



Televizyonda Yayınlanan İnternet Seriyalleri Üzerine Bir İnceleme: *Fi* Örneği

An Examination about Internet Serials Broadcasted on Television: the Example of *Fi*

Ahmet Nafiz Kavi,^a Onur Akyol ^b

^a Öğr. Gör. Uşak Üniversitesi, Uşak, Türkiye.
ahmet.kavi@usak.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3728-0301

^b Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
onur.akyol@istanbul.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3417-9777

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 25.04.2020

Düzeltilme tarihi: 04.06.2020

Kabul tarihi: 22.06.2020

Anahtar Kelimeler:

İnternet Dizileri,

PuhuTV,

Fi,

Televizyon,

Netflix.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 25.04.2020

Received in revised form: 04.06.2020

Accepted: 22.06.2020

Keywords:

Internet Series,

PuhuTV,

Fi,

Television,

Netflix.

ÖZ

Geleneksel televizyon yayıncılığı içerisinde önemli bir yer tutan televizyon dizi ve seriyalleri, televizyonun internet ile yöndeşmesi neticesinde ortaya çıkan internet yayın platformlarında da popüler bir içerik türü haline gelmiştir. Türkiye’de, televizyonun denetimli yapısına karşın, internet yayıncılığını düzenleyen yasa değişikliğini detaylandıran ilgili yönetmelik Ağustos 2019 yılında yürürlüğe girmiştir. Böyle bir ortamda, bu dizi ve seriyallerin televizyon yayınları ile internet yayınları arasında bir takım farklılıklar göze çarpmaktadır. Bu farklılıkların bir kısmı ise RTÜK tarafından belirlenen kriterlere göre sakıncalı bulunabilen içeriklerden de oluşmaktadır.

Bu çalışmada, televizyon seriyallerinin internet yayın platformlarında yayınlanması durumunda ortaya çıkan farklılıklar üzerine bir inceleme yapılmıştır. Araştırma kapsamında yerli internet yayın platformlarından PuhuTV’de yayınlanmış olan *Fi* seriyali incelenmiştir. *Fi* seriyali internette yayınlandıktan sonra televizyonda Show TV kanalında da yayınlanmıştır ve bu yönüyle çalışma açısından uygun bir örnek oluşturmuştur. *Fi* seriyalinin televizyon ve internet yayını karşılaştırmalı içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İçerik analizi dışında, bazı bulgular betimleyici durum tespiti ile saptanmıştır.

ABSTRACT

Television series and serials, which have an important place in traditional television broadcasting, have become a popular type of content on internet streaming platforms that emerged as a result of the convergence of television with the internet. In Turkey, despite television's supervised structure, detailing the changes to the law governing the internet streaming related regulations came into force in August 2019. In this situation, there are some differences between the television broadcasts of these series/serials and the internet broadcasts. Some of these differences also include content that may be objectionable according to the criteria determined by RTÜK.

In this study, an investigation was made on the differences that arise when television series are stream over internet streaming platforms. Within the scope of the research, the *Fi* serials broadcast on PuhuTV, one of the domestic internet broadcasting platforms, was examined. After the *Fi* serials was broadcast on the internet, it was also broadcast on the TV show TV, and in this respect, it constituted a suitable example in terms of working. Television and internet broadcasting of the *Fi* serials were analyzed with the method of comparative content analysis. Apart from content analysis, some findings were determined by descriptive due diligence.

Atf Bilgisi / Reference Information

Kavi, A. N. ve Akyol, O. (2020). Televizyonda Yayınlanan İnternet Seriyalleri Üzerine Bir İnceleme: *Fi* Örneği. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 6 (1), Yaz, s.152-177.



1. Giriş

Dünyada ve Türkiye’de internet bağlantı altyapısının gelişmesi, mobil veri hızlarının artması ve teknolojik açıdan gelişen akıllı telefonların, tabletlerin vb. günlük hayatın bir parçası haline gelmesiyle, daha önceleri sadece geleneksel iletişim araçlarıyla kitleye ulaştırılan içeriklerin, internet üzerinden de rahatlıkla erişilebilir olduğu bir dönemi yaşamaktayız. İnternet üzerinden sağlanan bu erişim ise içerik türünde ve aynı zamanda izleme deneyiminde de bir takım değişiklikler meydana getirmiştir. Artık “gazete” haber sitelerinin birer multimedya içerik üreticisi olduğu günümüzde, televizyona özgü içeriklerin de doğrudan internet için üretildiği bir döneme girilmiştir.

“Yöndeşme” kavramı ekseninde ifade edilebilen bu yeni dönemde, televizyon yayınlarının “olduğu gibi” internet üzerinden aktarılmasının ötesine geçilmiştir. Artık televizyon dizileri, filmler ve belgeseller OTT TV (Over-the-Top Television) servisleri aracılığıyla, televizyon kanallarından bağımsız olarak izleyiciye ulaşır hale gelmiştir.

Dünyada giderek popülerlik kazanan bu servisler arasında Netflix platformu öne çıkmıştır. Bu platformlardaki baskın içerik türü ise dizi ve seriyallerdir. Netflix’in öne çıktığı internet dizisi pazarında, Türkiye’de de yerel alternatifler (PuhuTV, BluTV vb.) doğmuştur. Bu bağlamda; alternatif platformlar için üretilen dizi/seriyallerin, biçim ve içerik açısından televizyonda yayınlanan dizi/seriyallere göre ne gibi farklılıklara sahip olduğu incelemeye değer bir konu olarak ortaya çıkmıştır.

Dünyada ve Türkiye’de halen gelişmekte olan OTT TV servislerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi bakımından hukuki ve etik açıdan bazı belirsizlikler mevcuttur. Televizyona has bir yapımlar türü olan dizi filmlerin ve seriyallerin OTT servisleri aracılığıyla, internet ortamından yayınlanırsa olmasıyla birlikte, internet dizilerinin/seriyallerinin içeriklerinin de denetlenmesi gündeme gelmiştir. Bu durumda araştırma, dizilerin/seriyallerin internet yayınlarının televizyon yayınlarına göre bir serbestiye sahip olup olmadığının tespiti açısından önem arz etmektedir.

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de doğrudan internet üzerinden yayınlanmak üzere çekilen dizilerin/seriyallerin, yayın aşamasında TV dizi/seriyallerine göre ne tür serbestliklere sahip olduğunu ve bu serbestliklerin içeriği nasıl etkilediğini ortaya koymaktır. Literatüre bakıldığında yakın zamana ait bir olgu olan internet dizileri/seriyalleri ile ilgili yapılan çalışmalarda aynı dizilerin/seriyallerin TV yayını ile ilgili karşılaştırmalı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Türkiye’de 2018 yılı mart ayında, 6112 Sayılı Kanun’a yapılan ekleme ile RTÜK’e internet ortamından yapılan yayınları da denetleme yetkisi verilmiştir. 1 Ağustos 2019 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren “Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik” ile de bu denetimin uygulama esasları belirlenmiştir.

Araştırmada *Fi* seriyali içerik çözümlemesi yöntemi incelenmiş ve elde edilen nitel bazı bulguları ortaya koyabilmek için de betimleyici durum tespiti yapılmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşan soru cümleleri şu şekildedir;

Fi seriyalinin internet ve televizyon yayınında;

- Cinsellik içeren sahneler yer veriliyor mu?
- Küfür, argo ve şiddet içeren sahneler yer veriliyor mu?
- Tütün ürünleri, alkol ve uyuşturucu madde kullanımına dair sahneler yer veriliyor mu?
- Reklam, ürün yerleştirme ve gizli reklama yer veriliyor mu?
- Yayınlar süre, biçim, yayın saati ve periyodu bakımından ne gibi farklılıklara sahiptir?

İçerik çözümlemesi ile elde edilen veriler tablolara dönüştürülerek, televizyon ile internet yayını arasındaki farklılıklar ortaya koyulmuştur. Karşılaştırmalar dışında, televizyon ile internet yayınına has bazı unsurlar ise durum tespiti yöntemiyle saptanmıştır.

2. İnternet Üzerinden Televizyon Yayıncılığı

Televizyon sinyallerinin dijital olarak iletilmesi bant genişliği konusundaki sorunları çözmeye şimdilik etkili olsa da internet için gereken geniş bant ihtiyacının artması bu durumun yakın zamanda son bulacağını göstermektedir. Örneğin kablo TV yayıncılığında dijital sıkıştırma ile kapasite artmış olsa da, aynı kablodan internet sinyallerinin de iletilmesi ve internet için gereken bant genişliğinin sürekli artması televizyon sinyalleri konusunda baskı oluşturmaktadır. Bu yönden bakıldığında internet üzerinden televizyon yayımları kaçınılmaz gibi görünmektedir (van Dijk, 2006: 52-53).

Klasik “internet TV” kavramı, genellikle geleneksel televizyon yayını şeklinde bir akışa sahiptir ve yayımlara bilgisayar üzerinden erişilebilmektedir. Normal televizyon kanallarının yayımlarının internete aktarılması dışında sadece internet üzerinden yayın yapan televizyon kanalları da mevcuttur (Demirkıran, 2010: 74). İnternet TV’nin, video paylaşım siteleri ve isteğe bağlı video uygulamalarından farkı ise; bir yayını İnternet TV olarak sınıflandırabilmek için, programlanmış bir içeriğin, devamlı bir akış halinde sunulması gerekliliğidir (Akyol, 2006: 70).

2.1. OTT TV (Over-The-Top Television)

Genişbant hızlarının önemli oranda artması sayesinde, OTT servisleri ile sadece televizyon yayımlarının değil, dizi, film, belgesel gibi televizyon içeriklerinin de doğrudan World Wide Web üzerinden aktarıldığı bir döneme girilmiştir.

OTT TV’nin, Web TV ile IPTV uygulamasına benzerlik gösteren yanları olsa da önemli farklılıkları mevcuttur. Web TV internet üzerinden yapılan ve bilgisayar üzerinden izlenen televizyon yayını ifade ederken, IPTV internet üzerindeki kapalı bir ağ üzerinden iletilmektedir. Bu yönüyle IPTV genelde abonelik temelli hizmetlerdir ve hizmet kalitesini garanti eden bazı teknik standartları vardır. Web TV’de ise bu hizmet kalitesi garanti edilemez. OTT TV ise tıpkı IPTV gibi televizyon üzerinden de izlenebilmektedir fakat yayımlar yine açık genişbant internet ağından gerçekleşmektedir (Akyol, 2012: 62). Dolayısıyla artık bilgisayar ekranından izleme gibi bir zorunluluk yoktur. Kandemir, OTT TV’nin İnternet TV’den temel farkını “internetten gelen yayımların bir dönüştürücü vasıtasıyla büyük ekranda da izlenebiliyor olması” diyerek yayımların bir set üstü kutu (ChromeCast, Apple TV, Roku vb.) kullanarak televizyona aktarılabilmesi olarak ifade etmektedir (Kandemir, 2013: 45).

2.2. Türkiye’de Yaygın OTT Platformları

Türkiye’deki yaygın “yerel” OTT servislerinden BluTV ve PuhuTV sırasıyla Doğan Grubu ve Doğuş Grubu’na ait girişimlerdir (twentify.com, erişim: 23 Mayıs 2020). Bu iki grup da hali hazırda Türkiye’de faaliyet gösteren televizyon yayıncıları ve medya içerik sağlayıcılarındandır. Bu yönüyle ellerindeki diziler/seriyaller vb. mevcut içeriklerden oluşan havuzu platformlarına dahil ettikleri gözlemlenmektedir. Bunun dışında iki platform da Netflix’in öncülük ettiği gibi “orijinal” içerik üretme çabasıdadır. Orijinal ifadesi bu anlamda platforma özel içeriği tanımlamaktadır ve Netflix ile yaygınlık kazanmış bir ifadedir. Platformlar aynı sınıflandırma için orijinal ya da özel ifadesini kullanabilmektedirler.

Bu platformlar dışında da Turkcell TV+, Vodafone TV, Digitürk Play, BeIN Connect, Tivibu Go, Fox Play gibi OTT TV servisleri mevcuttur. Fakat bu servisler genelde altyapı işletmecileri ve ödemeli TV operatörlerinin ek hizmetleri şeklinde ortaya çıkmış ve “saf (PurePlay)” OTT hizmetleri olarak anılmamaktadırlar. Saf OTT hizmeti ile kastedilen, hizmet sağlayıcının tek bir ürün ya da hizmete odaklanmış olmasıdır (ebrary.net, erişim: 23 Mayıs 2020).

