

Televizyon ve Aile: Kolektif İzleme Pratiğinin Dönüşümü Üzerine Bir Saha Araştırması

→ Seyhan AKSOY*

→ Armağan ABANUZ**

Öz

Televizyonun oturma odasına ait “biricik” bir cihaz olarak kabul edildiği yıllarda, televizyon izlemek ailecek gerçekleştirilen kolektif bir etkinlik olarak görülmüştür. Ancak teknolojik yenilikler, dijitalleşme ve özellikle de internetin yayıncılık alanında kullanılması, izleme pratiğini dönüştürmüştür. “Televizyon izlemek”, internete bağlanan her tür cihazdan “ekran izlemek” şeklinde karşılık bulmaya başlamıştır. Buradan hareketle çalışmada, David Morley’in (1986) Aile Televizyonu çalışmasının bir benzeri yapılmış ve “bugünün” televizyon izleme pratiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Saha araştırmasında, on aile ile evlerinde görüşme ve gözlem gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, internete bağlanan her türlü cihazdan içeriklerin izlenebilir olmasının bir yansıması olarak kolektif izlemenin çözüldüğü; ebeveynlerin kimi zaman çocuklarla birlikte izlenecek “uygun” içerik bulamadıkları kimi zaman da ebeveynlerin program tercihleri/beğenileri örtüşmediği için aile bireylerinin farklı odalarda veya aynı odada farklı içerikler izledikleri ve izlemenin giderek bireyselleştiği bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Aile, İzleyici, İzleyici Etnografisi, Bireyselleşme

*Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Isparta, Türkiye

E-mail: seyhanaksoy@sdu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5167-5866

**Arş. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Isparta, Türkiye

E-mail: armaganabanuz@sdu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7836-1023

Aksoy, S., & Abanuz, A. (2025). Televizyon ve Aile: Kolektif İzleme Pratiğinin Dönüşümü Üzerine Bir Saha Araştırması. TRT Akademi, 10(24), 594-623. <https://doi.org/10.37679/trta.1670788>

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 06.04.2025 Revize Tarihi: 09.05.2025 Kabul Tarihi: 22.05.2025

DOI: 10.37679/trta.1670788

Television and Family: A Field Research on the Transformation of Collective Viewing Practice

→ Seyhan AKSOY

→ Armağan ABANUZ

Abstract

In the years when television was considered a "unique" device belonging to the living room, watching television was seen as a collective activity carried out by the family. However, technological innovations, digitalization and especially the use of the internet in broadcasting have transformed the practice of viewing. "Watching television" has started to find its equivalent in the form of "watching a screen" from any device connected to the internet. From this point of view, in this study, a similar study to David Morley's (1986) Family Television study was conducted and an attempt was made to reveal 'today's' television viewing practice. In the field research, interviews and observations were conducted with ten families in their homes. As a result of the research, it was found that collective viewing has dissolved as a reflection of the fact that content can be watched from any device connected to the internet; sometimes parents cannot find "appropriate" content to watch with their children, sometimes parents' program preferences/likings do not match and family members watch different content in different rooms or in the same room, and viewing has become increasingly individualized.

Keywords: Television, Family, Audience, Audience Ethnography, Individualization

1. Giriş

Eleştirel paradigmanın içinde konuşlanan ve bu çalışmanın art alanını oluşturan kültürel çalışmalar geleneği için izleyici önemli çalışma konularından biridir. Geleneğin öncelikli ilgisi, izleyicinin herhangi bir televizyon metnini nasıl alımladığı olmuştur. İzleyicinin aktifliği nosyonuna yaslanan alımlama çalışmalarında, farklı demografik özelliklere sahip bireylerin televizyon içeriklerini farklı şekilde anlamlandırdıkları tespiti yapılmıştır. Bu, metnin çok anlamlılığının teorik bir soyutlamadan ibaret olmadığını ve doğrulanabilir olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Ancak televizyon izleme pratiği, gündelik yaşamın içine gömülüdür. Bu durum, televizyon izlemeye dair yapılacak anlamlandırmada, televizyon izleme pratiğini çevreleyen toplumsal süreçlere odaklanmayı gerekli kılar. Nitekim David Morley'in (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure* (Aile Televizyonu: Kültürel İktidar ve Ev İçi Boş Zaman) başlıklı çalışması ile ilgi; metinlerden, metnin okunduğu/alımlandığı ev içi televizyon izleme bağlamına kayar. Morley (1986) bu çalışmada televizyon izlemeyi, gündelik rutinlere gömülü kolektif bir faaliyet olarak görür ve "tüketim birimi" olarak aileyi, haneyi alır.

Televizyon izlemeyi, gündelik yaşam pratiklerinin ve toplumsal süreçlerin içinde arayan bu çalışmada da Morley'in (1986) çalışmasının bir benzeri yapılmıştır. Morley'in (1986, s. 18) çalışmasının hareket noktasını, televizyon izlemenin bireysel olmaktan çok, aynı evde yaşayan bireylerin gerçekleştirdiği ev içi bir etkinlik olduğu kabulü oluşturmaktadır. Ancak çalışmanın yapıldığı zamandan bu zamana değin televizyon yayıncılığında önemli dönüşümler yaşanmıştır. Dijitalleşme ve internet dolayımı ile hem geleneksel televizyon hem de dijital yayın platformu ve video paylaşım platformu içerikleri, internete bağlanan her tür ekrandan (tablet, bilgisayar, telefon gibi) izlenebilir olmuştur. Böylelikle "televizyon izleme" eylemi, televizyon cihazının konuşlandığı oturma odasının ve televizyon ekranının ötesine taşınarak "ekran izleme" ye dönüşmüştür. Bu bağlamda farklı ekranlardan televizyon ve video içeriklerinin izlenebilir hâle gelmesinin, ev içi televizyon izleme pratiğini dönüştürdüğü kabulüne yaslanan bu çalışmanın amacı; ev içi bir faaliyet olarak "bugünün televizyon/ekran izleme pratiğini", aile bazında etnografik bir yöntemle tartışmaktır.

Televizyon ve izler kitlesi üzerine yapılmış mevcut çalışmalara bakıldığında-

da; bir televizyon içeriğinin, izleyiciler tarafından nasıl alımlandığını ortaya koyan çalışmaların yerli literatürde (Şeker, 2009; Şeker ve Şimşek, 2013; Gündoğdu, 2017; Karaduman ve Acıyan, 2019; Akgün ve Arık, 2021; Koçak vd., 2022; Ulusal, 2022) sayıca hâkimiyetinin olduğu görülmektedir. Televizyon içeriğinin izler kitle tarafından tabi tutulduğu farklı okumaları ortaya koyan bu çalışmaların nicel çokluğunun aksine yabancı literatürde (Morley, 1986; Lull, 1990; Lee ve Cho, 1990; Liebes ve Livingstone, 1994; O'Brien vd., 1999; Tseklevs vd., 2009; Obrist vd., 2008), izleme eyleminin yani okumanın gerçekleştiği bağlama (ev içine) odaklanan çalışmalar görece daha fazladır. Yerli literatürde izleme pratiğini ev içi bağlamda arayan çalışma (Özsoy, 2011; Çaylı Rahte, 2017) ise oldukça azdır. Bu minvalde, izleme pratiğinin internete bağlanan her tür cihazla gerçekleştiği bir ortamda; ailelerin gündelik izleme davranışlarını anlamaya odaklanan ve bunun izini, ev içinde süren bu çalışma literatüre katkı sağlayacaktır. İlaveten çalışma, teknolojik gelişmeler ve beraberinde internetin yayıncılık alanında kullanılmasının izleme pratiğini dönüştürdüğü öngörüsünden hareket eden ve bu dönüşümlerin, tekil olarak bireylerin izleme pratiği üzerindeki rolüne odaklanan çalışmalardan (Ateşalp ve Başlar, 2020; Ertekin, 2020; Gümüş, 2021; Özgür, 2022) da aileyi temel alması, etnografik yöntem ve teknikleri kullanması açısından farklılaşmaktadır.

2. Kültürel Çalışmalarda İzleyici ve Televizyon

Bu çalışmanın teorik art alanını oluşturan kültürel çalışmalar geleneği içerisindeki “izleyici çalışmaları” ekseriyetle televizyon izleyicisine yöneliktir. Kültürel çalışmalar geleneği içinde televizyon izleyicisine yönelik araştırmaların başlangıç noktası, David Morley’in *The Nationwide Audience* (1980) isimli çalışmasıdır. Hall’un (1980), izleyicinin medya içerikleri karşısında aktif olduğu ve bir medya içeriğini üç farklı şekilde okuyabileceklerini ileri sürdüğü Kodlama/Kodaçımleme çalışmasından hareket eden Morley (1980); farklı sınıfsal, toplumsal ve mesleki konumdaki kişilerden oluşan yirmi altı gruba, BBC’de yayınlanan *Nationwide* isimli programın bir bölümünü izletir. Katılımcıların, kodaçımları üzerine çalışır. İzler kitlenin toplumsal konumu ile televizyon mesajına dair yorumları arasındaki yakın rabıtayı inceler. Çalışmanın sonunda, farklı meslek grupları ya da farklı sınıfsal konumdaki katılımcıların yaptığı okumalar arasında basit bir korelasyon olmadığı yani toplumsal konum ile katılımcıların televizyon içeriğine dair gerçekleştirdik-

leri okumaların doğrudan bağlantılandırılmayacağı sonucuna ulaşır (Morley, 1980'den akt. Turner, 2016, ss. 158-161). Hall'un kodlama/kodaçımleme modeli geliştirme girişiminin bir ürünü olarak değerlendirilen bu çalışma, birey ve televizyon okumalarının Hall'un modelinin işaret ettiğinden bile daha karmaşık ve öngörülemez olduğunu göstermesi bakımından önemlidir (Turner, 2016, s. 130). Fakat araştırmanın yapay bir ortamda gerçekleştirilmiş olmasına karşılık televizyon izleme pratiğinin ev içi bir etkinlik olduğu ve katılımcıların, normal şartlarda Nationwide programını izlemeyi tercih edip etmeyeceklerinin göz önünde bulundurulmadığı yönündeki eksikliklerin de altı sıklıkla çizilir.

