Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Sciences

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 51, Nisan 2021, s. 112-124

ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.49835>

Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem ERDAL

Harran Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, cigdemmerdal@gmail.com

“SIFIR BİR” DİZİSİ’NE YOUTUBE KULLANICISI GÖZÜYLE BAKMAK: YOUTUBE YORUMLARININ DİJİTAL ANALİZİ

Özet

2016 yılında YouTube’da web dizisi olarak yayımlanmaya başlayan “Sıfır Bir – Bir Zamanlar Adana’da” 10 bölümün ardından büyük bir izleyici kitlesine sahip olarak, internet yayın platformlarından teklifler aldı. Bir suç dizisi olarak bilinmesiyle birlikte dizinin çekim için gerçek bir mekan, Adana’nın bir mahallesini seçmesi, amatör oyuncularla ve gerçeklik, suç, adalet, toplumsal sorunlar gibi kavramları hikayesine yedirerek harmanlaması, kendi izleyici kitlesini oluşturmasında önemli unsurlardır. YouTube’da yayınlanan fragmanlarının izlenme sayıları milyonları aşan dizi, videolarına gelen yorumlar bakımından da dikkat çekicidir. İzleyici hikayeyi, senaryoyu, oyunculukları, mekan, olayları sahne sahne inceleyerek geribildirimde bulunmaktadır. Bu çalışma, Sıfır Bir’in izleyici tarafından alınılanmasında dijital bir video paylaşım platformu olarak YouTube’un rolünü, dizinin izleyici üzerinde yarattığı kimlik ve mekan algısının nasıl yeniden üretildiğini tematik analiz yöntemi ile ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Nitel bir araştırma yöntemi olarak tematik analiz bu çalışma kapsamında dijital araçlar kullanılarak, bilgisayar destekli gerçekleştirilmiştir. Wordtree, Webometrics ve Gephi araçları bu amaçla kullanılmıştır.

Anahtar kelimeler: Web dizisi, Metin analizi, Ağ analizi, Sıfır Bir, YouTube dizileri.

LOOKING AT THE WEB SERIES “ZERO ONE” FROM THE EYES OF YOUTUBE USERS: DIGITAL THEMATIC ANALYSIS OF YOUTUBE COMMENTS

Abstract

Gathered a huge fan audience after its first airing in 2016 on YouTube, the web series “Sıfır Bir – Bir Zamanlar Adana’da” received offers from internet televisions at the end of its 10th episode. Widely known as a crime drama, the series built a successful strategy of addressing social matters and issues by selecting a real neighborhood in Adana province as the setting, as well as combining notions such as reality, crime, justice in its story, supported by amateur acting. Watched by millions on YouTube, trailers of the series stand out as they also attract YouTube users to share their opinions through comments. The audience examines the plot, the script, the acting, the setting, and the events frame by frame, in order to give feedback. This paper aimed to explain YouTube’s effect as a digital video sharing platform in audience reception, as well as to explain how perceptions of identity and location are constructed of “Sıfır Bir”. Thematic analysis, as a qualitative analysis technique is used within the scope of this paper through tools such as Wordtree, Webometrics, and Gephi.

Keywords: Web series, Text analysis, Network analysis, Sıfır Bir, YouTube.