1997 yılında ABD’de kurulan Netflix, bir yıl sonra çevrimiçi DVD kiralama hizmeti olarak kurulan netflix.com’u hizmete sunmuştur. 2005 yılında 4 milyon aboneye ulaşan Netflix için dönüm noktası, 2007 yılında streaming hizmetini başlatması olmuştur. Şirketin dünyaya açılması ise 2010 yılında Kanada ile başlamış, kısa süre içinde Latin Amerika, sonrasında Avrupa ve dünyanın geri kalanına yayılarak 2014’te 50 milyon aboneye ulaşmıştır. 2019 yılı itibarıyla 190 ülkede 134 milyon ücretli aboneye ulaşan Netflix, streaming pazarında lider konumdadır (media.netflix.com, erişim: 15 Ocak 2019).



Küresel internet trafiğinde çok önemli bir yer işgal eden Netflix; Çin, Kuzey Kore, Kırım ve Suriye dışında tüm dünyadan erişilebilmektedir (Sandvine, 2018). Netflix'in ekonomik büyüklüğü ise muazzam boyutlara ulaşmıştır. 2018 yılında 700 orijinal dizi/seriyal için 8 milyar dolar harcayan platform, tanıtım ve pazarlama için ise 2 milyar dolar harcamıştır (Spangler, 2018). Forbes'e göre Netflix %93'lük bir abonelik yenileme oranıyla da sektörde tüm rakiplerini geride bırakmaktadır (Ewing, 2018).

3. Televizyon Dizi ve Seriyalleri

RTÜK'ün tanımlamasına göre diziler, “birden çok bölüm halinde yayınlanan, tavır, tutum, deyiş yönünden birbirine bağlı olan aynı konunun veya birbirini izleyen konular bütünlüğünün işlendiği drama program türü”dür (RTÜK, 2014a).

Kurgusal televizyon dizileri, hikaye anlatma geleneği içerisindeki en popüler biçimlerden biridir. Bazı ülkelerde nispeten yeni bir tür olsa da, özellikle İngiltere, ABD ve bazı Latin Amerika ülkelerinde ilk yayınlardan beri devam etmektedirler. Televizyon dizileri 1850'lerde romanların dergilerde parça parça yayımlandığı seri anlatım yapısı ile ilişkilendirilmektedir. Seri çizgi romanlar ve seri filmler de bu alışkanlığı pekiştirmiştir (Feilitzen, 2004: 18,19).

Dizilerde genellikle bir saat ile sınırlanan süre boyunca ele alınan konular bir bölümden diğerine devam etmez. Bölümler ana karakterler çevresinde gelişen farklı olayları konu eder ve olaylar o bölüm içerisinde çözümlenir. Bölümler arasındaki ortak yön ise tür ve dizinin kendisine özgü unsurlardır (Akyürek ve Orhon, 2006: 31,32).

Seriyaller diziyeye göre daha çok sayıda karakterin başından geçen, çok sayıda olayı neredeyse sonu gelmeyen bir zamansal bağ içerisinde bir bölümden diğer bölüme devam ettiren bir yapı arz etmektedir (Kaplan, 1992: 54). Seriyallerin bir bölümden diğerine izleyici ilgisini ayakta tutması, bir bölümünün sonu ile sonraki bölümün başının, öyküsel olarak birleştirilmesiyle gerçekleşir. Diziler ise “aynı ana mekan ve ana karakterlerle öykünün ana temasını birbirinden ayrı anlatımlar içerisinde verebilirler” (Tekinalp, 2011: 329). Merak ögesini canlı tutmak ve bunu bölümden bölüme sürdürmek seriyallerin en önemli özelliklerinden birisidir. Öykülemedeki açık yapı bu duruma müsait bir zemin oluşturmakta ve adeta bağımlılık yaratan bir biçim ortaya çıkmaktadır (Özmen, 2014: 40).

Seriyal ile dizi arasındaki ayrımın belirsizleşmesi neticesinde ortaya çıkan melezleşmiş diziler hem bölümden bölüme devam eden ana öyküler barındırıp, hem de bölümler içerisinde sonlanan yan öykülere sahip olabilmektedir. Seriyallerdekine benzer biçimde çok sayıda karakter etrafında cereyan eden karmaşık olaylardan oluşan öyküleme bu amaca ulaşmada kolaylık sağlamaktadır (Özmen, 2014: 39).

Televizyon dizilerinin seriyal yapıdaki dizilerden farkı, dizilerin her bölümünde başlayan ve o bölüm içerisinde biten bir öyküye sahip olmasıdır. Dizinin bir sonraki bölümünde aynı karakterlerin başından geçen bambaşka bir öykü işlenebilmektedir ve iki bölüm arasında doğrudan bir bağlantı olmayabilir (Mutlu, 2008: 156).

4. İnternet Yayıncılığında Yasal Denetim

Askeri amaçtan çıkıp akademik amaçla yaygınlaşan internetin başlangıç aşamasında denetim sorun olarak düşünülmemiştir. İlerleyen dönemde ticari özellik ön plana çıktığında ise denetim genellikle kısıtlama değil, düzenleme şeklinde ortaya çıkmış ve rekabetin korunması, belirli hizmet standartlarının getirilmesi gibi konular öncelikli olmuştur (Güngör ve Evren, 2002: 39-41).

İletişim özgürlüğü, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 19. maddesinde herkesin kendisini özgür biçimde ifade edebilmesini, haber ve bilgiye uluslararası bir sınırlama olmadan ulaşabilmesi hakkını tanımlamıştır. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 10. maddesi de ifade ve haberleşme özgürlüğünü benzeri şekilde tanımlamakta, ayrıca bunun hangi hallerde devlet otoritesi tarafından kısıtlanabileceğini de ifade etmektedir. Buna göre ulusal güvenlik, toprak bütünlüğü, kamu güvenliği, kişisel hakların ihlali, yargı bağımsızlığı, genel sağlık ve ahlakın korunması, suçun önlenmesi gibi hallerde devlet tarafından bu özgürlüğün sınırlandırılması söz konusu olabilmektedir (Sarmaşık, 2011: 34).

İnternet'in ortaya çıktığı ABD'de ilk yasal düzenleme 1996 yılında çıkarılan Komünikasyon Ahlak Kanunu (Communications Decency Act) 18 yaşından küçüklerin uygunsuz içerikten korunması amacıyla çıkarılmış fakat yasadaki uygunsuz ifadesinin muğlaklığı nedeniyle kamuoyunda iletişim özgürlüğünün haksız yere engellenebileceği tartışmaları ortaya çıkmış ve neticede yasa Amerikan Yüksek Mahkemesi tarafından iptal edilmiştir. Toplumsal ve hukuki yönden uzlaşma ise Çocuk Koruma Kanunu ile okullar ve kütüphanelere çocuklar için zararlı içerikleri filtreleme zorunluluğu getirilerek sağlanmıştır (Kılınç, 2010: 431).

Yasal denetim sadece zararlı içeriklerden korunma değil, içerik ve hizmet sağlayıcıların haklarını, ayrıca devletlerin de haklarını düzenleme amacı gütmektedir. Örneğin OTT hizmetlerinde; kullanıcı servis sağlayıcıdan sadece veri iletimi ve altyapı hizmetini aldığı için, servis sağlayıcı OTT için herhangi bir fazladan gelir elde edememektedir. Vergilendirme konusunda da devletler ile bu tip hizmetleri veren şirketler arasında sorunlar yaşanmaktadır (Sujata vd., 2015: 159).

4.1. Türkiye'de İnternet Yayıncılığında Yasal Denetim

Türkiye'de Ulaştırma Bakanlığına bağlı olarak kurulan İnternet Kurulu, internetin altyapıdan içeriğe kadar tüm aşamalarında politika belirlenmesi ve topluma internet hizmetinin sağlıklı bir şekilde ulaştırılması amacıyla kurulmuş bir organizasyondur (Kandemir, 2013: 13). Kurul daha sonra İnternet Geliştirme Kurulu adını almıştır. Kurulun temel görevi internet ortamının sorunsuz bir biçimde geliştirilebilmesi için araştırma, inceleme ve değerlendirme yaparak temel öneriler oluşturmak olarak tanımlanmıştır. Bu doğrultuda internette çocukların ve gençlerin korunması, güvenlik ve internetin özgür ve faydalı biçimde kullanılabilmesi için Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde bir çeşit danışma kurulu gibi çalışmaktadır (resmigazete.gov.tr, erişim: 15 Kasım 2018).

İnternet altyapısı ile ilgili temel düzenleyici kanun 2008 tarihinde yürürlüğe giren 5809 sayılı Elektronik Haberleşme kanunudur. Bu kanunun amacı; “elektronik haberleşme sektöründe düzenleme ve denetleme yoluyla etkin rekabetin tesisi, tüketici haklarının gözetilmesi, ülke genelinde hizmetlerin yaygınlaştırılması, kaynakların etkin ve verimli kullanılması, haberleşme alt yapı, şebeke ve hizmet alanında teknolojik gelişimin ve yeni yatırımların teşvik edilmesi ve bunlara ilişkin usul ve esasların belirlenmesidir” (5809 Sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu, 2008, md.1).

4.1.1. “5651 Sayılı” İnternet Kanunu

İnternet Kanunu olarak bilinen ve Türkiye'de İnternet ile ilgili en kapsamlı düzenlemeyi getiren 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun 2007 yılında yürürlüğe girmiştir. 5651 sayılı Kanun ile ilk defa (BTK, 2016);

- İnternet aktörlerinin (içerik sağlayıcı, yer ve erişim sağlayıcı, toplu kullanım sağlayıcı) tanımı yapılmış ve bu aktörlerin hak ve sorumlulukları belirlenmiştir.
- Yasada suçlar bakımından erişimin engellenmesi usul ve esasları düzenlenmiştir.
- İnternet ortamında yayınlanan içerik nedeniyle haklarının ihlal edildiğini iddia eden kişilere ilişkin; içeriğin yayından çıkarılmasını sağlama ve cevap hakkı uygulamalarına ilişkin usul ve esaslara yer verilmiştir.
- Konusu suç teşkil eden (ve/veya küçükler için zararlı olan) içerik kapsamında filtreleme usulü öngörülmüştür.
- Türkiye'de internet ortamındaki yayınlardan kanunda belirtilen katalog suçlara ilişkin şikâyetlerin yapılabileceği internet bilgi ihbar merkezi (ihbarweb.org.tr) kurulmuştur.

İnternet ortamında işlenen suçlar ise erişim engelleme yaptırımıyla karşı karşıyadır. Burada dikkati çeken husus, “suçla ilgili yeterli şüphe bulunması” kriteridir. 5651 sayılı kanununun 8'inci maddesinde sıralanan ve Türk Ceza Kanunu'nda da yer alan suçlar şu şekildedir;

- İntihara yönlendirme (madde 84),
- Çocukların cinsel istismarı (madde 103, birinci fıkra)



- Uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma (madde 190)
- Sağlık için tehlikeli madde temini (madde 194),
- Müstehcenlik (madde 226)
- Fuhuş (madde 227)
- Kumar oynanması için yer ve imkân sağlama (madde 228),
- 5816 sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanunda yer alan suçlar (BTK, 2016).

Yukarıdaki suçların oluşması durumunda erişimin engellenme yetkisi hakim kararı ve mahkemededir. Fakat karar alınmasında gecikme yaşanması ihtimalinde savcı da engelleme kararı alabilmektedir. Bunun yanında ilgili suçların arasında bulunan çocukların cinsel istismarı, fuhuş, müstehcenlik suçlarının mevcudiyeti durumunda doğrudan Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) karar alabilmektedir. Erişim engelleme kararı ise Erişim Sağlayıcıları Birliği tarafından uygulanmak üzere erişim sağlayıcıya iletilmektedir (5651 Sayılı Kanun, 2007).

5651 sayılı kanun üzerindeki tartışma ve eleştirilerin büyük bir bölümü özgürlük ile kısıtlama arasında herkesi memnun edecek bir çözümü ulaşmanın zor olduğu bir noktada düğümlenmektedir. Ancak internet gibi uluslararası bir ortamda bazı içerik sağlayıcıların ülkelerdeki hukuksal farklılıklara göre karar ve davranış sergilemesi bir takım uyumsuzluklara ve anlaşmazlıklara yol açmaktadır. Kullanıcılar açısından ise çok fazla kullanıcıya hitap eden popüler bir internet sitesine erişimin engellenmesi özgürlük kısıtlaması olarak değerlendirilebilirken, bazı kesimler de şikayet konusu içeriğin engellenmesini memnuniyetle karşılayabilmektedirler. Yasal düzenlemeler neticesinde internette erişim engeli ise bazı durumlarda teknik olarak gerçekleşmemekte ve engellenen içeriğe bir şekilde ulaşılabilmektedir (Kalsın, 2014: 210).