Sözü edilen bu eksiklikler kültürel çalışmalar geleneğini bir sonraki uğrağa, Dorothy Hobson'ın *Crossroads: Bir Pembe Dizi Draması* (1982) isimli kitaba götürür. Hobson bu eserinde, *Crossroad* isimli pembe dizinin üreticileri ve izleyicisi arasındaki eklemlemeyi ve çok katmanlı yapıyı inceler. Bunu yaparken hem programı üretenlerin hem de izleyicinin doğal ortamlarına dâhil olur. Katılımcıların evinde, onlarla diziye izler. Gerçekleştirdiği yapılandırılmamış görüşmeler ve gözlemler yoluyla verileri toplar. Araştırma sonucunda, izleyicilerin söz konusu dizi ile ilişkilerinin gündelik hayatlarındaki karşılığını ortaya koyar. Böylelikle izleyicileri araştırmacının dünyasına taşımaktansa, onların dünyasına giderek etnografi yapmaya dair ilk çabalardan biri olarak okunabilecek olan Morley'in *Nationwide Audience* çalışmasından farklılaşır (Turner, 2016, ss. 163-165).

Ien Ang, 1985 yılında *Watching Dallas* isimli çalışmayı yapar. Hollandalı kadın izleyicilerin, yazdıkları mektuplar üzerinden diziye nasıl okuduklarını ortaya koyar. Her ne kadar televizyona ya da bir televizyon içeriğine dair olmasa da Janice Radway'in (1984), aşk romanlarının okuyucuların gündelik yaşamlarındaki rolünü (günlük işlerden uzaklaşıp kendilerine ait bir alan açmak ve kendi dünyalarına kaçmak gibi) açığa çıkardığı *Reading the Romance* isimli çalışma da izleyici araştırmaları açısından önemlidir. Referans verilmesi gereken bir diğer çalışma da David Buckingham'ın (1987) *EastEnders and its Audience* isimli çalışmasıdır. *EastEnders*, dönemin İngiltere'sinde popüler bir pembe dizidir. Buckingham araştırmada, 1986 yılında Londra bölgesinde bazıları East End'deki veya yakınındaki okullarda okuyan ve yaşları 7 ile 18 arasında değişen çocuklar ve gençlerden oluşan toplam altmış izleyici ile on iki odak grup görüşmesi yapar. Araştırma sonucunda televizyonun,

“program hakkındaki konuşmaların... dostlukların ve düşmanlıkların inşa edildiği ve yeniden yapılandırıldığı daha geniş bir sosyal etkileşim sürecinin parçası olduğu” tespitini yapar (Buckingham, 1987, s. 162).

Yukarıda adı geçen çalışmalarda, gerek metin ve izleyici arasındaki bağlantıyı görme biçimindeki handikapları ve gerekse etnografik araştırmaların gücünü göstermesi bakımından Hobson’un etkisinin olduğu söylenebilir (Turner, 2016, s. 70). Bu minvalde Hobson’ın etkisinin açıkça görüleceği ve izleyici araştırmaları içinde önemli bir yere sahip olan bir diğer çalışma, Morley’in (1986) Aile Televizyonu isimli projesidir. Temel tezi, “Televizyon izlemenin değişen kalıplarının ancak aile ve boş zaman faaliyetlerinin genel bağlamı içinde anlaşılabilirliği” (Morley, 1986, s. 1). Bu projede Morley (1986, s. 7), televizyon izlemeyi bireysel bir faaliyet olarak değil aile bağlamında yürütülen sosyal bir faaliyet olarak ele alır ve ailelerin, günlük yaşamlarında televizyonla nasıl etkileşime girdikleri ve televizyonu nasıl kullandıkları üzerine odaklanır. Televizyon izlemeyi, izleyicilerin hayatlarını inşa ettikleri ailevi ya da ev içi ilişkilerin kurucu bir parçası olarak görür (Morley, 1986, s. 20). Bu bağlamda, Güney Londra’da yaşayan işçi sınıfı/alt-orta sınıftan 18 beyaz aile ile etnografik yönelimli bir araştırma gerçekleştirir. Ailelerin içine, hanelerine dâhil olarak bir iki saatle sınırlandırılmış derinlemesine görüşmeler ve gözlemler gerçekleştirir. Araştırma sonucunda Morley (1986): Özellikle video tercihi en çok babanın ve erkek çocuğun, bazen kız çocuğun ama en az annenin hâkimiyetinin olduğu; kumandanın ve dolayısıyla televizyonun kontrolünün çoğu zaman erkeklerde olduğu; televizyon içeriklerini, erkekler “kesintisiz” bir şekilde izlerken kadınların daha çok başka bir ev içi pratiği yerine getirirken izleme eylemi gerçekleştirdikleri yönünde cinsiyet temelli iktidarın, aile içi televizyon izleme pratiğindeki rolünü ortaya koyar.

Morley (1992, s. 151) projenin, televizyon tüketim birimi olarak (tek başına birey yerine) aileyi ele almanın önemine yaslanarak ev içi izlemenin anlaşılmasına dönük ana hatları çizdiğini ancak analizlerde; aile biriminin dinamiklerinin tam teşekküllü bir analizini yapmak yerine cinsiyet temelli iktidarın ve bireylerin, bir tür paralel analizine doğru kayma eğiliminin farkında olduğunu belirtse de pek çok araştırmada olduğu gibi Aile Televizyonu projesinin de cevapladığından daha fazla soru ortaya koyduğunu da ekler. Tıpkı Morley’in çalışmasında olduğu gibi sosyal olarak inşa edildiği düşünülen ev içi izleme pratiğinin katılımcı gözlemini yapan ve televizyon izlemenin aile

içi iktidar örüntüleri ile ilişkisi üzerine önemli çalışmalar ortaya koyan bir diğer isim de James Lull'dur (1980; 1982; 1988a; 1989b; 1990). Çünkü Lull'a göre (1990, s. 148) "izleyiciler, yalnızca programlara ilişkin kendi yorumlarını yapmakla kalmaz, aynı zamanda izlemenin gerçekleştiği durumları ve izleme eylemlerinin ve program içeriğinin izleme anında ve sonraki iletişim faaliyetlerinde kullanılma biçimlerini de inşa ederler".

Kültürel çalışmalar geleneğindeki izleyici araştırmalarına dair sunulan çerçeveden de anlaşılacağı üzere Nationwide ile başlayan ve bir programın izleyiciler tarafından nasıl alımlandığına odaklanan çalışmalardan, medyanın gündelik hayattaki rolüne odaklanan izleyici etnografisine doğru yol alınır. Nitekim Pertti Alasuurati (1999) Rethinking the Media Audience isimli eserinde, İngiliz kültürel çalışmalar geleneği içinde üretilen izleyici çalışmalarını üç kuşağa ayırır. Birinci kuşak, Hall'un kodlama/kodaçımleme modeline dayanan alımlama çalışmalarıdır. İkinci kuşak öncelikle Ang, Hobson, Morley'in çalışmalarında olduğu gibi kimlik politikası özellikle de "toplumsal cinsiyet" temelli çözümlemeler yapar. Ancak ikinci kuşağın asıl ilgisi, James Lull'un televizyonun toplumsal kullanımına dair çalışmalarını (1980) ve Morley'in Aile Televizyonu'nda (1986) da olduğu gibi gündelik hayatta medyanın rolüne bakmaktır. Diğer bir ifadeyle; herhangi bir medya içeriğinin alımlanmasında gündelik hayatın rolüne değil gündelik hayatta medyanın rolüne odaklanılır. Üçüncü kuşak (Fiske, 1988; Allor, 1988; Grossberg, 1988) ise etnografi eleştirilerine dayanır ve izleyici kategorisinin kendisini sorun-sallaştırır (Alasuurati, 1999, ss. 4-6). Bu çalışmanın ilgisi, ikinci kuşak kültürel çalışmalar geleneğinin ilgisi ile benzeşmektedir. Nitekim çalışmada amaçlanan; bir televizyon içeriğinin, izleyiciler tarafından nasıl alımlandığı değil televizyon izleyicisinin gündelik hayatında televizyon ile kurduğu ilişki ve aile içi bir etkinlik olan "televizyon izleme" pratiğinin günümüzde nasıl gerçekleştirildiğinin izini etnografik bir yönelimle sürmektir.

3. Televizyon ve Aile

Televizyon izleyicisi kimdir? İzleme pratiğini, özel alanında gerçekleştiren toplumdan yalıtılmış atomize bir varlık mı yoksa kitle iletişim araçlarının karşısında farklılıklarının ya da niteliklerinin görmezden gelindiği, homojen kitleyi oluşturan bir üye mi? Nitekim televizyonla ilgili çoğu tartışmada izleyici sıklıkla bireysel izleyici ya da herhangi bir programın milyonlarca izleyicisi olmak üzere iki şekilde tanımlanır. Bireysel izleyici kategorisinin

dışladığı husus, bireylerin özel yaşamlarını ve kendilerini kurma biçimlerinin; kamusal yaşamın ekonomik, kültürel ve toplumsal bağlamından bağımsız olamayacağıdır. Bu bağlamda televizyon izleyicisinin bireyselliği, kamusal alandaki bireyselliğinden sınırlı ölçüde özerkleşebilen bir bireyselliktir. Televizyon izleyicisinin, kitle izleyicisi olduğunu söylemek ise onun, grup varlığını göz ardı etmektir (Çelenk, 2005, s. 98). Bu nedenle televizyon üzerine çalışan pek çok isim (Fiske ve Hartley, 2003; Morley, 1986) televizyon izleyicisini, “aile izleyicisi” olarak tartışmak gerektiğine vurgu yapar. Elbette her izleyici hem bireyselliğinin hem de büyük bir kitlenin üyesi olduğunun farkındadır. Fakat izleme pratiği söz konusu olduğunda çoğu insan televizyonu, bir ailenin parçası olarak izler (Fiske ve Hartley, 2003, s. 85). Morley’in de (1986, s. 2) altını çizdiği gibi bireysel ya da kitlenin bir üyesi olarak televizyon izleyicisi kategorilerine yaslanan izleyici araştırmalarında, televizyonun ağırlıklı olarak ev içi bir araç olduğu ve izlemenin büyük ölçüde aile içinde yapıldığı gerçeği çoğu zaman ya göz ardı edilmekte ya da doğrudan araştırılmak yerine, bir “arka plan” olarak varsayılmaktadır.

