018’de yayın hayatına başlamıştır. Dizinin yönetmenliğini Can Evrenol, Umut Aral ve Gönenc Uyanık yapmakta ayrıca dizinin başrollerini ise Çağatay Ulusoy, Ayça Aysin Turan, Hazar Ergüçlü ve Okan Yalabık canlandırmaktadır. Çalışmada dizinin ilk sezonu ele alınmış olup, 10 bölümden ve her bölüm yaklaşık 45 dakikadan oluşmaktadır. Dizinin senaryosu İpek Gökdel’in Karakalem ve Bir Delikanlının Tuhaf Hikâyesi kitabından uyarlanmıştır.

Hakan Muhafız dizisinde bir kahramanlık hikayesi işlenmektedir. Kapalıçarşı’da bir antika dükkanında çalışan Hakan karakterini Çağatay Ulusoy canlandırmakta ve karakter günlük rutin bir hayat sürmektedir. Daha sonra karakterin bir kahramana dönüşmesi ve bunun evreleri anlatılmaktadır. Senaryoya göre geçmişten günümüze yedi adet ölümsüz vardır ve bunlar İstanbul’u ele geçirmek istemektedir. Bunun yanı sıra İstanbul’u koruyan muhafızlar da vardır. Dizide son ölümsüzün yaşadığından söz edilmekte ve İstanbul’un tehdit altında olduğu söylenmektedir. İstanbul’un son muhafızlık görevi ise Hakan’a verilir. Hakan daha sonra 500 yıl önce Yavuz Sultan Selim tarafından diktirilen gömleği giyerek sıradan bir insandan süper kahramana dönüşmektedir. Hakan muhafız olduğunu öğrendikten sonra ise ölümsüzlere karşı İstanbul’u savunup geçmesine dair bilmediklerini öğrenmeye çalışmaktadır.

Çalışma, dizinin birinci sezonunu kapsamaktadır. Bu bağlamda izleyicilerin yalnızca birinci sezonla ilgili görüşleri alınmıştır.

4.1. İzleyicilerin Yaklaşımları ve Değerlendirmeleri

Görüşmelerde amaçlı örneklem esas alınarak seçilen katılımcılardan ilk olarak dizinin senaryosu hakkında bilgi verilmesi istenmiştir. Bu bağlamda izleyicilerin konuya ve diziyeye hakim olup olmadıkları, izleyicilerin dizi konusuna dair ürettikleri anlam anlaşılmasına çalışılmıştır. İzleyicilerin özellikle kahramanlık teması ve fantastik bir senaryosu olduğu yönündeki görüşleri ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla izleyiciler dizinin senaryosuna ilişkin hakim okuma yapmışlardır. Yapılan yorumlardan genç izlerkitlenin özellikle fantastik yapımlara ilgi duyduğu söylenebilir.

K8: "Seçilmiş bir kişi olup ancak bundan haberi olmayıp, öğrendikten sonra İstanbul'un koruyucusu olan Hakan'ın bu yaşamında karşılaştığı zorlukların üstesinden gelmesi."

K10: "Hakan belli bir yaşa kadar normal hayat sürmüştü sonra birden üvey babasının ölümüyle İstanbul'u koruyan süper güçleri olan bir muhafız olduğunu keşfetmiştir."

K14: "Muhafız soyundan gelen bir aile elindeki efsunlu malzemelerle ölümsüz diye adlandırılan varlıkları öldürmeyi amaçlayarak İstanbul ve insanlığı korumayı amaçlamaktadır."

K3: "İstanbul'un koruyuculuğunu yapan bir muhafız ve son ölümsüz arasında geçen fantastik dizi."

Dizinin internet üzerinden ve paralı bir uluslararası platformdan yayınlanmasının izlerkitle üzerindeki etkisi de sorgulanmış ve bu bağlamda diziyi nereden duyup, izlemeye başladıkları sorulmuştur. 15 katılımcının 3'ü sosyal medya üzerinden diziden haberdar olduğunu, 2 katılımcı sosyal çevreleri tarafından dizi hakkında bilgi sahibi olduklarını, 5 katılımcı Netflix üzerinden yayınlanan fragmanlarla diziyi gördüklerini, 5 katılımcı ise internet ve Youtube reklamları sayesinde diziden haberdar olduklarını belirtmiştir. Katılımcıların diziden farklı ortamlardan haberdar oldukları, bizi farklılıkların ardında toplumsal ve kültürel ardağın varlığına ve izleyicinin buna göre bir tercih ya da seçimde bulunduğuna götürmektedir. Sonuçta farklı toplumsal ve kültürel ardağın izleyicilerin anlamlandırma süreçlerine ve ürettikleri anlama etki etmektedir. İnsanlar arası etkileşimin izleme pratiklerinde rol aldığı da, elde edilen diğer bir bulgudur.