4.1.2. RTÜK'e İnternet Yayınlarını Denetleme Yetkisi Verilmesi

2018 yılı mart ayında 6112 Sayılı Kanun'a yapılan bir ekleme (Madde 29/A) ile RTÜK'e internet ortamından yapılan yayınları da denetleme yetkisi verildi. Bu kanun değişikliğinin ardından RTÜK ve BTK tarafından müşterek hazırlanan ve kanunun nasıl uygulanacağını belirleyen "Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik 1 Ağustos 2019 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmeliğe göre; internet yayınları ile ilgili önemli değişiklikler getiren bazı maddeler şu şekilde özetlenebilmektedir (resmigazete.gov.tr):

- Bu yetki ile birlikte internet üzerinden televizyon yayını yapacak medya kuruluşları RTÜK'ten "yayın lisansı", sadece internet üzerinden yayın yapacak platform işletmecileri de yayın iletim yetkisi almak zorundadır. Her iki yetki için yayıncılar ve işletmeciler tarafından ödenecek bedel 100 bin Türk Lirası olarak belirlenmiştir ve bu lisanslar 10 yıl süreyle geçerli olacaktır.
- Lisanssız yayın yapılması halinde ilgili yayın için RTÜK'ün verdiği karar BTK'ya gönderilecek ve Sulh Ceza Hakimliği tarafından 24 saat içerisinde duruşma yapılmadan yayının engellenmesi kararı verilebilecektir.
- Yayınların içeriğinin denetlenmesi noktasında da 6112 Sayılı Kanun'daki ilgili hükümler geçerli olacaktır. Televizyon yayınlarının denetlenmesinde olduğu gibi yayıncılar içeriklerin kayıt altına alınıp RTÜK tarafından erişilebilir olmasını sağlamak zorundadırlar.
- Bu hükümler hem yerli yayıncıları hem de Türkiye'de hizmet veren (Netflix vb.) yabancı yayıncıları kapsamaktadır.
- Yayıncılar yıllık gelirlerinin binde 5'i oranında RTÜK'e ödeme yapmakla yükümlüdürler.
- Bireysel iletişim hizmetleri ve televizyon yayınlarını internet üzerinden iletmeye özgülenmemiş platformlar bu yönetmelik kapsamında değerlendirilmemektedir.

5. Araştırmanın Yöntemi

Bernard Berelson'a göre "içerik analizi, iletişimin görünen içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel yollardan betimlenmesidir (akt: Bilgin, 2014:2). İçerik analizi/çözümlemesi yöntemi, medya ve iletişim

çalışmalarında seçilmiş bir örneklem üzerindeki, belirlenmiş bir parametrenin miktarını ölçmekte kullanılabilen bir bilimsel araştırma yöntemidir. İletişim sürecindeki mesajların araştırılarak bunların araştırma amacı doğrultusunda faydalı verilere dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. İçerik analizi özellikle karşılaştırmalı iletişim araştırmalarında yararlı olabilen bir yöntemdir. Sınıflandırmaya müsait özelliklere sahip medya metinleri üzerinde, araştırma amacı doğrultusunda kategorizasyon yapılabilmektedir (Berger, 1993:104). İçerik analizinde önemli bir aşama olan kategorizasyon, basitçe sınıflandırmanın ötesinde düşünsel çaba gerektiren bir anlamlandırma aşamasıdır (Bilgin, 2014: viii).

İçerik analizi sistematik prosedürlerin izlenmesiyle, mesajın kendisi, mesajı gönderen ve mesajın alıcısı hakkında çıkarımlara ulaşabilmeyi sağlayan bir yöntemdir (Weber, 1990: 9). Alexander L. George'a göre içerik analizinde, eldeki tüm materyalin araştırma konusu çerçevesinde belirlenen uygun kriterler bakımından çözümlenmesi, sistematiklik açısından önem taşımaktadır (akt: Çomu ve Halaiqa, 2015: 39).

İçerik çözümlenmesi yönteminin bazı avantaj ve dezavantajları şu şekilde sıralanabilmektedir (Berger, 1993:104);

Avantajları:

- Düşük maliyetlidir.
- Materyal bulmak nispeten daha kolaydır.
- Araştırma nesnesi veya ilgili kitleye rahatsızlık vermez.
- Sayılabilir/nicel bilgilere yöneliktir.
- Mevcut ve/veya geçmiş durumlarla ilgilidir.

Dezavantajları:

- Örneklemin, yeterli temsil özelliği kesin değildir.
- Araştırılan başlıkların genel-geçer bir tanımını yapmak zor olabilir.
- Ölçülebilir birim bulmak ve bu birimin önemini tespit etmek zor olabilir.
- İçerik çözümlenmesine dayanan çıkarımların doğruluğunu ispatlamak imkansızdır.

Bu çalışmada, karşılaştırma kriterlerinin tespiti için RTÜK'ün belirlemiş olduğu kurallar çerçevesinde, yayın/yapımlarda denetim ve yaptırımlara konu olan unsurlar temel alınmıştır (6112 Sayılı Kanun, 2011):

- Cinsellik içeren sahneler (Çıplaklık, Cinsellik içeren sözlü ifadeler, Öpüşme, Sevişme)
- Tütün ürünleri, alkol, uyuşturucu vb. madde kullanımı içeren sahneler
- Küfür, argo ve şiddet içeren sahneler
- Reklam, sponsorluk ve ürün yerleştirme

İçerik analizinde, verilerin sayısallaştırılması aşamasında ilgili kategoriye ne kadar yer ayrıldığı (örn: televizyon metinlerinde süre) yararlı bir karşılaştırma olanağı sağlamaktadır (Balcı 2004:187).

Bu çalışmada ölçülebilir birim tespit etmek için “plan” ve “süre” kriteri temel alınmıştır. Plan, film ve televizyon uygulamalarında kameranın kayıt yapmaya başlaması ile durması arasındaki “parça” anlamına gelmekte ve yapımının en küçük birimini ifade etmektedir. Araştırılan unsurları barındıran planlar bu anlamda tek bir birim olarak sayılmış ve ilgili unsurun ekranda yer alma süresi de ayrıca saptanmıştır. Araştırmada plan kriterinin bir istisnası ise şudur: Araştırılan unsurun bir planda ekrandan kaybolup tekrar aynı plan içerisinde ekrana gelmesi durumunda, bu durum kaç kez tekrarlandıysa o kadar plan şeklinde tablolara yansıtılmıştır. Reklamlar gibi bütün bir yapıdaki birimlerde ise “sayı” ve “süre” şeklinde tespit yapılmıştır. Süreler tablolarda saniye cinsinden gösterilmiştir.

Belirlenen kategoriler içerisindeki birimler frekans analizi tekniği ile nicelleştirilmiştir. Frekans analizi genel olarak ilgili birimlerin görülme sıklığını sayısal ve yüzdesel olarak ortaya koymaya yarar. İçerik analizinin çıkarım aşamasında ise nicel ve nitel göstergelerden yola çıkılarak mantıksal bir düzeyde tahmin ve yorumlama yapılmaktadır (Bilgin, 2014: 18, 14).

Seriyalin PuhuTV üzerindeki yayını platform üzerindeki herhangi bir değişikliğe karşı kayıt altına almak için Chrome internet tarayıcısı kullanılarak ekran kaydetme yöntemi ile 5 Mayıs 2018 tarihinde kaydedilmiştir. Show TV yayın kayıtları ise Interpress'ten temin edilmiştir.

5.1. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Örneklem evrenini oluşturan internet dizi ve seriyalleri arasında hem televizyon hem de internette yayınlanmış olması bakımından araştırma için uygun bir örnek teşkil eden *Fi* seriyali tercih edilmiştir. Önce internette PuhuTV adlı platformda yayınlanan daha sonra da televizyonda Show TV’de yayınlanan *Fi* seriyalinin, ücretsiz ve sadece televizyon içerikleri yayınlayan bir platformda yayınlanmış olması, model olarak ücretsiz televizyon yayınlarına benzetilebilmektedir. Bu sebeple içerik farkını ortaya koymak önem arz etmektedir.

İçerik analizi ve karşılaştırma için *Fi* seriyalinin ilk 6 bölümü seçilmiştir. Örneklemin ilk 6 bölüm ile sınırlandırılmasının nedeni; seriyalin televizyon yayının yayıncı tarafından (bilgilendirilme olmaksızın yayından kaldırılmış olması) 6 bölümünün yayınlanmış olmasıdır. Ancak üç ay sonrasında (araştırma bu süre zarfında mevcut örneklem üzerinden tamamlanmıştır) yine tanıtım/duyuru yapılmadan tekrar yayına devam edildiği saptanmış olup; bulgular tekrar eden bir motif sergilediği için devam bölümleri araştırmaya dahil edilmemiştir.

Seriyalin Show TV yayınında ise 1. ve 2. bölüm birleştirilip “1. bölüm” olarak yayınlanmış, 3. ve 4. bölüm birleştirilip “2. bölüm” olarak yayınlanmış, sonrasında ise 5. ve 6. bölümler birleştirilmeden “3. ve 4. bölüm” olarak yayınlanmıştır. Dolayısıyla Show TV yayını dört bölüm üzerinden incelenmiş fakat eşit sürede bölüm incelenmiş ve karşılaştırılmıştır.

İki platform arasında bölüm sayısı konusundaki bu farklılıktan dolayı ortaya çıkabilecek karışıklığı gidermek için, bölümler ayrı ayrı incelenmiş fakat tablolar bütüncül bir değerlendirme amacıyla 6 bölümlük blok halinde oluşturulmuştur. Seriyalin ShowTV’de yayınlanması sırasında, araştırmada incelenen 4 bölüm, PuhuTV’deki ilk 6 bölüme karşılık gelmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. *Fi* Seriyali Bölüm Sayı ve Süreleri

	<i>Fi</i> PuhuTV	<i>Fi</i> ShowTV
1. Bölüm	77 dk.	145 dk.
2. Bölüm	68 dk.	
3. Bölüm	65 dk.	126 dk.
4. Bölüm	61 dk.	
5. Bölüm	64 dk.	64 dk.
6. Bölüm	65 dk.	59 dk.
Toplam Süre	400 dk.	394 dk.

5.2. *Fi* Seriyalinin PuhuTV ile Show TV Yayınının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

Fi Seriyali Künye:

Yönetmen: Mert Baykal, Yapımcı: Kerem Çatay, Pelin Diştaş Yaşaroğlu (Ay Yapım), Senaryo: Nüket Bıçakçı, Eser: Azra Sarızeybek Kohen, Yapım Yılı: 2017, Süre: 60 dakika (ortalama), Bölüm Sayısı: 1. Sezon (*Fi*) 12 Bölüm - 2. Sezon (*Çi*) 10 Bölüm, Oyuncular: Ozan Güven (Can Manay), Serenay Sarıkaya (Duru Durulay), Mehmet Günsur (Deniz Sarızeybek), Berrak Tüzünataç (Özge Egeli), Büşra Develi (Bilge), Osman Sonant (Sadık Murat Kolhan), Tülay Günal (Eti), Yayın: PuhuTV (2017), Show TV (2018).

