

Küresel Televizyon Endüstrisinde Dizi Üretimlerinde Yaşanan Değişim: Bir NETFLIX Yapımı Olarak *Witcher* Örneği

Sedat ÖZEL*, Ömer KISAOĞLU**

Öz

Televizyon endüstrisinin karlı üretimlerinden olan diziler, televizyon ekonomisinin ihtiyaçları ile de uyumlu değişimler geçirmiştir. Bu değişimlerin sonucunun OTT (Over The Top) platformları ile gerçekleştiği düşünülmektedir. OTT platformlarının özellikleri ve izleyiciye sunduğu imkânlar, televizyon dizilerinin hem biçimsel hem de anlatı yapısında değişimler yaratmaktadır. Örneğin, uluslararası pazarda milyonlarca abonesi bulunan NETFLIX kendi üretimi olan dizilerde platformun kendisine özgü olan özelliklerini kullanarak dizilerin üretim ve dağıtım biçimini değiştirmektedir. Aynı zamanda, seçim yelpazesini geniş tutmak amacıyla kütüphanesindeki çeşitliliği güçlendirmek için özel lisans sözleşmeleri yapmaktadır. Söz konusu sözleşmelerde bölüm veya sezon sayısı gibi özellikleri önemsemeyen NETFLIX, uluslararası dolaşımın ana aktörü konumundaki ABD'de geleneksel sendikasyon kurallarında da değişimlere neden olmaktadır. Bu değişim aynı zamanda dizilerin ekonomik faktörler ile ilişkili anlatı yapılarını da etkilemektedir. Bu çalışma NETFLIX ile etkisi arttığı düşünülen bu değişimin neden ve sonuçlarına odaklanmaktadır. Elde edilen veriler eşliğinde NETFLIX orijinal dizisi *The Witcher* üzerinden analiz yapılmakta ve söz konusu değişimler ortaya konmaktadır.

Anahtar Kelimler: OTT, Televizyon Dizileri, İnternet, Karmaşık Anlatı, Netflix

The Change in TV Series Production in The Global Television Industry: *Witcher* Example as a NETFLIX Production

Abstract

TV series, which is one of the profitable productions of the television industry, has also undergone changes in line with the needs of the television economy. The last of these exchanges is thought to have occurred with OTT (Over The Top) platforms. The features of OTT platforms and the opportunities they offer to the audience create shifts in both the formal and narrative structure of television series. For example, NETFLIX, which has millions of subscribers in the international market, is changing the way series are produced and distributed using its own productions and platform features. It also holds



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 25.09.2020

Kabul/Accepted: 26.01.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.797552>

* Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Kocaeli, Türkiye, E-posta: sedatozel@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8280-1930>

** Arş. Gör., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Kocaeli, Türkiye, E-posta: omerkisaoglu@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9657-9592>

special licensing agreements to strengthen the variety in its library in order to keep its product line broad. NETFLIX does not care about features such as the number of episodes or seasons in these contracts. Besides, it is also causing changes in traditional syndication rules in the United States, the main actor in international circulation. This change also affects the narrative structures associated with the economic factors of the series. This study focuses on the causes and consequences of this change, which is thought to have increased in effect with NETFLIX. *The Witcher*, which is NETFLIX original series, is analyzed, based on the data obtained, and the changes in question are revealed.

Keywords: OTT, Television Drama Series, Internet, Complex Narrative, Netflix

Giriş

Televizyonun zaman bağımlı doğrusal akışına göre şekillenen bir içerik yapısı vardır. Bu içerik yapısı farklı türlerde yapımları içermekle birlikte birçok tür, televizyonun öncülleri olan radyo ve sinemadan hatta edebiyattan ve tiyatrodan televizyon diline uygun bir şekilde uyarlanmış ve geliştirilmiştir. Bununla birlikte yayın planı içinde zaman çizgisine ardı ardına eklenen farklı türlerden oluşan yapımlarla kesintisiz bir akışın oluşturulması ve maksimum izleyici dikkatinin toplanması amaçlanır. Sonuçta bir televizyon kanalı için izleyici, reklam verene satılan meta durumundadır ve izleyici sayısının ve dikkatinin fazlalığı kanalın reklam verenden talep ettiği fiyatı yükseltir.

Diziler, televizyon program türleri içinde önemli bir unsur olarak yayınlarda yer alan ve izleyici tarafından yoğun şekilde talep gören yapımlardır. Tecimsel yayıncılığın anavatanı ABD’de ilk olarak radyoda kendine yer bulan diziler, 1950’li yıllardan itibaren televizyonda yayınlanmaya başlamıştır. Yayın planı içine günlük ya da haftalık bölümler şeklinde yerleştirilmiş kendi içinde bir konu bütünlüğü olan televizyon filmleri olarak tanımlanan diziler, televizyon endüstrisinin önemli elementlerinden biridir.

Ana kategori altında farklı tiplere ayrılan diziler, endüstrinin ticari beklentilerine göre şekillenmiştir. Günlük, haftalık yayın periyodları dışında hikâyenin oluşturulması, anlatı biçimi, süresi gibi birçok değişken, ticari amaçlarla belirlenmiştir. Bölümler izleyicinin dikkatini yüksek tutmak amacıyla sarkık bırakılan sorularla birbirine bağlanır. Öte yandan uluslararası dizi sektörünün lider oyuncusu konumundaki ABD’de dizilerin gelirleri açısından önemli yeri bulunan sendikasyon¹ (dağıtım) sözleşmeleri, dizilerin yapısına ve bölüm sayısına etki etmektedir. Dizilerin gelişiminde anlatı yapısı görece daha karmaşık hale gelse de sendikasyonda rahatça yayınlamak için belirli bir yoğunlukta tutulur. Sendikasyonda iyi bir yer edinmek adına hikâyeler, belirli yapısal özellikleri gözetmek zorundadır.

Sonuçta anlatı yapısı dizilerin sanatsal yönünü ifade etmesine rağmen bu yapı, sektörün beklentileri altında şekillenen formüllere uygun olmaktadır. Bu aynı zamanda dizi anlatısının sinema anlatısından ayrılmasındaki majör faktörü oluşturmaktadır. Her ne kadar farklı gelişmeler (ABD’de kablolu yayıncılığın gelişimi, uydu üzerinden yayın yapan ücretli platformlar vs.) değişime zorlasa da sektörün geleneksel çizgileri bu değişimi yine kontrol altında tutar.

Öte yandan son yıllarda geniş bant internet ağlarının yayılması buna bağlı artan hizmet çeşitliliği yayıncılığın yerleşik mantığında bir anlamda statükonun kırılmasını da

¹ Sendikasyon, ağ dışı gösterim için birden fazla pazara sunulan televizyon programlarının satışı veya dağıtımını ifade etmektedir (Friedman, 2000, s. 595).

beraberinde getirmiştir. Ücretli ve ücretsiz video içerik kütüphaneleri üzerinden sunulan video akışları, internet kullanıcıları tarafından her geçen zaman biraz daha ilgi gördükçe izleme alışkanlıkları ve üretim biçimlerinde de değişimler birbiriyle ilişkili bir şekilde ortaya çıkmıştır. NETFLIX, Hulu, Amazon Prime, Apple TV gibi farklı OTT platformları etrafında şekillenen yeni içerik dağıtım yolları ve buna bağlı olarak izleyicilerin değişen taleplerinin, dizilerin geleneksel üretim-anlatı kodlarını yeniden şekillendirdiği düşünülmektedir. Çalışma bu varsayımdan hareketle dizilerin geleneksel üretim kodlarını ve yaygınlaşan OTT hizmetleri ile bu kodlardaki olası değişiklikleri tespit etmeyi amaçlamaktadır.

Televizyon içeriği üretim ve tüketim biçimleri üzerine yapılan çalışmalar farklı konu başlıklarında geniş bir yelpazeye yayılmakla birlikte son yıllarda teknolojiye bağlı dağıtım biçimlerindeki çeşitlenmenin üretim ve tüketim ekseninde yarattığı majör değişimler ile ilişkili çalışmaların sınırlı sayıda ve yeni olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın kısıtlı bir örneklem üzerinden hareketle de olsa bu değişime ilişkin tartışmalara katkı sağlaması umulmaktadır.

Yöntem

Televizyon dizilerindeki geleneksel üretim kodlarının OTT hizmetlerinde geçirdiği değişimleri ortaya koyma amacıyla OTT hizmetlerinde küresel bir lider konumunda olan NETFLIX örneğinden hareket edilmekte ve televizyon dizilerindeki majör değişimler incelenmektedir. Bu değişimin nasıl gerçekleştiğini anlamak bağlamında geleneksel dizi üretim sürecinin biçimsel özelliklerini belirlemek çalışmanın ilk fazını oluşturmaktadır. Bu nedenle literatürde konu üzerine yapılan tartışmalar incelenmiştir. Öte yandan, mali büyüklüğü ve ana akım hakimiyeti nedeniyle küresel yapım standartlarına da etki eden ABD televizyon endüstrisi, doğal olarak tartışmaların odak noktasına oturmaktadır. ABD menşeli bir yayıncı kuruluş olan NETFLIX de pazarlama faaliyetlerinde küresel kararlarını, iç piyasadaki tepkilerden ve elde ettiği verilere dayanarak belirlemektedir. Çalışmanın ikinci kısmında ise üretim sürecinde var olduğu düşünülen değişimler irdelenmiştir. Son olarak elde edilen bu bulgular bağlamında bir örnek yapım, hikâye-olay örgüsü ve diğer yapısal özellikleri bağlamında incelemeye tabi tutulmuştur. Söz konusu inceleme kapsamında:

- Dizinin ana hikâye örgüsü ve karmaşık yapısı,
- Dizinin, karmaşık anlatı yapısı bağlamında, doğrusal olmayan zaman akışı,
- Hikâye kapsamında karakterlerin eylem çizgileri ve karmaşık kronolojik yapıdaki zaman aralıkları,
- Sezonda bulunan bölümlerin eylem yapısı,
- Dizinin üretim biçimi özellikleri kapsamında sezonluk bölüm sayıları ve bölümlerin süreleri ortaya konacaktır.

Literatür Taraması

Televizyon Dramalarının Yapısı ve Endüstriyel Talepler

Televizyon endüstrisinin üretim biçimi esas olarak öyküleme, öykü anlatma ve çeşitli anlatı öğelerini bir bütünlük içinde kurgulamaya dayanır (Mutlu, 1995). Bu televizyon üretim sürecinin dolayısıyla yayın sürecinin temel kurallara bağlı olmasını gerektirir. Sonuçta televizyonda tek bir anlatı yoktur ve farklı konuların ele alındığı, bu konuların çeşitli tekniklerle işlendiği, izleyicilere sunulduğu karmaşık yapılanma içinde televizyon içerikleri, belli kurallara göre kategorik bir sınıflandırmaya tabi tutulmuş şekilde izleyiciye ulaştırılır (Özel, 2019).

