



**AUDIENCE CULTURE AND TV SERIES: NETFLIX AS
A POPULAR CULTURAL PRACTICE**

BEGÜM TAY

Master's Thesis

Graduate School
Izmir University of Economics

İzmir

2022

AUDIENCE CULTURE AND TV SERIES: NETFLIX AS A POPULAR CULTURAL PRACTICE

BEGÜM TAY

A Thesis Submitted to

The Graduate School of İzmir University of Economics

Master's Program in Media and Communication Studies

İzmir

2022

ABSTRACT

THE CULTURE OF AUDIENCE AND TV SERIES: NETFLIX AS A POPULAR CULTURAL PRACTICE

Tay, Begüm

Master's Program in Media and Communication Studies

Advisor: Prof. Dr. Nuran Erol IŞIK

April, 2022

With the development of technology, television, which is the ultimate representation of mass media and indispensable for the domestic place, has converged the digital media age. SVOD (Subscription video-on-demand) platforms and social media have become different mediums of mass communication in the contemporary world. With the entrance of Netflix, the most popular SVOD platform of the digital age, into daily life and domestic space, changes have occurred in the television culture of use by its audiences. This research aims to contribute to digital media approaches in the audience studies literature by examining the representation of Netflix culture of use in daily life, the changing television culture of use with Netflix, and the current position of television in the domestic space from an audiences' point of view. This is a qualitative and exploratory study, it is conducted by 14 participants by semi-structured in-depth interview technique. The critical discourse analysis method was used in data analysis to understand the audience's engagement with Netflix and television relationships.

Keywords: Culture of Use, Audiences' Choices, Netflix, Television, Audience Study, Critical Discourse Analysis

ÖZET

THE CULTURE OF AUDIENCE AND TV SERIES: NETFLIX AS A POPULAR CULTURAL PRACTICE

Tay, Begüm

Medya ve İletişim Çalışmaları Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Nuran Erol Işık

Nisan, 2022

Kitle iletişim araçlarının nihai temsili ve ev ortamının vazgeçilmezi olan televizyon, teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital medya ile buluşmuştur. Talebe bağlı video (subscription video-on-demand, SVOD) platformları ve sosyal medya, günümüz dünyasında farklı kitle iletişim araçları haline gelmiştir. Dijital çağın en yaygın SVOD platformu olan Netflix'in gündelik yaşam pratiklerine ve domestik alana girmesiyle birlikte televizyon izleyicilerinin kullanım kültüründe değişimler meydana gelmiştir. Bu araştırmanın amacı, Netflix kullanım kültürünün günlük yaşamdaki temsilini, Netflix ile değişen televizyon kullanım kültürünü ve geçmişten günümüze televizyonun domestik alandaki konumunun incelenmesi ile izleyici çalışmaları literatüründeki dijital medya yaklaşımlarına katkıda bulunmaktır. Keşfedici ve nicel bir araştırma olan bu çalışmada, yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat tekniği ile 14 katılımcı ile görüşülmüştür. İzleyicinin Netflix ve televizyon ilişkisine olan bağlılığını anlamak için veri analizinde eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kullanım Kùltürü, İzleyici Seçimleri, Netflix, Televizyon, İzleyici Çalışmaları, Eleştirel Söylem Analizi



Emeklerini ödeyemeyeceğim çekirdek aileme ithafen...



ACKNOWLEDGEMENTS

I would like to express my gratitude to my friends for their support and contribution during this long process.

I would like to thank my boyfriend Taylan Demirci for never taking his hand off my shoulder to complete my thesis process and for always making me feel comfortable.

I would like to thank my advisor, "Prof. Dr. Nuran Erol IŞIK", for creating a road map for me to produce my thesis and for accompanying me on this path meticulously.

Finally, I would like to thank my mother Emine TAY, and my father Adnan TAY, who always held my hand and provided stepped up to my goals while I had evolved into the person, I am now for never missing their love and attention on me. Also, I would like to thank my sister Ecem TAY for making me happy when I felt exhausted.

TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT.....	ii
ÖZET.....	iii
ACKNOWLEDGEMENTS.....	iv
TABLE OF CONTENTS.....	v
LIST OF TABLES.....	vi
LIST OF ABBREVIATIONS.....	vii
CHAPTER 1: INTRODUCTION.....	1
CHAPTER 2: THEORETICAL FRAMEWORK.....	5
2.1. <i>Mass Communication</i>	5
2.2. <i>Transformation of Television and Audiences with the new age of media; SVOD (Subscription-video-on-demand)</i>	9
2.3. <i>Audience Study</i>	12
2.4 <i>Understanding the New Practices of Audienceship</i>	15
CHAPTER 3: RESEARCH METHODOLOGY AND DATA ANALYSES.....	16
3.1. <i>The Methods of the analysis</i>	16
3.2. <i>Aim of Analysis, Hypotheses, and Research Questions</i>	19
3.3. <i>Data Collection and Sample of Analysis</i>	21
3.4. <i>Data Analysis and Discussion</i>	24
3.4.1. <i>Descriptive Analysis</i>	27
3.4.1.1. <i>Television As a Device or Social Practices: “Culture of Use” and “Culture of Watch”</i>	28
3.4.1.1.1. <i>Television Culture of Watch</i>	29
3.4.1.1.2. <i>Television Culture of Use</i>	31
3.4.1.2. <i>Netflix Culture of Use as a SVOD Platform</i>	32
3.4.1.2.1. <i>Consumption Practices</i>	30
3.4.1.2.2. <i>Binge-Watching</i>	36
3.4.1.2.3. <i>Orientation of the individual to Netflix platform and series in daily life practice</i>	37
3.4.1.2.4. <i>Social Collectivity and Social Communion Component in Daily Life</i>	36
3.4.1.2.5. <i>Popular Cultural Perspective of Netflix Audience</i>	40
3.4.1.3. <i>The Effect of Netflix on the Culture of Watching and Using TV</i>	42

3.4.1.3.1. <i>New Age “Boob-tube”</i> : Disembedding Mainstream Media.....	43
<i>Content</i>	
3.4.1.3.2. <i>The New Television: Netflix as a Mass Entertainment Media</i>	44
<i>Phenomenon</i>	
3.4.2. <i>Thematic Analyses of Focus Group</i>	47
3.4.3. <i>Interpretative Analysis</i>	45
3.4.3.1. <i>The Changing Television Culture of Use and “Netflix Effect”</i>	46
3.4.3.2. <i>Is the Netflix New Mass Media Channel or Mediums in Everyday life?</i> .50	
CONCLUSION.....	54
REFERENCES.....	59
APPENDICES.....	62
<i>Appendix A</i> -.....	1

LIST OF TABLES

Table 1. The demographic information of the Participants.....	23
Table 2. Interview dates of the Participants.....	24
Table 3. An average television watching hours on television and other digital..... devices in a single day.	27
Table 4. The period of having a Netflix subscription of Participants.....	30
Table 5. The habits of watching TVseries on illegal websites and internet/TV..... platforms before and after Netflix subscriptions of Participants.	32
Table 6. Binge-watching situation of the Participants.....	37
Table 7. Binge-watching situation of the Participants.....	39
Table 8. Daily watching hour on TV and a daily using hour on digital devices..... of participants.	46
Table 9. The average number of episodes they watch in a day and the time..... they have a Netflix subscription.	47
Table 10. The period that the participants prefer to watch Netflix, their viewing..... situations, collective or individual usage situations, and chatting about Netflix in daily life is reflected in a general framework.	49
Table 11. This is the table listing the findings of thematic analyses from the focus group interview, and it reflects the related themes with descriptive analyses.	52

LIST OF ABBREVIATIONS

CDA: Critical Discourse Analysis

DVD: Digital Video Disc

SVOD: Subscription video-on-demand



CHAPTER 1: INTRODUCTION

Since its invention, television has been changing, expanding, and evolving its form and accessibility by merging with different materials.

“Throughout the last half-century, in most industrialized countries, television has been a medium that has dominated our leisure hours, national cultures, domestic living rooms, and modes of family life” (Livingstone, 2004)

According to Mutlu (1999), classical television broadcasting, which is the beginning of television history, was formed around two major concepts: public service broadcasting and commercial broadcasting. In Europe, Public Service Broadcasting is designed around the idea of being a public space that will support such phenomena as responsible citizens, and nation-states and enable the functioning of a healthy democracy, while in the US it is organized as an area of freedom of expression that will legitimize commercial entrepreneurship in broadcasting, as in all fields (Jones, 2001). When we look at the relationship established by both models with their audience, in other words with a homogenous union of citizens with common values, it is seen and called education in public service broadcasting, while in commercial broadcasting, the concept of citizen is replaced by the concept of the consumer. With the neoliberal policies that had their effect since the 1980s, the deregulation process was introduced and television, an important part of the media, became involved in this process.

“With the development of new communication technologies such as satellite, television has become a major actor in global cultural production, distribution, and sharing as from the 1990s” (Wan and Servaes, 2000, pp. 2-3).

With globalization gaining effectiveness and technological developments, in the roles and functions attributed to television both on a local and global scale, the individual has started to find a place in television by choosing the option to reflect his or her own identity among various channels. With all developments and impressions, television has become an integral part of many homes around the world.

Television, the unique product of mass media, has been a media communication tool that appeals to the masses, brings a global approach to the closed world of societies, and expands the scope of communication since its existence. Şentürk (2009, p. 18) stated that the analytical thoughts that:

“...developed around basic questions such as how television, which occupies such an important place in social life, is a tool that makes itself accepted among the indispensables of daily life, and how it affects individual and social life, laid the groundwork for the formation of television theories”.

Media effect and audience research were carried out by evaluating television studies together with the mass media. However, with the development of technology and the emergence of "internet-distributed TV" (Holt and Sanson 2014; Holt and Sanson, 2021, p. 2), audience research has gained importance about "the culture of use" (Turner, 2019) of television.

The new platforms that have emerged by the integration of the internet and television, give rise to an influx of new terms about watching practices and digitalization. Subscription video-on-demand service (SVOD) is one of those terms. SVOD format is similar to traditional TV packages, allowing users to consume as much content as they desire at a flat rate per month and major services include; Sky (plus its subsidiary Now TV), Netflix, Amazon Prime Video, and Hulu, with new services coming from the likes of Apple, HBO, and Disney (imagen, 2019)

“Lotz identifies the “personalized delivery of content independent from a schedule” as one of the defining features of “nonlinear” television and argues that it represents a wider transformation in the logic of television industries from scheduling to curation” (Lotz, 2018, p. 2; Lobato, 2017, p. 242).

Netflix is one of the most on-demand platforms among all SVOD service providers. Netflix is the world's leading internet entertainment service with over 151 million paid memberships in over 190 countries enjoying TV series, documentaries,

and feature films across a wide variety of genres and languages (Netflix, 2000). Netflix Türkiye is one of the most famous SVOD platforms in Turkey as in many other countries. As of December 2018, Netflix has around 5 million subscribers in Turkey (Digital Age, 2019), and it keeps increasing day by day. Besides, Netflix's survey of 37.56 people in 2017 found that 77 percent of Turkish people watched movies and series from their mobile devices, not only at home but also on a commute, on a bus ride, or on a plane (NTV, 2018).

The overall structure of the platform has a standard layout as other SVODs for everyone as an equal but the series and films in its content vary from country to country and it also has content that can be edited by a person with a unique algorithm. This algorithm creates an order of content tailored for each subscriber's interests, thus providing an individual-specific service and a fully personalized experience. Besides, Netflix can be watched not only on the computer but also on different devices such as phones and tablets. This feature of the platform also extends its use area. When we compare Netflix and classical-linear TV, there are undoubtedly many differences. Sharma (2016) interpreted these differences through the perspective of Netflix's streaming strategy as the streaming service releases entire seasons of its shows at once. Netflix is causing radical changes in the normative social definitions of home space and living place with its richness and accessibility of content. These changes affect the media usage culture and consumption of the regular audience. Turner (2021, p.2), evaluates audience studies through television and argues that:

"...television studies should turn their attention toward generating more located and nuanced observational accounts of the evolving "cultures of use" within consumer households to develop a more accurate and useable set of terms to describe what is happening in domestic spaces as people watch television".

There are many studies on television watching trends in Turkey to evaluate them in a national context. The platform culture created by the digital age has also taken over Turkey in the age of transformation, affecting the daily habits of the audiences and revealing the changing usage culture at home in the use of television

that keeps up with the digital age. In the context of digital transformation in Turkey, Cağıl (2019, p. 17), talked about the transforming viewing scope of the Turkish TV series industry and its viewers, mentioned the change in audience habits in Turkey in his article, and touched on the changing viewing culture for audience studies. However, there is a big gap in the field of audience studies for digital platforms in Turkey. Representation studies on media tools that have become widespread in the mass media have taken precedence over audience studies. This lack of literature in Turkey has become a major target in the progress of the research, and therefore, an audience study on Netflix viewers, the current SVOD platform, has occurred.

The research also alleges that there is a gap in our direct knowledge of how individuals and households consume television and Netflix and the effect on the culture of use relationship with each other in domestic spaces. The study will explore how Netflix series are positioned within everyday life practices to understand the changing usage culture across Netflix audiences and addresses the impact of Netflix on the changing television culture of use. This study will explore not only Netflix's ability to be an individual serving platform but also its use as a tool for collective sharing and consumption. In addition to qualitative research methodologies, the exploratory research thesis uses qualitative research methods for data analysis. Semi-structured in-depth interviews with 14 individuals were performed as part of a research project for audience studies. There is also the focus group interview which is conducted with 5 individuals to provide a more comfortable and familiar place to observe daily discussion about Netflix and understand the participants' perception of TV/mainstream media in contemporary Turkey. The findings were analyzed using critical discourse analysis to derive an insight from the participants' experiences allowing for a better understanding of their TV series viewing habits.

The road map taken by the mass media in the formation of audience research is communicated in the Theoretical Framework chapter. The media effect on the mass media is briefly discussed, as well as the social power relationship of the mass media. Following that, the evolution of audience studies is reviewed, which began with the recognition of the audience's active connection with the media. The topics of "audience selection", "binge-watching", and "television consumption", which illustrate the

theoretical harmony of digital media and mass media, were investigated through audience research with the help of cultural studies.

In The Research Methodology and Data Analysis chapter, there is an analysis of the data obtained within the scope of audience studies using critical discourse analysis. The sub-headings of the chapter include the method, purpose, central research questions, hypotheses, explanation of supported theories and analysis method of the research, and details of discourse analysis.

In the Conclusion chapter which is the last main place to reflect the general approach of the study, the general lines, qualifications, and methodology of the study are briefly described. Besides, the topics studied and evaluated are reflected by blending them with related theories. In addition to the strengths and weaknesses of the research, suggestions are given to shed light on future studies based on the results.

In the next chapter, which is Theoretical Framework, the approaches in the literature that constitute the theoretical framework of the research are mentioned. The culture and development of audience studies, which started with mass media, and transformed into the digital age are discussed. Studies aimed at examining the content choices of the audience from the perspective of the audience in the culture of use have been reflected. In addition, the conceptual approach of the concept of Binge, which is identified with Netflix today, in the literature is included.

CHAPTER 2: THEORETICAL FRAMEWORK

The use of means of communication includes the formation of new forms of action and interaction in the social sphere and the establishment of new forms of social relations.

“The history of means of communication is, essentially, a history of social relations, even the most advanced history of social relations” (Barbier and Lawenir, 2001, p. 11).

Changing media usage patterns with technology from past to present have shaped media usage areas and practices in daily life. The culture of watching, which began with television taking its place in homes and continues today with digital platforms over the internet, has changed within the framework of popular cultural phenomena. Studies that will consist of different levels such as mass media studies, audience studies, and focus on issues that analyze these topics are evaluated within the theoretical framework. In line with the purpose of the research, a literature review focusing on the audience's point of view was created. The subheadings of the drawn theoretical framework are as follows:

- Mass Communication
- Transformation of Television and Audiences with the new age of media; SVOD (subscription-video-on-demand)
- Audience Study
- Understanding the New Practices of Audienceship

2.1. Mass Communication

“The roots of the concept of mass communication are deep and complex, emerging from the experiences of societies undergoing a rapid social change in the latter 19th century, especially in Europe and North America” (McQuail, 2015, p. 1).

McQuail (2015) expressed that mass media not only emerged from the industrialized and materialized society which refers to rising industrial production, the transition from rural to urban living, and the improvement of the rapid transport network, but also that it is affected by and taken from evolving superstructure that is practices, ideas, and ideologies of societies.

Mass communication as a concept can be examined and evaluated from many perspectives when considered with the emergence period. It can be evaluated according to the tool being investigated, the audience, the issues, problems, and processes it addresses, especially, when considered with the beginning of the modernization process. Koçak (2001) mentioned that the first period of mass media research has marked studies on the effects of the media. According to McQuail (1977), mass media has effects on society as a highly diversified content and forms of organizations include a very wide range of activities. He determined that in the first period of the mass media research which lasts from the turn of the century to the late 1930s, the effects of the media are based on the power the media to shape thoughts, beliefs, daily life habits, and force political frameworks even against opposition and those opinions were based on empirical observation of rapid growth of audience and popularization of the press, cinema, and radio (McQuail, 1977).

In the early twentieth century, it was supported by three sets of thoughts about mass communication which are the power of the mass media, social integration, or disintegration that it might cause, and public enlightenment that might be promoted or diminished by authority. Lazarsfeld (1948, p. 230) expressed the influencing power of the mass media as follows:

“...the power of radio can be compared only with the power of the atomic bomb, as an example of the power of mass media organs”.

In the early period of communication research, the effects of mass media were not perceived in a positive light.

“Many social scientists, as well as the general public, tended to believe that mass media produce informally powerful (and negative) effects on their unsuspecting and largely helpless audiences” (Bryant and Zillman, 2009, p. 11).

As McQuail (2015, p.1) points out, in the change caused by industrialization:

“... the relative decline of the old ways, including the influence of path and religion; greater individuality and other dependence; the rise of popular forms of government, or movements in this direction; self-organization that wants to get a share ...”,

The mass media were used as a propaganda tool by political authorities because it was believed to be able to manipulate the public. Lasswell uses the term "*hypodermic needle*" to determine this powerful and manipulative effect (Maigret, 2003; Maigret, 2011) and it was defined by Katz and Lazarsfeld (Bineham, 1988).

“In this model, media messages are seen as “symbolic bullets,” striking every eye and ear, resulting in effects on thought and behavior that are direct, immediate, uniform, and therefore powerful” (Esser, 2008, p. 4836).

“The mass media was seen as a means of shaping the "mass identity" of individuals trying to adapt to industrialization and leading the "mass behavior" in the field of politics, belief, and consumption” (McQuail, 2015, p. 4).

However, McQuail (2015) also remarked that it should be acknowledged that the audience plays an active role in communicative exchange despite the limits of feedback, and the social structure, conditions, lifestyle, psychological state, and personality aspects of the audience can change the impact the content has on the audience. In the light of these circumstances, it concluded that:

“...the overall consensus was that the power of ‘mass communication’ had been much exaggerated by its early exponents” (Klapper, 1960; McQuail, 2015, p. 5).

As mentioned before, when the social characteristics of the period are taken into account, it is seen that it is extremely reasonable for mass communication research to focus on the concept of “effect”. The paradigms that emerged as a result of the focus on “effect” paved the way for new perspectives and criticisms of early studies. As a result of the critics of the direct effect (hypodermic needle) perspectives of the mass media on society:

“...advocates for the received view assert that research and theorizing about mass communication have progressed from the powerful media direct effects model to a limited effects model that emphasizes intervening variables such as cultural background and personal characteristics” (Bineham, 1988, p. 230).

Between 1940 and 1960, according to the decision of Paul Lazarsfeld and his troops in the Bureau of Applied Social Research which is about the role of mass communications in the making of the decision, in the context of the campaign, mass communication has a short-run effect on societies and the media campaigns has a massive capacity about changing opinions attitudes, and actions through the masses (Katz, 1987, p. 26). As a result of this study, although results were not obtained that would radically change the understanding of mass media to affect audiences to the same extent, it was revealed that the influence power of mass media was not as strong as defended in early research.

“The chances of influence as intended are dependent on several aspects of the process: the primary source (status, appeal, trust, etc.); the actual channel or medium involved; and the specific message content involved” (McQuail, 2015, p. 5).

With Klapper's *The Effect of Mass Communication* (1960) and the confirmation of other social scientists such as Carl Hovland, it was clarified that the mass media has a limited effect on their audiences (Bryant and Zillman, 2009).

With the addition of different variables to the influence process of the mass media on the audience, McQuail and Windahl (2015, p.9) mentioned the following:

“...during the 1960s and 1970s, the focus of research interest tended to shift away from questions of direct effects of mass media on opinions, attitudes, and behaviors..., more attention was paid to longer-term and indirect socializing and ideological processes and also to effects which depend on the relative degree of attention paid by the media to aspects of the social environment”.

Since the early 1970s, the emergence of television which is bringing together many different media audiences and appealing to a large mass, and also the occurrence of sociopolitical events becoming fact during the period, challenged the limited effect model and brought the powerful media effect back to the agenda (McQuail, 2015). Critical and sociological approaches came to the fore in the studies of this period, and the analysis of the relations between mass media and the individual was emphasized (Koçak, 2001). Research on the effects of the media has begun to progress mainly on television, with its advent and rise to become the most effective media tool of mass media.

2.2. Transformation of Television and Audiences with the new age of media; SVOD (subscription-video-on-demand)

“Television was seen as the great storyteller, eclipsing traditional socializing institutions of religion, family and community in industrial mass societies” (McQuail and Windahl, 2015, p. 100).

In the last period of mass media research, with television becoming an ascendent mass medium, its powerful effects on the audience as an individual were not being examined, there was instead, a focus on its cultural, sociological, and

psychological aspects. From a cultural perspective, according to the 'cultural norms' theory of media effect which is developed by DeFleur:

"...media do not only act directly on individuals but also affect the culture, the stock of knowledge, the norms and values of a society" (Mcquail and Windhal, 2015, p. 98).

In other words, television as a mass media tool offers audiences ideas and ideologies to shape their behavior. Cultivation analysis emphasizes this cultural perspective, and it mentions that:

"...viewing television gradually leads to the adoption of beliefs about the nature of the social world which conform to the stereotyped, distorted, and very selective view of reality as portrayed systematically in television fiction and news" (Mcquail and Windhal, 2015, p. 100).

According to the theory, "learning" and "construction" processes need to have occurred for the cultivation effect to become influential. The realization of both concepts depends on many different variables such as the duration of watching, the age of the audience, and the condition of active watching, and all variables need to be evaluated simultaneously. As can be seen, if we consider the practice of watching television as a culture, the act of watching varies according to many different variables and depending on the physical, biological, and mental state of the audience.

With the increasing prevalence of sociological perspectives on media theories over television, other approaches regarding the audience and television relationship have been developed such as agenda-setting, spiral of silence and media dependency (Koçak, 2001). These approaches have emerged based on sociological analysis of the mass effects of television viewing. The topics covered in the approaches; The use of television in the public sphere as a tool to bring certain issues to the agenda specifically among current issues in the world and to unite societies under a single system of thought, as well as directing societies to television so that they can follow their agenda is reflected. When we look at the approaches such as "agenda-setting" or "spiral of

silence” developed within the framework of the relationship between television and the masses and the effect of television on the masses, we can evaluate the message chain of television in terms of content producers and viewers. These approaches have been developed because television affects the masses as a means of communication. However, over time, the way of watching television and the purposes of watching television have been shaped, individualized and different viewing styles have emerged.

“Watching television is an activity that covers the personal agenda, habits and tastes of the viewers, with the programs on the television that can change according to the agenda” (Lull, 1988, p. 36; Koçak, 2015, p. 32).

With the Internet, the position of television in society began to change and the internet effect was added to the evolution. In the contemporary world, television and the internet have come together under a common roof and new media technologies were created through the Internet. One of the most important technological developments in this newly created area that dramatically influenced the practice of television viewing in the Twenty-First Century was the creation of digital streaming services.

“Owing to the growing melding of classical-linear TV contents with online offerings (e.g. video-on-demand platforms or Web-TV), a great dynamic can be seen which has triggered numerous discussions about the future of TV for some time now” (Mikos, 2016).

Digital television platforms, which is a new concept that is called “*non-linear modern television*” by Krstic (2018, p. 15), unlike classical-linear TV, are organized with customized service logic. It is owned by subscription and can be shaped according to the person's demands. This structure turns platforms away from standard television broadcasting and into individual services that are differentiated. According to Mikos (2016), television is a central element of the future of digital media and, the place and the watching practices of television in society are evolving around the platforms.

Sharma (2016, p.1) mentioned that Netflix is one of the most prominent of the emerging SVOD platforms and, compared to television that:

“...the streaming service releases entire seasons of its shows all at once, a strategy that arguably encourages creators to reconsider or reallocate emphasis within this viewing relationship”.

The packet services system about streaming changed many practices about watching time, location, and reason. It also affects the content of television from the perspective of a medium and audience relationship. Sharma (2016, p. 7) pointed out that Netflix’s system changes the understanding of audience accessibility of the instruments, controlling them and watching experience, and he adds that “Netflix has not fundamentally altered the face of television, but it has certainly expanded its definition, and its series has elaborated on the aesthetics of the medium”. Furthermore, when watching activity is associated with television, it is a common time activity, while Netflix turns this action into an individualized consumption practice. Mikos (2016, p. 156) addressed his topic that:

“The large offer of the platforms allows consumers to individualize their consumption practice”.

The new audience concepts that emerged and shaped created a new area of media literacy about audience practices.

“The state of audience research in television studies has gained increased attention over the last couple of years” (Gray, 2017; Turner, 2021, p. 1).

Emphasizing the concept of the individuality of emerging new digital platforms (SVOD) and the act of watching created and shaped by these platforms have directed the audience studies and brought the audience to the fore. The increase in the diversity of SVOD platforms and the worldwide popularity of Netflix, which has changed the classical understanding of television broadcasting, have also revealed different terms in audience studies.

2.3. Audience Studies

The audience phenomenon has been at the center of media research since the emergence of mass media. As stated in the early media studies, the concept of the audience was examined by considering its relationship with the mass media, and television studies were approached in the context of this phenomenon.

“Initially, the audience was perceived as an undifferentiated mass, as a passive target for persuasion and information, or as a market of consumers of media products” (McQuail and Windhal, 2015, p. 132).

The emergence of the first audience research in the post-war period revealed the models developed by considering the power of the message which was produced by mass media holders over the audience. Besides, in this period, the marketing research on the ratings in studies made for the audience is also rife. From the understanding of the early media research, audience studies have started to show themselves through the concept of "*effect*" (Morley, 2013, p. 16).

The hypodermic model is one of the clearest examples of the first period of media research about the protection of the audience from the power of wartime propaganda and breaking down of traditional values of societies. This perspective is limited because it operates on the preconceived notion that every audience is equally affected by the message. However, when it was discovered that the audience chose their own media channel depending on many different variables, it was understood that the real question should be "*what people do with the media?*" (Katz, 1959; McQuail and Windhal, 2015). With this new perspective, audience studies have transformed to be evaluated according to the audience's watching practice and the way they read the text.

The uses and gratifications theory, which was developed by Blummer and Katz in 1974, has been chosen as a guide for understanding television audience behavior (Koçak, 2001). According to this model, there is an active relationship between the

audience and the media choices, the choices vary according to the audience's psychological state and personality traits. Morley (2013) also addressed the outcome of the audience's choice, stating that an important development made by the uses and gratification perspective is the variability of responses and interpretations. To explain responses and interpretations, audience motivations and behaviors must first be understood. Although, Morley (2013) states that the model has a limitation in talking about the sociological and cultural perspective of the social variability in which the person lives, the uses, and gratifications model is included in many studies on audience behaviors that have survived to the present day. He argues that the model has an individualistic approach and that behavior is based on psychological reflections in all kinds of results. Stuart Hall, evaluating the individualistic point of view from a different perspective in the Centre for Contemporary Cultural Studies in the 1970s, argued that in the encoding/decoding model, the media imposes the agenda, frameworks about cultural phenomena, and cultural structure that the audience will follow, and he integrated uses and gratification models in this perspective as:

"...audience interpreted and making meaning from sign and symbols which the media provide" (Morley, 2013, p.17).

"Encoding/decoding (1973/1980) had a major impact on the direction of cultural studies in the 1970s and 1980s and its central terms remain keywords in the field" (Procter, 2004, p. 57).

Hall criticizes the explanation of this model as a form of communication in which the audience is passive in receiving the message in the first period of mass media studies. According to him, the visual appearing on television can be interpreted from many different angles by the audience, and this does not indicate that there is a problem with the media content. Hall (2004) defined this perception as "lack of fit" and expressed it as follows:

"It occurs because communication has no choice but to take place within sign systems" (Procter, 2004, p. 59).

He, evaluating the message received by the audience as visual discourse, argued that visual discourse reflects the message as a two-dimensional visual and that is consciously reflected to create a certain culture and political agenda. These critical perspectives state that the audience is exposed to the media message instead of choosing it, but audiences determine the meaning themselves.

When we speak about SVOD platforms, the first mode of watching that comes to our mind is Binge-viewing, a model that started its adventure with television, evaluated in a different dimension with SVOD platforms, and identified with Netflix. Binge-viewing is a model that explains how the audience watches the media message, especially TV series, rather than choosing it. The definition of binge-viewing is "...watching more than two episodes of a TV show in 24 hours" (Dickinson, 2014, p. 2). Binge-viewing was firstly associated with the passive audience, which is "the couch potato" set in front of the television. Dickinson (2014, p. 23) defines this audience context as:

"...the image of the sofa potato as an inefficient human image to a TV without the awareness of the world surrounding them".

With Netflix, the concept of the "couch potato" has been replaced by an active audience and positive meaning. Netflix's platform features create a mechanism that the viewer can manage and control himself. This situation also makes the concept of "binge" positive. Broadcasting all the episodes at once, the ability to continue where you left off, the use of different viewing devices, and the ability to watch without ads offer a platform that the audience can consume media content whenever they want and wherever they are. Also, unlike other platforms, Netflix encourages binge-viewing action by airing all episodes of the series and continuing to play those episodes back-to-back while watching, unless interfered with. Finishing a season in one go is equivalent to following the popular agenda created by Netflix today.

Despite the changes and evolution in technology, access, and context; traditional attitudes and behaviors continue in watching television. However, considering how the advanced devices and digital media platforms used are integrated

into daily life, the viewing practices of the classical television audience in the digital field are changing. Turner (2021, p. 3) used the concept of “*culture of use*” to express all phenomena involved in forms of usage and watching practices such as collective and individual watching practices, and digital devices that are used for watching. We observe that the wide and accessible context and content of SVOD platforms created by the development of technology and having the ability to be used in different digital devices create radical changes in the normative social definitions of home space and living place. These alterations have led to changes in the consumption practices and “*culture of use*” of the audience. Among all digital platforms, the rise of Netflix has gained prominence along with the practice of “binge-viewing”, which will drastically change the practice of television viewing. The fact that Netflix shows are binge-watched, accessible from different devices, become an activity of spending time with family or friends, and, most importantly, their place among daily life practices has brought a new perspective to the culture of television use. Moreover:

“...binge-viewing as a concept is a marketing strategy that derives from the early days of Netflix when it started selling DVDs.” (Mareide Jenner, 2018, p. 111; Turner, 2021, p. 4).

Netflix's way of carving its niche in the media space can be associated with popularizing the practice of binge-watching. With Netflix becoming widespread around the world, watching Netflix has become a popular cultural activity. The new usage culture created by the platform individually reflected a new media consumption in the field of popular culture. To understand the use of Netflix as a popular cultural activity, the new viewing format created by Netflix and the place of this new usage culture in popular culture should be examined.

2.4. Understanding the New Practices of Audienceship.

Netflix differentiates itself from standard (traditional) TV streaming and evolves into a unique platform with its original features. It is popular among other SVOD services because of its lack of advertising, varied content, ease of accessibility,

and customized service which is also preferable to classical TV streaming. However, most importantly, Netflix has “*packaged*” the television text through streaming archives that encourage users to watch episodes consecutively, especially through sustained periods of watching successive episodes, a practice that has become popularly known as binge-watching (Tyron, 2005). The archives also provide a “culture capital” for people who are interested in creating a collection of films, series, or documentaries. Classical TV streaming has a standard service comprising channels that have different contents but similar flows. Netflix's "binge-watching" feature and customized service feature not only set Netflix apart from other platforms but also put it in a better position than classic TV streaming. Traditional TV streaming has a high level of standardization which depends on government policies that results in mainstream media sharing similar content for citizens in Turkey. Therefore, People in Turkey began to prefer SVOD platforms more. In the light of this information, it is obvious that the practices of watching television are changing in an on-demand era (Tyron, 2015).

In this chapter, the approaches of the mass media in the literature that shed light on the study and the details of the audience studies that developed in the process from mass media to digital media, emphasized in the research, are reflected. Furthermore, in the audience studies, which constitute the central question of the research, the changing culture of use and conceptual phenomena and the basic concepts that will shape the analysis of the data are mentioned. Since Stuart Hall's cultural studies have key points that reflect the culture of use in critical media readings, they are briefly included in and supported by these studies.

In the Methodology chapter, there are central questions around which the research is shaped and hypotheses for them. In the analysis of the research, the methodology used as a roadmap, the grounding of the method followed, the literature approaches to the method, and the analysis of the data by crystallization as a result of these approaches are included. In addition, the approaches in the literature mentioned in this section are blended with the analyzed data, and it is given importance to reach valid and reasonable results and to confirm the hypotheses.

CHAPTER 3: RESEARCH METHODOLOGY AND DATA ANALYSIS

2.5. The Method of the Analysis

The rapid nationwide and worldwide spread of Netflix, an SVOD platform that is a product of the digital age, and its increasing role in our daily lives, emphasizes the changing culture of the use of media instruments. One of the major approaches of critical reading that is remarked on by Hall is that technology, culture, and politics are intertwined with it, and it is necessary to keep up with them, reflecting that critical reading is meaningful for blending cultural changes (Sender and Decherney, 2016). In this study, which is based on the audience perspective, the problem of the audience in terms of critical media studies has been emphasized and it has been tried to clarify the significant issues by making a critical reading.

In this chapter, the major methodological study that constitutes the structure of the thesis with analysis is outlined. The primary objective of this part is to present the map that sheds light on data analysis using the appropriate methods and theoretical approaches. The central research questions, developed under the goals of research via the comprehensive aspects in the formulation of these questions, data collecting, sampling, and guiding methodologies in the literature, are addressed.

In this study, which is exploratory and qualitative research, qualitative methods were used as an analysis method. This research, which has rich data content with in-depth interviews and focus group interview technique, and for the young audience of Netflix, the central questions prepared for the participants to learn the audience's perspective on the changing position of television, the culture of the audience's use of Netflix and was created considering the way of choosing content to watch on Netflix. By referring to the central questions and the hypotheses produced, critical discourse analysis was used as a data analysis method to understand the framework of the area covered by the Netflix platform in the changing and transforming digital media plane of the viewers in their daily lives and to understand the audience perspective by evaluating this in the context of audience studies, which is an open field in the

literature. Critical audience readings were emphasized in order to get the viewer's view, evaluate the data from the viewer's perspective, and match the viewer's discourses about Netflix in daily life with conceptual contexts.

“Since the main objects of research in critical audience studies are people in interaction with their media, it is considered crucial to understand how people themselves experience and formulate these interactions” (Hirzalla and Van Zoonen, p.1).

With critical audience studies, the essential perspective that leads the chosen methodology in data analysis and evolving theories with the outcomes of this study is written. "Critical" is a concept that emphasizes the knowledge of limitations as well as the liberation from watching and using old and new media. The critical approach topic in this research is the specification of the interaction between Television and Netflix culture of use and the changing status of Television with the emergence of Netflix. Understanding shifting media and their significance, as well as their influence on one another, is at the heart of the inquiry. With these ideological concepts, audience viewpoints and their interaction with the mediums (Netflix and television), as well as the repercussions of changing the culture of use, may congregate meaningfully from under the audience study. To clarify, using the approaches of Hirzalla and Van Zoonen (2017, p.1), appropriate data analysis will be acquired following the aims of the research using discourse analysis incorporated under the purview of critical audience studies:

“...the adjective critical means that scholars in this field postulate that people’s experiences are not entirely free or voluntary but always embedded in social relations. This leads to the question of whether individual autonomy is possible in interactions with media or whether these interactions are entirely determined by economic, social, and cultural forces in society. The answer to this question will vary according to specific individuals, groups, situations, and contexts, making the articulation of individual agency concerning social structures a crucial empirical one for critical audience studies”.

Taking the audience-cum-content approach, which is the semantic approach of Critical Audience Studies and named by Klaus Bruhn Jensen in 2002, focused on the meanings that the audiences ascribe to the content and their interactive position in the use of the platform (Hirzalla and Van Zoonen, 2017).

“...audiences actively interpret specific features of media text to make their meanings and are not passive recipients of the meanings put in media texts by producers”.

When assessed in this context, the audience's expressions in the way they associate with their socio-cultural background might provide the meaning they attach. To this conceptual point, approaches from cultural studies were used to identify the link between Netflix consuming culture and society. Kellner (2011, p.2) defines the situation of the approach that:

“...media culture provides the materials for constructing views of the world, behavior, and even identities”.

Critical discourse analysis is the only method by which we can perceive the social behaviors, cultural perspectives, and ways of defining ourselves as individuals in society, in the audience's responses, in which they express themselves and present sections about their daily life practices, on the path taken to reach the research's desired result.

“CDA (Critical Discourse Analysis) is a branch of discourse analysis that goes beyond how and why discourse cumulatively contributes to the reproduction of macro-structures and highlights the traces of cultural and ideological meaning” (Ramanathan and Tan, 2015, p. 57).

The significant objective of applying critical discourse analysis in this research, which is enlightened by audience studies and supported by cultural studies, is to incorporate the needed information inside the audience's behaviors, words, and

expressions. The audience's position as an individual and as a media consumer in a social and cultural environment might lead to the concept of culture of use.

The concept of culture of use, around which the research was shaped, was used as the building block of this research, inspired by the article “Television Studies, We Need to Talk about Binge-Viewing” by Graeme Turner (Turner, 2019). In this study, Turner (2019, p. 1) targeted television studies and positioned the concept of culture of use as follows:

“Rather than staying with what has become an extremely imprecise term, the argument continues, television studies should turn their attention toward generating more located and nuanced observational accounts of the evolving “cultures of use” within consumer households to develop a more accurate and usable set of terms to describe what is happening in domestic spaces as people watch television”.

It has been noticed that there have been significant changes in normative social conceptions of home space and living place, as well as platforms produced by technological progress, extensive and accessible context, and various media instruments. The notion of altering the culture of use is included in the main theme around which the research is structured in Turner's (2019) study, which he produced by examining his television studies since these changes also modify and affect the consuming behaviors of the audience. According to Turner (2019, p. 1), in the context of the changing television culture of use, it should be pointed out that:

“...television studies should turn its attention toward generating more located and nuanced observational accounts of the evolving “cultures of use” within consumer households to develop a more accurate and useable set of terms to describe what is happening in domestic spaces as people watch television”.

2.6. The Objective of Analysis, Hypotheses, and Research Questions

Television has long retained its ubiquitous presence in households as a mass communication medium. With the progress of technology, digital media has assumed

its position on the agenda in the digitalizing world, exposing a new media consumption culture at home. The usage of television and the meaning it represents in daily life has been steadily altered, particularly as SVOD platforms have risen to the fore in terms of series/film content.

Since television is a mass media tool, it may be considered inappropriate to view TV series/film content from the same perspective as SVOD platforms, which have an intense and global variety. The use of SVOD platforms, on the other hand, bears strong similarities to the consumption of mainstream media. Netflix, being the most popular SVOD platform in the world, has entered practically every individual's media consumption zone. As the national and global agendas are increasingly being followed via social media, the function of TVs has begun to dwindle. With the availability of accessible SVOD services such as Netflix, alteration in the consumption of entertainment media may be detected. Smartphones, tablets, and laptops, which are easier to use and more accessible than radio and television, now dominate mainstream media. The television's function and location have not been reset but have changed.

The core purpose of this research is to examine the changing culture of use of television audiences through Netflix audiences, to understand their behavior and attitudes towards integrating Netflix into daily life, to explore the individual and collective watching rituals of TV series, their reasons, and possibly different ways of reading in Turkey. Furthermore, another purpose of this research is to examine the new watching practices that emerged with the separation of SVOD services from classical television broadcasts through Netflix audiences in Turkey and to evaluate the new watching habits that have gained importance with them through the concepts of individual watching, collective watching, and active watching.

The following central research topics for this thesis were chosen based on the foregoing objectives:

“R.Q. 1: How is the practice of watching Netflix integrated into the everyday life, not only at an individual level but also within the domestic social spaces of the household?”

R.Q. 2: How does Netflix indicate major changes in the culture of use?

R.Q. 3: Has Netflix influenced the position of television in the perspective of the audience and everyday life?

Hypotheses 1: Netflix has become a mass entertainment medium that audiences use individually and collectively.

Hypotheses 2: Netflix has taken its place in the semantic framework of television in the domestic place of the society in terms of its use and its appeal to a broad audience with its accessibility, ease of use, and content variety.

Hypotheses 3: Television has moved away from the meanings it expressed not only terminologically but also socially, and its position in domestic places has turned into semantically just a communication device.

2.7.Data Collection and Sample of the Research Design

A topic that evolves through the audience's use of the Netflix platform has been tracked in this research. Semi-structured in-depth interviews modified the data collection approach used by employing qualitative research methods. Topics that the participants were inquired about in the research are:

- Current television viewing status,
- Watching practices before Netflix,
- Changing viewing practices with Netflix,
- Netflix's position in the daily life of viewers,
- Changing television watching practices,
- The position of different digital channels in people's daily lives with Netflix.

There are 55-60 questions in total, along with the questions added during the interview to the questions asked. The answers were translated into written texts by the transcription method. By using critical discourse analysis in analyzing the data set, not only the behavior of the audience but also their understanding of Netflix from their socio-cultural points of view were examined.

In a semi-structured interview, the management of time and the questions during the interview belong to the researcher. Since the subject touches on many aspects of the everyday life of the participants and their social identities in society, interviews were conducted that took too long and included many questions. The interviews were audio-recorded with the consent of the participants.

Crystallizing data is a challenging step of the data analysis phase of research due to the data density of the process of creating transcriptions and analyzing data. Besides, the data collection part of the thesis process, which started in September 2019, coincided with the pandemic, necessitating the interviews with the participants to be conducted online. However, the density of the collected data and the fact that interviews were conducted online allowed for the minimization of external factors, resulting in the yield of diverse data content; which is one of the strongest aspects of the data analysis process. The tendency of the participants to remain in the domestic environment during the pandemic helped them to analyze their Netflix usage more carefully. This benefit supported the stretching of the questions by the participants and their use of clear statements.

As shown in Table 1, the participants are 14 Netflix audiences between the ages of 18 and 30 who live in Turkey. The snowball method was used to reach out to participants. Interviews were conducted according to the time available to each participant. Therefore, the data collection process proceeded irregularly.

Table 1. This table includes the demographic information of the participants.

PARTICIPANTS	Sex	Age	Marital status	Education level	Occupation	Income	Number of household member	Place of residence
Participant 1	Male	30	Married	University	Purchasing manager	3500 tl	2	İzmir
Participant 2	Female	30	Married	Master	Accounting intern	3500 tl	2	İzmir
Participant 3	Male	26	Single	University	Personal Trainer	5000-6000 tl	2	İzmir
Participant 4	Female	20	Single	High School	Student	1500 tl	4	İzmir

Table 1. (continue) This table includes the demographic information of the participants.

Participant 5	Female	20	Single	High School	Student	1000-1500 tl	3	İzmir
Participant 6	Male	22	Single	High School	Student	1500 tl	1	İzmir
Participant 7	Female	23	Single	High School	Student	1600 tl	2	İzmir
Participant 8	Female	27	Single	High School	Student	1500-2000 tl	3	İzmir
Participant 9	Male	24	Single	High School	Student	1300 tl	2	İzmir
Participant 10	Female	24	Single	High School	Student	3000-3500 tl	2	İzmir
Participant 11	Male	24	Single	High school	Student and football trainer	3000 tl	5	İzmir
Participant 12	Male	25	Single	Master	Human Resources manager	3000 tl	1	İzmir
Participant 13	Male	28	Single	Master	Mechanical Engineer	3500 tl	3	İzmir
Participant 14	Female	23	Single	High School	Student	2000 tl	3	İzmir

Table 2. There is demographic information of participants who are included in the focus group interview.

RESPONDENT S	Sex	Age	Marital status	Education level	Occupation	Income	Number of household member	Place of residence
Respondent 5	Female	23	Single	High School	Student	1500-2000 tl	2	İzmir
Respondent 4	Male	24	Single	High School	Student	1200-1300 tl	2	İzmir
Respondent 3	Male	25	Single	Master's Degree	Unemployed	2500 tl	4	İzmir
Respondent 2	Female	25	Engaged	University	Psychology	3000 tl	2	İzmir
Respondent 1	Male	29	Engaged	University	IT Personnel	4000 tl	2	İzmir

The interview dates of the participants are listed in the table below:

Table 3. This table includes the interview dates of the participants.