YouTube Kısa Tarihçesi ve Özellikleri

Önceleri profesyonellerin hoşlanmadığı ve ağır bir şekilde eleştirdiği YouTube, giderek anaakım medyanın ilgisini çekmeye başlamış, bir “yıldız avı” platformuna dönüşmüştür. Her ne kadar, kullanıcıların başlangıçta şöhret olma gibi bir dertleri olmasa da, ilerleyen dönemlerinde YouTube, yıldız avına çıkan anaakım medya tarafından pompalanmıştır ve bu nedenle kullanıcılar farkında olmasalar da ürettikleri içerik ile profesyonellere rakip olmaya başlamıştır. Dolayısıyla, şöhret olmaya meraklı gençlerin yolu YouTube popülerleştirme mekanizmaları tarafından döşenirken, diğer yandan da bu platform kimi profesyoneller için bir deney ortamına dönüşmekteydi. Next Up gibi YouTube tarafından teşvik edilen programlar, profesyonel müzik videosuna sahip olmak isteyen amatörler için yöneltilmiştir. Bu noktada, 1980’li yıllara kadar uzanan, geleneksel medyanın amatörler için olan ilgisi ve buna yönelik ürettiği programları YouTube çağımızda yeniden üretmeye başlamak suretiyle geleneksel medyanın formatına uyum sağlanıyordu (Van Dijk, 2013: s.116-117)

Geleneksel televizyon biçimleri ile YouTube kullanımının iç içe girdiğini ve birbirlerini beslediklerini Kim (2012: s.54) de “The Institutionalization of YouTube” isimli çalışmasında belirtmektedir. Kim’e göre kullanıcılar YouTube’u anaakım medyaya geçiş için sıçrama tahtası olarak görürken, anaakım medya ise programlarının birkaç dakikalık web formatını izleyicilerine sunmak için YouTube’u kullanmaktadır.

Günümüzde popülerlik sıralamasında Facebook’un ardından YouTube ikinci sırada gelmektedir. 2005 yılında açılan platform, içerik çeşitliliği ile küresel niteliğe sahip platformlardan birisi. Kullanıcıların farklı şekillerde etkileşime girmesini mümkün kıldığı için, katılım da derin bir anlam kazanmaktadır. Kayıtlı kullanıcılar videolara oy verip beğenebilir, beğenmeyebilir, yorum yapıp paylaşabilir. Bu durum kullanıcılara hem kontrol hem de topluluk

oluşturma hissi vermektedir. Kullanıcının Ürettiği İçerik (User Generated Content), yorum biçiminde ortaya çıkarak etkileşimi ve tartışmayı tetiklemektedir. Khan (2017: s.236) çalışmasında, YouTube gibi bugüne dek nispeten az çalışılmış bir platformun, Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı ile analiz edilebileceğini, böylelikle kullanıcıların neden bilgi paylaşımını tükettiklerini anlayabileceğimizi ileri sürmektedir.

YouTube ve Web Dizileri

Amerika’da 1990’larda dijital eğlencenin bir türü olarak ortaya çıkan web dizileri, seyircinin karakterler ile televizyonda olduğundan daha fazla yakınlaşmasını, hatta onlarla iletişime geçmesini sağlıyordu. Seyirci böylelikle aynı zamanda hikayeye de katılabilmekteydi. Monaghan (2017: s.2-3), bugüne dek web dizilerini dijital televizyonun biçimi olarak değerlendiren çok az çalışma olduğunu vurgulamaktadır. Her ne kadar web televizyonu geleneksel televizyon biçimleri ile ortak noktalar barındırsa da, web dizileri televizyonun üretip Internet üzerinden seyirciye dağıttığı içerik olarak tanımlanamaz. Anlatının kısa olmasıyla birlikte bu dizilerde farklı ölçülerde seriyallik ve karmaşa bulunur. Bu kısa anlatısal biçimlerinden dolayı web dizileri hayatın önemsiz anlarına bakış atabilir. Ayrıca web dizileri film veya televizyona göre daha ucuz ve daha kolay başlanılır işlerdir.

Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da dizisi tarafından bakıldığında, başlangıçta amatör ruhlu bir YouTube dizisi (web dizisi) iken sonraları abonelik sistemine dayanan BluTv internet televizyonuna transfer olduktan sonra bile dizinin fragmanları ve yan içerik olarak kabul edilen, oyuncular ile röportajlar, kamera arkası görüntüleri YouTube resmi kanalı ve kullanıcılar tarafından paylaşmaya devam etmiştir. Dolayısıyla, yoğun bir izleyici kesiminin sürekli dile getirmesine karşın BluTv her ne kadar bölümleri YouTube üzerinden yayınlamayı reddetmiş olsa da, yan içerik ile izleyiciyi kendine çekme stratejisi uygulamayı sürdürdü. Bu noktada dizi izleyicisi ve hayranlarının ikiye bölündüğünü söylemek yanlış olmayacaktır: Zaten izlemeye başladıkları ve bağ kurdukları dizi için abonelik ücretine katlananlar ve baştan ücretsiz olarak izleyebildikleri bir dizinin paralı platforma geçmesine karşı çıkıp diziyi izlemeyi bırakanlar. Burada üçüncü bir grup olarak, diziyi BluTv aboneliğine sahip olan tanıdıklarının şifresi ile izleyenleri saymak mümkün. Yine, YouTube yorumlarında açıkça görülen ve kendi kanallarına takipçi çekmek yoluyla diziyi izleme linki veren başka YouTuber’lar da bu çalışma boyunca gözlemlenmiştir.

Madden, Ruthven ve McMenemy çalışmalarında (2013: s.701-703) YouTube yorumlarını kategorilere bölerek analiz etmişlerdir. Bu kategoriler Bilgi, Tavsiye, Etkilenim, Fikir, Cevap, Kişisel Hislerin İfade Edilmesi, Genel Konuşma, Site Süreçleri, Video İçerik Açıklaması ve Cevap İçermeyen Yorumlar şeklinde sıralanmıştır. Bu kategorilerin alt kategorileri de mevcuttur. Burada, özellikle bizim çalışmamız açısından da önemli olabilecek Fikir kategorisi altında genel yorum, olumlu/olumsuz yorum, karışık yorum (bunlar olumlu veya olumsuz görüş ve duygularla ilişkilidir), hakaret, iltifat, eleştiri, anma, spekülasyon alt kategorileri dikkat çekmektedir. Sıfır Bir dizisi yorumları analiz bölümünde bu kategorilere tekrar değinilecektir.

Sıfır Bir Dizisi ve Kent İmajı

Bir şehrin imajı hakkındaki algıyı pek çok faktör etkiler: nüfusun özellikleri, politik gücü ve konumu, nüfusun büyüklüğü, suç oranı, sosyoekonomik statü ve iş durumu, şehirde bulunan ulusal kurumların sayısı ve niteliği, bulunduğu yer ve tarihi, turistik ve kültürel değeri, atmosferi, medyadaki yeri. Kimi zaman şehirlerin negatif imajları tarihsel kaynaklıdır (devam eden suç, işsizlik, ulusal ekonomiye az miktarda katkı gibi), kimi zaman da terör saldırıları ve doğal afetler negatif imajları beraberinde getirir. Ulusal ve uluslararası medya eğilimi yüzünden de şehirler genellikle olumsuz haberlerle ve kriz dönemlerinde anılırlar. Bütün bu olgulardan kaynaklı olumsuz şehir stereotiplerini değiştirmek oldukça zordur (Avraham, 2004: s.472).

Şehirleri bütünüyle hatırlamamız veya tek bir imaja sığdırmamız mümkün olmadığı için, şehirleri hatırlanabilir imajlarla ilişkilendiririz. Bu imajlar şehre dair temsillerdir (Smith, 2005: s.403).

Bir yerin imajını, insanların o yere dair sahip oldukları inanışlar, fikir ve izlenimler belirlemektedir. Burada imaj ve stereotip arasında ayırım yapmak gerekir: imaj kişisel, yani sübjektif olabilirken, stereotipler çoğunlukla genelleştirilmiş çarpık fikirlerdir; dolayısıyla toplumdaki bir kesim tarafından kabul görmüşlerdir. Bu fikirler medya ve eğlence endüstrisi tarafından güçlendirilirler. Olumsuz imajları olumluya çevirmek imkansız olmasa da, oldukça zordur (Gartner ve Kotler, 2004: s.50).