Oysa televizyon izlemek, gündelik pratiklerin eşlik ettiği bir eylemdir ve bu nedenle o bağlam içerisinde düşünülmelidir. Hatta ev içi sosyal ilişkilerin günlük örüntüsüne entegre olduğu ölçüde metaforik anlamda olduğu kadar gerçek anlamda da ailenin bir üyesi hâline gelir (Silverstone, 1994, s. 40). Televizyon izleyicisi sofraya hazırlarken, yemek yerken, ev temizliği yaparken, ödev yaparken, telefonda konuşurken vb. gibi bir dizi gündelik ev içi pratiğin arasına televizyonu sıkıştırır. Ailenin rutin faaliyetlerine işlevsel olarak kimi zaman bir arkadaş ya da arabulucu, kimi zaman aile üyeleri arasında sınır belirleyici, kimi zaman bir ödül ya da ceza olarak dâhil olur (Goodman, 1983). Yani televizyon, aile içi etkileşimin gündelik süreçlerine uyumlanır. Aile Televizyonu’na yazdığı önsözde Hall’un (1986) da belirttiği gibi “izleme, aile içi etkileşim için bir fırsat sağlamak ya da alan yaratmak için kullanılabilir. ...aile üyeleri arasında bağ kurabilir ya da sadece sarılmak için bir bahane sağlayabilir.”

Kuşkusuz televizyonun gündelik yaşamın bir parçası olmadığı, televizyonsuz dönemle kıyaslandığında; “köşedeki kutunun”, aile içi iletişiminin önünde bir engel olabileceği ve fertlerin kendilerini izole hissetmelerine neden olabileceği de söylenebilir (Rogge ve Jensen, 1988). Ancak televizyon cihazının teknolojik olarak yeni ve sadece oturma odasına ait olduğu dönemde, o ya

da bu şekilde aile üyelerinin bir arada bulunduğu, kolektif izleme pratiği gerçekleştirdikleri ve televizyon muhabbeti (TV talk) yaptıkları açıktır. Türkiye özelinde bir değerlendirmeyi, Tunç'un (2001) Bir Maniniz Yoksa Annemler Size Gelecek isimli kitabına referansla yapmak mümkün. Tunç'un da vurguladığı gibi Türkiye açısından televizyonun ilk yılları, sadece çekirdek ailenin değil komşuların bir araya gelerek kolektif izleme gerçekleştirdikleri yıllardı. Çünkü herkesin televizyon cihazını satın alacak imkânı yoktu. Olanlar için de televizyon, oturma odalarının baş köşesine konuşlandırılacak ve üzeri dantellerle süslenecek kadar önemliydi. Zira yıllar içerisinde sihirli kutunun cazibesine tüketimciliğin yarattığı itme kuvveti ile kimseler dayanamadı. Önce her ailede bir televizyon, sonraki yıllarda ise neredeyse her odada bir televizyon şeklinde bir yayılım gösterdi.

Gerek dünyada ve gerekse Türkiye'de izleyici ve yayıncılık açısından esas dönüşüm, geleneksel medyanın internet dolayımıyla birbirine bağlanması ile yaşanmıştır. Yakınsama/yöndeşme olarak tanımlanan bu sürecin televizyon izleyicisi açısından anlamı, televizyon ekranı dışındaki başka ekranlardan da televizyon içeriklerini tüketebilmesi olmuştur. Zira geleneksel televizyonda yayınlanan bir program; internete bağlanan bilgisayar, tablet, telefon gibi herhangi bir cihazdan izlenebilir hâle gelmiştir. İlâveten Netflix, Puhu TV, Disney+, Tabii gibi dijital yayın platformları ve video paylaşım platformları (YouTube, Dailymotion, Vimeo gibi) ile yayıncılığın menzili genişlemiştir. Tüm bu dönüşümler, literatürde sıklıkla televizyonun sonunun geldiği yönündeki tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Mantık ve işleyiş olarak "televizyon ölmedi; istediğini, istediğin zaman (gerçek zamanlı veya gecikmeli olarak), istediğin yerde ve çeşitli ekranlardan izlediğin" (Katz ve Scannell, 2009, s. 7) yeni bir izleme pratiği ortaya çıkmıştır. Hâl böyle olunca televizyon izlemek artık yalnızca belirli bir etkinliğin yani "televizyon izleme" davranışının ötesine geçen bir "pratik" hâline dönüşmüştür. Salt televizyon cihazından değil internete bağlanan her tür cihazdan "ekran" izlemek anlamında karşılık bulmaya başlamıştır. Böylelikle televizyon izlemek, oturma odasında ailecek gerçekleştirilen bir eylem olmaktan giderek uzaklaşmış ve izleme eylemi bireyselleşmiştir (Turner ve Tay, 2009, s. 2).

4. Yöntem

Etnografi belirli bir grubun ya da topluluğun davranışlarını kendi evleri, iş yerleri, alışveriş merkezleri gibi mekânlarda doğrudan gözlemlemek ve bu

gözleme dayanarak bir betimleme yapmaktır. Bu çalışmada da Morley'in (1986) çalışmasında olduğu gibi etnografik bir saha araştırması yapılmıştır. "Burada, ... herhangi bir şeyi keşfetme, farklı, değişik, ilginç bir şeyler bulma kaygısı yoktur" (Kartarı, 2017, s. 218). Aksine bağlam gündelik yaşamdır ve gündelik yaşamda, "bugünün aile içi televizyon/ekran izleme pratiğini" ortaya koymaktır. Saha araştırmasında farklı demografik özelliklere sahip on aile ile kendi evlerinde, katılarak gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veri toplama tekniği olarak gözlem ve görüşme bir arada kullanılarak çeşitleme stratejisine başvurulmuştur. Çeşitleme, nitel araştırmalarda geçerliğin ve güvenilirliğin sağlanmasında kullanılan başat stratejilerden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 91). Böylelikle gözlem aracılığıyla ulaşılan bazı bilgiler, görüşme yolu ile teyit edilirken görüşme yoluyla ulaşan bazı bilgiler de gözlem yoluyla teyit edilmiştir.

Görüşmeler, 2025 yılı Ocak ayında yapılmıştır. Görüşmelerin devamında, ailelerin müsaitlik durumuna göre değişen zaman aralıklarında (1-2 saat) onlarla birlikte televizyon izlenerek ve sohbet edilerek gözlemler gerçekleştirilmiştir. Görüşme gerçekleştirilecek aileler, kartopu örneklem ile belirlenmiştir. Kaynak kişilerden görüşülecek diğer kişilere ulaşılmıştır (Kümbetoğlu, 2008, s. 99). Ulaşılan ailelerdeki ebeveynlerin yaşları 31 ile 41 arasındadır. Ebeveynlerden 1'i ortaokul terk, 1'i lise terk, 1'i lise, 1'i ön lisans, 1'i doktora, 2'si yüksek lisans ve 13'ü lisans mezunudur. Ebeveynlerin meslekleri ise şöyledir: Öğretmen, grafik tasarımcı, işçi, doktor, mühendis, avukat, muhasebeci, kuaför ve esnaf. Görüşülen ailelerden beşinin (A1, A2, A5, A7, A10) 1 çocuğu, dördünün (A3, A4, A6, A9) 2 çocuğu ve bir ailenin (A8) 3 çocuğu bulunmaktadır. Çocukların yaşı ise 2 ile 17 arasında değişmektedir.

Tıpkı Morley'in (1986) çalışmasında olduğu gibi görüşmeler, ebeveynler ve çocuklarla (aile dinamiklerini takip etmek için) birlikte planlanmıştır. Fakat Morley'in (1992, s. 151) de sonradan altını çizdiği üzere pratikte bu görüşmeleri yetişkinlerle ve küçük çocuklarla (özellikle de 5 yaşından küçük) aynı anda sürdürmek pek mümkün olamamıştır. Sonuç olarak mülakatlar, her iki ebeveynle birlikte gerçekleştirilmiş ve 7 yaşından büyük çocuklar mülakata çoğu zaman kendi istekleri ile dâhil olurken istisna olarak A3'te 16 yaşındaki K., araştırmacının ricası ile mülakata sonradan dâhil olmuştur. Ancak burada genellikle çocukların, araştırmacıya ve görüşmeye yönelik ilgilerinin ve meraklarının azımsanmayacak düzeyde olduğu ve hatta görüşmelerde, "Bana

soru sorulmayacak mı?" cümlesinin çocuklar tarafından sık tekrar edildiği söylenebilir.

Saha araştırmalarında, insanlarla bir araya gelinen her karşılaşma etnografik karşılaşma değildir. Çaylı Rahte'nin (2018), Türkiye'de medya etnografisi araştırmalarını değerlendirdiği çalışmasında da belirttiği gibi bir araştırmanın, "etnografik" olması ile araştırmada, "etnografi yapılması" arasında fark vardır. Etnografik kelimesi, çoğunlukla kültürel çalışmalar geleneğinden beslenen alımlama ve/veya etnografik yöntemi referans alan çalışmalar için kullanılırken "etnografi yapmak", antropoloji alanı ile ilişkilendirilir. İkisi arasındaki ayrımı netleştirebilmek için sözü geçen çalışmada "medya etnografisi kriterleri" şu şekilde sıralanmıştır:

"1. Çalışma alan araştırması içeriyor mu? 2. Alan araştırması katılarak gözlem içeriyor mu? 3. Alan araştırması derinlemesine görüşme içeriyor mu? 4. Görüşmeler, görüşme yapılan kişilerin gündelik hayat pratiklerine ve kültürel, sosyal ve politik ilişkilene biçimlerine dair yoruma ulaşmaya imkân verecek bütüncül bir yaklaşım ile kurgulanmış mı? (Görüşülenlerin gündelik hayat pratiklerini anlayabilecek bir yoruma ulaşabilmek) 5. Sahanın sesi duyulabiliyor mu? (Görüşülen ya da gözlemlenen kişilerin ifadeleri, görüşleri, düşünce ve duygularına metinde yer vermek) 6. Alan araştırması yeterince uzun süreli mi? 7. Görüşülen kişi sayısı etnografik bir çalışma için yeterli mi?" (Çaylı Rahte, 2018, s. 596).

Bu çalışmada "etnografi yapmak" noktasında yukarıda sıralanan kriterler sağlanmıştır. Ancak kuşkusuz sahada kalınan süre açısından, antropolojik saha araştırmalarının süresi ile kıyaslandığında daha kısa süreli gözlemler gerçekleştirilmiştir. Bu durum tamamen medya etnografisi alanının ve izleyiciye dönük araştırmaların doğası ile ilintilidir. Katılımlı gözlem için ailelerin evlerine kabul almanın yeterince zor olduğu bir ortamda, gözlemlerin belirli bir süre ile sınırlandırılması mecburi idi. Görüşülen ve gözlemlenen kişi sayısının (20 yetişkin-16 çocuk) da makalede ele alınan konunun, derinlemesine tartışılması için gereken zemini sunduğu düşünülmektedir.

