

DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI TEKNİK ÖZELLİKLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNİN KULLANICI DENEYİMİNE ETKİSİ: NETFLIX ÖRNEĞİ

Türkan Öykü BÜYÜKÇELİKOK
Marmara Üniversitesi, Türkiye
tobuyukcelikok@gelisim.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-2735-0903>

Necmi Emel DİLMEN
Marmara Üniversitesi, Türkiye
edilmen@marmara.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-9050-1690>

<i>Atf</i>	Büyükcelikok, T. Ö., Dilmen N, E. (2024). "DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI TEKNİK ÖZELLİKLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNİN KULLANICI DENEYİMİNE ETKİSİ: NETFLIX ÖRNEĞİ". İletişim Çalışmaları Dergisi, 10 (3), 359-372
------------	---

Geliş tarihi / Received: 27.04.2024

Kabul tarihi / Accepted: 17.07.2024

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3005

ÖZ

Teknolojide yaşanan hızlı ilerlemeler ve buna bağlı olarak pek çok sektörün dijitalleşme çalışmaları medya ve yayıncılık alanını da etkilemektedir. Geleneksel yayıncılıktan farklı olarak internetin varlığı ve dijitalleşme etkisi ile ortaya çıkan dijital yayın platformları pek çok yeni özelliği beraberinde getirmiştir. Temelinde, sunduğu yeni teknik imkanlarla birlikte geleneksel medyadaki pasif izleyici kavramını aktif kullanıcı kavramıyla değiştiren dijital yayın platformları, platform kullanıcılarının platformdan elde ettiği deneyimi sürekli olarak yükseltmeyi hedeflemektedir. Bu amaçla platformda yer alan teknik özelliklerin çeşitliliği ve kullanılabilirliğinin sağlanması kullanıcı deneyimini yükseltmek için platformlar tarafından önemli görülmekte ve bu yönde çeşitli iyileştirme çalışmaları sürdürülmektedir. Buradan hareketle araştırma kapsamında dijital yayın platformlarında yer alan teknik özelliklerin platform kullanılabilirliği ve kullanıcı deneyimi ile ilişkisinin ortaya çıkartılması amaçlanmaktadır. Dünyada en fazla üye sayısına sahip ve Türkiye’de de faaliyet göstermeye başlayan ilk uluslararası dijital yayın platformu olan Netflix araştırma içerisinde örnek platform olarak belirlenmiştir. İçerik analizi yöntemiyle platformun kullanıcılarına sunmuş olduğu özel-

likler belirlenmiştir. Bu özellikler içerisinde yazılım, algoritma ve tasarım gibi teknik unsurları bünyesinde barındıran ara yüz tasarımları, öneri algoritmaları, kişiselleştirme, görsel tasarım ve aşırı- seri izleme özellikleri teknik özellikler başlığında sınıflandırılmıştır. Netflix platformunun belirlenen bu özelliklerin kullanılabilirlik temelinde kullanıcı deneyimine olan etkisinin ortaya konabilmesi için literatürde yer alan çeşitli ölçek çalışmalarının uyarlanmasıyla oluşturulan anket formu platform kullanıcıları tarafından yanıtlanmıştır. Platform üyesi 408 katılımcının yer aldığı araştırmada verileri Jamovi programında analiz edilmiş ve analiz sonucunda Netflix özelinde dijital yayın platformlarının kullanıcılarına sunduğu teknik özelliklerin kullanılabilirliği pozitif yönde etkilediği ayrıca kullanıcı deneyimi arttıkça kullanılabilirlik düzeyinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Yayın Platformları, Kullanılabilirlik, Kullanıcı Deneyimi, Netflix