K4: "Youtube, Netflix kanalının yayınladığı fragman reklamlarını izledim."

K1: "Sosyal medyadan duydum, Netflix'te izledim."

K2: "Netflix reklamlarından görüp izlemeye başladım."

K8: "Sosyal medya üzerinden ünlü oyuncuların yaptıkları paylaşımlarla ve hayranı olduğum oyuncunun dizide rol alması ile duydum."

Özellikle internet ve online platformlar, genç izlerkitlenin bu mecralarda daha ilgili ve aktif olması günümüz televizyon izleme alışkanlıklarını değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Yeni nesil televizyon izleme anlayışıyla film, dizi ve belgesel gibi birçok seçenek sunan Netflix'in yanında internet ve Youtube reklamlarının da, izleyici üzerinde etkili olduğu katılımcı cevaplarından anlaşılmaktadır.

Dizinin uluslararası bir platform üzerinden yayınlanan ilk Türk dizisi olmasının izlenme-

si ile olan bağlantısını ortaya koyma amacıyla katılımcılara diziyi izlemelerinin ve takip etmelerinin en önemli nedenleri sorulmuştur. 15 katılımcıdan 9'u Netflix'te yayınlanan ilk Türk dizisi olduğu için izlediğini, 4 katılımcı senaryosunun ilgi çekici olduğunu, 2 katılımcı ise oyuncu kadrosundan dolayı izlediğini belirtmiştir.

K5: "Netflix'in ilk yerli yapımı olduğu için izledim."

K2: "Diğer Türk dizilerinden daha iyi çekim ve senaryoya sahip olduğu için izledim."

K8: "Çağatay Ulusoy hayranı olduğum için izledim."

K4: "Türk yapımı ilk Netflix dizisi olması ve içerdiği fantastik öğeler dikkatimi çekti."

K13: "İlk Türk Netflix dizisi olması ilgimi çekti."

Hakan Muhafız dizisinin uluslararası bir platformda yayınlanan ilk Türk dizisi olması, katılımcıların çoğunun öncelikli izleme nedenleri arasında yer almaktadır. Uluslararası alanda yayınlanan Türkiye yapımlı, konusu Türkiye'de geçen ve Türk oyuncuların olduğu bir diziyi izlemede merak motivasyonu, izleyici için kodaçımı yaparken önemli bir kriter olduğu anlaşılmaktadır. Merak duygusu beraberinde ilgi ve dikkati de arttırmaktadır. Katılımcıların bir kısmı ise, diğer Türk dizisi yapımlarıyla senaryosu açısından karşılaştırma yapmış, 2 katılımcı da oyuncu hayranlığı nedeniyle diziyi izlediğini ve takip ettiğini belirtmiştir.

Katılımcılara dizinin senaryosunu özgün ve etkileyici bulup bulmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların bu konuda üç farklı düşüncede oldukları saptanmıştır. 6 katılımcı özgün ve etkileyici bulduğunu söylerken, 4 katılımcı özgün olmadığını ve etkilenmediklerini söylemektedir. 5 katılımcı ise kararsız yanıtlar vermiştir. Bu bağlamda hiçbir katılımcının dizinin kitaptan uyarlandığı hakkında bilgisi olmadığı, bu yüzden de dizi hakkında bir ön bilgi veya araştırma yapmadıkları söylenebilmektedir.

K2: "Çok özgün olduğunu düşünmüyorum. Yabancı dizilere oranla diyalog, konu zayıf."

K4: "Dizi karakterlerinin özgün isimlere ve özelliklere sahip olduğunu söyleyebilirim. Ana karakter Hakan'ın ve muhafızlık mertebesinin öğelerinin yani yelek ve hançerin özellikleri beni cezbeden noktalardan en iyisiydi."

K9: "Değildi maalesef. Beklentim yüksekti ama gerçek dışı bir sürü olayın senaryoda olması hikayeyi düşürüyor."

K3: "Şehrin koruyucusu ve ölümsüzlük temaları klasik gibi olsa da Türk kültürüne ve tarihine uyarlanması ilgi çekicidir."