Participants	Date
Participant 1	2.02.2020
Participant 2	2.02.2020
Participant 3	2.02.2020
Participant 4	31.01.2020
Participant 5	31.01.2020
Participant 6	28.01.2020
Participant 7	28.01.2020
Participant 8	27.01.2020
Participant 9	29.01.2020
Participant 10	27.01.2020
Participant 11	27.01.2020
Participant 12	30.01.2020
Participant 13	3.02.2020
Participant 14	31.01.2020

2.8.Data Analysis and Discussion

The approaches that led to the emergence of the research in the roadmap followed until the analysis stage of the thesis are explained in this chapter; in this context, the formation of the central questions and the sample, as well as the blending of the information obtained with the selected analysis method with the literature are explained.

The assessment of the data consisting of the responses of the participants as a result of the semi-structured in-depth interviews with 14 participants will be evaluated under the title of "Descriptive Analysis" in terms of discourse structures and socio-cultural meanings using critical discourse analysis in this section of the thesis. Subsequently, the discussion and evaluation of the analyzed findings with related

approaches in the literature, as the functionality of critical discourse analysis, will be examined under the title of “Interpretative/Critical Analysis”.

2.8.1. Descriptive Analysis

This section of the thesis introduces the data obtained from the interviews based on questions on Netflix audiences. The responses of fourteen participants in the semi-structured in-depth interview system were crystallized and analyzed under the following main headings:

- Television as a Device or Social Practices: “Culture of Use” and “Culture of Watch”
- Netflix Culture of Use as an SVOD Platform
- The Effect of Netflix on the Culture of Watching and Using TV

2.8.1.1. Television As a Device or Social Practices: “Culture of Use” and “Culture of Watch”

In addition to the one-sided approach to the concept of television in television studies, perspectives of audiences differ in the evaluation of contemporary television watching habits and behaviors. Considering the daily practices of audiences towards their television watching attitudes, the meaning they attribute watching television practices consists of the mainstream media. They evaluate the activity of “watching Netflix” behavior, which is the SVOD platform, on television directly with the performance of "watching Netflix"¹

In both contexts, television is a tool for receiving messages. However, when we checked the discourse of participants, "watching Netflix" behavior was seen to refer to the platform itself as the message, instead of the context of the platform. From the mainstream perspective, also the message is changing. Television is directly associated with the mainstream media as TV series, news, and TV programs.

¹ see also Participant 2, *60-62.

When the audiences respond to evaluate their television watching time by using different digital devices (laptops, smartphones, tablets, etc.), it comes out that the attitude they reflect on the performance with the television divides into two differentiated applications: "watching" and "using" behavior. These approaches also show that two concepts have emerged across the one way of evaluating television: "culture of use" and "culture of watch".

Table 4. This table reflects the average television watching hours on television and other digital devices in a single day.

Participants	Time Spent for TV (Daily)	Time Spent for Digitally Mediated Devices /Daily)
Participant 1	4	1.30-2 (a weekly)
Participant 2	4	0
Participant 3	0	2.30
Participant 4	0	1-2
Participant 5	0	3-4
Participant 6	0	4-5
Participant 7	2	2,00
Participant 8	0	0-3
Participant 9	0	1
Participant 10	0	1 4 (Netflix, a weekly)
Participant 11	2 (a weekly)	2 (a weekly)
Participant 12	0	5
Participant 13	0-2	-
Participant 14	0	3

2.8.1.1.1. Television culture of watch

Participants mostly use digital devices which are seen in Table 3. Their watching practices are toward the location, weekday/workday situation, and watching hour. While most of the participants expressed the manifestation of the behavior of watching television in their social lives, they mentioned their watching hours contain

a short period of watching hours about television. They mostly use digital devices for practicing “watching” activity².

Among the participants who also express the content, they watch television as a daily habit following television series, main news, or tv programs. Some television programs have been described as disembodied, meaningless, and used for letting it all hang out³.

In the “normal TV” discourse which is from the response of Participant 2 “...Mucize Doktor, I followed on normal TV.” (*114-116), it is considered as the participants' perception of watching television. Their attitudes about television are usually customary watching practices in the mainstream. They directly refer to the mainstream as a "traditional" term. Likewise, Participant 9 mentioned that “As a TV, I guess I don't watch traditional channels...” (*87-88) “traditional” term is related to a negative approach toward mainstream media content. Television has been reflected as a mechanical device indirectly by Participant 6, and his watching attitudes were shaped according to mainstream media contents⁴.

Television watching behavior has a restricted meaning with digital devices and SVOD platforms such as Netflix. As emphasized in the responses, the meaning that the participants attribute to the practice of “watching television” occurs within the framework of the mainstream media content. This approach has shown that the unifying and socializing representation of television in our daily life practices, and its appeal to mass does not continue in the contemporary world. The use of television as a means of watching media content differs.

2.8.1.1.2. Television culture of use

Today, with the distancing of television in its social meanings in societies, its status as a concrete mass communication tool has become evident. While television,

² See also Participant 14, *52-54.

³ See also Participant 7, *19-23.

⁴ See also, Participant 6 *11-14.

which creates a socialization space in homes and provides national and global, up-to-date information transfer to the masses, is unique in terms of its representation, it has encountered alternatives in the digitalized new age with technological developments.

As mentioned in the research, the accessibility of SVOD platforms via digital devices such as laptops, tablets, and smartphones distract the participants from watching television. It decreased the level of watching hours on television (Table 3). Participants stated that they use television as a device that connects to Netflix or YouTube via the Internet. This situation emphasizes that the feature of television as a mechanical device comes to the fore⁵.

Television restricts audiences' consumption to a certain time and place. All content (TV series and TV programs) followed by the mainstream must be watched at the predetermined time it is broadcasted and, in the environment, where the television is located. However, the ease of use of digital devices removes the time and space restrictions of television. The fact that mainstream media content is accessible over the internet and can be followed on all digital devices has moved the participants away from the television. The approaches of the participants to the attitudes toward using television and digital devices for TV series watching behavior are also sanctioned. Participant 4 follows the TV series in mainstream media on YouTube and she also uses digital devices. The response of Participant 4 (*119-120) when asked about the situation of the current watched TV series is that "It's not on TV, but it's on Netflix. I usually use a phone or tablet."⁶

Participants mostly use television only for mass communication and following the national agenda⁷. The use of television for entertainment purposes is slowly starting to become obsolete. Contents under the context of entertainment, which is one of the main differences in describing television as a means of socialization and free time activity, do not take place in the daily lives of the participants. The changes that have taken place in the television culture of use, which is based on mass

⁵ See also; Participant 10 *41-44, Participant 7 *17-19

⁶ See also; Participant 9 *381-384, Participant 4 *193

⁷ See also Participant 8 *26-35.

communication and considered a watching device, have penetrated the daily life habits of individuals.

2.8.1.2. Netflix Culture of Use as an SVOD Platform

Table 5. This table reflects the period of Netflix subscription of Participants.

Participants	Netflix server period (approximately)	Netflix watching frequency (weekly)
Participant 1	2.5- 3 years	5 days
Participant 2	9 months	7 days
Participant 3	3 years	2-3 days
Participant 4	2 years	Changing (0 to 7 days)
Participant 5	2 years	7 days
Participant 6	1 year	7 days (changing)
Participant 7	4 years	7 days (only in summer)
Participant 8	2 years	3-4 days
Participant 9	4 years	7 days
Participant 10	4 years	Changing (0-7 days)
Participant 11	4 years	2-3 hours (min.)
Participant 12	1,5 years	7 days
Participant 13	2 years	3-4 days
Participant 14	3,5 years	7 days

In the contemporary world, Netflix is the most preferred SVOD platform that entered the media industry with a company established to advance DVD sales and rentals is the most used SVOD platform today. Table 3 shows that all participants have a Netflix account, and they are active Netflix users. Predominantly, participants have an individual subscription, but some participants share their subscription with friends

and family through Netflix's family package. Several participants use the accounts of their acquaintances without any subscription and do not pay any money⁸.

The specifications of the Netflix platform provide ease of use to audiences. Reasons for the preference of the audience following Netflix series are the absence of advertisements, offline availability of content (content download feature), broadcasting all episodes of a season at the same time, being able to continue from where it left off, variety of episodes times, variety of content, and uncensored content. Furthermore, the existence of an application for the Netflix platform and its ability to be downloaded to all digital devices (Apple and Android devices) ensure the accessibility of Netflix through many digital devices, including new smart televisions. The ease of use of Netflix was dominantly effective in the participants' spending their free time watching Netflix⁹.

The ease of use that Netflix provides to the audience has changed the way the audience watches series on TV and illegal websites before Netflix and has shaped the manner of media content consumption.

2.8.1.2.1. Consumption Practice

Table 6. This table represents the habits of watching TV series on illegal websites and internet/TV platforms before and after Netflix subscriptions of participants.

Participants	Before Netflix: Internet/TV platforms and websites usage	With Netflix: Internet/TV platforms and websites usage
Participant 1	Illegal website users	YouTube, puhutv, BluTv Netflix
Participant 2	Turkcell TV	Turkcell TV, Illegal website, Netflix
Participant 3	Illegal website users	YouTube, Apple TV, Netflix

⁸ See also; Participant 3 *329-333, Participant 6 *337-340, Participant 9 *351.

⁹ See also; Participant 5 *405-408, Participant 6 *409-415, Participant 8 *424, Participant 11 *454-458 and Participant 14 *468-476.

Table 6. (continue) This table represents the habits of watching TV series on illegal websites and internet/TV platforms before and after Netflix subscriptions of participants.

Participant 4	Illegal website users	YouTube, Illegal website, Netflix
Participant 5	Illegal website users	YouTube, Netflix
Participant 6	Illegal website users	YouTube, Netflix
Participant 7	Illegal website users	YouTube, Netflix
Participant 8	Illegal website users	YouTube, BluTv, Illegal website, Netflix
Participant 9	Illegal website users	YouTube, puhutv, Illegal website, Netflix
Participant 10	Illegal website users, YouTube	YouTube, Netflix
Participant 11	Illegal website users	YouTube, Netflix
Participant 12	Illegal website users	Illegal Website, Netflix
Participant 13	Illegal website users	Only Netflix
Participant 14	Illegal website users	YouTube, BluTv, Netflix

Standing out with its unique features among SVOD platforms, Netflix has taken digital media consumption to a different dimension by influencing the consumption practices of societies in their daily routines. While some participants open Netflix whenever they have any free time, some participants stated that they consume TV series by choosing content according to their moods at the moment. This behavior, which resembles the practice of listening to music according to one's mood, has started to be performed on SVOD platforms together with Netflix.

Before the participants became Netflix subscribers, they were using illegal websites to watch foreign series. To make a general assessment, most participants used the Internet to watch TV series before becoming Netflix users. A single episode of any series uses a large amount of internet data and shows an overwhelming amount of advertisements on illegal websites. In addition, the fact that it is an illegitimate structure contradicts the ethical framework in the broadcasting of media structures.

The ease of use of Netflix and the difficulties of accessing series on illegal websites were among the reasons that encouraged the participants to turn to Netflix¹⁰.

As Netflix becomes popular in the media market and its content becomes diversified, most of the participants use Netflix actively in their daily routine, as seen in Table 5. Some participants stated that they use Netflix whenever they are free (even when meeting their basic needs)¹¹.

Before having a Netflix account, the participants, who spent their free time watching TV series and TV programs on television, stated that they started watching foreign series with Netflix. They mentioned that Netflix creates the habit of watching foreign TV series. Participants expressed these views when explaining the way they watched TV series before Netflix¹².

Also, with having a Netflix account, illegal website usage decreased, as reflected in Table 5. Many participants consider it unnecessary to use a different platform or website other than Netflix. Some participants use illegal websites in order not to give money to a different platform other than Netflix¹³.

One of the conspicuous situations in Table 4 is the use of YouTube. Most of the participants watch content on YouTube together with Netflix. When evaluated in direct proportion to the period when Netflix was popular, we can observe that many mainstream media content and TV series are available on YouTube.

YouTube contains many channels as content. Many local series episodes and TV programs, including influencers' content, are available on YouTube. There are also programs and series that are only broadcast on YouTube. Accompanied by the rise of digital platforms, YouTube has become an attractive platform because individuals can

¹⁰ See also; Participant 1 *478-479, Participant 3 *487-489, Participant 5 *495, Participant 6 *496-503, Participant 10 *522-524.

¹¹ See also; Participant 5 *1172-1174, Participant 14 *1219-1223.

¹² See also; Participant 2 *480-482, Participant 10 *513-514.

¹³ See also; Participant 4 *555-558, Participant 8 *569-571.

access the media content they want whenever they wish¹⁴.

Netflix was the first SVOD platform that most participants started making payments for. Conversely, there are also subscription purchases on different music platforms and apps. According to the common thought of the participants, for the first time with Netflix, the payment process on the SVOD platforms has not become widespread. The act of "buying" to create an account has become legitimate and popular to get good service from the platforms for watching TV shows and movies together with Netflix¹⁵.

Participant 7 (*2714-2722) argues that the SVOD platform should be priced to prohibit labor exploitation: "...However, as a result, I see it as the right move to legalize and legitimize it. I think platforms should already be paid. Because there is labor there and you are exploiting that labor by watching it on a free platform. Of course, giving money is a bad thing, but giving money to be supportive is important. Well, of course, because it's very popular, Netflix, of course, people pay and watch it..."

Some of the participants, referring to the fact that Netflix is an American-made platform, state and argue that as a tool with its content to adopt American culture and create a popular cultural consumption perception towards American culture. They also mention those young people who are the target audiences in cultural orientation cause them to act based on American culture in the daily consumption practices (eating, dressing, etc.) that young people perform in their daily lives¹⁶. Before Netflix came into our lives, audiences had difficulties watching TV series on the Internet and television. They explain limitations and factors that inconvenience accessing the mood of the communication channel that advertising, high internet consumption rate of illegal sites, high technical problems having to use different programs to download series, and long periods between broadcasting episodes. Concerning Netflix's ease of access and use, it is observed that watching rates of TV series have increased predominantly with Netflix among participants.

¹⁴ See also; Participant 10 *574-578, Participant 13 *258-261.

¹⁵ See also; Participant 1 *2616-2617, Participant 4 *2639-2645, Participant 7 *2697-2701 and Participant 13 *2814-2819.

¹⁶ See also Participant 6 *2669-2684.

They express reasons for increasing the consumption behavior with similar responses¹⁷.

Participant 8 brought a different perspective to the effect of Netflix on increasing the watching rate of TV series. She argues that the needs and moods of the audience define the variety of content. The participant stated the type of the chosen content (series/movies), the period of the content, and the profound meaning of the content topic determine the consumerism level of an individual. The production of short-term, superficially meaningful, and "consumable" content increases people's consumption level. It pushes her to the practice of consumption, but it reduces the meaning, commitment, and satisfaction of the time spent on consuming. "...I think sociology is a very important thing here when things are starting to be produced for the needs of people. I did product placement for you (laughs). People get bored with long-term things when too much consumable content is being made. For example, you can understand whether a person watches more movies or TV series, how much a person can consume, or how much a person is a consumer or related to that subject. For example, the people around me want to watch more movies and stop. So, the consumer is at a point. But for example, I am not a consumer, I am in favor of connecting to that series..." (*2421-2432).

The reflections of different perceptions determine that Netflix has shaped its media content consumption with the diversity of type, period of series, accessibility, and ease of use. Besides, it also influenced watching TV series practices on different SVOD platforms, websites, and television (mainstream media). Otherwise, Netflix has a dominant influence on shaping cultural and daily life consumption patterns. One of the features of Netflix is broadcasting all episodes of a season at once, allowing the audience to finish the entire season in one go. The audience spending more time in front of the screen has also increased the binge-watching ratio.

¹⁷ See also; Participant 4 *2366-2374, Participant 5 *2392-2385, Participant 6 *2395-2411, Participant 9 *2443-2454 and Participant 8 *2415-2418.

2.8.1.2.2. *Understanding the New Practices of Audienceship*

Table 7. This table reflects the binge-watching situation of the participants.

Participants	Binge-watching
Participant 1	Yes
Participant 2	Yes
Participant 3	Yes
Participant 4	Yes
Participant 5	Yes
Participant 6	Yes
Participant 7	No
Participant 8	Yes
Participant 9	No
Participant 10	Yes
Participant 11	Yes
Participant 12	Yes
Participant 13	Yes
Participant 14	Yes

The ease of use and accessibility of Netflix has increased the audience's watching rate. In particular, the simultaneous broadcasting of all episodes allowed the audience to watch the episodes one after another. This action is called binge-watching. Most of the participants stated that they sometimes binge-watch in their daily lives without noticing. This feature of Netflix is supported by the participants¹⁸.

2.8.1.2.3. *Orientation of the individual to the Netflix platform and series in daily life practice*

Netflix is an individual service platform that can be evaluated separately for its manageability. Contrary to television, the accessibility of Netflix content in multiple ways makes the audience active. This situation provides a consumption practice that takes place in line with the control of the audience.

¹⁸ See also; Participant 12 *1470-1473, Participant 11 *2469-2470 and Participant 10 *1994-2002.

Before Netflix, the use and management of television or illegal websites were much more limited. Managing television content consisted of only two actions whether watching or not watching. They are obliged to choose from the mainstream media or limited content options to perform the watching behavior. Although there are certain features that various TV platforms have with the developing technology today (Tivibu's content rewind feature, etc.), there is no person-oriented system like Netflix. Netflix supports individual usage by the feature that enables the creation of separate profiles even if more than one user uses the same account at the same time. The platform gives an option that the audience makes their own decision to watch the series. Limiting the watching situation is entirely up to the individual. The audience chooses the content autonomously not only according to their physical conditions but also according to their current moods¹⁹.

Sometimes, participants make choices on the axis of characters that reflect their personalities and content that includes topics similar to their own lives. Subjects involving daily life routines, characters reflecting their sexual identities, and ideologies of the life or political perspectives support the participants to feel more sincere towards the content²⁰.

Participants sometimes watch Netflix content to get away from their daily routines and personal problems and make their content choices for this purpose. They describe life as high-paced and problematic. Therefore, they choose their Netflix content within the framework of comedy or science fiction topics²¹.

Most of the participants use Netflix as a means of getting away from the vapidness of their daily life. However, the habits became a daily routine with these perspectives. As mentioned in the previous chapters, they adapt Netflix, which they consider empty, in every part of their lives. They use Netflix as a me-time activity.

¹⁹ See also; Participant 4 *1243-1245, Participant 5 *1246-1249 and Participant 8 *1277-1286.

²⁰ See also Participant 6 *1253-1271.

²¹ See also; Participant 6 *1258-1267, Participant 7 *1274-1276, Participant 10 *1335-1342 and Participant 14 *1379-1381.

Participants generally prefer to watch Netflix at home, especially in their beds, as they have individual “comfort zones”²².

The way that Netflix integrates into people's routines in individual use is built to avoid the disadvantageous effects of life. These approaches are evaluated like a hobby. Netflix has started to become a part of free time activities, not only in individual use but also in collective use, of daily life.

2.8.1.2.4. Social Collectivity and Social Communion Component in Daily Life

The popularity of Netflix content and the large user base of the platform have made it a common sharing point for many viewers. All participants support that Netflix is used as a means of socialization besides individual usage. Participants mentioned the concept of spend-time-together activity as getting together and including following a series at a separate location²³.

The socialization phenomenon of Netflix is supported not only by watching together but also by conversations about the same series that are followed. Most participants prefer to share the TV series they follow in their daily lives with their friends. Chatting about the series watched in common among conversations has become a habit in the daily practices of the participants²⁴.

Although all participants approve of Netflix as a time-spending activity, the majority prefer individual use. Most of them have friends in their circle that follow the same series individually. Most participants consider the presence of different people as a distraction while focusing on a series as the audience. Among the participants, some of them have a segment categorizing the series as "individually watchable" and "crowd watchable" according to their themes. According to the group, if a series

²² See also; Participant 4 *1878-1881, Participant 6 *1884-1888, Participant 7 *1889-1894 and Participant 8 *1897-1904.

²³ See also; Participant 2 *594-596, Participant 4 *600-604 and Participant 7 *626-629.

²⁴ See also; Participant 8 *659-663, Participant 6 *1109-1116, Participant 9 *1136-1138 and Participant 14 *1156-1160.

requires concentration, it belongs to the "individually watchable" segment; it cannot be watched by any other participant, friends, or family members together²⁵.

Participant 8 (*885-914) emphasizes that when people decide to watch a series together, their choices are shaped according to the ages, current moods, sociological positions, and identities of the people they define. Content selection is made in the context of each individual's common sociological background and immediate abstract needs: "...What I watch with whom, depends on their tastes. I don't know if it was explanatory, but my preferences and decisions are differentiated according to the group I enter, their age group, and gender. In other words, those decisions are already made automatically and accordingly. So, the viewing statuses change depending on the things I choose; For example, if there is any determination regarding the current psychological or sociological situation, for example, I broke up at the moment and I was having great problems in the relationship... After a while, you start to characterize people like in TV series, and for example, my friend recommended something, a TV series called Love. For example, he was saying, uii, no matter how pale he is in relationships, a person may have good and bad sides, and we can't evaluate them as good or bad. Think about it, they see some examples of the relationships I've had in my social life, not just boyfriend ex-girlfriend relationships, but also friendship relationships, social relationships as well. They share a series, and you can watch it, for example, there are TV series that is called telling about you. Accordingly, choices can be made."

Choices of participants vary in individual and collective watching practices. Conversely, they included Netflix in their daily lives by applying both behaviors. One of the themes that draw attention to both behaviors in Netflix usage and content selection is the concept of "Popularity". The use of Netflix continues through the choices made based on the popular cultural agenda.

²⁵ See also; Participant 6 *613-621, Participant 10 *663-666 and Participant 14 *668-693.

2.8.1.2.5. Popular Cultural Perspective of Netflix Audience

Netflix has been evaluated as a Popular Cultural phenomenon among the SVOD platforms, with its unique features and new generation advertising policies of its contents. Associated with the content of movies and TV series produced by Netflix, it has become necessary to evaluate Netflix in the cinema industry with a new generation approach. It has taken an active role by presenting a different perspective on the digital media age within the concept of Popular Culture.

The consumption logic of the Popular Culture phenomenon, the consumption of Netflix content by evaluating it according to its popularity, the constant renewal of the variety due to the intensity of the content, and the presence of Netflix content in many areas of daily life support the relationship between the Popular Culture phenomenon and Netflix. Moreover, the fact that popular TV series reproduce themselves with different discourses on social media has contributed to their increased presence in daily timelines. Participants decide to purchase Netflix dominantly based on its popularity. Otherwise, they choose content with the priority that is popular individually and collectively²⁶.

Participant 9 (*2869-2876) argues that Netflix is a structure that dominates popular culture with the response of “Productions that are broadcast at the same time all over the world very easily become a topic both on the Internet and in daily life. So, for example, I see a conversation on a foreign page on Instagram in different environments on the same day. In other words, I think that even if all popular culture is not Netflix, it dominates some of the popular cultures globally.”

Furthermore, several participants linked Netflix with being a popular cultural product, defining the topic as imposing American culture on a worldwide scale. Music, characters, and the actors portraying the series' characters; their lifestyles, and thoughts, all of which are available on Netflix, influence fans' daily lives. The

²⁶ See also; Participant 4 *1241-1242, Participant 8 *1719-1722, Participant 12 *2795-2797, and Participant 5 *2847-2850.

dominance of Netflix in society, according to participants, is tied to conveying American culture to daily life as global, popular, and trendy.²⁷

The popularity of Netflix as a popular culture product has led to forecasts that many participants regard it as a product that fills a need, and its effect on society will diminish when a product that satisfies more needs is created.²⁸

Almost all the participants estimate Netflix's popularity not just in terms of the platform's content, but also because it has infiltrated many aspects of everyday life. The diffusion of Netflix, which is seen as a popular cultural product, has influenced how people watch mainstream media on television.

2.8.1.3. The Effect of Netflix on the Culture of Watching and Using TV

Along with its simplicity and accessibility, Netflix has become a widely accepted SVOD platform. With its consuming patterns inside the popular cultural product, the platform serves the areas and habits of both our individual and social lives, covering a substantial role in the audience's everyday lives and private zones. Netflix's social position has caused it to become a permanent habit, drastically altering users' relationships with television at home.

Prior to Netflix being a widespread SVOD channel, television was the primary source of mass media in households. Television has been utilized by audiences not just to get current news, but also for entertainment and leisure activities. Furthermore, television served as a unifying factor in every family's household. The content that family members watch together in the evenings serves as grounds for socialization in the family. With the advent of Netflix, the methods and meaning of the phenomena of "television for background noise in the house" began to shift.

Nowadays, the loss of younger audiences on television is directly proportional not only to the existence of Netflix, but also to the proliferation of communication

²⁷ See also; Participant 6 *2947-2966 and Participant 10 *3013-3028.

²⁸ See also; Participant 8 *2854-2861 and Participant 5 *2847-2849.

channels in digital-age media structures, the development of visual communication within the service sector through privatization, and the negative result of youth evaluations of the content quality of mainstream media. Furthermore, the unrestrained growth in censorship in Turkey's mainstream media deprives the public of numerous facts that are part of everyday life. Free content development and direct audience access on global platforms such as Netflix encourage audiences to take a look at SVOD platforms to find places in life.

2.8.1.3.1. New Age “Boob-tube”: Disembedding Mainstream Media Content

The majority of participants agree that the quality of mainstream media material is deteriorating. Although they assessed it from diverse perspectives, the unifying denominator is that the rate of acceptable material has declined. They claim that the contents include neo-conservative techniques, pointless themes, and television shows with ridiculous dimensions²⁹.

Censorship in the mainstream media, according to participants, distracts the public from the content. They claim that their preference for Netflix has risen as a result.³⁰

The mainstream media's present position has been a reference to Netflix's repositioning in societal and individual situations. The fact that the agenda can be followed through social media/news platforms and that the internet has become a much faster communication tool than the mainstream media are two of the elements that drive television to fade into obscurity. Television has evolved into a means for young people to access digital platforms.

²⁹ See also; Participant 4 *400-402, Participant 6 *415-416, Participant 14 *466-469 and Participant 5 *2659-2662.

³⁰ See also; Participant 8 *3128-3131, Participant 11 *3286-3293 and Participant 8 *3241-3247.

2.8.1.3.2. The New Television: Netflix as a Mass Entertainment Media Phenomenon

Nowadays, Netflix has replaced the position of television in terms of entertainment medium. Many individuals choose to consume Netflix material in their leisure time rather than turn on the television and watch anything. Participants watch Netflix for the majority of their everyday lives since it is available through various “digital mediums”.³¹

The Netflix usage culture of all participants is similar to television's previous status. With the transition from the mechanical age (television, radio, etc.) to the digital age, mass media has been revitalized (platforms, digital tools, etc.). By maintaining the audience in a passive position, it delivered the message that television intended to transmit through the process of addressing the masses. With its content diversity, Netflix has become an entertainment media tool that appeals to the public in the countries it has penetrated. The audience has an interactive watching experience with Netflix.

Netflix caters to a wide range of audiences, with features that force individual consumption and may be interpreted as a kind of sociability. However, it should be noted that television is a material machine whose purpose in homes is as a mass communication channel, a socializing area, and an individual time-spending activity. Netflix is a digital media software platform (SVOD).

Regarding Netflix's position for the participants, while the term "television" refers to an abstract idea that covers mainstream media before Netflix, it is appraised as a device that sends a message that has real meaning with the existence of Netflix. Television has returned to its true meaning, with Netflix assuming its position in the global framework as the most popular mass entertainment media instrument of the age.

³¹ See also; Participant 6 *1840-1843, Participant 4 *2379-2381 and Participant 10 *41-42.

2.8.2. *Thematic Analyses*

In the analysis of the data obtained in the focus group interview, themes supporting the findings of the in-depth interview were obtained by using thematic analysis. The purpose of the focus group interview is to understand the consistency between the individual interviews of these participants and the sharing of daily life in society.

The main topics and themes played a supporting role by matching the findings obtained as a result of in-depth interviews. The topics that the participants met on common ground by supporting each other on the issues mentioned in the focus group meeting, which they had in conversation, were reflected in the table.

For this reason, the aforementioned themes were analyzed with the discourses they used in the in-depth interview and were reflected in the descriptive analysis. In addition, the themes were blended with the approaches mentioned in the literature and included in the explanatory analysis.

The following themes are made up of the supporting data obtained as a result of the focus group interview:

1. Turkish TV Series

- Stereotypical
- Bad Topic
- Unrealistic
- Long
- Waste of time
- Certain time to watch
- Ads
- Can't manage the time
- Prosaic
- For old people

A) Old Turkish series

- Good content
- Loved
- Inspired by an old Turkish Novel

B) Lost their effects on the audience

- Accessibility of SVOD platforms, series from the internet, and everything (tv series Become more uncomfortable and inconvenient
- Rising SVOD platforms
- The qualifications of swords
- Increasing the age of the target audience
- Awkward topics (too many odd love stories, traditional content, too much censorship, etc.)
- The long period of the series durations reduces the quality of the content.

C) Mostly Following Turkish series

- Mucize Doktor
- Sefirin Kızı
- a) Cause of following
 - 5 shot in birthplace, familiar
 - 2 occupational interest

2. Turkish TV Programs

- Waste of time
- Not beneficial
- Based on entertainment
- Political content (governmental dominance)
- “Freak shows”
- Rating is the main purpose
- Drugs effect
- The target audience is a specific part of the Turkish population

3. Device Type

- *4 using all of them
- Smartphone (1, 2, 3, 4, 5)

- PC (2, 3, 4)

4. Netflix

Table 8. It reflected a daily watching hour on TV and a daily using hour on digital devices of participants.

Respondents	A Daily Watching Hour on TV (Daily)	A Daily Using hour on Digital Devices (Daily)
Respondent 1	4	5 h
Respondent 2	60-90 min.	2-3 h
Respondent 3	0	3-4 h
Respondent 4	30 min.	3 h
Respondent 5	4 hours in a week	5 h

A) “Connotation of Netflix”

- Ease of reach (1, 5)
- Ease of use (1, 2, 3)
- Quality, high tech. quality (1, 5)
- Wealthy/variety of content (1, 5)
- The necessity of society in daily life (1, 3, 5)
- Supply (1, 3, 5)
- Popular Culture (3, 1, 5)
- Marketing strategy and unique algorithm (3, 4, 5)
- Perception Strategy (3, 4, 5)
- Uncensored (1)
- Sustainability of watching series (2)

B) The subscription periods

Table 9. It shows the average number of episodes they watch in a day and the time they have a Netflix subscription.

Participants	Episodes number in one day	Netflix server period (approximately)
Respondent 1	4	1 year
Respondent 2	1	2 years
Respondent 3	3	1,5 years
Respondent 4	5 (short), 2 (long)	1,5 years
Respondent 5	1	1 year

C) The main reason for using Netflix

- Ease of reach and use (2, 3, 4, 5)
- “Continue where you left off” feature is so important (4, 1, 2)
- Watching series or movies (1, 2)

D) Deciding Netflix User

- Environmental effects and recommendation (1, 2, 3, 4 effects ease of use)
- Series exclusive to Netflix (3)
- follows SVOD platforms and series as an interest (4)
- Popular culture (3)

E) Subscription type

- Single subscription (1,2 they are living together)
- Premium (3, 4, 5)

F) Watching Devices

- PC (3, 4)
- Smart TV (1, 2, 4)
- Smartphone (5, 4)

- G) The space taken by Netflix in daily life
- Planned to be watching period, limited watching period (5)
 - Like a social media (daily user) (4, 3, 1)
 - Time-wasting act (3, 2)
- H) Choosing the content to watch as personally
- Researching the topics (reading comments and ext.) (1)
 - Trial-and- error (2, 5)
 - Checking Netflix's introduction, algorithm (3, 4)
 - Recommendation (4)
 - Popular culture, social media (4, 5)
 - According to personal interests, (1, 2, 3)
- I) The most important factor for choosing a series on Netflix
- Being Engrossing (5, 1)
 - Content, topic, and serio (5, 4, 3, 1)
 - Actor, Acting, and familiar actor (3)
 - The trending topic around friends (5)
 - Director (4)
- J) Binge-watching day-to-day
- Watching too much (1, 3, 4)
 - 1 or 2 episodes changing (2, 3, 4, 5)
 - Changing according to the topic and content of the series (3, 5)
 - Changing according to the busyness of the day (4, 5)
 - Limitation of watching period in a day
 - Having a limit (2, 5)

Table 10. In Table 10, the period that the participants prefer to watch Netflix, their viewing situations, collective or individual usage situations, and chatting about Netflix in daily life is reflected in a general framework.

Participant s	Watchin g period of the day	Wac hing Place	Watching Single/wit h Family or Friend	Comin g together for watchi ng Netflix	Having group for following series	Chattin g about Netflix series in daily life	Reco mme nding series to each other	Comment ing/Shari ng on social media about series
Respondent 1	Night, (wheneve r he wants)	Home	Single	No	No	Yes	Yes	No
Respondent 2	Night	Home	Single	No	No	Yes	Yes	No
Respondent 3	Night, Morning, Daytime	Home	Single	No	No	Yes	Yes	No
Respondent 4	Night, Morning, Daytime	Home, On the way	Single	No	Yes (to talk about it)	Yes	Yes	No
Respondent 5	Night	Home	Single	Yes	No	Yes	Yes	No

a) Waste of time

b) Responsibilities

- No limit (1, 3, 4)

a) Personality trait (he must finish) (1)

b) Passing time act (being bored is the limit) (3)

K) Preferring Netflix as Single, causes:

- Focusing (5, 3, 1)

- Personal/Me time Activity (4, 3)

- The difficulty of sustaining to watch together (2)

- Absurd for watching as a group (1, 4)

*It can be watched with the person you live with in the same house. But no one meets their friends specifically to watch Netflix. Netflix is often used as a personal time activity.

L) Series currently being watched on Netflix

- Dark (5, 1)

- The OA (5)
- Dexter (5)
- The Spy (2)
- How I Met Your Mother? (2, 3)
- Breaking Bad (1)
- Mind Hunter (4, 1)
- Love Death and Robots (4)
- After Life (4)
- Dragon Prince (4)
- Black Mirror (3)
- The Witcher (3)

M) Using Netflix as a pastime with other people

- Yes (3)
 - a) Following series as a group
 - b) Meeting commonplace (1)
 - c) The movie part can be
- No (1, 2, 4, 5, 3)
 - a) Personal space (2, 4, 1)
 - b) Single focusing (2, 4, 1)
 - c) Talking about series is a more common activity (4)
 - d) Common interest is hard to determine (5)

N) “Netflix and Chill”

- Personal space, comfort zone (3)
- A pretext to invite someone home for sex (American Term) (4)

O) Choosing a series to watch as a group on Netflix

- One person decides (trusting common interest) (5)
- Choosing Turkish movie with mother (4, 3)
- Choosing common interest (1, 2)

P) Following the social media account of the actress, the fan page of the series,
Causes

- Following the Instagram account of the actress (like it's his/her life) (3)
- Reading Ekşi Sözlük, contemplating on the theory of the story (4)
- Other participants do not follow anything.

Q) Watching all started series till the end on Netflix

- Yes, searching deeply before starting (1, 4)
- No, if it's not engrossing (2, 3, 4, 5)

R) Relationship between popular culture and Netflix

- Controlling a massive part of the population with perception management (4, 3)
- Because of the necessity of paid platform, its demanded by the society (5, 3)
- Daily conversation topic (5, 3, 4)
- Social media memes (5, 3)

S) Netflix's effects on consumption practices

- Legitimizing SVOD (paid) platforms, adapt people (1, 4, 5)
- Affecting lifestyle, clothing, shopping (indirect) (5)
- Triggers smoking (3, 1)

T) The watching practices before and after Netflix

- Before:
 - a) Less watching period (5, 4 2)
 - b) Using illegal websites and Torrent (for downloading) (1, 2, 3, 4, 5)
 - c) Foreign series were not as popular as they are now (3)
- After:
 - a) Watching more (ease of use) (popular) (5, 4, 3, 2)
 - b) Not watching from illegal sources, hence, not feeling guilty (4)
 - c) Ease of starting to watch series (4)

- U) Turkish series on Netflix
 - Not watching
 - a) Stereotypical characters (1, 3)
 - b) Copying American culture/ Hollywood (1, 3)
 - Hakan Muhafiz has a good topic (3)
 - a) First Turkish series on Netflix
 - b) Netflix uses the perception of “made in Turkey” (4)
 - Watched Atiye (1, 2)
 - Providing more freedom to the Turkish actors compared to the mainstream media (4, 5)
 - Providing new content using different identities (1, 5)
- V) Other SVOD Platform (Amazon, HBO, Hulu, Puhu TV, Blu TV)
 - Using other SVOD platforms with no subscription (5)
 - Amazon Prime (Different content from Netflix) (4, 1)

Table 11. This is the table listing the findings of thematic analyses from the focus group interview, and it reflects the related themes with descriptive analyses.

Topics	Themes
Turkish TV Series	Stereotypical, bad topic, unrealistic, long, waste of time, certain time to watch, ads, can't manage the time, prosaic
Old Turkish series	Good content, inspired by an old Turkish Novel
Losing effects on the audience of TV	Ease of use and accessibility of SVOD platforms, series from the internet, uncomfortable and inconvenient series in mainstream media, rising SVOD platforms, Increasing the age of the target audience, awkward topic
Turkish TV Programs	Waste of time, Not beneficial, Based on entertainment, Political content (governmental dominance), “Freak shows”, Rating is the main purpose, Drugs effect, The target audience is a specific part of the Turkish population

Table 11. (continue) This is the table listing the findings of thematic analyses from the focus group interview, and it reflects the related themes with descriptive analyses.

Connotation of Netflix	Ease of reach, Ease of use, Quality, Wealthy/variety of content, the necessity of society in daily life, Supply, Popular Culture, Marketing strategy and unique algorithm, Perception strategy, Uncensored, Sustainability of watching series.
Deciding Netflix User	Environmental effects and recommendation, Series exclusive to Netflix, Follows SVOD platforms and series as an interest, Popular Culture
The way of choosing the content to watch as personally	Researching the topics, Trial-and- error, Checking Netflix's introduction, Recommendation, Popular Culture and Social Media, According to Personal interest
The most important factor for choosing series	Being engrossing, Content, Topic and Scenari, Actor, Acting, Familiar actor, Trending topic around friends, Director
Limitation of watching period in a day (Binge Watching)	Having limit (waste of time, responsibilities), No Limit (Personality trait, time passing activity)
Preferring Netflix as Single, causes	Focusing, Personal/ Me time activity, The difficulty of sustaining to watch together, Absurd for watching as a group,
Using Netflix as a common time passing activity	Yes (Following series as a group, Meeting common place, The movie part can be), No (Personal space, Single focusing, Talking about series is a more common activity, Common interest is hard to determine)
The choosing series for watching as a group from Netflix	One person decides (trusting common interest), Choosing Turkish, Movie with mother, Choosing common interest
Being relationship btw popular culture and Netflix	Controlling a massive part of the population with perception management, Because of the necessity of paid platform, its demanded by the society, Daily conversation topic, Social media memes
Netflix effects consumption practices	Legitimizing SVOD (paid) platforms, adapt people, Affecting lifestyle, clothing, shopping (indirect), Triggers smoking

Table 11. (continue) This is the table listing the findings of thematic analyses from the focus group interview, and it reflects the related themes with descriptive analyses.

Watching practices before and after Netflix	Before:	Less watching period, Using illegal websites and Torent (for downloading), Foreign series were not as popular as they are now
	After:	Watching more (ease of use) (popular), Not watching from illegal sources, hence, not feeling guilty, Ease of starting to watch series

2.8.3. *Interpretative Analysis*

This analysis will offer a critical reading on how audiences construct a series of meanings through their televisual practices. Focusing solely on change creates limits in understanding the meanings ascribed to monitoring practice. The integration of the Netflix platform into audiences' everyday lives has influenced the role of television in the house and the meaning that the public ascribes to it. The new field for SVOD platforms, which is a result of the digital age, has created an extensive gap in media studies. The global wave created by Netflix, one of the SVOD platforms, has deeply shaken television watching and using practices and has created a new watching trend.

The analyses of the discourses produced by participants in the distinct scenarios stated in the descriptive analysis will be examined in this section by categorizing and crystallizing them within the framework of television and audience studies in the literature. The subheadings were formed for behavioral practices that are composed of the audience's discourses, as well as components of these practices that are mirrored in daily life. In the last section, the reciprocal relationship between Netflix and the audiences, which is the findings of the thesis, based on the Netflix usage practices and culture of use of the audiences in everyday life, and the way the viewers position Netflix as means of "mass or not" communication will be presented within the framework of new approaches that will contribute to the literature. The following are the primary topics of the approach evaluation:

- The Changing Television Culture of Use and "Netflix Effect"
- Is Netflix the New Mass Media Channel or Medium in Everyday Life?
- The Digital Age: The Netflix Allurement

2.8.3.1. The Changing Television Culture of Use and "Netflix Effect"

In this section, the current attitudes of the participants towards watching and using television and the effect of Netflix on the concept of television will be blended with the discourse analysis and approach in the literature in the descriptive analysis. The subjects to be mentioned are "the choice of the audience", "the current television culture of use" and "the effect of the watching attitudes of the audiences on the concept of television with the existence of Netflix".

On the global frame, Television, regarded as one of the most powerful means of mass media, has been a visitor in a variety of spheres of labor from its inception and has reflected the primary vein of the mass media. As mentioned in the theoretical approaches to the study, the first period approaches produced through mass communication follow a one-sided path by referring to the effect of the media on the audience ("Mass Media Effect" of McQuail in 1977, the example of "atomic bomb" of Lazarsfeld in 1948, "Hypodermic Needle" definition of Lasswell in 1920s and the other television studies as "agenda-setting", "spiral of silence", "media dependency" as mentioned in literature review chapter). As a result of many influential approaches, Stuart Hall's cultural perspective and inclusion of the audience in the choice of watching practice helped to bring audience studies to the fore and to highlight the missing areas in the literature on the audience's choices and viewing behaviors.

In the descriptive analysis, the discourses of the participants about television were evaluated from two different perspectives: the culture of watching television and the culture of using television. The purpose of the formation of these two separate titles is to change the semantic status of television in the expression of the mainstream media today. When the act of watching television from the past to the present is analyzed, it has been characterized via the mainstream media, which encompasses many various dynamics such as TV series, news, and TV programs, as regards the thesis results.

According to the discourse analysis, mainstream media contents are described as disembodied, traditional, and neo-conservative. The ability of social media, which is a result of the digital age, to transfer information directly by accelerating the information flow and thus enabling global interaction, has revealed that the variables (being in a specific time and place, etc.) during information transfer in television broadcasting limit the watching practice.

“Watching television is often seen as a routine, non-problematic, passive process: the meanings of programs are predetermined, and audiences are seen as passive receivers” (Livingstone, 1990, p. 3; Koçak, 2015, p. 32).

Koçak (2015, p.32) expressed the social and domestic position of television as follows:

“...Watching television is a family-created activity rather than a spontaneous activity. Instead of giving viewers what to talk about, television directs their attention to certain topics. Conversations among viewers about television program contents are considered to be the most influential empirical finding on the social and cultural dimension of television” (Lull, 1998, p. 36; Koçak, 2015, p. 32)

Conversely, the widespread use of ;

“internet-distributed TV” (Lotz, 2017; Turner, 2019, p. 223).

and the integration of SVOD platforms such as Netflix into domestic life have transformed the meaning and television culture of use in the audience's perspective into a device that should be examined under the concept of using television. With the efficacy of digital platforms and social media throughout the globe, television has recently begun to be utilized as a way of connecting to Netflix (or other digital platforms), particularly among the younger generation in Turkey. According to the discussion in the literature review, watching habits are now created within the context of digital media (Mikos, 2016).

Netflix's ease of use, accessibility, and variety of content have supported it to become a platform preferred by the audience and allowed it to take its place in the domestic sphere. The entry of Netflix into the home environment has affected the behavioral and consumer practices of the television audience.

“The rise of these stand-alone SVOD services, which house content from a variety of networks without necessitating a cable subscription, represents a step away from the scheduled flow of linear television, prioritizing viewer choice over appointment viewing” (Sharma, 2016, p. 13).

Along with Netflix's simplicity of use and accessibility, since it can be watched on many various digital devices (smartphones, computers, tablets, etc.) and rich material is included throughout the entire package season, it has moved the audience to an active position by highlighting the audience's choice. When evaluated in this context, the freedom of choice offered by the mainstream media and Netflix should be evaluated in line with the discourses of the participants to observe the effect of Netflix on the television culture of use. According to McQuail (2015, p.5), the audience's choices for the mainstream media content are made with free will, even though many psychological, sociological, and cultural variables factor. He evaluated the audience selection of content over the mass media as follows:

“Exposure’ is far from assured by mass communication since much selective audience behavior occurs. Under free conditions, the choice is generally guided by personal preferences, beliefs, and allegiances. The audience has to be recognized as an active participant in the communicative exchange, despite limits to ‘feedback.’ The interpretation of content may vary as much as the selection. The flow of content and its reception are mediated by several intervening variables, often in systematic and knowable ways. These variables include those of social structure, circumstances, and lifestyle, as well as psychological and personality aspects, not to mention unpredictable individual variations. The chances of influence as intended are dependent on several aspects of the process: the primary source (status, appeal, trust, etc.); the

actual channel or medium involved; and the specific message content involved” (McQuail, 2015, p.5).