5. Bulgular

Çalışmada, saha araştırması kısmında yürütülen görüşmelerin deşifresi ve

sahaya ilişkin gözlemler doğrultusunda oluşturulan temalardan hareketle betimsel analiz yapılmıştır.

5.1. Farklı Odalarda veya Aynı Odada Farklı Ekranların İzleyicisi Olmak

İzleme pratiğindeki dönüşümün itici gücü, dijitalleşme ve internet olmuştur. Televizyon, oturma odasına ait “biricik” bir cihaz iken aile üyelerinin, o ya da bu şekilde bir arada izleme pratiği gerçekleştirdikleri izleme eyleminden; internete bağlanan her türlü cihazla, farklı odalardan veya aynı odadan farklı içeriklerin tüketilebilir hâle geldiği bir düzleme geçilmiştir. İnternete bağlanan cihazlar, televizyona benzer bir şekilde hanelere girmiştir. Önce oturma odasında ortak kullanım için eve girmiş ve daha sonra yavaş yavaş mutfaklara, yatak odalarına taşınmıştır. Karar artık bu mallardan herhangi birine sahip olup olmamak değil kaç tanesine sahip olunacağıdır (Livingstone, 2007, s. 303). Nitekim görüşme yapılan ailelerin sahip oldukları internete bağlanan cihaz sayıları da sözü edilen durumun nicel kanıtı niteliğinde okunabilir. İnternete bağlanan cihaz sayısının en az olduğu aile, 1 televizyon ve ebeveynlere ait 2 telefon ile A1’dir. A1, kekemelik sorunu yaşayan çocuklarını ekrandan uzak tutmaya çalıştıkları için bilinçli olarak ekran sayısını minimize etmiştir. Diğer ailelerin internete bağlanan cihaz sayıları ise şöyledir: A2’nin 7, A3’ün 11, A4’ün 8, A5’in 9, A6’nın 7, A7’nin 5, A8’in 7, A9’un 8 ve A10’un 4.

Yapılan görüşmelerde ailece televizyon izleme pratiğine ilişkin sorulardan ve ev içine dönük gözlemlerden hareketle, esasen ailelerin bir arada izleme pratiğini çok sık gerçekleştirmede olduğu söylenebilir. Bunun temel nedeni olarak görüşme yapılan özellikle de çocuğu/çocukları küçük yaşta olan ailelerin ortaklaştığı ve altını çizdikleri husus, “ailecek izlenecek” içeriğin olmayışı ya da zor bulunmasıdır. Bu nedenle özellikle geleneksel televizyon ve dijital platform içerikleri açısından ailecek izlediğiniz içerikler var mı ve varsa nelerdir sorusuna kimi zaman araştırmacıya, “Varsa sen söyle hocam.” şeklinde (gülüşmelerin de eşlik ettiği) cevaplar verilmiştir. Bu nedenle çoğu hanede anne ve babalar, izleme pratiğini çocuk/çocuklar uyuduktan sonra gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Aileler özellikle çocukları ile ortak bir içerik izlemek için dijital platformlardan çocukların yaşına uygun çizgi film, animasyon ya da ilgi alanlarına hitap eden YouTube içeriklerini tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

“Biz yine Disney’in... neydi çocuklarla izlediğimiz... Super Ma-

rio'yu izledik. Ters Yüz 1-2'yi izledik. ... Minyonları izledik. Birlikte izleyebiliyoruz yani. Ailece izleme pratiğimiz çocuk filmleri üzerine. Doğrudan film izlemek amacıyla bir araya geliyoruz. Film gecesi yapılıyor. Mısır patlatılıyor, ışık kapatılıyor" A4/Erkek.

"Bizim günlük hayatımız içerisinde yaptıklarımız ve yapmak üzere yola çıktığımız düşüncelerimizi gerçekleştiren kişileri takip ediyoruz. İşte karavancılar var, Atik ailesi var, Hello People var, Oralar Nereler var. Araba ile ilgili programlardan da Doğan Kabak'ı seviyoruz" A5/Erkek.

Yukarıda sözü edilen durum, daha küçük yaşlarda çocuğu olan aileler için geçerli iken 16-17 yaşında çocuğu olan iki ailede ise durum biraz daha farklı cereyan etmektedir. 16 yaşında oğulları bulunan A3, neredeyse birlikte aynı odada bile zaman geçirememekten dert yanmaktadır. A3/Kadın, 16 yaşındaki oğlunun sürekli odasında zaman geçirdiğini ve internet üzerinden arkadaşlarıyla konuşarak bilgisayar oyunu oynadığını şu sözlerle ifade eder: "Yüzünü gören cennetlik. Arada bir geliyor, geçiyor. O esnada görüyoruz K.'yi. Lavaboya falan giderse ya da bir şey ederse şöyle bir dolanıyor". Görüşme sırasında da K., odasında idi ve görüşmenin sonlarına doğru araştırmacının talebi ve ricası ile birkaç dakikalığına görüşmeye dâhil olmuştur. Annenin sözlerinden de çıkarılacağı üzere özellikle gençlerin bireyselleştirilmiş medya kullanımı, ebeveynler için 'izolasyon' endişesi yaratsa da yaşanan; sosyal etkileşimin aile odaklı olmaktan çıkıp akran odaklı hâle gelmesidir (Livingstone, 2005). A2'nin, boş zamanlarını çoğunlukla dışarıda arkadaşları ile geçiren 17 yaşındaki çocukları ise anne ve babası televizyon izlerken bazen onların yanında bulunuyor fakat o sırada telefonda başka içerikler izlediği için ebeveynlerin rahatsızlığını, baba ve çocuğun şu sözlerinden anlıyoruz.

A2/Erkek: Ses, gürültüden problem yaşıyoruz bazen.

A2/Erkek: Ben geldiğimde balkonda oluyorum. Onlar salonda oluyor. Normalde aynı odada olduğumda sesini kıs diyorlar.

A2/Erkek: Sepetliyoruz bunu ya da kulaklık taktırıyoruz.

Görüşme yapılan ailelerden A1 (eşlerden birisi çocukla ilgilenirken nadiren de olsa diğeri bir odaya çekilip izleme pratiği gerçekleştirmektedir), A7 (esnaf oldukları, eve geç geldikleri ve sigara içtikleri için daha çok mutfakta

oturmaktalar ve genellikle telefonlarından -ayrı ayrı- içerik izlemektedirler) ve A8'de (11, 5 ve 2,5 yaşlarında üç çocuğu bulunan ailede, eşler ortak bir zaman yaratamadıkları için birlikte izleme pratiği gerçekleştirememektedirler) eşler, çeşitli gerekçelerle izleme eylemini birlikte gerçekleştiremediklerini belirtmişlerdir. A2, A3, A4, A5, A6, A9 ve A10 da ise eşler, televizyon izleme eylemini sıklıkla birlikte/bir arada gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Ancak araştırmada, birlikte/ bir arada ve aynı odada bulunmanın, izlemek için seçilen "ortak" içeriği izledikleri anlamına gelmediği tespit edilmiştir. Nitekim aynı odada aynı içeriği izlerseler de çiftlerden bazen biri bazen de her ikisi birden, telefonlarından başka içerikler izlediklerini ifade etmişlerdir. A3/Kadın, eşiyle birlikte dizi izlerken bazen telefonda başka içeriklerle ilgilendiğini ve eşinin buna tepkisini şu sözlerle ifade etmiştir: "Kızıyor. Telefon mu izliyorsun dizi mi izliyorsun diye bazen. Bir gözüm de bazen Instagram'da, o da başka bir şey değil hani akşam artık işler mişler bitip oturunca şöyle bir ne var ne yok diye elimize alıyoruz onu da. O da bir alışkanlık oldu yani". Çiftlerin birlikte televizyon izleme pratiğini sekteye uğratan bir diğer faktörün de program tercihlerindeki ve beğenilerindeki farklılıklar olduğuna işaret edilmektedir. A6/ Erkek: "Dizi seçimi eşteyken ayak uydurmayı şöyle yapabiliyoruz. Başka bir yerde kendimize farklı bir TV programı açmak yerine orada da tekrar dijital ekrana dönüyoruz. Hani küçük ekrana. Cep telefonuna. Biz dizi izlediğimizi zannederken ben orada tekrar tekrar reels izliyorum." 2 ve 5 yaşlarında iki çocuğu olan A9'da anne ve baba, çocuklarla ilgilenmekten televizyon izlemeye çok vakitlerinin olmadığını söylese de vakit buldukları zamanlarda da bazen aynı odada bazen de farklı odalarda farklı içerikler izlediklerini söylemişlerdir:

"Beraber takip ettiğimiz bir içerik, iki senedir yok. İkinci çocuk olduktan sonra mesela birimiz bir işle ilgilenirken diğerimiz çocuğu uyutuyor. Ortak pek bir vakit kalmıyor açıkçası. Ondan sonra az bir vakitte de herkes kendi takip ettiğini izliyor. Biri televizyondan izlerken diğeri yanında telefondan izliyor. O şekilde bir şeyimiz var ya da oda değişikliği yapıyoruz herkes televizyondan izlemek istiyorsa herkes odasını belirliyor" A9/Kadın.

Aynı odada telefondan farklı içeriklerin izlenmesi durumuna en çarpıcı örnek A5/Erkek katılımcının söylemi ile ortaya çıkmıştır. A5/Erkek, eşiyle birlikte televizyon izlerken, bir arada olduklarını unutup birbirlerine telefondan

içerik gönderdiklerini şöyle belirtmiştir: “Yeri geldiği zaman birbirimizi unutup birbirimize içerik attığımız zamanlar da oluyor. Hani bak ben bunu gördüm. Yani telefonu yan koltuktaki kişiye çevirmek yerine ben bunu gördüm. Sen de boş zamanında izle diyecek kadar aşırı konfor alanımızın içindeyiz diyebilirim yani.”