Burada katılımcıların 3 ayrı okuma biçimiyle diziyi alımladıkları görülmektedir. Özgün ve etkileyici olduğunu düşünen katılımcıların hakim okuma yaptığı, 5 katılımcının kararsız kalarak müzakereci bir okuma yaptığı ve 4 katılımcının da karşıt bir okuma ile diziyi alımladıkları ortaya konulmaktadır. Alıcılar (katılımcılar) gönderildiği şekilde mesajları kabul etme veya çözümlenmeye mecbur değillerdir, fakat kendi deneyimlerine ve bakış açılarına göre farklı veya karşı yorumlarla ideolojik etkiye karşı koyarlar veya koyabilirler (McQuail ve Windahl, 1997: s.170). Katılımcıların bir kısmının özgün ve etkileyici senaryo konusunda yabancı diziler ile ilgili bir kıyaslama yaptığı da görülmeye-

ktedir. Dizinin yayınlandığı platformun ve bu platformda yer alan dizilerin uluslararası olması, ilk Türk dizisi olarak "Hakan Muhafız"ın ister istemez diğer yabancı dizilerle kıyaslanmasına neden olmaktadır.

K8: "Yabancı dizilerle benzerlikleri var. Etkileyici ancak Netflix yapımına göre grafikler pek iyi değil."

K15: "Türk yapımı olarak hikaye bakımından ilk olabilir ama uluslararası platforma baktığımızda hikaye yönünden içerisinde çok alıntı var."

Katılımcılara dizinin Netflix'te yer alan ilk Türk dizisi olmasının izlenmesinde direkt olarak etkili olup olmadığı sorulmuştur. 15 katılımcıdan sadece 1 kişi olmadığını söylerken, geri kalan 14 katılımcı etkili olduğunu vurgulamıştır.

K1: "Evet, kesinlikle oldu. Çünkü Netflix dizilerini takip edip izliyor ve çok başarılı buluyorum. Netflix'te yer alacak bir Türk dizisinin senaryosundan tutun, kurgusuna kadar nasıl bir şey olacağı bende heyecan uyandırdı."

K4: "Kesinlikle oldu. Çünkü Türk dizi sektörü dünyaya açılmışken Netflix gibi dünyaca ünlü bir dizi/film platformunda olmamız beni üzen bir durumdu. Yayına açılması için gün saydığımı söyleyebilirim."

K15: "Evet. Uluslararası bir platformda yer alan bir Türk dizisi olması nedeniyle izledim. Türkiye'yi ve toplumumuzu, kültürümüzü nasıl yansıttığını merak ettim."

Katılımcıların özellikle milli duygular etrafında ortak bir kanıda oldukları söylenebilir. Dizi içeriğinin kültürel kodlarının katılımcılar tarafından merak edildiği ve direkt olarak izleme nedenlerinde etkili olduğu bulgulanmıştır. Netflix'te yayınlanan ilk Türk dizisi olması katılımcıların neredeyse hepsini etkilemiş ve Türk kültürünün dünya çapında nasıl tanıtıldığı merak edilmiştir. Katılımcılar ayrıca dizinin uluslararası bir platform olan Netflix'te yayınlanmasıyla ilgili de görüş belirtmişlerdir. Netflix'in kalitesi ve popülerliği vurgulanmıştır. 3 katılımcı Netflix'te yayınlanmasının önemli olmadığını söylerken 12 katılımcı Netflix'te yayınlanmasının etkili ve önemli olduğunu vurgulamıştır.

K1: "Netflix zaten üye olduğum ve takip ettiğim bir platform. Belki başka bir platformda yayınlansaydı bu diziyi izlemezdim ama Netflix'te olduğu için izledim."

K2: "Hayır. Normal bir internet kanalında verilseydi izlerdim."

K13: "Netflix kaliteli içerikleri bünyesinde barındıran bir platform olduğu için izlememde etkili oldu."

K15: "Netflix uluslararası global bir şirket ve onun destek olduğu Türk yapımı bir dizi olması izlememdeki en büyük etkenlerden biri."

Katılımcılara Hakan Muhafız dizisini Netflix'te yer alan diğer dizilere göre nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur. Bu bağlamda katılımcılar tarafından dizinin uluslararası bir platformda yayınlanması ve dünya çapında farklı izlerkitleye sahip olmasının temsil açısından önemli olduğu vurgulanmıştır.