Fi Seriyali Kısa Öyküsü:

Tanınmış ve varlıklı bir psikiyatrist olan Can Manay, bir taraftan çok izlenen bir televizyon şovunu sunarken bir taraftan da üniversitede ders vermektedir. Karizmatik bir imaja sahip olan Can, tesadüf eseri karşılaştığı genç bir balerin olan Duru’ya ilk görüşte aşık olur. Duru ise konservatuarda hoca olan

sevgilisi Deniz ile birlikte yaşamaktadır. Takıntılı bir kişiliğe sahip olan Can Manay, Duru ve Deniz'e komşu olur ve her fırsatta Duru'ya yakın olmaya çalışırken bir taraftan da çeşitli entrikalar ile ikilinin arasını açmaya ve Duru'yu elde etmeye çalışır. Can Manay aslında psikopat bir kişiliğe sahiptir ve geçmişi de gizemlerle doludur. Bu gizemi çözmeye çalışan gazeteci Özge ile Can Manay arasında bir mücadele başlar. Can geçmişte, (aynı zamanda patronu olan) ülkenin en zengin iş adamlarından Sadık Murat Kolhan'ın eşinin intiharına tanıklık etmiş ve ailenin kirli sırlarını öğrenmiştir. Can bunu şantaj aracı olarak patronuna karşı kullanmakta ayrıca tanınmış ve nüfuzlu biri olarak Özge Egeli'yi de kendisinden uzak tutmaya çalışmaktadır. Özge ve Sadık Murat Kolhan bir araya gelerek, Can Manay'ın eski bir akıl hastası iken tedavi gördüğü klinikte uzun süre tedavi gördükten sonra sahte bir kimliğe büründüğünü ortaya çıkarmaya çalışırlar. Can'ın akıl hastanesindeki doktoru ise anne figürü olarak Can'a mentörlük yapan Eti'dir. Eti, yetim olan Can'ı, kaybettiği kendi oğlu yerine koymaktadır. Can'ın Duru konusundaki takıntılı çabaları sonuç verir ve Duru ile Deniz'in arası açılır ve Can sonunda Duru'yu elde eder... (Öykü buradan sonra Çi adıyla ikinci sezonda devam etmiştir). Fakat Can'ın gerçek yüzünü ve geçmişindeki karanlık olayları fark eden Duru O'ndan uzaklaşmaya çalışınca Can Duru'ya karşı da zor kullanmaya başlar. Sonunda Can'ın elinden kurtulmayı başaran Duru, tekrar Deniz'e döner. İşlediği suçlar ve psikopat kimliği ortaya çıkan Can ise kayıplara karışır. Can Manay ile mücadele ederken kendi suçları da ortaya çıkan Sadık Murat Kolhan da ortadan kaybolur ve bir süre sonra gözlerden uzak bir yerde tekrar Özge bir araya gelirler.

5.2.1. Cinsellik İçeren Sahneler

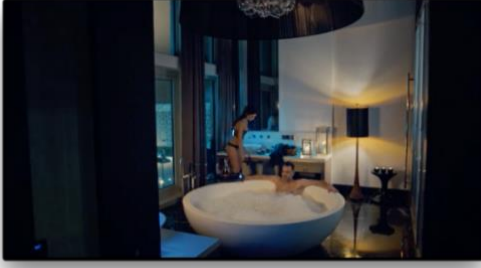
Cinsellik tanımı yayın denetiminde, içinde bulunulan toplumun sosyo-kültürel değer yargılarına göre şekillenmektedir. Yasalardaki ve yönetmeliklerdeki ifadeler muğlak bulunabilmektedir. Bu noktada uygulamada RTÜK'ün yayın ilkeleri kapsamında belirlediği sakıncalı halleri esas alan bir sınıflandırma mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla araştırmanın bu bölümünde RTÜK yayın ilkelerindeki; yayınların "müstehcen olamayacağı", "çocukların ve gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini olumsuz etkileyebilecek" içeriğe sahip olamayacağı, "toplumun manevi değerleri ile genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamayacağı" şeklindeki kısıtlamalar referans alınmıştır.

Tablo 2. Cinsellik İçeren Yayınlar

	PuhuTV	Show TV
Toplam Plan Sayısı	56	27
Toplam Süre (Sn.)	313"	50"
Toplam Oran (%)	1,30%	0,21%

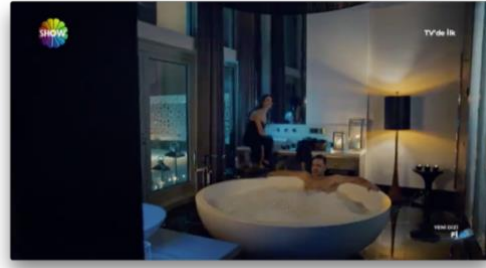
Tablo 2'deki değerler, bu araştırmada cinsellik üst başlığı altında değerlendirilen sevişme, öpüşme, çıplaklık ve cinsellik içeren sözlü ifadeleri de kapsamaktadır. Tabloya bakıldığında 6 bölümlük toplam süre içerisinde cinsellik içeren sahnelerin oranı PuhuTV'de %1,30, Show TV'de ise %0,21 olarak ortaya çıkmıştır. Görüldüğü gibi ShowTV yayınında PuhuTV'ye göre önemli oranda daha az sayıda ve sürede cinselliğe yer verilmiştir. Bu noktada RTÜK kurallarının bağlayıcılığını akılda tutmak gerekmektedir. Çünkü olası bir ihlal durumunda karşılaşılabilecek yaptırımlar televizyon yayıncıları açısından belirleyicidir.

Resim 1 ve 2'deki ekran görüntülerinde, seriyalin ilk bölümünde yer alan bir sahnede Show TV yayınında kullanılan alternatif plan ve Puhu yayınındaki orijinal plan görünmektedir. Kadın oyuncu ayna karşısında soyunurken Puhu TV'de oyuncu iç çamaşırlarıyla kalmış ve sahne o şekilde devam etmiştir. Show TV yayınında ise PuhuTV yayınında olmayan alternatif bir plan kullanılmıştır.



Resim 1

Kaynak: PuhuTV



Resim 2

Kaynak: Show TV

İçerik düzenlemesindeki bir başka yaklaşım ise çekim esnasında bazı sahnelerin farklı şekilde çekilmesi ve internet yayını ile televizyon yayınına farklı kurguların yapılması olarak tespit edilmiştir. Seriyalin 3. bölümünde yer alan bir sahnede kamera sağa doğru çevrinme yaparak kanepenin etrafındaki rastgele çıkarılmış kıyafet ve çamaşırları gösterir ve ardından kanepede uyuyan kadın oyuncuyu gösterir.



Resim 3

Kaynak: PuhuTV



Resim 4

Kaynak: Show TV

Oyuncunun üzeri battaniye ile örtülmüş, sırtının ve bacağına bir bölümü açıktır ve çıplak olduğu izlenimi vardır. Olay örgüsü içerisinde değerlendirildiğinde “sevişmeye gönderme” olarak bahsedilebilecek bu sahnenin Show TV (2. bölüm içerisinde yer almaktadır) yayınında ise, yapım aşamasında çekilmiş alternatif bir plan kullanılmıştır. Kurguda bu planı çıkarmak yerine alternatif bir plan kullanılması TV yayını için bir tedbir olarak değerlendirilebilmektedir (Resim 3 - PuhuTV ve Resim 4 - Show TV).

Çıplaklık konusunun değerlendirilmesinde ise televizyon yayında tutarlı bir yaklaşım olmadığı söylenebilmektedir. Duru karakteri dansçı olduğu için seriyalde birçok sahnede dans mayosu ve benzeri kostümleri ile görülebilmektedir. İzleyen ekran görüntülerinde kurguda arka arkaya yer alan planlar karşılaştırılmıştır. Seriyalin 1. bölümünde, Duru karakterinin bahçede dans provası yaparken giydiği kostüm, kazak ve altında kısa bir şorttan oluşmaktadır. Karakterin bir bacağına yukarı doğru kaldırdığı bir plana, çıplaklık (ya da müstehcenlik) sergilendiği düşüncesiyle Show TV yayınındaki kurguda yer verilmemiştir. Resim 5’te bahse konu sahneden çıkarılan plana ait ekran görüntüsü yer almaktadır.



Resim 5

Kaynak: PuhuTV

Başka bir sahnede (1.bölüm), sevişme sahnesinin yer aldığı günün sonrası anlatılırken, önceki örneğe benzer bir şekilde çıplaklık olarak nitelenebilecek bir kostüm tercihi yapıldığı fakat Show TV yayınında da, PuhuTV’de olduğu gibi planın aynen yer aldığı görülmektedir (Resim 6, 7).



Resim 6

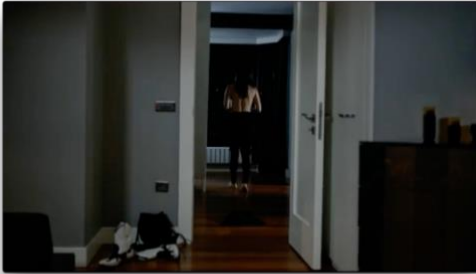
Kaynak: PuhuTV



Resim 7

Kaynak: Show TV

Aşağıdaki ekran görüntülerinde (Resim 8, 9) ise yine tutarsız denilebilecek bir uygulama olduğundan bahsetmek mümkündür. İlk karedeki plan PuhuTV’de yayınlanıp Show TV’de yayınlanmazken, ikinci karedeki plan her iki yayında da mevcuttur. Burada kadın oyuncunun sırtının çıplak görünmesi söz konusudur fakat ilk plan daha uzak bir çekim ve daha belirsiz iken, ikinci planda çıplak sırt görüntüsü daha yakın ve belirgindir. Dolayısıyla buradaki yaklaşım çıplaklığın süre olarak azaltılması çabası olarak değerlendirilmektedir.



Resim 8

Kaynak: PuhuTV



Resim 9

Kaynak: Show TV

Bir başka dikkat çekici nokta ise, seriyalde yer alan bazı sanat eserlerinin de Show TV yayınında bulanıklaştırılmasıdır (blur). Leonardo DaVinci’nin *Vitruvius Adamı* adlı eskizi, Sandro Botticelli’nin *Venus’ün Doğuşu* adlı tablosu ve yine Can Manay karakterinin ofisinde bulunan bir kadın vücudu tasvirinin yer aldığı soyut tablonun bazı bölümleri bulanıklaştırılmıştır (Resim 10, 11, 12). Benzeri uygulamalara seriyalin farklı yerlerinde de tekrar rastlanılmıştır.



Resim 10



Resim 11



Resim 12

Kaynak: Show TV

Bulanıklaştırma dışında bazı planların ise kurgu esnasında yeniden kadrajlama (reframing/cropping) ile kompozisyonu değiştirerek de içeriğe müdahale edildiği görülmektedir. Resim 13, 14'te 3. bölümden alınan ekran görüntülerine verilmiştir.



Resim 13

Kaynak: PuhuTV



Resim 14

Kaynak: Show TV

İncelenen bölümlerde cinsellik içeren sözlü ifadelerin tamamı Show TV yayınında kesilmiştir. PuhuTV'de ise toplam 9 defa cinsellik içeren sözlü ifadeye yer verilmiştir. Bunların toplam yayın süresine oranı ise %0,07 olarak belirlenmiştir.

Show TV yayınında kesilen ifadeler şu şekildedir:

- “Dünyanın sonu gelmiş, acilen sevişmemiz lazım” (1. bölüm),
- “Bu sabah çözemediğimiz mevzuyu bugün kuliste halletmek istediğimi...” (1. bölüm),
- “...bu koku da beni delirtir” (kadını boynundan öperken) (2. bölüm),
- “...mastürbasyonlarınızla da başkalarını harcayın” (2. bölüm),
- “...yaptığım en iyi seksten bile daha iyiydi” (3. bölüm),
- “Onlar fuck buddy falan bence ya” sözündeki “fuck buddy” ifadesi (4. bölüm),
- “Çıplak kadın fotoğrafları atıyorlar” sözündeki “çıplak kadın” ifadesi (4. bölüm),
- “Ben senin bildiğin kızlara benzemem, evlenmeden olmaz” sözündeki “evlenmeden olmaz” ifadesi (4. bölüm),
- “Başkasının sevgilisiyle yattım” sözündeki “yattım” ifadesi (4. bölüm).

Seriyalin PuhuTV yayınının 6. bölümünde yer alan bir sahnede Can Manay'ın televizyon programına konuk olan ve maço imajı çizen bir erkek şarkıcının, magazin gündemine düşen bir haber ile eşcinsel olduğunun ortaya çıktığı bir olay işlenmektedir. 6 dakika süren bu sahne Show TV yayınında tamamen anlatıdan çıkarılmıştır.

Show TV yayınında öpüşme sahnelerinin plan olarak fazla azalmadığı, fakat süre yoğunluğunun önemli oranda azaldığı görülmektedir. PuhuTV yayınında bazı öpüşme sahnelerinin 8-10 saniyeye kadar uzadığı tespit edilmiştir.

5.2.2. Alkol, Tütün ürünleri, Uyuşturucu vb. Madde Kullanımı İçeren Sahneler

2008 yılında değişiklik yapılan 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi Ve Kontrolü Hakkında Kanun'un 3. Maddesi, “televizyonda yayınlanan programlarda, filmlerde, dizilerde, müzik kliplerinde, reklam ve tanıtım filmlerinde tütün ürünleri kullanılamaz, görüntülerine yer verilemez” hükmünü getirmiştir. Bu tarihten itibaren Türkiye'de herhangi bir televizyon yapımında tütün ürünlerine yer verilememektedir (4207 Sayılı Kanun, md.3, 2008).