Uses and gratifications theory, as stated in the literature review, which is an approach developed towards the audience's free choice in mainstream media use, supports McQuail's approach of free choice based on different variables in an expanded perspective.

“This approach considers the use of communication tools as a process of satisfaction and tension and accepts the mass media audience as individuals who are active, rational, resist influence and choose according to their request” (Koçak, 2015, p.58).

Koçak (2015) argues that while people seek satisfaction to meet their individual and social needs, they reflect it in their media content choices within the possibilities they have. In the discourses of the participants about the content choices in their Netflix watching behaviors, it is obvious that they make choices for the needs of the people. However, they argue that they cannot make free choices about the contents by evaluating the television content, which is mass media, as limited, because the contents are restricted by censorship and neo-conservative phenomena. The fact that Netflix audiences are active in watching and choosing content and making their choices within the framework of psychological, sociological, and cultural variables supports the fact that the uses and gratifications approach continues to be effective by expanding the concept within the scope of digital media. Critical perspectives against mainstream media content, as well as the active viewership position that Netflix has established, have shifted the public away from the habit of watching mainstream media on television in the;

“post-broadcasting digital era” (Bury, 2018; Jenner, 2018; Lewis, 2016; Turner, 2019, p. 223).

Morley (1989) evaluated the uses and gratifications approach from the perspective of media effect and concluded that it is an opposite approach to the direct

and singular impact of mass media on societies. He mentioned that the viewer's interpretation of the content they are exposed to depends on their personality and current psychology. Morley (1989) also claimed Stuart Hall's encoding/decoding approach, which emerged against this backdrop, argues that the facts which form the message in the configuration of the mass media dictate how the agenda is decided. Netflix's determination of the popular cultural agenda in the media, which is one of the issues that emerged as a result of the discourse analysis, is similar to Hall's approach. According to Morley (1989), when we integrate the uses and gratifications approach into Hall's approach, audiences personally have sociological and psychological factors in the products produced by the media. When evaluated for Netflix, the freedom of choice offered by Netflix and the situation of exposing the viewers to its content and platform in a global framework by determining the popular cultural agenda constitutes a contradiction. Netflix provides viewers with free content and a timeless/laborless accessible platform, enabling them to be a part of the popular cultural agenda in the digital universe it has created and directing them to "ready-to-watch" consumption.

As seen in the evaluations of the discourses of participants, the relationship of television with the audience as a mass communication tool shows similarities with the relationship of SVOD platforms with the audience today. Different perspectives have been added to audience studies with the advancement of technology, the change in the form of the media, and the creation of a new digital media space such as social media and SVOD platforms. Although the watching practices of the audiences vary according to the characteristics of the digital platform structure, there are very close facts reflecting the meaning attributed to the television watching practice in the variety of meanings attributed to the viewing practice.

“Researchers in the past have found that gratifications in Internet use are very similar to television use because some causes of Internet use are similar to television use. These include needs for information, entertainment, escape, and social interaction” (Cha and Chan-Olmsted, 2012; Dickinson, 2014, p. 8.).

Diversified watching habits have also created differences in terms of content selection and the reason for watching. Models created for the television audience can

be considered for the audience of the SVOD platform. However, the different features of SVOD platforms from television, such as Netflix's ease of use, have also brought about changes in the way the audience watches and the purpose of using the platforms. These changes have provided space for the development of audience models associated with television and the emergence of new approaches.

2.8.3.2. Is the Netflix New Mass Media Channel or Mediums in Everyday life?

While expressing the new digital media culture of use, which has become widespread and prominent with Netflix, the most popular platform among SVOD platforms, approaches should be created by considering the viewing behaviors of the audience, content selection methods, and reasons. In this section, considering the Netflix culture of use, the relationship and usage practices of the participants in the descriptive analysis with Netflix will be evaluated within the framework of the approaches mentioned in the literature review.

While expressing the SVOD platform culture of use, which has become widespread and prominent with Netflix, approaches should be created by considering the watching behaviors of the audiences, content choices, and their reasons.

The self-evident behavior of the Netflix culture of use is binge-watching. As explained in the literature review, the behavior of consuming by watching consecutive episodes of a series in one sitting has become popular with Netflix, although it is not a specific behavior pattern for the platform. However, evaluating the use of the platform through binge-watching practices limits the scope of use of the platform. Turner (2021) evaluated the relevance of binge-watching with television consumption from a popular cultural perspective;

“Any significant shift in the practices employed within popular culture, especially those which are thought to allocate more power to the consumer, is likely to be criticized as a challenge to “culture as we know it,” and the negative connotations embedded in the binge metaphor (e.g., addiction, excess,

gluttony) do chime with some “historical attitudes about TV”” (McCormick, 2017, p. 103; Turner, 2021, p. 5).

It is stated the following regarding the limitation of the use of the term Binge specifically to the use of the platform:

“...Moreover, the use of ‘binging’ to describe viewing consecutive episodes – whether two or ten – diminishes the utility of the term and such varied behaviors warrant precise understanding . . . ” (Lotz, 2018; Turner, 2019, p. 223).

The tendency of the participants to watch Netflix in the context of the entertainment culture of the media mentioned earlier, the individual and collective use of Netflix, which is mentioned in the descriptive analysis, is in line with the use of the broadcasting medium period in the literature. It has been found that Netflix is utilized as a "me time" activity, mostly to get away from the problematic components of everyday life and to clear the mind. Participants select their content in the context of characters similar to their social identity and subject themes unrelated to their daily lives. Although all these behavior patterns and choices overlap with the reasons for the use of television content broadcast for entertainment purposes in previous research, Netflix has brought the culture of watching and use of the audience to a different point.

With the influence of Netflix in almost every area of the audiences' leisure time and daily life practices, as well as the audiences' attitudes toward the content selections from Netflix, it has been observed that Netflix has the effect of creating "virtual reality" in the perceptions of the viewers to get away from the reality in daily life.

“According to McLuhan, who claims that the machine-human relation and the media tools are fused among themselves, and that this situation expands the limits of human perception” (McLuhan, 1965, p. 247; Şentürk, 2009, p. 22).

The created reality, as stated before, supported individuals to perform their social identities in society as a shared cultural practice drawn in the popular

framework. Maigret (2011) defines popular practices as tactics of resistance that delight in the polysemy underlying the content and reinforce identities independent of the content.

Netflix serves the masses but is a limited platform for mass media coverage. Being an SVOD platform for which an individual profile is created contains an insufficient definition in the semantic framework in direct proportion to the audience culture of use. Considering Netflix as a mass entertainment media in the light of the findings constitutes an appropriate definition that enriches the coverage of Netflix in media literacy.

In this section, the methodological framework and analysis method of the research are given, and the grounds for the approaches used are stated. With the critical discourse analysis of the data, the semantic approaches of the participants in their daily lives and a discussion on the changing culture of use and content choices were reflected in the studies regarding the literature. In the concluding chapter, brief information about the whole study was given. The hypotheses provided as a result of the whole study and the area that the obtained results will gain in today's media studies are included. It has been mentioned that the different subjects that the study will shed light on and that the obtained data will enrich future studies by supporting it.

CHAPTER 4: CONCLUSION

Since its invention, television has dominated our leisure time, domestic area, culture, and daily life, and over time it has improved its form and accessibility by combining with different technological materials. The development of television has evolved in a particular direction with the internet taking its place in our lives, and new media technologies have emerged. Among the new media technologies, one of the improvements that significantly affect watching television behavior in contemporary societies is digital broadcasting platforms. Today, the digital broadcasting platform format called "subscription video-on-demand/SVOD" is one of the most used digital broadcasting services. SVOD platforms, unlike conventional linear television, are organized with a customized service logic. Netflix is one of the fastest-growing "videos on-demand services" of all SVOD platforms.

Considering digital devices used and the way digital platforms are integrated into daily life, the watching practices of classical television audiences are also changing with new media technologies. The popularity, ease of use, accessibility of Netflix, the fact that it has become an activity to spend time with family and friends or alone, and most importantly, its place among daily life practices has brought a new perspective to the culture of use of television. This study examines the evolving television culture of use through Netflix audiences and how Netflix series and their culture of use are positioned in everyday life practices, based on a handful of studies done in Turkey from the perspective of audience studies on Netflix.

Netflix is the first of the SVOD platforms in terms of its structure and its interaction with the audience is a new experience in media literacy. The lack of literature on the Netflix usage culture, especially the audience's interaction with the platform, called for the emergence of this research. As the use of Netflix spread, variations were observed in the conceptual position and watching practices of television, which can be defined as the predominant element of mass media in the audience's daily lives. The main factor in the emergence of the research topic is the global spread of an observable digital media representation with the popularity of

Netflix, and the prominence of the shrinkage of the representation of television in an everyday language shaped only within the framework of the mainstream media.

In this thesis, which is qualitative and exploratory research, data collection, sampling, and data analysis were carried out using qualitative research methods. In the interviews and data analysis created for the research, the central questions on how Netflix is integrated into daily life at different levels, how the television culture of use has changed, and how Netflix has changed the position of television in the eyes of the audience have been answered. In Izmir, Turkey, Semi-structured in-depth participants were contacted with 14 individuals using audience studies methodologies to audience involvement with the medium in question. The snowball technique was used to reach out to participants.

Besides, the focus group interview was conducted with 5 participants, 3 males, and 2 females. The questions were created and implemented around the terms of the central question related to the subjects as titles. The aim of conducting the focus group with a semi-structured interview method is to reveal different perspectives by creating an atmosphere of conversation with each other. Participants in the focus group got to know each other, so they could have a friendly conversation. The main purpose of the focus group interview is to reveal information supporting the in-depth interview and to make the practices of collective sharing observable.

All data obtained from the in-depth interviews and focus group interviews were analyzed with 3-stage coding. Due to the richness and redundancy of the data, the transcriptions were first manually coded, and thus, the points directly related to the subject of the raw data were crystallized and grouped under the headings. Afterward, explanations were made for the hypotheses reached based on the central questions in the interpretative analysis by being associated with the theories.

Audience studies are interested in why and how the audience interacts with the media means and its content. The most basic method of perceiving the interaction of the audience with the content and the tool is to allow the interacting phenomena to express themselves about the interaction and to evaluate the scope of the themes in

their expressions. In the research, critical discourse analysis was used to obtain the reciprocal interactions of Netflix, television, and audience phenomena in the most accessible way. In the data analysis part of the research, critical discourse analysis was first grouped under the title of "descriptive analysis", based on the transcriptions of the interviews conducted with the participants, and the representations of the discourses were explained. Then, in the light of the literature examined about the subject, the explanation of the discourses explained within the scope of related theories and approaches is included under the title of "interpretative analysis".

Matching the findings with the hypotheses formed around the central questions supported the conclusion of the research as a study that achieved its purpose. The general content of the hypotheses is that, although Netflix includes representations in the form of television in daily life, Netflix's ease of use, accessibility, and content richness affect the conceptual position of television in domestic areas. In addition, the effect of Netflix as a new mass entertainment tool in the perspective of the audience and the fact that television recedes from its semantic approach in the domestic field with the Netflix effect and acquires the limited concept of the mainstream media and its quality as a watching tool. As a result of examining the discourses of the participants in the descriptive analysis, it was seen that the culture of television usage and watching was separated and that Netflix, as an SVOD platform, was used as a "me time" activity of the viewers as a means of escaping from the problematic agenda in daily life practices. It has been observed that media consumption practices have begun to converge with the logic of fast-food (binge-watching). With the effect of Netflix, it was concluded that the viewpoints of the participants towards the concept of television reduced it to a mass media border with connotations of "traditional", "normal (mainstream)" and "neo-conservative". The results of the analysis overlapped with the hypotheses.

According to the data obtained from the focus group interview, many practices and approaches support the in-depth interview. In common with the titles that are the supporting factors; The ease of use of Netflix reflects the points where the Turkish mainstream media has conservative and power-based content, and Netflix generally has an infrastructure that supports the individual space. Unlike the in-depth interview,

the participants in the focus group interview evaluated the Turkish mainstream media content as a "freak show", which means the broadcast form in which the Turkish mainstream media content is frequently emphasized in the American media and the people who are evaluated outside the social norms are presented to the society as a "show".

Focus group participants emphasized the relationship between popular culture and Netflix and supported Netflix's transformation into a structure that dominates popular culture. They argue that it achieves dominance through perception management. The frequent presence of Netflix series and actors in daily conversations is considered one of the practices that feed popular culture. Some of the participants emphasized that, since Netflix is a service platform, it emerges completely on demand and is not a tool to be associated with popular culture.

The fact that Netflix influences its viewers' lifestyles and the way they dress, as well as justifying the practice of paying for a platform, was argued by respondents in both the in-depth interview and the focus group interview. Unlike the in-depth interview, among the participants' comments on Netflix's impact on viewers, there is the argument that it triggers the practice of smoking.

The data obtained as a result of the descriptive analysis and focus group analysis supported the formation of meaningful information in the media literature by blending it with the determined approaches in audience studies. There have been factors encouraging support from cultural studies in the media literacy in conjunction with the dominant influence of audience studies which is seen in the evaluation of the following: Interpreting Netflix as a popular cultural product, its characterization as a dominating element of popular culture, and the emphasis on the concept of popularity in the content choices of the participants, as well as the influence of their psychological states, social identity representations, and sociological conditions at the time of their selections. . In consideration of the findings, two main titles, "The Changing Television Culture of Use and 'Netflix Effect'" and "Is Netflix the New Mass Media Channel or Mediums in Everyday Life?", were examined under the title of Interpretative Analysis.

Although the concept of the strong influence of the mass media is based on individual determining factors within the meanings attributed to the content, it has carried its influence to the present in favor of television. Based on the data obtained through "descriptive analysis", the concept of an active audience, which is being spread together with Netflix today, has strengthened the reciprocal interaction between this platform and the audience. It has been discovered that Koçak's (2015) approach to the position of television in the domestic area (at home) is similar to television in terms of Netflix's culture of use. However, Netflix's unique usage culture has brought a dynamic perspective to the digital media understanding by eliminating the specific time and space requirements of television. Television has lost its structuralist and unifying meaning, leaving its place in the internet-distributed broadcasting period.

The free choices practice provided by Netflix is considered by the participants as an advantage and freedom. Matching the free choice claim in the mass media in the uses and gratifications approach with the perception of free choice provided by Netflix has proven the adaptability of the audience and media effect studies carried out for the mass media to SVOD platforms. Considering the discourses of the participants, supported by the uses and gratification approach, Netflix viewers make their content choices in line with their immediate personal needs to complete their deficiencies in daily life.

The new usage culture that emerged with Netflix should be evaluated and explained in terms of the consumption society. The plentiful content of the audience studies was insufficient to explain the SVOD platform usage culture. The national and global dominance of Netflix can be observed specifically in the younger segments of society. The transformation of mass media in the digital age and the dominance of social media and SVOD platforms lead to new approaches to the engagement of media elements with the audience.

In light of the literature, which forms the framework of the research and supports combining the findings into meaningful data within the framework of central research questions, I propose the concept of "Netflix Allurement" as a new approach

to Netflix's interaction with the audience. This approach was inspired by the relationship of the mass media effect with the audience, which emerged as a result of the blending of Stuart Hall's encoding/decoding theory with the uses and gratification theory. The general framework of the "Netflix Allurement" approach can be summarized as follows: Netflix's perception of free choice, as a platform-specific approach to Netflix usage culture, is the result of the digital age, with algorithmic advertising and perception management strategy, and the platform's content, which is popular cultural elements, exposes the audience to the content of the platform in all areas of daily life. Netflix creates a socio-political free space for the audience with its abundant content and includes prosperous identity and politics themes. It supports the audience's position within the equal and apolitical structure of society, which is beyond postmodernism. It contributes to this support with the theme of freedom of choice and management, with the option of glocalization by reflecting the different cultural infrastructures of each country, and country-specific platform contents.

The Netflix Allurement approach has arisen as a result of a limited research area. The advertising strategy and perception management of Netflix, which plays a role in the creation of the Allurement effect, is not included in the research topic of this thesis. This research will hopefully contribute to new research areas by increasing the frequency of research on digital age usage cultures in audience studies and expanding the demographic structures of the sample. Moreover, taking into consideration the watching practices and usage cultures of other SVOD platforms, which continue to gain popularity during the rapid progress of technology, new research that would be facilitated by this thesis may assist to justify the "Netflix Allurement" approach from novel perspectives.

REFERENCES

Barbier A. and Lawenir C.B. (2001). *Diderot'dan İnternete Medya Tarihi (K. Eksen, Trans)*. İstanbul: Okuyan Us.

Bineham, J. L. (1988). *A historical account of the hypodermic model in mass communication*. Communications Monographs, 55(3), pp. 230-246.

Bryant, J. and Zillman, D. (2009). *A Retrospective and Prospective Look at Media Effects*. In R.L. Nabi and M.B. Oliver (Eds.). The SAGE Handbook of Media Processes and Effects. Sage.

Çağil, F., and KARA, F. M. (2019). *Dijital dönüşüm bağlamında Türkiye'de dizi sektörü ve geleceği*. ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi, (1), pp. 8-18.

Digital Age (2019). *2018'de dünyanın dijital görünümü* [Online]. Available at: <https://digitalage.com.tr/2018de-dunyanin-dijital-gorunumu/>. (Accessed: 22 November 2021)

Diker, C. (2019). *Less is More: The Effects of Digital Platforms to the Watching Experiences Of the Audience from the Perspective Of Consumption Culture**. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu (pp. 1-19). İstanbul: Journal of Erciyes Communication.

Esser, F. (2008). *Stimulus-Response Model*. *The International Encyclopedia of Communication*. (Originally published at: Esser, Frank (2008). Stimulus-Response Model. In: Donsbach, W. The International Encyclopedia of Communication. London: Blackwell.

Hirzalla, Fadi, and Liesbet van Zoonen. *"Media Effects: Methods of Critical Audience Studies."* The International Encyclopedia of Media Effects (2017), pp. 1-13.

Joseph D Straubhaar, Castro, D., Duarte, L. (2019). *Class, pay-TV access and Netflix in Latin America: Transformation within a digital divide*. Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies, pp. 233-254.

Katz, E. (1959) '*Mass communication research and the study of culture*', *Studies in Public Communication*, 2, pp. 1-16.

Katz, E. (1987). *Communications research since Lazarsfeld*. *The Public Opinion Quarterly*, 51, pp. 25-45.

Kellner, D. (2011). *Cultural studies, multiculturalism, and media culture*. *Gender, race, and class in media: A critical reader*, 3, pp. 7-18.

Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Communication*. New York, NY: Free Press.

Koçak, A. (2001). *Televizyon izleyici davranışları-Televizyon izleyicilerinin tercihleri ve doyumları üzerine teorik ve uygulamalı bir çalışma*, Unpublished Doctoral Thesis, Seçuk Üniversitesi.

Krstić, S. (2018). "*Binge-Watching*": *The New Way of Watching TV Series*. *AM Časopis za studije umetnosti i medija*, (17), pp. 15-23.

Lazarsfeld, P. F. and Merton, R. K. (1948). *Mass communication, popular taste, and organized social action*, pp. 95-118. Bobbs-Merrill, College Division.

Lobato, R. (2018). *Rethinking international TV flows research in the age of Netflix*. *Television & New Media*, 19(3), pp. 241-256.

Long, E. (1986). *Women, reading, and cultural authority: Some implications of the audience perspective in cultural studies*. *American Quarterly*, 38(4), pp. 591-612.

Maigret, E. (2016). *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (H. Yücel, Trans.). İstanbul: İletişim Yayınları. (Original work published 2003)

McQuail, D. (1977). *The influence and effects of mass media*. *Mass communication and Society*, Edited by J. Curran, London.

McQuail, D. (2015). *Mass communication*. *The International Encyclopedia of Political Communication*, First Edition, edited by Gianpietro Mazzoleni, John Wiley & Sons, Inc.. London.

Mcquail, D., and Windahl, S. (2015). *Communication Models for the Study of Mass Communications*, Second Edition., Routledge.

Mikos, L. (2016). *Digital media platforms and the use of TV content: Binge-watching and video-on-demand in Germany*. *Media and Communication*, 4(3), pp. 154-161.

Morley, D. (1989). *Changing paradigms in audience studies*. *Remote control: Television, audiences, and cultural power*, pp. 16-43.

Netflix. (2000). *About Netflix* [Online]. Available at: <https://media.netflix.com/en/about-netflix/>. (Accessed: 3 April 2019).

NTV. (2018). *Sadece evde ve yolda değil tuvaletlerde de film ve dizi izliyoruz* Available at: https://www.ntv.com.tr/galeri/sanat/sadece-evde-ve-yolda-degil-tuvaletlerde-de-film-ve-dizi-izliyoruz-netflixarasti,TVQZ1TmPQUe2rUUDtXWbig/ESE_Ec0BCUyBh5U6VepYCA. (Accessed: 22 April 2019).

Procter, J. (2004). *Stuart Hall (Routledge Critical Thinkers)* (1st ed.). Routledge.

Ramanathan, R., and Tan, B. H. (2015). *Application of critical discourse analysis in media discourse studies*. 3L: *The Southeast Asian Journal of English Language Studies – Vol 21(2)*. pp. 57 – 68

Ritzer, G. (2020). *Toplumun McDonalddlaştırılması (A. E. Pilgir, Trans.)*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları., (Original work published 1993)

Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G., and Warth, E. M. (Eds.). (2013). *Remote control: Television, audiences, and cultural power*. Routledge.

Sender, K., and Decherney, P. (2016). *Stuart Hall lives cultural studies in an age of digital media*. *Critical Studies in Media Communication*, 33(5), pp. 381-384.

Şakı Aydın, O. (2019). *New Forms of Viewing and Netflix Content: An Evaluation in the Frame of Ritzer's Concept of Mcdonaldization Thesis*, *Journal of International Research*, 12(63), pp. 1167-1172.

Şentürk, R. (2009). *McLuhan'ın televizyon teorisi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15: Spring, pp.17-31

Turner, G. (2019). *Approaching the cultures of use: Netflix, disruption, and the audience*. *Critical Studies in Television*, 14(2), pp. 222-232.

Turner, G. (2021). *In television studies, we need to talk about “binge-viewing”*. *Television & New Media*, 22(3), pp. 228-240.



APPENDICES

1 *Appendix A: Transcriptions*

2 **TELEVISION VIEWING AND USAGE**

3 **PRACTICES**

4 **Bir günde ortalama kaç saat TV izliyorsunuz?**

5 **Participant 1:** Dört saat.

6 **Participant 2:** Akşam sekizde geldiğim gibi on
7 ikide yattığımı varsayarsak günde ortalama dört
8 saat televizyon seyrediyoruz.

9 **Participant 3:** Televizyon izlemiyorum.

10 **Participant 4:** Televizyon hiç izlemiyorum.

11 **Participant 5:** Hiç.

12 **Participant 6:** Sıfır, evde televizyon da var
13 aslında ama beni çok çeken pek de bir içerik yok
14 yani ay dur açıp izleyeyim diyeceğim.
15 ...mainstream (ana akım) olan, yayın akışı
16 bayıyor beni, izleyecek hiçbir şey yok.

17 **Participant 7:** Şöyle mevsimsel olarak değişiyor
18 aslında. Yazın günde ortalama üç saat televizyon
19 izliyorum. Kışın neredeyse hiç televizyon
20 izlemiyorum. Aslında genellikle televizyon
21 üzerinden Netflix'e bağlanıyorum. Yani
22 genellikle Netflix izliyorum. Televizyonda takip
23 ettiğim yayınlar genellikle ana haberler oluyor.
24 Bazen sıkıldığımda saçma sapan televizyon
25 programlarını takip ettiğim de oluyor doğrusu
26 (gülüyoruz) ama dediğim gibi genelde yazın
27 vakit bulup izleyebiliyorum. Kışın genellikle
28 derslerime daha çok odaklanmayı tercih
29 ediyorum. Şu an günde iki saat izliyorum.

30 **Participant 8:** Televizyon hiç izlemiyorum.
31 Televizyonla alakalı hiçbir şey yapmıyoruz.
32 Hatta satmayı düşünüyoruz evdeki kimse

33 izlemiyor çünkü. Sadece televizyon izlediğim
34 tek bir dönem oluyor, seçim dönemleri. Seçim
35 dönemlerinde asla televizyondan uzak
36 kalamıyorum çünkü en hızlı iletişim, yani haber
37 alabileceğim alan orası. Ulaşılabilir alan orası.
38 Onun haricinde haberleri de Twitter'dan takip
39 ediyorum. Genelde sosyal medya üzerinden
40 takip ediyorum, televizyona ihtiyaç
41 duymuyorum.

42 **Participant 9:** Genel anlamda televizyon
43 izlemiyorum. Annem akşamları açtığı için
44 salonda bazen baktığım oluyor ama gündelik bir
45 belirli bir saatim yok yani. Genelde takip ettiğim
46 dizileri internet platformlarından izliyorum.

47 **Participant 10:** Hiç izlemiyorum. Televizyon
48 var evde ama hiç izlemiyorum. Televizyonu
49 haftada bir iki gün Youtube, Netflix ve Spotify
50 için kullanıyorum. O da hafta sonları işte
51 kahvaltıda ya da temizlik yaparken atıyorum
52 müzik yayını gibi kullanıyorum.

53 **Participant 11:** Haftada iki saat. Genelde
54 maçları izlemek için televizyon kullanıyorum.

55 **Participant 12:** Televizyon deyince aklıma
56 direk bilgisayar geldi. Televizyon izlemiyorum
57 hiç.

58 **Participant 13:** Bir saat, belki yarım saat, belki
59 hiç. Yani sıfırla bir arasında değişebilir ya da
60 sıfırla iki diyelim ona biz.

61 **Participant 14:** Çok fazla televizyon
62 izlemiyorum. Daha çok bilgisayar üzerinden
63 dizilerimi takip ediyorum. Televizyon
64 izlemiyorum. O yüzden ortalama bir saat
65 söyleyemeyeceğim buna.

66 **Bir günde ortalama kaç dakika/saat tablet,**

67 **akıllı telefon üzerinden TV izliyorsunuz?**

68 **Participant 1:** Yani hafta sonları maç
69 izleyebilirim. Yani bir buçuk, iki saat diyebiliriz
70 ona.

71 **Participant 2:** Ben sadece televizyon üstünden
72 televizyon seyrediyorum. Telefondur,
73 bilgisayardır oradan televizyon seyretmiyorum.

74 **Participant 3:** Bir günde ortalama Youtube'tur,
75 Netflix'tir falan bilmem ne, kesin şey ya iki
76 buçuk saat izliyorum.

77 **Participant 4:** Bir veya iki saat. Okuldan vaktim
78 zor kalıyor.

79 **Participant 5:** Üç, dört olabiliyor. Bölümümün
80 daha başında olduğum için İngilizce dizi, film,
81 belgesel falan ne bulursam izlemeye
82 çalışıyorum. Altı saati bulduğu olmuştur hatta.

83 **Participant 6:** İki, yaklaşık olarak dört, beş
84 oluyor toplamda. İki, saat Netflix kullanıyorum,
85 bir o kadar da Youtube kullanıyorum,
86 influencerlar (fenomen) olsun takip ettiğim
87 oyuncuların röportajları olsun onları takip
88 ediyorum.

89 **Participant 7:** Bir günde ortalama iki saattir. O
90 da Netflix ya da Youtube.

91 **Participant 8:** Üç saat olduğu oluyor. Yani şöyle
92 sevdiğim bir dizi varsa bir sezonunu bir günde de
93 bitirebiliyorum. Ama tutulduğum bir dizi yoksa,
94 izleme açısından her gün çok düzenli olduğum
95 söylenemez. Her gün çok düzenli bir şey
96 izlediğim söylenemez ama çok tutulduğumda da
97 bir diziye, olabildiğince hızlı bitirmek için 3 saat,
98 4 saat, 5 saat oluyor yani. Ama onun haricinde

99 daha çok farklı aktiviteler yapıyorum. Telefonda
100 işte Instagram gibi, Twitter gibi. Oralarda daha
101 çok aktifim. Ama en yoğun kullandığım şey
102 Netflix. Bir de Blu Tv de kullanıyorum.

103 **Participant 9:** TV olarak sanırım geleneksel
104 denen kanalları izlemiyorum ama telefonda
105 veya bilgisayardan günde en az bir saat internet
106 platformlarından Netflix, Youtube falan gibi bir
107 şeyler bakıyorum.

108 **Participant 10:** Yoğun dönemimde yani evde
109 olmadığım ya da işte erken çıkıp geç girdiğim,
110 çok vakit geçiremediğim zamanlarda günde bir
111 saat Youtube izliyorumdur. İşte haftada dört saat
112 falan Netflix izliyorumdur taş çatlasın ama boş
113 dönemimse eğer, paso Youtube'dan ya da
114 Netflix'ten açıp bir şeyler izliyorum telefonda.
115 ...genelde telefon kullanıyorum. Laptop da
116 kullandığım oluyor ama o da az, televizyon gibi.
117 Odadaysam falan... Çok nadir ya çok az.

118 **Participant 11:** Haftada iki saat. O da genelde
119 maç için oluyor.

120 **Participant 12:** Telefonda ortalama iki saat
121 gün içerisinde, bilgisayardan da üç saat falan.

122 **Participant 13:** Nadir de olsa televizyon
123 üzerinden Netflix'e ya da CNN Türk'e
124 bağlandığımı düşünürsek ortalama yarım saat
125 diyelim ya.

126 **Participant 14:** Dizi takip ettiğimizi
127 düşünürsek, ortalama kırk beş dakikadan, hemen
128 hemen de üç, dört bölüm izliyorum. Eğer boş
129 zaman yaratabilsem en az üç saatimi
130 harcıyorum.

131 **Güncel olarak takip ettiğiniz bir TV dizisi var**
132 **mı? Varsa, hangi cihazlar üzerinden takip**
133 **ediyorsunuz?**

134 **Participant 1:** Var. Genelde televizyon, arada
135 sırada akıllı telefon.

136 **Participant 2:** Takip ettiğim diziler Prison
137 Break var, ıı, Atiye'yi izliyordum Netflix
138 üstünden. Normal TV üstünden takip ettiğim
139 Mucize Doktor.

140 **Participant 3:** Var tabi ki işte Netflix'ten falan
141 takip ettiğim birçok dizi var. ...tablet.

142 **Participant 4:** Televizyonda yok ama Netflix'te
143 var. Genelde telefon ya da tablet kullanıyorum.

144 **Participant 5:** Televizyonda takip ettiğim yok
145 ama Netflix'ten var. Genelde telefonda takip
146 ediyorum.

147 **Participant 6:** How to Get Away With a
148 Murderer, Netflix üzerinden takip ediyorum. Bir
149 de şey, How I Met Your Mother. Telefon...

150 **Participant 7:** Şu an yok. Takip ettiğim dizilerin
151 sezonlarını bitirdim. Yeni diziler arıyorum.

152 **Participant 8:** Var. Ya telefon ya laptop. Ama
153 genelde telefon kullanıyorum.

154 **Participant 9:** Televizyon dizisi takip
155 etmiyorum.

156 **Participant 10:** Var, Netflix'de ama. Telefon
157 üzerinden takip ediyorum.

158 **Participant 11:** Var ama Netflix'te izliyorum.
159 %99,9 telefonum üstünde izliyorum o da gece
160 yatarken oluyor. Laptop çok zor geliyor. Telefon
161 daha basit aç-kapa. Ha çok boş günümdeysen
162 eğer laptoptan izliyorum.

163 **Participant 12:** Var. ... Bilgisayar, telefon.

164 **Participant 13:** Var. %80 televizyondan
165 izliyorum. O imkânım yoksa laptoptan direk
166 izliyorum.

167 **Participant 14:** Güncel olarak takip ettiğim
168 diziler var ama televizyon dizisi yok. İşte
169 eskiden vardı. Behsat Ç., Ezel, onları da zaten
170 tablet üzerinden ya da laptop üzerinden
171 izliyordum.

172 **YOUTUBE VIEWING PRACTICES**

173 **Youtube kullanıyor musunuz?**

174 **Participant 1:** Kullanıyorum.

175 **Participant 2:** Hayır. Sadece müzik dinlemek
176 için.

177 **Participant 3:** Kesinlikle.

178 **Participant 4:** Kullanıyorum.

179 **Participant 5:** Evet.

180 **Participant 6:** Evet.

181 **Participant 7:** Evet çoğunlukla. Genellikle
182 yemek yerken açıyorum son zamanlarda. Mesela
183 bloggerların vlog konsepti videolarını izliyorum,
184 eğer biraz eğlenmek istiyorsam. Ama ilgilerim
185 ve öğrenmek istediklerim zamanla değiştiği için
186 izlediğim içerikleri çok etkiliyor. Örneğin
187 eskiden make up videolarını öğrenmek için takip
188 ederdim, izlerdim ama şu anda çok saçma
189 geliyor vakit ayırmak. Şu anda, öğrencilik
190 hayatımda yemek videoları daha çok izliyorum
191 mecburen.

192 **Participant 8:** Evet kullanıyorum. Ama daha
193 çok Youtube'ta şarkıların kliplerini izlemek için
194 kullanıyorum ya da böyle komik videolar
195 bulmak için kullanıyorum (gülüyoruz). Daha çok

196 böyle seçimle alakalıysa çok komik konuşmalar
197 oluyor. Onları tekrardan bulup işte açıyorum.
198 **Participant 9:** Evet kullanıyorum.
199 **Participant 10:** Kullanıyorum.
200 **Participant 11:** Evet. En fazla Youtube'u
201 kullanıyorum.
202 **Participant 12:** Kullanıyorum.
203 **Participant 13:** Evet.
204 **Participant 14:** Evet.
205 **Youtube'u ne amaçla kullanıyorsunuz? Takip**
206 **ettiğiniz Youtube kanalları var mı?**
207 **Participant 1:** Bu şeyleri izlemek için, nedir, bu
208 sosyal fenomenler var ya, kafalar mafalar onları
209 izlemek için. Artı işte birkaç fragman varsa
210 onlara bakıyorum. Var. Kafalar kanalı, Çukur
211 kanalı, bir, iki tane daha var da aklıma gelmiyor.
212 **Participant 2:** İşte müzik dinliyorum.
213 **Participant 3:** Daha çok nasıl deyim? Her
214 amaçla kullanıyorum herhalde. Müzik dinlemek,
215 konser videoları izlemek, trailer (fragman)
216 izlemek, ondan sonra şey böyle bilmem ne fight
217 seen (dövüş sahneleri) gibi şeyler (gülüyoruz).
218 Böyle işkence videoları izlemek için de
219 kullanıyorum (gülüyoruz). Harbiden belgesel,
220 melgesel, tarih, her şey için kullanıyorum. İlber
221 Ortaylı'yı sadece Youtube'tan takip ediyorum bu
222 arada, Youtube videolarını izliyorum. Her şey
223 için. Bir Can Sungur aboneliğim var. Onun
224 dışında Ceren Sungur'a da tarihçi o kadın Can
225 Sungur'un eşi onu da baya dinliyorum, ona da
226 aboneliğim var. O kadar.
227 **Participant 4:** Eski dizileri izliyorum genelde.
228 Bazen Spotify'da olmayan müzikleri açıyorum.

229 Bazen de çizim teknikleriyle ilgili videolar
230 izliyorum. Özellikle takip
231 ettiğim bir abonelik yok. Genelde random
232 (rastgele) bakıyorum.

233 **Participant 5:** Netflix'den canım sıkıldığı
234 zaman sarıyorum öyle kafa dağıtmak için.
235 Gülmeyin ama Youtuber'ları (Youtube'ta
236 düzenli olarak video yayınlayan kimse) takip
237 ediyorum (gülüyoruz). Burçlara merakım
238 başladı, onlarla ilgili falan bakıyorum. Yani
239 genelde kafa dağıtmak ve günlük meraklarım
240 için kullanıyorum. Var evet. Sude Alkış'ı takip
241 ediyorum. Hayatından vloglar (video günlüğü)
242 çekiyor. Eğlenceli oluyor kafamı dağıtıyor.
243 Selin Kidil var sonra aynı mantıkta. Tatlı tarifleri
244 için birkaç kanal takip ediyorum isimlerini
245 hatırlayamadım. Bir de Astromeri'yi takip
246 ediyorum, burçlarla ilgili öyle haftalık videolar
247 oluyor onlar için.

248 **Participant 6:** Genelde influencerları
249 (fenomenleri) takip etmek için. Kozmetik
250 influencerları olsun, işte yemek Influencerları
251 olabilir, ııı, onları takip etmek için. Ondan hariç
252 başka, Netflix'de takip ettiğim dizilerin işte
253 reality Showlardır (sıradan insanların
254 yaşamlarını konu alan televizyon programları)
255 falan onlarla ilgili fan içerikleri oluyor, onların
256 röportajları oluyor işte ne bileyim televizyona
257 falan çıkıyorlar, Tonight Show With Jimmy
258 Fallon falan gibi, oradan işte onları takip
259 ediyorum. Türkiye'de olmadığı için o içerikler,
260 Youtube'tan, kendi ana sayfalarından takip
261 ediyorum. Danla Biliç (gülüyoruz),

262 Tonight With Jimmy Fallon, bir de Drag Race
263 için de şeyi takip ediyorum Wowpresent.

264 **Participant 7:** Evet çoğunlukla. Genellikle
265 yemek yerken açıyorum son zamanlarda. Mesela
266 bloggerların vlog konsepti videolarını izliyorum,
267 eğer biraz eğlenmek istiyorsam. Ama ilgilerim
268 ve öğrenmek istediklerim zamanla değiştiği için
269 izlediğim içerikleri çok etkiliyor. Örneğin
270 eskiden make up videolarını öğrenmek için takip
271 ederdim, izlerdim ama şu anda çok saçma
272 geliyor vakit ayırmak. Şu anda, öğrencilik
273 hayatımda yemek videoları daha çok izliyorum
274 mecburen.

275 **Participant 8:** Daha çok boş vakit geçirmek için
276 ve gülmek için kullanıyorum (gülüyoruz).

277 **Participant 9:** Genellikle gündelik takip ettiğim
278 farklı konularda sayfalar var, onlara bakıyorum.
279 Hepsinin adını hatırlamıyorum ama çoğu
280 filmlerle ilgili, filmleri yorumlayan sayfalar, geri
281 kalanı gündem sayfaları, oyun medyası dedikleri
282 kanallara bakıyorum. Bu ara Youtube üzerinden
283 Talkshow'lara denk geldim, onları da takip
284 ediyorum.

285 **Participant 10:** Mesela şöyle oluyor, bir tatlı
286 tarifi bakmak için kullanabilirim. Bazı sosyal
287 medya fenomenleri falan var biliyorsun onların
288 videoları oluyor. Hoş vakit geçirebileceğimi
289 düşündüğüm şeyleri izlemek için kullanıyorum.
290 Var var mesela Duygu Özaslan'ı, Merve
291 Özkaynak'ı, Danla Biliç'i, Damla Altun mesela
292 izliyorum bu aralar. Web Tekno diye bir
293 teknoloji kanalı var o mesela, Victoria's Secret

294 markası, mesela 140 Journos diye bir kanal var
295 onu da takip ediyorum. Bu kadar.

296 **Participant 11:** Youtube’u her amaçla
297 kullanıyorum. Müzik dinliyorum. Antrenman
298 verilerine bakıyorum. Maç özetlerini izliyorum.
299 İstatistik verilerini antrenmanlarda Youtube
300 üstündeki videolar üstünden çıkartıyorum.

301 **Participant 12:** Genelde stream amaçlı. Yani
302 yayıncıları takip ediyorum. Yayıncıları, canlı
303 yayınları takip ediyorum. Onun dışında bilgi
304 edinmek amaçlı işte yemek videoları, yemek
305 tarifleri olur. Yok (Takip ettiği Youtube kanalı).

306 **Participant 13:** Güzel Youtube kanalları var işte
307 140 Journos diye bir kanal var. Bir de maç
308 özetleri için. Belgesel, güncel konular bir de
309 Futbol. Çok fazla var (Takip ettiği Youtube
310 kanalları)...

311 **Participant 14:** Genelde eğlence amaçlı
312 kullanıyorum. Çeşitli komik sayfalar takip
313 ediyorum. Ya da bazı vloglar (video günlüğü)
314 oluyor. O vlogları takip ediyorum. Makyaj
315 izlemiyorum genelde (gülüyoruz).

316 **Youtube’u bir güne ortalama ne sıklıkta**
317 **kullanıyorsun?**

318 **Participant 1:** Yarım saat, bir saat.

319 **Participant 2:** Sadece pazar günleri arabada
320 giderken. Hatta ayda dört defa diyeyim sana
321 (gülüyoruz).

322 **Participant 3:** Zaten bu söylediğim sürenin
323 yarısından fazlası Youtube.

324 -Yani iki saat ise bir saatini ful Youtube’ta
325 geçiriyorsun, anladım.

326 Tabi ki. Ama olur da yeni bir dizi çıkmıştır,
327 diziye düşerim, oturur günde beş saat başında
328 vakit geçiririm hani. Ortalama bir süre söyledim
329 ben sana aslında yani.

330 **Participant 4:** Çok değişiyor. Bir saat de
331 olabiliyor on dakika da. En fazla bir saattir.

332 **Participant 5:** O baya değişiyor. Bazen üç saat
333 bazen on dakika. Tamamen anlık o yüzden net
334 bir şey söyleyemiyorum.

335 **Participant 6:** İki, üç saat.

336 **Participant 7:** Bir buçuk saat falan.

337 **Participant 8:** Maksimum bir saat.

338 **Participant 9:** Yani gününe göre değişiyor ama
339 en az yarım saat kullanıyorumdur.

340 **Participant 10:** Bir saat, maksimum.

341 **Participant 11:** Gece yatmadan öne bir yarım
342 saat, bir saat kullanıyorum. Öğlenleri de müzik
343 dinlemek için arabada dinliyorsam bir yarım saat
344 dinliyorum.

345 **Participant 12:** İki saat.

346 **Participant 13:** Yani, gün içinde bazen
347 girmedğim de oluyor. Şey diyebiliriz ya işte on
348 saatte bir. Ya da kaç saat

349 oraya giriyorsun dersen ben günde ortalama on
350 dakika falan derim yani.

351 **Participant 14:** Çok sık kullanmıyorum.
352 İhtiyacım olduğunda kullanıyorum.

353 **NETFLIX USAGE AND VIEWING**

354 **PRACTICES**

355 **Ne zamandır Netflix izliyorsunuz?**

356 **Participant 1:** İki buçuk, üç sene diyebiliriz.

357 **Participant 2:** Dokuz aydır.

358 **Participant 3:** Üç yıl.

359 **Participant 4:** İki yıldır.
360 **Participant 5:** İki yıldır.
361 **Participant 6:** Tam bir sene olacak işte şubat
362 sonunda.
363 **Participant 7:** İlk çıktığından beri kullanıyorum.
364 **Participant 8:** İki seneden fazla oluyor.
365 **Participant 9:** Sanırım ilk çıktığı zamana yakın
366 bir süredir Netflix abonesiyim, o dönemden beri
367 izliyorum.
368 **Participant 10:** Üyeliğim ilk çıktığım zamandan
369 beri olabilir. Zaman olarak çok net
370 hatırlamıyorum çünkü iki ay
371 hiç Netflix kullanmadığım zamanlar da oluyor.
372 Tam net bir tarih veremem ama ilk çıktığı
373 zamandan beri var.
374 **Participant 11:** Tam senesini çıkartamıyorum
375 ama sanki ben lisedeydim izlemeye
376 başladığımda. O da Sefa (en yakın arkadaş)
377 arkadaşım açıyordu okul çıkışlarında.
378 **Participant 12:** Bir buçuk yıldır.
379 **Participant 13:** Gazze'ye gittim iş için.
380 Gazze'de almıştım. Kasım sonu gittim. Direk
381 Aralık ortası, 2018. 2018 Aralık ortasından beri
382 kullanıyorum.
383 **Participant 14:** Bir dört yılı var galiba ya. Beş
384 yoktur da bir üç yılı da olabilir. Emin değilim,
385 üç, dört yıldır kullanıyorum.
386 **Netflix aboneliğiniz var mı? Yoksa Netflix'i**
387 **erişiminizi nasıl sağlıyorsunuz?**
388 **Participant 1:** Var, aile paketi.
389 **Participant 2:** Murat'ın var (eş). Benim yok.
390 Aile paketi.

391 **Participant 3:** Var evet. Dört kişi
392 izleyebildiğimiz Premium'du galiba. Dört kişi
393 izleyebiliyoruz. İndirebiliyorum falan, ondan.
394 Ayda 70 tı mi ne bayılıyorum. Biz de bir de
395 Orkun (ev arkadaşı) da izliyor. Orkun'un kız
396 arkadaşı da izliyor.

397 **Participant 4:** Evet var. Standart paket var.

398 **Participant 5:** Evet var. Direk aile paketi var.
399 Bana ait ama annemler de kullanıyorlar.