K1: "Hakan Muhafız kesinlikle alıştığımız Türk dizileri tarzında değil. Hem konu hem içerik bakımından daha önce doğüstü olayları konu edinen bir Türk dizisiyle bu çer-

çevede karşılaşmamıştım. Bu yüzden başarılı evet ama Netflix'teki diğer diziler kadar değil. En azından montaj efektlerinin geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. "

K4: "Netflix dizilerinin geneli bağlı buldukları ülkenin bir şehrini tanıtmayı da amaçlar. Hakan Muhafız dizisindeki sahnelerde bunu İstanbul gibi kültürel zenginliklerle dolu bir şehirde geçtiğinden görüyoruz."

K15: "Senaryo ve teknik açıdan diğer dizilere göre biraz daha zayıf kalıyor. Ama Türkiye bazlı düşündüğümüzde iyi diziler arasına girebilir."

K6: "Bence Türk kültürüne iyi uyarlanmış bir dizi olduğundan diğer dizilerle yarışacak kalitede etkileyici bir hikâyeye sahip. Bütün konular artık birbirine benzediğinden önemli olan o konuyu iyi işleyebilmek, Hakan Muhafızda da konu iyi işlenmiş."

Görsel ve işitsel kodların kombinasyonu ile üretilen tele-görsel içerikler, karmaşık bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla izleyicinin diğer yerli ve yabancı içeriklerle karşılaştırma yapmaları, Hall'un ifade ettiği gibi izleyicinin sadece kodaçıklama yapmadığını, kendi aralarında ve diğer göstergelerle yaratıcı bir ilişkiye sokma öznel kapasitesi de devreye soktuğunu bize göstermektedir. Buna göre katılımcıların yarısı diziyi Türk televizyonlarında yayınlanan dizilerden daha başarılı bulurken, yabancı dizilerle kıyaslandığında dizinin pasif kaldığını söylemektedir. Katılımcıların diğer yarısı ise Türkiye'nin tanıtımının güzel yapıldığını ve senaryonun bu anlamda başarılı olduğunu belirtmektedir.

Katılımcıların dizinin sansürsüz yayınlanmasıyla ilgili tepkisel cevapları da önemlidir. Ortak kanı sansürsüz yayınlanan dizilerin daha gerçekçi olduğu yönündedir. Burada katılımcılar televizyonda yayınlanan Türk dizileriyle yine bir kıyaslamaya gitmiş ve sansürün dizilerin akışı içerisinde ve izleme pratiklerinde olumsuz bir etki yarattığını vurgulamıştır.

K2: "Bence dizide aşırıya kaçan hiçbir şey yok. Sansür olması dizinin gidişatını kötü etkiliyor. Sansürsüz devam etmeli."

K6: "Bence sansürsüz olmalı yani bilinen şeyleri çokta kapatmaya çalışmak bana saçma geliyor. Sansürsüz olması izleme keyfini artırıyor kısıtlanmış hissettirmiyor."

K11: "Bence sansür sanatın üzerine çekilen bir çizgi gibidir. Sansür olsaydı daha az dikkat çekerd."

Hakan Muhafız dizisinde tarihi ve turistik yapıların dizinin mekan kodlarında yer almasını, kimlik inşa süreçlerine ilişkin izleyicinin nasıl değerlendirdiği sorulmuş, böylelikle, sahnelerin İstanbul'daki tarihi ve turistik yerlerde geçmesinin nasıl alımlandığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların yaptığı yorumlarda tarihi ve kültürel aidiyetin/ yakınlığın kodaçıklarda izleme pratiklerini ve alımlama sürecini etkilediği görülmüştür.

K1: "Beni etkilemesinden çok dizi Netflix'te yayınlanıp diğer uluslara gösterileceği için bu ulusların da, İstanbul'un tarihi ve turistik yerlerini öğrenecek olmaları hoşuma gitti."

K5: "Bu diziyi başka ülkelerden insanların da izlediğini düşünerek izledim ve bu görüntüler beni gururlandırdı."

K15: "Uluslararası platformda yayınlanması Türkiye'nin tanıtımı açısından beni etkiliyor."

Türk televizyonlarında yayınlanan dizilerin Arap dünyasında geniş yankılar uyandırmasından sonra özellikle kültür alışverişi konusunda dizilerin önemli olduğu görülmektedir. Ayrıca yumuşak bir güç ve pazarlama stratejisi olarak da dizilerin farklı coğrafyalarda izlenmesi olumlu etkiler yaratmaktadır. Katılımcılar Netflix'in uluslararası ve dünya çapında olması nedeniyle önemli olduğu vurgusunu yaparak, Türkiye'nin ayrıca bu platformda tanıtımının olumlu olacağını düşünmektedir.