THE EFFECT OF TECHNICAL FEATURES AND USABILITY OF DIGITAL BROADCASTING PLATFORMS ON USER EXPERIENCE: NETFLIX EXAMPLE

ABSTRACT

The rapid advances in technological developments and the digitalization efforts of many sectors accordingly affect the field of media and broadcasting. Unlike traditional broadcasting, digital broadcasting platforms, which emerged with the existence of the internet and the effect of digitalization, have brought many new features. Basically, digital broadcasting platforms, which replace the concept of passive viewer in traditional media with the concept of active user with the new technical opportunities they offer, aim to continuously improve the experience of platform users from the platform. For this purpose, the diversity and usability of the technical features on the platform are considered important by the platforms in order to increase the user experience and various interface improvement studies are carried out in this direction. In this context, the research aims to reveal the relationship between the technical features of digital broadcasting platforms and platform usability and user experience. For this purpose, Netflix, which has the highest number of members in the world and is the first digital streaming platform to start operating in Turkey, has been determined as the sample platform in the research. The effects of interface designs, recommendation algorithms, personalization and binge-watching technical features offered to the user on the Netflix platform on the user experience on the basis of usability were revealed with the data obtained by the survey method. In the study, which included 408 platform

member participants, it was concluded that the technical features offered by digital streaming platforms to their users positively affect usability, and that the level of usability increases as the user experience increases.

Keywords: *Digital Broadcast Platforms, Usability, User Experience, Netflix*

GİRİŞ

Dijital yayın platformları tarafından kullanıcıya sunulan tüm bu özelliklerin ana hedefinin kullanıcı deneyiminin sağlanması olduğu söylenebilmektedir. Kullanıcı deneyiminin sağlanmasının yollarından biri kullanıcının beklentilerin karşılanmasına yönelik olarak, kullanıcıya sunulan teknik özelliklerin iyileştirilmesiyle mümkün olabilmektedir.

Kullanıcının platformu tanıdığı ilk alan ara yüz ve görsel tasarımlarıdır. Ara yüzler ağ bağlantılarına dayanan, çeşitli teknik ve tasarım özelliklerine göre değişiklik gösterebilen ve kullanıcının kontrolüyle de düzenlenebilen tasarımlardır (Weld, ve diğerleri, 2003). Kullanıcının platformu kullanılabilir bulması ara yüz tasarımının kolay ve anlaşılır tasarlanmasına bağlıdır. Ara yüz tasarımlarının en iyi şekilde gerçekleştirilerek kullanıcıya iyi bir deneyim sunulması hedefiyle platformla çeşitli kişiselleştirme çalışmalarını da yürütmektedir. Kullanıcıların platformla etkileşim seviyesinin artırılması, ara yüzü dilediğinde düzenleyebilmesi, kendi kişisel tercihlerine göre platformu uyarlayabilmesi olarak ifade edilebilen kişiselleştirme kavramı (Sundar & Marathe, 2010, s. 300-301) sayesinde kullanıcı tüm kontrolün kendisinde olduğunu hissederek iyi bir deneyim elde edebilmektedir. Kullanılabilirlik düzeyi ve kullanıcı deneyimine etki edebileceği düşünülen bir diğer teknik özellik öneri algoritmalarıdır. Büyük veri ve yapay zekâ algoritmalarının desteğiyle platform kullanıcısının istek, zevk ve beğenilerin en iyi şekilde analiz edilerek kullanıcılara kişisel beğenilerine göre içerik önerilerinin sunulması yani öneri algoritmalarının etkin kullanımı; kullanıcının platformu daha fazla benimsemesi, kendisi için uygun bulması ve iyi bir deneyim alanı oluşturabilmesini sağlayabilmektedir. Öte yandan dijital yayın platformları içeriklerin bölümleri tüm sezon olarak platforma yüklemesi yeni bir izleme alanı yaratarak binge-watching yani aşırı-seri izleme kavramını doğurmaktadır. Tüm sezon bölümlerinin ya da birkaç bölümün ara vermeksizin art arda izlenmesine dayanan bu özellik sayesinde kullanıcıların platformda geçirdiği zaman artmakta ve böylece platformdan elde edilen deneyim düzeyinin de yükselmesi beklenmektedir.

Araştırma kapsamında dijital yayın ve içerik platformu olan Netflix'in kullanıcılarına sunmuş olduğu bahsi geçen teknik özelliklerin kullanılabilirlik temelinde kullanıcı deneyimine olan etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Platform teknik özelliklerinin platform kullanılabilirliğine, platformun kullanıcı tarafından

algılanan kullanılabilirlik düzeyinin de kullanıcı deneyimine olan etkisi incelenerek araştırma kapsamında sonuçlar ortaya çıkarılmıştır.