400 **Participant 6:** Başta arkadaşımınkini
401 kullanıyordum. İı, ondan sonra kendisiyle
402 kũsũnce kendi aboneliğime geçtim (gũlũyoruz).
403 İki kişilik mi, ũç kişilik mi ne o paketten
404 kullanıyoruz işte. İki kişi kullanabiliyor sanırım.

405 **Participant 7:** Aboneliğim bana ait, aile
406 aboneliğini kullanıyoruz.

407 **Participant 8:** Var. Kendime ait yok. Daha
408 ȳnceden řȳyle yani kendime ait abonelik
409 alabilirdim aslında. Daha ȳnceden erkek
410 arkadaşımınkini kullanıyordum. Sonra erkek
411 arkadaşımınla ayrıldık. Orada aile paketimiz vardı.
412 Dört kişi kullanıyorduk. Sonra ayrıldık.
413 Aybũke'nin (yakın arkadaş, ev arkadaşı)
414 Netflix'i vardı dedi zaten iki kişilik, şey yapalım,
415 sende kullan dedi. Okay dedim. şimdi onunkini
416 kullanıyorum...

417 **Participant 9:** Var. Aile paketi. Arkadaşlarla
418 ortak girdik.

419 **Participant 10:** Kendi aboneliğim var bireysel
420 abonelik tekli standart olan. Netflix basic diye
421 geğiyor.

422 **Participant 11:** Kendime ait bir Netflix
423 aboneliğim yok. Sefa'nın Netflix aboneliği var

424 onun üstünden izliyorum. Aynı anda dört ekran
425 olan. Sefa'nın ablası, ben, Sarper (diğer yakın
426 arkadaş) bir de Sefa oradan izliyoruz.

427 **Participant 12:** Var ama bana ait değil. Dört
428 kişilik aile paketimiz var. Annem, babam,
429 kardeşim, ben ayrı ayrı izliyoruz. Genelde ben
430 ayrı izliyorum, onlar birlikte izliyor (gülüyoruz).

431 Ama işte yine de biz her türlü avantajından,
432 bütün paketlerden faydalanmak için paketin
433 adını bilmiyorum ama dört kişilik olandan aldık.

434 **Participant 13:** Evet. Yaklaşık dokuz ay kadar
435 çift olanı kullandım. Ağustos'tan beri de standart
436 olanı kullanıyorum.

437 **Participant 14:** Aboneliğim var. Benim
438 üzerimden değil de m, aile Netflix'i diyelim.
439 Yengeminkini kullanıyorum. Para vermiyorum
440 (gülüyoruz).

441 **Günlük hayatınızda daha çok Netflix'i mi**
442 **voksa klasik televizyon yayını m**
443 **izliyorsunuz?**

444 **Participant 1:** Yarı yarıya, yani Netflix %51
445 yukarda kalıyor diyebilirim.

446 **Participant 2:** Netflix.

447 **Participant 3:** Televizyon yayını hiç
448 izlemiyorum. O lanet şey bizim evde açılmıyor
449 hiç.

450 **Participant 4:** Netflix.

451 **Participant 5:** Netflix.

452 **Participant 6:** Netflix.

453 **Participant 7:** Kesinlikle Netflix.

454 **Participant 8:** Netflix.

455 **Participant 9:** Netflix'i tercih ediyorum. Klasik
456 televizyon yayını sırasında izlemeye değer bir

457 şey olursa zaten internette de önüme çıktığı için
458 hiç takip etme gereği duymuyorum.

459 **Participant 10:** Netflix.

460 **Participant 11:** Kesinlikle Netflix.

461 **Participant 12:** Netflix.

462 **Participant 13:** Netflix.

463 **Participant 14:** Netflix.

464 **Netflix izleyicisi olmaya nasıl karar verdiniz?**

465 **Participant 1:** İnternette ilk çıktığında
466 araştırdım, karar verdim, aldım.

467 **Participant 2:** Eşim sayesinde. Yani ortak bir
468 şeyler yapalım maksadıyla girdik öyle ayrı ayrı
469 takılmayalım diye. Sonra oradaki dizileri zaten
470 merak ediyordum bir türlü izleyemediğimden
471 dolayı. O dizilere başlayınca bende böyle Netflix
472 üyesi oldum.

473 **Participant 3:** Dizi izlediğim siteler kapandı.
474 Kısıtlandı.

475 **Participant 4:** Benden önce izleyen insanların
476 yorumları beni etkiledi. Televizyonda da
477 izlenecek herhangi bir şey kalmadığı için
478 internette bulmaya çalışıp işkence çekeceğime
479 Netflix alayım dedim.

480 **Participant 5:** Güzel diziler vardı ve internette
481 diğer dizileri takip etmek zor olmaya başlamıştı
482 bu telif muhabbetinden dolayı. Ayrıca reklamlar
483 gerçekten zehir ediyorlar. Reklam gördüğümde
484 bilgisayarımı kırmamak için biraz da Netflix
485 üyeliği aldım (gülüyoruz). Güzel diziler vardı
486 Netflix'te mantıklı geldi araştırdım. Aldım.

487 **Participant 6:** Şöyle Netflix'te çok fazla içerik
488 olduğu için ve yeni bölüm için yaklaşık bir
489 dokuz yüz sene beklemek sorunda olmadığını

490 için, ondan dolayı işte daha çok bana hitap eden,
491 benim ilgi alanıma hitap eden ve daha çok benim
492 identityme (kimliğime) hani, yani daha çok beni
493 represent eden (yansıtan) şeyler olduğu için
494 orada ondan dolayı izlemeyi tercih ettim.
495 Televizyonun çok neoconservative
496 (muhafazakâr) olduğunu düşünüyorum.
497 **Participant 7:** Şöyle, herkes Instagram
498 storylerinde (hikâye) Netflix üzerinden film, dizi
499 izledikleri anı paylaşıyorlardı. Ben de dedim ki
500 bu ne? Sonra araştırdım. Normalde biz Google'a
501 yazarken ve saatlerce uğraşırken istediğimiz
502 diziye ulaşmak için, Netflix'de çok kolaylıkla
503 dizi ve filmleri açabiliyoruz. Bunun gibi şeyler
504 çok dikkatimi çekti, bende üye oldum.
505 **Participant 8:** Herkes Netflix izliyordu. Neymiş
506 bu dedim. Benim zaten bütün hayatım böyle ya
507 (gülüyoruz). Sosyal medyaya girişim,
508 Facebook'a da neymiş bu diye girdim Allah
509 kahretmesin böyle oradan sonra Twitter'a
510 girdim. Fenomenlerle takıldım falan
511 (gülüyoruz). Başıma bela alıyorum sürekli.
512 Netflix de ömrümden götürüyor şu anda.
513 **Participant 9:** Ya Netflix Türkiye'ye resmi
514 olarak gelmeden önce de takip ettiğim dizileri
515 internetten izlediğim için zaten geldiğinde de
516 arkadaş grubu olarak direk geçmeye karar
517 verdik. İlk başta abonelik sistemi biraz garip
518 gelmişti ama dört kişilik paketi on, on beş liraya
519 denk geldiği için aylık kolay alıştık sanırım.
520 **Participant 10:** Şöyle zaten çıktıktan sonra bir
521 ay ücretsiz üyelik vardı orada deneyimledim ve
522 mesela şunu fark ettim ben internetten herhangi

523 bir diziyi açıp izleye de bilirim işte o dizi
524 sitelerinden, Dizibox mı ne kaldı onu bile
525 bilmiyorum
526 bu sitelere girmiyorum Netflix sayesinde, ya da
527 film aynı şekilde. Bu kullanım rahatlığından
528 dolayı bence yani mesela hani nerede kaldın,
529 nasıl yaptın, sonradan indirebiliyorsun. Mesela
530 ben Marmaris'e gidiyorum anneannemlerde
531 internet yok, önceden dizilerimi filmlerimi
532 indiriyorum. Hepsini izlemesem bile bir sürü
533 indiriyorum izlemek istediklerimi izliyorum
534 mesela. Bunun gibi kolaylıklar, kullanım
535 kolaylığı. Mesela How I Met Your Mother
536 izledim mesela Netflix üzerinden izledim.
537 Normalde bu dizi her yerde var ama kullanımı
538 rahat olduğu için ve ben zaten sürekli telefondan
539 bir şey izlediğim için gayet mutlu bir şekilde
540 kullanıyorum.

541 **Participant 11:** Şöyle karar verdim; Netflix'in
542 dizilerini Sefa aşırı izliyordu. Ben normalde dizi
543 zaten izlemezdim izleyeceksem film izlerim.
544 Fakat Netflix'te daha kısa bölümler olduğu için
545 böyle dakikası kısa, daha çabuk ilerleyen diziler
546 olduğu için daha günlük hayatımın içinde bir
547 yarım saat izleyip kalkabildiğim için daha çok
548 beni sarmaya başladı.

549 **Participant 12:** Sosyal medya etkisi, ıı sonra
550 Netflix'in çıkardığı yapımların, ürettiği
551 programların kalitesi, bu kadar. Arkadaş
552 tavsiyesi de var.

553 **Participant 13:** Şöyle, yaptığım iş dolayısıyla
554 tek başımdım Gazze'de, sıkıcı bir hayat. O
555 yüzden ne

556 yapabilirim diye düşündüm. Dizi izlerim dedim.

557 Baktım ki diziler çok güzel devam ettim.

558 **Participant 14:** Şöyle, normalde televizyon

559 dizileri, özellikle Türk televizyon dizilerinde

560 izlenecek herhangi bir şey olmadığı için,

561 Netflix'te daha çok zengin içerik var. Bu yüzden

562 de Netflix izleyicisi olmaya karar verdim. Yani

563 sohbet edilen, bildiğimiz dizileri oradan takip

564 etmek daha kolay. Diğer türlü bulduğun internet

565 sitelerinden işte reklam kapat, onu yap, bunu

566 yap, sürekli yanda çıkan reklamlar insanı

567 yorduğu için üyelik alıp, daha hem hd kalitede

568 bir şeyler izleyip istediğim zaman durdurmayı

569 veya o diziden benim beğendiğim diğer dizileri

570 önerdiği için Netflix izleyicisi olmaya karar

571 verdim.

572 **Netflix olmadan önce hangi mecraları takip**

573 **ederdiniz?**

574 **Participant 1:** İnternet üzerinden, Torent falan,

575 yani internet üzerinden. Film siteleri, dizi siteleri

576 oralardan.

577 **Participant 2:** Sadece televizyon, Instagram,

578 Facebook o kadar onun dışında başka bir yerden

579 dizi falan izleme alışkanlığım yoktu. Ha ama şey

580 vardı, Turkcell TV vardı, onda film izliyorduk

581 şimdi. Her akşam orada bir film izliyorduk.

582 Sürekli filmler güncellendiği için annemlerle her

583 akşam mutlaka oradan, Turkcell TV'den film

584 izleniyordu. Onu unuttum.

585 **Participant 3:** Yani, açıkçası sabit bir şeyim

586 yoktu. İnternette hangi diziyi izlemek

587 istiyorsam onda göre bulup izliyordum kaçak

588 sitelerden.

589 **Participant 4:** Eskiden Google'da neye
590 ulaşabiliyorsam, hangi site de aradığımı
591 bulabiliyorsam onu kullanıyordum. Tek takip
592 ettiğim bir platform ya da dizi sitesi yoktu. En
593 güzeli hangisiyse, kalite olarak ve en az reklam
594 olarak ya da indirilebilirlik olarak onu
595 kullanıyordum.

596 **Participant 5:** Genelde Dizibox'tan izliyordum.

597 **Participant 6:** İllegal bir şekilde böyle bir, iki
598 tane dizi takip ediyordum. Ondan sonra, onları
599 da internetten izliyordum ama şey oluyordu
600 böyle dokuz yüz milyon tane reklam
601 seyrediyorsun. Ondan sonra reklamın geçmesini
602 bekle. Vay efendim işte bazıları vpn olmadan
603 açılmıyor. Yok vpn indir, vpnle izle, onu şey yap
604 falan. Yok işte canlı yayınsa işte vpn açıp böyle
605 canlı yayını bekle gece dörtte falan böyle çok
606 sıkıntıydı. Harbi işkenceydi. Ondan sonra öyle
607 takip ediyordum işte şeyleri.

608 **Participant 7:** Dediğim gibi internet sitelerini
609 takip ediyordum mesela hdfilmizle.com gibi
610 siteler vardı ama sürekli reklamlar çıkıyordu
611 karşıma, çok sinir bozucuydu.

612 **Participant 8:** Daha çok reklamlı internette
613 Dizimag falan var ya, reklamlı yalnız
614 (gülüyoruz). Dizimag kullanıyordum.

615 **Participant 9:** Genel olarak internet üzerinden
616 veya izleyeceklerimi bilgisayarına
617 indiriyordum.

618 **Participant 10:** Netflix'ten önce ben o kadar
619 yabancı dizi alışkanlığı olan biri değildim. Belli
620 diziler vardı. Sezon sezon geliyordu gidiyordu.
621 Mesela belli Türk dizileri vardı ben o Türk

622 dizilerini de televizyondan izlemeyi çok tercih
623 etmiyordum. Gün beklemiyordum mesela gene
624 internete yüklendiğinde internetten izliyordum.
625 Mesela şu anda Netflix'e ek, jet sosyete mesela
626 kaldı baya üç dört bölüm izleyemedim ama bu
627 puhu tv den mesela izliyorum. Onun haricinde
628 televizyon evet ama televizyondakileri de
629 internetten izliyordum. Mesela şunu izle bunu
630 izle nokta com'lardan film dizi. Mesela
631 filmfulzile.com vardı, 720pizle vardı falan böyle
632 öyle sitelerden izliyordum. Onun haricinde
633 Youtube.

634 **Participant 11:** Çok aşırı dizi, film alışkanlığım
635 yoktu. Şöyle söyleyeyim ben başlarken Sefa
636 üzerinden başladım. Direk dizi alışkanlığım
637 Netflix üzerinden oluştu. Televizyon dizileri
638 hariç mesela Cennet mahallesi. ...ben çocukken
639 Cennet mahallesini izlerdim. Sihirli annemi de
640 izlerim (gülüyoruz).

641 -İnternetteki film sitelerini kullanır mıydınız?
642 Tabi tabi The Walking Death'i oradan izlemeye
643 başlamıştım. O zamanlar Sefa'nın aboneliği
644 yoktu. Youtube'u da kullanıyordum ama diziler
645 Youtube'ta yoktu.

646 **Participant 12:** İnternette herhangi bir filmin,
647 dizinin adını yazıp, Dizimag vardı bir tane,
648 Dizimag diye bir site, oradan Game of Thrones'u
649 takip ediyordum. Dizimag var, Dizibox var.
650 Çünkü bazı dizilerin bölümleri şey oluyor,
651 teliften dolayı her sitede olmuyor işte hangi
652 sitede varsa oradan izliyordum. Ama genelde
653 Dizimag, Dizibox diziler için, filmler için de
654 720pizle.com var yani.

655 **Participant 13:** O zaman gülme ama
656 filmcehenmi.org (gülüyoruz), bir de şey
657 Dizibox.

658 **Participant 14:** Dizibox, dizi.com işte
659 diziizle.com, Diziist bilmem ne, işte diğer
660 çevrim için olan, dizi izlemek için olan kanallara
661 bakıyordum.

662 **Netflix ile birlikte eski kullandığınız**
663 **mecraları kullanmaya devam ediyor**
664 **musunuz?**

665 **Participant 1:** Etmiyorum.

666 **Participant 2:** İıı evet. Turkcell TV bizim
667 normal evimizde de var, iki televizyonda. Bir
668 televizyonda Turkcell TV'den giriyoruz, bir
669 televizyonda Netflix'te giriyoruz.

670 **Participant 3:** Yok etmiyorum. Apple TV
671 üyeliğim var bir de oradan izliyorum ayrıca.
672 Ama çoğunlukla Netflix.

673 **Participant 4:** Netflix'te olmayan bazı diziler
674 var, başka platformlarda olan, onlara ayrı para
675 vermek yerine, mesela bulduğum da izledim.
676 Yakın zamanda kullanmadım ama. Hep Netflix
677 izledim.

678 **Participant 5:** Yok hayır.

679 **Participant 6:** Hayır çünkü zaten şey Netflix'e
680 geçmemdeki büyük kararım sebebi birazda o
681 oldu, izlediğim çoğu diziler falan şeyde vardı,
682 Netflix'te vardı. Ondan onlardan izlemeyi
683 bıraktım. Napayım işte uğraşamam artık dedim.
684 Çünkü Netflix'te birçok mecra var yani. Eğer
685 gerçekten izlenmek istiyorlarsa kendileri
686 Netflix'e kaydolsunlar yani ben niye
687 uğraşıyorum ki (gülüyoruz).

688 **Participant 7:** Hayır artık kullanmıyorum.

689 **Participant 8:** The Big Bang Theory için evet.
690 Yani Netflix içerisinde olmayan herhangi bir dizi
691 için internet üzerinden yapılar, işte böyle açık
692 hesapları takip ediyorum.

693 **Participant 9:** Devam ediyorum, takip ettiğim
694 her dizi serisi ya da film Netflix'te olmuyor
695 çünkü.

696 **Participant 10:** Youtube'ta mesela hala Güldür
697 Güldür'ü takip ediyorum, her bölümü izliyorum.
698 Ama artık Türk dizisi izlemiyorum. Eskiden bir
699 iki takip ettiğim oluyordu şu an sıfır. Muhteşem
700 Yüzyıl, Aşk-ı Memnu o ikisi bir de jet sosyete.

701 **Participant 11:** Devam ediyorum. Benim işim
702 gereği Youtube'a sürekli girdiğim için.

703 **Participant 12:** Arada sırada evet. İşte Netflix'te
704 bulamadığım yapımlar için kullanıyorum.

705 **Participant 13:** Hayır.

706 **Participant 14:** Hayır. Devam etmiyorum.
707 Üyeliğim devam ettiği sürece de Netflix'ten
708 izlemek daha kolay geliyor. O yüzden onlara
709 girmiyorum uzun zamandır.

710 **Sizce Netflix ortak zaman geçirme aktivitesi**
711 **olarak kullanılabilir mi? Neden?**

712 **Participant 1:** Evet. Çünkü daha fazla paylaşım,
713 daha fazla fikir ortaklığı, ortak film/dizi kararları
714 işte ortak karar bunlar hepsi. Ortak paylaşım yani
715 şahside kullanılabilir, birlikte de kullanılabilir.

716 **Participant 2:** Kesinlikle. Çünkü insanların
717 ortak izledikleri bir şeyler varsa toplanıp birlikte
718 izleyebilirler. Yani ortak paylaşım.

719 **Participant 3:** Keslinlikle. Ortak zevklerini
720 paylaşabildiğin için beraber dizi, film izlemek
721 falan filan, arkadaşlarıyla veya çevrendekilerle.

722 **Participant 4:** Evet. Çünkü televizyondan bir
723 şeyler izlemeye çalışmak yerine, yani herkesin
724 ortak zevkini bulabileceğin bir alan Netflix.
725 İçerik açısından da geniş bir arşive sahip, o
726 yüzden rahatlıkla ortak sevebilecek bir dizi ya
727 da film bulunabilir.

728 **Participant 5:** Evet. Çünkü ortak olarak
729 sevdiğin dizileri filmleri izleyebilirsin ve
730 sonrasında güzel bir sohbet konusu oluşur. Hem
731 güzel vakit geçirirsin. Evde sinema mantığı
732 tamamen, kendi sinemanı yaratırsın.

733 **Participant 6:** Yani şey kullanıla da bilir
734 kullanılmaya da bilir. Yani şimdi şöyle, bazı
735 insanlar böyle çok seviyorlar işte seyretmeyi. Aa
736 işte birlikte seyredelim Netflix'i işte şey yapalım
737 falan filan hani arkadaşlarla birlikte işte şunu
738 izleyelim, dizi izleyelim, ondan sonra şey
739 yapalım. Ama ben bir şey izlerken biri yanımda
740 onunla ilgili yorum yaptığında veya ben yorum
741 yaptığımda bana neden yorum yapıyorsun falan
742 dediğinde sinir oluyorum yani böyle ağzının
743 ortasına yumruk çakasım geliyor. O yüzden çok
744 da fazla önermiyorum açıkçası. Çok fazla tercih
745 etmiyorum. Genelde tek başıma seyrediyorum.
746 Sonrasında hani arkadaşlarımla bu konu
747 hakkında konuşmayı, discuss etmeyi (tartışmayı)
748 seviyorum.

749 **Participant 7:** Evet. Bence teknolojinin
750 avantajları ve dezavantajları diye bir şey varsa
751 eğer Netflix avantajları kısmındadır. Çünkü artık

752 cep telefonlarıyla, sosyal medya kullanımıyla
753 insanlar arasındaki iletişim kopukluğu
754 görüyoruz. Netflix akşamları aile ile birlikte
755 izlendiğinde o ailenin iletişimini artırıyor.
756 Mesela dizi izliyoruz, yorum yapıyoruz dizi
757 hakkında, o sırada sohbetimiz farklı konuları
758 açıyor ve etkileşim artıyor tabii ki.

759 **Participant 8:** Evet kullanılabilir. Film
760 açısından kullanılabilir. Belki belgesel izlemek
761 açısından, sınıflarda bile kullanılacak bir şey
762 belgesel kesintiye uğramadan. Yani zaten
763 kaydetme özelliği falan da olduğu için internete
764 gerek kalmadan da zaten indirdiğin bir programı
765 izleyebiliyorsun. O yönden biraz şanslıyız.
766 Mesela telefonda da ben üç saat diyorum ama üç
767 saat mesela online olarak izlediğim zaman.
768 Yoksa ben mesela diziyi indirip yolda da
769 izlediğim zamanlar oluyor. Aybüke genelde
770 mesela öyle yapıyor. Yolda da mesela uzun
771 yollar kullandığı zaman öyle indirip izliyor
772 mesela internetten gitmeme durumu da söz
773 konusu oluyor o yüzden avantajlı bir şey bence
774 Netflix ve mesela sosyal alanlarda da yani
775 sosyalleşme biçimi olarak değil ama bilgilendirme
776 biçimi olarak kullanılacak bir şey.

777 **Participant 9:** Yani kullanılabilir sanırım ama
778 benim için öyle değil. Ben genelde tek başıma
779 izliyorum, Netflix'in güzel yanı farklı yerlerde
780 kaldığım yerden devam edebiliyor olmak. Yani
781 evde yarım kaldığım bir diziyi yolda telefonda
782 devam ettirebiliyorum. O yüzden hiç şey
783 demiyoruz yani hadi bugün oturup Netflix'ten
784 bir şeyler bakalım. Anca o gün arkadaşlarımla

785 toplandığımda film izlemeyi planlıyorsak
786 ulaşması kolay diye önce Netlfix'te var mı diye
787 kontrol ediyoruz kolay diye.

788 **Participant 10:** Evet. Şöyle mesela bazı diziler
789 var güzel. Eğer birkaç insan birlikte izliyorsa,
790 mesela şöyle olabilir; sevgilin olur mesela şu
791 diziye birlikte başlayalım, bir araya geldikçe
792 oturup izleyebilirsin ki bunu yaptığım zaman da
793 oldu. Black Mirror'ı mesela biz eski sevgilimle
794 bitirmiştik. Her oturduğumuzda bir tane izleye
795 izleye bitti. Onun haricinde mesela bir arkadaş
796 grubu, sonuçta dizi tartışıldığında daha eğlenceli
797 hale geliyor bence hani burada bu oldu, burada
798 ne oldu, burada neden böyle oluyor gibi biraz
799 yorumlama olarak. O yüzden ben buna başladım
800 aa ben de başladım birlikte takip edelim dediğim
801 arkadaşlarım oluyor. Bundan dolayı birlikte
802 zaman geçirilecek bir aktivite ama her dizi değil
803 bence. Belli diziler olur.

804 **Participant 11:** Kullanılabilir. Biz sürekli işim
805 gereği ve hayatımızın tarzı gereği futbol ve spor
806 üzerine bir hayat geçiriyoruz ve bazen monotona
807 giriyoruz. Çok yakın arkadaşım Sefa, Sarper
808 playstation oynarız. Bir yerden sonra sıkılırız.
809 Hep birlikte oturup, hepimizin izlediği ortak
810 diziler var. Açarız bir bölümünü izleriz. Kısa
811 olduğu için en büyük avantaj bizde bu. Bir mola
812 gibi yirmi dakika, otuz dakika dizinin bir
813 bölümünü izleyip ondan sonra oyun oynamaya
814 devam ederiz. Hep birlikte yapabildiğimiz bir
815 aktivite yani. Mesela şey vardı Pablo Escobar'ın
816 dizisi vardı. Netflix'te de var sanırım ama o

817 zamanlar dışarıdan takip ediyorduk. Mesela
818 onları izlerdik.

819 **Participant 12:** Evet kesinlikle. Netflix and chill
820 (gülüyoruz). Arkadaşlarıyla vakit geçirmek için
821 evde, bilgisayarını televizyona bağlayıp, bira,
822 şarap ya da sıcak bir kahveyle birlikte filmleri
823 güzel, yüksek kaliteli bir şekilde
824 izleyebiliyorsun.

825 **Participant 13:** E tabi ki de. Çünkü dizi
826 izlemekten zevk alıyoruzdur. Çok kalabalık bir
827 ortamda tabi ki de hayır ama iki ya da üç kişiyle
828 izlenebilir.

829 **Participant 14:** Evet. Kullanılabilir ama ben tek
830 başıma dizi izlemeyi daha çok seviyorum. Tek
831 izlemeyi daha çok seviyorum çünkü dizi izlerken
832 ben çok konuşuyorum. Birisi yanımda olduğu
833 zaman onun pür dikkat izlemesini istiyorum ya
834 da telefonla falan yanımda birileri uğraştığında
835 sinir oluyorum. O yüzden başkalarıyla bir şeyler
836 izlemeyi çok sevmiyorum. Ama atıyorum bir
837 film izleyelim hep beraber dediğimizde
838 tekrardan Netflix'i kullanıyoruz. O yüzden tabi
839 ki de ortak zaman geçirme aktivitesi olarak
840 kullanılabilir.

841 **Netflix'i tek mi yoksa arkadaşlarla veya aile**
842 **üleriyle mi izlemeyi tercih edersiniz?**

843 **Neden?**

844 **Participant 1:** Aile. Aile daha çok. (Nedeni) E
845 yani aile şu an benim ailem Nurşen (eş) olduğu
846 için hepsini izleyebilirim yani. Cinsel içerikli de
847 olabilir, normal komedi de olabilir, korku da
848 olabilir, hepsini Nurşen'le izleyebilirim. Böyle

849 kendi başıma kalayım da bir şey izleyim
850 diyebileceğim bir şey yok.

851 **Participant 2:** Tek başıma izlemek istemem tabi
852 ki de ya. Yok yani tek başıma değil de aileyle
853 daha mantıklı. (Nedeni) Daha eğlenceli olacağını
854 düşünüyorum. Yani benim için daha eğlenceli
855 olur.

856 **Participant 3:** Yani genelde tek. Ama arada tabi
857 ki de sürpriz konuklar almak fena olmuyor da
858 değil. (Nedeni) Çünkü yanımda birinin sürekli
859 izlediğim diziyle ilgili sorular sormasını
860 sevmiyorum. Sakin izlemeyi daha çok
861 seviyorum, tek başıma, sevdiğim bir dizi olursa
862 özellikle. Yani atıyorum dizinin bir sahnesini
863 kaçırıp o ne bu ne diye soruları sevmiyorum.
864 Oluyor çünkü kesinlikle. Ya da biriyle dizi
865 izlerken o kişinin telefonla ilgilenmesi,
866 kıpırdanması falan gibi.

867 **Participant 4:** Tek. (Nedeni) Çünkü daha rahat
868 oluyor. Genelde, özellikle aile üyeleriyle
869 izlediğimiz zaman soru sorulma durumu daha
870 çok oluyor. Özellikle babam izlemeyi yarıda
871 kesip sonuna doğru en heyecanlı yerinde ee ne
872 oldu şimdi diye mutlaka sorar (gülüyoruz). Zaten
873 aileyle dizi değil de daha çok film izleniyor.
874 Onun dışında arkadaşlarla da ben pek ne oldu
875 şimdi, ee bu neden böyle gibi soruları
876 sevmediğim için tek izlemeyi tercih ediyorum.

877 **Participant 5:** Tek. (Nedeni) Yani şöyle
878 söyleyebilirim. Toplu olarak arkadaşlarla arada
879 film izlenir. Ama dizi izlemek zor çünkü ben
880 izlerken konuşmayı, soru sorulmasını falan
881 sevmiyorum. Sürekli bu ne, bu neden böyle falan

882 sinirleniyorum bir süre sonra dikkatim dağılıyor
883 çünkü. Ondan dolayı tek izlemeyi tercih ederim.
884 Tek böyle yatağın içinde yayılarak izlemek daha
885 güzel.

886 **Participant 6:** Tek. (Nedeni) İşte dediğim gibi
887 yani, şey böyle, yanımdaki insan genelde, yani
888 çevremdeki insanlar çok fazla benim izlediğim
889 içerikleri izlemiyor ve atıyorum izliyorlarsa da
890 ben bazen yorum yapmayı seviyorum. Onlar
891 niye yorum yapıyorsun falan diyor, sinir
892 oluyorum veya tam tersi. Onlara yorum
893 yaptığında ve ben o an ona gerçekten
894 odaklandıysam o an ben de sinir oluyorum falan.
895 Öyle işte, o yüzden genelde tek başıma izlemeyi
896 tercih ediyorum. Rahatsız edilmeyi çok
897 sevmiyorum bir şey izlerken. Çünkü tam olarak
898 ona odaklanmak istiyorum, şey yok bende, ne
899 bileyim, aa işte o arka planda çalsın işte ben
900 arkadaşımın onun üzerine bir konuşayım ya da
901 ne bileyim, arkadaşımın sohbet edeyim ama bir
902 yandan da gözüm onda olsun falan ben onu
903 sevmiyorum. Direk ona odaklanmayı seviyorum.

904 **Participant 7:** Aile. (Nedeni) Arkadaşlarımla
905 izlemeyi tercih etmiyorum çünkü hepimizin
906 zevkleri farklı olabiliyor. Ama ailemle tercih
907 ediyorum çünkü çocukluğumdan beri ortak
908 aktiviteleri birlikte yaptığımız için zevklerimiz
909 de benzer. O yüzden aileyle izlemek daha keyifli.

910 **Participant 8:** Tek. (Nedeni) Sansürlü içerikleri
911 olmayışı falan (gülüyoruz). Aile açısından ne
912 geleceği belli olmuyor patlayabiliyorsun bir
913 yerden sonra bunu mu izliyorsun denebilecek
914 şeyler olabiliyor. Aileyle değil ama arkadaşlarla

915 izlenebilecek bir şey ya. Ben mesela
916 hatırlıyorum erkek arkadaşımın da biz akşamları
917 sürekli
918 olarak Netflix geceleri yapıyorduk yani herhangi
919 bir şeye de ihtiyaç duymuyorsun. Game of
920 Thrones en son Netflix değil ama Digiturk'te
921 yayınlandı. Game of Thrones için Digiturk
922 paketi almıştık bir ara. Hep birlikte izlemek daha
923 güzel oluyor, hep birlikte yorum yapmak daha
924 keyifli oluyor. House of Cards'ı mesela birlikte
925 izliyorduk hep. Birlikte yapacağın
926 sosyalleşmeyle de alakalı bir şey. Bizim çok
927 uzun bir ilişkimiz vardı. Konuşacak şeyler
928 kalmamıştı. Ondan sonra işte doğal olarak böyle
929 bir takım paylaşım sitelerine başvuruyorsun hani
930 bir şekilde ortak nokta bulabilmek için. Ama şey
931 değil hani mesela ihtiyacı göre şekillenmesi
932 gereken bir şey olduğunu düşünüyorum bu
933 Netflix izleme hikayesinin, Netflix'ten bir şey
934 izleme durumunun. Paylaşacak bir şeyin varsa
935 konuşmak zorunda hissediyorsan ya da konuşma
936 ihtiyacı hissediyorsan o zaman tabii ki de
937 konuşursun ama onun haricinde bir aktivite
938 olarak kullanılacak bir şey. Sonuç olarak
939 flörtler bile bu tür şeylere bağlanıyor yani eski
940 sevgilinin Netflix şifresini hala kullanıyor olmak
941 üzerinden kuruluyor ilişkiler yani (gülüyoruz).
942 **Participant 9:** Dediğim gibi benim Netflix
943 kullanma tercihim tek başıma. Çok nadir
944 yapacak bir şey bulamazsam annemle bir şeyler
945 izlemek için hadi Netflix'e bakalım diyoruz ama
946 tüm kullandığım zaman boyunca beş, on kere
947 maksimum olmuştur. (Nedeni) Çünkü kendi

948 alanımı oluşturuyorum. Tamamen dinlendiğim
949 bir alan yaratmış oluyorum. Ondan dolayı tek
950 olması daha iyi.

951 **Participant 10:** Tek. (Nedeni) Ya ben genellikle
952 boş ve yanımda bir insan olmayan zamanı
953 Netflix'te geçiriyorum. Anca böyle sevgiliyle
954 film/dizi keyfi gibi bir Şey olursa eğer. Onun
955 haricinde zaten yanımda bir arkadaşım varsa
956 muhabbet sohbet ediyorum. Oturup da dizi
957 izlemiyorum. Hiçbir arkadaşımla o kadar uzun
958 süre vakit geçirebilecek kadar sık
959 görüşmüyorum hani dizi izlemeye vakit
960 ayırabilecek kadar.

961 **Participant 11:** zellikle tek izleyim diye bir
962 düşüncem yok arkadaşlarla izliyoruz genelde.
963 Ha bazen uyumak için ya da çok sıkıldığım bir
964 günde akşam gidip bir bölüm açayım da kafam
965 dağılsım dediğim oluyor ama nadir. (Nedeni)
966 Çünkü bu Sefa'yla izlemeye alıştık artık ve ben
967 Öyle uzun süre sabit bir ekrana bakıp oturamam
968 sıkılırım. Ondan alışkanlığımız dışında tek
969 izleyim ya da şu grupla da izleyim falan diye bir
970 düşüncem olmuyor.

971 **Participant 12:** Tek. (Nedeni) nk sevgilim
972 yok (gülüyoruz). Çünkü tek başıma yaşıyorum.
973 Arkadaşlarım geldiği zaman genelde
974 arkadaşlarımla da izliyorum ama genelde tek
975 başıma.

976 **Participant 13:** Tek izlemeyi tercih ederim.
977 Gerçi annemle yeni diziye başladık. (Nedeni)
978 Annemle daha yeni, bu hafta bir diziye başladık
979 güncel bir Şey olduğu için onu ondan dolayı
980 söyledim. Neden tek? Genelde sürekli tek

981 yaşadığım için olabilir, ya da yalnızlığa alıştığım
982 için Gazze’de Netflix izlerken, o yüzden. Çünkü
983 dokuz ay boyunca tek başıma izledim.

984 **Participant 14:** Ben tek izlemeyi tercih
985 ediyorum Netflix’i kullanırken. (Nedeni) Çünkü
986 dediğim gibi tek başıma bir şeyler izlemeyi daha
987 çok seviyorum. Diğer türlü işte yanımdakilerin
988 pür dikkat onu izlemesini istiyorum. Öyle olduğu
989 zaman mesela yanımdakini sürekli uyarıyorum.
990 O yüzden benim de dikkatim dağılıyor. Tek
991 izlemek daha mutlu ediyor beni.

992 **Arkadaşlarla veya aileyle Netflix izleyeceğiniz**
993 **zaman ne izleyeceğinize nasıl karar**
994 **veriyorsunuz?**

995 **Participant 1:** Araştırıyoruz, bakıyoruz.
996 Gündemde ne varsa ona karar veriyoruz.
997 Konularına bakıyoruz. Ortak karar veriyoruz
998 konularına göre.

999 **Participant 2:** Ortak zevkler genellikle.
1000 Herkesin izledikleri aynı seviyeler, yani aynı
1001 tarzda, eğer film izleyeceksek de merak ettiğimiz
1002 filmler ortak olduğu için ortak noktada
1003 buluşuyoruz. Ya da bir sefer onun dediği oluyor,
1004 bir sefer benim dediğim oluyor, böyle paylaşımcı
1005 oluna da biliyor yani. Ya da oylama kararı, çok
1006 kalabalıksak.

1007 **Participant 3:** Açıkçası tamamen şey yani denk
1008 gelmesiyle alakalı, onlarla bir aktivite denk
1009 geliyorsa ben haftanın yedi günü izlediğim için
1010 bir günde illaki onlar oluyor, onlarla izlemiş
1011 oluyorum.

1012 **Participant 4:** Fragmanlar üzerinden gidiyoruz
1013 ama Netflix’in fragmanlarından değil.

1014 Netflix'ten sevdiğimiz bir tür veya istediğimiz
1015 tarzda, konuda bulup Youtube'tan fragmanını
1016 izliyorum ya da internetten konusunu okuyoruz.
1017 Çünkü Netflix'te fragman değil de tanıtım
1018 videosu gibi zaten, konusu da yeterince
1019 açıklayıcı değil.

1020 **Participant 5:** Genelde film seçiyoruz çünkü
1021 dizi bitmiyor, yani arkadaşlarla bir araya gelmeyi
1022 beklemek sıkıntı olduğu için film daha mantıklı
1023 oluyor. Genelde o an canımın ne izlemek
1024 istiyorsa yani konu olarak korkuysa korku filmi
1025 arıyoruz ortak hoşumuza giden bir şey bulunca
1026 açıyoruz mesela. Anlık ruh halimiz ve ortak
1027 zevklerimize göre.

1028 **Participant 6:** Şimdi şöyle, ailemleyse biraz
1029 daha böyle muhafazakâr içerikler tercih
1030 ediyorum. Genelde annem polisiye izlemeyi çok
1031 seviyor. Bende komedi çok seviyorum. İı, o
1032 yüzden daha çok böyle ikisinin de olabileceği
1033 veya atıyorum o gün benim istediğim varsa diğer
1034 gün annemin istediği oluyor, polisiye izliyoruz.
1035 Ben onu izlerken ruhumu teslim ediyorum belki
1036 ama hani, mecbur öyle izliyorum (gülüyoruz).
1037 Arkadaşlarımlayken de ne bileyim, daha çok
1038 böyle, ortak izlediğimiz bir şey yoksa da yeni bir
1039 şeye başlayalım diyorsak da benzer hani böyle
1040 hepimizin zevkine uygun bir şeyler tercih
1041 etmeye çalışıyoruz. Öyle.

1042 **Participant 7:** Genelde babam işten gelir, o
1043 karar verir ve izleriz. Çünkü zaten gün boyunca
1044 biz istediğimiz açıp izleyebiliyoruz. O yüzden
1045 akşam babam eve geldiğinde onun seçmesini
1046 istiyoruz. Ama zevklerimiz benzer olduğu için

1047 açtığı filmi ben de normalde tercih ederdim
1048 zaten.

1049 **Participant 8:** Ya genelde puanlamaya göre
1050 değişiyor. Ya da o şeyin ne kadar popülaritesinin
1051 olduğuna göre de değişiyor. Mesela bir şey çok
1052 izleniyorsa mutlaka izlenir. Ben genelde mesela
1053 öyle şeyleri pek tercih etmiyorum ama mesela
1054 Twitter’da yapılan yorumlara göre hareket
1055 ettiğim oluyor. Sevdiğim bazı hesaplar oluyor.
1056 Hani böyle şey gibi değil, bireysel hesaplardan
1057 bahsediyorum bu arada. Çok fazla orada
1058 konuşuluyorsa mesela, işte The Witcher mesela
1059 son dönemlerin en çok konuşulan dizilerinden
1060 bir tanesi. Ona göre karar veriyoruz, aaa bak bu
1061 çok konuşulmuş. Ya da işte mesela kadın
1062 mecralarında, kadın problemleriyle alakalı bir
1063 şey, bir belgesel yapılıyorsa ya bak aslında bu
1064 çok izlenen, dinlenen bir şey bunu izleyelim. Ya
1065 da neymiş merak ettim falan filan diye. Benim
1066 mesela tercihlerim ortamıma göre şekilleniyor.
1067 Feminist bir grubun içindeysem tabi ki de ona
1068 uygun filmler tercih ediyorum. Biraz daha bilim
1069 kurgu alanında, böyle erkek arkadaşlarımla daha
1070 çok mesela bilim kurgu ya da ne bileyim savaş
1071 filmleri falan izliyorum ya da böyle biraz daha
1072 politik filmler izliyorum ya da diziler izliyorum.
1073 Politik diziler bu arada tercihim, çok da severim
1074 politik dizileri. Biraz daha kafa açıcı olacağını
1075 düşünüyorum. Değişiyor yani arkadaş grubunda.
1076 Kimlerle ne izleyeceğim aslında onların
1077 zevklerine göre değişiyor. Açıklayıcı oldu mu
1078 bilmiyorum ama, girdiğim gruba, onların yaş
1079 grubuna ve cinsiyetlerine göre ayrışıyor

1080 tercihlerim ve kararlarım. Yani o kararlar zaten
1081 ona göre otomatik olarak veriliyor. Yani şöyle
1082 aslında, izleme durumları şuna göre değişiyor ya
1083 da seçtiğim şeyler; mesela o anki psikolojik ya
1084 da sosyolojik duruma yönelik herhangi bir tespit
1085 varsa, mesela ben şu an da ayrıldım ve ilişkide
1086 çok büyük problemler yaşıyordum. Bunun
1087 üstünden gidiyorum ama şu an için aklıma gelen
1088 şey bu olduğu için güncel hayata yönelik bir
1089 örnek vermek açısından anlatacağım. Mesela
1090 ilişkilerle alakalı sorun yaşadım. Iı, sonrasında
1091 işte erkek arkadaşımınla alakalı problemler
1092 gündeme geldi, bununla alakalı birtakım şeyler
1093 anlattım işte mesela onun alfalığı, benim
1094 alfalığım, işte ilişkide iyi mi kötü karakter mi ıvır
1095 kıvrır. Bir süre sonra aslında karakterize etmeye
1096 başlıyorsun insanları dizilerdeki gibi ve şey
1097 mesela arkadaşım şey tavsiye etmişti, Love diye
1098 bir dizi tavsiye etmişti buna yönelik. Mesela şey
1099 diyordu, ııı, ilişkilerde aslında ne kadar sönük
1100 olsa da bir insan o kişinin de iyi ve kötü
1101 yanlarının olabileceği, iyi ve kötü olarak
1102 değerlendiremeyeceğimizi her davranışı,
1103 bununla alakalı mesela bir dizi tavsiye etmişti.
1104 Düşün, benim sosyal hayatımda yaşadığım
1105 ilişkilerle alakalı, ilişkilene biçimleri sadece
1106 erkek arkadaş eski sevgililik ilişkileri değil,
1107 arkadaşlık ilişkileri de aynı şekilde, sosyal
1108 ilişkilerle de alakalı, birtakım örnekler
1109 görüyorlar. Bir dizi paylaşıyorlar ve hani bunu
1110 izleyebilirsin bak bu aslında seni anlatıyor
1111 denilen diziler oluyor mesela. Buna göre de
1112 tercihler yapılabilir.

1113 **Participant 9:** Arkadaşlarla olduğu zaman zaten
1114 kafamızda izleyecek bir şey oluyor o yüzden
1115 Netflix'te var mı diye bakıyoruz ama annemle
1116 öyle nadiren baktığımızda Türk yapımı güzel
1117 film var mı diye bakıyoruz. Ama dediğim gibi
1118 çok nadir yani.

1119 **Participant 10:** Sevgiliyle izleyeceğimiz zaman
1120 genellikle şey tercih ediyoruz, ailemle hiç
1121 izlemedim. Aile bireylerim zaten televizyonda
1122 takılıyorlar paso ama herhangi bir dizi de takip
1123 ettiklerini sanmıyorum. Ev arkadaşım hani ev
1124 arkadaşımın çok beğendiği ve bana da izle dediği
1125 bir dizi oluyor mesela onu izliyorum. Belli bir
1126 noktadan sonra bir araya gelip, belli bir noktada
1127 buluşup birlikte izlemeye başlıyoruz televizyona
1128 bağlayıp. Ya ben ona yetişiyorum ya da o bana
1129 yetişiyor gibi. Ya da mesela o an nasıl bir
1130 moddayız, eğlenceli bir şey mi açalım yoksa
1131 daha aksiyon gibi bir şey mi olsun, daha
1132 sürükleyici bir şey mi olsun
1133 vesaire, mesela birisi şey diyor; ben bunu
1134 izledim tekrar oturup izlerim senin de izlemen
1135 lazım. Genellikle önceden izlemiş bir insanın
1136 tavsiyesiyle oluyor. Genellikle bir taraf izlemiş
1137 oluyor. Benim hep öyle oldu ya. Hiç sıfırdan bir
1138 diziyi izlemedim.