Dizide yer alan tarihsel kurgunun katılımcılar üzerindeki etkisini ve tarihsel temaların diziye yaptığı katkıların nasıl alımlandığını bulgulamak için katılımcılara dizinin tarihsel boyutu sorulmuştur. 13 katılımcı dizideki tarihsel öğelerin kurgu olduğundan dolayı tarihe bakışlarını değiştirmediklerini vurgularken, 2 katılımcı merak uyandırdığından söz etmiştir. Tarihi alan bilgisine dair gerçek ve kurmaca ayrımını yapabilen katılımcılar, fantastik bir yapım olarak dizinin türsel karakteristiğinin farkındadır.

K6: "Tarihsel olay ve yapılarla ilgili detaya girilmesi, farklı sanatsal yönleriyle bahsedilmesi merak uyandırıyor."

K4: "Tarihin tarih kitaplarından çıkıp görsel hale gelmesi hayal dünyası anlamında harika bir olay ancak Hakan Muhafızda alternatif/ kurmaca bir tarihe yer veriliyor."

Dizilerde yer alan görsel efektler ve müzikler izlerkitle için önemli unsurlardandır. Görsel efektlerin kaliteli olması izleyicilerde gerçekçi bir his uyandırmakta ve dizi ile bütünleşmelerini sağlamaktadır. Katılımcılara dizide yer alan görsel efektlerin ve müziklerin etkisi sorulmuştur. Bu bağlamda katılımcıların çoğunun müzakereci bir okuma gerçekleştirdiği görülmektedir. Müzakere edilmiş okuma biçiminde izleyiciler medya metinlerinin vermek istediği mesajın ne olduğunun farkındadır. İzleyici, mesajların belli kısımlarını kendi görüşlerine uygun bulup kabul ederken belli kısımlarına karşı çıkmaktadır. Müzakere edilmiş okumayı içeren bir kodaçımı, hem kabul edilen hem de reddedilen unsurları bir arada barındırır (Hall, 2003: s. 324).

K4: "Türk dizi tarihinde bir şeylerin öncüsü olacağına eminim. Özellikle görsel efektlerin iyi olduğunu düşünüyorum. Ancak global şartlara göre hala yetersiz olduğu da kaçınılmayacak bir gerçek."

K6: "Yani daha iyileri yapılabilir ama Türk dizilerinde görmeye alışık olmadığımız için daha güzel geliyor. Müzikler giriş yerleri heyecanı yükseltiyor ama geleneksel müzikler daha çok kullanılabilir."

K15: "Müziklerle bazı sahnelerin uyumu pek fazla yok, görsel efektlerde Türk dizilerine bakıldığında iyi ve etkileyici."

Katılımcıların müzakereci bir okuma gerçekleştirirken özellikle diğer televizyon dizilerini temel aldıkları görülmektedir. Katılımcıların çoğu televizyonda yayınlanan Türk dizilerine göre efektleri ve müzikleri başarılı bulurken, yabancı dizilerle kıyaslandığında daha fazla geliştirilebilir olacağını vurgulamışlardır.

Dizilerde yer alan kahramanlık hikayeleri izleyicilerin oyuncuyla bağı

geliştirebilmektedir. Bu bağlamda izleyiciler diziyeye daha fazla bağlanıp, adapte olabilmektedir. Dizide işlenen kahramanlık hikayesinin dizinin izlenmesi üzerindeki etkileri katılımcılara sorulmuş, ana karakterin izleyiciler tarafından nasıl alımlandığı tespit edilmeye çalışılmıştır. 3 katılımcı etkili olduğunu söylerken 12 katılımcı karşıt bir okuma gerçekleştirerek dizinin kahramanlık hikayesinin başarılı olmadığını ve bir etki yaratmadığını söylemektedir. Ana karakterin dayandığı kahramanlık kodları 3 katılımcı dışında klişe olarak görülmüş ve beğenilmemiştir.

K10: "Doğuştan kahraman olduğunun bilincinde olup yetişen bir muhafız daha farklı bir hikaye olabilirdi. Sonradan kahraman olması basitleştirmiş."

K11: "Bence en etkileyici olayda oydu. Kahramanlık hikayesi çok ilgi çekici ve ilginç olduğu için diziyi izlememde etkili oldu."

K6: "Genel dizilerde kahramanlık öyküleri çok gördüğümüz için etkili olmadı."