Netflix Platformunun Teknik Özellikleri

Dijital yayın platformu olarak tıpkı diğer platformlar gibi Netflix'in de kullanıcılarına platform içerisinde sunduğu ilk özellik ara yüz tasarımlarıdır. Ara yüz tasarımı temelde menü ve menü içeriklerinin yerleşimleri, içeriklerin görselleştirilmesi, sayfalar arası geçiş, arama bulma deneyimi vb. bağlantılar arasındaki etkileşim ve uyumlu tasarımı ifade etmektedir. Platformda oluşturulan ara yüz ve görsel tasarım özelliği kapsamında kullanıcılara intro ve introyu atlama, menü tasarımları, arama bulma deneyimi, içerik kategorileri, içerikleri beğenme ya da beğenmeme butonları, içerikleri durdurma, indirilebilir içerikler, içeriği ileri-geri alma, yavaş ya da hızlı izleme, alt yazı değişikliği sağlama, dublajlı izleme, arka fon renkleri ayarlama, yazı tipi boyutu belirleyebilme gibi çeşitli özellikler sunulmakta ve bu özellikler kullanıcı beklentileri doğrultusunda yenilenebilmektedir. Platform kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimi düzeyini arttırmak için oluşturduğu tüm ara yüz ve görsel tasarımlarının kullanıcılar tarafından kullanılmasıyla kullanıcı hareketlerinden çeşitli veriler elde etmekte ve böylece bu veriler sayesinde kullanıcıların beğenebileceği içerikleri daha isabetli bir şekilde onlara daha kolay sunabilmektedir. (Netflix, 2024). Kullanıcılardan elde ettiği büyük miktarda veriye sahip olan Netflix platformu büyük veri analizini ve yapay zekâ algoritmalarını en iyi şekilde kullanmaya çalışmaktadır. Platformun büyük veriyi en fazla kullandığı özelliklerin başında kişiselleştirilmiş öneri algoritmaları gelmektedir. Kullanıcıların platform içerisinde harcadıkları zaman, platforma giriş yapılan cihaz, izleme geçmişleri vb. bilgiler depolanmakta ve öneri algoritmasının geliştirilmesi için kullanılmaktadır. (Netflix, 2024). Büyük veri, yapay zekâ ve makine öğrenmesi iş birliği ile çalışan Netflix öneri algoritması hiper kişiselleştirme yani doğrudan kişi için ve kişiye özel şekilde önerilerin oluşturulmasını sağlayabilmektedir (Abbott & Minasian, 2020).

Geleneksel yayıncılıkta içerik akışları içeriğin en fazla bir bölüm olarak belirlenen gün ve saatte haftalık olarak yayınlanmasına dayanmaktadır. Ancak dijital yayın içeriklerinde bu durum platformlar tarafından kullanıcılara sunulan yeni bir teknik özellik olarak karşımıza çıkan yeni izleme pratiği binge watching ile farklılaşmaktadır. Binge-watching izleme pratiği ile kullanıcı çevrimiçi veya indirilebilir içeriklerde çevrimdışı olarak yer ve zamandan bağımsız olarak istediği içeriğe erişerek içeriğin yayınlanan tüm bölümlerini art arda ve tekrar tekrar izleyebilmektedir. Kullanıcıların beğenisini kazanacak ve ilgisini çekecek içerik üretimlerinin sağlanmasının ardından kullanıcılara bu içerikler tüm bölümler ya da bir sezon içerisinde yer alan bütün bölümler halinde platformda sunulmaktadır. Kullanıcı kendi ilgi ve beğenisine göre herhangi bir içeriğe erişim sağlayıp izlemeye başladıktan sonra bölüm bitişinin ardından platform ara yüzü tarafından

otomatik olarak bir sonraki bölüm içeriğine yönlendirilmektedir. Böylelikle kullanıcı art arda ve uzun süreli içerik tüketimi yaparak platformda daha uzun süre zaman geçirebilmektedir.