Televizyon dizileri de bu sınıflandırmada karşımıza çıkan kategorilerden biridir. Öte yandan dizi kavramı, sektörel olarak yerleşmiş bir terim olduğu için, kapsayıcı bir ifade olarak televizyon dramalarını ifade eder. Bununla birlikte Çöteli (2016) anlatı yapısı bağlamında türün genel tanımından daha detaylı bir ayrıma gider. Aynı ana karakterler ile bazen sürekli bir mekân ortak paydası içinde ama birbirinden farklı olay dizilerinden oluşan dramatik anlatılar bütünü dizi olarak tanımlanırken, seriyaller bir ana hikâye ve onun etrafında her bölümde sonlanan yan hikâyelerden oluşan dramalardır. Seriyaller yıllarca sürecek bir devamlılık içerir ve tek tek bölümlerde kesintisiz bir genel öykünün anlatımı, bu her bölümde en heyecanlı yerde kesilerek bir sonraki bölüme anlatımın aktarılmasına dayanır. Dizilerde ise karakter sayısı azdır, sonu yoktur ve olay örgüleri karmaşıktır, sürekli ve çizgisel bir zaman anlayışı vardır, karakterlerde hafıza ve tarih yoktur. Anlatı olaylarında ise her bölüm bağımsız olduğundan belli bir sırada izlenmesine gerek yoktur (Çöteli, 2016, s. 125).

Televizyon yayıncılığın güçlü bir şekilde geliştiği ABD'de televizyon kuruluşlarının radyodan transfer ettiği içeriklerden olan diziler, ilk olarak gündüz kuşağında günlük olarak yayınlanmıştır. Televizyonun altın çağı olarak tanımlanan 1947 ile 1960 arası dönemde Broadway kökenli senaristlerce edebiyat uyarlamaları ve büyük prodüksiyonlar tiyatral bir dilde televizyon ekranlarına taşınmıştır (Tüzün Ateşalp, 2016, s. 16). Her ne kadar o yıllarda hedef, kar etmenin ötesinde prestijli yapımlar ile izleyici ilgisini çekmek olsa da 1970'li yıllarda prime time'a giren diziler yeni bir dönemin de habercisi olmuştur.

Prime time dizileri, *Dallas*'ın (CBS, 1978-91) reyting başarısı, *Hill Street Blues*'a (NBC, 1981-87) yapılan övgüler ve verilen ödüllerin² ardından 1980'lerde Amerikan televizyon yayıncılığının önemli bir formatı haline geldi (Newman, 2006, s. 16). Diziler program planlayıcıları için hem haftalarca doldurulabilecek bir zaman aralığı hem de anlatıdaki süreklilik öğeleri ile mevcut istasyon veya kanala bağlılığı teşvik etme avantajına sahiptir (Williams, 2003, s. 50). 20.00/20.30/21.00 gibi prime time bloklarında çoğunlukla dizilere yer verilmiş ve diziler saat bloklarına uygun oluşturulmuştur. Genel olarak, sitcom'lar yarım saatlik, çeşitli türlerde dramalar ise saatlik formattadır. Yayın bloklarında reklamlarla uyum sağlayacak şekilde yarım saatlik formatta 22-24 dakikalık, saatlik formatta 47 dakikalık bir gösterim süresi bulunmakta ve bölümler heyecanlı yerlerde sonlanmaktadır (Thompson, 2003, s. 39-41). Sonuçta bu türe ait yapımlar tecimsel yayıncılıkta izleyiciyi eğlendirmek ve bağımlı hale getirerek yüksek kar elde etmek amacıyla hazırlanmaktadır.

William (2003, s. 74-78), akış teorisinde dizilerin anlatı yapısının reklam aralarına göre şekillendiğine vurgu yapmaktadır. Sonuçta akış, izleyiciyi etkileme ve izleyici eylemlerini kontrol edebilmek amacıyla oluşturulmuş bir sistematiğe işaret eder. Williams'a göre akış belki de yayıncılığın belirleyici özelliğidir. Ayrıca, akış üzerinden izlenen şeye kültürel bağlamda spesifik ve endüstriyel olarak stratejik bir şekil ya da süreklilik hissi vermek amaçlanmaktadır (Moe, 2005, s. 775). Akış ve reklamların müdahale ettiği dizilerin anlatı yapısı temelde sinema filmleri anlatısından ayrılmaktadır. Reklam verenlere en büyük kitleyi sunmanın ticari bir zorunluluk olması, dizilerin anlatı yapısının da bu endüstriyel durumun bir ürünü olmasını getirmektedir. Bu nedenle dizilerin standart yapısı her birisi reklam arası ile takip edilen kabaca eşit uzunluktaki dört eylem halindedir (Newman, 2006, s. 21). Thompson'a (2003, s. 53) göre ise bölümlerin bazıları 3 bazıları 4 eylem içermektedir ve söz konusu yapı yükselen ve düşen eylemlere izin vermekte bir bütün olarak yayınlansa bile diziler bu yapıya uyum

² *Hill Street Blues* ilk sezon reytingleri sıkıntılı olmasına rağmen, rekor kırarak sekiz Emmy kazanmıştır (Fennis, 2016: 9).

sağlamaktadır. Sonuçta, popüler televizyon türlerinde, en bilinen anlatılar, denge ve dengesizlikten yeni bir dengeye hareket olarak yapılandırılır. Yani başlangıçta bir durum bozulur ve yeni bir denge kurulana kadar genellikle bozulmanın sebebi olan sorunların ya da karışıklığın çözümü ekseninde, dram ya da mizah ortaya çıkar (Özel, 2019, s. 35).

Öte yandan HBO gibi abonelik temelli sektör oyuncularının 1990'lı yıllarda yayılmaya başlaması ve etkinliğini artırması dramaların estetik ve sanatsal yönüne doğru pozitif bir etki olarak görülse de *The Sopranos* (1999-2007) gibi bir dramının da eylem süreleri açısından geleneksel formülü takip ettiği tespit edilmiştir. (Thompson, 2003, s. 54).

Bölüm	Eylem 1	Eylem 2	Eylem 3	Eylem 4
1	11:42	14:50	17:26	13:26
2	16:56	12:21	17:49	
3	14:24	14:01	11:52	
4	15:17	16:30	18:36	
5	11:32	15:00	12:10	15:12
6	13:08	13:15	12:30	8:16
7	15:34	19:19	13:30	
8	14:31	13:58	17:44	

Tablo 16. *The Sopranos* bölümlerindeki eylemlerin süreleri (Thompson, 2003, s. 54)

Dizilerdeki anlatı, bölüm içerisindeki eylem yapısıyla birlikte sezon içerisinde de şekillenmektedir. Birkaç bölüm üzerindeki örgüyü amaçlayan eylemler biraz daha yavaş hareket eder ve uzun vadeli olaylar dizisinin her yüzeyine sadece küçük bir bilgi ekler (Thompson, 2003, s. 63). Bununla birlikte, prime time dizileri diğer program biçimlerinden ayıran, karaktere yapılan yatırımdır bu olayların uzun süre boyunca yenilikçi bir şekilde ilerlemesine olanak sağlar (Newman, 2006, s. 23). Televizyondaki olay dizisi, karakterler tarafından üretilen, bu karakterlerin özellikleri ve hedefleri tarafından desteklenen nedenler ve etkilere dayalı güçlü eylem zincirlerine bağlıdır (Thompson, 2003, s. 37). Üzerine yatırım yapılan karakterler seyircide de tanıdıklık hissinin oluşmasına imkân tanır. Karakterler diziyeye bağlılığı en iyi sağlayan araçtır, karakterler örgüyü, olaylar dizisi ise hikâyeyi oluşturur. Örgü, karakterin A'dan B'ye C'ye ve D'den E olaylarına olan yolculuğudur (Newman, 2006, s. 23).

Hikâyenin yavaş yavaş gelişimi, izleyicileri buna ilgi duymaya teşvik eder ve geliştikçe hikâyeye anlatıcısı bu ilgiyi yoğunlaştırmaya çalışır. Böylece televizyonun en temel estetik ve ekonomik hedefinde olan izleyicinin dikkati çekilir. Belirli bir bölümün ana olaylarının sonucunu belirleyen odaklanmış sorular ertelenebilir ve bir sonraki bölümün başında derhal cevaplanabilir (Newman, 2006, s. 20). Kahramanın bölümler arasındaki yolculuğu soru ve cevaplarla birbirine bağlanır ve böylece olay örgüsü kurulur. Oluşturulan problemler bölüm içerisinde çözüme ulaşır, izleyicinin dikkatini daha çok çekecek odaklanmış sorular, bölümleri birbirine bağlayarak sezon içerisindeki hikâyeye yapısını oluşturur.

Televizyon anlatısında karakterlerin veya hikâyenin geçmişine dönülmesi sıklıkla kullanılmaktadır. Dizilerde hikâyeye anlatımının tekrarlanması, seyrek olarak izleyen, yeterince dikkatli izlemeyen, bazı nedenlerle bölümün bir kısmını kaçıran izleyiciler için anlatıyı kolayca anlaşılır hale getirmenin ticari bir işlevidir (Newman, 2006, s. 19). Kanalı her an açabilecek izleyiciler nedeniyle televizyon dizileri sadece başta değil bölümün ortasında da önceki eylemleri özetlemek veya hatırlatmak için zaman harcar. Bu nedenle, bir televizyon dizisi senaryo yazarı, herhangi bir zamanda izleyicinin geçmiş olaylar hakkında bilgiye ihtiyaç duyabileceğini varsaymalıdır (Thompson, 2003, s. 37-64).

Televizyon yayın gelirleri açısından ABD, birçok ülkeye göre oldukça yüksek gelirlerin olduğu bir ülkedir (Statista İnternet Sitesi verilerine göre 2018 yılında ABD yayıncılık piyasası gelirleri 68 Milyar Doları geçmiştir³). Program ihracatçısı olarak ABD'nin hâkimiyeti, televizyon programcılığındaki uluslararası ticaret hakkındaki çalışmalarda göze çarpmaktadır (Waterman, 1988, s. 142). ABD dizi ihracatının oluşturduğu hâkimiyet bu alanda öncü olmasına yol açmakta ve uluslararası alandaki dizi üretim ve dağıtım yapısını da etkilemektedir. Öte yandan başarılı ABD dizilerine bakıldığında ilk gösterim, sendikasyon (dağıtım), ihracat gibi pazarlarda tek başına üretim maliyetleri karşılanamamaktadır ama bu gelirler bir araya geldiği zaman televizyon dizileri kar edebilir duruma gelmektedir. Yayıncılar, uzun soluklu ABD dizilerini, program geliştirme maliyetlerini düşürmesi nedeniyle, ilgi çekici bulur (Hoskins & Mirus, 1988, s. 508-510). Üreticiler ve yayıncılar için daha karlı olan bu ticari durum nedeniyle, ABD dizilerinin sendikasyona (dağıtım) girme gerekliliği yükselir. Yayın akışını doldurmak zorunda olan yayıncılar da doğal olarak dizilere doğru bir yönelim içindedir.