Katılımcılara dizinin izlenmesinde oyuncuların etkili olup olmadığı sorularak, izleyici-oyuncu bağı anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu bağlamda neredeyse katılımcıların yarısı oyuncuların etkili olduğunu vurgularken, diğer yarısı etkili olmadığını söylemiştir. Bu soruya ilişkin yarı hakim, yarı karşıt okuma cevabı gelmiştir.

K3: "Hayır oyuncu kadrosu beni etkilemedi. Senaryo ve yayınlanan platform izleme sebeplerimden."

K11: "Evet oldu. Çağatay Ulusoy ve Hazar Ergüçlü etkili oldu."

Katılımcıların özellikle online platformlara bakış açılarını anlamaya yönelik izleme pratiklerine etkisi sorulmuş ve dijitalleşmeyle birlikte değişen televizyon izleme alışkanlıklarında internetin sağladığı olanaklardan en çok erişim kolaylığının dizi ve film içeriklerine ulaşmada çok kolaylık sağladığı görüşünün yaygın olduğu bulgulanmıştır. Televizyon yayıncılığı ile internetin entegrasyonu, içeriklere çeşitli ekranlar aracılığıyla erişme ortamını sağlamıştır.

K1: "Evet oldu. Hatta telefondan izledim. Çünkü televizyon izlemeye pek fırsat bulamıyorum."

K5: "Televizyonda yayınlansaydı büyük ihtimal izlemezdim. Çünkü takip etmem zor olurdu."

K13: "Evet oldu, çünkü televizyon yayın saatlerini beklemek yerine internetten istediğim zaman açıp izleyebiliyorum."

K11: "Evet oldu. İstediyim saate istediğim zaman izleyebiliyorum."

Katılımcıların yaş aralığı dikkate alındığında genç kitlenin özellikle internetle olan bağının güçlü olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğu, internetin özellikle mobil olma, mekansız ve zamansız olabileme, uzamsızlık, daha özgür hissettirmesi, erişim kolaylığı gibi özelliklerinden dolayı dizi izleme açısından tercih ettiklerini vurgulamıştır.

Katılımcılara ayrıca internet dizileri ile televizyon dizilerini karşılaştırıldığında en büyük farkın ne olduğu sorulmuştur.

K2: "İnternet dizileri istediğin an ulaşmam açısından daha rahat. Televizyonda yayınlanan bir diziyi de zaten internetten izliyorum."

K13: "En büyük farkı istediğimiz zaman açıp izleyebilmemizdir. Program saatinin gelmesini beklememize gerek yoktur."

K4: "Aşırı bir denetim olmadığından içerikler televizyona göre daha zengin. İzleyiciyi sıkacak uzun sahneler yerine dolu dolu 40 dk sürüyor."

Burada katılımcıların tercihlerinde en çok etkili olan faktörün dijitalleşme ve sağladığı olanaklarla internet dizilerini televizyon dizilerine göre daha avantajlı buldukları ortaya çıkmıştır. İnternet dizilerinin sürelerinin kısa olması, etkileyici içerik, istenilen zaman diliminde ve istenilen mekanda izleyebilme rahatlığı, genç izlerkitleyi internet dizilerine yönlendirmektedir.