Kullanılabilirlik ve Kullanıcı Deneyimi

Kullanılabilirlik kavramı International Standarts Organization (ISO) Türkçe karşılığıyla Uluslararası Standartlar Örgütü tarafından çeşitli kullanım nedenleri bağlamında etkililik, verimlilik ve memnuniyet temelinde istenilen amaca ulaşma olarak tanımlanmaktadır (ISO, 1998). Kullanılabilirlik kavramını onaylı ve ölçülebilir olarak ifade eden ilk kişi olan Shackel, Harvey ve Stanton aktarımlarıyla kullanılabilirliği, kolaylık ve etkili kullanıma dayalı işlevsel özellik olarak kabul etmektedir (Harvey & Stanton, 2013, s. 19). Kullanılabilirlikle ilgili tüm tasarımların hedefinde kullanıcı deneyiminin sağlanması ya da pekiştirilmesi yer almaktadır. Kullanıcı deneyimi Nielsen tarafından kullanıcılar için en doğru, uygun ve uygulanabilir yazılımları tasarlamaktır (Nielsen, 1993). Günümüzde gelişen uygulama ve platformların özellikleri çerçevesinde sadece yazılım odağında değil en doğru, uygun ve uygulanabilir tüm teknik özellikler, ara yüz tasarımları, kullanılan algoritmalar, yayın içerikleri vb. özelliklerin tümü kullanıcı deneyimini etkilediği söylenebilmektedir. Bir diğer tanımlamayla kullanıcı deneyimi ilgili uygulamanın kullanıcısıyla olan etkileşimindeki tüm çıktıların birleşimi olarak tanımlanırken (Kuniavsky, 2010), Hassenzahl (2008) kullanıcı deneyimi tanımını kullanıcıların uygulama ya da platformla etkileşime girmesi ve bu etkileşim sonucunda belirli algıya sahip olması, davranışta bulunması, kendine fayda sağlaması ve ihtiyacını gidermesi olarak ifade ederek kullanıcı deneyiminin subjektif yönünü ortaya çıkararak kullanıcıdan kullanıcıya farklılık gösterebileceğini vurgulamaktadır.

Yazılım ve teknik özelliklerin, ara yüz tasarımlarının, içerik üretim süreçlerinin tamamının bu amaca hizmet eder şekilde kurgulanması kullanıcı deneyiminin sağlanmasında önemli ölçütlerdendir. Platform kullanımından elde edilecek olan kullanıcı deneyimi için; kullanıcının sistemden beklentilerini karşılaması, sistemin kullanıcıya kullanım kolaylığını vermesi, anlaşılır ara yüz tasarımlarının var olması ve platformda geniş içerik çeşitliliğine erişilebilir olması gerekmektedir. Ayrıca geliştirilip iyileştirilecek olan kullanıcı deneyimi çalışmalarında kullanıcıların bireyselliği, sosyokültürel ve sosyoekonomik düzeyleri, duyu durumları, platform kullanım motivasyonları gibi etkiler göz ardı edilmemelidir. Özetle kullanılabilirlik temelinde ilerleyen kullanıcı deneyimi kavramının kullanıcıların beklentilerini en üst düzeyde karşılayacak şekilde oluşturulması gerekirken, kullanıcıların kişisel özelliklerinin varlığının kullanıcı deneyimi sonuçlarını etkileyebileceği ön görülebilmelidir.

Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Araştırma kapsamında geleneksel yayıncılığın aksine kullanıcı odaklı yayıncılık ve dijital yeniliklerini bünyesinde barındıran dijital yayın platformlarından Netflix'in kullanıcılara sunduğu ara yüz, öneri algoritması, kişiselleştirme, görsel tasarım ve aşırı-seri izleme özellikleriyle temellenen teknik özelliklerinin kullanılabilirlik düzeyine bağlı olarak kullanıcı deneyimine olan etkilerinin belirlenmesi hedeflenmektedir. Bu kapsamda araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H1: Netflix platformunun teknik özellikleri platform kullanılabilirliğini pozitif yönde etkilemektedir.

H2: Netflix platformunun kullanılabilirliği kullanıcı deneyimini pozitif yönde etkilemektedir.

Araştırmanın Yöntemi ve Ölçeklerin Uyarlanması

Çalışma Marmara Üniversitesi rektörlüğü, sosyal bilimler araştırma ve yayın etiği kurulunun, 24.01.2024 tarihli sayı 2024-9 ve 21.02.2024 protokol nolu araştırma izni ile gerçekleştirilmiştir.