1139 **Participant 11:** Ailemle izlemiyorum. Öyle bir
1140 düşüncem hiçbir zaman olmadı. Sefa'yla da
1141 genellikle aynı dizileri aynı anda izlediğimiz için
1142 hani birbirimize sormamıza gerek yok. Kaçınıcı
1143 bölümdesin diyor. Yaklaşık aynı
1144 bölümlerdeyse bir bölüm fark oluyor aramızda.
1145 Atıyorum ben yirminci bölümdeyim. Sefa bir

- 1146 gece fazla izlemiş yirmi birinci bölümde.
1147 Yirmiden bir daha başlıyoruz. Üç dizi izliyoruz
1148 aynı anda mesela değiştire değiştire aynı dizileri
1149 izlediğimiz için sıkıntı yaşamıyoruz.
- 1150 **Participant 12:** O an canımız ne istiyorsa, yani
1151 şeyden, sekmelerden hangi tür film izlemek
1152 istiyorsak türe ait filmleri bulup oradan film
1153 seçerek izliyoruz. Yani aksiyon izlemek
1154 istiyorsak aksiyon, türünden filmlere bakıyoruz.
1155 O an hangisi hoşumuza gittiye veya yeni bir
1156 yapım varsa, filmin içeriği de önemli.
- 1157 -Genelde film mi izliyorsunuz?
1158 Aileyleyken evet. Tek başımayken daha çok dizi
1159 izliyorum. Ya da arkadaşlarla falan film
1160 izliyoruz genellikle.
- 1161 **Participant 13:** ...toplu olarak da ben karar
1162 veriyorum. Annemle ne izleyeceğimize ben
1163 karar veriyorum. Mesela anne şunu izleyelim mi
1164 diyorum, tamam olur diyor.
- 1165 -Birlikte oturup izlediğin başka biri yok mu?
1166 Babam Halk Tv izliyor genelde. Zaten evde üç
1167 kişiyiz.
- 1168 **Participant 14:** Genelde atıyorum işte, birisi bir
1169 diziyi takip ediyor, eğer ortak takip ettiğimiz bir
1170 dizi değilse ve bölümler de ortak değilse zaten
1171 ikimizin de işte kaç kişi izliyorsak, hepimizin
1172 ortak sevebileceği bir şey arıyoruz zaten genelde.
1173 Bu zaten çok zamanımızı alıyor. Netflix'ten bir
1174 şey seçmek kolay olmuyor.
- 1175 **Netflix izlemek için özellikle toplandığınız bir**
1176 **grubunuz var mı?**
- 1177 **Participant 1:** Hayır yok.
1178 **Participant 2:** Hayır.

- 1179 **Participant 3:** Yok.
- 1180 **Participant 4:** Yok ama genelde bir arkadaşım
1181 ya da arkadaşlarla evde oluyorsak arada öylesine
1182 açtığımız oluyor.
- 1183 **Participant 5:** Yok.
- 1184 **Participant 6:** Yok. Sadece bir arkadaşım var
1185 Sercan, onunla birlikte Drag Race izliyoruz.
1186 Yani iki kişiyiz. Tam da bir grup yok aslında.
1187 Yani böyle iki ayda bir, ayda bir. Kafamıza
1188 eserse böyle. Öyle yani. Aa yeni bölüm çıkmış
1189 hadi izleyelim falan diye böyle bazen.
- 1190 **Participant 7:** Hayır yok.
- 1191 **Participant 8:** Yok.
- 1192 **Participant 9:** Yok ama Netflix'te ayrı ayrı bir
1193 şeyler izleyip onun üzerine tartışmak için
1194 bulduğumuz oluyor.
- 1195 **Participant 10:** Yok.
- 1196 **Participant 11:** Var. Sefa, ben, Sarper. Ya
1197 özellikle Netflix adı altında toplanmıyoruz. Ama
1198 üçümüz toplandığımız zaman Fifa oynamamız
1199 banko, Netflix izlememiz banko, Alkol
1200 kullanmamız sigara banko. Yani, o
1201 toplandığımız gün filmde bir bölüm izlenir.
- 1202 **Participant 12:** Hayır.
- 1203 **Participant 13:** Hayır yok.
- 1204 **Participant 14:** Yok. Eğer şans eseri bir
1205 aradaysak ve atıyorum takip ettiğimiz dizilerden
1206 işte sezon geldiyse, ıı, o şekil denk geldiyse eğer
1207 izliyoruz.
- 1208 **Topluluk olarak takip ettiğiniz bir Netflix**
1209 **prodüksiyonu var mı? Varsa, hangi**
1210 **prodüksiyonları takip ediyorsunuz?**

1211 **Participant 1:** Var. La Casa De Papel var, ııı,
1212 bitti ama Game of Thrones'u izliyorduk
1213 arkadaşlarının hepsiyle izliyorduk. Netflix
1214 prodüksiyonu olacaksa The Witcher var, Atiye
1215 var.

1216 **Participant 2:** Hayır yok. Yani biz Murat'la
1217 Prison Break, Atiye bir de diğerlerini şu an
1218 hatırlamıyorum ama onları şey, aaa, dur aslında
1219 şey vardı ya, Papel vardı. Papel'i hem izliyordu
1220 hem Burcu abla izliyordu hem biz izliyorduk.
1221 Öyle, aynen bak o mantıkta olabilir.

1222 **Participant 3:** Yok öylede.

1223 **Participant 4:** Çok vardı diyebilirim ama azaldı.
1224 Lucifer'ı takip ediyorduk çok yakın arkadaşımınla,
1225 yeni sezon bekliyorum. The Walking Death'i
1226 takip ediyoruz. Riverdale'i takip ediyorduk bir
1227 ara ama sonra bıraktık. Okul açıldığında bu
1228 yoğunluk azalıyor tabi baya ama bir şekilde
1229 birlikte takip etmeye çalışıyoruz. Daha eğlenceli
1230 oluyor.

1231 **Participant 5:** Var. The Walking Death ve The
1232 Circle.

1233 **Participant 6:** Yok hayır.

1234 **Participant 7:** Var. Atiye son zamanlarda. Türk
1235 yapımı olduğu için merak edip izledik ve
1236 beğendik. Güzel bir iş çıkarmışlar, Avrupayı bir
1237 havası vardı. Klasik Türk dizi klişelerini kırıp
1238 Netflix'de yer almasını beğendim.

1239 **Participant 8:** Yok. Sevgilim vardı o yok artık.
1240 (Gülüyoruz)

1241 **Participant 9:** Var zaten öyle almıştık ilk başta
1242 da hani aa şu da varmış alalım madem, ucuz falan
1243 diye. Şu an çoğu sonlandı ama Sens8,

1244 Mindhunter, veya animasyonlardan Dragon
1245 Prince aklıma ilk gelenlerden.

1246 **Participant 10:** Var. Sex Education, The Crown,
1247 How I Met Your Mother da içinde bulunan bir
1248 dizi. The Crown’u Evrim’le (ev arkadaşı) birlikte
1249 bitirdik. Sex Education’ı da arkadaşlarla bir
1250 aradayken aa gelmiş hadi izleyelim diyerek
1251 oturduk izledik. Black Mirror da sayılır. Love
1252 Death and Robots da var. Atiye vardı onu da hep
1253 birlikte izledik bütün arkadaşlar oturup hep
1254 birlikte Atiye izledik ama herkes ilk defa izledi
1255 zaten.

1256 **Participant 11:** Var. La Casa De Papel. İki tane
1257 daha var. İsimlerini söyleyemiyorum, Sefa
1258 başladığı için başladım. Ha biri Atiye. Beni çok
1259 sarmadı ama Sefa’nın yanında maruz kala kala
1260 ben de izlemeye başladım.

1261 **Participant 12:** Var. The Witcher, Sex
1262 Education başka aklıma gelmiyor.

1263 **Participant 13:** Evet var. Lucifer var. Ablamla
1264 takip ediyorum. Bir de That’s 70s Show var. Onu
1265 da arkadaşım ve kız arkadaşıyla takip ediyorum.

1266 **Participant 14:** Bazı diziler oluyor yani. La
1267 Casa De Papel çok ünlüydü. Onu arkadaşlarla
1268 izliyorduk, takip ediyorduk. Mesela Mind
1269 Hunter vardı.

1270 **Topluluk olarak takip ettiğiniz Netflix**
1271 **prodüksiyonunu seçme nedeniniz nedir?**

1272 **Participant 1:** Yani konularına göre daha çok,
1273 mesela La Casa De Papel’i ben izlemeye
1274 başladığımda ilk konusunu araştırdım, kimseden
1275 duymadım. O şekilde izledim yani. The

1276 Witcher'ı tavsiyeyle izledim. Atiye de zaten
1277 gündemde olduğu için izliyoruz.

1278 **Participant 2:** Şeydi, etkileyiciydi. Etkileyici
1279 olduğu için de sürükleyiciydi. Her defasında
1280 merak uyandırıyordu. Ya zaten birisi bir tık daha
1281 öndeydi bizden. O yüzden hani onu yakalama
1282 şeyi de vardı, hani aynı seviyeye gelelim, o
1283 bunları zaten biliyormuş, aynı sezondan devam
1284 edelim muhabbeti olmuştu mesela.

1285 **Participant 3:** -

1286 **Participant 4:** Ortak zevklerimiz, ilgi alanımız
1287 tamamen.

1288 **Participant 5:** Hakkında ortak
1289 konuşabileceğimiz diziler. Aslında net bir
1290 sebebimiz de yok (gülüyoruz). Birimiz diyor
1291 şuna başlayalım, eğer herkes okay derse
1292 başlıyoruz.

1293 **Participant 6:** -

1294 **Participant 7:** Sosyal medyada çok popülerdi ve
1295 merak edip izledik.

1296 **Participant 8:** -

1297 **Participant 9:** İlk başlarda seçeceğimiz diziyi
1298 zaten internette duymuş oluyorduk,
1299 Youtube'dan veya ne bileyim Ekşi Sözlük'ten bu
1300 seri iyi olacak diye duyuyorduk ve öyle karar
1301 veriyorduk. Şu an da hala öyle yapıyoruz ama bu
1302 ara ben Netflix'in önerdiği şeylere de bakmaya
1303 başladım izleyecek bir şey bulamadığım için.
1304 Genelde fena olmuyorlar vakit geçirmek için.

1305 **Participant 10:** İlgi alanlarımız. Hem ortak ilgi
1306 alanları var hem yaş grubumuz aynı. Mesela
1307 birbirimizin ne sevebileceğini biliyoruz ondan

1308 dolayı. Mesela ben atıyorum bir diziyi bir
1309 arkadaşına önerecek iken diğerine öneremem.
1310 Bilirim zevkini hani ona göre zevkinin uyacağını
1311 düşündüğüm şeyler.
1312 **Participant 11:** Özellikle bir sebebi yok. Şöyle
1313 oluyor, aksiyonu bol, böyle bizi sıkmayacak
1314 özellikle, bir şey keşfettiğimiz zaman ikimizden
1315 biri atıyorum La Casa De Papel'i mesela ilk ben
1316 izledim. Sefa'ya dedim bilader dedim böyle
1317 böyle bir dizi çıktı, çok aksiyonlu, çabuk
1318 ilerliyor, başlayalım buna. Bekle dedi ilk
1319 bölümünü izleyim döneym sana. İki üç gün
1320 geçti, tamam Şahin başlayalım buna dedi. Yani
1321 bizim beğendiği zaman diğerine top atıyor.
1322 Diğerinden de geçerse oturuyoruz birlikte
1323 izlemeye başlıyoruz.
1324 **Participant 12:** Hoşumuza gitmesi,
1325 beğenmemiz.
1326 **Participant 13:** Şöyle oldu. 70s Show'u
1327 arkadaşım söyledi bana zaten. İşte, genelde şöyle
1328 oluyordu, ben Gazze'deyken onlar bana mesaj
1329 atıyor işte yeni bir dizi buldum, bunu kesin
1330 izlemen lazım, izliyorum, genelde beğeniyorum.
1331 O şekilde.
1332 **Participant 14:** Tamamen ilgi alanımızdı veya
1333 işte Netflix'in o algoritmasına göre sana
1334 öneriyor. O öneriye göre bakıyorum.
1335 Beğeniyorsam izliyorum. Arkadaşlarla denk
1336 gelenleri birlikte takip ediyoruz böylece.
1337 **Aileniz/arkadaşlarınızla ortak takip**
1338 **ettiğiniz dizilerle ilgili günlük yaşantınızda**
1339 **sohbet ediyor musunuz?**
1340 **Participant 1:** Oluyor.

1341 **Participant 2:** Yok ya öyle arada sırada geyik
1342 muhabbeti olabilir yani.

1343 **Participant 3:** Tabi ki de oluyor. The Witcher
1344 gibi. Bir hafta konuştuk onu mesela oyununu da
1345 çok oynadığım için.

1346 **Participant 4:** Evet.

1347 **Participant 5:** Evet.

1348 **Participant 6:** Evet, yani şöyle, oturuyoruz,
1349 ediyoruz, Netflix'ten konu açılıyor falan, ne
1350 bileyim yani, Netflix'ten bildirim geliyor. Aa sen
1351 bunu takip ediyor musun? Bende bunu takip
1352 ediyorum falan işte bu güzel diye birbirimize
1353 öneriler yapıyoruz. Atıyorum ikimizin ortak
1354 takip ettiği bir muhabbet varsa işte, aa şu şöyle
1355 yapmış, bu böyle yapmış diye onun üzerinden
1356 takip ediyoruz, teoriler falan kuruyoruz üzerine,
1357 o tarz şeyler oluyor. Ama çok sık olduğunu
1358 söyleyemem.

1359 **Participant 7:** Evet.

1360 **Participant 8:** Evet. Sadece Netflix üzerinden
1361 değil, mesela biz bir kere Sherlock görüşmeleri
1362 yapıyorduk mesela. Sherlock izlemeyi çok
1363 seviyorduk. Liseden bir arkadaşım vardı. Onunla
1364 mesela Sherlock çıktığında onunla işte müsait
1365 olduğumuz zamanları bulup birlikte acaba
1366 Sherlock'mu izlesek falan diye, eğer birlikte
1367 izleyemiyorsak da Sherlock için tartışma günleri
1368 yapıyorduk. Çok keyifli oluyordu gerçekten.
1369 Şunu fark ettin mi? Bunu fark ettin mi? İşte bak
1370 burada aslında şunu demek istiyor. Ya da işte
1371 böyle
1372

1373 gerçekten kafa açıcı diziler ya da filmler olduğu
1374 zaman, Sherlockvari şeylerden bahsediyorum
1375 biraz daha böyle dikkate yönelik şeylerden
1376 bahsediyorum. Öyle diziler çok fazla var mı son
1377 dönemlerde hatırlamıyorum. Interstaller gibi
1378 işte. Ya da işte son dönemlerde yok ama bunun
1379 gibi şeyler yani. Hani günlerini yapıyoruz yani
1380 oturup tartışmak için özellikle, yaptığımız
1381 zamanlar oldu. Son zamanlarda yapmıyor
1382 olabilirim ama yaptığımız zamanlar oldu.

1383 **Participant 9:** Evet, zaten öncesinden nasılmış
1384 diye okuduğumuz için genellikle onun için
1385 başlıyoruz diziye. Dizi film yorumlamayı çok
1386 seven bir arkadaş grubum var.

1387 **Participant 10:** Arkadaşlarımla ediyorum
1388 ailemle zaten yok.

1389 **Participant 11:** Hayır etmiyorum çünkü zaten
1390 birlikte izliyoruz. İzlemeden önce, izlediğimiz an
1391 ya da izledikten sonra bir aradayken biraz belki.
1392 Ama, mesela çok net şeyi hatırlarım; Pablo'yu
1393 izlerken gece iki, Sefa aradı bilader yeni bölüm
1394 çıktı diye. Oğlum diyorum manyak mısın? Abi
1395 çok iyi bunu hemen izle diyor. Bana izlettirmeye
1396 çalışmasının sebebi konuşmak istiyor benimle
1397 yorumlamak istiyor. Spoiler (görsel veya yazılı
1398 yayınlarda hikâyenin olay örgüsü ile ilgili
1399 sızdırılan bilgi) vermesin diye izle diye baskı
1400 kuruyor üstümde. Yani bunlar oluyor günlük
1401 yaşantımızda ama oturup tartışmıyoruz yani.

1402 **Participant 12:** Evet.

1403 **Participant 13:** E nadir de olsa evet.

1404 **Participant 14:** Tabi ki o diziler hakkında
1405 konuşuyoruz, konu açılıyor. Çoğunlukla

1406 arkadaşlarla, ailemle o dizileri takip etmiyorum.
1407 Tabii ki de arkadaşlarla izlediğimiz diziler
1408 hakkında sohbet çeviriyoruz veya onların yeni
1409 izlediği, bildiği bir dizi varsa bu şekilde o diziyi
1410 öğrenip biz de o diziyi izleyebiliyoruz. Yani
1411 Netflix gerçekten sosyal hayatımızın içinde.

1412 **Günlük yaşantınızda Netflix'i ne kadar aktif**
1413 **kullanıyorsunuz?**

1414 **Participant 1:** Ortalama haftada beş gün
1415 kullanıyoruz.

1416 **Participant 2:** Akşamları.

1417 **Participant 3:** Baya aktif kullanıyorum. Çok
1418 aman aman da değil yani. Free time'mımın (boş
1419 zaman) üçte birini falan kaplıyor.

1420 **Participant 4:** Boş kaldığım zamanlarda genelde
1421 Netflix'e yöneliyorum ama net bir şey
1422 söyleyemem bu konuda. Günlük yoğunluğuma
1423 göre değişiyor diyebilirim. Bazen çok bazen hiç
1424 hatta.

1425 **Participant 5:** Çok hatta baya (gülüyoruz).
1426 Yemek yerken açıyorum, yatmadan önce
1427 açıyorum işte neredeyse tuvalette bile açtığım
1428 oluyor (gülüyoruz). Boş kaldığım an açıyorum,
1429 sınav dönemleri ya da teslim zamanları çok sık
1430 kullanamıyorum o da işte ara verdiğimde
1431 diyorum bir bölüm izleyim devam edeyim
1432 çalışmaya. Öyle yani.

1433 **Participant 6:** Genelde boş zamanım varsa ve
1434 işte teksem, ayrıca yapacak bir ödevim, bir
1435 şeyim yoksa izliyorum. Yani değişiyor ama hani
1436 günümün çeyreği kadar değildir yani.

1437 **Participant 7:** Okul zamanı pek
1438 kullanamıyorum açıkçası. Onun yerine

1439 Instagram kullanıyorum ama yazın sıklıkla
1440 Netflix kullanıyorum. Zaten ben kışın
1441 izlemediğim için dizilerin sezonları birikmiş
1442 oluyor. Yeni içerikler de oluyor. Saat olarak
1443 yazın iki, üç saat vakit geçiriyorum.

1444 **Participant 8:** Her gün değil ama iki günde bir,
1445 en az bir saat geçiriyorum. Yani böyle şimdi işte
1446 arkadaşlarımın önerileri oluyor mesela işte Love
1447 diye bir tane diziden bahsetti bir arkadaşım.
1448 Günde kaç saat geçirdiğim tamamen önceden
1449 bahsettiğim gibi o anda içinde olduğum
1450 psikolojik ve sosyolojik duruma göre
1451 şekilleniyor. Ne kadar çok ihtiyacım varsa, o
1452 gün, o kadar çok vakit geçirebilirim ya da o kadar
1453 az vakit geçirebilirim. Hani günlük standart bir
1454 kotam yok. İıı, belki dediğim gibi hiç
1455 izlemediğim günler de oluyor. Mesela iki gündür
1456 izlemiyorum Netflix’i hiç ama oturduğum zaman
1457 şu anda iki saat, üç saat izleyebilirim. Ama işte
1458 eğer gerçekten çok sevdiysem ve zamanım
1459 yoksa, bu çok önemli bir kriter, zamanım yoksa
1460 mutlaka yarım saat izliyorum çok sevdiğim bir
1461 şeyi. Mutlaka ona zaman yaratıyorum yani.

1462 -Aslında biraz kendi hayatınla da
1463 ilişkilendirilenle de alakalı anladığım kadarıyla.
1464 Aynen.

1465 -Hani ihtiyaç dahilinde, işte kendinden bir şeyler
1466 bulman gibi, bununla ilişkili biraz.

1467 Aynen aynen. Çok fazla ilişkili hem de.

1468 **Participant 9:** Çok fazla değişiyor. Gündelik
1469 ortalamaya vurunca her gün bir saat
1470 ayırıyorumdur sanırım ama işim yoksa oturup bir
1471 gün de üç, dört bölüm durmadan izlediğimde

1472 oluyor. Ama üst sınır olarak üç, dört bölümü
1473 genelde geçmiyorum. O kadar evde oturunca
1474 sıkılıyorum.

1475 **Participant 10:** Haftalarca, aylarca hiç
1476 kullanmadığım da oluyor bir haftada on beş,
1477 yirmi saat izlediğim de oluyor.

1478 **Participant 11:** Haftada iki, üç saat en az.

1479 **Participant 12:** Zamanımın çoğunu Netflix'te
1480 geçiriyorum diyebilirim. Boş vakitlerimin
1481 yarısını Netflix'te geçiriyorum.

1482 **Participant 13:** Yani, iki günde bir kesin
1483 izlerim.

1484 **Participant 14:** Baya aktif kullanıyorum.
1485 Yemek yerken bir şeyler izlemeyi de çok
1486 seviyorum. Uyurken de bir şeyler izleyerek
1487 uyuyorum. O yüzden de çoğunlukla Netflix'te
1488 dizilerim var işte uykuluk, yemeklik ya da ciddi
1489 olarak takip ettiğim.

1490 **Netflix'de bireysel olarak bir diziyi izlemeye**
1491 **nasıl karar veriyorsunuz?**

1492 **Participant 1:** Araştırıyorum, popülerliğine
1493 göre de değerlendiriyorum.

1494 **Participant 2:** Aslında etrafımda duyduğum
1495 dizileri ya da birisinin önerdiği dizileri, filmleri
1496 izlemeyi daha çok tercih ediyorum. Hani böyle
1497 ah bu film nasılmış gibi girdiğim çok nadir film
1498 ya da dizi olur. O yüzden hani birisi bana bunu
1499 mutlaka izle deyince bireysel olarak
1500 izleyeceksem eğer öyle bir yöntemle yapıyorum.

1501 **Participant 3:** Trailerlarını izliyorum.
1502 Açıklamalarını okuyorum. Genelde karar
1503 vermiyorum ama. İzlememeye karar veriyorum.
1504 Genelde hep

1505 aynı şeyler oluyor. Çok Youtube oldu Netflix
1506 artık. Mesela Youtube'ta şey videoları var ya
1507 mesela bir yayıncı bilmem ne izliyor, başkası
1508 diyor bu yayıncı bakın ne izliyor diye onun gibi
1509 oldu iyice artık. Hatta aynı dizinin artık farklı
1510 ülke versiyonları var.

1511 **Participant 4:** Popüler olan diziler arasından
1512 ilgimi çekenleri seçtiğim oluyor ya da benimle
1513 ortak ilgi alanı olan arkadaşlarıma da soruyorum.
1514 Bazen istediğim türe göre bakıyorum ve
1515 konusunu araştırıyorum. Dikkatimi çekmesine
1516 bağlı ve tabii o anki ruh halime de bağlı.

1517 **Participant 5:** İzlediğim dizilere göre
1518 önerilenler oluyor. Onların arasından
1519 bakıyorum. Ayrıca çevremden de duyduklarım
1520 olabiliyor, o da etkili oluyor. Hangisi işte
1521 hoşuma giderse açıyorum.

1522 **Participant 6:** Yani bakıyorum böyle, hani
1523 içeriği bana hitap ediyor mu, böyle ne bileyim,
1524 hani böyle hoşuma gidecek gibi duruyor mu,
1525 açıklamasını okuyorum böyle falan biraz
1526 trailerına (fragman) falan bakıyorum. Eğer
1527 konusu saracak gibiyse böyle genel olarak
1528 içerisinde takip ettiğim şeyler varsa mesela, III.
1529 LGBT'yi temsil eden içerikleri olan film, dizi
1530 veya Reality Showları izliyorum, eğer izlediğim
1531 şey içinde bu öğeleri barındırıyorsa, yani genelde
1532 komedi içerikli şeyleri tercih ediyorum.
1533 Sarcastic (kinayeli) ya da drama içerikli şeyler
1534 izlemiyorum. Özellikle bu üç özelliğe
1535 bakıyorum çünkü gerçek hayatta çok fazla kötü
1536 şey oluyor yani, problemlerimden kaçmak gibi
1537 benim için ya da onun gibi bir şey. Çok da fazla

1538 yani şey yapmak istemiyorum. O tarz yani dram
1539 böyle hüznü şeylere falan bakmak
1540 istemiyorum yani. Çünkü zaten dünyada var hani
1541 günlük hayatta zaten çok sıkılıyor,uz,
1542 darlanıyoruz. Onu bir kaçış olarak görüyorum
1543 belki de. Ondan dolayı da böyle şeyler tercih
1544 ediyorum. Çünkü ataerkil ve heteronormatif
1545 (heteroseksüelliğin toplumsal ve doğal norm
1546 olarak kabul edilmesi veya bu kabulü içeren
1547 kültürel yapı) bir düzende yaşıyoruz benim için
1548 buna uymamak bir fantezi canım (gülüyoruz).
1549 Öyle.

1550 **Participant 7:** En çok izlenenler karşıma çıkıyor
1551 Netflix’de ve önceden de o dizilerin isimlerini
1552 duymuşsam içeriklerine bakıp ona göre karar
1553 veriyorum. Polisiye dizileri sevmem, çok
1554 dikkatimi çekmez. Daha çok bir dizi veya filmin
1555 o anki modumu artırmasına önem veririm.

1556 **Participant 8:** Az önce söylemişim işte mesela
1557 Twitter’da bazı bireysel hesaplar takip
1558 ediyorum. Eğer çok fazla düşüyorsa ekranıma
1559 artık o diziyle alakalı şeyler, o zaman kesinlikle
1560 bunu izlemeliyim dediğim şeyler oldu. Ama,
1561 mesela herkes sürekli olarak The Breaking
1562 Bad’ten bahsediyor. The Breaking Bad’i hiç
1563 izlemedim. Neye göre karar verdiğimi
1564 bilmiyorum o yüzden (gülüyoruz). ...şey bile
1565 olabiliyor bazen, mesela bir dizi karakterinin
1566 posterini görüyorsun, paylaşmışlar ve o dizi
1567 karakteri çok yakışıklı mesela. İzleyebiliyorsun
1568 yani. Ya da mesela işte son dönemlerde biraz
1569 araştırmamla da bağlantılı olarak olabilir, ben
1570 ilgi duyduğum için özel bir araştırma gibi düşün,

1571 bireysel bir araştırma gibi. Kore dizileri
1572 inanılmaz derecede hani Türkiye dizilerine, yani
1573 o versiyonları çevriliyor ve Türkiye'ye
1574 pazarlanıyor. Yani senaryolar satılıyor. İı,
1575 bunlarla alakalı mesela orijinal versiyonlarını
1576 izlemeyi çok seviyorum. Acaba Türkiye'de buna
1577 uyarlanabilecek, hani bu kültürü yansıtabilecek
1578 nasıl diziler var deyip. Ben hayatımda
1579 izlemediğim kadar geçen sene Kore dizisi
1580 izledim ve böyle dizi bölümleri böyle bir, yani
1581 çok uzun, bir saat, bazen bir buçuk saat.
1582 İnanılmaz aşk kokan diziler var. İnanılmaz hem
1583 de. O kadar güzel diziler var ki... Ben böyle
1584 tutulup izliyorum onları. Geçen sene yirmi dört
1585 saat uyumasam uyumayacaktım o dizileri
1586 izlemek için. Yani diziyi bitirmek için, gerçekten
1587 çok acayip diziler. Genel önyargıları kıracak bir
1588 şey daha söyleyeyim, kadınlar inanılmaz
1589 derecede ön planda ve hep güçlü kadınlar. Nasıl
1590 yaptırıyorlar, nasıl güçlü kadınlar nasıl ayakta
1591 duruyorlar, çalışan kadın figürleri çok fazla
1592 dönüyor mesela. Herkes çok önyargılı yaklaşıyor
1593 ama aslında çok izleniyor. Z kuşağı acayip
1594 izliyor Kore dizilerini. Ama onların ayrımı şeyde
1595 işte yaşanıyor, ben mesela bunu daha çok kadın-
1596 erkek profilleri üzerinden incelerken, çok fazla
1597 aşikâr değil bu arada güçlü kadın profilleri ama
1598 yine de bence Türkiye'deki pozisyonlarına göre
1599 bence inanılmaz derecede aşikâr. Hani izlersen
1600 zaten göreceksin muhtemelen. Ev içi ya da ev
1601 dışında, hiç fark etmez. Hani tabi ki de erkek
1602 karakter, hani yakışıklı olması olsun, zengin
1603 olması olsun, tamam bu tip şeyler var ama daha

1604 çok güçlü kadınlara aşık oluyorlar mesela, şey
1605 mesela görsel olarak çok yakışıklı bir erkek varsa
1606 ortalamanın altı olan güzel bir kadına aşık oluyor
1607 mesela dizilerde ilginç bir şekilde. Z kuşağı tabi
1608 bunu sadece aşk dizisi olarak izliyor. Ama
1609 kesinlikle ve kesinlikle, bence profiller bile ona
1610 göre tercih ediliyor. Çünkü ben şey diyorum
1611 mesela dizilerde, ya bu kadın daha güzel niye
1612 buna aşık olmuyorsun falan. İşte mesela çok
1613 güzel kadını kötü karakterli falan yapıyorlar çok
1614 ilginç bir şekilde. Ezik büzük, sümsük kadınlar
1615 mesela hep çok güçlü kadınlar falan, çok hani
1616 güçlü kadın rollerinde oynuyorlar. Hani mesela
1617 görsen mesela sümsük dersin falan. Çok acayip
1618 şeyler var yani.

1619 **Participant 9:** Bireysel olarak son zamanda
1620 Netflix'in kendi algoritmasının önerilerine
1621 bakmaya başladım son zamanda ama genel
1622 olarak konusuna ve yönetmenine bakıyorum.

1623 **Participant 10:** İlgi alanlarımı biliyorum. Biraz
1624 da insanların ne dediğine de bakıyorum. Hani bu
1625 dizi güzel ama bu değil falan. Biraz duyulması,
1626 bilinirliği, zaten ben çok izlemediğim için ve
1627 genellikle kafa boşaltmak istediğim için...
1628 Mesela Dark diye bir dizinin varlığından
1629 haberdarım ve çok güzel olduğunu da biliyorum
1630 ama benim öyle bir boş vaktim yok. Oturup
1631 Dark'ı izleyip üzerine oturup araştırıp
1632 bilmediğim şeylere kafa yorup da birileriyle
1633 tartışabileceğim çok vaktim olmadığı için mesela
1634 daha basit diziler seçiyorum. Beni eğlencilsin ya
1635 da işte hani hoş vakit geçirmemi sağlasın. Çok
1636 uzun olmayan filmleri ve dizileri tercih

1637 ediyorum. Mesela kırk dakikadan uzunsa benim
1638 için oooo. Mesela The Witcher çok ünlü oldu,
1639 çok popüler bir dizi ama bölümü 1 saat ve
1640 odaklanacağımı biliyorum. Öyle bir vaktim yok.
1641 Mesela ben Elite’i izledim leş bir dizi ama
1642 yandan çala çala izledim bitti o yani şey çünkü
1643 İngilizceleri simultane çeviri yapıyorlar ya hani
1644 İngilizcesi çok anlaşılır olduğu için mesela
1645 kenara açıyordum ben bir şeylerle uğraşırken o
1646 yandan çalışıyordu anlıyordum. Kaçırıyordum
1647 da çok basitti çünkü. Eğer bir dizi çok uzunsa üç
1648 dört sezonsa başlamıyorum. Üç, dört sezon arka
1649 arkaya bir şey düşünmek istemiyorum.

1650 **Participant 11:** Ben vakit olarak sıkıntı
1651 yaşadığım için şu an hayatımda, üç tane takım
1652 çalıştırıyorum, aynı zamanda okulum var. Çok
1653 aşırı vakit bulamadığım için tek film veya dizi
1654 izlemiyorum ama tek olduğum zamanda beni
1655 sıkılamaması en önemli şey. Çok oturamam, çok
1656 uzun süreler sabit kalamam, mesela sinemayı hiç
1657 sevmem iki buçuk saat oturmayı. Benim için
1658 yirmi beş dakika, otuz dakika bu civardaki
1659 bölümleri, daha kısa, sonuca çabuk giden dizileri
1660 tercih ediyorum. Sanatsal değeri benim için çok
1661 önemli değil.

1662 **Participant 12:** İçeriğini inceliyorum.
1663 Fragmanını izliyorum zaten ön izleme şeyi var
1664 ya onu. İçeriğine, konusuna, oyuncularına
1665 bakıyorum. Tanıdık varsa izleme ihtimalim daha
1666 da artıyor. Tanıdık yoksa da içeriği ilgilimi
1667 çekerse de açıp izliyorum yani. İlk birkaç
1668 bölümü izliyorum, ona göre devam edip
1669 etmemeye, etmeyeceğime karar veriyorum.

1670 **Participant 13:** Genelde zaten şeyler bellidir
1671 yani, film konular, atıyorum gerilim daha çok
1672 severim, izlemediğim gerilim dizileri bulurum,
1673 ya da komedi, izlemediğim varsa ona başlarım.

1674 **Participant 14:** Dediğim gibi ilgi alanıma göre,
1675 ya da moduma göre. Eğer yeni bir diziye
1676 başlayacaksam genellikle tabi ağır olan şey ilgi
1677 alanım oluyor ve gerçekten de o an ne izlemek
1678 istiyorum, işte moduma göre değişiyor. Eğer
1679 biraz daha sıkıntılıysam depresif bir şeyler de
1680 izlemek hoşuma gidiyor ya da komedi tarzı da
1681 izlemek hoşuma gidiyor.

1682 **Netflix’de başladığınız tüm dizileri sonuna**
1683 **kadar izliyor musunuz? Neden?**

1684 **Participant 1:** İzliyorum. Zaten araştırdığım için
1685 çok fazla sezonu olan dizilere araştırıp
1686 başlıyorum. Onun haricinde sıkılıp bıraktığım
1687 olmuyor yani.

1688 **Participant 2:** Hayır. Atıye zaten bir sezonluktu
1689 onu zaten sekiz bölüm falan izledik. Prison
1690 Break de aynı, okay, hiç sıkıntı yok ama.
1691 Papel’de bir kopukluk oldu yani. Bir de birkaç
1692 tane daha vardı ama onların isimlerini
1693 hatırlamıyorum. Belki Murat söyler onları. Bu
1694 üçünü ben söyledim en azından.

1695 **Participant 3:** Hayır. Çünkü beğenmiyorum.
1696 Zaman kaybı olduğunu düşünüp bırakıyorum
1697 genelde ilk veya ikinci bölümde falan.

1698 **Participant 4:** Genelde evet. Bilmiyorum biraz
1699 inat ediyorum sanırım (gülüyoruz). Şöyle, bir
1700 diziye başlamadan önce internetten konusunu
1701 falan araştırdığım için ve özellikle yayınlanmış
1702 tüm fragmanlarını da internetten

1703 izlediğim için hoşuma gitmeyecek en ufak bir
1704 şey görürsem başlamıyorum. Başladığım dizileri
1705 böyle detaylı seçince de tabii sıkılma durumum
1706 azalıyor. Ha bakıyorum çok sıkı biraz ara
1707 veriyorum ama hepsini mutlaka sonuna kadar
1708 izliyorum. Çok detaylı araştırıyorum, ona göre
1709 seçiyorum.

1710 **Participant 5:** Hayır. Çünkü bazen bir dizi
1711 izlerken diğer izlediğim daha çok sarıyor, merak
1712 ediyorum. Ya da başka bir dizi dikkatimi
1713 çekiyor, ona başlıyorum. Diğerini yarım kalıyor.
1714 Tekrar başa da dönmüyorum.

1715 **Participant 6:** Hayır. Ya şöyle, çok sıkılıyorum.
1716 Yani benim huyumla da alakalı. Böyle
1717 bakıyorum, bakıyorum, bakıyorum, hani
1718 gerçekten sarıyor aslında merak ediyorum
1719 sonunda ne olduğunu mesela. Gerçekten merak
1720 ediyorsam mesela son bölümüne bakıyorum işte
1721 ne olmuş diye falan, tam küfürlük bir insanım
1722 (gülüyoruz). Ya ne bileyim, şey böyle bazen
1723 sarıyor. Ama daha iyi bir şey bulduğum anda
1724 direkt kapatıyorum ve öbürüne başlıyorum hani
1725 çok da bakmıyorum. Ondan dolayı çok fazla
1726 izlemiyorum Netflix dizilerini. Daha iyisi oldu
1727 mu değiştiriyorum. Parça parça izliyorum ya da
1728 bakıyorum, bir bölüm izliyorum sonra
1729 değiştiriyorum, diğerine geçiyorum, öbür diziye
1730 geçiyorum. Hani böyle kolay kolay bitmiyor
1731 yani hiçbir dizi. Hani böyle direkt bir anda
1732 başlayım, bitireyim falan olmuyor. İlk başta
1733 Netflix'i tercih etmemin sebebi oydu yani
1734 aslında. Ama sonradan böyle zaten var hani,

1735 zaten istediğim zaman bitirebilirim diye direk
1736 onu bitirmeye odaklanmıyorum yani.

1737 **Participant 7:** Hayır, izlemiyorum. Çünkü bir
1738 bölümden sıkıldıysam o diziyi anında bırakırım,
1739 bir daha da yüzüne bakmam. Bazıları ama bak
1740 son bölümü harika, bir izlesen bayılırsın falan
1741 der ya ama o dizide ben sıkıldıysam bir daha
1742 izleyemiyorum. Hatta en son Kont Dracula diye
1743 bir vampir dizisi vardı. Dizi zaten üç bölümden
1744 oluşuyordu ama ikinci bölümden çok sıkıldım.
1745 Ne olduğunu anlayamadım ve bıraktım.

1746 **Participant 8:** Aaa yarım bıraktığım çok dizi
1747 oldu. Benim o an ki ruh halimle de alakalı
1748 olabiliyor. Ya da beni içine çekmemesiyle de
1749 alakalı olabiliyor. Senaryoyla da alakalı
1750 olabiliyor. Ama mesela Türkiye yapımı Netflix
1751 dizilerin tamamını neredeyse bitirdim. İşte Atiye
1752 olsun, Hakan Muhafız olsun bitirdim. Yani
1753 önüme düşen Türkiye dizilerini seviyorum,
1754 güzel oluyor. Fi de mesela aynı şekilde. Onu da
1755 bitirdim.

1756 **Participant 9:** Ya yeni başladığım dizilerin
1757 çoğuna önceden fikir sahibi olduğum için
1758 çoğunu izliyorum ama öylesine bir bakayım diye
1759 başladıysam sıkıldığım gibi bırakıyorum. Yani
1760 zaten internette genelde beğenilmiş oluyorlar
1761 başladığım diziler, yani kontrol etmiş oluyorum
1762 başlamadan. Çoğu zaman da aralarda sıkılısam da
1763 bütüne baktığımda izlediğime deiyor.

1764 **Participant 10:** Hepsini değil. Benim
1765 başladığım şeyi bitirememek gibi bir olayım var.
1766 Ya mesela başlayıp da beğenmedim dediğim
1767 hani ilk bölümde belli oluyor. Onun harici

1768 mesela House of Cards diye bir dizi var örnek
1769 vereyim. Çok severim. Beş sezonu köpek gibi
1770 oturup böyle izledim. Altıncı sezon geldi ilk iki
1771 bölümünü izledim bitecek diye korkup devamını
1772 izleyemedim. Bir ara izleyeceğim ama biteceğini
1773 biliyorum son sezonu çünkü. Bitiremiyorum.
1774 Öyle bir şey. Benim öyle bir huyum var son
1775 bölümünde bıraktığım falan da oluyor.

1776 **Participant 11:** Hayır. Sıkılıyorum. Benden
1777 kaynaklı. Dizilerin kalitesinde bir sıkıntı yok.
1778 Hatta son zamanlarda Netflix'in çıkardığı filmler
1779 sinemadakilerden çok daha kaliteli geliyor bana.
1780 Mesela Bird Box var. Yeni izledim ben. Çok iyi
1781 yapım. Sinemaya koysan gişe rekoru kırar.
1782 Bunun gibi çok film var. Film olarak da başarılı
1783 olmaya başladılar. Beni oradan da yakalamaya
1784 başladılar yani diziden ziyade.

1785 **Participant 12:** Sıkılırsam izlemiyorum.
1786 Beğenirsem evet izliyorum. Beğenmedim mi
1787 bırakıyorum. İlk bir iki bölümden sonra
1788 sarmıyorsa bırakıyorum yani. Şey özelliği de
1789 güzel, bir sezonunu bir kerede direk arka arkaya
1790 izleyebiliyorsun. Beklemiyorsun. O en çok
1791 hoşuma giden özelliklerden biri.

1792 **Participant 13:** Hayır. Ya bir şeye sinir
1793 oluyorum dizide kapatıyorum ya da farklı diziler
1794 veya filmler giriyor, onu unutuyorum.

1795 **Participant 14:** İzlemediğim oluyor. Atıyorum
1796 ilk başta sürükleyici geliyordu. Daha sonra
1797 kendini tekrarlıyorsa senaryo ya da oyuncular
1798 izlemeyi bırakıyorum.

1799 **Şimdiye kadar sizi etkileyen/en çok**
1800 **beğendiğiniz ilk 3 Netflix dizisi nelerdir?**

1801 **Participant 1:** La Casa De Papel, yani ilk sırada
1802 o olabilir. The Witcher'ı izliyorum. O da onun
1803 kadar etkilemedi beni. Zaten üç tane dizi izledim,
1804 şu an aklıma gelen onlar var. La Casa De Papel
1805 şimdiye kadar beni en çok etkileyen o.

1806 **Participant 2:** Şimdi ben Netflix kullanmaya
1807 evlendikten sonra başladığımdan dolayı çok beni
1808 etkileyen, yani izlediğim üç diziler de sürekli
1809 konusu geçen diziler. Ondan yani bu üçü
1810 arasında en çok etkileyen dizi olarak ben Atiye
1811 derim. Çünkü korkuyla izlediğimi
1812 söyleyebilirim yani, gerilimle en azından.

1813 **Participant 3:** Altered Carbon, bu bir. İı, bir
1814 saniye, iyice düşünmem lazım. Benim bütün
1815 sevdiklerim bir eski zamanlardan var. Lucifer.
1816 Bir de Umbrella Academy'yi koyuyorum. Ya da
1817 ondan vazgeçtim son olarak direk The Witcher.

1818 **Participant 4:** You, Sex Education ve Stranger
1819 Things. Şey Lucifer'ı da ekleyebilirim tam
1820 sıralama yapamadım. Dört olsun.

1821 **Participant 5:** The Circle, How I Met Your
1822 Mother, Riverdale.

1823 **Participant 6:** RauPaul's Drag Race kesinlikle
1824 var. Çok seviyorum çünkü hani daha çok böyle
1825 benim identitymi (kimliğimi) tanımama
1826 yardımcı oldu, destek oldu. Ondan hariç
1827 etkilendiğim böyle ciddi ciddi Wrokin' Moms
1828 diye bir dizi vardı. Onu da bitirmedim mesela
1829 ama ondan gerçekten çok etkilenmişim. Şey
1830 vardı orada hani görüyorum, aslında günlük
1831 hayatta ne kadar çok gender issuenun
1832 (toplumsal cinsiyet meseleleri) olduğunu,
1833 kadınların ne kadar çok sıkıntı çektiğinin veya

1834 işte çalışan kadınların genelde daha çok
1835 kendinden ödün vermesi gerektiğini fark ettim.
1836 Çünkü çalışıyorlar ve eğer bebekle ilgili bir
1837 sıkıntı çıksa veya o evle ilgili bir sıkıntı çıkarsa
1838 erkekten ziyade işinden çıkıp gelen ilk kişi anne
1839 olarak gözüüyor yani atıyorum işte kadın
1840 mesela kendi hobilerinden ya da birinin kendi
1841 hobilerinden fedakârlık etmesi gerekiyorsa
1842 ailede işte bunun genellikle anne olduğunu
1843 görüyoruz. Daha çok günlük hayattaki bu gender
1844 issueları fark etmemi sağladı. Üçüncüsü de
1845 aslında Pose. Pose diye bir dizi vardı.
1846 Seksenlerde işte bu LGBTQ communitynin
1847 (topluluğunun) olaylarını falan anlatan hani işte
1848 geçmişte aslında bu olayların ne kadar daha
1849 sıkıntılı, problematik olduğunu gösteren işte hani
1850 HIV gibi hastalıkların görünürlüğünü sağlayan
1851 işte hani sexualitynin (cinsellik) konuşulmasının
1852 çok da sıkıntılı olmadığını hatta bunun aslında
1853 daha çok konuşulması gerektiğini,
1854 dillendirilmesi gerektiğini falan savunan bir dizi.
1855 Hani daha çok bunlar bana daha geniş bir
1856 perspektif veren diziler oldu. Ondan dolayı
1857 üçünden çok etkilendim yani.
1858 **Participant 7:** Ooov, zor soru (gülüyoruz).
1859 Şimdi birinci sırada Dark, OA diğeri de
1860 lisedeyken Dexter çok izliyordum. Tabi o
1861 zamanlar normal sitelerden izliyordum ama şu
1862 an tekrar izlemek istediğimde Netflix'den açıp
1863 izliyorum.
1864 **Participant 8:** Mr. Sunshine'ı söyleyebilirim,
1865 bahsettiğim Kore dizilerinden biri. The
1866 Witcher'ı sevdim son dönemlerde izlediklerim

1867 arasında. House of Cards'ı ekleyebilirim, çok
1868 seviyorum çünkü.