Ulusal medyadaki kent temsillerine ilişkin bir çalışma, her ulusal medyada 4 biçimde kent temsili olduğunu ortaya çıkarmıştır: 1) çok fazla negatif temsile sahip kentler, 2) negatif bir bağlamda yer almadıkça medya tarafından göz ardı edilen kentler, 3) olumlu temsil edilen kentler, 4) genellikle medyanın görmezden geldiği, ancak gördüğü zaman da olumlu gördüğü kentler (Avraham, 2000: s.364).

1990lı yıllardan itibaren, öncelikle tarıma dayalı sanayinin ve sonrasında diğer sanayi dallarının gelişmesiyle birlikte Adana, ticaret ve endüstri merkezi haline gelmiş ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden göç almaya başlamıştır. Özellikle 80 sonrasında Adana'ya göç edenler ile yerlisi arasında yerleşim alanlarının mekânsal farklılığı ortaya çıkmıştır. Bu dağılımda sosyo-ekonomik temelli kültür farkı etkili olmuştur. Şehir içinde ekonomik, toplumsal ve mekânsal ayrılmalar görülmektedir. Bu ayrılmalar kültürel farklılıklara yol açmaktadır (Sandal, 2008: s54).

Sıfır Bir Dizisi ve Şehir-Suç İlişkisi

1930lu yıllarda yaygınlaşmaya başlayan kriminoloji kuramlarıyla birlikte, şehir mekanındaki koşulların ve göçün suçu tetiklediği görüldü. Bu durum sinemanın, etnik çetelerin şehirlerde kontrolü ele geçirme çabaları üzerine yoğunlaşmasını beraberinde getirdi. Suç filmleri aynı zamanda artık gözden düşmüş kriminolojik kuramları yeniden dolaşıma sokmaktadır. (Lam, 2013: s.15).

Suç draması izleyenlerin cinsel saldırıdan, dövülmekten, bıçaklanıp vurulmaktan ve öldürülmekten, diğer insanlara göre daha fazla korktukları görülmüştür. Bir başka çalışma ise gerçeğe dayalı suç programlarının ve dizilerin sıkça izlenmesi ve bundan zevk alınmasının, cezalandırma davranışı ile ilgili olduğunu ileri sürmektedir. Bu noktada, izleyicilerin suç içerikli programları izledikten sonra gerçek dünyaya dair olumsuz bakış açısı geliştirdiklerini ve suça

karşı daha temkinli olduklarını ileri süren Gerbner ve diğerleri’nin çalışması ile olan benzerlikten söz etmek gerekir (Dowler, 2003: s.111).

Suç dizilerini izleme motivasyonlarını araştıran Brown ve diğerleri’nin çalışmasına göre suç dramalarını izlemek izleyiciler için rahatlamaya veya zaman geçirmeye yaramaktadır. Düzenli olarak izledikleri programlar olduğunu belirttikleri için, bunun anlamı suç draması izlemenin alışkanlık halini aldığı olabilir. Ayrıca merak giderme ve bilgi edinme gibi motivasyonlar da önemli değerdedir (Brown vd, 2012: s.54).

Yöntem

YouTube Yorumlarından Temaların Çıkarılması

Adana’nın bir mahallesinde yaşayan ve yasadışı işlere bulaşmış grupların arasındaki mücadeleyi anlatan “Sıfır Bir” kimilerine göre bir çete dizisidir. Güven (2017: s.152) dizinin bölümlerinin on milyon civarında kişi tarafından izlenmesini gerçekçiliğine ve bundan kaynaklı şiddet unsurlarının fazlalığına bağlamaktadır:

“Sıfır Bir’de işlenen suçlar gerçektir ve dolayısıyla hapse girmek, vurulmak, öldürülmek gibi sonuçları vardır. Bu gerçekler rahatsız edicilikleriyle de izleyicinin karşısına çıkarılmaktadır”