Kanuni zorunluluğun yanında RTÜK'ün programlar için uygulama önerileri arasında sigara alkol ve madde bağımlılığını özendirerek içeriklerden uzak durma ve aksine bunların popüler kültürün ve günlük yaşamın bir parçası olmadığına dair iletilerin yaygınlaştırılması yönünde tavsiyesi mevcuttur. Bu noktada

RTÜK Yayın İlkeleri arasındaki çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik ilgili ilkeler de bu bağlamda değerlendirilebilmektedir (RTÜK, 2014b).

İnternet dizi/seriyallerinde ise bu konuda bağlayıcı bir denetim bu araştırmanın yapıldığı dönemde mevcut değildir. Dolayısıyla internet dizi/seriyallerinde tütün ürünleri, alkol vb. konularda bir serbestiye sahip olduğu söylenebilmektedir.

Alkollü İçki İçeren Sahneler:

PuhuTV yayınında 179 planda toplam 745 saniye (12 dakika 25 saniye) alkollü içki görüntüsü yer alırken, ShowTV yayınında ise 197 planda toplam 703 saniye (11 dakika 43 saniye) görüntü bulanıklaştırılmış olarak yer almıştır. Bu planların toplam süreye oranı PuhuTV yayınında %3,10 Show TV yayınında ise %2,97 olarak belirlenmiştir.

Bulanıklaştırma tekniğinde içerik net olarak görülemez de yetişkin izleyici tarafından bağlam ve olay örgüsü doğrultusunda bulanıklaştırılan bölümün içki olduğu anlaşılabilir. Dolayısıyla bulanıklaştırılmış olsa da bu planlar tabloya (Tablo 3) dahil edilmiştir.

Seriyalde plan bazında sıklıkla alkollü içki görünmektedir. İçerikte bu kadar yoğun alkol içeren sahnelerin kurguda atılması durumunda sahne bütünlüğünün korunması mümkün görünmemektedir. Bu nedenle bulanıklaştırma dışında pratik bir sansürleme yöntemi bulunmamaktadır.

Tablo 3. *Fi* Seriyali - Alkollü İçki İçeren Sahneler

	PuhuTV	Show TV
Toplam Plan Sayısı	179	197
Toplam Süre (Sn.)	745”	703”
Toplam Oran (%)	%3,10	%2,97

Araştırmanın bu noktasında Show TV’de daha fazla sayıda alkollü içki içeren plan çıkmasının nedeni, Show TV yayınında boş bardaklar ve olay örgüsü içerisinde su olduğu açıkça bilinen planlarda da bulanıklaştırma yapılmış olmasıdır. Dolayısıyla içeriğin sakıncalı olarak değerlendirilmesi nedeniyle bu tip bulanıklaştırılmış planlar da tabloya dahil edilmiştir.

Tablo 3’e dahil edilen bir unsur da sözlü alkol ifadeleridir. Az sayıda bir kaç sahnede alkollü içkiler, türü ve bazen de markasıyla anılmıştır. Örneğin; 3. Bölümün 49. dakikasında Bilge karakteri “Aztekler içecek başka bir şey mi bulamamış? Ahh yüce Olmeca!” der. Aynı sahnenin devamında da “hem de tekila” ifadesini kullanır. 4. bölümün 4. dakikasında da başka bir karakter “şarap nefis” der. 4. bölümün 52. Dakikasında “iki tane viski alabilir miyiz?”, 5. bölümün 59. dakikasında da “şarap” ifadesi kullanılmıştır.

Bu sözlü ifadeler de Show TV yayınında kesilmiştir. Fakat 4. bölümün 7. dakikasındaki bir sahnede Can Manay’ın “ne içersin?” sorusuna “su” yanıtını vermesinin ardından gelen su bardağı da Show TV yayınında bulanıklaştırılmıştır.

Tütün Ürünleri İçeren Sahneler:

Sigara ve puro içilen sahnelerin sayısı PuhuTV yayınında 69 planda toplam 427 saniye (7 dakika 7 saniye) yer almış, Show TV yayınında da bulanıklaştırılmış halde 66 planda 347 saniye (5 dakika 47 saniye) yer almıştır. Bu planların toplam süreye oranları ise PuhuTV’de %1,78 Show TV’de ise %1,47 olarak belirlenmiştir.

Tablo 4. Fi Seriyali - Tütün Ürünleri İçeren Sahneler

	PuhuTV	Show TV
Toplam Plan Sayısı	69	66
Toplam Süre (Sn.)	427”	347”
Toplam Oran (%)	%1,78	%1,47

Sigara görüntülerinin bulanıklaştırılması uygulamasının etkinliği tartışılır olmakla birlikte yakın plan ve ekranda büyük yer kaplayan sigara görüntüleri görünür olmasa da mesajı iletmektedir. Örneğin Resim 15’deki ekran görüntüsünde çakmak net iken, puronun bulanık olduğu görsel böyle bir durumu ifade etmektedir. Seriyalin jeneriğinde de sigara görüntüsü mevcuttur. Show TV yayınında jenerikteki bu plan (Resim 16) kesilmiştir.

**Resim 15****Kaynak: Show TV****Resim 16****Kaynak: PuhuTV**

Uyuşturucu ve benzeri madde kullanımına dair bir sahneye ise her iki yayında da rastlanılmamıştır.

5.2.3. Küfür, Argo ve Şiddet İçeren Sahneler:

Şiddet’in gösterimi ve özendirilmesi konusunda, RTÜK’ün televizyon yayımlarındaki ihallerle ilgili verdiği yaptırım kararlarından alınan değerlendirmeler yayıncılıkta bu konudaki genel yaklaşımı kavramak açısından önemlidir. Show TV’de yayınlanan Çukur adlı yapımdaki yoğun şiddet ile ilgili bir 2018 tarihli bir Üst Kurul Kararı’nın gerekçesi şu şekildedir (RTÜK, 2018,Toplantı: 2018/52, Karar: 29);

“Televizyonun izleyiciler üzerinde yaptığı etkiler konusunda yapılan araştırmalarda; medyada yayınlanan, özellikle de televizyonda yer alan şiddet olaylarının, toplum genelindeki saldırganlık oranları üzerindeki istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir artışı tetiklediği, medyanın değerlerimiz, tutum ve davranışlarımızı şekillendirmede de etkileyici bir güç olduğunu, televizyonun tüm kitle araçları içerisinde belki de en kolay erişilen ve en yaygın kullanılan araç olması nedeniyle en etkili öğrenme kanalı olarak dikkat çektiği, yapılan bilimsel araştırmaların televizyon ve medyada izlenen şiddetin gerek kısa, gerekse uzun vadede izleyicilerin duygu, düşünce, değer, tutum ve davranışları üzerinde tetikleyici, hızlandırıcı ve özendirici bir etkisi olduğu yönündeki tespitler; ekranlardan verilen şiddet mesajlarının tüm izleyicileri olumsuz yönde etkilediğini, izlenen şiddet sahnelerinin tutum ve davranışlara yansımaları toplumda gittikçe yaygınlaşan ve bireylerin sorunlarını şiddet uygulayarak çözmeye yönelik davranış değişiklikleri oluşturduğunu kanıtlar niteliktedir.”

Dolayısıyla şiddetin sunumunun olası zararları konusunda televizyon için yapılan bu tespitler, internetten yayınlanan televizyon içerikleri için de tartışma konusu olmaktadır. İnternet ortamındaki yayımlar üzerinde denetim olmaması bu yayınlarda şiddetin sıkça gösterilmesi ve izleyiciler tarafından da kabul gördüğü düşüncesi, “Sıfır 1: Bir Zamanlar Adana’da” gibi dizilerin elde ettiği yüksek izlenme rakamlarıyla tutarlı görünmektedir (Güven, 2017: 151).

Tablo 5. *Fi* Seriyali - Küfür, Argo ve Şiddet İçeren Sahneler

	PuhuTV	Show TV
Toplam Plan Sayısı	84	22
Toplam Süre (Sn.)	270”	103”
Toplam Oran (%)	%1,13	%0,44

Tablo 5’e göre PuhuTV yayınında 84 planda 4 dakika 30 saniye küfür, argo ve şiddet içeren sahne mevcutken, Show TV yayınında 22 plan ve 1 dakika 43 saniye olarak tespit edilmiştir. Bu planların toplam süreye oranları ise PuhuTV’de %1,13 Show TV’de ise %0,44 olarak belirlenmiştir. Bu genel tabloda Show TV yayınındaki azalmanın nedeni; sözlü şiddet olarak değerlendirilebilecek olan küfür ve argonun sansürlenmesi sırasında “biplenme” yerine “ses izinin kesilmesi” nedeniyle, tamamen anlatıdan çıkarılmasıdır. Bu sebeple bu tip planlar tabloda yer almadığı için değerlerde böyle bir fark oluşmuştur. Bu bağlamda, bir içki bardağının bulanıklaştırılması sonrasında halen orada ne olduğu izleyici tarafından bilinmekteyken ses izi olmadığı hallerde bu durum bazen güçleşmektedir.

Küfür İçeren Sahneler:

Tablo 6. *Fi* Seriyali - Küfür İçeren Sahneler

	PuhuTV	Show TV
Toplam Plan Sayısı	37	-
Toplam Süre (Sn.)	46”	-
Toplam Oran (%)	%0,19	-

PuhuTV yayınında 37 kez küfürlü diyaloga yer verilmişken, Show TV yayınında bunların tamamı kesilmiştir. Kesilen küfürlerin karşılaştırılması esnasında dudakların okunması belirgin bir şekilde mümkün olmamaktadır. Genel planlarda, ya da oyuncunun arkasının dönük olduğu hallerde edilen küfürler zaten fark edilememektedirler. Bunun dışında “bip” leme yerine küfür içeren ses izinin tamamen kesilmesi de cümlede küfür olup olmadığının anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Bu durumun aksinin, zaman zaman televizyon dizi/seriyallerinde rastlanıldığı bilinmektedir.

Argo İçeren Sahneler:

Tablo 7. *Fi* Seriyali - Argo İçeren Sahneler

	PuhuTV	Show TV
Toplam Plan Sayısı	26	1
Toplam Süre (Sn.)	28”	1”
Toplam Oran (%)	%0,12	%0,00

6112 Sayılı Kanun’un 8. Maddesinin, 1. Fıkrasının, (m) bendi, yayınlar; “Türkçenin; özellikleri ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzensiz, kaba ve argo kullanımına izin verilemez.” ilkesini içermektedir. Bu kapsamda değerlendirilen argo ifadeler PuhuTV yayınında 26 kez ve 28 saniye toplam sürede yer verilmiştir. Show TV yayınında ise yalnızca 1 kere “oha” ifadesine rastlanılmıştır. Toplam süreye göre oranlar ise PuhuTV için %0,12 iken Show TV’de 1 saniye olarak gerçekleştiği için %0,00’ın altında kalmıştır.

Şiddet İçeren Sahneler:

PuhuTV’de 21 planda 196 saniye (3 dakika 16 saniye) yer alan şiddet sahneleri, Show TV yayınında yine 21 plan ve 102 saniye (1 dakika 42 saniye) olarak tespit edilmiştir. Tabloya (Tablo 8) göre şiddet içeren

sahnelerde her iki yayında da plan sayısı aynı olurken Show TV’de süre bakımından yoğunluğun azaltıldığını görmekteyiz. Bu planların toplam süreye oranları ise PuhuTV’de %0,82 Show TV’de ise %0,43 olarak belirlenmiştir.