ABD'de dizilerin anlatı yapısını şekillendiren ticari durumlardan birisi de sezonun bölümlere ayrılmasıdır. Yayın sezonu tanımlanabilir dilimlere ayrılabilir: sonbahar açılış dönemi (Eylül-Ekim), sonbahar reyting ölçüm dönemi (sweep period) (Kasım), tatilde tekrar bölümler dönemi (Aralık-Ocak), kış reyting ölçüm dönemi (Şubat), başka bir tekrar bölümler dönemi (Mart-Nisan) ve bahar reyting ölçüm dönemi/sezon finalleri (Mayıs) (Newman, 2006, s. 24). Reyting ölçüm dönemi Nielsen'in ABD'de her yıl kasım, şubat, mayıs ve temmuz aylarında ülke çapında hanelerden 2 milyon televizyon günlüğünü topladığı zamanlardır (Nielsen, 2019). Çoğu dizi sezon başına yaklaşık yirmi dört bölüm olarak planlanır ve ülke çapında yayın yapan ulusal televizyon kanalları, dizilerinin Nielsen ölçümlerinde yüksek reyting alması ve buna göre reklam ücretlerinin ayarlanması için yeni bölümleri reyting ölçüm dönemi için muhafaza eder. Çünkü yeni bölümlerin bir diziyeye olan ilgiyi koruyacağı ve artıracığı düşünülür (Newman, 2006, s. 24). Şekil 1'de, 24 dizisinin 2001-2002 sezonundaki yayın takviminde reyting ölçüm dönemlerinde sürekli yeni bölüm yayınladığı ancak bunun dışında takvimde boşluklar olduğu görülmektedir. Ticari amaçlarla üretilen diziler bu dönemlerde hikâyeyi yoğunlaştırarak detaylı reyting ölçümleriyle reklam verenlere somut durumlar sunabilmektedir.

KASIM 2001

P	S	Ç	P	C	C	P
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

ARALIK 2001

P	S	Ç	P	C	C	P
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

OCAK 2002

P	S	Ç	P	C	C	P
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ŞUBAT 2002

P	S	Ç	P	C	C	P
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

MART 2002

P	S	Ç	P	C	C	P
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

NİSAN 2002

P	S	Ç	P	C	C	P
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

³ https://www.statista.com/topics/977/television/#dossierSummary_chapter5

MAYIS 2002

P	S	Ç	P	C	C	P
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Şekil 3. 24 dizisi 2001-02 sezonu yayın takvimi

Reyting ölçüm dönemlerine verilen önemden dizilerin anlatı yapısı da etkilenmektedir. Bölümler anlatıda güçlü eylemlere doğru ilerlerken, sezon reyting ölçüm dönemlerine doğru gelişir. Seyircinin dikkatini en yüksek oranda toplamak için hikâyenin içerisinde oluşturulan güçlü düğümlerin reyting ölçüm dönemlerine denk getirilmesi gerekmektedir. Televizyon ağlarının ticari kaygıları anlatı yapısını şekillendirmekte aynı zamanda da sınırlandırmaktadır. Bölümlerin yapısındaki 3 veya 4 eyleme dayanan sistem gibi sezonun akışında da reyting ölçüm dönemlerine göre 3 veya 4 güçlü eylem örgüsü kullanılmaktadır. Senaryo yazarları sezonluk yayın akışının yapısına uygun şekilde sezonluk eylem örgüsünü oluşturmaktadır.

Prime time dizilere verilen önemin artmasıyla çok katmanlı hikâye dizisi gelişmiştir (Thompson, 2003, s. 58). Birden çok hikâye akışının iç içe geçtiği ve bölümler arası ilerlediği bir anlatı biçimi için çok katmanlı bir hikâye çizgisi oluşturulmaktadır. Özellikle 90'larda HBO dizilerinin üretimiyle çok katmanlı hikâye çizgileri önem kazanmıştır. Katmanlı hikâyeler ve karmaşık anlatı izleyicinin bu karma hikâye anlatım biçimini kavramak için daha aktif ve özenli olmasını gerektirmektedir, çünkü üreticiler bu serilerde farklı yenilikçi anlatım araçları (örneğin karışık kronoloji) kullanmaktadır (Fennis, 2016, s. 6). Ancak hikâyenin karmaşıklaşması belirli bir seviyede kalmak durumundadır. ABD'de prime time dizilerin kar elde etmek amacıyla ulusal televizyon kanalları dışında yayınlanmak için sendikasyon sözleşmelerine bağlı olması, hikâyenin karmaşıklaşması veya yoğunlaştırılması için engel oluşturmaktadır. Newman'a (2006, s. 20) göre prime time dizi prodüktörleri programlarının daha fazla gelir için çok defa yeniden yayınlanmasını isterler. Endüstrinin geleneksel deneyimlerine göre, dizilerde yoğun hikâye anlatımı, tekrar yayınlarda izleyicileri çekme olasılığını azaltmaktadır. Bu sebeple anlatımın sendikasyon standartlarında olması ve oradaki seyircinin durumunun göz önünde bulundurulması istenir.

Sendikasyondan kar elde etmek diziler için uzun vadede önem kazanmakta bu nedenle dizilerin genel yapısını etkilemektedir. Dizilerin sendikasyon sözleşmelerine uygun olması için gereken özelliklerden bir diğeri de toplam bölüm sayılarıdır. Bir diziyi sağlam bir şekilde sendikasyona sokmak elde en az 90 ila 100 bölüm olmasına bağlıdır. Böylece haftalık komediler ve diziler yerel televizyon kanallarında ve kablo ağlarında günlük başlıca yayın haline gelebilmektedir (Adalian, 2015). Televizyon yayıncılığının erken dönemlerinde diziler 30 üstünde bölümden oluşmaktaydı. İlk büyük sitcom başarısı olan *I Love Lucy* (CBS, 1951-57) açılış sezonunda, Noel ve yılbaşı geceleri yeni bölümler de dahil olmak üzere, 35 bölüm sürmüştür. 1970'lerde ABD'de sektörel beklentiler gelişmeye başladığında (ve ulusal televizyon kanalları daha genç, daha seçici izleyicileri çekmeye odaklandıkça) çoğu program sezonda haftalık olarak yayınlanacak 22 ila 24 bölüme düştü (Adalian, 2015). Yayın sezonunda özel etkinlikler (Yılbaşı, Super Bowl gibi spor etkinlikleri, Oscar gecesi vb.) nedeniyle boşluklar oluşmakta ve özellikle reyting ölçüm dönemlerinde yeni bölümler yayınlanmaktaydı.

Bölüm sayılarındaki en büyük değişim, ABD'de yayıncılık endüstrisinde kablolu yayın şirketlerinin boy göstermesi ile yaşanmıştır. Aslında 1990'lı yıllar daha nitelikli işlerin çıkarıldığı ve Adalian'ın (2015) vurguladığı üzere senaryoların televizyonda

deneyimlenen formüllerin ötesine taşındığı yıllardır. HBO 1990'lı yılların ikinci yarısı ve 2000'li yılların ilk zamanlarında dikkat çekici diziler üretmiştir. Bunların büyük kısmı sezonda 13 bölüm olarak sektörün teamüllerinden farklı bir çizgi taşımaktadır. HBO'nun bu dönemde ürettiği *The Sopranos*, *The Wire* (HBO, 2002-08), *Six Feet Under* (HBO, 2001-05) gibi diziler de genellikle sezonda 13 bölüm yayınlamıştır. Ama yine de sendikasyona dahil olmak önemlidir. Bu da sezonda 13 bölüm üretilen dizilerin toplam sezon sayısını etkilemiştir. 22 bölüm üzerinden 4 sezonda sendikasyon sınırına ulaşılabilirken, 13 bölümlük partiler ile 7 sezon sendikasyon sınırına ulaşmak anlamına gelmektedir (Adalian, 2015). Bununla birlikte dizinin tamamının gerekli bölüm sayısına ulaşmasındaki zorunluluk hikâye olay örgüsünün de bu yapıyı destekleyecek şekilde kurulmasını zorunlu kılmaktadır.

Kompleks Anlatı ve Değişen Televizyon Dizileri

Geleneksel yayıncılığın gerekleri ile şekillenen televizyon dramalarında sezon ve süre hikâyenin ana belirleyicisi olarak ön plana çıkmaktadır. Aslında televizyon yayıncılığında denenmiş ve başarıya ulaşmış formüllerin tercih edilmesi risklerin en aza indirilmesi ve karlılığın korunması bağlamında mantıklı bir reflekstir. Öte yandan farklı iletim yöntemlerinin ortaya çıkması ile farklı teamüllerin önü açılmıştır.

Kablo ve uydu üzerinden gelişen ve internete doğru genişleyen platform yayıncılığı, günümüzde geleneksel televizyondan en temelde akış mantığı ile ayrılır. Geleneksel televizyonda dolduracak bir zaman akışının olmasına karşın özellikle yeni medya ortamlarında boy gösteren platformların bir zaman akışı baskısı yoktur. Öte yandan ABD'de oldukça revaçta olan kablolu yayıncıların, yayın sezonları için bir endişe taşımamaları dolayısıyla bölüm sayılarında da değişiklik yapmalarına olanak sağlamaktadır. AMC ve Sundance TV'nin başkanı ve genel müdürü Charlie Collier, "Kablolu yayıncılık, reyting ölçüm dönemlerine bağlı geleneksel yayın modelini tercih eden diğer yayıncılarla aynı tempoda rekabet etmiyordu. Serinin uzunluğu, programınızı geliştirebileceği rekabetçi bir ortama koymaya bağlıydı. Uzunluk ne olursa olsun, hikâye anlatımımızla öne çıkabileceğimiz pencereyi arayacağız" derken bu değişime vurgu yapmaktadır (Adalian, 2015). 1998'de *Oz* dizisinin yaratıcısı Tom Fontana, kablolu yayıncılığın yaratıcılık için daha fazla özgürlük tanıdığını ve kablolu yayıncılıkta bölümün, anlatmak istediğiniz hikâyeye uygun uzunlukta ve ritimde yapılabileceğini söylemektedir (Meisler, 1998).