Sonuç

Televizyon izleme pratiği çok katmanlı, çokanlamlı ve dinamik bir süreçtir. Sonuçta televizyon izleyicisi homojen bir bütün değil, kendi anlamlarını kendi yaratan ve üreten heterojen bir kitledir. Farklı araştırmalar birbirinden farklı birçok izleme deneyim biçimlerinin varlığını ortaya koymaktadır. Yeni teknolojilerle birlikte günümüzde televizyon izleyicisi boyut değiştirmiş, internet ortamında ve çevrimiçi izleyiciler olarak mobil konuma gelmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ise aktif izleyici kavramı boyut değiştirerek etkin ve etkileşimli izleyiciye doğru kaymıştır. İnternetin gelişmesi yayıncılık anlayışını da dönüştürmüş ve izleyicilere aktif olmanın yanısıra etkileşim, mekansızlık, zamansızlık gibi olanaklar sunmuştur. Televizyon yayıncılığının dijitalleşmesiyle yayıncılık anlayışının değişmesi, farklı platformların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Alımlama süreçlerini anlamak üzere izleyici yorumlarını, değerlendirmelerini ve söylemlerini analiz etmeyi amaçlayan bu çalışmada, Netflix'in ilk Türk dizisi olan "Hakan Muhafız"ın üniversite öğrencileri tarafından nasıl alımlandığı incelenmiştir. Yaşları 18- 25 arasında değişen 15 kişiyle yapılan derinlemesine mülakat sonucu, kodaçım süreçlerinin katılımcıların kodlara yükledikleri anlam çerçevesinde olduğu saptanmıştır. Bu çalışma bize göstermiştir ki, izleyiciler arasında farklı anlamlandırma pratikleri sözkonusudur. Görüşme sorularına verilen cevaplara göre katılımcılar, -Mc-Quail ve Windahl'ın (1997) belirttiği gibi-, kitle iletişim kanallarını ve içeriği seçerken kendi beğenilerine, düşünce ve enformasyon gereksinimlerine uygun olarak seçimde bulunma eğilimindedirler. Bu çalışmada farklı olarak Hakan Muhafız dizisinin internet televizyonu ağı olarak da tanımlanan uluslararası bir platform olan Netflix'de yayınlanması, dizinin izlenme nedenlerinde öne çıkan bir etkiye sahiptir. Katılımcıların dünya genelinde giderek büyüyen bir izleyici kitlesine sahip olan Netflix'den -yani uluslararası bir platformdan- Türkiye yapımı bir dizi izlediklerinin farkında olarak izlemeleri, yapılan derinlemesine görüşmelerden çıkan en dikkat çekici sonuçtur. Dolayısıyla katılımcı izleyicilerin diğer Türk dizileri ve diğer yabancı yapımı dizilerle kıyaslama yaparak (hikaye, senaryo, teknik özellikler, yaratıcılık, özgünlük gibi..) izleme pratiğini gerçekleştirmeleri önemli bir göstergedir. Bu sebeple görüşmelerde daha çok müzakereci bir okuma eğiliminin yaygın olduğu bulgulanmıştır. Bu çalışmadaki izlerkitle, alımlama sürecindeki kodaçımlarını uluslararası standartlara göre yapmaktadır.

Bu bağlamda izledikleri dijital platformun profilinin, bu çalışmaya katılan izlerkitlenin alımlama süreçlerini etkilediğini söyleyebiliriz.

Yapılan mülakatlar sonucunda gençlerin özellikle Netflix'de yayınlanan ilk Türk dizisi olmasının izlemelerinde etkili olduğu, bu bağlamda da toplumsal ve kültürel aidiyete ilişkin kodların ön plana çıktığı, buna yönelik ardalanın kodaçımına etki yaptığı görülmüştür. Bireysel farklılıklarda toplumsal ve kültürel ardalın yadsınamaz bir gerçektir. İzleyicilerin ait olduğu toplumsal ve kültürel çevre, alımlama çalışmalarında araştırmacılar için bir çerçeve sunmaktadır. İzleyiciler dizinin biçimsel özellikleri (görsel ve işitsel etkiler gibi..) karşısında muhalif bir okuma gerçekleştirmiştir. İzleyicilerde, özellikle Türk dizileriyle kıyaslandığında dizinin başarılı olduğu, yabancı dizilerle kıyaslandığında ise dizinin geliştirilebileceği kanısı yaygındır. İzleyicilerin özellikle internet ve sosyal medyayı aktif kullanması da diziyeye erişmeleri açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda görüşmeden, genç izlerkitlenin, internet üzerinden yapılan yayınlara daha çok ilgi duydukları sonucu da ortaya çıkmıştır. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının izleyicilerle ilgili varsaydığı gibi seçimlerin ve gereksinimlerin toplumsal ve psikolojik kaynakları olduğu, yapılan görüşmelerde verilen cevaplarda da kendini göstermiştir. Bu sebeple, medya içeriğinin algılanmasında, gereksinim ve seçimler doğrultusunda bireysel farklılıkların ve toplumsal yapının etkili olduğunu söyleyebiliriz. Katılımcı izleyiciler, alımlama süreçlerinde mikro yapıların makro yapılarla olan bağlantısını (yerel bir dizinin küresel bir yayın platformunda yayınlamasını) dikkate alarak yorum ve değerlendirme yapmaktadır.