Tablo 8. *Fi* Seriyali - Şiddet İçeren Sahneler

	PuhuTV	Show TV
Toplam Plan Sayısı	21	21
Toplam Süre (Sn.)	196”	102”
Toplam Oran (%)	%0,82	%0,43

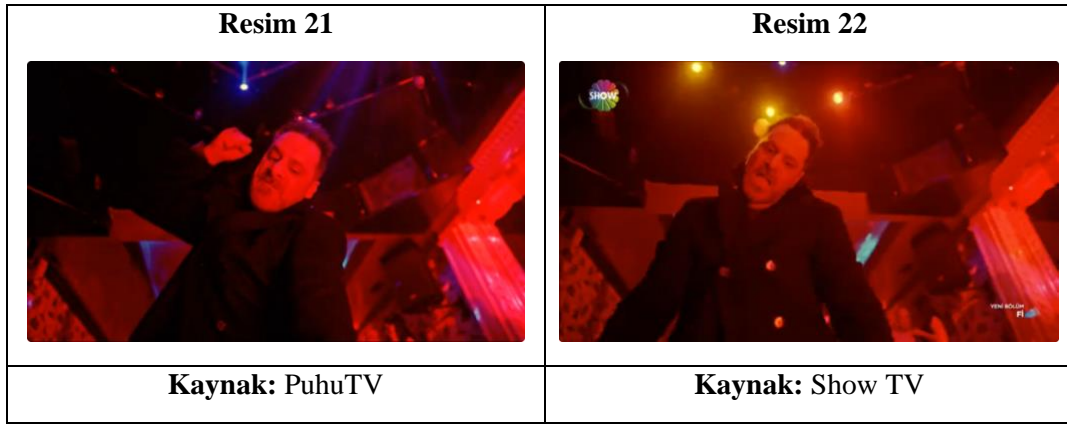
Televizyon dizi/seriyallerine, RTÜK tarafından şiddet gerekçesiyle verilen cezalar ile ilgili karar metinlerinde görüldüğü üzere; şiddet sahnelerinin yoğunluğu, süresi ve görsel bakımdan işleniş biçimi değerlendirmede ölçüt olarak kabul edilmektedir. Bu bakımdan Show TV yayınında kurguda atılan bazı planlarla şiddetin miktarında azaltma yoluna gidilmiştir.

Tablo 8’deki planların önemli bir bölümü şiddet sonucunda ortaya çıkan kan görüntülerinden oluşmaktadır. Şiddeti çağrıştıran bu kan görüntüleri daha sonraki sahnelerde yara halinde devam etmiş ve sayı/süre bakımından tabloya etki etmiştir.

Tablo 9’da seriyalin 6. bölümünde yer alan ve 40 saniye süren şiddet sahnesinden alınan ardışık karelere yer verilmiştir. PuhuTV’deki kurguda Can Manay karakteri yerde yatan diğer karakteri 30 saniye boyunca yakın plan görüntülerle aralıksız bir şekilde yumruklamaktadır. Aynı sahnenin Show TV yayınındaki kurguda ise bir “ara plan (cut-away)” görüntü kullanılarak 30 saniyelik yakın plan yumruk atma görüntüleri kesilmiş ve şiddetin toplam süresi 10 saniyeye indirilmiştir.

Tablo 9. *Fi* Seriyali - Şiddet İçeren Örnek Sahneye Ait Ekran Görüntüleri





5.2.4.Reklam, Sponsorluk ve Ürün Yerleştirme

PuhuTV abonelik gerektirmemekte ve ücretsiz yayın yapmaktadır. Gelir elde etme aracı olarak da reklamı kullanmaktadır. Bu noktada geleneksel televizyon yayıncılığıyla gelir getirici faaliyet yönünden benzer bir iş modeline sahiptir.

PuhuTV’de gösterilen reklamlar seriyalden bağımsız bir katman olarak yayınlanmaktadır. Bu sayede *Fi* seriyalinin PuhuTV üzerindeki yayını internet reklamcılığının esnek yapısı ve hedeflenmiş reklam tekniği nedeniyle farklı tarih ve zamanlardaki izlemeye göre değişiklik göstermektedir. Aynı gün izlendiğinde dahi, izleme esnasında sayfa yenileme ya da izlemeden çıkıp yeniden girme gibi bir durumda gösterilen reklamlar ve gösterildiği zaman değişmektedir. Bu araştırmada kullanılan yayın kayıtları 5 Mayıs 2018 tarihinde üretilmiştir.

Seriyal PuhuTV üzerinden bilgisayar aracılığıyla izlendiğinde, kullanılan üçüncü parti bir reklam engelleyici eklenti sayesinde reklamlar başarılı bir şekilde elenerek devre dışı bırakılabilmektedir. Chrome internet tarayıcısı ve Adguard (sürüm 2.10.14) ile farklı tarihlerde yapılan denemede herhangi bir sorun yaşamadan reklamsız bir şekilde seriyal izlenilebilmiştir. Ancak farklı platformlarda ve farklı tarayıcı-ekleniti kombinasyonlarıyla nasıl sonuç alındığı bilinmemektedir. Bunların dışında PuhuTV üzerindeki reklam uygulamasında bazı kararsızlıklar da meydana gelebilmektedir. Örneğin bir reklam yayına girdikten sonra bitmeden kesintiye uğraması-donması ve sayfa yenilediğinde de reklamın tekrar ekrana gelmemesi gibi sorunlar araştırma için yapılan kayıt sırasında da birkaç kez meydana gelmiştir.

Tablo 10. *Fi* Seriyali - Reklam, Sponsorluk ve Ürün Yerleştirme

	PuhuTV	Show TV
Toplam Sayı	146	381
Toplam Süre (Sn.)	856”	6498”

Tablo 10’da “toplam sayı” ile reklam adedi ve ürün yerleştirme içeren plan sayısı, genel bir görünüm sunmak amacıyla bir arada gösterilmiştir. Bu tablodaki reklam türlerinin bir kısmı anlatı sırasında, bir kısmı da anlatıyı bölen bir biçimde yer aldığı için (toplam süre farkı yüzünden) yüzdelik olarak ifade edilmemiştir.

RTÜK’ün ticari iletişim ve tanıtım yayınları kategorisi altında tanımladığı reklam, ürün yerleştirme ve sponsorluk yayınları PuhuTV’de 146 kez ve toplam 14 dakika 26 saniye yer almıştır. Show TV’de ise 381 kez ve toplam 107 dakika 46 saniye yer almıştır. Tabloya göre Show TV yayınındaki reklam sayısı ve süresi açık bir biçimde daha fazladır.

Reklamlar:

Reklam başlığı altında televizyon reklamcılığında kuşak reklam ya da çerçeve reklam şeklinde de tabir edilen, yayını kesintiye uğratarak tüm ekranı kaplayan reklamlar ele alınmıştır. Kuşak reklam ifadesi bir reklam kuşağı içerisindeki reklam yayınına ifade etmektedir.



Tablo 11'e göre PuhuTV'de yayınlanan reklam sayısı 17, toplam süre de 6 dakika 10 saniye olmuştur. Show TV'de ise 243 reklam yayınlanmış, toplam süre ise 91 dakika 56 saniye olmuştur. Show TV'deki reklam miktarı Puhu TV'ye göre yaklaşık 15 kat daha fazla olarak tespit edilmiştir. Bu noktada seriyalin PuhuTV'de ilk kez yayınlandığı zaman ile PuhuTV'den kaydedildiği 5 Mayıs 2018 tarihindeki reklam miktarlarının ve sürelerinin değişkenlik gösterebilmesi söz konusudur. Nitekim 13 Şubat 2019 tarihinde PuhuTV üzerinde halen yayınlanmakta olan *Fi* seriyalinin ilgili bölümleri tekrar izlendiğinde hiç bir kuşak reklama rastlanmamıştır. Buna göre seriyalin ilk yayınlanmasından sonra giderek reklam miktarının azaldığı söylenebilmektedir.

Tablo 11. *Fi* Seriyali - Kuşak Reklamlar

	PuhuTV	Show TV
Toplam Sayı	17	243
Toplam Süre (Sn.)	370"	5494"
Toplam Oran (%)	%1,52	%18,92

"Kuşak reklam" süresi, anlatı süresine eklenerek yüzdeler olarak ifade edilmiştir. Böylelikle reklamların toplam süreye oranı PuhuTV yayınında %1,52 iken Show TV yayınında %18,92 olarak belirlenmiştir.

Show TV'deki reklam miktarıyla ilgili önemli bir husus ise RTÜK'ün belirlediği "bir saatte en fazla 12 dakikalık reklam yer alabilir" kuralı gereği, yayınlarda saatte 12 dakikalık süreden azami şekilde yararlanılmıştır.

PuhuTV'de reklam öncesinde herhangi bir reklam jeneriği, logosu vb. bir uyarı yer almamaktadır ve reklam yayınlanmaya başladığı esnada, ekranın sol alt köşesinde gösterilecek reklam sayısı ve süresi bilgi olarak yer almıştır. ShowTV'de ise RTÜK kuralları gereği reklam giriş ve çıkış jenerikleri yasal süreye uygun olarak yer almıştır.

PuhuTV yayınında var olmayan bant reklamlar ise Show TV yayınında 81 kez ve 648 saniye olarak yer almıştır. Bant reklamlar süre olarak 8'er saniye ekranda yer almaktadır. Bu süre RTÜK tarafından üst sınır olarak belirlenmiştir. Bant reklamların toplam süreye oranı ise %2,74 olarak belirlenmiştir.

Tablo 12. *Fi* Seriyali - Bant Reklamlar

	PuhuTV	Show TV
Toplam Bant Reklam Sayısı	-	81
Toplam Süre (Sn.)	-	648"
Toplam Oran (%)	-	%2,74

Sponsorluk:

Tablo 13. *Fi* Seriyali - Sponsor Reklamları

	PuhuTV	Show TV
Toplam Sponsor Reklamı Sayısı	23	57
Toplam Süre (Sn.)	137"	356"
Toplam Oran (%)	%0,57	%1,48

Tablo 13'e göre sponsor reklamları PuhuTV'de 23 kez 137 saniye olarak ekrana gelirken, Show TV yayınında 57 kez ve 356 saniye olarak yayınlanmıştır. "Sponsorluk" süresi, anlatı süresine eklenerek yüzdelik olarak ifade edilmiştir. Sponsor reklamlarının toplam süreye oranı PuhuTV'de %0,57 Show TV'de %1,48 olarak belirlenmiştir. Ortaya çıkan farkın nedeni Show TV yayınında reklam başlangıç ve bitişlerinde kullanılan jenerikte de RTÜK sınıflandırmasına göre "sponsorlu reklam kapağı" olarak anılan reklamların kullanılmasıdır.

PuhuTV'de seriyal ana sponsoru başlangıçta Vodafone iken araştırma için kayıt yapılan dönemde ING Bank olmuştur. Show TV yayınındaki sponsor ise Elart Çeyiz olmuştur. PuhuTV üzerindeki yayında 13 Şubat 2019 tarihinde yapılan izlemede ise sponsora yer verilmediği görülmüştür. İnternet yayınında sponsorluk da zaman içerisinde değişebilme esnekliğine sahiptir.

Ürün Yerleştirme:

PuhuTV'de 106 planda toplam 6 dakika 13 saniye süreyle ürün yerleştirmeye yer verilmiştir. Toplam süreye oranı ise %1,55 olarak belirlenmiştir. PuhuTV'de bu ürün yerleştirme konusunda bir uyarı bulunmazken, Show TV yayınında ürün yerleştirme içeren planlar bulanıklaştırılmıştır ve başka bir ürün yerleştirmeye de yer verilmemiştir. Dolayısıyla programda ürün yerleştirme yapıldığına dair bir uyarı yoktur.

Tablo 14. Fi Seriyali - Ürün Yerleştirme

	PuhuTV	Show TV
Toplam Sayı	106	-
Toplam Süre (Sn.)	373"	-
Toplam Oran (%)	%1,55	-

PuhuTV'de ürün yerleştirmeye sık, uzun süreli ve tekrarlar halinde yer verilmiştir. Bu ürün yerleştirmede öne çıkan Samsung markasıdır. RTÜK'ün, Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliği'nde yer alan ticari iletişime ilişkin hükümleri açıklamak amacıyla hazırladığı metin ürün yerleştirme konusundaki kısıtlamaları şöyle ifade etmektedir (rtuk.gov.tr, erişim: 30 Ocak 2019);

"Ürün yerleştirmede, ürün veya hizmetlerin kiralanması veya satın alınması doğrudan teşvik edilemez ve ürüne aşırı vurgu yapılamaz. Program içerisine yerleştirilen ürün ve hizmetlerin tekrarlar halinde sunulması veya gösterilmesi; ürün veya hizmetin özelliklerinin övülmesi ya da benzeri diğer ürün ya da hizmetlere göre belli bir ürüne yönelik tercih bildirilmesi, ürünlere veya hizmetlere özel tanıtıcı atıflar yaparak ürün veya hizmetlerin kiralanmasının veya satın alınmasının doğrudan teşvik edilmesi, ürüne ilişkin detaylı bilgi verilmesi ve farklı çekim teknikleriyle ürünün ön plana çıkarılması yasaktır."