Geleneksel yayıncılar için, eylül ve mayıs ayları arasındaki dokuz aylık sezonu doldurmak ancak çokça bölüm ile mümkündür (Adalian, 2015). 1990'ların dikkat çekici gençlik dizisi *Buffy Vampire Slayer* (The WB Television Network 1997-01, UPN, 2001-03), 2000'lerin ilk on yıllık dilimine damga vuran *24* (Fox Network, 2001-10) dizileri gibi birçok örnek, bölüm sayılarında 22 ve üstü bölüm sayısı talebine cevap vermiştir. Ancak 90'ların sonu 2000'lerin başında etkisini artıran kablolu yayıncılar, az önce de ifade edildiği gibi 13 bölümlük sezon standardını benimsemiştir. Adalian'a (2015) göre 13 bölümün yıllık hafta sayısının dörtte biri olması, yıllık program planlamasını kolaylaştırmaktadır. Kablolu yayıncılıkta başı çeken HBO uzun yıllar boyunca dizilerinde bu standardı kullanmıştır.⁴

2010'lu yılların sonlarına doğru bölüm sayılarındaki yeni bir değişim yayıncılık sektöründe dikkat çekmektedir. Bunun öncüsü sayılabilecek AMC yapımı *Breaking Bad*'in (2008-13) ilk sezonu 7 bölüm olarak yayınlanmıştır. Ancak devam eden 3 sezon yine 13

⁴ HBO söz konusu yıllarda sezonda genelde 8 bölüm yayınlanan *Oz* (1997-2003) gibi istisnalarla birlikte, *The Sopranos* (1999-2007) (son sezonu hariç), *Six Feet Under* (2001-2005), *The Wire* (2002-2008) gibi önde gelen dizilerinde 12-13 bölüm sayısında yayınlanmıştır.

bölüm olarak yayınlanmıştır. Beşinci sezon 16 bölüm olarak çıkmış ancak iki parça halinde 2012 ve 2013 yıllarında yayınlanmıştır. 13'ten kısa bölüm sayısı ile yayınlanan ilk büyük yapımların HBO'nun *Game of Thrones* (2011-19) dizisi 6 sezon boyunca 10 bölüm olarak yayınlanmış, sonraki 2 sezonda ise 7 ve 6 bölüm çekilmiştir. Platform yayıncılığında 2013 yılında kendi üretimine başlayan NETFLIX, *House of Cards* (2013-18) (son sezonu hariç) ve *Orange is the New Black* (2013-19) dizilerini 13 bölüm olarak üretmiştir. Ancak ileriki dönemde *Stranger Things* (2016), *Mindhunter* (2017-) gibi hit dizilerinde 10 ve daha az bölüm sayısı vardır.

Bunun bir pazarlama stratejisi olduğuna dikkat çeken Adalian (2015), iddiasını Starz CEO'su Albrecht'in bölüm sayısına ilişkin açıklamalarına dayandırır. Albrecht'e göre bu paradan tasarruf etmenin ötesinde çeşitliliği sağlamak ile ilgilidir. 22 bölümlük bir dizi yerine 10 bölümlük iki dizi üretmek yayıncının elinde daha fazla program olması anlamına gelir. Bu durumda gelir yapısı abonelik temelli yayıncılar daha fazla çeşitlilik ile daha fazla aboneye erişim imkânına kavuşmaktadır. Belli bir zaman akışını doldurmaktan daha çok çeşitliliği gözeterek NETFLIX gibi içerik sunucuları, özel içerikler üretmenin yanında seçim skalasını genişletmek adına program toplamak için özel lisans sözleşmeleri yapmak durumundadır (Gimpel, 2015, s. 40). Bu noktada aslında akışın doldurulması zorunluluğu içerik çeşitliliğinin artırılması gerekliliği ile yer değiştirmektedir. Onlar için bir dizinin iki ya da yirmi iki bölüm olması değil farklı alt tarzlarda dramaları abonelerine ulaştırabilmek önemlidir.

Bölüm sayısındaki serbestleşmeyi ve azalmayı getiren bir diğer etken ise ağların, dizi stratejilerinde büyük film yıldızlarına yönelmesidir. Büyük filmlerde rol almayı tercih eden ve bu nedenle iki büyük proje arasında zaman kazanmak isteyen yıldızları projelerinde oynatabilmek adına platformlar bölüm sayılarını azaltmayı kabul etmiştir. Büyük bir yıldızla bir dramanın daha kısa gösterimini yapmak bu dizi hit haline gelirse buna değerlidir (Adalian, 2015).

Bölüm sayısı ve sürelerindeki kısıtların aşılmasına yönelik olarak Starz CEO'su Albrecht, harika bir hikâyeye anlatım ortamı oluşturduğunu, zaman baskısından uzakta sadece doğru hikâyeyi anlatmanın önem kazandığını dolayısıyla artık bir kalıba sığmak zorunda kalmadığını vurgulamıştır (Adalian, 2015). Benzer bir anlayışa NETFLIX içerik sorumlusu Ted Sarandos da sahiptir. Sarandos "Harika hikâyeye anlatıcılarına büyük tuvaler vermeyi seviyoruz, gerçekten yapmak istediği bir projeye ortaya çıkarmak için harika bir hikâyeye anlatıcısı istiyorum" demektedir (Martinson, 2015).

Farklılaşma çabası içerisinde olan platform yayıncıları, anlatıyı karmaşıklıklaştırma ve hikâyeyi yoğunlaştırma yolunu seçmektedir. Önde gelen platformların yöneticileri bu noktada dizilerin prodüktörlerini yüreklendirmekte ve karmaşık anlatıya sahip dizilerin üretimini desteklemektedir. Karmaşık anlatı, bir dizi seriyal tekniğini kullanır; her bölümün sonunda sabit bir durum dengesini sağlamak yerine, zaman içinde inşa edilen kümülatif bir anlatı olduğu varsayımıyla hareket eder (Mittell, 2015, s. 26). NETFLIX üretimi olan *House of Cards*'ın başrolü Kevin Spacey dizi hakkında "Zaman içinde kendilerini ortaya çıkaracak karmaşık karakterler ve vuku bulmak için alana ihtiyaç duyan ilişkilerle sofistike çok katmanlı bir hikaye oluşturuyorduk" demiştir (Smith, 2013). *Matrix*'e (2014, s. 130) göre NETFLIX, gençler için tercih edilen televizyon platformu olmanın ötesinde, karmaşık hikâyeler, zorlayıcı karakterler ve kitleleri bölümden bölüme sezondan sezona bağlamaya devam etmek için yeterli dizilerle orijinal içerik savaşlarını kazanırken sinematik olarak da ilgi çekici içerikler üretmektedir. Hikâyeye çizgilerinin iç içe geçerek anlatılması ve geleneksel epizodik anlatımın tersine bölümler arası akışla biriken hikâyeye biçimi uzun bir film olarak nitelenmektedir. Bu tanıma katılan Martins (2019, s. 82) *The OA* ve *Stranger Things* gibi örnekleri ile günden güne artan bu yeni tür uzun biçimli içeriğin NETFLIX platformuna özgü özellikler tarafından da desteklendiğini vurgulamaktadır. Tıkınarak izlemeye (binge watching) dönük yaklaşımı

ile NETFLIX, dizileri bölümler olarak değil sezonlar olarak düşünmekte 10 saatlik (*Marvel* NETFLIX serisi 13 saat) ve 8 saatlik zamanlama ile yeni bir anlatı biçimi oluşturma peşindedir. VanDerWerff (2015) tıklararak izlemenin, sinematik hikâye anlatımının temel birimini, bölümden (30-60 dakika) veya filminden (90-180 dakika) sezona, temel olarak yüzlerce dakikaya kadar sürebilen ve hikâye anlatıcılarının buna uyum sağlayarak giderek daha uzun hikâye anlattıklarını ileri sürmektedir. Bu anlayışla ilk sezonu yavaş olmakla eleştiri toplayan *Bloodline* (NETFLIX, 2015-17) hakkında Sarandos, *Bloodline*'in ilk bölümünün değil ilk sezonunun pilot olduğunu ifade etmiştir (VanDerWerff, 2015).

NETFLIX ara yüzünün kullanıcıya sağladığı bazı teknik imkanlar da tıklararak izlemeyi ve dolayısıyla izleyicinin dikkatinin daha uzun süre korunmasını, daha ayrıntılı bilgileri hatırlamasını, sonuçta daha karmaşık bir diziyi anlamasını desteklemektedir (Fokkema, 2016, s. 6). Örneğin NETFLIX'in bölümler arasında otomatik geçiş sağlaması izleme eyleminin kesintiye uğramasının önüne geçer. İçeriğin izleyicinin bıraktığı yerden otomatik olarak devam etmesi de zaman yönetimi noktasında izleyiciye kolaylık sağlar. Sonuçta NETFLIX ve Hulu gibi bir veri tabanı olduğunda ve izlemek istediğiniz şeyi istediğiniz zaman çekebildiğinizde uzunluk önemli değildir (Volpe, 2017). Bu tür kullanıcıya sağlanan kolaylıklar izleyicinin neyi ne zaman nerede izleyeceğini seçme özgürlüğünün yanında izlemeye ne kadar süre ayıracağını da belirleme imkânı sağlamaktadır.

ABD yayıncılığı bağlamında dizi süreleri, ağ televizyonları için ortalama 42 dakika, kablolu platformlarda ise sıklıkla 60 dakika civarındadır (Volpe, 2017). Öte yandan NETFLIX'in orijinal üretimi olan *House of Cards*'ın bölüm süreleri, 42 ile 60 dakika arasında değişmektedir. Dizinin senaristi Kennedy'ye göre bölüm başında bir saatlik biçim iyi bir sonuç vermektedir. 55-56 dakika arasında yapmak zorunda olmamak dolayısıyla yönetmenin belirli bir çalışma süresi standardına uyma mecburiyetini ortadan kaldırmakta ve sanatsal olarak en iyi kurgu seçimlerini yapmasına imkân vermektedir. Diğer yandan bütçe ve uygun planlama buna izin veriyorsa, NETFLIX kesinlikle daha uzun bölümlere açıktır (Volpe, 2017). NETFLIX'in orijinal üretimi olan ve IMDb'de⁵ en çok oylanan dizilerinden *Stranger Things* genel olarak 41-77 dakikalık geniş bir aralıkta değişken bölüm süreleriyle, *House of Cards* 42-60 dakika arasında bölüm süreleriyle, *Daredevil* ise 46-60 dakika arasında bölüm süreleriyle yayınlanmıştır.