Alımlama analizi niteliksel açıdan bize veriler sunar; ancak yaklaşım kullanım ve doyum araştırmalarına bir alternatif olarak değil, tamamlayıcı olarak görülme eğilimindedir. İzlerkitle araştırmalarının güçlenmesine katkıda bulunan bu tür araştırmalar, izleyici hakkında kapsamlı ve bilgi sahibi olma yönünde bulgular sağlamaktadır. Bu çalışma, uluslararası bir platformda yayınlanan ilk Türk dizisinin nasıl alımlandığına ilişkin bulgular elde etmesi açısından Türkiye'deki internet izleyicisinin alımlama süreçleri hakkında veri toplanması adına bir adımdır. Derinlemesine görüşme yönteminin yanında içerik analizi, katılımcı gözlem, birlikte dizi/program izleme gibi etnografik yöntemlerin de kullanıldığı eklektik çalışmalar, Türkiye'deki izlerkitle araştırmalarına ilişkin daha kapsayıcı bilgiler elde edilmesi için açısından elbetteki alternatifler sunacaktır.

Kaynakça

- Alyanak, Z.B. (2014). Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi, Mutlu Binark (Drl.), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 117-164.
- Fiske J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, S. İrvan (Çev.), Ark Yay: Ankara.
- Hall, S. (2003). Kodlama ve Kodaçım. Z. Özarslan ve B. Çoban (Çev.). *Söylem ve İdeoloji Mitoloji, Din, İdeoloji*. Su Yayınları: İstanbul.
- Hall, S. (2005). Kodlama, Kodaçımı. *Medya ve İzleyici/Bitmeyen Tartışma*. Ş. Yavuz (Çev.). Vadi Yayınları: Ankara.
- Hall, S. (2017). *Temsil Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları*. İ. Dündar (Çev.), Pinhan Yayıncılık: İstanbul.

- Hall, S. (1997). İdeoloji ve İletişim Kuramı, A. Gürata (Çev.), *Medya Kültür Siyaset*, S. İrvan (ed.), Ark Yayınları: Ankara.
- Hall, S. (1999).İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü, *Medya, İktidar, İdeoloji*, M. Küçük (Çev.), Ark Yayınları: Ankara
- Hoişer, B. (2005). İzleyicilerin Televizyon Programlarını Alımlayışı: Kuramsal ve Metodolojik Değerlendirme. *Medya ve İzleyici/Bitmeyen Tartışma*. Ş.Yavuz (Çev.). Ankara:Vadi Yayınları.
- İnal, A. (1996). *Haberi Okumak*. Temuçin Yayınları: İstanbul.
- İrvan, S. (1994-1995). Eleştirel Yaklaşımlarda İzleyici Araştırmaları: Bir Yöntem Olarak Alımlama Çözümlemesi. İLEF Yıllık 94, 205-223.
- Jensen, K.B. ve Rosengren, K.E. (2005). İzleyicinin Peşindeki Beş Gelenek. *Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma*, Ş. Yavuz (Çev.). Ankara: Vadi Yayınları, s. 55-84.
- Karaduman, S. (2017). Television Broadcasting in New Media Platform and Interaction. E. Doğan ve E. Geçgin. (Ed.). *Current Debates in Public Relations Cultural Media Studies*. IJOPEC, London, 115-129.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1997), *Kitle İletişim Modelleri*, K. Yumlu (Çev.), İmge Kitabevi: Ankara.
- Mengü, S. Ç. ve Mengü, M. (2009). Birmingham Okulu: İngiliz Kültürel Çalışmaları, *Metin Çözümlemeleri*, Y. G. İnceoğlu ve N. A. Çomak (drl.). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Özsoy A. (2011). *Televizyon ve İzleyici Türkiye'de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici*, Ütopya: Ankara.
- Özçetin, B. (2010). Kullanımlar ve Doymulardan İzlerle Sosyolojisine: Türkiye'de İzlerle Çalışmaları. *İletişim Araştırmaları Dergisi*. 8(2), 9-46.
- Sarı-Karabağ, Ç. (2014), İzleyici Araştırmaları ve Politik İmkan Sorunu, *Moment Dergi*, 1(2), 241-269.
- Seçmen, A.E., (2019) Uluslararası Televizyon Yayıncılığında Yeni Yönelimler: Dijital Film ve Dizi Platformu "Netflix", *Dijital Çağda Televizyon ve Medya*, C. Kandemir (Ed.), Der Yayınları: İstanbul, 1-22.
- Şeker, T. (2009), *Teknoloji ve Televizyon*, Literatürk Yayınları: Konya.
- Tekin, H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-116.
- Turner, G. (2016). İngiliz Kültürel Çalışmaları. B. Özçetin ve D. Özçetin (Çev.), Heretik Yayınevi: Ankara.
- Yaylağül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*, Dipnot Yayınları: Ankara.
- Mattelart, M. A. (1998), *İletişim Kuramları Tarihi*, M. Zıllıoğlu (Çev.), İletişim Yayınları: İstanbul