Seriyalin yayımlandığı tarih itibarıyla internet üzerinden yayınlanan dizi/seriyallerde RTÜK'ün henüz bir denetimi yoktur. Bu noktada PuhuTV'deki ürün yerleştirmede RTÜK'ün televizyon kanalları için belirlediği çerçevenin dışında bir uygulama söz konusudur. *Fi* seriyalinde ürün yerleştirmede yoğun bir şekilde vurgulanan birçok örnek mevcuttur.

Aşağıda (Resim 23, 24, 25, 26) öykünün akışında önemli bir yeri bulunmayan ve öyküye anlamlı biçimde katkı sağlamayan bir sahneye ait kurgu verilmiştir. Bu sahnede Duru karakteri üzerindeki kıyafeti yıkamaya karar verir. Banyoda çalışır haldeki çamaşır makinesini duraksatarak küçük bir kapaktan çamaşır ekler. Bu Samsung çamaşır makinesinin fonksiyonlarını tanıtmaya yönelik bir çabadır. Bu sahne marka logosunun ve ürünün ön planda olduğu kamera açılarıyla 4 plan halinde ve toplam 12 saniye olarak verilmiştir.



Resim 23



Resim 24



Resim 25



Resim 26

Kaynak: PuhuTV

Seriyalin başlangıçtaki ana sponsoru Vodafone'a ait "sanal ürün yerleştirme" uygulaması da RTÜK'ün "desteklenen programda destekleyene ait ürün yerleştirme yapılamaz" ilkesine aykırı olarak PuhuTV yayınına özel bir durumdur. Show TV yayınında bu logo mevcut değildir (Resim 27, 28).

Resim 27



Kaynak: PuhuTV

Resim 28



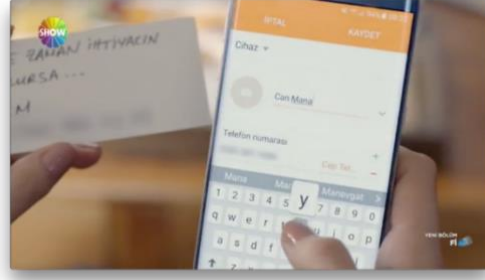
Kaynak: Show TV

Vodafone'a ait bir başka ürün yerleştirmede ise Can Manay karakteri Duru karakterine bir not bırakır ve kendi telefon numarasını yazar. Bu not PuhuTV yayınında açıkça görünmektedir. Show TV yayınında ise numara bulanıklaştırılmıştır. Bu numara Vodafone'a ait bir numaradır ve bu numarayı arayan izleyiciler sesli yanıt sistemi aracılığıyla Vodafone Türkiye'nin Twitter adresindeki bir yarışmaya yönlendirilmiştir. Reklam açısından bir ürün yerleştirme örneği ve çoklu kanal pazarlama olarak değerlendirilmektedir.



Resim 29

Kaynak: PuhuTV



Resim 30

Kaynak: Show TV

Seriyalin 5. bölümünün 34. dakikasında Audi marka araç ile ilgili uzun bir ürün yerleştirme esnasında Bilge karakterinin araç ile ilgili “bozdum galiba” ifadesine “öyle kolay kolay bozulmaz” şeklinde cevap veren Ali karakteri aracılığıyla yerleştirmesi yapılan ürünün “övülmesi” söz konusudur. Bu durum da yine RTÜK ilkelerine aykırılık teşkil etmektedir. Show TV yayınında da aynı sahne olduğu gibi mevcuttur fakat araba logosu bulanıklaştırılmıştır.

Fi seriyalinde sıkça ürün yerleştirmesi yapılan Samsung’a ait “Galaxy S” akıllı telefon serisine ait logonun, seriyalde dansçıların eğitim aldığı okula ait bir logoymuş gibi ürün yerleştirmesi yapılmıştır. Logo; anahtarlık, rozet, arma ve tabela gibi yerlerde görünmektedir. Fakat bu ürün yerleştirme Show TV yayınında ürün yerleştirme olarak değerlendirilmemiş ve bulanıklaştırılmadan olduğu gibi yayınlanmıştır. Resim 31’de “Samsung Galaxy S” logosunun ürün yerleştirmesine ait ekran alıntısı mevcuttur. Bu tip ürün yerleştirmeler gizli reklam olarak da değerlendirilebilmektedir.



Resim 31

Kaynak: Show TV



Resim 32

Kaynak: Show TV

Benzeri bir başka örnekte de marka veya logo görünmemekle birlikte yine Samsung’a ait Galaxy Gear akıllı saat ürün yerleştirmesi yapılmıştır (Resim 32). “Ürünü tanıtıcı” bir plana yer verilmiş, bu yönüyle gizli reklam amacı taşınmıştır.

5.2.5. Diğer Bulgular

Fi seriyalinin PuhuTV üzerindeki yayını 4K çözünürlüğünde izlenebilmektedir. Show TV’de ise bu HD çözünürlük ile sınırlıdır. PuhuTV üzerindeki diğer platforma özel dizi/seriyaller de 4K olarak yayına girmiştir. Show TV’deki yayın ise HD çözünürlük ile sınırlıdır. Bu açıdan bakıldığında 4K yayın yapılabilmesi internet platformunun lehine bir avantaj olarak görülebilmektedir.

Seriyalin Show TV yayınında RTÜK kuralları gereği “akıllı işaretler” uygulaması yer almaktadır. Akıllı işaretler ile seriyalin içeriğindeki sakıncalı olabilecek öğeler ile ilgili ve yapımın hangi yaştaki seyirci kitlesi için sakıncalı olabileceği, bir uyarı görseli ile izleyicinin dikkatine sunulmuştur. PuhuTV yayında ise benzeri bir uygulamaya rastlanmamıştır.



Fi seriyali PuhuTV üzerinde 31 Mart Cuma akşamı yayınlanmaya başladığında ilk üç bölüm aynı anda erişime açılmıştır. Daha sonraki dönemlerde ise yapımın üretim temposuna göre bölümler tek tek, ikişer ya da üçer bölüm halinde platforma konmuştur. Fakat düzenli bir yayın periyodu izlenmemiştir. İlk üç bölümden sonraki ikinci üç bölüm için, aradan 3 hafta geçmiştir. Show TV’de ise ilk yayınlanmaya başlandığı 22 Mart 2018’den itibaren ilk dört hafta boyunca arka arkaya ekranda yer alan *Fi* seriyali, 4. haftadan sonra yayından kaldırılmıştır. Aradan üç ay geçtikten sonrasında ise, ara yayın döneminde kaldığı yerden yayınlanmaya devam etmiştir.

Fi seriyalinin Show TV’deki yayınının araştırma kapsamındaki bölümlerinin izlenme oranları şu şekilde gerçekleşmiştir (medyafaresi.com, 2018, erişim: 14 Nisan 2018):

- 22 Mart 2018 Perşembe, Saat: 20:00 / 30. Sıra, Rating: 2.11 / Share: 4.99
- 29 Mart 2018 Perşembe, Saat: 20:30 / 46. Sıra, Rating: 1.3 / Share: 2.84
- 05 Nisan 2018 Perşembe, Saat: 22:40 / 58. Sıra, Rating: 0.87 / Share: 2.15
- 13 Nisan 2018 Cuma, Saat: 22:30 / 59. Sıra, Rating: 0.81 / Share: 2.01

Seriyalin PuhuTV üzerindeki yayınına ait izlenme rakamlarına ait net bilgi ise elde edilememiştir. Seriyalin yapımcısının ve PuhuTV platformunun açıklamalarına göre seriyalin ilk üç bölümü yayınlanmaya başladıktan sonra, 50 saat içerisinde 3,5 milyon izleyici tarafından izlendiği iddia edilmektedir (ranini.tv, 2017, erişim: 18 Şubat 2018).

6. Sonuç

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hızla gelişmekte olan internet yayın platformları televizyonun geleceğinin şekillenmesinde çok önemli bir yer teşkil etmektedir. Televizyon izleme süreleri tüm dünyada ve ülkemizde geçmişte olduğundan daha az olarak saptansa da internetteki televizyon içerik türleri ve video izleme ise günden güne artmaktadır. Dijitalleşmenin getirisiyle bilgisayara taşınan ve bilgisayarlaşan bir televizyondan bahsetmek mümkündür. Hem televizyon içerikleri mobil cihazları da kapsayan bir biçimde bilgisayar ortamlarında yer almakta, hem de televizyon cihazları bilgisayar benzeri yetenekler kazanmaktadır. Bu noktada televizyon yayıncılığı ile bilgisayar ağlarının yöndeşmesi söz konusudur ve bu yöndeşme hala gelişme yönünde büyük bir potansiyel barındırmaktadır.

Türkiye’deki yerel dijital platformlar dışında, uluslararası nitelikteki platformlar günden güne güçlenmekte ve şu an için neredeyse tek bir küresel büyük markadan söz edilmektedir. Netflix, tüm dünyaya yayılmış olması, küresel internet trafiğinde veri bakımından en çok yeri işgal etmesi ve sinema, dizi/seriyal, belgesel dağıtımında birçok şeyi değiştirmesi bakımından önemlidir. Türkiye’deki yerel internet yayın platformları da Netflix’in öncüsü olduğu modeli (platforma özel içerik üretimi) benimsemiştir.

İnternet ortamında yayınlanan dizi/seriyaller hem izleyici hem de yayıncı/yapımcı açısından önemli bir takım avantajlar ortaya çıkarmaktadır:

- Yayını durdurma, ileri/geri alma, yeniden izleme gibi özellikler internet üzerinden yapılan izleme de tamamen içselleştirilmiş bir deneyimdir.
- Altyazı ve farklı dillerdeki dublaj, çok kanallı ses aktarımı ve yüksek çözünürlüklü HD ve UHD kalitesinde yayınlar donanımdan bağımsız olarak mevcut olabilmektedir.
- Sunduğu hizmet modeline ve platformun özelliklerine göre değişebilmekle beraber izlerken ortaya çıkan reklamlar ek yazılımlarla izleyici tarafından engellenebilmektedir.
- Aynı anda birden fazla ekran, hatta aynı ekran üzerinde birden fazla diziyi/seriyali aynı anda izlemek de (donanım özellikleriyle sınırlı olmakla beraber) mümkündür.
- Televizyon gibi sabit cihazlar dışında taşınabilir cihazlar ve mobil telefon/tabletler sayesinde mekan sınırlamaları aşılabilmektedir.
- İçerik kataloğunda bulunan yayınlar mevcut olduğu sürece istenen zaman diliminde istendiği kadar izlenebilmektedir.

- İnternet bant genişliğinin yetersiz olması durumunda yayınlar daha düşük kalitede de olsa, optimize edilerek izlenebilmektedir.
- Son olarak denetim konusunun televizyona göre daha esnek olması sansürsüz içeriklerin yayınlanmasına olanak vermekte ve bazı izleyiciler için tercih sebebi olabilmektedir.

Araştırmada elde edilen bulgular sonucunda, cinsellik içeren sahnelerin *Fi* seriyalin PuhuTV yayınlarında daha fazla yer aldığı ve yayınların bu konuda daha geniş bir serbestiye sahip olduğu söylenebilmektedir. Show TV yayınında ise cinsellik içeren sahnelere yönelik kesintiler bazı durumlarda aşırıya kaçmakta, örneğin “çıplak” ifadesinin bile kesildiğine rastlanmaktadır. Alkol ve tütün kullanımı PuhuTV yayınında serbestçe yer alırken, Show TV yayınında RTÜK kuralları gereği sansürlenmiştir. Küfür, Argo ve şiddet içeren sahnelere PuhuTV yayınında rastlanırken, Show TV yayınında küfür ve argo sansürlenmiş, şiddete ise azaltılmış olsa da yer verilmiştir. Reklam konusunda Show TV yayınında RTÜK kuralları gereği saatte 12 dakika sınırı varken, PuhuTV’de ise bu sınırlama yoktur ve internet yayınlarına özgü bir biçimde farklı zamanlarda sayı-süre-içerik-zamanlama bakımından değişebilen reklam yerleştirme söz konusudur. Reklamlar konusunda bir diğer önemli bulgu ise ürün yerleştirme konusundaki farktır; PuhuTV yayınındaki yoğun ürün yerleştirme, Show TV yayınında yer almamaktadır.