Stranger Things (2016-)													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Sezon 1	47	55	51	49	52	46	41	54					
Sezon 2	48	56	51	46	58	51	45	47	62				
Sezon 3	50	50	49	52	51	59	55	77					
House of Cards (2013-18)													
Sezon 1	55	47	52	49	52	51	55	48	49	53	55	54	51
Sezon 2	50	49	51	48	50	52	48	48	49	52	54	48	60
Sezon 3	59	55	53	47	52	54	53	44	52	57	53	49	58
Sezon 4	49	42	54	43	47	47	52	47	46	57	52	46	55
Sezon 5	55	52	52	45	51	55	48	45	54	56	51	54	56
Sezon 6	53	53	53	53	59	57	57	55					

⁵ https://www.imdb.com/search/title/?companies=co0144901&sort=num_votes,desc

Daredevil (2015-18)													
Sezon 1	53	53	52	52	56	48	50	53	58	57	59	60	56
Sezon 2	48	50	48	60	56	56	56	54	59	52	55	52	58
Sezon 3	53	50	50	54	49	54	50	50	54	46	50	55	54

Tablo 17. NETFLIX'in popüler orijinal seriyal dizilerinden örnek bölüm süreleri

Aşlında tüm bu yeni teamüller ile NETFLIX'in kendi orijinal içeriğini üretirken, teknolojik ve estetik açıdan televizyonun ötesine geçerek televizyonun geleceği olmayı hedeflediği ileri sürülmektedir (Martins, 2019, s. 85). NETFLIX için tarihlere ve saatlere göre şekillenen bir yayın takvimi olmaması beraberinde içerik kataloğunu geliştirmek için daha esnek anlaşmaları getirmektedir. Bu anlaşmalar geleneksel televizyon kanallarının aksine bölüm sayısı ve süresini önemsemez dolayısıyla da ABD dizi endüstrisinde geçerli sendikasyon kurallarına karşı bir meydan okuma olarak görülebilir.

Bulgular

NETFLIX Etkisi'ne Betimleyici Bir Yaklaşım: *The Witcher*

Tüm bu gelişmeler sonucunda, dizilerin hikâye örgüleri ve anlatım biçimlerinin nasıl karmaşıklaştığını ortaya koyabilmek adına çalışmamız betimleyici bir yaklaşımla NETFLIX orijinal yapımlarından *The Witcher* dizisinin ilk sezonunu incelemektedir. İnceleme, ana hikâye örgüsünün nasıl kurulduğu, bölüm eylem planlarının oluşumu, karakterlerin gelişimi gibi anlatı yapısı ile bölüm sayı ve süreleri gibi teknik ölçütler üzerinden bu değişimi sınırlı da olsa görmeyi amaçlamaktadır.

The Witcher

The Witcher serisi, ilk olarak Polonyalı yazar Andrzej Sapkowski tarafından 1986'da Geralt'a odaklanan ve *Fantasyka* adlı dergide yayınlanan hikâyeyle başlamaktadır. Sonrasında Sapkowski 1990'ların başında öyküleri topladığı üç hikâye kitabını, ardından Geralt ve Ciri'ye odaklanan 5 kitaplık roman serisini yayınlamıştır. *Game of Thrones*'a benzer şekilde kitap serisi destansı savaşlar, efsanevi yaratıklar ve ilgi çekici siyasi olayları içermektedir (Hoolihan, 2019). Bu kitaplar 2001'de Lehçe bir fantastik filme, 2002'de Polonya'da televizyon dizisine uyarlanmıştır. Polonya'da üretilen film ve televizyon dizisi, Sapkowski'nin romanlarının en kötü temsilleri olarak kabul edilmiş ve oldukça kötü eleştiriler almıştır (Abad-Santos, 2020). *The Witcher* (CD Projekt & Atari, 2007), *The Witcher 2: Assassins of Kings* (CD Projekt, 2011), *The Witcher 3: Wild Hunt* (CD Projekt, 2015) rol yapmaya dayalı video oyunlarına uyarlanmış ve oyunlar milyonlarca kopya satmış, çeşitli ödüller kazanmıştır (Hoolihan, 2019). Son olarak seri Lauren Schmidt'in uyarlamasıyla NETFLIX tarafından dizi olarak üretilmiş ve 20 Aralık 2019'da ilk sezonu tek seferde yayınlanmıştır. Dizinin anlatı yapısının seyircinin anlamasını zorlaştıracak kadar karmaşık bir zaman akışında olması nedeniyle çalışmada örnek olarak incelenmektedir.

Dizinin Ana Hikâye Örgüsü

Dizinin ilk sezonu Geralt (Henry Cavill), Ciri (Freya Allan) ve Yennefer (Anya Chalotra) karakterlerine odaklanmakta, hikâye onların etrafında ilerlemektedir. Dizinin ilk sezonunda dikkat çekici özellik, çokça eleştiriye de maruz kalan, olayların kronolojik

sıralamasının karmaşıklığı olmuştur. Nitekim NETFLIX izleyicilerde oluşan kafa karışıklığı nedeniyle yayından 19 gün sonra Twitter hesabından karakterlerin zaman akışıyla ilgili paylaşım yapmıştır.⁶

Aslında NETFLIX dizileri için bu ilk örnek değildir. Kendi üretimi olan dizilerinde karmaşık anlatıları kullanmaya eğilimli olan platformun bir başka dizisi *Dark*'ta (2017-20) da karakterler arasındaki ilişkiler izleyicinin anlamasını zorlaştıracak kadar karmaşıktır. Karakterler arasındaki ilişkilerin anlaşılması adına hayran sitelerinde⁷, televizyon rehberlerinde⁸ karakterlerin aile ağaçları yayınlanmıştır. Bir zamanlar sübjektif anlatım veya karışık kronoloji gibi riskli olan yenilikçi araçlar şimdilerde neredeyse bir klişe haline gelecek kadar sıklıkla kullanılmaktadır (Mittell, 2015, s. 8).

The Witcher'ın anlatısındaki karmaşıklık ise eylemlerin kronolojik sıralamasında bulunmakta ve izleyiciler için anlaşılması güç olan bu eylem yapısıyla dizinin anlatı yapısı oluşmaktadır. Başkarakterlerin hikâyeleri, bölümler arasında zaman atlamalarıyla verilmekte ve bu hikâyeler iç içe geçerek ilerleme sağlanmaktadır. Dizinin senaristi Lauren Schmidt, birinci sezon ile ilgili *The Wrap*'e verdiği röportajda zamanda ileri geri giderek dört, beş veya altı zaman çizgisinde hikâyeyi geliştirmenin fazla olduğunu bilmelerine rağmen bunu kullandıklarını, ancak ikinci sezonu tek zaman çizgisinde kurgulayarak seyirciler için daha kolay anlaşılır hale getireceklerini söylemiştir (Maas, 2020).

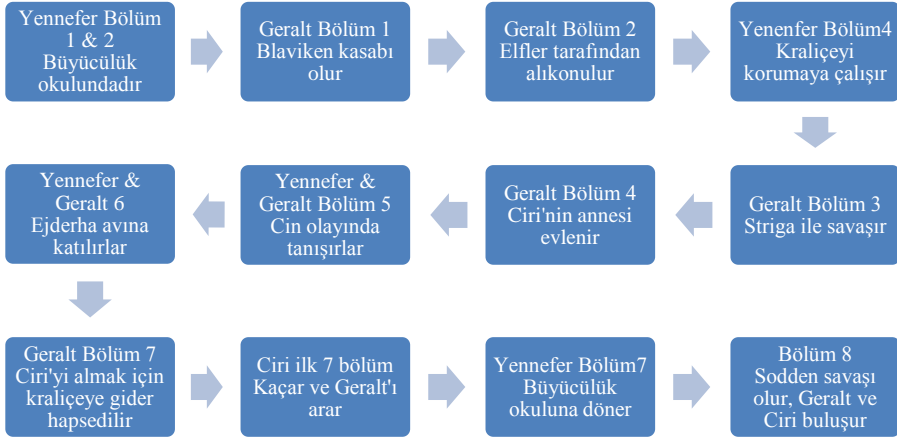
Dizinin çoklu zaman akışı, üç ana karakterin değişik uzunluklardaki hikâyelerinin (Ciri'nin hikâyesi 2 hafta, Yennefer'in hikâyesi 70 yıl, Geralt'ın hikâyesi 20 yıldan uzun bir süreci kapsamaktadır), farklı zaman dilimleri üzerinden verilmesi esasına dayanmaktadır. Öte yandan her bir karakterin hikâyesinin dizi boyunca bir diğeri ile kesiştiği birkaç nokta bulunmaktadır. Dizinin senaristi Schmidt'e göre zamansal atlamalı bu yapı, hikâyeyi keşfetmenin eğlenceli bir yoludur (Gennis, 2019). Üç karakter sadece sezon finalinde aynı zaman diliminde bulunmaktadır. Ancak kurgu sürecinde karakterlerin hikâyeleri sezon finaline kadar birbiriyle iç içe geçerek aktarılmaktadır. Konu bütünlüğünün anlaşılması için izleyiciden daha dikkatli bir izleme eylemi beklemektedir.

Sezon boyunca dizi ileri sıçramalar (flash-forward) ve geriye dönüşler (flash-back) ile ana hikâyeyi geliştirmektedir. Zaman sıçramalarının nasıl bölümlere yayıldığını anlayabilmek adına Şekil-2'deki döküm yapılmıştır.

⁶ <https://twitter.com/NXOnNetflix/status/1214620806933700608>

⁷ <https://www.purefandom.com/2019/06/20/dark-character-tree-how-everyone-connects/> (Forward, 2019)

⁸ <https://www.tvguide.com/news/features/dark-how-everything-connected-netflix/> (Thomas, 2020)



Şekil 4. *The Witcher* hikâyelerinin doğrusal sıralaması

Örneğin, NETFLIX'in yayınladığı zaman kılavuzuna göre dördüncü bölümde Yennefer'in hikâyesi 1240 yılında, Geralt'ın hikâyesi 1249 yılının sonrasında Ciri'nin annesinin evlilik töreninde ve Ciri'nin hikâyesi ise 1263 yılında bulunmaktadır. Bölüm boyunca söz konusu hikâyeler iç içe geçerek verilmekte sürekli zaman içerisinde ileriye ve geriye doğru atlamalarla anlatım karmaşıklaşmaktadır.