Netflix platformunun kullanıcıya sunmuş olduğu tüm özellikler genel çerçevede içerik analizi yöntemiyle belirlenmiş, teknik donanım, yazılım, algoritma ve tasarımla temellenen ara yüz, öneri algoritması, kişiselleştirme, görsel tasarım ve yeni izleme pratiği özelliği olarak aşırı- seri izleme özellikleri ayrıştırılarak teknik özellikler başlığı altında toplanmıştır. Belirlenen özelliklerin kullanılabilirliğe ve platformun kullanılabilirlik düzeyinin kullanıcı deneyimine olan etkisi çeşitli ölçeklere ait boyutlar ve değişkenlerinden uyarlanarak araştırma sorularıyla analiz edilmiştir. İlgili ölçeklerin çalışma amacı kapsamında uyarlanarak katılımcılara anket formu halinde iletilmesiyle 408 platform kullanıcısının katılımıyla ilgili veriler toplanmıştır. Veriler Jamovi paket programıyla analiz edilmiştir. Anket sadece Netflix platformu kullanıcılarına yönelik olduğu için ilk soru sonrasında platform üyesi olmayan katılımcılar için anket sonlandırılmıştır. Ankette beşli likert tipi ölçek kullanılırken, 1'den 5'e kesinlikle katılmıyorum ve kesinlikle katılıyorum ifadeleriyle tasarlanmıştır.

Bu kapsamda platformda sunulan ara yüz özelliklerinin ölçülebilmesi için; Li (2013) ve Özmen (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda "İçerik" boyutu başlığı altında kurgulanan değişkenler, uzman görüşmeleri ve gerçekleştirilen pilot grup çalışması neticesinde "Ara Yüz Özellikleri" boyutu kapsamında araştırmanın soru formuna uyarlanmıştır. Kişiselleştirme özelliğinin ölçülebilmesi için; Türkçeleştirme ve uyarlama çalışmaları neticesinde Kim ve Son (2009) ve Wan, Lu, Wang, Zhao (2017) çalışmalarında kullanılan "Kişiselleştirme" boyutundaki değişkenler ele alınmıştır. Öneri algoritması özelliğinin ölçülebilmesi için; Tan

ve Hornik (2014) ve Hasan, Jha, Liu (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarından uyarlanarak “Önerilerin Kullanımı” olarak araştırmanın soru formuna uyarlanmıştır. Çakmak, Güneş, Çiftçi ve Üstündağ (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada “Tasarım” boyutu değişkenleri, uzman görüşmeleri ve gerçekleştirilen pilot grup çalışması neticesinde “Görsel Tasarım” boyutu kapsamında araştırmanın soru formunda yer almaktadır. Loaber, Reiter, Averbek, Harbarth ve Brand (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada “Binge Watching Effects Scale” ölçeğinde yer alan “Loss of Control” boyutu uzman görüşmeleri ve gerçekleştirilen pilot grup çalışması neticesinde çalışma kapsamında uyarlanmasıyla “Aşırı ve Seri İzleme” özelliği için ilgili boyut ve değişkenler oluşturulmuştur. Çakmak, Güneş, Çiftçi ve Üstündağ (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada “Erişim Kolaylığı” olarak geçen boyut uzman görüşü ve gerçekleştirilen pilot grup görüşmeleri sonrasında çalışma amacı ve katılımcı algısına daha uygun olması açısından “Erişim Kolaylığı-Kullanılabilirlik” şeklinde uyarlanmıştır. Aynı şekilde literatürde yer alan çalışmada “Kullanım Kolaylığı” olarak geçen boyut uzman görüşü ve pilot grup görüşmeleri sonrasında ilgili bu çalışma amacı ve katılımcı algısına daha uygun olması açısından “Kullanılabilirlik- Kullanım Kolaylığı” şeklinde uyarlanmıştır. Son olarak çalışma kapsamında Lau ve Lee (1999) tarafından literatüre kazandırılan “Consumers’ Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty” çalışmasındaki Brand Competence (Marka Yetkinliği) boyutundaki tüm değişkenler ve Satisfaction with the Brand (Marka Memnuniyeti) boyundaki değişkenler, çalışmanın içeriği ve soru içeriklerine daha uygun olması hedefiyle uzman görüşleri ve pilot grup görüşmeleri neticesinde “Kullanıcı Deneyimi” boyutunda değerlendirilmiştir. Ele alınan değişkenlerin tamamına Netflix ifadesi eklenerek araştırmada kullanılmıştır. Tüm faktörler dil ve anlatım açısından platform kullanıcısı algısı ve çalışma hedefine uygun bir şekilde güncellenmiştir.