Diziye, değişen izleme alışkanlıklarının bir örneği olarak yaklaşan Kırık ve Çelebioğlu (2019: s.554-555), dizideki suça sürüklenmiş karakterlerin ve hayatların, gerçek hayatta da görülecek kadar gerçek olduğunu vurgulamaktadırlar. “Türkiye’de Yeni Medya ve TV Etkileşimi Bağlamında Değişen Dizi Anlayışı” isimli çalışmaya katılan 18-24 yaş aralığındaki kitlenin yüzde 82’si diziye izlediğini belirtmiştir. Çalışmanın ilginç bulgularından birisi, diziye izleyenlerin yüzde 42.7’sinin Cio karakterini kendilerine benzetmesidir. Bir başka önemli bulgu ise, diziye YouTube üzerinden izleyen kitlenin yüzde 71.9’unun, BluTV’ye gerçekleşen transferin ardından izlemeyi bırakmış olmalarıdır.

Dizinin seti gerçek mekanlardan oluşmaktadır. Oyuncular amatördür, kimi zaman çekimlere mahalle sakinleri de dahil olur. Mahalleyi etkisi altına almış, yasadışı işler yapan bir çete ile mücadele eden bir grup insanın öyküsü, aksiyon-drama türündedir. Teknik anlamda profesyonel bir iş olmasıyla birlikte, oyuncu performanslarının ve hikaye çizgisinin spontane görünümü izleyicide gerçeklik hissini uyandırmaktadır. Bunu, hikayenin belgesel anlatım geleneklerine yakınlıştırılmasına bağlamak mümkündür.

Suç dizilerinin/programlarının izlenme motivasyonları vakit öldürme, arkadaş çevresi ile paylaşımda bulunma (sosyalleşme) gibi sebepler olabileceği gibi, dizide/programda işlenenlerin gerçekçi etkisine bağlı olarak aynı zamanda suçun çözülmesi gibi konularda bilgi edinme amaçlı da olabilmektedir. Bu yönden bakıldığında Sıfır Bir dizisi başlangıcından itibaren “ne kadar gerçeği yansıttığı” konusunda eleştiriler almış; izleyiciler “gerçek” “gerçek değil” ikilemi arasında paylaşımlarda bulunmuşlardır. Dizinin YouTube üzerinden yayınlanan ilk bölümlerine dair yine YouTube’daki yorumlara bakıldığında, bir bıçağın saplanma şeklinin günlerce tartışıldığını görülmektedir.

Diziye dair dikkat çeken başka bir unsur, karakterlerin ve çetelerin özdeşleştirildiği Adana’nın mahallesidir. Suç kavramının medya tarafından belirli mekanlarla özdeşleştirilmesi ve sonuç olarak bunların stereotipleştirilmesi, sık rastlanan bir durumdur. Destinasyon imajı

Çalışmada kullanılacak örneklem, kota örnekleme ile belirlenmiştir. Evreni oluşturan YouTube videoları incelendikten sonra, önceden belirlenen tematik kategoriler bu video yorumlarında aranmış, temaların sıklığına ve etkileşime göre örnekleme oluşturan videolar seçilmiştir. Bu videolara yapılan kullanıcı yorumları YouTube verisi çekmek için Amsterdam Digital Methods Initiative tarafından geliştirilen bir araç olan YouTube Data Tools ile elde edilmiştir. Bu araç, yorumların tarihini, kullanıcı kimliklerini, yorumları ve varsa eklenen url gibi bilgileri .csv uzantılı bir dosya olarak sağlamakta ve analiz yapmaya imkan tanımaktadır. Sonraki aşama olan analiz aşamasında, belirlenen temalar yorumların içinde aranmış, bu tematik kategoriler arasındaki bağlantılar Wordtree ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Webometrics aracı ise bu yorumları yapan kullanıcılar arasındaki etkileşimi ortaya çıkarmak için kullanılmıştır. Son olarak, sosyal medyadaki kullanıcılar arasındaki bağlantıları, etkileşimi ve bu kullanıcıların oluşturdukları ağı görselleştirme imkanı veren Gephi aracı kullanılarak en yoğun etkileşimin hangi kelimeler veya kelime grupları etrafında olduğu sergilenmiştir. Bu ağ haritaları, kullanıcıların birbirlerine verdikleri cevapların görülmesi sayesinde geribildirim ve etkileşime dair ipuçları sağlamaktadır.