Geleneksel anlatı yapısında geriye dönüşler, haftadan haftaya yayınlanan dizilerde bölüm içerisinde sonradan izlemeye katılan izleyiciler için kolaylık sağlamak veya hâlihazırda diziyi takip eden izleyicilere hatırlatıcı olması amacıyla kullanılmaktadır. Ancak *The Witcher*'daki geriye dönüşler veya ileri sıçramalar karakterlerin yaşadığı olaylar arasındaki zaman farkları nedeniyle olmakta bir karakterin sekansından diğer karakterin sekansına geçerken zamanda sürekli atlamalar yaşanmaktadır. Nitekim Schmidt de bir röportajında "karakterlerin hayatlarını sadece geriye dönüşler ya da hatıralar olarak değil, gerçekten tecrübe ettikleri şekilde vermenin daha iyi olacağını düşündüm" demiştir (Turhan, 2019, s. 24). Bu, karakterlerin geçmişlerini, kendi eylem yapıları içinde izletme düşüncesidir -ki geleneksel hikâye örgüsünde mutlaka zaman sıçramasının ayırt ediciliği bağlamında bölüm, şimdiki zamanda kurgulanır. Buna en iyi örnek, karakter ve olay gelişimini geriye dönüşler ile geliştiren *Lost* (ABC, 2004-10) dizisidir.

Aslında sezon için "şimdiki zaman" birinci bölümde Nilfgaard'ın Cintra'yı düşürmesi ve sezon finalinde de bundan iki hafta sonra Nilfgaard'ın Sodden'a saldırması arasındaki dönemdir. Ancak sezon boyunca Geralt ve Yennefer karakterleri üzerinden hikâye gelişimi, Nilfgaard'ın ikinci saldırısına kadarki 7 bölümde seyirciye sunulmaktadır. Bölümler içerisinde eylem yapıları karakterlerin hikâyeleri olarak ilerlemekte ancak olayların geçtiği zamanlar Yennefer ve Geralt'ın birlikte geçtikleri beşinci ve altıncı bölüm dışında farklı zamanlarda geçmektedir.

Tüm sezon bölümlerinden çıkarılan kronolojik sıralama ve bölüm eşleştirmeleri tablosu (Tablo 3) üzerinden baktığımızda bölüm konuları ve hikâye gelişiminde dağınık zaman kullanımı açık bir şekilde görülmektedir.

Bölüm No	Kısa Özet	Karakter Ağırlığı	Karakter Zaman Aralığı
1	Geralt Renfri ile karşılaşır ve öldürür. Blaviken Kasabı ünvanını alır. Ciri saraydaki balodadır. Nilfgaard Cintra'ya saldırır ve Cintra düşer.	Geralt'ın hikayesi yaklaşık 30 dakika sürmektedir. Ciri'nin hikayesi 16 dakika sürmektedir.	Ciri'nin hikâyesi 1263 yılında geçer.
2	Geralt canavar avı sırasında elfler tarafından alıkonulur ve kurtulur. Yennefer Aretuza büyücülük okuluna satılır. Okuldaki büyücülük eğitimi alır. Ciri ormanda Dara ile karşılaşır.	Yennefer'in hikayesi yaklaşık 30 dakika sürmektedir. Geralt'ın hikayesi 13 dakika Ciri'nin hikayesi 12 dakika sürmektedir.	Yennefer'in hikâyesi 1210 yılında geçer. Ciri'nin hikâyesi 1263 yılında geçer.
3	Geralt Temerya'da başka bir Witcher'in yarım bıraktığı işi üstlenir ve Cintra ile savaşır. Yennefer okuldan mezun olmaktadır. Aedirn'de büyücü olarak dış görünümünü değiştirir. Ciri büyülü orman tarafından çağrılır.	Geralt'ın hikayesi 35 dakikanın üstünde sürmektedir. Yennefer'in hikayesi 20 dakikanın üstünde sürmektedir. Ciri'nin hikayesi 2 dakika sürmektedir.	Geralt'ın hikâyesi 1249 yılında geçer. Yennefer'in hikâyesi 1210'dan birkaç yıl sonrasında geçer. Ciri'nin hikâyesi 1263 yılında geçer.
4	Geralt Cintra'da baloya katılır. Ciri'nin annesi evlenir ve Ciri'nin babasının hayatını kurtardığı için sürpriz hakkı elde eder. Yennefer görevli olduğu üzere yanındaki kraliçeyi korumaya çalışmaktadır. Ciri büyülü ormana girer. Orada büyülü sudan içer.	Geralt'ın hikayesi 36 dakika sürmektedir. Yennefer'in hikayesi 10 dakika sürmektedir. Ciri'nin hikayesi 10 dakika sürmektedir.	Geralt'ın hikâyesi 1250lerde geçer. Yennefer'in hikâyesi mezun olduktan 30 yıl sonra 1240larda geçer. Ciri'nin hikâyesi 1263 yılında geçer.
5	Geralt'ın bulunduğu cin Jaskier'i tehlikeye atar ve kurtulması için büyücü ararken Yennefer'le tanışır. Yennefer valisini etkilediği şehirde yaşar. Geralt'ın bulunduğu cini tekrar çocuk sahibi olmak için kullanmaya çalışır.	Geralt'ın hikayesi Yennefer'le karşılaşmadan önce 12 dakika sürmektedir. Yennefer'in hikayesi Geralt'la karşılaşmadan önce 10 dakika sürer. Geralt ve Yennefer'in ortak kısmı 20 dakika sürmektedir. Ciri'nin hikayesi 6 dakika sürmektedir.	Geralt ve Yennefer'in hikâyesi 1250'lerde geçer. Ciri'nin hikâyesi 1263 yılında geçer.
6	Geralt ejderha avı için teklif alır ve avda Yennefer ile karşılaşır. Ciri sahte Mousesack tarafından Geralt'a götürülmek için kandırılır. Durumu fark edince kaçar.	Geralt'ın hikayesi Yennefer'le karşılaşmadan önce 3 dakika sürmekte Yennefer'le ortak kısımları 41 dakika sürmektedir.	Geralt ve Yennefer'in hikâyesi 1263'ten birkaç yıl önce geçer. Ciri'nin hikâyesi 1263 yılında geçer.

		Ciri'nin hikayesi 10 dakika sürmektedir.	
7	Geralt sürpriz hakkı karşılığında Ciri'yi koruma amacıyla almak ister. Yennefer Aretuza'ya döner ve Nilfgaard tehlikesine karşı teklif alır. Ciri Sodden yakınlarında bir pazardan at kaçıtır. Sonrasında kendi halkından insanlar kaçırmak için saldırır.	Geralt'ın hikayesi 17 dakika sürmektedir. Yennefer'in hikayesi 22 dakika sürmektedir. Ciri'nin hikayesi 5 dakika sürmektedir.	Geralt'ın hikâyesi 1263'te Cintra düştükten kısa zaman öncesinde geçer ve hapisteyken Cintra'ya saldırılır. Yennefer'in hikâyesi 1263'te Cintra düştükten kısa zaman sonrasında geçer. Ciri'nin hikâyesi 1263 yılında geçer.
8	Geralt canavarlar tarafından saldırıya uğrar ve bir tüccar tarafından kurtarılır. Yennefer Sodden Hill savaşındadır. Ciri bir kadın tarafından evine kabul edilir ve burada Geralt'la karşılaşır.	Geralt'ın hikayesi 11 dakika sürmektedir. Bölümün sonunda Ciri ile karşılaşmaları 3 dakika sürmektedir. Yennefer'in hikayesi 23 dakika sürmektedir. Ciri'nin hikayesi 6 dakika sürmektedir.	Bölümde karakterler 1263'te Cintra'nın düşüşünden iki hafta sonrasındadır.

Tablo 18. *The Witcher* kronolojik sıralama ve bölüm eşleştirmeleri

Hikâye örgüsünde katmanlı yapı ve çoklu zaman akışının getirdiği karmaşıklık izleyiciler için zorlayıcı olabilmektedir. Ancak NETFLIX'in bir sezonu tek seferde yayına verme üzerine kurulu yayın politikası, buna bağlı olarak kesintisiz izleyebilmek, bu izleme eylemi sırasında otomatik bölüm geçişi kaldığı yerden başlama, ileri ve geri sarma gibi konforlar dizinin anlatı yapısının oluşmasında da destekleyici konumdadır.

Dizinin Bölüm Eylem Yapıları

The Witcher dizisinde eylem yapısı geleneksel mantığa göre oluşturulmuş görünmekle birlikte anlatının eylem uzunluklarını belirlediği görülmektedir. Bölümler 3 eylemli bir yapıya göre ilerlemektedir. Karakterlerin hikâyeleri iç içe geçerek, karmaşık biçimde verilirken üç eylemli yapı üç karakterin hikâyesiyle sağlanmakta yan hikâyeler tamamlayıcı parçaları oluşturmaktadır.

Dizinin ana hikâye örgüsüne göre belirlenen eylem planlarının bölüm sürelerine göre dağılımı Tablo 4'te sunulmuştur. Üçüncü bölümde Geralt ve Yenneferin hikâyelerinin yükseldiği noktalarda dizinin kurgusu iki farklı mekân ve zamandaki olayı paralel biçimde kısa planlarla iç içe verilmektedir. Beşinci ve altıncı bölümde ise Geralt ve Yennefer ortak hikâyede bulunmaktadır. Sezon finalinde Geralt ve Ciri'nin savaş alanının yakınlarında başlarından geçenler ve sonunda bir araya gelmeleri izlenirken, Yennefer savaş alanındadır. Üç karakter aynı mekânda sezon boyunca bulunmamaktadır.

	Geralt	Yennefer	Ciri	Yan Hikayeler	Bölüm Süresi
Bölüm 1	32:38	-	16:19	13:04	01:01:04
Bölüm 2	13:21	31:28	12:11		01:00:56
Bölüm 3	34:09 04:58*	19:08 04:58*	02:01	03:20	01:07:02
Bölüm 4	36:34	10:13	09:41	02:10	01:02:10
Bölüm 5	11:56 19:57**	10:09 19:57**	06:28	07:30	00:59:08
Bölüm 6	03:30 40:44**	40:44**	10:17	01:55	00:59:34
Bölüm 7	17:00	21:54	05:10		00:47:22
Bölüm 8	11:03 02:57***	23:30	06:18 02:57***	01:22	00:59:13

* Geralt Yennefer paralel sahneler

** Geralt Yennefer ortak hikâye

*** Geralt Ciri ortak hikâye

Tablo 19. *The Witcher* bölümlerinde karakter eylem süreleri

Geleneksel anlatı yapısında hikâye gelişiminde bazı sorular açık bırakılır ve sonraki bölümde bu sorular cevaplanır. Merakın odaklandığı bir noktada bölüm kesilir ve sonraki bölümde bu noktadan devam edilerek bölüm merakı yanıt verecek şekilde başlar. *The Witcher*'da Ciri'nin hikâye çizgisi bu yapıya uygun biçimde sürmektedir. Ciri'nin üçüncü bölümün sonunda orman tarafından ismi söylenerek çağrıldığını görürüz ve dördüncü bölümün başında ormana girişiyle kaldığı yerden yürümeye devam etmektedir. Öte yandan sezonun tek seferde yayınlamış olmasının avantajı ve otomatik geçiş özelliği ile birlikte bölümler arası geçişte Ciri kaldığı yerden eyleme devam etmektedir. Bölüm başlarında hatırlatıcı kullanılmaması dolayısıyla ardışık izlemeye dönük hikâye anlatımını desteklemekte ve bir eylem ortasında bölüm sonlandırılarak örnekte görüldüğü gibi bir sonraki bölümde hikâye devam ettirilebilmektedir. Ciri'nin hikâyesi Cintra'nın düşüşünden başlamakta ve ikinci savaşa kadar iki haftalık bir süreci kapsamaktadır. İki savaş arasında diğer karakterlerin hikâyeleri geçmişte farklı zamanlarda geçmekteyken Ciri'nin hikâyesi bu olayları birbirine bağlayan zaman çizgisini tamamlamaktadır. Aslında karmaşık zaman akışında bölümlerdeki hikâyeleri birbirine bağlayan Ciri'nin 2 haftalık hikâye çizgisidir ancak Ciri'nin eylem yapısının bağlayıcı görevine rağmen Tablo 4'te görüldüğü üzere Ciri'nin bölümlerdeki süreleri Geralt ve Yennefer'e göre oldukça kısadır.