1869 **Participant 9:** Mindhunter çok güzeldi, Sens8
1870 ve Love, Sex and Robots diye bir animasyon
1871 derlemesi vardı o çok başarılıydı.

1872 **Participant 10:** Black Mirror, La Casa De Papel
1873 ilk iki sezon, The Crown. House of Cards da var
1874 özür dilerim. Ya da şöyle söyleyeyim bir The
1875 Crown, iki House of Cards, üç de %3 diye bir
1876 dizi var o. Ya da %3'ten vazgeçtim
1877 oyunculukları çok saçma. La Casa De Papel'dir
1878 üçüncüde. Love Death and Robots özür dilerim
1879 üçte o. Love Death and Robots, Black Mirror,
1880 The Crown ya. La Casa De Papel'in son iki
1881 sezonuna o kadar da bayılmadım.

1882 **Participant 11:** Pablo ve Walking Death'i bire
1883 yazarım. Atiye'yi ikiye yazarım.

1884 **Participant 12:** How I Met Your Mother bir kere
1885 favori dizilerimden biri, Netflix'te var mı
1886 bilmiyorum. İkinci olarak ne diyebilirim? Dizi
1887 olarak Prison Break olabilir. ...The Witcher, Sex
1888 Education öyle.

1889 **Participant 13:** Peaky Blinder, That's 70s
1890 Show, Sex Education.

1891 **Participant 14:** Mind Hunter güzel, sonra Baby
1892 diyeceğim o kadar.

1893 **Netflix'de dizileri izlerken en çok neye önem**
1894 **verirsiniz? (Senaryo, direktör, oyunculuk,**
1895 **vs.)**

1896 **Participant 1:** Senaryo ve oyunculuk.

1897 **Participant 2:** Yine aynı şeyleri söylemek gibi
1898 olacak ama popülaritesi yüksek olanları izlemeyi
1899 daha çok tercih ediyorum, hani en azından bir

1900 toplulukta aa ben bunu izliyorum veya çoğu
1901 insan şu diziyi izledim diye gelince aa ben de
1902 izledim, merak ediyordum zaten nasıl bir dizi
1903 olduğunu diye hani en azından ortak
1904 konuşulabilecek dizileri seçip ona göre hareket
1905 ediyorum.

1906 **Participant 3:** Direk senaryo ve hikâye.

1907 **Participant 4:** Oyunculara çok nadir önem
1908 veriyorum. Kim oldukları çok önemli olmuyor.
1909 Oyunculukları tabi ki önemli. Kimse yapmacık
1910 bir şey izlemek istemez. Ben bir de genel günlük
1911 hayattan şeyleri pek sevmiyorum. Zaten oradan
1912 kopmak için boş zamanımı değerlendirdiğim bir
1913 araç Netflix. Daha çok aksiyonlu ve bilimkurgu
1914 tarzı şeyler seviyorum. Bu realitede olmaz
1915 denecek bir şey olmalı. Lucifer mesela net bir
1916 örnek.

1917 **Participant 5:** Konusuna en çok. Yani böyle
1918 daha çok, şey dizileri daha çok seviyorum yani,
1919 bir grubun yaşamını. Realist dizileri de
1920 seviyorum gerçi çok yok ama (gülüyoruz).

1921 **Participant 6:** Valla ilk başta dakikalarına
1922 bakıyorum. Eğer kırk, elli dakikaysa izleyesim
1923 kaçıyor böyle uzun uzadıya. Genelde böyle yirmi
1924 dakikalık falan olmasına bakıyorum. Onun
1925 haricinde içerik olarak böyle saran şeylere daha
1926 çok dikkat ediyorum, böyle beni saran ya da
1927 tetikleyen, izlemem gereken şeylere. Öyle yani.

1928 **Participant 7:** Ben oyunculuga çok önem veren
1929 biri değilim. Hiçbir zaman yönetmeni kimmiş
1930 diye de bakmam. Daha çok türüne ve konusuna
1931 odaklıyım ama tabi ki eğer Flash TV gibi bir
1932 oyunculuk sergilenirse izlemem (gülüyoruz).

1933 **Participant 8:** Poster (gölüyoruz). Gerçekten
1934 ama. Zaten benim okuduğum bir şey var Netflix
1935 ile alakalı, algoritmalarını ona göre
1936 belirliyorlarmış. Kişinin izlediği dizi profiline
1937 göre ve işte bir şekilde nasıl bir pazarlama
1938 yöntemi kullanıyorlar bilmiyorum ama mesela
1939 senin Netflix'in sana kişiselleştirilmiş bir
1940 Netflix, öneriler için demiyorum bu arada
1941 öneriler tabi ki de kişiselleştirilir hani ilgi
1942 duyduğun alanlara yönelik şeyler tabi ki de
1943 oluyor. Çok normal bir şey her program için, her
1944 ayrı platform için bu yapılıyor ama Netflix'te
1945 şöyle bir kişiselleştirilmiş pazarlama yöntemi
1946 daha var senin ilgi duyabileceğin posterler de
1947 yapıyorlar. Hangi kurgu karakterini daha çok
1948 beğenebileceğine yönelik bir takım poster
1949 çalışmaları yapıyorlar. Ben mesela direk postere
1950 dalıyorum yani. Oradaki o fotoğrafa dalıp
1951 gidiyorum. Aaa bu neymiş çok ilgi çekici bir
1952 poster deyip tıklıyorum böyle konusu ilgimi
1953 çekerse de izliyorum. Ama ilk önceliğim poster
1954 oluyor. What if diye bir dizi vardı mesela What
1955 if'i sırf bu yüzden izledim. Çok güçlü kadın
1956 karakteri vardı. O yüzden mesela ona tıkladım ve
1957 izledim yani bütün sezonu da bitirdim.

1958 **Participant 9:** İlk başta senaryoya sonrasında da
1959 yönetmene bakıyorum.

1960 **Participant 10:** Beni eğlendirmesi muhabbeti
1961 ayrı bir şey ama eğer cidden böyle yıllarca
1962 aklımda kalabilecek bir muhabbet ise bir ben
1963 tarihi çok seviyorum, tarihle ilgili bir şey
1964 olduğunda çok hoşuma gidiyor. İki yani şey
1965 oyunculuk benim için çok önemli. Üçte

- 1966 teknolojiyi falan seviyorum böyle farklı şeyler
1967 görmeyi seviyorum aslında. Her dizi bir şekilde
1968 aynı, bir hikayesi var ama farklı şeyler olunca, bu
1969 üçü ondan dolayı oluşturuyor.
- 1970 **Participant 11:** Çabuk sonuca gitmesi. Yani,
1971 boş olmaması. Direk aksın, bitsin, izleyeyim.
1972 Sonucunu göreyim.
- 1973 **Participant 12:** İçerik, senaryo ve oyuncular
1974 yani. Sevdiğim aktörler oynuyorsa daha çok
1975 tercih ediyorum.
- 1976 **Participant 13:** Daha çok senaryo.
- 1977 **Participant 14:** Yani tabii senaryo da önemli,
1978 oyunculuk da önemli, en çok akış ya, akış önemli
1979 olması gerekiyor yani çok ünlü ünlü oyuncuların
1980 oynamasına gerek yok ki Netflix'te çok fazla
1981 öyle yok zaten. Önemli olan akış. Bize o
1982 duyguları aktarmak.
- 1983 **Netflix'de izlediğiniz dizilerle ilgili fan**
1984 **kulüplerini takip ediyor musunuz?**
- 1985 **Participant 1:** Hayır.
- 1986 **Participant 2:** Yok. Hayır.
- 1987 **Participant 3:** Yok etmiyorum hiç. Dizide
1988 bitiyor benim için olay.
- 1989 **Participant 4:** Fan kulüp değil ama Instagram
1990 hesaplarımı ya da oyuncuların hesaplarını takip
1991 ettiklerim var veya dizinin kendi hesabını takip
1992 ediyorum.
- 1993 **Participant 5:** Yok, hayır. Ama sevdiğim dizi
1994 oyuncularının Instagram hesaplarını takip
1995 ediyorum.
- 1996 **Participant 6:** İşte Youtube'tan Wowpresent'i
1997 takip ediyorum. Instagram'dan Drag Queenleri
1998 takip ediyorum. Ondan sonra How to Get Away

1999 With a Murderer'daki baş rol oyuncularını takip
2000 ediyorum işte onların boyfriendlerini (erkek
2001 arkadaş), girlfriendlerini (kız arkadaş) takip
2002 ediyorum. Ondan sonra işte fan sayfalarını takip
2003 ediyorum işte Instagram'da özellikle. Ondan
2004 sonra blog hesapları oluyor işte Drag Race'le
2005 alakalı internete onlara falan bakıyorum. Ondan
2006 sonra Youtube'taki içeriklere daha çok dikkat
2007 ediyorum falan öyle yani. Bir de Twitter.
2008 Twitter'da da işte hashtaglere bakıyorum,
2009 atıyorum işte Twitter'daki fan pagelerine (fan
2010 sayfaları) falan.

2011 **Participant 7:** Hayır ama mesela eskiden Harry
2012 Potter fanıydım ve Facebook üzerinden sayfalara
2013 katılıp birçok insanla film muhabbeti yapar, yeni
2014 arkadaşlar edinirdim. Fakat şu an Facebook'un
2015 popülerliğini kaybetmesi ve biraz daha yaş
2016 aralığının değişmesinden dolayı artık
2017 Instagram'da sevdiğimiz oyuncuların kişisel
2018 hesaplarını takip ediyorum. Çünkü gerçekteki
2019 hayatlarının nasıl olduğunu da merak ediyorum
2020 açıkçası.

2021 **Participant 8:** Yok hiç takip etmiyorum. Yani
2022 mesela şöyle, fan kulübü değil ama eğer
2023 beğendiğim bir oyuncu varsa mutlaka takip
2024 ederim Instagram'dan. The Handmaid's Tale'in
2025 Instagram'da hashtag'ini takip ediyorum ne
2026 zaman yeni bölüm çıkıyor haber almak için.

2027 **Participant 9:** Yok onu hiç takip etmiyorum.

2028 **Participant 10:** Hayır.

2029 **Participant 11:** Hayır.

2030 **Participant 12:** Hayır.

- 2031 **Participant 13:** Yani evet bazı oyuncuların
2032 Instagram adreslerini takip ediyorum.
- 2033 **Participant 14:** Yok hayır.
- 2034 **Sanal ortamda Netflix dizileriyle ilgili yorum**
2035 **yapıyor musunuz?**
- 2036 **Participant 1:** Yok hayır.
- 2037 **Participant 2:** Hayır.
- 2038 **Participant 3:** Hayatım boyunca, şimdiye kadar
2039 hiç yorum yapmadım herhangi bir dizi sitesine.
2040 Bir kere sadece Heroes'un ilk sezon yorumların
2041 girip birinci sezonun sonuyla ilgili spoiler
2042 (görsel veya yazılı yayınlarda hikâyenin olay
2043 örgüsü ile ilgili sızdırılan bilgi) yazmıştım
2044 (gülüyoruz). Onu da sadece Heroes'dan nefret
2045 ettiğim için yaptım. Spoiler'ı yediniz izlemeyin
2046 falan diye yabancı sitede yapmıştım (kahkaha
2047 atıyoruz).
- 2048 **Participant 4:** Yok yapmıyorum.
- 2049 **Participant 5:** Evet.
- 2050 **Participant 6:** Evet. Mesela Drag Queen'lerin
2051 hesabına girip işte "Wow gorgeous, yes queen!"
2052 (Vov harika, evet kraliçe!) falan öyle şeyler
2053 yazıyorum.
- 2054
- 2055 **Participant 7:** Ben yorum yapmıyorum ama
2056 insanların düşüncelerini okumayı seviyorum. Bir
2057 de izlemediğim halde özellikle Türk dizilerine
2058 gelen yorumları okuyorum. Çünkü komik ve
2059 eğlenceli oluyor bazı insanların oradaki
2060 senaryoları gerçekmiş gibi yorumlamaları.
- 2061 **Participant 8:** Evet yaparım. Twitter'da
2062 yapıyorum. Çok sık olmamakla birlikte çok
2063 beğendiğim bir dizi varsa mutlaka yaparım.

2064 Öneri de olabiliyor. Bu arada şey de olabiliyor,
2065 mesela Çernobil diye bir dizi çıkmıştı hatırlar
2066 mısın bilmiyorum. Şöyle bir şey var, pazarlama
2067 tekniği olarak bazı şeyler kullanıyorlar. Ben
2068 geçtiğimiz yıl Instagram'da öyle bir şeyle
2069 karşılaşmıştım. Yok, Insragram'da değil de
2070 bizim apartmana bir tane şey asmışlar, böyle
2071 Game of Thrones tahtı yapmışlar. Bu tahtın içine
2072 de bir sürü temizlik malzemesi, yemek
2073 malzemesi bir sürü şey koymuşlar. Ondan sonra
2074 işte bu markette hepsini bulabilirsiniz çünkü biz
2075 en birinciyiz falan tarzında, tahta biz oturuyoruz
2076 falan tarzında bir reklam yapmışlar. Tam o
2077 dönemde de Çernobil çıktı Allah kahretmesin ya.
2078 Dedim ki yani Okay, sen Game of Thrones
2079 yaptın ama Chernobyl'i izledik bu yiyecekleri
2080 yiyemeyiz (gülüyoruz). Olaylar çok değişti o
2081 günden bu yana gibi espri konusu da oluyor. Çok
2082 fazla espri malzemesi de çıkartabiliyorsun
2083 dizilerden. Ben mesela sosyal alanlarımda
2084 esprilerimi diziler üzerinden yapmayı ya da
2085 filmler üzerinden yapmayı çok seviyorum ki çok
2086 da tutuyor mesela. Popüler diziler üzerinden bir
2087 espri yaptığım zaman, herkesin anlayabileceği bir
2088 espri yaptığım zaman inanılmaz derecede
2089 tutuluyorsun, göz önünde oluyorsun. O yüzden
2090 tercih ettiğim bir şey oluyor.

2091 **Participant 9:** Sanal ortam da yorum yapma gibi
2092 bir huyum yok genel olarak. Ama yapanların
2093 yorumlarını okuyorum.

2094 **Participant 10:** Hayır.

2095 **Participant 11:** Kesinlikle hayır.

2096 **Participant 12:** Hayır.

- 2097 **Participant 13:** Hayır.
- 2098 **Participant 14:** Yapmadım. Twitter’da da
2099 yapmadım. Bilmiyorum. Benlik değil ondandır
2100 belki.
- 2101 **Arkadaşlarınıza Netflix’de izlediğiniz dizileri**
2102 **veya filmleri tavsiye ediyor musunuz?**
- 2103 **Participant 1:** Ediyorum.
- 2104 **Participant 2:** Evet öneriyorum. Yani
2105 söylüyorum en azından bu diziye başlayım ben
2106 çok beğendim falan diye.
- 2107 **Participant 3:** Evet. Arada ettiğim oluyor.
- 2108 **Participant 4:** Evet.
- 2109 **Participant 5:** Evet.
- 2110 **Participant 6:** Evet. Ama hiç benim önerilerime
2111 bakmıyorlar (gülüyoruz).
- 2112 **Participant 7:** Evet, tavsiye ediyorum.
- 2113 **Participant 8:** Evet. Kesinlikle izlemen
2114 gerekiyor falan diye.
- 2115 **Participant 9:** Evet. Sanal ortamda değil ama
2116 arkadaşlarıma öneriyorum.
- 2117 **Participant 10:** Evet.
- 2118 **Participant 11:** Evet.
- 2119 **Participant 12:** Evet.
- 2120 **Participant 13:** Evet.
- 2121 **Participant 14:** Evet tavsiye ediyorum.
2122 Arkadaşlarla aramızda konuşuyoruz. O zaman
2123 yorumlarımızı söylüyoruz.
- 2124 **Bir günde, tek seferde birden fazla bölüm**
2125 **veya film izliyor musunuz?**
- 2126 **Participant 1:** İzliyorum.
- 2127 **Participant 2:** Evet. Prison Break’te, zaten çok
2128 eski bir diziydi, ama bizim bir seferde böyle üç

2129 dört bölüm izlediğimiz çok oldu yani. Bu kadar
2130 erken bitmesinin nedeni o oldu bizim için.
2131 **Participant 3:** Evet. Film izlemiyorum ama
2132 bölüm kesin izliyorum.
2133 **Participant 4:** İzliyorum. Hatta boşsam sezon
2134 bitiriyorum direk.
2135 **Participant 5:** Evet, izliyorum.
2136 **Participant 6:** Evet.
2137 **Participant 7:** İlgi çekici olmasına bağlı. Bir de
2138 genellikle bilgisayar üzerinden Netflix'e
2139 bağlandığım için eğer o gün çok bilgisayarla
2140 işlerim olmuşsa izlememeyi tercih ederim.
2141 **Participant 8:** Evet tabi ki. Sex and the City'nin
2142 üç tane ayrı filmi yapılmıştı. Bir günde bitirdim
2143 mesela.
2144 **Participant 9:** Dediğim gibi genelde
2145 izlemiyorum ama boş bir günümse izlediğim
2146 oluyor ama üç, dört saati geçmiyor. Evet. Her
2147 gün değil ama.
2148 **Participant 10:** Evet. Her gün değil ama.
2149 **Participant 11:** Beş bölüm izledik. Vaktim
2150 olduğu zaman sabaha kadar da izlediğim oluyor.
2151 Mesela şöyle söyleyeyim, yemeğine Fifa atarken
2152 sonuç belli oluyor artık mesela, sonra oynanacak
2153 maçlar boşa gidiyor. Beş maçını kazanmış
2154 mesela biz berabere kalmışız. Yetişme şansımız
2155 yok artık o beş maça. Hadi söyleyelim yemeği
2156 diyoruz. Yemek geliyor, yedikten sonra Fifa'ya
2157 oturmuyoruz bir daha. Şahin kazandıysa
2158 yenilmeyecek mesela o gün (gülüyoruz). Sonra
2159 açıyoruz sabaha kadar içiyoruz, dizi izliyoruz.
2160 **Participant 12:** Evet.
2161 **Participant 13:** Evet

2162 **Participant 14:** Tabi ki izliyorum. Sezon bile
2163 bitiriyorum.

2164 **Netflix izlerken hangi izleme aracını**
2165 **kullanmayı tercih ediyorsunuz? (Tablet,**
2166 **televizyon, bilgisayar, vb.)**

2167 **Participant 1:** Televizyon.

2168 **Participant 2:** Televizyon zaten.

2169 **Participant 3:** Özellikle Netflix için değil ama
2170 hep tableti kullanıyorum.

2171 **Participant 4:** Tabletle de izlediğim oluyor ama
2172 genelde telefon. Çünkü daha kolay.

2173 **Participant 5:** Telefon ya da laptop, Netflix
2174 izlerken laptop ama. Daha güzel oluyor.

2175 **Participant 6:** Telefon.

2176 **Participant 7:** Bilgisayarı kullanıyorum
2177 genelde.

2178 **Participant 8:** Telefon. Ya bazen böyle
2179 gerçekten büyük ekranda izlemek istediğim
2180 zamanlar oluyor. O zamanlarda bilgisayardan
2181 izliyorum. Ya da işte çok nadiren de olsa
2182 HDMI'la televizyona bağlayıp gerçekten büyük
2183 ekranda izliyorum ama o da çok fazla, hani böyle
2184 iki kişili, üç kişili izleyebileceğim zamanlarda
2185 oluyor. Yalnız başımayken tercih etmiyorum.
2186 Ama yalnız başımayken de izlediğim zamanlar
2187 da oldu.

2188 **Participant 9:** Aslında hepsini kullanıyorum.
2189 Netflix'in o kaldığın yerden devam et özelliğini
2190 çok seviyorum. Yani yemek yerken telefonda
2191 falan izliyorum sonrasında salona televizyona
2192 geçiyorum. Gün içerisinde değişiyor yani.

2193 **Participant 10:** Telefon.

- 2194 **Participant 11:** %90 telefon, Sarperlerdeysek
2195 televizyon, çok boş günümdeyse laptop.
- 2196 **Participant 12:** Telefon.
- 2197 **Participant 13:** Bilgisayar.
- 2198 **Participant 14:** Genelde ben bilgisayarımı
2199 kullanıyorum. Bilgisayarı televizyona
2200 bağlayarak da kullanıyorum.
- 2201 Tabletten falan izlemek çok hoşuma gitmiyor.
2202 Ama bazen, çok yorgunsam direk telefonumdan
2203 Netflix'in uygulamasını açıp direk telefonda da
2204 izleyebiliyorum.
- 2205 **Hangi saatlerde Netflix izliyorsunuz? (Hafta**
2206 **içi/hafta sonu)**
- 2207 **Participant 1:** Tabi genellikle hafta içi akşam
2208 saatlerinde yani dokuzdan sonra izliyoruz.
- 2209 **Participant 2:** Genelde akşamları. Hafta sonu da
2210 evde olduğumuzda yine akşamları denk geliyor
2211 zaten.
- 2212 **Participant 3:** Akşam dokuz veya ondan sonra.
- 2213 **Participant 4:** Değişiyor o. Akşam sanırım daha
2214 çok diyebilirim. Hafta sonu bazen sabahları da
2215 izliyorum ama genelde akşam. Bazen, dediğim
2216 gibi hafta içi hiç vaktim olmayabiliyor.
- 2217 **Participant 5:** Akşam genelde. Hafta içi dört
2218 gün dersim var. Gün içinde okula oluyorum.
2219 Akşam eve gelince okul için bir işim yoksa biraz
2220 ailemle oturup sonra izlemeye kaçıyorum
2221 odama. Hafta sonu dışarı çıkmazsam üç, dört
2222 gibi başlayıp yatana kadar da izlediğim oluyor.
- 2223 **Participant 6:** Hafta içi akşam saatleri, hafta
2224 sonuysa genelde sabahları tercih ediyorum.
2225 Hafta içi yatmadan önce hani böyle bir
2226 televizyon izleme şeyi olarak odamda

2227 seyrediyorum, yatağımın içinde böyle yayılarak.
2228 Öyle çok keyifli oluyor. Hafta sonu da kahvaltı
2229 yaparken izliyorum genelde sabah aktivitesi.
2230 Önceden televizyon seyredilirdi ama artık
2231 mesela o kadar çok seyretmiyorum onu o yüzden
2232 böyle onun yerine Netflix'ten izliyorum.
2233 **Participant 7:** Genelde değişiyor. Hafta içi
2234 genelde akşamları, Hafta sonu ise öğle
2235 saatlerinde. Kahvaltımı yaparken öğle
2236 saatlerinde izlemek güzel oluyor.
2237 **Participant 8:** Hiç değişmiyor. Öğrenci
2238 olmamdan kaynaklı herhalde. Genelde akşamları
2239 izliyorum.
2240 **Participant 9:** O da değişiyor aslında ama
2241 genelde ya okula gitmediysem sabah ya da eve
2242 geldikten sonra gece oluyor.
2243 **Participant 10:** Akşam. Sabah kalkar kalkmaz
2244 da oluyor hafta sonları. Mesela hafta sonu sabah
2245 kalkınca iki saat yataktan çıkmama seremonim
2246 vardır. Cumartesi-Pazar sabahtan işim yoksa, o
2247 da öğleden sonra gibi oluyor. Eğer öyle bir şey
2248 yapabiliyorsam telefonda iki saat Netflix ya da
2249 Youtube'ta takılıyorum. İki saat bir dizi
2250 izleyebilirim, bir şey yapabilirim. Öyle yani o da
2251 oluyor ama akşamları genelde.
2252 **Participant 11:** Gece.
2253 **Participant 12:** Hafta sonu gün içerisinde
2254 herhangi bir saatte olabilir. Hafta içi de
2255 çalıştığım için genelde yedi buçuktan sonra
2256 başlıyorum o saatlerde.
2257 **Participant 13:** Daha çok akşam yediden sonra.
2258 **Participant 14:** Hafta içi genelde dokuz, ondan
2259 sonra. Hafta sonu işte, genelde biraz daha eğer

2260 gündüz evdeysem gündüz de izliyorum ama
2261 geneli gece izliyorum. Gece saatleri daha rahat
2262 oluyor, tek başıma izlemeyi sevdiğim için.
2263 **Netflix’i genelde nerede izlemeyi tercih**
2264 **ediyorsunuz? Neden?**
2265 **Participant 1:** Evde. Yani evimde rahatım
2266 sonuçta. Dışarda sürekli aktivite içinde olduğum
2267 için, iş yerinde de izleyemediğim için, fırsatım
2268 oldukça evde izliyorum her zaman.
2269 **Participant 2:** Evde. Ev ortamının rahatlığından
2270 dolayı.
2271 **Participant 3:** Evde. Çünkü bir tek evde o kadar
2272 vaktim veya ortamım oluyor rahat bir şekilde.
2273 **Participant 4:** Yatağında ya da yolculukta. En
2274 sevdiğim yatak tabi ki daha rahat sonuçta kendi
2275 alanım. Ama yolculukta da çok hoşuma gidiyor
2276 film izlemek. E Netflix de olunca direk dizi
2277 izliyorum. Güzel oluyor.
2278 **Participant 5:** Yatağında. Çünkü çok rahat.
2279 **Participant 6:** Hafta içi odamda, hafta sonuysa
2280 salonda. Şöyle hafta içi işte dediğim gibi akşam
2281 yatma etkinliği olduğu için ve genelde odamda
2282 vakit geçirmeyi sevdiğim için, orası bana özel bir
2283 alan olduğu için kapatıyorum kendimi odaya
2284 öyle izliyorum. Hafta sonu işte kahvaltı yaparken
2285 böyle salondayken izliyorum.
2286 **Participant 7:** Evde. Çünkü rahat ve konforlu.
2287 İzleyeceğim diziyi bir kafede izlemeyi tercih
2288 etmem. Bireysel aktivitelerimi dışarda
2289 yapmaktan hoşlanmadığım için ev konforu daha
2290 güzel. Bilgisayarın, kahvem, abur cuburlarım
2291 daha keyif aldırır, aynı zamanda da beni
2292 dinlendiren bir şey.

2293 **Participant 8:** Yatağında. Bu benim
2294 gerçekten... Konfor alanıyla alakalı olabilir
2295 gerçekten ama tabi depresyonumla da alakalı
2296 olabilir (gülüyoruz). Çünkü, ya şöyle bence
2297 yatakta izlenmesinin nedenlerinden bir tanesi şu
2298 olabilir, rahatsız edilmeyeceğin tek ortam. Işığı
2299 kapatabilirsin. Rahatlıkla dizini izleyebilirsin.
2300 Kulaklık takabilirsin ses duyurmak
2301 istemiyorsan. Çok özgür bir alan gerçekten yatak
2302 kimsenin seni rahatsız etmeyeceği, kendini
2303 kapatabileceğin ve tamamen oraya
2304 odaklanabileceğin, bölünmeyeceğin tek ortam.
2305 Salonda yapsan salona gelecek gidecek olanlar
2306 olabilir işte bilmiyorum. Yani bunu mesela evde
2307 tek yaşayan, evde kalabalık grupla yaşayan gibi
2308 bir ayırım yapılabilir bu konuda. Çünkü
2309 gerçekten yalnız kalma ihtiyacı hissediyorsun bir
2310 süre sonra bir diziyi izlerken.

2311 **Participant 9:** Genel olarak evde ama bazen
2312 telefonuma indirip yolda izlediğim de oluyor.
2313 Yani genelde evde bir şeyler izlemek daha rahat,
2314 arada arkadaşlarla toplanıp izlemeye
2315 gittiğimizde de zaten amaç Netflix olmuyor.

2316 **Participant 10:** Yatağında. Yatağında
2317 yuvarlanırken izliyorum çünkü (gülüyoruz). Ya
2318 sofrada ya da yatağında izliyorum. Yatakta rahat
2319 olduğu için konfor alanı olduğu
2320 için. Sofrada da yemek yerken bir şeyler
2321 izlemeyi sevdiğim için.

2322 **Participant 11:** Yatağında. Rahat.

2323 **Participant 12:** Evde. Rahatlık olarak yani
2324 uzanıp, telefonu açıp izlemeyi tercih ediyorum.
2325 Yolda indiremiyorum. Çünkü telefonumun şeyi

2326 var, 16 gb'lık olduğu için (gülüyoruz), yer
2327 sorunu var. O yüzden, internet de çok harcamak
2328 istemediğimden mütevellit evde, evin internetine
2329 bağlıyken, sınırsız internetle açıp arka arkaya
2330 yirmi bölüm birden izliyorum.

2331 **Participant 13:** Evde. Çünkü kendimi evde daha
2332 rahat hissediyorum.

2333 **Participant 14:** Evde izlemeyi seviyorum ya.
2334 Genelde evde izliyorum. Kafede veya dışarda bir
2335 ortamda o kadar çok odaklanabileceğimi
2336 düşünmüyorum.

2337 **Bireysel olarak, şu an takip ettiğiniz bir**
2338 **Netflix prodüksiyonu (dizisi) var mı? Varsa**
2339 **nedir?**

2340 **Participant 1:** Tek bireysel olarak yok. Eşimle
2341 birlikte var.

2342 **Participant 2:** Şu anda yok onu arıyoruz işte.

2343 **Participant 3:** Sezonları bitenler var. Onlar
2344 sayılıyorsa eğer söyleyebilirim. İkinci sezonu
2345 bekliyorum. The Witcher, Altered Carbon,
2346 Lucifer. Bu üçünü sayabilirim şu an beklediğim.
2347 Bir de Umbrella Academy, dört.

2348 **Participant 4:** Var evet. Birçok dizinin yeni
2349 sezonunu bekliyorum. Onun dışında The
2350 Walking Death şu an güncel
2351 takip ettiğim bir dizi. Dark, You, Sex Education
2352 ve Stranger Things'in sezonlarını bekliyorum.

2353 **Participant 5:** Riverdale var.

2354 **Participant 6:** Ohoo, RauPaul's Drag Race,
2355 How I Met Your Mother, How to Get Away With
2356 a Murderer, Brooklyn nine nine ondan sonra The
2357 Crown'u takip etmeye başladım. Pose var.
2358 Tidying up with Marry Kondo, The Circle'ı

2359 tekrar izliyorum. Ondan sonra Glee'ye tekrar
2360 başladım. Gossip Girl'e tekrar başladım. Hani
2361 böyle tekrar tekrar izlediğim şeyler var yeni
2362 içerikten ziyade.

2363 **Participant 7:** Yok şu an. Bugün yeni bir dizi
2364 keşfedeceğim (gülüyoruz).

2365 **Participant 8:** Şu an Love'ı takip ediyorum işte.
2366 Ama hani mesela tek bir dizi izlemediğim
2367 zamanlar oluyor. Hani şu anda Love haricinde
2368 başka bir diziye daha başlamayı düşünüyorum
2369 mesela.

2370 **Participant 9:** Hepsini hatırlamıyorum ama ilk
2371 aklıma gelen Day Break devam eden, onun harici
2372 After life diye bir dizi var yeni sezonunu
2373 beklediğim.

2374 **Participant 10:** Var. Sex Education şu anda. The
2375 End of the Fucking World var bir de.

2376 **Participant 11:** Tek yok şu an.

2377 **Participant 12:** The Witcher, Sex education.
2378 İzledim bitti. Güncel ama bunlar yani yakın
2379 zamanda bitirdim. Hatta Sex Education'ın ikinci
2380 sezonuna başlayamadım. Her ikisinin de ilk
2381 sezonunu izledim bitti. The Witcher'ın ikinci
2382 sezonunu bekliyorum.

2383 **Participant 13:** Sex Education var. Şu an aslında
2384 güncel o var. Bir de Atiye var. E tabi That's 70s
2385 Show da var ama onları şu bir haftadan beri
2386 izlemiyorum.

2387 **Participant 14:** Mind Hunter var, sonra The
2388 Crown var. The Crown'ın sezonunu bekliyorum
2389 daha gelmedi. Sonra Baby var. Hakan Muhafız'ı
2390 çok beğenmedim. Atiye'yi izledim ama çok
2391 beğenmedim. Gelirse belki izlerim.

- 2392 **Bir oturusta kaç bölüm izliyorsunuz?**
- 2393 **Participant 1:** Yani, dört bölüm gidiyor.
- 2394 **Participant 2:** İki falan.
- 2395 **Participant 3:** İki.
- 2396 **Participant 4:** Değişiyor. Bir bölümü
- 2397 bitiremediğim oluyor zamandan dolayı. Bazen
- 2398 de fırsat bulunca özellikle sezon bitiriyorum.
- 2399 **Participant 5:** Hafta sonu, hafta içi değişiyor.
- 2400 Ortalama üç, dört sanırım.
- 2401 **Participant 6:** Yirmi dakikalıkça üç, dört ama
- 2402 uzunsa iki falan.
- 2403 **Participant 7:** Çok değil, genelde iki, üç. Hiçbir
- 2404 zaman yedi, sekiz bölüm birden izlemedim.
- 2405 **Participant 8:** Şu an iki bölüm izliyorum. İki
- 2406 bölümden daha fazla izlemiyorum.
- 2407 **Participant 9:** Bölüm olarak değil de en fazla üç,
- 2408 dört saat bir şeyler izleyebiliyorum. Sonrasında
- 2409 genelde evde oturmaktan sıkılıyorum. Yani kısa
- 2410 dizilerdense 10 bölüm de oluyor, uzun dizi veya
- 2411 filmse bir, iki tane de oluyor.
- 2412 **Participant 10:** Atiye'yi bir günden bitirdim.
- 2413 Sekiz bölümdü. Tamamen zamanımla orantılı
- 2414 yani hiçbir zaman tek bölüm izleyebildiğim de
- 2415 oluyor. Bir bölümün yarısını izleyebildiğim
- 2416 zaman da oluyor. Netflix'in işte kullanım
- 2417 kolaylığı bu. Kaldığı yerden dümdüz devam
- 2418 edebildiğim için bırakıyorum istediğim yerde
- 2419 istediğim zaman. Hani bir günde sekiz bölüm
- 2420 izlediğim de oluyor. Bir günde iki, üç bölüm
- 2421 izlediğim de oluyor. Diziden diziye değişiyor ya
- 2422 da zamanıma göre değişiyor.
- 2423 **Participant 11:** İki, bir değişiyor.

2424 **Participant 12:** Aslında gününe göre değişiyor.
2425 Hafta sonuysa, dizi çok beğendiğim bir diziyse
2426 beş altı bölüm ya da bir sezona kadar sekiz on
2427 bölüme kadar izleyebiliyorum. Ama işte hafta içi
2428 vaktim çok kısıtlı olduğundan iki bölüm, üç
2429 bölüm, iki bölüm diyelim ortalama.
2430 **Participant 13:** Bölümleri yirmi dakika olan
2431 dizilerde bir oturuşta beş tane falan izliyorum.
2432 İşte bir saatse iki bölüm falan.
2433 **Participant 14:** Yorgunluğuma bağlı ya da
2434 yoğunluğuma bağlı ama genelde en aşağı iki
2435 bölüm. Tek bölüm izleyip bıraktığım olmuyor.
2436 **Kendinize izleme süresi ile ilgili limit koyuyor**
2437 **musunuz? Neden?**
2438 **Participant 1:** Limit yok sadece uyku
2439 problemim oluyor. Sonrasında bir işimiz yok
2440 işten sonra kafa dağıtmak için izliyoruz. Limit
2441 koymaya gerek yok ama erken kalkmam
2442 gerekiyor işim için ondan dolayı uykum gelesiye
2443 kadar izliyoruz.
2444 **Participant 2:** Hayır, hiçbir zaman limit
2445 koymadım kendime. Uykumun gelmesi büyük
2446 bir neden olabilir engel olarak ama en büyük
2447 engel noktam Murat oluyor tabi ki. O sabah
2448 erken kalkacağı için hadi artık uyuyalım
2449 geldiğinden dolayı onun uykusu gelince Netflix
2450 serüvenimiz bitiyor.
2451 **Participant 3:** Yok, direk bölüm odaklıyım.
2452 Çünkü yarım kalmasını sevmiyorum. Bitirmeyi
2453 seviyorum. Ben daha çok şeyim, dizi çıktı
2454 mesela bir sezon yayınlanıyor. Ben böyle iki
2455 günde oturup hiç ediyorum diziyi. Bir sene
2456 bekliyorum sonra mal gibi. Direk bitiriyorum.

2457 Sonra biraz zaman geçince, iki ay sonra falan
2458 tekrar izliyorum.

2459 **Participant 4:** Hayır. Çünkü ne zaman boş
2460 olacağım ya da ne zaman okulla ilgili bir proje
2461 olacağı belli olmadığı için duruma göre
2462 şekilleniyorum zaten limit koymaya ihtiyacım
2463 olmuyor.

2464 **Participant 5:** Hayır. Çünkü zaten boş olduğum
2465 için izliyorum. Erken kalkmam gerektiğinde de
2466 kahveye güveniyorum (gülüyoruz).

2467 **Participant 6:** Hafta içi böyle saat on iki, biri
2468 geçtikten sonra yatmam lazım falan diyorum.
2469 Öyle koyuyorum. Hafta sonuysa pek
2470 koymuyorum eğer dışarı çıkmayacaksam.
2471 İzliyorum baya. Hafta içi ertesi gün okula
2472 gideceğim için limit koyuyorum, hani belli bir
2473 sorumluluğum olduğu için maalesef günlük
2474 sorumluluklarım olduğu için. Hafta sonuysa
2475 zaten boş zaman aktivitesi olarak koymuyorum.

2476 **Participant 7:** Evet, limit koyuyorum. Çünkü
2477 Netflix'e o kadar zaman ayırmak da bence doğru
2478 değil. İnsanın kendi zaman kontrolünü
2479 yapabilmesi gerekiyor. Başka işlerine
2480 odaklanman gerekebiliyor ya da daha çok çeşitli
2481 aktivitelere yoğunlaşmak varken tek bir şeye
2482 odaklanmayı doğru bulmuyorum.

2483 **Participant 8:** Limit koymuyorum. Dizi kırk
2484 dakika ortalama o yüzden yoruluyorum zaten
2485 izlerken. Bir de çok yavaş akan bir dizi, yavaş
2486 akan dizilerde yani yirmi dakika bile olsa benim
2487 yorduğu için yavaş aktığından dolayı bir süre
2488 sonra sıkılıp bırakıyorum yani.

2489 **Participant 9:** Yok, limit koymuyorum ama
2490 dediğim gibi, sıkılıyorum daha fazlasına. Yani o
2491 kadar oturmayı sevmediğim için sanırım limit
2492 koyma ihtiyacı da hissetmedim.

2493 **Participant 10:** Hayır. Zaten doğal oluşuyor
2494 kota. Çünkü şey, o kadar çok kullanmadığım için
2495 zaten tam tersi zaman bulabildiğime
2496 seviniyorum. Hani aa evet ben şu an boşum
2497 Netflix izleyim diyebildiğim zaman bana nimet.
2498 Onun da kotası benim bir işim olduğu zaman.
2499 Onunla ilgili bir şey yapmam gerekiyorsa eğer.

2500 **Participant 11:** Hayır. Limit koymuyorum ama
2501 zaten kendim sıkıldığım için bir tane yetiyor.

2502 **Participant 12:** Yo hayır. Gerek duymuyorum
2503 çünkü yani izlemek istediğim kadar izliyorum,
2504 canım sıkılırsa veya başka bir işim çıkarsa
2505 kapatıp çıkabiliyorum çünkü tekrar, kaldığım
2506 yerden devam edebiliyorum. Bunu düşünmeme
2507 gerek kalmıyor.

2508 **Participant 13:** Hayır. Çünkü dizi güzelse
2509 devam etmek istiyorum. Uykum gelesiye kadar
2510 devam ediyorum.

2511 **Participant 14:** Koymuyorum. Koysam iyi olur
2512 (gülüyoruz). Dediğim gibi işte sınav dönemi
2513 falan izlenmiyor o kadar. Baya da yarım kalan
2514 dizim var. Limit koyulması gerekiyor zaten.
2515 Çünkü televizyon gibi aynı şekilde o da
2516 bağımlılık yapan bir şey. O yüzden limit
2517 koyulması gerektiğini düşünüyorum.

2518 **Netflix dışındaki prodüksiyon şirketlerinden**
2519 **(Hulu, Amazon, Hbo, vb.) haberiniz var mı?**
2520 **Varsa, takip ettikleriniz var mı?**

- 2521 **Participant 1:** Biliyorum bunları. Takip
2522 ediyorum arada inceliyorum onları da.
- 2523 **Participant 2:** Hayır. Bu çok ilginç bir şey oldu
2524 mesela. Var mı böyle Netflix gibi? Bir Turkcell
2525 TV vardı benim bildiğim. O da hem televizyona
2526 hem de internet üstünden, dizi yok gerçi benim
2527 bildiğim kadarıyla dizi olsa bile eski diziler var.
2528 Başka da bilmiyorum.
- 2529 **Participant 3:** Var var, hepsini takip ediyorum.
- 2530 **Participant 4:** Evet haberdarım fakat
2531 kullanmıyorum.
- 2532 **Participant 5:** Evet var ama takip ettiğim yok.
- 2533 **Participant 6:** Evet var ama Netflix kadar çekici
2534 gelmiyor. Takip etmiyorum.
- 2535 **Participant 7:** Evet, var ama onlarla çok
2536 ilgilenmiyorum. Eğer Netflix ücretini artırırsa
2537 düşünebilirim alternatif seçenekleri (gülüyoruz).
- 2538 **Participant 8:** Var.
- 2539 **Participant 9:** Evet özellikle Hbo ve Amazonun
2540 dizilerini takip etmeye çalışıyorum. Yani
2541 Hbo'dan Game of Thrones vardı zaten. Onun
2542 harici Westworld'ü takip ediyorum. Amazondan
2543 da American Gods ve adını hatırlamadığım bir
2544 dizi daha vardı.
- 2545 **Participant 10:** Var. Puhu TV, Blu TV'yi
2546 kullandım şu an kullanmıyorum.
- 2547 **Participant 11:** Yok. Sanırım bir Blu'yu
2548 biliyorum onu da 01'den dolayı iyi reklamını
2549 yaptılar. Puhu'yu duydum hiç kullanmadım.
2550 Blu'yu hiç olmazda bir ara kullandık. Başka yok.
2551 01'i izlemek için üyelik almıştık ama ondan da
2552 sıkıldım. Takip etmiyorum şu an.
- 2553 **Participant 12:** Yok.

2554 **Participant 13:** Haberim var ama takip ettiğim
2555 yok.

2556 **Participant 14:** Evet var. Zaman zaman yeni
2557 yüklenen dizilerle, mesela Chernobyl falan
2558 haberimiz oluyor. O yüzden de şirketleri
2559 biliyorum. Ama onları takip etmiyorum. Blu TV
2560 var sadece takip ettiğim.

2561 **Netflix dışında hangi prodüksiyon şirketlerini**
2562 **kullanmayı tercih ediyorsunuz? Neden?**

2563 **Participant 1:** Puhu, Blu o kadar sanırım.
2564 Genelde Puhu ama sadece Şahsiyet için.

2565 **Participant 2:** -

2566 **Participant 3:** Apple TV kullanıyorum bir tek.
2567 Diğerlerini kaçak izliyorum. Çünkü Apple TV'yi
2568 de sadece aslında bir dizi izlemek için aldım. O
2569 diziyi de çok heyecanla bekliyordum, onu böyle
2570 ful hd, rahat indirip izleyim diye. See dizinin adı,
2571 Jason Mamo'a'nın dizisi. Hatta bu üç saydığım
2572 Netflix dizisinden daha çok sevdim diyebilirim
2573 yani. Aylık 200 tl'lik aboneliğim olunca insan
2574 aman boş ver, bir de bunlara para mı vereyim
2575 daha diyor (gülüyoruz). Ama muhtemel Disney
2576 şeyi çıkardığı zaman, bu, muhtemelen Mart'ta
2577 çıkartacak ya, Muhtemelen Disney'yi alacağım
2578 direk ya. Bir de Amazon'u alacağım
2579 muhtemelen. The Lord of the Rings'in dizisi
2580 çekiliyor şu an Amazon'da belki biliyorsunuzdur.
2581 Muhtemelen Amazon'u da alacağım yani. Bu yıl
2582 içinde çıkacak dizi. Ben böyle geek (zamanının
2583 çoğunu internette geçiren kişi) gibi sürekli
2584 araştırdığım için, takip ettiğim için biliyorum.
2585 Daha reklamı meklamı çıkmadı sağda solda.
2586 Oradan yakalıyorum.