Diğer katılımcılardan farklı olarak televizyonda eşiyile birlikte herhangi bir içeriği izlerken telefonda farklı bir içerikle ilgilenme durumunu A2/Kadın şöyle açıklamıştır: “Elimizde telefonlar var bir şekilde. Çünkü hayatımızdaki her şey WhatsApp gruplarına bağlı. Yani işle ilgili şeyler... Şu an mesela bir projeyle ilgili çalışıyorum. Mecburen bir sürü oradan aktivite geliyor. Onları onaylamak zorundayım.” Ekran olarak kullanılan cihazların çeşitliliğinin yarattığı bireyselleşmeyi, A6’da kadın ve erkek birbirlerinin sözlerini tamamlarcasına, tek izleme aracı olarak televizyonun kullanıldığı zamanlarla kıyaslayarak şöyle ifade eder:

A6/Erkek: Ama keşke ...televizyon izlenebilse. Ben bunu isterim. Neden isterim? Şöyle, şimdi ben geriye dönüp baktığımda geniş aile içerisinde aynı odada oturuyoruz. Şimdi telefon geldi artık. Herkes kendi odasına çekiliyor. Bundan dolayı bence birleşemiyoruz. Şimdi bende de bir aydınlanma oldu. Yani büyük, geniş ailenin içerisinde öyle bir şansın yok. Oraya gideyim buraya gideyim.

A6/Kadın: Araç, fazlaştıkça insanlar ayrılıyor aslında.

A6/Erkek: Kişisel araçlar diyelim.

A6/Kadın: Kişisel araçlar. Yani şimdi ben geçmişe dönüp bakıyorum, televizyon sayısı arttığında anne baba ayrı şeyler izlemeye başladı. Telefonlar arttı. Şimdi çocuklar, anne, baba komple odalarında... Yani herkesin aslında odasında bir iletişim aracı... ya da bir izleme platformuna bağlı bir araç olduğu için... herkes kendi odasına geçiyor. İki oğlum oyun oynarken bile ayrı odalarda, odadan odaya bağırarak iletişim kuruyorlar. Hâlbuki aynı odada konuşarak da oynayabilirler ama kendi rahat hissettikleri alana çekiliyorlar. Biz mutfakta belki daha çok kendimizi rahat hissediyoruz, biz de mutfığa çekiliyoruz. Yani oturma odasında olsak da onlar odalarındalar.

Televizyonun yaygın şekilde kullanılmaya başlandığı ve gündelik yaşamın bir parçası olduğu ilk yıllarda aile, televizyona göre yapılanmış ve televizyonun olduğu oda, oturma odası olarak isimlendirilmiştir. Bu odada, Cubitt'in (1985'ten akt. Morley, 1986) tanımlamasıyla "oturma odası siyaseti" yürütülmekteydi ya da Ang'in (1996) tanımlamasıyla "oturma odası savaşları" yaşanmaktaydı. Zira babanın uzaktan kumandayı tekeline aldığı, sporun dizilere üstün geldiği, erkeğin "kendi programını" izlemek istemesi üzerine kadınların izlemesinin durdurulduğu ve çocukların tercihlerinin en son sıraya bırakıldığı bir ortam vardı ve başka "seçenek" de yoktu. Başta televizyon olmak üzere ailenin oturma odasını merkeze alan geleneksel imgeler yerine bugünün medyası daha kişiselleşmiş ve evin her yerine dağılmıştır. Özellikle internet aracılığı ile içerik tüketilen cihazların evlerde sayısının artması; medya kullanımının "Aile Televizyonu'ndan" (Morley, 1986) "bireyselleştirilmiş medya yaşam tarzlarına" (Flichy, 2006) doğru kayma yaratmıştır. Katılımcıların izleme pratiği açısından gerek çocuklarıyla çeşitli sebeplerden ötürü bir araya gelemeyişleri ve gerekse de eşleriyle birlikte gerçekleştirdikleri izleme eyleminde aynı odada olsalar bile telefonlarından başka içerikler tüketmeleri; "birlikte, ayrı yaşamak" (Flichy, 2006) tanımlamasını akla getirmektedir.

5.2. Ebeveynlerin Ekranla İmtihanı

Ekran, görüşme yapılan tüm ebeveynlerin ortak sorunu olarak karşımıza çıkmıştır. Özellikle küçük yaşta çocuğu olan ebeveynlerin, çocukların ekran süresini azaltmak için mücadele verdikleri görülmüştür. Ailelerle yapılan görüşmeler içerisinde, ekranın çocuklar üzerindeki olumsuz etkisini en belirgin şekilde örnekleyen aile, 4 yaşında çocukları bulunan A1 olmuştur. A1, çocuklarını yaklaşık 2-2,5 yaşına kadar her türlü ekrandan uzak tutmuş fakat çocuklarının, akranları ile teması başladıktan sonra ekranla da tanışıklığı başlamış. Bir süre herhangi bir kısıtlamanın olmadığı ve çocuğun, dilediği kadar televizyon ya da telefondan içerik izlediği bir dönemi de olmuş. Yakın zamanda ise aile, çocuklarının kekemelik sorunu yaşaması (terapistleri, yaşanan sorunun doğrudan ekranla bir ilgisinin olmadığını söylese de) üzerine ekranı kısıtlama (yarım saat televizyon, yarım saat telefondan YouTube içeriği) kararı almış. Ailenin ve çocuğun yaşadığı durum ve bunun etkileri, annenin sözleri ile şöyle vücut buluyor:

"Yani aslında yanımızda izliyor ama bizden bağımsız oluyor. Bizi duymuyor. Kapatıyor kendini. Yani kendini kilitliyor. Ken-

di de biliyor. Anne çok daldım değil mi? Yine kızacaksın değil mi? diyor. Hemen alıyorum ben, daldın diye. Tamam kızma, çok dalmayacağım diyor hemen. Ama dalmış oluyor. 5 dakika da versen dalıyor” A1/Kadın.

Görüşülen aileler -özellikle de yaşça küçük çocuğu olanlar- için tablet ve telefon içeriklerinin denetiminin, geleneksel televizyon ile kıyaslandığında görece daha zor olduğu görülmüştür. 2 ve 5 yaşlarında iki çocuğu bulunan ve çocuklarının ekran sürelerini (tablet, telefon ya da televizyon) günde bir buçuk saat ile sınırlandıran A4/Kadın, görüşme sırasında şu cümleleri ile konuyu açık seçik ortaya koymuştur:

“Ya şöyle zaten sesi geliyor izlediği şeyin. O şekilde ne izliyorsun diye gidip müdahale ediyorum. Ya da televizyondan izliyorsa zaten biz de görüyoruz. Tabii kontrol edemediğim tableten izlediği bir şeyler olabilir. Yani tamamen yüzde yüz kontrol edemiyorum tabletini. Ama televizyonu zaten görüyoruz” A4/Kadın.

Her ne kadar aileler için YouTube Kids kullanımı, içerikleri denetlemenin en bilindik yolu olsa da ailelerin sözleriyle, çocukların karşısına “bir şekilde başka içerikler” çıkmaktadır. Bu nedenle çocukları tablet ya da telefondan içerik izlediğinde ailelerin bir kulağının hep çocuklarında daha doğrusu, tablet ya da telefondan gelecek seste olduğu anlaşılmaktadır.

“Yanımda seyrediyor. Ben şey yapmıyorum. Hani mesela bırakayım, içeri gideyim, kendim takılayım. ... gözüm üstünde oluyor yani. Ne seyrettiğini biliyorum. ... Kulak orada oluyor. Ayrıca bizim adımıza açılan bir abonelikten izlediği için izleme geçmişini biz görebiliyoruz” A5/Kadın.

“Elif Sinem¹ falan diye bağırıyor. Kızım artık kapat şunları diyoruz. Kulağımız orada oluyor dediğimiz gibi. Değiştirmezse, elinden alıyoruz” A8/Erkek.

“İzlememesi gereken bir içeriğin sesini duyduğumuz zaman, hayır bunu izlemeyeceksin diyoruz. Geçiyor mesela onu hemen. ... İzlediği içeriğin sesini duyduğum için müdahale ediyorum” A9/Kadın.

¹ Elif Sinem, YouTube’da “ELİF SİNEM TV” adıyla çocuklara yönelik içerikler üreten popüler bir çocuk YouTuber’dır. Kanalında genellikle eğlenceli çocuk videoları, vloglar ve aile temalı içerikler paylaşmaktadır. 2 milyondan fazla aboneli bulunan Elif Sinem, özellikle küçük yaşta çocuklar tarafından takip edilmektedir.

Çocuklarının “sınırlı” ekran sürelerinde ailelerin kontrol etmekte güçlük yaşıadıkları ve sorun olarak gördükleri bir başka husus da YouTube tarafından geliştirilen ve bir sosyal medya içeriği türü olan Shorts videolardır. A1’de kadın ve erkek arasında geçen diyalog, söz konusu içerikleri nasıl anladıklarını dırdıklarının kanıtı niteliğindedir:

A1/Erkek: Son zamanlar çıktı ya neydi onun adı?

A1/Kadın: Şarts mı şorts mu ne.

A1/Erkek: Kısıtlıyorum. Bir de tabi az da olsa çıkıyor, nereden çıkıyorsa.

A1/Kadın: Nereden geliyor bilmiyorum, çocuk videoları bir anda ona geçiveriyor. Bir bakıyorum hemen saçma sapan bir şeyler söylüyor.

A7’de babanın, A9’da annenin YouTube Shorts videolarına ilişkin ifadeleri de benzer bakış açısını ve deneyimi yansıtmaktadır.

“Önceden tableten olsun telefonda olsun bu YouTube’un Shorts’u vardı. Baktım orada çok salak saçma şeyler çıkıyor. Yeri geliyor argo geliyor, bilmem ne geliyor. Yasak koydum. Mese-la o günden itibaren hiç kesinlikle Shorts izleyeyim falan yok. YouTube mu izleyecek, o zaman YouTube Kids var oradan izli-yor” A7/Erkek.

“Argo kullanımı olan içerikler yasak. Çok kanlı savaşı şeylere dikkat etmeye çalışıyorum. Cinsel yönelim yönünden olan şey-lere dikkat etmeye çalışıyorum. Çünkü Shorts’ta falan genelde öyle şeyler çok çıkıyor” A9/Kadın.