Dizinin diğer karakterleri Geralt ve Yennefer'in bölüm eylem yapıları ise daha bağımsız bir çizgide ilerlemektedir. Açık bırakılan sorular ve sonraki bölümde verilen cevaplarla bölümlerin bağlanması esasına dayalı geleneksel anlatının aksine daha serbest bir anlatım süreci benimsenmiştir. Geralt'ın hikâye çizgisinde Geralt birinci bölümde "Blaviken Kasabı" unvanını alır, ikinci bölümde Elfler tarafından alı konular, üçüncü bölümde Striga ile savaşır, dördüncü bölümde Ciri'nin anne babasının evliliğindedir, beşinci bölümde cin olayıyla birlikte Yennefer'le tanışır, altıncı bölümde Yennefer'le birlikte ejderha avına katılır, yedinci bölümde söz verilen Ciri için kraliçenin yanına gider ve hapsedilir, sezon finalinde Ciri'yi aramaya devam eder. Geralt'ın hikâye örgüsüne baktığımız zaman ilk 6 bölüm boyunca bölüm başında başlayıp sonunda biten altı farklı öykü bulunmaktadır. Bölümlerin birbirine bağlandığı bir dizi akışı yerine kendi içerisinde başlayıp biten hikâyeler görülmektedir. Dizi yapısı yerine Geralt'ın kısa hikâyeleri biçiminde sinema anlatı yapısı benzerinde bölümler izlenmektedir. Bölümlerin başında genelde Geralt'ı belirsiz bir zamanda görürüz ve kendisine bir canavar avı teklifi gelir, canavarın peşine gider, olaylar yükselir ve bölüm sonunda problem çözülür.

Yennefer'in hikâye gelişiminde bir sonraki bölüme aktarılan eylemler ve kendi içinde başlayıp sonlanan hikâye yapısının karma bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Yennefer'in büyüclük okulunda yaşadıkları ikinci ve üçüncü bölüm ucu açık sorularla birbirine bağlanmaktadır. Ancak dördüncü bölümde bir anda 30 yıl sonrasında Yennefer'in kraliçeyi suikasttan korumaya çalıştığı bir hikâye anlatılmaktadır. Beşinci ve altıncı bölümde Geralt'la aynı hikâyenin içinde bulunmaktadır. Bu hikâyeler arasında da zamanda sırama bulunmakta, birbirine bağlanmamakta ve beşinci bölümdeki hikâyeden altıncı bölümde bir hatıra olarak bahsedilmektedir. Yedinci ve sekizinci bölümlerde tekrar birbirine bağlanan eylem çizgileri içerisinde Yennefer'in savaşa katılma süreci ve savaşta yaşadıkları izlenmektedir. Genelde her bir bölümde Yennefer'in eylem çizgisi diğer karakterlerin eylemleri ile bölünmekteyken yedinci bölümde Yennefer'in eylem çizgisi tek parça halinde bölümün bir yerinde başlayıp bitmektedir.

Dizi Bölüm Sayısı ve Süreleri

Her ne kadar Türkiye'de bölüm süreleri ve bölüm sayıları artsa da başta ABD olmak üzere birçok ülkede televizyon endüstrisi bölüm sayılarını azaltma eğilimindedir. NETFLIX üretimi olan *The Witcher* birinci sezonunda 8 bölüm olarak yayınlanmıştır. Dizi hikâyelerinin sezonluk planlanması ve üretilmesi hikâyeye uygun uzunluğun seçilmesini getirmektedir. Nitekim *The Witcher*'in senaristi Schmidt, bölüm sayısını belirlerken anlatılan hikâye, izleyicinin ne izleyeceği, ne bitireceğine dair sezgisel bir yaklaşımla ve bütçeye göre hareket ettiklerinin altını çizmiştir (Phillips, 2020).

Tıkınarak izleme davranışı üzerine oynayan OTT platformlarından NETFLIX, bölüm sayılarını belirlerken izleyicinin izleme davranışını da dikkate almaktadır. Bu nedenle Schmidt'in de vurguladığı gibi tıkınırcasına izlenebilecek bölüm sayısı, hesaplamada aktif rol oynamaktadır. Dizinin duyurulan ikinci sezonun da benzer biçimde sekiz bölümden oluşacağı belirtilmiştir (Gennis, 2020).

Sonuç ve Tartışma

Yayıncılık sektöründe yaşanan gelişmeler sektörün yerleşik kuralları üzerine güçlü bir baskı oluşturmaktadır. Kapalı bir üretim ve kontrollü bir tüketim sürecini içeren televizyon endüstrisinde, teknolojik gelişmelere paralel bir şekilde üretim, dağıtım ve tüketim üçgeni bu baskı altında değişim geçirmeye başlamıştır. Sektöre katılan yeni oyuncular, beraberinde yeni üretim ve tüketim modelleri üzerine yükselen yeni piyasa stratejilerini de getirmiştir. Bu stratejiler kuşkusuz dizi üretim biçimlerini etkilemektedir. Geleneksel çizgide dizilerin anlatı yapısı, reklam araları, sendikasyon teamülleri, reyting ölçüm dönemleri, izleyicinin izleme alışkanlıkları gibi faktörlere göre gelişmiştir. Dizilerin bölüm süreleri, bölümlerdeki eylem yapıları, sezon içindeki bölüm sayıları, sezon içerisinde hikâye örgüsünün gelişimleri endüstriyel deneyimlere göre oluşmuştur.

Sektörün görece yeni aktörleri olan OTT platformlar, daha fazla izleyici veya abone kazanabilmek için yeniliklerle geleneksel yayıncılara güçlü rakipler olmaya çalışmaktadır. 90'lı ve 2000'li yıllarda yaygın televizyon kanallarıyla rekabet edebilmek için dizilerin sanatsal yönlerine ağırlık vererek dikkat çekici atılımlar yapan ABD'li kablo yayıncıları, dizi üretim biçimlerinde fark edilir değişimin ilk basamağı olarak görülebilir. OTT platformlar da benzer stratejilerle hareket etmekte ve piyasanın oturmuş formüllerine meydan okuyan yenilikleri denemektedir. Bu anlatı yapısından üretim şekline uzanan bir meydan okuma olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan anlatı yapısı ve bölüm sayısının geleneksel yapısını zorlayarak sendikasyon teamüllerinin sınırlarına dayanan kablolu içerik üreticilerinin aksine OTT platformları, hem bir yayın planı doldurmak zorunluluğu olmaması ile sendikasyon mantığından sıyrılmakta ama aynı zamanda içerik

kataloglarına daha fazla ürün yerleştirme hedefi ile sendikasyon anlaşmalarına taraf olabilmektedir.

Dünyanın ana içerik üreticilerinden biri konumunda olan ABD endüstrisinde standartları belirleyen sendikasyon teamülleri ve geleneksel yayıncılığın zorunlu olduğu sezon - yayın planı gibi teknik detaylar, her ne kadar dizi üretim biçiminin hala daha ana belirleyicisi olsa da OTT servislerindeki hareketlenme dizilerin daha farklı bir noktaya taşınmasına imkân sağlamıştır. Dizilerin bölüm sürelerinde belli bir standarda gerek duymayan yeni nesil içerik dağıtıcıları aynı zamanda farklılaşabilmek adına dizilerin hikâye örgülerini de daha karmaşık ve katmanlı gerçekleştirmekten çekinmemektedir. Özetle güçlü yıldız kimliği, daha az bölüm, bölüm süre serbestliği, aynı anda yayına verme ve platformun izleyiciye sunduğu diğer teknik özellikler bir bütün olarak düşünüldüğünde OTT platformların geleneksel yayıncılıktan daha farklı bir çizgiye geçtiği düşünülebilir.

Çalışmanın analiz ettiği *The Witcher* dizisi de incelendiğinde bu değişimlerin etkileri görülmektedir. Dizinin en dikkat çekici önemli özelliklerinden birisi anlatı yapısında kullandığı karmaşıklığıdır. Çoklu zaman akışları ve üç karakterin olay örgüsüyle katmanlı bir anlatıya sahip olan *The Witcher*, platform dizilerinin tipik örneklerinden birisi olarak dikkat çekmektedir. Değişen sektör dinamiklerine uygun bölüm sayısıyla yayınlanan dizi aynı zamanda ilk sezonunda tıknarak izlemeye uygun olarak tek seferde izleyiciye sunulmuştur.

Aslında kendi üretimi olan dizilerle yeniliklerin önünü açan ve sektörel dinamikleri değiştiren NETFLIX geleneksel televizyon yayıncılığının yerini almak amacıyla televizyon yayıncılığının ötesine geçmeyi hedeflemektedir. ABD menşeli bir yayıncı kuruluş olan NETFLIX pazarlama çalışmalarındaki küresel kararlarını, iç piyasadaki tepkilere ve elde ettiği verilere göre belirlemektedir. Bununla birlikte platformun hizmet verdiği ülkelerde de dizi üretimi yapması yerel televizyon pazarlarında da etkisini artırmasına yol açmaktadır. ABD'nin küresel televizyon yayıncılığındaki hâkimiyeti göz önüne alındığında NETFLIX gibi platformların stratejilerinin küresel pazar dinamiklerine etkisi şüphesiz uzun vadede daha dikkat çekici bir hal alacaktır. Öte yandan Türkiye gibi ülkelerin üretim modelleri hala geleneksel çizgideki tüketim süreçlerinin yansımaları gibi görünmekle birlikte medyanın ekonomi politikası bağlamında değerlendirilmeli ve üretim süreçlerindeki endüstriyel normlar buna göre tanımlanmalıdır. Ancak uzun vadede üretim ve tüketim eksenindeki kaymaların tüm küresel endüstri standartlarını yeniden tanımlayacağına inanılmaktadır.