2587 **Participant 4:** -
2588 **Participant 5:** -
2589 **Participant 6:** -
2590 **Participant 7:** -
2591 **Participant 8:** Şu an Blu'yu takip ediyorum.
2592 Çünkü şey, The Handmaid's Tale yüzünden. O
2593 yüzden takip ediyorum.
2594 **Participant 9:** Yani daha hiçbirini resmi olarak
2595 kullanamıyorum Türkiye'de olmadığı için ama
2596 geldiklerinde arkadaş grubuyla fiyatları uygun
2597 olursa alırız diye konuşmuştuk daha önce.
2598 **Participant 10:** Puhu TV de jet sosyeteyi takip
2599 ediyorum. Fi'yi buradan takip etmiştim. Blu
2600 TV'yi bir ara ücretsiz denemesinden bir dizi için
2601 bakmıştım diziyi hatırlamıyorum.
2602 -Özellikle bu iki platformu kullanmanın bir
2603 sebebi var mı?
2604 Direk Jet sosyetenin ve Fi'nin Puhu TV de
2605 olması. Yoksa Puhu TV'yi açıp da aa burada
2606 neler varmış diye bakmadım.
2607 -Yani genelde bir dizinin veya filmin orada
2608 olması önemli.
2609 Aynen öyle. Ama Netflix'te var diye izlediğim
2610 çok film de var. Aa bu Netflix'te varmış dediğim
2611 bir daha izlediğim çok filmler oldu mesela.
2612 **Participant 11:** -
2613 **Participant 12:** -
2614 **Participant 13:** -
2615 **Participant 14:** Blu TV. TheHandmaid's Tale
2616 için takip ediyorum, yeni sezonunu bekliyorum.
2617 Pavyon diye bir belgesel var onu izlemiştim,
2618 sonra, Behzat Ç. Var benim orada takip ettiğim.
2619 Sonra 400 diye Türklerin yaptığı mini diziler

2620 vardı Black Mirror tarzında, onu bitirdim. Onun
2621 dışında Netflix'te olmayan filmlerin bazıları
2622 orada var, onları izliyorum.

2623 **Hangi dizileri takip ediyorsunuz? Dizilerin**
2624 **içeriklerinden bahseder misiniz?**

2625 **Participant 1:** Oradan nadir dizi izliyoruz.
2626 Genelde tekrarlara bakıyoruz. Genelde oradan
2627 Şahsiyet'i izliyoruz. O da polisiye bir dizi.

2628 **Participant 2:** -

2629 **Participant 3:** Dediğim gibi See'yi takip
2630 ediyorum. Gerilim, korku, bilimkurgu, roman
2631 uyarlaması zaten.

2632 **Participant 4:** -

2633 **Participant 5:** -

2634 **Participant 6:** -

2635 **Participant 7:** -

2636 **Participant 8:** The Handmaid's Tale işte.
2637 Netflix'te olmasını çok isterdim çünkü Blu
2638 TV'nin avantajları çok daha düşük, hem çok
2639 pahalı. Ama mecburen, The Handmaid's Tale
2640 orada olduğu için o parayı basıp, bu dönemde
2641 veriyorsun yani izlemek için. The Handmaid's
2642 Tale'ı da şu yüzden seviyorum, Margaret
2643 Atwood'un Damızlık Kızın Öyküsü diye bir
2644 kitabı vardı. Oradan çıkmış distopik bir öykü,
2645 feminist bir öykü. Tamamen dehşet içerikli bir
2646 öykü. Ağlamadığım tek bir bölümü bile yok.
2647 Ama çok, inanılmaz derecede o distopyayı çok
2648 gerçekçi bir biçimde yansıtmışlar. Şu anda ki
2649 Türkiye'nin pozisyonuyla da çok yakın
2650 gördüğüm bir pozisyonda. O yüzden inanılmaz
2651 derecede sıkı takipçisiyim yani. Feminist bir
2652 hikâye anlatıyor çünkü. Birazda kadın olmakla

2653 da alakalı gerçekten. Orada o kadınların
2654 sıkılmışlığını, sıkışmışlığını çok rahat bir şekilde
2655 hissediyorsun. Belki İstanbul'da olmamdan
2656 kaynaklı bir şey de olabilir. Yani bir köye gidip
2657 bir kadına onu izletsen belki ne var bunda
2658 diyebilir. Çok normal gelebilir,
2659 normalleştirebilir. Ya da çok sıkılabilir izlerken.
2660 Normal bir sıkışmışlık anlamında demiyorum.
2661 Sıkılabilir yani sevmeyebilir. Ama İstanbul'da
2662 olup bir şeylerin farkında olup kadın
2663 hareketlerinin içinde yer almaya çalışan bir
2664 kadın olarak orada anlatılmaya çalışılan şeyleri
2665 gerçekten birebir böyle şahit olduğumda
2666 gerçekten içim sıkılıyor. Ama izliyorum yani
2667 (gülüyoruz). Bir de oyunculuklar da çok iyi.

2668 **Participant 9:** İşte şu an devam eden Westworld
2669 ve American Gods var aklıma gelen. İçerik
2670 olarak belirli bir ortak nokta yok aklımda olan,
2671 konusunun farklı olmasına bakıyorum genel
2672 olarak diğer dizilerde de. Onun harici de
2673 prodüksiyon kalitesinin ortalamanın üstü olması
2674 önemli oluyor.

2675 **Participant 10:** Sadece jet sosyeteği güncel
2676 olarak takip ediyorum başka yok. Türk dizisi.
2677 Ben Türk'te komedi seviyorum ama belirli bir
2678 kalite, belli bir seviyenin altına da düşmek
2679 istemiyorum. Yani atıyorum, seviye dediğimiz
2680 şey ne ki, atıyorum mesela işte kutsal
2681 damacanamsı komediler değil de hani Avrupa
2682 Yakası tarzı, Avrupa Yakası da çok severdim. Jet
2683 sosyeteği sevdiğim için komedi seviyorum Türk
2684 dizisi, o. Türk ve komedi olan en iyi dizi hatta
2685 tek olduğu için olabilir.

2686 **Participant 11:** -
2687 **Participant 12:** -
2688 **Participant 13:** -
2689 **Participant 14:** Handmaid's Tale ikinci sezon
2690 bekliyorum. Bir distopya, kadınları derinden
2691 ilgilendiren bir dizi. Behzat Ç. Polisiye Türk
2692 dizisi. Diğerlerini izlemiyorum artık bitirdim
2693 zaten.
2694 **Netflix izleyicisi olmadan önceki izleme**
2695 **alışkanlıklarınızı nasıl ifade edersiniz? İzleme**
2696 **alışkanlığı = Netflix izleme pratiğinden önce,**
2697 **genel izleme pratiğin nasıldı?**
2698 **Participant 1:** Netflix'ten önce daha fazlaydı.
2699 **Participant 2:** Sadece televizyon üstündendi. Ya
2700 da öyle bilgisayardan, zaten yoğun çalıştığım
2701 için bilgisayarda arka planda çalışmak zaten
2702 engelliyor beni, akşam da eve
2703 geldiğimde Turkcell TV'den film seçip öyle
2704 izliyorduk. Bilgisayar üstünden pek izlediğimiz
2705 bir şey yok yani.
2706 **Participant 3:** Eskiyle aynı sayılırdı. Hatta daha
2707 sık bile olabilir ama o zamanlar çok yoğun
2708 çalışmıyordum tabi.
2709 **Participant 4:** O zaman bu kadar fazla dizi
2710 izlemiyordum. İzleyemiyordum daha doğrusu.
2711 Çünkü yaz, bul, dolsun, reklamlar falan derken
2712 işte çok çok boşsam anca açıyordum. Zaten
2713 nerede kaldığımı bilmediğim için bir bölüm
2714 bitirebileceğim bir zaman dilimim varsa
2715 açıyordum.
2716 **Participant 5:** Bu kadar çok izlemiyordum. Anca
2717 zaten bul, aç, nerede kaldığımı bul falan uzun
2718 sürüyordu.

2719 **Participant 6:** İllegal. İnternetten izleme.
2720 Google'dan böyle işte ne bileyim, dizibox.com
2721 falan. Ha, ıı şöyle Netflix'te binge watching (bir
2722 TV dizisinin bölümlerini art arda ve kısa
2723 zamanda izleme) oluyor. Bir başladım mı sonuna
2724 kadar izliyorum böyle sonuna kadar
2725 izleyebiliyorum, üç dört bölüm izleyebiliyorum.
2726 Ama Dizibox falan gibi illegal izlerken şöyle
2727 oluyordu, bölüm bitiriyorsun sonra öbür bölüm
2728 için sekiz yüz reklam falan izlemen gerekiyor.
2729 Geçiyorsun falan filan baya uğraşıyorsun. Ondan
2730 dolayı izleyesi kaçıyor insanın, aman be bununla
2731 mı uğraşacağım deyip, iki bölüm izleyip
2732 bırakıyordum. Televizyonda da şöyle oluyor, bir
2733 bakıyorsun işte başlamış, yeni bölümün yirmi
2734 beşinci, otuzuncu dakikasındasın. Seyrediyorsun
2735 geri kalanını ama başında ne olduğunu
2736 bilmediğin için biraz karışık oluyor. Ondan
2737 dolayı hani parça parça, işte daha çok diğer
2738 etmenlerin şey olduğu, hani üzerinde etkili
2739 olduğu bir şey oluyor. Ama Netflix'deyse daha
2740 çok ben yönetiyorum hani time management
2741 (zaman yönetimi) bana göre oluyor.

2742 **Participant 7:** Benim çok değiştirmede aslında.
2743 Sadece çok vakit alabiliyor. Eskiden bir diziyi
2744 bulmak için internet sitelerinde zorlanıyordum
2745 ve üşenip bugün de televizyon izleyim dediğim
2746 çok oluyordu. Fakat Netflix olunca görüntü
2747 kalitesi güzel, bir sürü dil seçeneği sunuyor.
2748 Aynı zamanda dilimizi geliştirebiliriz, öğretici
2749 yanı da var. Mesela önceden izlediğim dizileri
2750 tekrar açıp, altyazıyı İngilizce yapıp izleyince
2751 benim için daha faydalı oluyor.

2752 **Participant 8:** Çok benzerdi aslında ama mesela
2753 Netflix çok elimin altında olduğu için her akşam
2754 farklı bir şey keşfetmek konusunda çok daha
2755 ulaşılabilir oluyor. Yani ulaşılabilirlik açısından
2756 Netflix daha fazla vakit geçirmeme sebep oluyor
2757 mesela. Iıı, ama öncesinde mesela Dizimag
2758 izliyordum. Dizimag sadece kulaktan
2759 duyduğumla ya da orada mesela bir şeyi
2760 keşfetmek çok zor. Netflix'ten önce mesela bir
2761 diziyi keşfetmek çok zordu. Öneriler diye bir şey
2762 yok zaten. Yani bizzat o diziyi arayıp, bulup, o
2763 diziyi izleyip, beğenip, ondan sonra onunla
2764 alakalı ekşi sözlükten olsun, Imdb'den olsun
2765 puan verip yorum yapman gerekiyor ki insanlar
2766 bu diziyeye ulaşsınlar. İşte sosyal medyada
2767 paylaşman gerekiyor ki baksınlar, izlesinler
2768 sonra tartışabilelim. Mesela Game of Thrones da
2769 ilk başladığı zamanlarda çok fazla övülüyordu
2770 ama çok fazla izleyeni yoktu. Ama Game of
2771 Thrones son sezona geldiği zaman, Hbo patlayan
2772 bir içerikti, Hbo olarak patladı, Hbo olarak
2773 devam etti, milyon değil milyarlar izledi yani.
2774 Bütün dünya izledi yani ve saat farkı, hiçbir şey
2775 fark etmedi yani. Gecenin köründe biz iki de
2776 izledik. Dörtte izlediğimiz zamanları biliyorum
2777 ben yeni sezonun bölümleri geldiğinde. Dörtte
2778 çıkıyor diye dörde kadar bekleyip dörtte izledik
2779 yani. Tek bir platform olması ve ulaşılabilir
2780 olmasıyla da alakalı izlediğimiz şeyler. Vakıt
2781 geçirme imkanları da onunla doğru orantılı
2782 olarak değişiyor. Dizimag'ten bir tane dizi
2783 keşfedip onu izleyebilecekken Netflix'ten beş
2784 tane dizi keşfedip beşini de izleyebiliyorum.

2785 Eskiden daha az oluyordu yani böyle bir
2786 durumda. Şöyle, sadece belki şöyle bir eleştiri
2787 noktası olabilir. Eleştiri noktası da değil de
2788 eskiyle şu an ki arasında pek bir fark olmadığını
2789 şu şekilde anlatabilirim, eskiden dizilerin
2790 sezonları çok uzundu. O yüzden sürekli olarak
2791 takip etmek zorunda kalıyordum. Şu anda
2792 dizilerin sezonları çok kısa ama çok fazla dizi
2793 var. O yüzden durdum bir düşündüm yani.
2794 Aslında eskiden de aynı şekilde vakit
2795 geçiriyordum derken aslında bir diziyle o
2796 sürdürülebilirliği sağlıyorsun. Ama artık çok
2797 fazla dizi var, çok kısa sürüyor, kısa ömürlü.
2798 Şimdi de o sürdürülebilirliği çok fazla olmasıyla
2799 sağlıyorsun, içeriğin çok fazla olmasıyla
2800 sağlıyorsun. Eskiden içerik yoktu, çok fazla
2801 bölüm vardı. Şimdi çok fazla içerik var, çok fazla
2802 bölüm yok.

2803 **Participant 9:** Netflix'ten önce bir şeyler
2804 izlemek için belirli bir saat ayarlardım, sanırım
2805 en büyük fark o. Yani bir saat herhangi bir şey
2806 izleyeceğim diye aynı yerde otururdum, şimdi
2807 farklı.

2808 **Participant 10:** Youtube'ta videolar izliyordum
2809 ya da Youtube'a düşen dizileri izliyordum.
2810 Mesela televizyonda dizi bekliyordum. Belli
2811 günler, çarşamba akşamı saat sekizde ya da
2812 dokuzda ben o televizyonun karşısında olmak
2813 zorundaydım. Bir bölümü izleyip o bölümü
2814 unutuyordum mesela. Mesela bir dizi sitesine
2815 giriyordum. Dizi izleyeceğim, diziyi buluyorum,
2816 bölümü açıyorum sonra beş dakika bekle. Bölüm
2817 biraz dolsun sonra takılmasın. Ya da kapattın

2818 sonra hani bölümde hani dakikada kalmıştın
2819 ilerlet ara falan.

2820 **Participant 11:** Hayatım boyunca hiç dizinin
2821 günün gelmesini, Netflix'te dahil, günü gelsin de
2822 şu gün şu saatte çıkıyor da oturayım izleyim de
2823 öyle bir şey kesinlikle yok. Geriden gelmeyi
2824 seviyorum. Atıyorum La Casa De Papel çıktı.
2825 Bekliyorum ya hemen başlamıyorum. Sefa
2826 mesela çok iyi diyor ama bekliyorum. Yani
2827 Netflix olmadan önce de aynıydı.

2828 **Participant 12:** Netflix yokken bölüm çıktıkça,
2829 geldikçe izliyordum. Haftada bir bölüm.

2830 **Participant 13:** Netflix olmadan önce bu kadar
2831 izlemiyordum. Hatta hiç izlemiyordum
2832 diyebilirim. Dizi izliyordum ama o kadar sıklıkta
2833 değil yani.

2834 **Participant 14:** Diğer sitelerden bulmak daha
2835 zor olduğu için şimdiki kadar aktif
2836 izleyemiyordum. Yani onun için biraz efor sarf
2837 etmen gerekiyor ya da daha çok boşluk yaratman
2838 gerekiyor. Daha önceki izlemeye harcadığım
2839 zaman daha azdı.

2840 **Netflix izleyicisi olduktan sonra izleme**
2841 **pratiğiniz sizce değişti mi? Değiştiyse, nasıl?**
2842 **Neden?**

2843 **Participant 1:** Netflix'le birlikte izleme olayım
2844 azaldı. (Nedeni) Netflix biraz da kolaylık olduğu
2845 için diğer yerlerde biraz daha böyle buldum mu
2846 bırakmıyordum. Bir de o zaman evli değildim. İş
2847 hayatım fazla yormuyordu. O yüzden internet
2848 üzerinden bölümü bir açtım mı altıda, on ikiye
2849 kadar izliyordum. Daha fazla izliyordum yani.

2850 **Participant 2:** Hayır olmadı. (Nedeni) Boşluk
2851 olmadığı için. Belki çalışmayıp evde olsaydım
2852 Netflix'den daha farklı, daha fazla şeyler
2853 izleyebilirdim ya da o söylediğin diğer
2854 platformları bulabilirdim araştırıp.

2855 **Participant 3:** Yo yo, olmadı. Yine dizi
2856 konusunda şeydim. Kaliteli bir dizi bulamazsam
2857 da yine kendime koyduğum bir dizi limiti var,
2858 izleme limiti. Onu izliyordum. Şimdi de
2859 izliyorum bir şekilde. (Nedeni) Çünkü ilgi
2860 alanım.

2861 Seviyorum. Yani dizi üzerine araştırma yapıp,
2862 bulup, izleyip, takip etmeyi, yorumlamayı
2863 seviyorum.

2864 **Participant 4:** Daha fazla bölüm
2865 izleyebiliyorum ya da daha çok dizi izliyorum.
2866 (Nedeni) Netflix'in özelliklerinden dolayı.
2867 Şimdi erişim daha kolay çünkü. Direk
2868 uygulamadan aç hangisini istersen, nerede
2869 kaldıysan izle. Ailem çalıştığı için genelde
2870 sabahları ben tek kahvaltı yapıyorum eğer
2871 dersim geç bir saatteyse. O zaman da açıyorum
2872 bir bölüm izliyorum. Ya da projeleri yaparken
2873 sıkıldığımda da açıp bir bölüm izliyorum.
2874 Tamamen akışkan bir hal aldı ondan dolayı
2875 durup düşünmeme gerek kalmıyor. Boşsam, kafa
2876 dağıtmak istiyorsam, yalnızsam açıyorum.

2877 -Dışarı çıkıp sosyalleşme isteğinin olmuyor mu?
2878 Zaten onun dışında diyorum bunları. Ha bazen
2879 diyoruz ders geç mesela okula bir, iki saat erken
2880 gidelim ya da bir yerde buluşalım oradan
2881 geçeriz. Bunların dışında genelde Netflix açık

2882 oluyor. Şey gibi düşünebiliriz, evde ses yapsın
2883 diye açılan televizyon gibi yani.

2884 **Participant 5:** Çok daha fazla izlemeye
2885 başladım. (Nedeni) Çünkü kısıtlayan bir şey
2886 olmadığı için beni, daha kolay erişebildiğim için
2887 daha çok izliyorum. Reklam yok,
2888 bölünmüyorum.

2889 **Participant 6:** Evet kesinlikle oldu. Dediğim
2890 gibi ben yönetiyorum ve daha çok izliyorum.
2891 (Nedeni) Birinci de bu zaman yönetiminin sende
2892 olması imkanını sağlıyor. Daha çok bireyin
2893 merkezde olduğu ve hani aslında insanların
2894 televizyonda bu illegal izleme şeylerinde hep
2895 şikâyet ettikleri şeyi duyup ona göre aksiyon
2896 almışlar yani belli olarak ki şey yapıyorlar hani.
2897 Evet, birey bunda ön planda olması lazım. Biz
2898 insanları ne kadar az rahatsız edersek işte
2899 insanları ne kadar az rahatsız ederse Netflix
2900 insanlar o kadar çok içerik izleyecek, daha çok
2901 üretecek. Çünkü şöyle oluyor, televizyonda bir
2902 saat izliyorsun ondan sonra bölüm bitiyor ve yeni
2903 bölümü bekleme gerekiyor ama Netflix'te öyle
2904 değil. Bütün bölümleri diziıyorlar. Onun
2905 haricinde illegal olanda ise zilyon tane reklam
2906 var. Atıyorum yani dizilerde işte zilyon tane
2907 reklam oluyor. Ondan sonra işte reklam olunca
2908 atıyorum televizyonda işte kanalı
2909 değiştiriyorsun, öbür diziye bakıyorsun, aa evet
2910 burada daha iyisi varmış deyip o kanalı
2911 geçiyorsun, öbür diziye izlemeye başlıyorsun.
2912 Ama Netflix'te öyle yok yani. Bir diziye
2913 izlemeye başladım mı senin rahatsız eden hiçbir
2914 şey olmuyor. Netflix'te ne reklam var ne bir şey

2915 var işte hani bir şey izlemek için bir şey yapman
2916 gerekmiyor, beklemen gerekmiyor. Böyle bir şey
2917 olmadığı için izleme akışını sana rahatlıkla
2918 sağlıyor, o sürdürülebilirliği sağlayan bir imkân
2919 sağlıyor Netflix. O yüzden de insanlar daha çok
2920 Netflix'i tercih etmeye başladı diye
2921 düşünüyorum.

2922 **Participant 7:** En fazla bir saat artmıştır.
2923 (Nedeni) Bunun sebebi Netflix'ten dolayı. İyi bir
2924 imkân aslında, zaman almıyor gibi duruyor kolay
2925 erişimden dolayı ama alıyor.

2926 **Participant 8:** Tabi değişti. Dediğim gibi
2927 eskiden dizilerin sezonlarının uzun olmasından
2928 ve içeriğin durumundan dolayı daha az
2929 izliyordum ama artık daha çok izliyorum. Biraz
2930 tüketici kafasına evirildim galiba (gülüyoruz).
2931 (Nedeni) Platformun yapısına bağlayabiliriz.
2932 Benim izleme pratiğimdeki değişiklik
2933 platformun yapısına da bağlı değil de dönemsel
2934 farklılıklar bence. İnsanların ihtiyaçlarına
2935 yönelik şeyler üretilmeye başladığında burada
2936 sosyoloji çok önemli bir şey bence. Ürün
2937 yerleştirme yaptım sana (gülüyoruz). Çok fazla
2938 tüketilebilir içerik yapılmaya bağlayınca insanlar
2939 uzun süreli şeylerden çok sıkılıyor. Mesela bir
2940 insanın daha çok film mi yoksa dizi mi izlediği,
2941 kişinin ne kadar çok tüketebilir olduğunu ya da
2942 kişinin ne kadar çok tüketici ya da o konuyla
2943 ilgili olduğunu anlayabilirsin. Mesela benim
2944 çevremdeki insanlar daha çok film izleyim bitsin
2945 kafasındalar. Tüketici bir noktadalar yani. Ama
2946 ben mesela tüketici değil, o diziye bağlanma
2947 taraftarıyım. Mesela şöyle göstereyim hemen

2948 (elindeki bardaktaki logoyu gösteriyor) The Big
2949 Bang Theory (bardağın üzerindeki logo bu
2950 dizinin logosu), Star Wars'un da bardağı var.
2951 The Big Bang Theory on iki sezon sürdü. Daha
2952 bu sene final yaptı mesela. Ben on iki sezonun on
2953 iki sezonunu da izledim. Ama insanlar bunu
2954 tercih etmiyorlar ve dönem değişiyor yani. Ben
2955 zaten diyorum, kendim için de diyorum ben çok
2956 eski kafalı bir insanım. Ben bile değişiyorum.
2957 Daha hızlı bitsin kafasına giriyorum şu noktada
2958 artık. Daha fazla içerik tüketeyim istiyorum.
2959 Ama evet platformun olması birtakım
2960 alışkanlıkları değiştiriyor.

2961 **Participant 9:** Kesinlikle değişti. Hatta bence
2962 Netflix'in en önemli özelliği onu değiştirmesi.
2963 (Nedeni) Yani Netflix'ten önce de istediğim dizi
2964 veya filme internet üzerinden ulaşabiliyordum
2965 ama sabit bir yerde başından sonuna oturup
2966 izlemem gerekiyordu. Şimdi farklı platformlarda
2967 kaldığım yerden devam etme özelliği çok büyük
2968 pratiklik oluyor. Herhangi bir diziye veya filme
2969 kaldığım yerden devam edebileceğimi bildiğim
2970 için hem bir şeyler izlemeye başlamam
2971 kolaylaştı hem de herhangi bir yerde, ne bileyim
2972 evin içiğinde de olur veya arkadaşımı bir yerde
2973 beklerken de olur direk kaldığım yerden devam
2974 edebiliyorum. O bana çok büyük rahatlık
2975 geliyor.

2976 **Participant 10:** Evet. Şimdi istediğim zaman bir
2977 diziyi istediğim yerde izliyorum. Yani ben artık
2978 gidip de o televizyonun karşısına geçmek
2979 zorunda değilim ya da bilgisayarın karşısına
2980 geçmek zorunda değilim. Durağan sahneleri

2981 ilerletiyorum. Hatta alttaki küçük pencereden
2982 mouse'u geçirirken izliyorum bakıyorum burada
2983 bu oluyor burada bununla konuşuyor deyip deyip
2984 ilerletme alışkanlığım oldu mesela. Bir dizi
2985 normal de bir saatse benim otuz, kırk dakikada
2986 bitirdiğim oluyor mesela. Direkt nerede
2987 kaldıysam açtığımda hiçbir ekstra çaba
2988 harcamadan izlemeye devam ediyorum.
2989 Youtube'ta da vardı mesela ama orada zaten çok
2990 dizi izlemiyordum ya da hani o şekilde değil.
2991 Netflix'te böyle oldu. (Nedeni) Netflix'in
2992 kullanım kolaylığını keşfetmiş olmam.

2993 **Participant 11:** Sadece arka arkaya bölüm
2994 izlemeye başladım işte geceleri. İşte dediğim
2995 gibi yine geriden başlıyorum. Çünkü ben
2996 sevmiyorum izledim izledim izledim bir hafta ya
2997 da ne kadarsa işte bekle. Belki o gün izlemek
2998 istiyorum ben. (Nedeni) Kısa dizilerin olması.
2999 The Walking Death mesela kısa değil. Bir buçuk
3000 saate varan bölümleri var. Ama La Casa De
3001 Papel öyle değil mesela.

3002 **Participant 12:** Şu şekilde. Nasıl anlatabilirim?
3003 Yani bir kere kaldığım yerden izleme olayı,
3004 dakikası dakikasına işte, o bir kere güzel bir şey
3005 olduğu için şey yapabiliyorum, kafama göre
3006 bırak şey yapabilirim. Onun dışında herhangi bir
3007 şekilde bir sonraki bölümü beklemek zorunda
3008 değilim. Dizi çıkar çıkmaz kesin izleyeceğim
3009 şeklinde bir şey de yok. Çıkınca bütün bölümler
3010 çıkmış oluyor. O yüzden müsait olduğum bir
3011 zamanda açıyorum diziyi, genelde sevdiğim,
3012 takip ettiğim, beğendiğim bir diziyse,
3013 beklediğim bir diziyse yani hafta sonunu tercih

3014 ediyorum ki bütün bölümlerini izleyebileyim
3015 arka arkaya. Önceden o gün o dakika geldiği
3016 zaman şey yapıyordum, ama şimdi mesela mobil
3017 application (uygulama) olması da gayet iyi
3018 çünkü telefondan rahat bir şekilde, reklamsız bir
3019 şekilde izleyebiliyorsun. O yüzden, önceden
3020 telefonla da izleyemiyordum. Bilgisayardan
3021 izliyordum sadece. Bu şekilde yani. (Nedeni)
3022 Netflix'in olması.

3023 **Participant 13:** İzlemem çok fazla arttı.
3024 (Nedeni) Netflix'in bir kere kullanım kolaylığı,
3025 dizi kalitesi, sezonu direk tüm bölümleriyle
3026 atmış olması, alt yazı ve seslendirme seçeneği.

3027 **Participant 14:** Kesinlikle değişti. İzleme
3028 alışkanlığım daha çok arttı. Netflix daha kolaylık
3029 sağladığı için daha çok zaman harcıyorsun. Hem
3030 de eğer, işte senin ilgi alanına göre önerdiği için
3031 farklı dizilere de bakma fırsatın oluyor. Ama şu
3032 an Netflix artık eskisi kadar ilgi çekici gelmiyor.
3033 Çünkü sürekli aynı diziler varmış gibi geliyor.
3034 Ayrıca öğrenci evindeyken daha çok zaman
3035 geçiriyorum İzmir'de. (Nedeni) Netflix'in
3036 kullanım kolaylığı sayesinde.

3037 **Bu durum hayatınızı olumlu/olumsuz yönde**
3038 **etkiledi mi? Etkilediyse açıklar mısınız?**

3039 **Participant 1:** Şu an ki durum olumlu yönde
3040 etkiledi tabi ki de. Daha az vakit geçiriyorum
3041 ekran karşısında.

3042 **Participant 2:** Yok olmadı.

3043 **Participant 3:** Yani olumsuz yönde yok,
3044 olmuyor. Çünkü sadece boş zamanlarımın içinde
3045 değerlendirdiğim bir şey olduğu için, aktivite
3046 olduğu için, o yüzden olumsuz bir etkisi

3047 olmuyor. Olumlu etkisi genel kültür genel olarak
3048 yani. Belgesel falan çok izliyorum. Özellikle 2.
3049 Dünya Savaşı belgeselini izlemeni çok tavsiye
3050 ederim. Mükemmel bir belgesel olmuş.
3051 Netflix'in belgeselleri, dizi ve filmlerinden çok
3052 daha güzel.

3053 **Participant 4:** Kötü etkilemedi. Çok mu olumlu,
3054 hayır. Yani hayatımda boş zamanları dolduracak
3055 bir şey buluyordum ben. Şimdi Netflix'le de
3056 dolduruyorum aradaki fark bu. Hayatımda
3057 müthiş bir fark yaratmadı. Projeler açısından
3058 bazen sıkıştırıyor zamanımı o ayrı (gülüyoruz).

3059 **Participant 5:** Olumlu etkiledi. İşte daha rahat,
3060 daha çok izleyebiliyorum. Yarım bırakmıyorum
3061 diziyi öyle olunca.

3062 **Participant 6:** Şöyle, aslında olumlu yönde
3063 şöyle etkiliyor, insanlar mesela daha çok tatmin
3064 oluyorlar hani bir şey izlerken ve daha aslında
3065 insanların o kafasındaki diziler hakkında
3066 belirsizlikler olmuyor çünkü biliyor sonraki
3067 bölümde ne olacağını direk izliyor. Ama bu biraz
3068 daha çok şey olmaya başladı hani, negatif
3069 yönlerden de şöyle etkiliyor, insanlar artık sosyal
3070 hayattan daha çok izole olmaya başladı. Yani
3071 dışarı çıkıp böyle bir şey izlemekten ziyade,
3072 dışarı çıkıp bir şeyler içip gezmekten ziyade,
3073 böyle artık ay işim var benim deyip evde insanlar
3074 sadece Netflix'e gömülebiliyor. Hani saatlerce
3075 telefonun başından kalkmayan insanlar. ...benim
3076 hayatımda da öyle oldu. Mesela arkadaşlarımla
3077 buluşasım gelmiyor. Netflix'te açıp bir şeyler
3078 izlerim diyorum ve hani şey oluyor, ııı,
3079 insanlarda günlük hayatta doyumsuzluğa sebep

3080 olduğunu düşünüyorum açıkçası. Çünkü neden?
3081 Netflix'te hani istediğini istediği zaman alıyor.
3082 Ama günlük hayatında bunu tatmin edemedikçe
3083 daha da çok şey oluyor yani böyle, bu konu
3084 hakkında hani daha da çok tatmin olmak istiyor
3085 ve aç gözlülük dediğimiz olay işte ortaya çıkıyor.
3086 Bende de oluyor bu yani.

3087 **Participant 7:** Etkilemedi. Zaten hayatımı
3088 kontrol etmeyi seven ve her zaman planlı biri
3089 olduğum için o dizinin başından kalkıp hadi ders
3090 çalışman gerekiyor diyebiliyorum kendime.

3091 **Participant 8:** Yani sosyalleşmek yerine,
3092 dışarıya çıkmak yerine, bunu para harcamak
3093 açısından değerlendirmemek lazım, para
3094 harcamak açısından değerlendirsem tabii ki de
3095 iyi yönde etkilemiş olur (gülüyoruz).
3096 Sosyalleşme açısından beni inanılmaz derecede
3097 içime kapattığını söyleyebilirim. Arkadaşlarımla
3098 oturmak yerine bir Netflix dizisi izlemeyi tercih
3099 edebiliyorum bazen. O yüzden kötü bir etki de
3100 yaratabilir yani insanlarda. Daha çok yaratıyor
3101 aslında. Çünkü şeyde de görüyorsun Caps'ler
3102 yapıyorlar işte mesela gelsene bizimle dışarıya
3103 diyorlar, yok işte ben gelmeyeceğim, ne yaptın,
3104 Netflix izledim işte mesela bu tarz içerikleri olan
3105 Caps'ler görüyoruz. İnsanların sosyalleşmesini
3106 de engelleyen, eve kapatan, yemek
3107 yapmasını bile engelleyen onun yerine dışarıdan
3108 abur cubur söylemeye teşvik eden bir sistem
3109 aslında. O yüzden kötü. Beni kötü etkiliyor
3110 açıkçası.

3111 **Participant 9:** Yani tam olarak emin değilim.
3112 Sanırım daha fazla dizi film tüketmeme neden

3113 oluyor. Bu durum olumlu mu yoksa olumsuz mu
3114 bilmiyorum. Olumlu etkiliyor. Bana özgürlük
3115 veriyor. İstedğim şeyi, istediğim zaman,
3116 istediğim yerde izleyebilirim. İstedğim yerde
3117 bırakabilirim. Tekrar başka yerde başlayabilirim
3118 ya da mesela internetten önceden yükleme
3119 yapabilirim. Sonra otobüste bile Netflix'ten
3120 izlerim. Mesela ben spora gidiyordum. Sporda
3121 koşu bandında How I Met Your Mother
3122 izliyordum koşu bandında. Koşu bandında
3123 geçirdiğim vakit tam yirmi dakika, kablosuz
3124 kulaklığım var, takıyorum koşarken de onu
3125 izliyorum. Bu şekilde kullanım kolaylığı yani.

3126 **Participant 11:** Hayır. Fifa oynuyordum gece
3127 şimdi dizi izliyorum bir fark yok yani.
3128 Uykusuzluk yapma derdi tasası yok. Bir internet
3129 paketimde sorun yaşıyorum bazen o. Wifi
3130 çekmeyince kapatıyorum sınırlarım bozuluyor.

3131 **Participant 12:** Yo hayır etkilemedi. Sadece
3132 kendi zevklerime yönelik kendi istediğim şekilde
3133 izlemek istediğim zaman izleyebiliyorum onun
3134 dışında başka bir şey değil yani. Önceden mesela
3135 bölümü beklerdik. Sadece şu sıkıntısı var, bir
3136 sezon çıkıyor bu sefer ikinci sezonu bekliyorsun.
3137 Yani herhangi bir olumlu ya da olumsuz bir
3138 etkisi olmadı. Sadece şey hani boş vakit
3139 bulduğum zaman bütün sezonu izleyip aradan
3140 çıkartabiliyorum yani, öyle bir olumlu etkisi
3141 olabiliyor. Spoiler (görsel veya yazılı yayınlarda
3142 hikayenin olay örgüsü ile ilgili sızdırılan bilgi)
3143 yemiyorsun öyle bir olumlu etkisi var. Çıkar
3144 çıkmaz aç izle sekiz bölüm birden. Bitti gitti işte.
3145 Sızmak gibi bir durum yok yani önceden bir

3146 sezonu komple sızdırmadıysa bir sonraki
3147 bölümü merakla beklerken spoiler yeme ya da
3148 birtakım insanlar tarafından bir sonraki bölümün
3149 senaryosunu sızdırılması işte Game of
3150 Thrones'ta yaşadığımız gibi bir durum olmuyor
3151 yani. Çıktığı zaman aç, sekiz bölüm, on bölüm
3152 işte neyse bir sezonu komple izle, rahat rahat bitti
3153 gitti işte. Sonra sen spoiler ver (gülüyoruz).

3154 **Participant 13:** Olumlu etkiledi tabi. Güzel
3155 vakit geçiriyorum. Sıkılmıyorum. İşte boş
3156 vaktimi, ya merak ediyorum işte sonuçta diziyi.
3157 Gerçi şu an çok boş vaktim de olmuyor ama.

3158 **Participant 14:** Yani olumsuz bir etkisini
3159 görmedim aslında daha. Olumlu yönde de tabi ki
3160 her izlediğin dizi ya da film sana farklı bir bakış
3161 açısı kazandırıyor ya da işte ilgi alanını dahilinde
3162 izlediğin bir şey seni bilgilendirici bile
3163 olabiliyor. Bu sadece eğlence amaçlı değil.
3164 Birçok içerik içerisinde belgesel de var ya da
3165 belgesel niteliği taşıyan diziler de var. Bu yüzden
3166 olumlu etkilediğini düşünüyorum. Bölümüm
3167 gereği de birçok farklı topluluğu ya da ortamı
3168 izlemeyi daha çok kolaylaştırıyor.

3169 **Sizce Netflix'le birlikte tüketim**
3170 **alışkanlıklarımızda değişiklikler oldu mu?**
3171 **(Cevrimiçi olan bir platforma para vermek**
3172 **gibi) Neden?**

3173 **Participant 1:** Yok olmadı bence. (Nedeni) Para
3174 verilerek alınan abonelikler, platformlar hep
3175 vardı alan da vardı. Başka bir şeyi etkilemedi.

3176 **Participant 2:** Yok olmadı bence. (Nedeni)
3177 Sonuçta bu bir izleme yeri yani başka şeylere de

3178 para veriyorduk böyle abonelik gibi. Ondan
3179 dolayı Netflix de onlardan biri sadece bence.

3180 **Participant 3:** Yo o zaten bende olan
3181 alışkanlıktı. O tarz aboneliklerim de vardı. Bir
3182 değişiklik yaratmadı, sadece bir tane daha
3183 abonelik eklendi. (Nedeni) Yani içeriklerini açıp,
3184 izleyip, beğendikten sonra hemen hemen her
3185 platforma abone olan bir insanım ben.

3186 **Participant 4:** Yok olmadı. Netflix’le birlikte
3187 platformlara para verme konusunda da bende bir
3188 değişiklik olmadı. Netflix’ten önce de hayatımı
3189 kolaylaştıracak şeylere, işte çizim eşyalarım gibi
3190 hobilere ya da ihtiyaç olarak değerlendirdiğim
3191 şeylere para veriyordum. Hala aynı ilerliyorum.
3192 Kıyafet alışverişi ayrı hep alışverişi sevmişimdir
3193 (gülüyoruz). (Nedeni) Çünkü şimdi ben
3194 uğraşmayı çok seven biri değilim. Eğer
3195 zorlandığımı hissediyorsam bırakıyorum. Çok
3196 reklam girdiğinde, dolmadığında falan mesela
3197 zorlamam. Ya da nerede kaldığımı unutturum
3198 diye izlemem. Onun dışında her şeyde böyleyim.
3199 Ondan dolayı hayatımı kolaylaştıracağını
3200 düşündüğüm şeylere para vermek bana mantıklı
3201 geliyordu zaten. Spotify mesela, Premium
3202 olmadan önce random ne gelirse onu dinleme
3203 olayı beni sıkar. Ben istediğimi
3204 dinleyemeyeceksem ne anlamı var diye
3205 düşünüyordum direk zorlamadan Premium
3206 pakete geçtim. Yani hayatımı kolaylaştıracak
3207 şeyler bana ihtiyacımış gibi geliyor. Ondan
3208 dolayı bu da benim için aynı.

3209 **Participant 5:** Artık daha çok yemek yiyorum
3210 (gülüyoruz). Bence olmadı çünkü zaten para

3211 verdiğimiz başka abonelikler var mesela Spotify.
3212 Yani bu durumu değiştiren, insanların para
3213 vermesini normalleştiren şey Netflix değil
3214 bence. Böyle bir platform eksikti. Yaptılar ve biz
3215 de para verip aldık. Olay bu sadece. (Nedeni)
3216 Yani dediğim gibi Netflix yokken de hayatımızı
3217 kolaylaştırdığını düşündüğümüz şeylere para
3218 veriyorduk. Bu izlemekle ilgili olabilir, yemek
3219 olur bilmiyorum birçok şey vardır. Yemek Sepeti
3220 Netflix gibi paralı olsa insanlar ona da para
3221 verirdi. Spotify'ya para vermeyen sayılı insan
3222 vardır. Online izleme, alışveriş platformlarına
3223 para verme durumunu Netflix başlatmadı yani
3224 kısaca bence. Ayrıca izleme açısında bizim Türk
3225 dizilerini izlemektense yabancı dizilere ya da
3226 online Türk dizilerine sarmak daha mantıklı
3227 çünkü televizyon mantıksız bir hale dönüştü
3228 artık.

3229 **Participant 6:** Evet. Mesela ben dizilerde,
3230 filmlerde gördüğüm şeylere daha çok dikkat
3231 vermeye başladım. Ne bileyim, mesela dizide
3232 bakıyorum aa bu bunu giymiş, baya iyi falan hani
3233 bunu giyeyim diyorum. Mesela How I Met Your
3234 Mother'da işte birinin giyim tarzına bakıyorum
3235 gidip ben de mesela kombinlerimi ona göre
3236 yapıyorum veya atıyorum genelde mesela
3237 Amerikan içerikleri olduğu için daha çok hani
3238 gençlik biraz daha Amerikalıların şeyine
3239 özenmeye başladı gibi geliyor hani giyim
3240 tarzıdır, yeme tarzı, konuşma tarzıdır. Mesela
3241 ben oradan bir söylem diyorum, onların
3242 kullandığı bir cümle kalıbı var mesela, ondan
3243 sonra işte günlük hayatta kullanmaya

3244 başlıyorsun işte bu günlük hayatta kullandığın
3245 İngilizce mesela Amerikalıların aksarıyla veya
3246 işte hani söylemleriyle şekillenebiliyor. Ondan
3247 sonra giyim tarzı, yemek tarzı falan şekilleniyor
3248 yani aslında bir şekilde. Beni mesela çok
3249 şekillendirdi. Mesela işte hani genel olarak
3250 alırsam giyim tarzım, yemek yeme pratiklerim
3251 değişti. Mesela şey, kozmetik kullanımında bile
3252 değişiklik oldu. Orada mesela görüyorsun
3253 kozmetik kullanımıyla alakalı Showlarda falan.
3254 Ben de daha çok kozmetik tüketmeye başladım,
3255 kullanmaya başladım. (Nedeni) Ya işin içine
3256 medya girince aslında insanlar daha çok
3257 etkilenmeye başlıyor bu tarz şeylerden. Bir de ne
3258 bileyim, daha havalı geliyor ya aslında. Yani
3259 aslında bu da bir şekilde bir strateji. Amerika
3260 baya iyi, Americanization (Amerikanlaşma)
3261 falan hani ama insanlar daha çok hani o hayat
3262 tarzına özeniyor ya hani kendi kültürlerinde o
3263 yok, yeni bir kültür, yeni yaşam biçimleri daha
3264 havalı, daha farklı geldiği için ve insanlarda
3265 herkes artık daha farklı olmaya çalıştıkları için
3266 özellikle ben de yani çok da farklı olmaya
3267 çalışıyorum. Ondan dolayı insanlar hani
3268 Netflix'te gördükleri o yaşam biçimlerini, o
3269 içerikleri kendi hayatlarında çok kolay
3270 içselleştirip çok kolay performe etmeye
3271 başlıyorlar.

3272 **Participant 7:** Oldu. (Nedeni) Eskiden mesela
3273 Türk Telekom'a ödediğin aylık faturanın
3274 içindeyken dizi ve film izlemek artık bir
3275 platforma para veriyoruz. Başta gereksiz
3276 buluyorum ama sonra aldığı paranın hakkını

3277 verdiğini düşünüyorum ben. Aynı zamanda
3278 mesela film izlerken pizza siparişi veriyoruz. Bu
3279 da bir çeşit tüketim. Arkadaşlarla ya da
3280 sevgiliyle bir çeşit aktiviteye dönüştü film ve
3281 pizza. İnsanların artık dışarıdaki aktivitelerden
3282 sıkılmış olması olabilir. Avmler o kadar
3283 kalabalık ki, hele ki hafta sonları. Mesela ben
3284 sinemaya gitmekten bile keyif alamıyorum.
3285 Bunun yerine, benim zaten üyeliyim var, gel
3286 evde izleyelim fikri daha güzel.