Özellikle YouTube içeriklerinde ve reklamlarda gördüklerine sahip olma ve aileden talep etme noktasında A10’un verdiği örnek dikkat çekicidir. A10’un yedi yaşındaki çocukları; anne, baba ve çocuktan oluşan bir ailenin çektiği YouTube içeriğinde mısır yediklerini görür ve annenin sözleriyle, “kış günü mısır yiyeceğim diye tutturur.” Bu tarz içeriklerden etkilendiğini gören aile, telefonlarından YouTube’u siler. Çocuklarının, telefonda içerik izlemesine hem platform hem de zaman açısından sınırlama getirirler ve çizgi film kana-lı olarak da sadece TRT Çocuk’a izin verdiklerini söylerler. TRT Çocuk kana-lında reklam olmayışının da tercihlerini etkilediğini eklerler. Benzer şekilde

A8 de televizyondan içerik izleneceği zamanlarda, özellikle 2 ve 5 yaşlarındaki kızları için TRT Çocuk kanalını tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

“Çocuk kanallarında da genelde TRT Çocuk açık olur. Mesela Cartoon Network’te daha böyle vurdulu kırdılı şeyler falan var. TRT Çocuk biraz olsun daha eğitici” A8/Erkek.

Yaşça daha büyük çocuklara sahip olan A2 ve A3 için ebeveyn olarak çocuklarının ekran ile ilişkilerine dair deneyimleri, yaşça küçük çocuklara sahip ebeveynler ile kıyaslandığında farklılık arz etmektedir. 17 yaşında çocuğu olan A2 için ise sorun, çocuklarının izlemek için seçtiği içeriklerin deyim yerindeyse “niteliği”. Çünkü aile, çocuklarının izlediği içeriklerin, ona bir şey katacak ve kazandıracak içerikleri olmasını istiyor. Bu durum, görüşme sırasında anne, baba ve çocuk arasındaki şu diyalog ile açığa çıkıyor:

A2/Çocuk: Genelde Recep İvedik’in yeni bölümleri oluyor. Recep İvedik 8 çıkacak mesela. Dizilerde şu üç dört bölümü arka arkaya izleyeyim dediğim oluyor. YouTube’da izlemediğim dizi bölümlerini izliyorum.

A2/Erkek: Ne izliyor? Arka sokaklar, Çiçek Taksi. Hâlâ da izliyor. Sabah yine kahvaltı yaparken Çiçek Taksi izliyordu...

A2/Kadın: Komik şeyleri izliyor.

A2/Erkek: ...YouTuberlar var. Tehlikeli hareketler yapıyorlar. Şu ediyorlar, bu ediyorlar. Adanalılar var. Neydi onların adı?

A2/Çocuk: Sefa ile Mami.

A2/Erkek: ... Diyorum ki bunlar sana bir şey katmaz. İzleme diyorum. Yaptığı hareketler, kullandıkları şive, ağız, birbirine hitap şekilleri. Bunlar bizim hazzettiğimiz şeyler değil yani.

16 yaşında oğulları olan A3 için ise temel sorun, onların deyişi ile “bilgisayar bağımlılığı.” Evde tüm vaktini odasında geçiren, lise öğrencisi olan ve okula öğlen giden K., gece saat 2.50-3.00’e kadar arkadaşlarıyla bilgisayar oyunu oynamaktadır. Ailesi için bir taraftan sürekli bilgisayar oyunu oynaması başlı başına bir sorun iken diğer taraftan da sabah erkenden işe giden anne ve babası ile erkenden okula giden erkek kardeşi için gecenin geç saatlerine kadar K.’nın arkadaşları ile diyalog hâlinde oynadığı oyunlar sebebiyle “gürültü”

yapıyor olması başka bir “ailevi” sorun olarak kendini göstermektedir. Öyle ki Anne (A3), gece geç saatlere kadar oyun oynadığı için ses yapan K. yüzünden uykularının bölündüğünü ve hatta sinirinin bozulduğunu da bir serzeniş olarak araştırmacıyla (uzmanlığından ötürü çözüm üretebileceği ümidi ile) paylaşmıştır. On ve on dört yaşlarında iki çocuğu olan A6, çocuklarını ekrandan az da olsa uzaklaştırabilmek için diğer ailelerden farklı bir yol izlemektedir. Tatlıcı dükkânları olan A6, çocuklarının ödevleri haricinde telefondan oyun oynamalarını ve video izlemelerini önleyebilmek için kasada durup kendilerine yardımcı olmalarını sağlamışlardır.

Çocukların ekran kullanımını yönetme hususunda ebeveynlerin yaşadığı güçlük, sahaya ilişkin şu anekdotla aktarılabilir. A9’da anne, görüşme yapmak için evlerine gelen araştırmacıyı; görüşme öncesinde büyük çocuğuna, «çok oynadığı PUBG oyununu denetlemeye gelen bir görevli” olarak tanıtmış ve bu şekilde çocuğu korkutmuştur. Bu durumun çocuk üzerindeki etkisi, tam da araştırmacının evde bulunduğu sırada dramatik bir şekilde gözlemlenmiştir: Çocuk, görüşme esnasında aniden üzerine bir battaniye örterek yerde sürünmeye başlamış, evin diğer odasında bulunan diğer aile fertlerinin yanına giderek korku içinde onlara (görüşmecinin denetiminden çekinerek) diğer tüm cihazlardan PUBG oyununu sildiğini ancak tabletten silemediğini fısıldamıştır. Annenin sonrasında kullandığı “Bu, bize 4 ay gider.” şeklindeki ifadelerinden anlıyoruz ki aile; çocuğun, “birisinden (bu durumda araştırmacıdan/görevli sandığı kişiden) çekinmesi ya da korkması” aracılığıyla bile olsa en azından bir süre ekran kullanımını yönetme konusunda rahat olacakları umudunu taşımaktadır.

5.3. Program Tercihlerinde Cinsiyete Dayalı Ayrımlar

Kadına ve erkeğe atfedilen toplumsal cinsiyete dayalı roller, kadın ve erkeğin ev içi televizyon ve/veya ekran izleme alışkanlıklarını şekillendirmiştir. Hobson’ın televizyon izleme alışkanlıkları üzerine yaptığı çalışma; kadınların, erkeklerden farklı izleme biçimlerine sahip olduklarını göstermiştir. Bunun gerisinde, kadınların evlerini sürekli sorumluluklarının olduğu bir yer olarak görmeleri yatar. Erkekler için ev, boş zaman alanı iken kadınlar için ev hem çalışma hem de boş zaman alanıdır. Bu nedenle kadınlar, televizyon izlemeyi gündelik yaşamı sekteye uğratan bir faktör olarak görür (Hobson, 1982’den akt. Morley, 1992, s. 218). Hobson çalışmasında ev kadınlarını baz almıştır ancak çalışsın ya da çalışmasın; kapitalist, ataerkil toplumlarda çocuk bakımı

da dâhil ev işleri kadının sorumluluğu olarak görülmektedir. Bu nedenle adı geçen çalışma, doğrudan ev kadınları üzerine yapılmamış olsa bile benzer sonuçlarla karşılaşılacağı söylenebilir. Zira bu çalışmanın katılımcıları arasında çalışan ve çalışmayan kadınlar mevcut ve televizyonla ilişkileri benzerdir. Genellikle vurguları, ev içi sorumluluklardan arta kalan zamanlarda izleme pratiği gerçekleştirdikleri yönündedir.

“Çocuğun ödevi oluyor, tekrarı oluyor. Bütün işler bitiyor. Tamamen kafamız rahatlayınca bakıyoruz” A3/Kadın, lisans mezunu, çalışıyor.

“Sürekli çocukların biri okula gidiyor, öğlen geri getiriyorum. Yemek yiyor, geri götürüyorum. Üçte geri geliyor. Sürekli aslında onun ekseni etrafında döndüğüm için yani izlediğim günler de oluyor nadir. ...Çocuklar uyuduktan sonra televizyonu açabilirsek 2-3 saat izlemiş oluyorum” A4/Kadın, lisans mezunu, çalışmıyor.

Kadınlar, kendilerini evde özel bir boş zamana sahip olarak görmedikleri için ve her zaman yapılması gereken ev işleri varken “sadece” oturup televizyon izlemekten dolayı kendilerini rahatsız ve suçlu hissetmektedirler (Morley, 1986; Gray, 1987). A4’te kadın ve erkek arasında geçen diyalog mevzuu bil- lurlaştırın bir örnek olarak okunabilir.

A4/Kadın: Genelde çocuklar yattıktan sonra. 22.00’den sonra 23.00’ten sonra birkaç saat. Haberlere bile bakamadığımız zaman oluyor. Benim günlerce haber izlemediğim zaman oluyor. Günlük 2 saat falan izliyoruzdur herhâlde.

A4/Erkek: Müge Anlı’yı anlatsana.

A4/Kadın: Müge Anlı’yı izleyemiyorum ki her zaman. Çok nadir. Bir şeyle uğraşırken de televizyonu açmıyorum. Çünkü oturamıyorsa eğer televizyonu açıp gitmiyorum. Ama aslında Müge Anlı’yı takip etmeyi seviyorum ama oturup izleyemiyorum yani.

Kadınların, daimi mekanlarından biri olarak görülen mutfak ve mutfaktaki televizyon, iş yaparken ev içi pratiklerin eşlikçisi olmaktadır. Lull’un (1990, s. 35) deyişi ile arka plan gürültüsü/sesi olarak kullanılmaktadır.

“Oturup da televizyon izleyebilecek bir vakit bulamadığım için ara kaçamaklar yapıyorum, yani temizlik yaparken açıyorum. Ya da çocukla, böyle mutfakta bir şeyler hazırlarken falan genelde televizyon açık oluyor” A7/Kadın.

“Zaten beş, beş buçukta eve geliyorum daha sonrasında pek seyretmek için zamanım kalmıyor. ...yemek hazırlarken televizyon mutfakta açık oluyor veya yemek yerken açık oluyor ve ara ara takip etmeye çalışıyorum” A8/Kadın.

“Mutfakta televizyon var. Orada yemek yaparken ya da işte ortalığı toplarken o devamlı açık. Öyle artık haber zamanı, haber geliyorsa ya da ne olursa öyle özellikle açıp takip ettiğim değil de. Bir kulağım orada oluyor. Yani ses olsun” A3/Kadın.

Her ne kadar mutfaktaki televizyon, kadınların kontrolünde gibi görünse de erkeğin mutfığa gelişi ile bozguna uğruyor ve hangi içeriğin izleneceğinin kararını yine erkek veriyor:

A3/Kadın: Yemek programları falan oluyor ya (Gülüyor.). Komik oluyor.

A3/Erkek: Benim onlarla hiç işim olmaz. Paparazzi sevmem. Müge Anlı'yı hiç sevmem. O tarz programların hiçbirini sevmem.