Dizi üzerinden yapılan YouTube yorumlarında öne çıkan “Adanalı” olma, “Adana’da yaşama”, “Adana’ya dışarıdan göç etmiş olma” gibi kavramlar, dizideki karakterler ile ilişkilendirilmiş, toplum genelinde negatif algıya yol açan bu kavramlar dizi üzerinden olumlanmaya çalışılmıştır. Bunların yanısıra, Wordtree programı ile yapılan kelime analizinde “Kürt”, “Doğulu”, “ıdam”, “Allahın adamı”, “suç/ceza”, “adam” gibi kelimelerin ve kelime gruplarının öne çıktığı görülmüştür.

Ekran Görüntüsü 1. Wordtree “Adana” ve ilişkili kelimeler.

Bu analiz, “Adanalı olmak” kavramına dizinin getirdikleri üzerinden yapılan tartışmaları göstermektedir. İzleyiciler bu tartışmada, dizinin aslında gerçek Adanalı kimliğini yansıtmadığını savunanlar ve bunu reddedenler şeklinde ikiye bölünmüştür. Burada dikkat çeken bir başka unsur da yukarıdaki literatür taramasında bahsedilen yorum kategorileridir. Diziye yönelik olumsuz ve olumlu duygu ifadelerinin yanı sıra, bilgi verme/bilgi paylaşımı/tavsiye/fikir ve cevap kategorileri yoğun bir şekilde görülmektedir.

Ekran Görüntüsü 2. “İdam” kelimesi ve ilişkili kelimeler.

“İdam gelsin”, “İdam zaten Allah’ın emri”, “İdam tesisleri yapmak lazım”, “İdam gelirse Adana nüfusu 200’e düşer” gibi ifadeler, aynı zamanda stereotipleştirilmiş Adana kentine doğrudan atıfta bulunmaktadır. Burada idam kavramının olumlu bir niteliğe büründürülmesi ve kullanıcıların bu tür bir eyleme yönelik tutumları, dikkat çekicidir. İdam eylemi ile Adana kentindeki suçlu nüfusun ilişkilendirilmesi, olumsuz kent imajına bir vurgu niteliğindedir.

Ekran Görüntüsü 3. Webometrics ile nod ilişkilerinin belirlenmesi.

Webometrics programı ile yapılan bu analizde, YouTube yorumlarını hangi kullanıcıların paylaştığı görülüyor. Bu kullanıcı yorumlarına yakından bakıldığında, boyutu en büyük node’ların (yuvarlak) en çok etkileşime sebep olduğunu söylemek mümkündür. Görselde “Adanali olmak” ve onun gerektirdikleri tartışılmaktadır. “Adalet sokakta” söylemi ise dikkat çekicidir.

Ekran Görüntüsü 4. “Allah” kelimesi ve ilişkili kelimeler.

Burada, Türkçe’de sitem amacıyla söylenen “Allah aşkına” ifadesinin, diziyi olumsuz eleştiren izleyiciler tarafından sıkça kullanılması dikkat çekicidir. Diğer bir deyişle bu ifade, “Allah’ın adaleti”ne inandıklarını belirten izleyiciler tarafından kullanılmıştır.

120

Ekran Görüntüsü 5. “Gerçek” kelimesi ve ilişkili kelimeler.