KAYNAKÇA

ABAD-SANTOS, A. (2020). *Why everyone is watching The Witcher*. Vox. www.vox.com/2020/2/1/21115115/the-witcher-timeline-spoilers-explained adresinden 04.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

ADALIAN, J. (2015, Haziran). *10 Episodes Is the New 13 (Was the New 22)*. Vulture. www.vulture.com/2015/06/10-episodes-is-the-new-13-was-the-new-22.html adresinden 29.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

ÇÖTELİ, S. (2016). İnternet'ten İzlenen Dizi ve Seriyallerin "Araç İletidir" ve "Kullanımlar Doyumlar" Bağlamında İncelenmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), ss. 119–134. <https://doi.org/10.17336/igusbd.21108>.

FENNIS, T. (2016). *How Do Netflix's Production Practices Allow for Complex Storytelling? An Analysis of House of Cards*. University of Amsterdam, Amsterdam.

FOKKEMA, F. (2016). *Television Content vs. Netflix Content A Content Analysis Regarding To The Storylines and Character Development in House Of Cards*. Utrecht

University, Utrecht.

FORWARD, D. (2019). 'Dark' character tree: How all the people of Winden are connected. Purefandom. www.purefandom.com/2019/06/20/dark-character-tree-how-everyone-connects/ adresinden 06.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

FRIEDMAN, J. (2000). Syndication. T. Pendergast & S. Pendergast (Der.), *St. James Encyclopedia of Popular Culture Volume 4: P-T*. içinde Michigan: St. James Press.

GENNIS, S. (2019). *The Witcher Showrunner Explains the Secrets to the Successful Netflix Adaptation*. Tv Guide. www.tvguide.com/news/the-witcher-netflix-lauren-schmidt-hissrich/ adresinden 09.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

GENNIS, S. (2020). *Netflix's The Witcher Season 2: Cast, Release Date, and More*. Tv Guide. <https://www.tvguide.com/news/netflix-witcher-season-2-cast-release-date/> adresinden 06.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

GIMPEL, G. (2015). The Future of Video Platforms: Key Questions Shaping the TV and Video Industry. *International Journal on Media Management*, 17(1), ss. 25-46. <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1014039>

HOOLIHAN, H. (2019). 'The Witcher' Explained: Everything You Need to Know about Geralt from Page to Screen. Collider. www.collider.com/the-witcher-explained/ adresinden 10.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

HOSKINS, C., ve MIRUS, R. (1988). Reasons for the US dominance of the international trade in television programmes. *Media, Culture & Society*, 10(4), ss. 499-515. <https://doi.org/doi.org/10.1177/016344388010004006>

MAAS, J. (2020, Haziran). 'The Witcher' Showrunner Teases Season 2: Hello Vesemir, Goodbye Multiple Timelines (Video). *The Wrap*. www.thewrap.com/the-witcher-season-2-vesemir-timelines-production-shutdown-changes-lauren-schmidt-hissrich/

MARTINS, A. C. (2019). Netflix and TV-as-Film: A Case Study of Stranger Things and The OA. T. Plothe & A. M. Buck (Der.), *Netflix at the Nexus Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television* (ss. 81-96). New York: Peter Lang.

MARTINSON, J. (2015). *Netflix's Ted Sarandos: 'We like giving great storytellers big canvases.'* The Guardian. www.theguardian.com/media/2015/mar/15/netflix-ted-sarandos-house-of-cards adresinden 05.07.2020 tarihinde erişilmiştir.

MATRIX, S. (2014). The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures*, 6(1), ss. 119-138. <https://doi.org/doi.org/10.1353/jeu.2014.0002>

MEISLER, A. (1998, 4 Ekim). Not Even Trying to Appeal to the Masses. *The New York Times*. www.nytimes.com/1998/10/04/arts/television-radio-not-even-trying-to-appeal-to-the-masses.html adresinden 06.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

MITTELL, J. (2015). *Complex TV The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York: University Press.

MOE, H. (2005). Television, Digitalisation and Flow: Questioning the Promises of Viewer Control. P. Masip & J. Rom (Der.), *Digital Utopia in the Media: From Discourses to Facts. A Balance. Proceedings of the III International Conference on Communication and Reality* (ss. 773-784) içinde. Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.

MUTLU, E. (1995). *Televizyonda Program Yapımı*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.

NEWMAN, M. Z. (2006). From Beats to Arcs: Toward a Poetics of Television

Narrative. *The Velvet Light Trap*, 58, ss. 16-28. <https://doi.org/10.1353/vlt.2006.0033>

NIELSEN. (2019). *Nielsen "Sweeps" Months*. Nielsen.Com. www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Nielsen-Sweeps-Periods-2013-2014.pdf adresinden 24.07.2020 tarihinde erişilmiştir.

ÖZEL, S. (2019). TV Taksonomisi Program Türleri ve Formatlar Üzerine

Yaklaşımlar. İ. Erdoğan (Der.), *Türkiye'de Televizyon Formatları Eleştirel Çalışmalar* içinde. İstanbul: Doruk Yayımcılık.

PHILLIPS, P. (2020). *The real reason The Witcher's first season has only 8 episodes*. Looper. www.looper.com/182996/the-real-reason-the-witchers-first-season-has-only-8-episodes/ adresinden 08.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

SMITH, D. (2013). *Kevin Spacey Speech: Why The Netflix Model Can Save Television [Video + Full Transcript]*. International Business Times. <https://www.ibtimes.com/kevin-spacey-speech-why-netflix-model-can-save-television-video-full-transcript-1401970> adresinden 05.07.2020 tarihinde erişilmiştir.

THOMAS, K. (2020). *How Everyone in Netflix's Dark Is Connected*. Tv Guide. www.tvguide.com/news/features/dark-how-everything-connected-netflix/ adresinden 06.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

THOMPSON, K. (2003). *Storytelling In Film And Television*. Cambridge, Massachusetts, London: Harvard University Press.

TURHAN, F. (2019, Kasım-Aralık). Lauren Schmidt Hissrich Röportajı. *Episode*, ss. 23-27.

TÜZÜN ATEŞALP, S. (2016). "Nitelikli Televizyon": Medya Profesyonellerinin Perspektifinden Türk Televizyon Dizilerinde Nitelik. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 25, ss. 9-37. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.283029>

VANDERWERFF, E. (2015). *Netflix is accidentally inventing a new art form — not quite TV and not quite film*. Vox. www.vox.com/2015/7/29/9061833/netflix-binge-new-artform adresinden 06.07.2020 tarihinde erişilmiştir.

VOLPE, A. (2017, Ekim). *The One Thing That Isn't Evolving With Netflix & Hulu's Takeover of TV*. Thrillist. www.thrillist.com/lifestyle/nation/creative-virtual-party-ideas-for-having-fun-indoors adresinden 29.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

WATERMAN, D. (1988). World television trade: The economic effects of privatization and new technology. *Telecommunications Policy*, 12(2), ss. 141-151. [https://doi.org/10.1016/0308-5961\(88\)90006-7](https://doi.org/10.1016/0308-5961(88)90006-7).

WILLIAMS, R. (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim* (A. U. Türkbağ, Çev). Ankara: Dost Kitabevi.

Summary

Television has a content structure that is shaped according to the time-dependent linear flow. This content structure includes productions of different genres, and many genres have been adapted and developed to suit the language of television from radio and cinema, the predecessors of television, and even from literature and theatre. Moreover, TV broadcast plans aim to create a continuous stream of productions consisting of different genres and to gather maximum audience attention by adding them to the timeline consecutively. Eventually, the excess of audience numbers and attention raises the price the channel demands from the advertiser.

The series, which are defined as television films with a content integrity in themselves placed in the broadcast plan in the form of daily or weekly episodes, is one of the important elements of the television industry. TV series, which first found its place on radio in the United States, the homeland of commercial broadcasting, began to be broadcast on television since the 1950s.

TV, series apart from daily and weekly broadcast periods, many variables such as the creation of the story, narrative form, and duration have been determined for commercial purposes. The episodes are intertwined with questions that are left unanswered in an attempt to keep the viewer's attention high. There are flashbacks in each episode to be

reminiscent of the story line and to draw those who start watching it later into the back-story. Episodes are also designed according to a three or four-part plot, which is shaped according to the ad breaks. The sweep periods, in which the ratings are measured in detail, become important at this point and the plot in the current season rises according to the periods in question. On the other hand, in the United States, a leading actor in the international industry of TV series, syndication agreements, which are important in terms of the revenues of the series, affect the narrative structure of the series and the number of episodes. In order to gain a good place in syndication, stories have to take into account certain structural characteristics.

The features of OTT platforms and the opportunities they offer to the audience create shifts in both the formal and narrative structure of television series. For example, Netflix is changing the way series are produced and distributed using its own productions and platform features. It also holds special licensing agreements to strengthen the variety in its library in order to keep its product line broad. Netflix does not care about features such as the number of episodes or seasons in these contracts. Besides, it is also causing changes in traditional syndication rules in the United States, the main actor in international circulation. These changes also affect the narrative structures associated with the economic factors of the series. This study focuses on the causes and consequences of this change, which is thought to have increased in effect with Netflix and performs analyses through an original series of Netflix called "The Witcher", based on the data obtained.

OTT services, which reach more viewers, are changing the standards in the US television industry. The next generation of content distributors, who does not need a certain standard in the duration of the episodes of TV series, also does not hesitate to make the story-lines of the series more complex in order to differentiate themselves. Netflix, the most popular of OTT services, which breathed new life into the industry's games, has both gained strong leverage for more cinematic series that are based on more complex story-lines and differentiated itself from its competitors by supporting the act of binge-watching. On the other hand, the freedom in the number of episodes and their duration has paved the way for well-known film stars with appropriate waiting times between film agreements to be present in the series. In summary, considering the structural changes, it can be thought that OTT platforms take a different line than conventional broadcasting.

The effects of these changes can be seen also in the "The Witcher" series, which is examined by this study. One of the most notable features of the series is the complexity it uses in its narrative structure. Featuring a layered narrative with multiple time streams and a plot of three characters, The Witcher is noted as one of the typical examples of platform series. The series aired with a number of episodes in line with the changing industry dynamics was presented to the audience in one go in accordance the trend of binge-watching in its first season.