3287 **Participant 8:** Tabi ki. (Nedeni) Bu arada
3288 platformları çok destekliyorum. Çünkü sen orada
3289 yapımcıya da para kazandırıyor sun, oyuncuya da
3290 para kazandırıyor sun, prodüksiyona da para
3291 kazandırıyor sun, castta da senariste de para
3292 kazandırıyor sun. Benim açımdan kötü. Para
3293 veriyorum çünkü bir şeye. Ama sonuç olarak
3294 bunun legalize edilmesi (meşru kılmak) ve
3295 meşrulaştırılmasını da en doğru hareket olarak
3296 görüyorum. Bence platformlar zaten ücretli
3297 olmalı. Çünkü orada bir emek var ve sen o emeği
3298 bedava bir platformdan izleyerek emek
3299 sömürüsü yapmış oluyorsun. Ya tabi ki de para
3300 vermek kötü bir şey ama destekleyici olmak
3301 adına para vermek önemli bir şey. Şöyle, tabi ki
3302 çok popüler olmasından kaynaklı Netflix, tabi ki
3303 de insanlar para verip izliyorlar. Bir de gerçekten
3304 kolay bir şey. Sen o app'i (uygulama) telefonuna
3305 indiriyorsun. Hiçbir şekilde Google'a search
3306 (araştırma) yapmak zorunda kalmıyorsun, film
3307 aramak zorunda kalmıyorsun, daha ulaşılabilir
3308 oluyor. İşini daha çok kolaylaştırıyor. Kesintisiz
3309 izleyebiliyorsun. Eskiden kesintisiz izlemek gibi

3310 bir şey söz konusu değildi. Dolsun dur
3311 bekleyelim bir yarım saat de ondan sonra
3312 izleyelimdi hani o zamandan da tasarruf etmiş
3313 oluyorsun. Zamandan da tasarruf edince
3314 insanlarda e neden bunu tercih etmeyelim
3315 diyorlar. Ya aslında o kadar çok boş zaman
3316 geçiriyoruz ki ama onu zamandan tasarruf sayıp
3317 mesela bunun parasını ödemeyi okaylıyoruz
3318 yani. O bile çok önemli beklemek istemiyoruz
3319 çünkü. Bilmiyorum ya tüketim alışkanlığının
3320 değişmesi iyi yönde bir değişim bence kötü
3321 yönde değil. Zamanını boşa harcamak için
3322 zamandan tasarruf etmek, zamanını boşa
3323 harcamak için para ödemek. Mantıklı bir hareket
3324 yani (gülüyoruz). Aslında bu psikolojik bir şey
3325 yani seni iyi hissettiren bir şey. Zamanını boşa
3326 harcamak seni iyi hissettiren bir şey. Bugün ne
3327 yaptın mesela Netflix izledim.

3328 **Participant 9:** Evet, daha önce ulaştığım
3329 yapımlara korsan olarak ulaşıyordum şu an
3330 ederini verdiğim düşüncesi var. Onun harici de
3331 tek bir ürüne para vermektense servis
3332 platformlarına abone olmak daha mantıklı
3333 geliyor. Bu Netflix'ten önce Spotify'da olmuştu
3334 benim için. (Nedeni) Dediğim gibi abonelik
3335 sistemine alışmama yardımcı oldu. Bir de
3336 konuyla biraz bağımsız ama ek olarak şeyi
3337 konuşmuştuk arkadaşlarla. Aylık yirmi liradan
3338 az olunca her ay izlemek istediğim iki film bile
3339 gelse zaten fiyatını çıkartmış oluyor. Sanırım
3340 aylık ücret olunca insan ister istemez verdiği
3341 toplam parayı değil de o ay aldığı hizmete göre
3342 hesaplıyor.

3343 **Participant 10:** Tabi mesela ben sizde
3344 görüyordum. Bir filmi rahat izlemek için 6 tl
3345 veriyordunuz (Tivibu). Bu benim yapabileceğim
3346 bir şey değil. Ben bilgisayardan açıp da HDMI
3347 bağlayabileceğim televizyona 6 lira vermem ama
3348 15 tl hiç kullanmadığım aylar oldu ama hiçbir
3349 zaman demedim ki aman yarabbi ben buna 15 tl
3350 veriyorum ayda da kapattırsam mı
3351 kullanmıyorum da falan demedim. Çünkü
3352 kendimi biliyorum. Bir anda bunu kullanacağım
3353 vakit gelir bir şey olur. Sonra tekrar şey yapmaya
3354 uğraşırım. Hani ona gerek yok diye düşündüm.
3355 O yüzden önceden bir şeylere para verme
3356 alışkanlığım. Mesela ben bir mobil uygulamaya
3357 falan para vermeye de alışkın değilim.
3358 Aboneliklerim de yok. Bir Spotify bir de Netflix
3359 aboneliğim var. Bundan sonra ama eğer gene
3360 böyle benim hayatımı kolaylaştırabilecek bir şey
3361 olursa, önceden izlediğim diziler bile bulunda
3362 içinde sadece para verebilirim yani çok rahat
3363 bunu kazandım yani. (Nedeni) Çünkü benim için
3364 zaman ve rahatlık paradan daha önemli. Bunu
3365 exchange (değiş tokuş yapmak) yapıp
3366 verebileceğim her şeye para verebileceğimi fark
3367 ettim. Bunu fark etmemde Netflix bir
3368 yardımcıdır belki.

3369 **Participant 11:** Hayır. Zaten para vermiyorum
3370 Netflix'e. (Nedeni) Çünkü aynı hayatı
3371 yaşıyorum. Sabah aynı yedi buçukta
3372 antrenmanım var benim. Yani ben gece dörtte de
3373 yatsam sabah yedi buçukta antrenmana
3374 kalkıyorum, gece ikide de yatsam.

3375 **Participant 12:** Aa evet, olmaz mı? Yani bir
3376 kere Netflix'e para veriyorsun. Çok fazla bir
3377 miktar olmasa da belli bir para gidiyor yani.
3378 Değer mi, bence değer. Yani mesela maddi
3379 açıdan insanlar Netflix'e yönelmesinin şey
3380 olduğunu düşünüyorum ben, çok fazla teliften
3381 dolayı artık diziler kaldırılmaya başlandı. Netflix
3382 bu yüzden dizileri satın alıyor. Sen de rahat rahat
3383 izleyebiliyorsun. İstedğin zaman, istediğin
3384 yerde izleyebiliyorsun. Onun dışında mesela
3385 özellikle bekletip şey yapabiliyorsun, önceden
3386 mesela Netflix yokken gecenin dördünde falan
3387 dizi çıkıyordu. Yayınlanıyordu o bölümü.
3388 Açıyordun merak ediyorsan izliyordun hani
3389 hemen izlemek istiyorsan. Ben sabahın altısında
3390 Game of Thrones'un bölümlerini açıp izlediğimi
3391 biliyorum, özellikle son sezonda. Netflix'te öyle
3392 değil işte çıkartıyorlar sen yemeğini içeceğini
3393 ayarlıyorsun. Sosyal medyada çıkan o "Netflix
3394 and chill" kavramı, özellikle insanı Netflix
3395 izlerken gıda olarak bir şeyi tüketmeye yöneltti.
3396 Bu kavram aslında Netflix and chill olayı yani
3397 şey olarak var da hani dizi ve..., aslında Netflix
3398 değil oradaki olay, bir dizi izlemek ve işte
3399 takılmak. Mesela ne bileyim işte biranı alırsın,
3400 yemeğini yersin, mısırını patlatırsın. Netflix'in
3401 bir anda patlamasıyla olay Netflix and chill
3402 algısını yarattı insanlarda, popüler bir kavrama
3403 dönüştü. Dolayısıyla insanlar, bunun çoğu benim
3404 düşünceme göre artık, bende dahil, özellikle
3405 Netflix izlerken bir şeyler tüketmek istiyor, gıda
3406 olarak. Böyle bir değişim olabilir. Netflix'e
3407 verilen paralar var. O şekilde. (Nedeni) Netflix

3408 insanların isteklerini, taleplerini karşıladığını
3409 düşünüyorum. Dolayısıyla insanlar hani keyif
3410 almak istiyor yani tamamen o bence sebebi.
3411 Zaten Netflix izlerken veya herhangi bir dizi
3412 izlerken kaliteli bir şekilde izlediğinden dolayı
3413 keyif yapmak istiyor yani yanında ekstradan bir
3414 şeyler yiyerek, içerek. Çay kahve olur, bira olur,
3415 alkollü içecekler işte, gıda tüketir. Tamamen
3416 aldığı hazzı artırmak bence bunun sebebi.

3417 **Participant 13:** Netflix'ten önce platforma para
3418 vermedim, yapmazdım da diye düşünüyorum.
3419 Digturk'e de para veriyorum şu an. Ama bunu
3420 Netflix'le bağdaştıramayız sanırım. (Nedeni)
3421 Parayı boşuna vermediğimizi, işte para
3422 veriyorsan işte gerçekten kaliteli bir şey
3423 izliyorsun diye düşündüğüm için.

3424 **Participant 14:** Oldu, kesinlikle oldu. Ondan
3425 önce Blu TV yoktu mesela ve Netflix gibi bir
3426 şeye işte üyelik, parasal, satın alarak bir şeyleri
3427 izleme alışkanlığı daha sonrasında Blu TV'ye
3428 geçti. Blu TV'yi satın alırken bir şeyi
3429 yadırgamadım yani. İlk Netflix'e verdiğimiz
3430 para kadar konuşulmadı bu atıyorum ya da ondan
3431 sonra çıkan işte Youtube'ta mesela, ııı, işte
3432 Youtube'un da Premium olması, Netflix'le
3433 beraber değiştiğini düşünüyorum. Çünkü
3434 çevrimiçi olan bir platforma para veriyorsun işte
3435 Spotify kullanıyorsun falan şu an kullandığın
3436 çoğu şeye zaten para ödeyerek ulaşıyorsun.
3437 Aslında daha para ödmeden ulaşabileceğin
3438 ortam varken para ödeyip daha rahat bir şekilde
3439 kullanmak daha cazip geliyor. (Nedeni)

3440 Netflix'in insanlara para ödemeyi meşrulaştırma
3441 gibi bir etkisi olduğu için diye düşünüyorum.

3442 **Sizce netflix popüler kültür mü?**

3443 **Participant 1:** Tabi ki de.

3444 **Participant 2:** Evet.

3445 **Participant 3:** Kesinlikle. Türkiye'de değil belki
3446 ama Dünya'da öyle.

3447 **Participant 4:** Bence tam olarak değil. Bazı
3448 özelliklerde ilk olduğu için biraz bu yeni tarz
3449 platform mantığının temeli gibi. Başka
3450 platformlar var, daha çok olacak sonuçta ama
3451 Netflix bir tık önde gider diye düşünüyorum.
3452 Belki ilk çıktığı zaman popüler kültür gibi
3453 tüketildi ama artık, özellikle diğer platformların
3454 da çıkmasıyla birlikte böyle bir yeri oluştu gibi
3455 geliyor.

3456 **Participant 5:** Bence daha iyi bir şey çıkarsa,
3457 yani ne bileyim daha ucuz, daha zengin, daha
3458 kullanışlı bir şey, o zaman Netflix de
3459 popülerliğini kaybeder. Bundan dolayı popüler
3460 kültür olduğunu düşünüyorum.

3461 **Participant 6:** Kesinlikle. Netflix and Chill
3462 diye bir şey var bir kere yani.

3463 **Participant 7:** Evet.

3464 **Participant 8:** Bence ihtiyaçtan doğan bir şey ya
3465 popüler kültür demek çok doğru bir şey
3466 olmayabilir. Bir ihtiyaç vardı, bu ihtiyaç
3467 giderildi. İlk önce Netflix çıktı mesela niye Blu
3468 TV izlenmiyor? Niye Puhu TV izlenmiyor? Niye
3469 bunlara para ödenmiyor? Niye Blu TV'nin adını
3470 duymuyoruz? Çünkü Netflix ihtiyaçları gideren
3471 ve platformun içini doldurabilen dolu dolu bir
3472 kanal yarattı kendisi bir sosyal mecra kanalı

3473 yarattı. Aynı şekilde işte bu müzik siteleri için de
3474 geçerli. Bedavaya Youtube'tan müzik
3475 izleyebiliyorken, dinleyebiliyorken biz daha çok
3476 Spotify dinlemeyi tercih ediyoruz. Bunun gibi
3477 bir şey, daha erişilebilir, daha kolay. Popüler
3478 kültür demek değil biraz daha ihtiyaca yönelik,
3479 insanların ihtiyaçlarını okumak, anlamak ve
3480 bunun üzerine bir şey koymakla ilgili bunun
3481 üzerinden para kazanıyorlar. Bence popüler
3482 kültür değil bu.

3483 **Participant 9:** Bence evet çünkü tüm Dünya'da
3484 aynı zamanda yayınlanan yapımlar çok kolay bir
3485 şekilde hem internette hem de gündelik hayatta
3486 konu haline geliyor. Yani mesela Instagram da
3487 yabancı bir sayfa da dönen bir sohbeti aynı gün
3488 içerisinde farklı yapıda ki ortamlarda da
3489 görüyorum. Yani ister istemez tüm popüler
3490 kültür o Netflix olmasa da global bir şekilde
3491 popüler kültürün bir kısmını domine ettiğini
3492 düşünüyorum.

3493 **Participant 10:** Evet. Yani şöyle izliyorum o an.
3494 Kafamı dolduruyor. Beni eğlendiriyor ama sonra
3495 hatırlamıyorum bile. O anda gelip geçici. Yani
3496 mesela birinin izleyip de yıllar sonra aklında
3497 kalabileceği çok kalıcı yapımlarda var evet, ama
3498 çok boş yapım da var. Biz de her zaman
3499 kendimizi dolduracak ya da geliştirecek şeyler
3500 aramıyoruz aslında. Bir yandan da boş vakit
3501 geçirebileceğimiz şeyler arıyoruz. Bence bu
3502 ihtiyacı Netflix karşılıyor. Bunun dengesi var
3503 mesela çok iyi yapım da var yıllarca kalabilecek
3504 işte background u çok güçlü ne bileyim özel
3505 araştırması yapılması gereken vesaire ama çok

3506 boş yapımlar da var olmuş olsun diye yapılan.
3507 Ama bir de Netflix'te şunu fark ettim; konu
3508 bulamıyorlar mı acaba, konular sürekli kendini
3509 tekrar ediyor bir şekilde.

3510 **Participant 11:** Ya ben kaliteli olduğunu
3511 düşünüyorum popüler kültürden ziyade.
3512 Söylediğim gibi mesela dizilerinden ziyade
3513 filmlerinin, prodüksiyonlarının çok kaliteli
3514 olduğunu düşünüyorum. Popüler kültür ya da
3515 değil benim için önemli değil. Ben sanatsal
3516 olarak da bakmıyorum başından söylüyorum.
3517 Önemli olan benim keyif almam.

3518 **Participant 12:** Evet bence popüler kültür.
3519 Başka mecralardan örnek vermek gerekirse, bir
3520 aralar Fizy vardı. Daha sonra Spotify çıktıktan
3521 sonra Fizy'nin hiçbir değeri kalmadı. Aynı şeyin
3522 Netflix'in de başına gelebileceğini
3523 düşünüyorum. Olabilir yani neden olmasın.

3524 **Participant 13:** E yani, evet.

3525 **Participant 14:** İlk başlarda popüler kültür
3526 değildi bence ama gün geçtikçe daha çok popüler
3527 kültürleşiyor. İşte "Netflix and Chill" falan bir
3528 sürü söylem gelişti. Bunun üzerinden
3529 Instagram'da bile gifler (hareketli resim) oluştu
3530 falan filan. Ondan sonra çeşitli işte Tumbler cart
3531 curt, Twitter bununla ilgili bir sürü yazılar
3532 çıkıyor ki Netlix artık sosyal bilimlerin çalışma
3533 alanına bile girdiğine göre kesinlikle popüler
3534 kültür olduğunu düşünüyorum. Çünkü zaten
3535 çoğu şey hemen, hız kaybetmeden kullanınca,
3536 arttıkça popülerleştiği için Netflix'te bunlardan
3537 birisi bence.

3538 **Sizece Netflix ile beraber diğer popüler**
3539 **kültürel ürünlere bakış açınızda değişiklik**
3540 **oldu mu?**
3541 **Participant 1:** Çok fazla olmadı. Değişiklik yok.
3542 **Participant 2:** Tiyatro zaten çok fazla ön planda
3543 değil ama sinema biraz daha ön planda. Bence
3544 sinemaya ilgiyi azalttı. İnsanlar Netflix'e ya da
3545 internete düşeceği için sinemaya gitme
3546 düşüncesinden vazgeçmiş durumdalar.
3547 **Participant 3:** Yo, olmadı. Çok bir şey ifade
3548 etmedi kimse için. Legal ve yüksek kaliteli,
3549 istediğim zaman izleyebildiğim bir dizi sitesi
3550 yine benim için.
3551 **Participant 4:** Yok hayır.
3552 **Participant 5:** Yani şöyle mesela How I Met
3553 Your Mother Netflix'e ait değil ama Netflix
3554 aldığı için önüme çıkıyor öğreniyorum. Diziler
3555 de bence popüler kültür o açıdan izlene bilecek
3556 popüler kültürel ürünlere daha kolay erişimim
3557 var, daha fazlasını öğrendim diyebilirim. Ama
3558 onun dışında başka bir etki yarattığını
3559 sanmıyorum. Beki sinemaya gidilme durumu
3560 azalmıştır. Kitap fazla okumamaya başladım bak
3561 bunu şu an fark ettim bunu değiştirmem lazım
3562 (gülüyoruz).
3563 **Participant 6:** Ya evet. Mesela ııı şöyle, mesela
3564 televizyon da öncede popüler kültürdü,
3565 televizyon izleme şeyleri falan filan. Onlar
3566 mesela, televizyonun etkisi daha da çok azaldı
3567 mesela. Ondan hariç mesela Netflix'te bir
3568 yarışma programı oluyor atıyorum ne bileyim,
3569 ııı, bir müzik yarışması falan oluyor. Bakıyorsun
3570 oradaki bir sanatçıyı beğeniyorsun. Mesela artık

3571 müzik dinleme alışkanlıkların da değişiyor. İşte
3572 dinlediğin içerikler de değişiyor. İşte ne bileyim
3573 veya orada izlediğin bir dizideki mesela
3574 soundtrackine (film müziği) yönelerek mesela
3575 artık günlük hayatta Türkçe pop dinliyorsun artık
3576 giderek R&B'ye kayabiliyorsun artık oradaki
3577 içeriğe göre. Ondan dolayı işte popüler kültür
3578 değişiyor. Giyim tarzı falan da değişiyor dediğim
3579 gibi yani. Popüler olan artık Netflix'te olana
3580 dönüşmeye başladığı için gençler arasında işte o
3581 Amerikan giyim tarzı Street Style (sokak stili)
3582 falan ondan işte giyim tarzı, yeme tarzı,
3583 Instagram'daki insanların o Instagram'ı
3584 kullanma şekli, ilgi alanları falan filan, onların
3585 hepsi değişiyor aslında mesela neden? Mesela
3586 bakıyor işte dizideki karaktere, oha çok iyi falan
3587 diyor, ondan sonra onu oynayan oyuncunun işte
3588 şeyine giriyor, profiline giriyor. Bir bakıyor aa
3589 çok havalı. Milyon tane efekt yapmış, şunu
3590 içerken fotoğrafı atmış, şunu giyerken fotoğraf
3591 atmış işte ona özeniyor, onu içselleştiriyor ve
3592 onu kendi Instagram'ına performe etmeye
3593 başlıyor. Bende de oluyor mesela o, ben çok
3594 yapıyorum onu. Hani birinin hesabına bakıp oo
3595 iyiymiş işte öyle giyineyim falan. Benim giyime
3596 tarzımı değiştirdi, konuşma tarzımı değiştirdi
3597 ondan sonra işte mesela müzik tarzımda
3598 değişiyor giderek. Çünkü işte mesela biraz daha
3599 siyahi şeylere de çok özendim, ne bileyim.
3600 Amerika'daki siyahi işte bu LGBT bireylerin
3601 giyinme tarzına özendiğimden veya işte
3602 konuşma tarzına özendiğimden bende aslında

3603 günlük hayatımda onu performe etmeye
3604 başladım. Onun gibi yani.

3605 **Participant 7:** Netflix'in de bir süresi var. Evet,
3606 şu anda çok popüler. Bir aralar Digitürk vardı ve
3607 insanlar birbirine Digitürk'ün var mı diye
3608 soruyorlardı. Şu anda aynısını Netflix'de
3609 görüyoruz. Biraz statü belirleyen şeyler insanlar
3610 arasında. İnsanlar popüleriteyi tercih ediyorlar.
3611 Ama dediğim gibi, şu an Digitürk çok
3612 kullanılmıyor, eskisi kadar. Bir anda ortaya
3613 çıkan platformlar bir anda kayboluyor ve şekil
3614 değiştirip tekrar karşımıza çıkıyorlar. Bakış
3615 açımında değişiklik oldu. Mesela yabancı
3616 yapımları daha çok izliyoruz ve onların
3617 alışkanlıklarına, giyim tarzlarına özeniyoruz.
3618 Bazen blogger takip eden biriyim. Türk
3619 bloggerların yabancı bloggerlara benzemeye
3620 çalıştıklarını Instagram storylerinden fark
3621 edebiliyorum. Aynı şekilde bizim de Netflix
3622 dizileriyle birlikte yaşam tarzlarımız
3623 değişebiliyor. Ama tabii ki Instagram ve realite
3624 diye de bir gerçek var. Biz o maddi olanaklara
3625 sahip olmayabiliriz ya da yaşadığımız çevre,
3626 geleneklerimiz de bunlara uygun olmayabilir ve
3627 eminim birçok birey bu konuda ailesiyle sorunlar
3628 yaşıyor.

3629 **Participant 8:** Şöyle, bence bu dönüşen bir şey
3630 haline geldi. Mesela bu haber sitelerinin de
3631 ücretli olması, işte HBR (Harvard business
3632 review)'un ücreti olması. Şeyle bağlantılı işte
3633 sonuçta üretilen her şey emek harcanarak
3634 üretiliyor ve bunun bir maddi karşılığının olması
3635 gerekiyor. Bu da böyle bir sistem yaratıyor.

3636 Mecburi bir sistem yaratıyor emek sömürüsüne
3637 girmemek için. O yüzden tabi ki de etkilemiştir.
3638 Haber siteleri de şey demiştir mesela Netflix'e
3639 girip bir şey izlemek için para ödüyorsa bizden
3640 de haber almak için para ödesin yani. Ben de
3641 sonuçta burada bir emek harcıyorum. Ben de bir
3642 içerik üretiyorum. Niye ödemesin? Öder. Buna
3643 ödeyen ona da öder mantığıyla hareket edip
3644 yapar yani. Biraz daha ihtiyaca yönelik bir şey.
3645 **Participant 9:** Sanırım tam olarak olmadı çünkü
3646 popüler kültür hala sadece Netflix'ten
3647 oluşmuyor, daha bir sürü farklı ögesi var. Ne
3648 bileyim kitap, müzik veya gündelik olaylar gibi
3649 şeyler üzerinde Netflix'in dışında popüler kültür
3650 öğeleri devam ediyor. Ama sanırım bana popüler
3651 kültür öğelerinin ne kadar kolay kontrol
3652 edilebildiğini gösterme açısından Netflix güzel
3653 bir örnek gibi geliyor. Yani algoritmaları
3654 sayesinde Netflix veya Netflix gibi şeyler, çok
3655 büyük kalabalıklara bir kültür oluşturmak için
3656 zemin hazırlayabilecek bir sistemmiş gibi
3657 geliyor.
3658 **Participant 10:** Açıkçası benim yok. Şöyle yok.
3659 O sanki lise döneminde kullanıyor olsam cidden
3660 değiştirebilirdi. Ama şöyle, belli bir bilince
3661 ulaştıktan, belli bir farkındalık kazandıktan sonra
3662 Netflix ile tanıştığım için bende fark ettirmedi
3663 ama eminim ki daha kişiliği, karakteri, hayata
3664 bakış açısı oturmamış insanların Netflix ile bakış
3665 açıları çok rahat değişebilir. Hayata bakışları
3666 daha rahat olabilir, her şeyi daha kolay olarak
3667 değerlendirebilirler. Mesela Amerikan kültürü
3668 daha bireysel yaşamayı tercih etmeye

3669 başladığından, bunun ben popöler kültürün
3670 yarattığı bir etki olduğunu düşünüyorum ve bunu
3671 Netflix de sağlıyor yani. Mesela Türkiye’desin,
3672 Türkiye’de belli bir gelenek görenek var ama
3673 Amerikan kültüründen şeylerle yaşıyorsun.
3674 Eskiden Türk dizisi vardı işte fakir kız vardı,
3675 zengin oğlan vardı falan. Şimdi Amerikan
3676 dizilerinde böyle bir kavram yok. Şu an insanlar
3677 da bunları dert etmiyorlar. Sanki biz Amerika’da
3678 herhangi bir yere gitsek hiç sıkıntı çekmeyiz bu
3679 konuda.

3680 -Daha çok kültürel yaşantılara bakış açılarını
3681 değiştiriyor o zaman. Yani sadece popöler değil
3682 de geleneksel-kültürel anlamda da değişim
3683 sağlıyor.

3684 Evet. Yozlaşma mı deniyor böyle ama bence
3685 kötü bir şey değil bu.

3686 **Participant 11:** Hayır.

3687 **Participant 12:** Sanmıyorum ya. Bence olmadı.
3688 Yani artık şey hani, şöyle bir değişim olmuş
3689 olabilir, insanlar dizilerini, filmlerini
3690 Netflix’ten izliyor, müziklerini Spotify’dan
3691 dinliyor. Bir şey var hani, şöyle bir şey olmuş
3692 olabilir, uygulamaya bir platforma daha çok
3693 bağımlı olundu diyebilirim.

3694 **Participant 13:** Hayır.

3695 **Participant 14:** Yani oldu. Çünkü Netflix
3696 bunların öncüsüydü. Bundan sonra gelen birçok
3697 kanal oldu ücretli veya ücretsiz işte dizileri takip
3698 edebileceğın. O yüzden Netflix bir öncü
3699 diyebiliriz bu konuda. O yüzden tabi ki de bakış
3700 açımında bir değişiklik yarattı. Ama mesela şu an

3701 Netflix'in de normal, güncel televizyon dizileri
3702 kadar sakıncalı olduğunu düşünüyorum.

3703 **Netflix'deki Türk yapımı dizilerden haberdar**
3704 **mısınız?**

3705 **Participant 1:** Biliyorum evet.

3706 **Participant 2:** İlk defa Atiye'den haberdar
3707 oldum onun dışındakileri pek bildiğimi
3708 söyleyemem.

3709 **Participant 3:** Haberdarım ama hiç izlemiyorum
3710 ama hiç izlemiyorum.

3711 **Participant 4:** Evet biliyorum ama şu
3712 Osmanlıyla ilgili olana bakmadım.

3713 **Participant 5:** Sadece Atiye'yi biliyorum.

3714 **Participant 6:** Hakan Muhafız var. Iıı, Atiye var.
3715 Ondan sonra Atiye'yi iki, üç bölüm izledim.
3716 Ondan sonra sarmadı, izlemedim. Ondan hariç
3717 işte şeyler var, bu Aile Arasında falan filan işte o
3718 hani filmler var daha çok. Daha çok içerik olması
3719 lazım bence Türk dizilerinde. Çünkü yurt dışında
3720 çok büyük bir talep var yani. Herkes illegal
3721 illegal izlemeye çalışıyor onları. Youtube'ta
3722 varsa işte Youtube'tan izliyor insanlar. Netflix'e
3723 taşınmalı bence ama beni çok sarmıyor işe hani
3724 burada izleyebildiğim için özellikle de hani gidip
3725 de Netflix'e aa hani şunu izleyim demiyorum
3726 yani.

3727 **Participant 7:** Hepsinden yok.

3728 **Participant 8:** Evet ikisini de söyledim.

3729 **Participant 9:** Evet genelde haberim oluyor.

3730 **Participant 10:** Evet.

3731 **Participant 11:** Hepsinden haberim yok fakat
3732 neydi o Muhafız vardı. Bir de Atiye var. O kadar
3733 biliyorum.

3734 **Participant 12:** Birkaç tanesinden haberdarım.

3735 **Participant 13:** Var ama Türk dizisi çok izleme
3736 taraftarı değilim.

3737 **Participant 14:** Evet. Haberdar olmamak
3738 mümkün bile değil. Gerek Netflix reklamını
3739 yapıyor gerek sosyal medyada dönüyor. Sende
3740 merak ediyorsun, izliyorsun yani açıp
3741 bakıyorsun.

3742 **Netflix'teki Türk yapımı dizileri takip ediyor**
3743 **musunuz? Neden?**

3744 **Participant 1:** Zaten üç tane yapım var diye
3745 biliyorum. İkisini izledim, birini de izlemeyi
3746 düşünmüyorum şu an için. O da popüler olursa
3747 onu da izlerim. (Nedeni) Sebebim sadece
3748 popülerlik, Türk olması değil. Hakan Muhafız'ı
3749 ilk çıkınca merak ettim izledim. Sonra Atiye'yi
3750 izlemeyecektim ama popüler olunca izledim. Bir
3751 de Osmanlı'yla ilgili bir dizi var. O da popüler
3752 olursa onu da izlerim. Şu an Türk dizisi diye
3753 özellikle açtığım, izlediğim bir dizi yok.

3754 **Participant 2:** Atiye var sadece, ikinci sezonunu
3755 bekliyorum. (Nedeni) Hem reklamı etkiledi beni
3756 hem de Beren Saat'in oyunculuğunu
3757 beğendiğimden dolayı merak ettim yani. Orada
3758 çünkü çok farklı bir oyunculuk sergileyecekti.
3759 Hep böyle normal Türk dizilerinde oynadığı için
3760 o klasik yönünü biliyorduk. Ama bu tarafta hani
3761 farklı bir oyunculuk sergileyeceğini
3762 düşündüğümünden dolayı onu bekledim.

3763 **Participant 3:** Etmiyorum. (Nedeni) Ben hiç
3764 merak etmiyorum çünkü leş iş olduğunu tahmin
3765 edebiliyorum. Hakan Muhafız mıydı ne bileyim.

3766 Hiç de bir bölümünü izlemedim. Sağda solda
3767 geyiğini görüyorum işte.

3768 **Participant 4:** Hakan muhafızı izledim sadece.
3769 (Nedeni) Netflix'teki ilk Türk dizisi diye
3770 meraktan yani nasıl bir şey yapmışlar diye.

3771 **Participant 5:** Atiye'yi izledim. (Nedeni)
3772 Konusu çok farklı geldi, ilgi çekici. Tipik Türk
3773 dizileri gibi değil böyle entrika falan yok öyle
3774 zengin koca avları falan. Ondan dolayı ilgimi
3775 çekti.

3776 -Türk dizisi olması ilgini çekti mi?
3777 Yok hayır yani diğer dizileri de yabancı diye
3778 izlemiyorum. Türk dizilerinde konular böyle
3779 olsaydı belki Netflix'e para bile vermezdim.

3780 **Participant 6:** Yok, hayır. (Nedeni) Özellikle
3781 Hakan Muhafız'ın aşırı eril olduğunu
3782 düşündüğüm, çok gereksiz maskülen ve hani çok
3783 kaliteli olduğunu da düşünmediğim için yani
3784 beni sarmadığı için bakmadım.

3785 **Participant 7:** Mesela son zamanlarda
3786 Osmanlı'yla ilgili bir belgesel yayınlandı. Biraz
3787 izledim. (Nedeni) Birincisi Türk yapımı olduğu
3788 için, bir merak, ikincisi de tarihimizi nasıl
3789 yansıtmışlar merakı. Çünkü global bir iş sonuçta.
3790 Aynı zamanda Türk oyuncular İngilizce
3791 konuşuyorları ben de merak ettim. Yarısını
3792 izledim çünkü Osmanlı dönemi çok ilgimi
3793 çekmiyor.

3794 **Participant 8:** Ediyorum. (Nedeni) Türk yapımı
3795 olması çok büyük etken benim için ya. Çünkü
3796 şöyle bir şey var, Netflix standardı diye bir şey
3797 var. Biz kendimizi nasıl ifade ediyoruz, nasıl
3798 tanıtıyoruz kendimizi ve nasıl yayınlar

3799 yapıyoruz? Türkiye'deki televizyon dizilerinden
3800 farkı ne Netflix dizilerinin? Ne kadar
3801 özgürleştirebiliyoruz kendimizi? Televizyona
3802 uygulanan sansürle sosyal mecralara, medyaya
3803 uygulanan sansür arasında dağlar kadar fark var.
3804 Ben bunun okumasını sansür üzerinden
3805 yapıyorum yani. Ne kadar özgürleştirilebilir? O
3806 yüzden, onları takip etme amacımda bu yani.
3807 **Participant 9:** Genel olarak birkaç bölümüne
3808 bakıyorum dizilerin. (Nedeni) Yani sonuçta
3809 yabancı veya çok uluslu denebilecek bir şirket
3810 olduğu için, Netflix dizilerini
3811 milliyetçi bir anlayışla Türk yapımı veya
3812 Türkiye'nin ürünleri olarak görmüyorum ama bu
3813 işlerin arkasındaki yönetmen ve yazar
3814 kadrolarının internet işlerinde daha özgür
3815 olduklarını düşünüyorum. En azından ana akım
3816 medya da yaptıkları işlere göre. O yüzden biraz
3817 aa kanallar sansürlemeyince nasıl işler
3818 yapacaklar acaba' diye bakıyorum sanırım.
3819 **Participant 10:** Evet. (Nedeni) Hakan Muhafız'ı
3820 ilk Türk dizisi diye takip ettim. Çok çirkindi yani
3821 ikinci sezonu izlemedim. Nefret ettim. Öyle kötü
3822 efektler, öyle kötü oyunculuklar, tamam birkaç
3823 tane insanın oyuncululuğuna hiçbir şey diyemem
3824 ama özellikle Okan Yalabık falan mesela ama
3825 yani o Hakan Muhafız bir felaketti. Ben
3826 izleyemedim, en son kahkaha falan atıyorum
3827 yani görmem lazım. Çok kötüydü, ikinci sezonu
3828 izlemedim. İzlemeyeceğim de hiç merak
3829 etmiyorum ne olduğunu. Hikâyeyi öğrenirim
3830 duyarım kafamda şekillendir zaten. Atıyorum
3831 birinden duyarım öğrenirim biter. Atıye'yi çok

3832 beğendim. Atiye çok güzel bir dizi. Farklı. Yıllar
3833 sonra izlediğimde de aynı şekilde aa çok güzel
3834 dizi deyip de beğenebileceği bir şey ve hani
3835 kendine özgü bir hikayesi var. Ben öyle
3836 düşünüyorum. Oyunculuklar biraz tuhaftı,
3837 değişik ama kötü de değildi. Netflix gibi bir
3838 platforma Türk kültürüne tamamen uygunluk
3839 bilmiyorum o kadar da kolay olmaz.

3840 **Participant 11:** Atiye var bir. (Nedeni)
3841 Senaryosundan dolayı.

3842 **Participant 12:** Muhafızın ilk sezonunu izledim.
3843 Çok sarmadı. Onun için ikinci sezonunu
3844 izlemedim. İşte Atiye'den haberdarım. Daha
3845 henüz izlemedim. Bu şekilde, onun dışında
3846 başka bildiğim Türk yapımı Netflix projesi yok
3847 aklıma gelen. (Nedeni) Tamamen popüler kültür
3848 (gülüyoruz). Sevdiğim oyuncular vardı.
3849 Oyunculuklarını beğendiğim aktörler vardı ve
3850 çok fazla reklamı yapıldı, iyi bir reklamı yapıldı.
3851 İlk Türk yapımı Netflix dizisiydi. Dolayısıyla
3852 insanlar merak etti, izledi. Bence çoğu insan da
3853 benim gibi düşünüyor. İkinci sezonu çok fazla
3854 izleyen de yoktur diye düşünüyorum. Ayrıca
3855 Marvel'la DC evreninin baya popülerleştiği bir
3856 zamanda ilk defa Türk süper kahraman, aslında
3857 baktığımda bir süper kahraman dizisi yani. Ondan
3858 da insanların ilgisini çekmiş olabilir diye
3859 düşünüyorum.

3860 **Participant 13:** Sadece izlediğim dizi Atiye.
3861 (Nedeni) Oyuncu kalitesi, başrollerindeki
3862 oyuncular bir de konusundan dolayı.

3863 **Participant 14:** Evet izledim yani çoğu yapımı
3864 izledim. Sadece şu an güncel olarak Rise of the

3865 Ottoman Empire mıydı, bir tek onu izlemedim şu
3866 anda izlemeyi düşünüyorum ama daha değil.
3867 Hakan Muhafız geldi onu izledim yorum
3868 yapmak için, Atiye geldi izledim yani çoğu
3869 yüklenenleri izledim. (Nedeni) Sonuçta birçok
3870 yapımı, Amerikan olsun, İspanyol olsun, birçok
3871 etnik kökene sahip diziler Netflix'te var.
3872 Türkiye'ye ait yapımların olması da çok güzel
3873 ama o kadar başarılı olduğunu düşünmüyorum.
3874 Atiye bir tık daha iyiydi ama senaryo kötüydü.
3875 Öyle yani takip ediyorum. Türk yapım olması
3876 ilgi çekiyor tabi merak ediyorum, bakıyorum.

3877 **Bu diziler hakkında düşünceleriniz neler?**

3878 **Participant 1:** Senaryo sıfır.

3879 **Participant 2:** Yani hiç bu tarz gerilimde bir
3880 Türk dizisi yoktu benim bildiğim kadarıyla. Hani
3881 hep normal bildiğimiz aşk diziler, yok ihtirastır,
3882 entrika böyle acayip şeyler. O yüzden hani bu
3883 tarz dizinin yapılması bence çok mantıklı oldu.

3884 **Participant 3:** İzlememe sebepim o aslında
3885 sağda solda gördüklerim. Haklı çıktığımı
3886 gördükçe daha da izlemek istemiyorum.

3887 **Participant 4:** Yani konu itibariyle biraz Türk
3888 dizilerinden farklı bir dizi yapmaya çalışmışlar
3889 ama bu sefer klasik Netflix dizisi gibi olmuş.
3890 Gerçi normal daha ilk çalışmamız. Netlifix dizisi
3891 dediğim Amerikan yapımcı ve oyuncuların
3892 yaptığı ve genelde konuları böyle süper
3893 kahramanlık, Amerikan olmak birilerini
3894 kurtarmak üzerine olduğu için Netflix'te de
3895 örnekleri çok olduğu için kalıplaşmış gibi.
3896 Türkiye'nin biraz daha kendine özel bir yer
3897 edinmesi için

3898
3899 senaryoların geliştirilmesi lazım. Sanırım Atiye
3900 daha başarılıymış. Öyle duydum sosyal
3901 medyadan ve çevremden.
3902 **Participant 5:** Kaliteliydi Atiye açıkçası. Ama
3903 dediğim gibi Türk olması değil önemli olan. Ha
3904 televizyonda olsaydı böyle konulu dizilerimiz
3905 valla kitlenirdim. Netflix'teki diğer Türk
3906 dizilerini bilmiyorum açıkçası.
3907 **Participant 6:** Yani dediğim gibi işte Hakan
3908 Muhafız aşırı sıkıcı, baya böyle eril böyle
3909 vurdulu kırdılı. O çok sıkıcı geldi. Atiye'de ne
3910 bileyim böyle çok Amerikanvari yapmaya
3911 çalışmışlar çok da böyle şey olmamış gibi. Ama
3912 oradaki şey içeriğini beğendim mesela bir
3913 arkeolog olarak mesela Türkiye'deki bu tarihi
3914 eserler hani doğal eserler ve onların tanıtılması
3915 hani teker teker, o hoşuma gitti mesela. Orada
3916 güzel temsil edilmiş mesela Türkiye şey olarak o
3917 hoşuma gitti.
3918 **Participant 7:** Değerli yapımlar şu anda benim
3919 için, televizyon yayınlarına kıyasla. Çünkü daha
3920 önce de belirttiğim gibi, televizyonda yayınlanan
3921 diziler şaka gibiler (gülüyoruz) o kadar klişeler
3922 ki zengin erkek fakir kız konuları ya da kadın
3923 erkek eşitsizliği, kadının tek vasfının ev hanımı
3924 olduğunu vurgulayan diziler görüyoruz. Üzücü.
3925 **Participant 8:** Çok başarılı senaryolar bence.
3926 Yani aslında var bir yetenek ama şey gibi. ... çok
3927 eğreti de durmuyoruz bence yani biz kendi
3928 gözümüzden baktığımız için bende öyle oluyor.
3929 Türkiye'de yaşadığımız için ve yapsa da işte bu
3930 kadar yaparlar mantığıyla. Hayır işte, hayır,

3931 aslında çok çok daha iyisini yaparlar ki Atiye'yle
3932 ve Fi'yle bence çok başarılı diziler yaptılar. Aynı
3933 şekilde Şahsiyet. Şahsiyet de çok başarılı biz
3934 dizi, sosyal medya dizisi. Sosyal mecraya dizisi
3935 medya demeyim de. Ama şey mesela senaryo da
3936 çok başarılı gerçekten. Sadece mesela bizim ön
3937 yargımız şeyden kaynaklanıyor bence televizyon
3938 dizilerinin aşırı derecede kitlesel olması ve bizim
3939 o kitleye ait olmamamızla alakalı bir şey. Ve
3940 mesela otomatik olarak, ben mesela Netflix'e
3941 girdiğimde acaba kitle dizisi mi yaptılar
3942 diyorum. Kitle dizisi dünyada ses getirmez
3943 çünkü. Salak salak şeyler yapıyorlar
3944 Türkiye'deki dizilerde. Adam kadını dövecek mi
3945 diye bir beklentiyle giriyorsun ondan sonra
3946 bambaşka bir şey çıkıyor ortaya, bir kadının
3947 hikayesi çıkıyor falan. Çok başarılı bir hikâye
3948 bence Atiye için aynı şekilde Fi için de
3949 söyleyebilirim. Fi'de de bir şiddet var ama bu
3950 şiddet psikopatik bir şiddet olarak gösterildi ve
3951 gerçekten kadının tarafı tutuldu yani. Yani
3952 erkeğe bir hayranlık beslenmedi orada. Öyle yani
3953 hani o yüzden kitlesel bakmamak lazım sosyal
3954 medya dizilerine. Her şeyde olduğu gibi
3955 Türkiye'de de senaryolar dönüşmek zorunda ve
3956 bu dönüşüme ayak uydurmak için de en uygun
3957 mecrayı buldular. Kullanıyorlar şu an. Öyle
3958 bakmak lazım.

3959 **Participant 9:** Dediğim gibi genel olarak merak
3960 ediyorum yani.

3961 **Participant 10:** Dediğim gibi Atiye'yi sevdim
3962 ama Hakan Muhafız'ı sevmedim.

3963 **Participant 11:** Atiye güzel dizi, başarılı.

3964 **Participant 12:** Yani işte bir tek Muhafız'ı
3965 izledim. Bence çok kötüydü. Beğenmedim.
3966 Atiye'yi henüz izlemedim. Fena değil diyorlar.
3967 En azından Muhafız'dan daha güzeldir.
3968 Fantastik, bilim kurgu tarzı bir şey sanırım. Onda
3969 da sevdiğim oyuncular var. Onun dışında mesela
3970 keşke Şahsiyet'i Netflix almış olsa. Haluk
3971 Bilginer ödül aldıktan sonra izledim. Çok iyiydi.
3972 **Participant 13:** Bir yapmacıklık var böyle, şey,
3973 böyle Hollywood'a benzeme çabası, gereksiz
3974 ama Atiye'de öyle bir şey görmedim çok. O
3975 yüzden izliyorum.
3976 **Participant 14:** Hakan Muhafız gerçekten çok
3977 kötüydü zaten yapım da olsun, senaryo da olsun
3978 gerçekten iğrençti. Atiye bir tık daha iyiydi. Ama
3979 yine de Atiye'de de böyle, aslında senaryo, yani
3980 konu çok güzel olmasına rağmen senaryoda
3981 biraz saçmaladıklarını düşünüyorum. İlk dört,
3982 beş bölümden sonra saçmaladılar. Onun dışında
3983 yeni yüklenen Rise of the Ottoman Empire'ı
3984 henüz izlemedim. O yüzden onunla ilgili bir
3985 düşüncem yok
3986 **Ekleme istediğiniz bir şey var mı?**
3987 **Participant 6:** Netflix should be free (Netflix
3988 bedava olmalı) (gülüyoruz). Çünkü o bir günlük
3989 ihtiyaçtır. Teşekkürler. Devlet buna bir el atsın
3990 (gülüyoruz).
3991 **Participant 11:** Televizyondaki diziler artık
3992 izlenecek kıvamda değil. Birinci sebep RTÜK.
3993 Bir kere küfür yok. Ben her cümlede küfür
3994 eden insanım. Bilmiyorum. En ufak küfürün,
3995 sigaranın, öpüşmenin bile sansüre uğraması.
3996 Benim en büyük izlememe sebeplerimden biri

3997 bu. Bir tanesi de mesela çukur mesela Şu anda
3998 Çok rvanŐta, tekerleklerin içinde insanlar
3999 birbirlerine ateŐ ediyor ama ölen yok. YetmiŐ
4000 kişi birbirine ateŐ ediyor ama ölen yok.
4001 Gerçekçilik olması lazım ama izleyenden de
4002 kaynaklanıyor. Kurtlar Vadisi de yleydi.
4003 Adamın üstünde bazuka patladı lmedi. İŞte
4004 bunlar beni soğutuyor. Bazı dizileri bırakmamın
4005 sebebi de bu oluyor mesela. Senaryo tekrar
4006 etmeye başlayınca ben sıkılıyorum. Benim en
4007 büyük sıkıntım o, yarıda bırakma sebebim de o.
4008 Mesela The Walking Death'in hayranıydım, çok
4009 güzel izlerdim. Sürekli izlerdim uzun olmasına
4010 rağmen. Ama senaryo tekrar etmeye başladı.
4011 Bölge değişiyor, baŐkaları var, el koyuyorlar
4012 bölgelerine, bölgelerini alıyorlar, bir kişi ölüyor,
4013 aralarına biri katılıyor, başka bölgeye geçiyorlar.
4014 Bir yerden sonra sıkılmaya başlıyor. Bu kadar.
4015 TeŐekkür ederim.