A3/Kadın: Zuhul Topal'la yemekteyiz. O tarz. Onları seviyorum ben. Onları açıp bakması hoşuma gidiyor.

A3/Erkek: Ben yokken seyreder. Ben oradayken onları açtırmıyorum.

Yukarıdaki diyalogun da işaret etiği gibi kadın ve erkeklerin program ya da içerik türlerine ilişkin tercihleri birbirinden farklıdır. Morley'in (1986, s. 156) de bulguladığı gibi erkekler “öncelikle”, “gerçeklere dayalı” programlara (haberler, belgeseller), kadınlar ise kurgusal programlara yönelik bir tercihle özdeşleştirilmektedir. Ancak bu çalışmada eşlerin, haber ve dizi içerikleri noktasında asgari müşterekte buluştuğu tespit edilmiştir. Görüşmelerde katılımcıların en sık dillendirdiği diziler ise Şakir Paşa ve Ailesi, Kral Kaybederse, Kızılıcak Şerbeti ve Gönül Dağı'dır. Katılımcıların Şakir Paşa ve Ailesi ile Kral Kaybederse dizilerini tercih etmelerinin nedeni, A4'te kadın ve erkeğin

birbirlerini onaylayan şu cümleleri ile örneklenebilir:

A4/Kadın: Şakir Paşa ve Ailesi benim tarzıma hitap ediyor. Tarihi bir dizi.

A4/Erkek: Gerçekçi.

A4/Kadın: Aynen gerçekçi. Kral Kaybederse de öyle. Gerçek bir hayat hikâyesinden uyarlandığı için. Ben böyle psikolojik dizileri daha çok seviyorum. Yani normalde ben çok roman okuyan bir insan değilim. Daha çok kişisel gelişim, psikoloji kitapları okumayı çok seviyorum. Dizilerde de belki onu arıyorum, onu istiyorum.

A4/Erkek: Gerçek hikâyeden alıntı olması benim de hoşuma gidiyor.

Örneğin A5 de adı geçen dizileri takip ediyor. Fakat bu dizilerin izlenmesinin arka planında, izleyicinin merak duygusunu harekete geçirmelerinin ve oyuncu kadrolarının itici güç olduğunu düşünüyorlar. Ayrıca Şakir Paşa ve Ailesi dizisinin, hikâyeye konu olan ailenin üyelerince dava edilmesi ve yayın durdurma cezası almış olmasının da dizinin reklamına katkıda bulunduğunu düşünmektedirler. Gönül Dağı dizisinin tercih nedeni ise bizden bir hikâye olarak görülmesi ve insani duyguları ön plana çıkarmasıdır (A2, A3, A8).

“Gönül Dağı’ndaki olaylar şu yani kadını meta olmaktan çıkarıp ikili ilişkilerin daha çok saygı sevgi çerçevesinde işlendiği için ben izliyorum açık konuşuyorum. Diğer dizilerin çoğunda mafya var silah var kadın cinselliğiyle ön planda” A2/Erkek.

Kadın ve erkek katılımcıların tercihleri arasında en net ayrım, futbol karşılaşmalarında karşımıza çıkmıştır. Gerek dizilerde ve gerekse diğer içeriklerde yüzde yüz bir örtüşme sağlanmasa bile kadın katılımcılar; telefonda farklı içerikler izleyerek (A2, A3, A9) ya da içerik çok ilgisini çekmediği için ve/veya yorgun olduğu için uyuyarak (A4, A7, A10) da olsa aynı odada bulunabiliyorlar. Fakat ekranda futbol karşılaşmalarının olduğu zamanlarda durum biraz değişmektedir.

“Eşim maç izlerken ben mesela ev işlerini yapıyorum, maç izlemek istemediğim için. Genelde o şekilde” A2/Kadın.

“Maç saati geldi miydi işte giderim mesela mutfakla ilgilenirim. Ya da giderim salonda başka işlerim vardır onlarla ilgilenirim. Onun dışında çok fazla yani kimse kimseye müdahale etmez”
A3/Kadın.

5.4. Kolektif İzlemenin Yeni Görünümü: Abonelik Ücretleri ile Baş Etmenin Yolu Olarak Ortak Kullanım

İnternete bağlanan cihazların artışı ile kolektif izlemeden bireysel izlemeye doğru kayma yaşanmıştır. Ancak bu durum başka bir tür kolektif izlemeyi doğurmuştur. Zira kârının kaynağı abonelik ücreti olan internet tabanlı yayıncılık yaygınlaşmış ve tüketiciler, abonelik ücretleri ile baş edebilmenin ve sistemin kendilerine dayattığının dışına çıkabilmenin yolunu kolektif kullanımda bulmuştur. Tıpkı Michel de Certeau’nun (2008) etnografik izleyici çalışmalarında ortaya koyduğu gibi bu durumu; tabi olarak görülenlerin sistem ya da düzen içerisinde kazandıkları küçük ölçekli zaferler olarak görmek mümkündür. De Certeau’ya (2008) göre egemen sınıf ya da yönetenler “strateji” kurarken yönetilenler de “taktik” geliştirirler. Taktiksel pratik; gündelik hayat içerisinde, kullanım/tüketim anında açığa çıkan pratik bir zekâ ürünüdür. Böylelikle tabi sınıf/kullanıcı, “el çabukluğu veya kurnazlıkla” (de Certeau, 2008, s. 114) disipline edici stratejinin alanında kendisine yer açar. Nitekim görüşme yapılan ve dijital platform aboneliği bulunan 8 aileden yalnızca A8’in ortak kullanımı bulunmamaktadır. Kalan yedi aileden, A5 ve A9 ise daha önceden dijital platformları ortak kullanmış fakat daha sonra ortak kullanımdan vazgeçmiştir. Beş aile ise dijital platform yayıncılığı düzeninin içinde, sistemin izin verdiği ölçüde geliştirilen ve düzenin içine sızan ortak kullanım taktiği ile izleme pratiğini sürdürmektedir.

“Youtube aboneliğini Netflix’i ortak kullanıyoruz akrabalarla”
A4/Erkek.

“YouTube Premium aile üyeliği aldım. Bir arkadaşımınla birlikte kullanıyoruz. Netflix aynı şekilde... Şifreyi verdim. İki aile kullanıyoruz ikisini de” A7/Erkek.

Tüketici/kullanıcı olarak sıradan insan; kendisine ait olmayan bir mülkiyet üzerinde yani erkin mülkiyetinde hareket eder. Bu nedenle sıradan insanın gündelik hayat pratikleri, kendisine ait olmayan mülkiyet üzerinde sayısız “kaçak avlanma”lara dayalı icatlardır (de Certeau, 2008). Dijitalden içerik izleme pratiğinde kullanıcının/tüketicinin icadı ise “kaçak izleme”dir.

“Exxen almadım. Gibi’yi ama kaçak göçek izliyorum. Çok seviyorum” A4/Erkek.

“Bulamadığımız içerikleri sitelerden falan kaçak izliyorum” A9/Erkek.

“BluTV’yi sırf bir dizi için almıştım. Neydi ya? Damızlık Kızın Hikayesi. Yani sırf onun için almıştım. Son bölümü BluTV’de yayınlanmıştı. Diğerlerini kaçak izliyorduk” A9/Kadın.

“Kaçak sitelerden. Bilgisayara yazdık, izledik” A1/Erkek.

Yukarıda sözü edilen yaratıcı kullanımın ve küçük ölçekli zaferin hazzını, A9’un 11 yaşındaki erkek çocuklarının da dâhil olduğu, içerikleri hangi platformlardan izliyorsunuz sorusu etrafında gerçekleşen şu diyalog gözler önüne sermektedir:

A9/Erkek: Netflix’ten.

A9/Çocuk: (Gülüyor ve sonra). Daha çıkmamış filmleri kaçak.

(Bunun üzerine anne ve baba da gülüyor)

A9/Çocuk: Ama şey nasıl desem uyduda filan parayla satıyorlar o filmleri. Ben niye parayla izleyeyim orada? Kaçak siteden açarım. Hem Türkçe dublajlı oluyor.

6. Sonuç

Kültürel çalışmalar geleneğinin içerisinde, gündelik hayatta televizyonun rolüne ve izleme pratiğinin nasıl gerçekleştiğine dair ufuk açıcı çalışmalar bulunmaktadır. Bunlardan biri de Morley’in (1986) Aile Televizyonu projesidir. Tıpkı Morley’in projesinde olduğu gibi bu makalede, gündelik hayatın içine gömülü olan ve bir boş zaman etkinliği olarak kabul edilen izleme pratiğinin günümüzde nasıl gerçekleştiğinin izi, etnografik bir yönelimle sürülmüştür. Bu çalışmanın etnografik merakının itici gücü, Morley’in çalışmasının yapıldığı zamandan bu zamana değin yayıncılık alanında internet dolayımıyla yaşanan dönüşüm ve eşlikçisi olarak internete bağlanan cihaz sayısındaki artıştır. Nitekim sözü geçen dönüşüm ve teknolojiler ile “televizyon izleme” yerini “ekran izleme”ye bırakmıştır.

Çalışmada, on aile ile evlerinde derinlemesine görüşme ve katılımlı gözlem

gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucu ulaşılan veriler ve sahaya ilişkin gözlemlerden hareketle temalar oluşturulmuş ve betimsel çözümleme yapılmıştır. Görüşme ve gözlem yapılan ailelerde, ebeveynlerin çoğu zaman çocuk/çocukları ile izleyebilecekleri ortak içerik bulma noktasında zorlandıkları; özellikle evin rutin işleri yapılırken çocukların tek başına tablet, telefon ya da televizyondan içerik izledikleri; çocukların internet dolayısıyla izledikleri içeriklerin, ebeveynler tarafından kontrolünün giderek güçleştiği; eşlerin ortak izleme pratiği gerçekleştirdikleri zaman dilimlerinde bazen cinsiyete dayalı program tercihleri sebebiyle izlenen içeriğin ilgilerini çekmediği, bazen de “alışkanlık” hâline geldiği için sıklıkla cep telefonlarından başka içeriklerle ilgilendikleri tespit edilmiştir. Bu bulguların arka planında ise internete bağlanan her tür cihazla içeriklerin izlenebilir olması yatmaktadır. Televizyonun oturma odasına ait biricik cihaz olduğu ve kolektif izlemenin gerçekleştiği Aile Televizyonu’ndan (Morley, 1986), internete bağlanan çeşitli ekranlardan çeşitli içeriklerin izlenebilir olduğu daha bireyselleşmiş bir izleme pratiğine doğru yol alınmıştır. İzleme pratiğinin bireyselleşmesinde, cihazların küçük ve taşınabilir olmasının ve izleyicinin mobil hâle gelmesinin önemli rolü vardır (Şakı Aydın, 2017). Elbette kolektif izleme tamamen ortadan kalmamıştır fakat hem cihaz hem de içerik anlamında seçeneklerin artması izleyiciyi parçalı hâle gelmiştir (Webster, 2005). Teknolojik gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan dijital yayın platformları ve her geçen gün sayılarının artması ise hanelerin, şifreyi birbirleri ile paylaşarak gerçekleştirdikleri yeni bir “kolektif izleme” ortaya çıkarmıştır. Bu durum, kolektif izlemenin yeni bir görünümü olarak okunabilir.