“Gerçek hayat böyle”, “Gerçek mafya işte bu”, “Gerçek dizi bu şekilde olur” gibi ifadeler dizinin gerçek hayatı yansıttığına inanan bir izleyici kesiminin varlığını ortaya koymaktadır. Diziyi sıkça veya düzenli olarak izleyenlerin yoğun bir şekilde başvurdukları bir ifade olarak gerçeklik kavramı dikkat çekmektedir. Adana’lı YouTube kullanıcıları ise bilgi verme amaçlı olarak, kimi zaman da kendilerine yönelik olumsuz ön yargıları yıkmak amacıyla bu yorumlara açıklama getirerek, etkileşimde bulunmaktadır. Bunu yaparken kullanıcıların nefret söylemi içeren ifadelerden kaçınmadığı göze çarpmaktadır.

neler beklediğini, dizi anlatısının ve diziye dair teknik özelliklerin izleme oranlarına sayısal olarak nasıl yansıdığını ortaya koymaktadır. Yüksek izleme oranlarına sahip, yüksek yorum sayısına sahip videolar, dizi anlatısının en fazla hangi yönleri ile (hangi temaları kullanarak) izleyici kitlesi oluşturduğuna dair önemli bilgileri bize sağlamaktadır. Bu çalışmanın ileriki aşamasında, izleyici kitlesinin kimliğine dair nicel ve nitel veri elde edilmesi ve bağlantılar kurulması mümkündür.

KAYNAKLAR

- Avraham, Eli. 2004. “Media Strategies for Improving an Unfavorable City Image.” *Cities* 21(6): 471-479.
- Avraham, Eli. 2000. “Cities and Their News Media Images.” *Cities* 17(5): 363-370.
- Brown, Darrin, Sharon Lauricella, Aziz Douai ve Arshia Zaidi. 2012. “Consuming Television Crime Drama: A Uses and Gratifications Approach.” *American Communication Journal* 14(1): 47-60.
- Dowler, Kenneth. 2003. “Media Consumption and Public Attitudes Toward Crime and Justice.” *Journal of Criminal Justice and Popular Culture* 10(2): 109-126.
- Gartner, David ve Philip Kotler. 2004. “How Can a Place Correct a Negative Image?” *Place Branding Vol 1*(1), 50-57.
- Güven, Ahmet. 2017. “Bir İnternet Dizisi Değerlendirmesi: Sıfır Bir’de Şiddet ve Gerçeklik.” *Marmara İletişim Dergisi Sayı 28*: 149-152.
- Khan, M. Laeeq. 2017. “Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube?” *Computers in Human Behavior* 66: 236-247.
- Kırık, Ali Murat ve Sabri Çelebioğlu. 2019. “Türkiye’de Yeni Medya ve TV Etkileşimi Bağlamında Değişen Dizi Anlayışı: Sıfır Bir Bir Zamanlar Adana’da Örneği.” *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 31: 517-562.
- Kim, Jin. 2012. “The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content.” *Media, Culture & Society* 34(1): 53-67.
- Lam, Anita. 2013. *Making Crime Television: Producing Entertaining Representations of Crime for Television Broadcast*. Oxon: Routledge.
- Monaghan, Whitney. 2017. “Starting From...Now and the web series to television crossover: an online revolution?” *Media International Australia* 00(0): 1-10.
- Madden, Amy, Ian Ruthven ve David McMenemy. 2013. “A classification scheme for content analyses of YouTube video comments. *Journal of Documentation*.” 69(5): 693-714.
- Sandal, Ersin Kaya. 2008. “Sosyo-Ekonomik Temelli Kültür Coğrafyası Açısından Bir İnceleme: Adana Örneği.” *Coğrafi Bilimler Dergisi* 6(1): 53-67.
- Smith, Andrew. 2005. “Conceptualizing City Image Change: The Re-Imaging of Barcelona.” *Tourism Geographies* 7(4): 398-423.
- Van Dijk, Jose. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.