Genel olarak Show TV yayınındaki içerik müdahaleleri (bulanıklaştırma, kırpma, kesme, ses kapatma, alternatif plan vb.) izleme açısından içeriği kesintiye uğratan ve anlatıyı bozan unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle internet üzerinden yapılan yayının eserin aslına daha sadık olduğu tespit edilmiştir.

Denetim konusunda ise, televizyon içeriklerinin birden bire internet üzerinden tamamen serbest bir ortamda dolaşıma girmesi yeni bir tartışma alanı yaratmaktadır. Bu tartışmalar ülkelerin kültürel ve sosyolojik yapıları ekseninde de birbirinden farklılaşmaktadır. Bazı açılardan televizyonun yerini almaya aday bir medya ortamının tamamen kuralsız olması birçok sakıncayı beraberinde getirebilmektedir. Hali hazırda, ülkelerin hukuk sistemleri işlenen birtakım suçları cezalandırır da, medya söz konusu olduğunda olası sakıncalı içeriklerin yayınlanmadan önce bir otokontrol mekanizmasından geçmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle bir denetimin gerekli olduğu ortadadır. Fakat bu denetimin sansürcü bir yapıya dönüşüp yeni ortamın izleyiciye sunabileceği olanakları da ortadan kaldıracak şekilde bir baskı aracına dönüşmesinin önüne geçilmelidir.

Sansürsüz içeriklerin istismar edilmesinin önünde, etik sorumluluk dışında herhangi bir engel bulunmamaktadır. Bu nedenle sektörün tüm aktörlerinin sürecin içinde bulunduğu dengeli bir denetim mekanizmasının kurulabilmesi büyük önem arz etmektedir. Türkiye’de yürürlükte bulunan 6112 sayılı yasa ve ilgili yönetmeliğe rağmen yapılacak düzenlemelerin nasıl uygulanacağına dair net bir yaklaşım olmadığı söylenebilmektedir. Bu durum ise başka bir çalışmanın konusudur.

Türkiye’nin özellikle son yıllarda dizi/seriyal ihracatında öne çıkması, yerli yapım şirketlerinin büyüüp gelişmesi, sektörün bir endüstri haline gelerek sistemli ve sürdürülebilir içerik üretimine ulaşabilmesi bakımından önemlidir. Türk dizi/seriyalleri hem bir ihraç malı, hem de “yumuşak güç” olarak Türkiye’nin küresel alanda etkili olabilecek bir tanıtım aracıdır. Rekabetin yoğun olduğu böyle bir ortamda yerli yapım sektörünün desteklenmesi bir gerekliliktir. Bu bakımdan dengeli uygulanacak bir denetim, standartlaşma sağlayarak yapımcıların güvenli bir zeminde içerik oluşturmasını sağlayabilecek ve ticari yatırımlarını koruyabilecektir.

Bu noktada yerli platformların, küresel rakiplere karşı rekabette dezavantajlı duruma gelmesinin önüne geçmek noktasında da, denetim önemli bir araç olabilecektir. Netflix, belki de merkezin dışındaki çevre ülkeler açısından tehlikeli olabilecek derecede büyümüştür. Güçlü rekabetin olmadığı bir yerde tekelleşmeden söz edilebilmektedir. Ve bu tekelleşme yerel yayıncılar için bir tehdit haline gelebilecektir. Küresel ekonominin serbest koşullarına uyum sağlanması bir gerekliliktir fakat yerel denetimin tamamen saf dışı bırakılması gibi bir durum, böylesine etkili bir kültürel aracın silaha dönüşmesine neden olabilir. Bu bakımdan, Türkiye pazarına yerli ya da ortak yapımlar aracılığıyla yabancı yatırımcının girmesi, bu denetimin gerekliliği noktasında bir başka örnek durumdur.



Son olarak denetimde bir diğere önemli konu ise, izleyicinin ödeme yaparak talep ettiğı içeriklere ulaşabilmesinde kolaylık sağlanmasıdır. Milli güvenlik ve çocukların korunması gibi her kültürdeki ortak hassasiyetler dışında, bazı noktalarda geleneksel televizyon yayınlarına göre, internet yayınlarında birtakım esneklikler sağlanabilmelidir. Burada dikkat edilmesi gereken ise etkili bir ebeveyn denetimini zorunlu hale getirecek uygulamaların geliştirilmesidir. Böyle bir çaba, internetin özgürlükçü yapısı ile denetim mekanizması arasında bir denge kurabilecektir.

Kaynakça

- 4207 sayılı “Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi Ve Kontrolü Hakkında Kanun”, www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4207-20130524.pdf, 07.11.1996, Değişiklik: 31.01.2008, (Erişim Tarihi: 30 Ocak 2019).
- 5651 Sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun”, 04.05.2007, www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5651.pdf, (Erişim Tarihi: 15 Kasım 2018).
- 6112 sayılı “Radyo Ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun”, www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6112.pdf, 15.02.2011 (Erişim Tarihi: 30 Ocak 2019).
- Akyol, O. (2006). “İnternet Üzerinden Televizyon Yayıncılığı ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme”, İstanbul Üniversitesi İİSEF Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Akyol, O. (2012). “Gelişen Televizyon Yayın Teknolojileri Ve Etkileşimli Yayıncılık Uygulamaları”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo TV Sinema Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- Akyürek, F., Orhon (2006). Dizi Senaryosu Yazmak, Mediacat, İstanbul.
- Balcı, A. (2004). Sosyal Bilimlerde Araştırma, Pegem A Yayınları, Ankara.
- Berger, A.A. (1993). Medya Çözümleme Teknikleri.
- Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler Ve Örnekler Çalışmalar, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- btk.gov.tr, Türkiye’de İnternet Hukuku, 29.11.2016, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, internet.btk.gov.tr/turkiye-de-internet-hukuku-detay-71.html, (Erişim Tarihi: 15 Kasım 2018).
- Cantekinler, M. K., Bolat, A., Çetin, T., Güçlü, T., Çaycı, A. D., Yılmaz, R. (2008). IP Tabanlı Hizmetler: VoIP ve IPTV. Telekomünikasyon Kurumu, Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı, Haziran, Ankara.
- Çomu, T., Halaiqa, İ. (2015). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi, Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri, ss.26-87, Der: Mutlu Binark, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Demirkıran, C. (2010). Geleneksel Televizyonun Sanal Modeli Olarak Web TV ve Livestream Portalında TV Yönetimi. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Aralık, sayı:14, ss.73-86.
- destek.blutv.com.tr, (Erişim Tarihi: 26 Ocak 2019).
- Ewing, J. : Market Research Highlights Netflix's Continued Dominance Of The SVOD Market, 10.12.2008, www.forbes.com/sites/jeffewing/2018/12/10/netflix-continues-svod-market-dominance/#78ce8f942ea6, (Erişim Tarihi:15 Ocak 2019).
- Feilitzen, von C. (2004). Young People, Soap Operas and Reality TV: Perspectives on Media Literacy and Media Regulations, Ed: Cecilia von Feilitzen, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media Nordicom, Göteborg.
- Güngör, M., Evren, G. (2002). İnternet Sektörü ve Türkiye İncelemeleri, T.C. Telekomünikasyon Kurumu Tarifeler Dairesi Başkanlığı, Ankara, 13 Mayıs 2002.



- Güven, A. (2017). Bir İnternet Dizisi Değerlendirmesi: Sıfır Bir’de Şiddet ve Gerçeklik, Marmara İletişim Dergisi, Aralık, Sayı: 28, ss.149-152.
- Kalsın, B. (2014). “Dünyada ve Türkiye’de İnternet Yasası Düzenlemeleri: 5651 Sayılı Yasadaki Son Değişikliklere Bakış”, Yeni Medya Üzerine Vol:2, ss.185-211. Ed: Müge Demir, Literatürk, Konya.
- Kandemir, C. (2013). IPTV Yayıncılığının Sorunları ve Geleceği: Sektörün Aktörleriyle Derinlemesine Mülakatlar, Derin Yayınları, İstanbul.
- Kaplan, Y. (1992). Televizyon, Çev: Gökçen Kaplan, Ağaç Yayıncılık, İstanbul.
- Kılınç, D. (2010). “Türk hukukunda ve mukayeseli hukukta internet sitelerine erişimin engellenmesi ve ifade hürriyeti”, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. XIV, 407-454.
- Kuburlu, Ceyhan: BluTV dönemi başladı, 17.02.2016, www.hurriyet.com.tr/ekonomi/blutv-donemi-basladi-40056855, (Erişim Tarihi: 26 Ocak 2019).
- McLuhan, M. (2014). Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu, Çev. Gül Çağalı Güven, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- McLuhan, M., Powers, R. B. (2001). Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler, Çev: Bahar Öcal Düzgören, Scala Yay., İstanbul.
- media.netflix.com/en/about-netflix, (Erişim Tarihi: 15 Ocak 2019).
- Mutlu, E. (2008). Televizyonu Anlamak, Ayraç Yayınları, Ankara.
- Özmen, S. (2014). Radyo Ve Televizyon Okumaları, Derin Yayınları, İstanbul.
- puhutv.com/yardim-merkezi, (Erişim Tarihi: 26 Ocak 2019)
- Pureplay OTT Operators, https://ebrary.net/105839/economics/pureplay_operators, (Erişim Tarihi: 23 Mayıs 2020).
- Radyo Ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6112.pdf>, (Erişim Tarihi: 30 Ocak 2019).
- Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/08/20190801-5.htm>, (Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2019).
- ranini.tv, MIP TV 2017: puhutv'nin ilk digital dizisi Fi, 3.5 milyon izlendi!, 03 Nisan 2017, www.ranini.tv/haber/23580/1/mip-tv-2017-puhutv-nin-ilk-digital-dizisi-fi-35-milyon-izlendi, (Erişim Tarihi: 18 Şubat 2018).
- rtuk.gov.tr, Görsel - İştisel Medyada Ticari İletişim Mevzuatı Ve Uygulamaları – RTÜK, 20 Ocak 2018, www.rtuk.gov.tr/duyurular/3788/5482/gorsel-istsel-medyada-ticari-iletisim-mevzuati-ve-uygulamalari.html, (Erişim Tarihi: 30 Ocak 2019).
- rtuk.gov.tr, RTÜK, 2018, Toplantı: 2018/52, Karar: 29, www.rtuk.gov.tr/ust-kurul-kararlari/6112-sayili-kanunun-8inci-maddesinin-birinci-fikrasinin-s-bendinin-ihlali-nedeniyle-kanunun-32nci-m/26545?KararKonusu=show%20tv, (Erişim Tarihi: 2 Şubat 2019).
- RTÜK, (2014b). Yayın İlkeleri Rehberi, RTÜK, Ankara.
- Sandvine, (2018). The Global Internet Phenomena Report - October 2018, Sandvine.
- Sarmaşık, J (2011). İnternet ve Hukuk, İletişim ve Teknoloji: Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar, ss.21-49. Ed: Zeliha Hepkon, Kırmızı Kedi Yayınevi, İstanbul.
- Spangler, T. : Netflix Eyeing Total of About 700 Original Series in 2018, 27.02.2018, variety.com/2018/digital/news/netflix-700-original-series-2018-1202711940/, (Erişim Tarihi: 10 Ocak 2019).



- Sujata, J., Sohag, S., Tanu, D., Chintan, D., Shubham, P., Sumit G. (2015). Impact of Over the Top (OTT) Services on Telecom Service Providers, *Indian Journal of Science and Technology*, Vol 8(S4), 145–160.
- Tekinalp, Ş. (2011). *Camera Obsura'dan Synopticon'a Karşılaştırmalı Radyo Ve Televizyon*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Türkiye OTT'ye Isındı, Medya Dağıtım Servisleri Pazarında Teknolojik Dönüşüm Hızlanıyor, <https://www.twentify.com/tr/blog/turkiye-ottye-isindi-medya-dagitim-servisleri-pazarinda-teknolojik-donusum-hizlaniyor>, (Erişim Tarihi: 23 Mayıs 2020).
- Van Dijk, J. (2006). *The Network Society: Social Aspects of New Media*, 2nd Edition, Sage Publications, London.
- wikipedia.org, Wikipedia: “LilyHammer” maddesi, www.wikizero.biz/index.php?q=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvTGlseWhhbW1lcg, (Erişim Tarihi: 15 Ocak 2019).
- Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım Ve Sınıflandırmaları, RTÜK, 2014a, <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/Download/BilgiMerkezi/Program%20T%C3%BCrleri%20Kod%20Kitap%C3%A7%C4%B1%C4%9F%C4%B1.pdf?download=true>, (Erişim Tarihi: 23.05.2020)