Son olarak aileyi baz alarak etnografik yöntemi kullanacak araştırmacıların, ailelerle ikinci bir ziyaret planlamaları önerilebilir. Zira aileler ile yapılan etnografik görüşme ve gözlemler en çok iki saat kadar sürmekte ve bir veya iki görüşmeye izin vermektedir. Bu nedenle üç veya daha fazla kişiden oluşan bir hanede bu görüşmeleri arzu edilen şekilde gerçekleştirmek ve çocukları sürece daha fazla dâhil etmek pek kolay değildir. Bu bir sorun olarak görmese de ikinci görüşmeyi gerçekleştirmek hem aile üyelerinin tam katılımını sağlamak hem de ebeveynlerin birbirlerine ve çocuklarına müdahaleleri ile gerçekleşen yorumları teyit etmek açısından iyi bir yol olarak düşünülebilir (Holloway ve Green, 2013).

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye %50 (1. Yazar), %50 (2. Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

Etik Kurul İzni

Bu araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Üniversite Etik Kurulu Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 21.03.2025 tarih ve E.975602 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

Kaynakça

- Akgün, H. ve Arık, E. (2021), İngiliz Kültürel Çalışmalar Ekolü ve Medya Mahallesi Haber Programının Alımlama Analizi, Erciyes İletişim Dergisi, Ocak/January 2021 Cilt/Volume 8, Sayı/Issue 1, 113-128.
- Alasuutari, P. (1999). Introduction: Three Phases of Reception Studies. Pertti Alasuutari (Der), içinde, Rethinking the Media Audience (s.1-21). Londra: Sage.
- Ang, I. (1996). Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World. London: Routledge.
- Ang, I. (1986). Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination. London. Methuen.
- Ateşalp, S. T. ve Başlar, G. (2020). İnternette dizi izleme pratiklerinin dönüşümü: Aşırı izleme (binge-watching) üzerine bir araştırma. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (32), 108-136.
- Buckingham, D. (1987). Public Secrets: EastEnders and its Audience. London: BFI
- Çaylı Rahte, E. (2018). Türkiye’de Medya Etnografisi Yapmak: Alanın Gelişimi ve Seyrine Eleştirel Bir Bakış. Mülkiye Dergisi, 42 (4), 593-637.
- Çaylı Rahte, E. (2017). Medya ve Kültürün Küresel Akışı: Türk Dizilerinin Kosova’da Alımlanması. Milli Folklor. 29 (114). 66-78.
- Çelenk, S. (2005). Televizyon Temsil Kültür. Ankara: Ütopya
- De Certeau, M. (2008). Gündelik Hayatın Keşfi I (L. A. Özcan, Çev.). Dost Kitabevi.
- Ertekin, İ. (2020). "David Morley'in Aile Televizyonu Araştırması Üzerine Bir Saha Çalışması". İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 12(2), 117-130.
- Fiske, J. ve Hartley, J. (2003). Reading Television, London: Routledge.
- Flichy, P. (2006). "New Media History". İçinde. L.A. Lievrouw ve S. Livingstone (Der.), Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs. London: Sage. ss.187-204.
- Goodman, Irene F. (1983) 'Television's Role in Family Interactions: A Family Systems

- Perspective', *Journal of Family Issues*, 4 (2) 405-24.
- Gray, A. (1987) 'Behind Closed Doors: Video Recorders in the Home', içinde, Helen Baehr and Gillian Dyer (eds) *Boxed In: Women and Television*, London: Pandora.
- Gümüş, B. (2021). "Maraton İzleyiciliğinden Aşırı İzlemeye: Netflix'in İzleme Alışkanlıklarına Etkisi". *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* (37), 147-169.
- Gündoğdu, G. (2017). "Medikal/Estetik Televizyon Programlarının Muhafazakâr Kadın İzleyici Alımlamasına Yönelik Bir Etnografik Çalışma". *Intermedia International E-Journal*, 4(7), 303-316.
- Hall, S. (1980). "Encoding/decoding." içinde Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Love ve Paul Willis (edt.). *Culture, Media, Language*.
- Holloway, D., ve Green, L. (2013). "Using Ethnography To Understand Everyday Media Practices In Australian Family Life", içinde, Editors Radhika Parameswaren, *The International Encyclopedia of Media Studies*.
- Hobson, D. (1982). 'Crossroads': The Drama of a Soap Opera. London. Methuen.
- Karaduman, S., ve Acıyan, E. P. (2019). Netflix'in İlk Türk Dizisi "Hakan Muhafız" Üzerine Bir Alımlama Analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (32), 669-687
- Kartarı, A. (2017). "Nitel Düşünce ve Etnografi: Etnografik Yönteme Düşünsel Bir Yaklaşım", *Moment Dergi*, 4(1): 207-220 ISSN: 2148-970X.
- Katz, E. ve Scannell, P. (2009). The end of television? its impact on the world (so far). *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. v. 625. London: Sage.
- Koçak, M. C., Küçük, O., ve Yıldız, B. (2022). "Türk TV Dizileri Üzerine Alımlama Analizi: "Medcezir" Dizisi". *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(3), 468-485.
- Kümbetoğlu, B. (2008). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Liebes, T., ve Livingstone, S. (1994). The structure of family and romantic ties in the soap opera: An ethnographic approach. *Communication Research*, 21(6), 717-741.
- Livingstone, S. (2007). "From family television to bedroom culture: young people's media at home". İçinde. Devereux, Eoin, (ed.) *Media studies: key issues and debates*. London, UK.ss 302-321.
- Lee, M., ve Cho, C. H. (1990). "Women watching together: An ethnographic study of Korean soap opera fans in the US". *Cultural Studies*, 4(1), 30-44.
- Livingstone, S. (2005). "In defence of privacy: Varieties of publicness in the individualised, privatised home". içinde S. Livingstone (Ed.), *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere* (pp. 163-186). Bristol: Intellect Press.
- Lull, J. (1980). *The Social Uses of Television*. *Human Communication Research*, 6(3), 197- 207.
- Lull, J., (1982). "How Families Select Television Programs: A Mass Observational

- Study", *Journal of Broadcasting*, 26.
- Lull, J. (1988a). Constructing Rituals of Extension through Family Television Viewing. James Lull (Der.), içinde, *World Families Watch Television* (s. 237-259). Newbury Park, CA: Sage.
- Lull, J. (1988b). The Family and Television in World Cultures. James Lull (Der.), içinde, *World Families Watch Television* (s. 9-21). Newbury Park, CA: Sage.
- Lull, J. (1990). *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audience*, Routledge, Londra.
- Morley, D., (1992), *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge, Londra.
- Morley, D. (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Comedia, Londra.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. Londra: BFI.
- O'Brien, J., Rodden, T., Rouncefield, M.J., ve Hughes, J. (1999). "At home with the technology: An in-home computing and ethnographic study of a set-top-box trial". *ACM Trans. Computer-Human Interaction*. 6, 3, 282--308.
- Obrist, M., Bernhaupt, R., ve Tscheligi, M. (2008). Interactive television for the home: An ethnographic study on users requirements and experiences. *International Journal of Human-Computer Interaction*. 24,2. Taylor & Francis. 174—196.
- Özgür, Ö. (2022). "Yeni Normal İzleme Biçimi Olarak Seri İzleme Üzerine Nitel Bir Araştırma". *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(2), 747-762.
- Özsoy A (2011). *Televizyon ve İzleyici: Türkiye'de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici*. Ankara: Ütopya.
- Şeker, T. (2013). "5N1K Haber Programının Alımlama Analizi". *Selçuk İletişim*, 5(4), 105-117.
- Şeker, T., ve Şimşek, F. (2013). "Kodlama-Kodaçımı Bağlamında Muhteşem Yüzyıl Dizisinin Lise Öğrencileri Üzerindeki Etkilerine Yönelik Alımlama Analizi". *Selçuk İletişim*, 7(2), 111-120.
- Radway, J. (1984). *Reading the Romance*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Rogge, J., ve Jensen, J. (1988). 'Everyday Life and Television in West Germany: an Empathetic-Interpretive Perspective on the Family as System', içinde James Lull (ed.) *World Families Watch Television*, London: Sage
- Silverstone, R. (1994). *Television and Everyday Life*, London: Routledge.
- Şakı Aydın, O., (2017). "Yeni Medya Yeni Televizyon: Kolektif İzlemenin Sonu Mu?" 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı. İstanbul.
- Tunç, A. (2001). *Bir Maniniz Yoksa Annemler Size Gelecek/70'li Yıllarda Hayatımız*. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul.
- Turner, G. (2018). *İngiliz Kültürel Çalışmaları*. çev. Deniz Özçetin-Burak Özçetin. Heretik Yayınları: Ankara.
- Turner, G., ve Tay, J. (2009). Introduction. G. Turner ve J. Tay, (Ed.). *Television Studies*

- After TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era içinde (1-7). New York: Routledge.
- Tsekleves, E., Whitham, R., Kondo, K., ve Hill, A., (2009), Bringing the television experience to other media in the home: an ethnographic study", EuroITV '09: Proceedings of the 7th European Conference on Interactive TV and Video, p 201-210, Leuven: Belgium.
- Ulusal, D. (2022). "Gerbner'in Ekme Kuramı Bağlamında "Müge Anlı ile Tatlı Sert" Programının Alımlama Analizi". İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2022(58), 1-17.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H., (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin.
- Webster, J. G. (2005). "Beneath the Veneer of Fragmentation: Television Audience Polarization in a Multichannel World", Journal of Communication, 55(2), 366-382.