Araştırma kapsamında gerekli etik kurul izni Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırma Etik Kurulu’ndan 27 Şubat 2024 tarihli 2024-9 sayılı karar kapsamında alınmıştır.

Verilerin Analizi ve Araştırma Bulguları

Çalışmalarda yer alan soru grupları arasındaki ilişkilerle ilgili sonuçların anlamlandırarak sadeleştirilmiş halde ortaya konulmasını sağlayan çoklu ifadelerin analizi faktör analizi olarak tanımlanmaktadır (Kurtuluş, 1996). Tablo 1’de dijital yayın platformu Netflix’in kullanıcılarına sunmuş olduğu teknik özellikleri kapsamındaki değişkenler için belirlenen ifadelerin boyutlandırılmasıyla ilgili faktör analizi sonuçları gösterilmektedir. Faktör analizine göre değişkenler beş farklı başlıkta boyutlandırılmıştır.

Tablo 1

Araştırma Değişkenlerinin Faktör Yükleri

Ara Yüz Özellikleri	Faktör Yüğü
Netflix izlerim çünkü içeriği durdurma, ileri-geri alma özelliğini kullanırım	0,779
Netflix izlerim çünkü reklamsız izleme özelliği hoşuma gider	0,743
Netflix izlerim çünkü izlemeyi durdurduktan sonra kaldığım yerden devam edebilirim.	0.730
Netflix izlerim çünkü izlenecek içeriklerin listesini özgürce oluşturabilirim	0.638
Netflix izlerim çünkü introyu (jenerik) atla özelliğini kullanırım.	0.634
Netflix izlerim çünkü üyeliğimi istediğim zaman iptal edebilirim.	0.566
Netflix izlerim çünkü indirme özelliğini kullanarak içerikleri çevrimdışı izleyebilirim.	0.374
Kişiselleştirme	Faktör Yüğü
Netflix'i ihtiyaçlarımı karşılayacak şekilde uyarlarım.	0.678
Netflix'i istediğim şekilde kullanırım	0.665
Netflix'in sunduğu özellikleri kullanım tarzıma uyacak şekilde seçebilirim.	0.650
Önerilerin Kullanımı	Faktör Yüğü
Netflix izleyeceğim içerikler konusunda beni yönlendirip yeni içerikler sunduğu için çoğunlukla önerilerden yararlanırım.	0.862
Netflix'te izleyeceğim içerikleri seçmeme yardımcı olması için çoğunlukla önerilerden yararlanırım.	0.848
Netflix izleyeceğim içerikler konusunda beni yönlendirip benzer içerikleri bulmam konusunda zaman kazandırdığı için çoğunlukla önerilerden yararlanırım	0.826
Netflix'te izleyeceğim içerikleri elememe yardımcı olması için çoğunlukla önerilerden yararlanırım.	0.795
Netflix izleyeceğim içerikler konusunda beni yönlendirip trend ve popüler içerikleri sunduğu için çoğunlukla önerilerden yararlanırım	0.690
Netflix'te izlediğim bir içerik sonrasında önerilen içerikleri çoğunlukla izlerim.	0.625

Görsel Tasarım	Faktör Yüğü
Netflix'te arka plan- metin renk uyumu okumayı kolaylaştırır	0.831
Netflix'teki yazı tipi ve büyüklüğü okumayı kolaylaştırır	0.826
Netflix'te kullanılan yazı tipleri tutarlıdır	0.823
Netflix'teki arka plan renkleri okumayı kolaylaştırır.	0.821
Netflix'te sayfaların ekrandaki yerleşimleri uygundur	0.786
Netflix'te yer alan metinlerin hizalamaları tutarlıdır	0.780
Netflix'te sayfaların yerleşimi tutarlıdır	0.753
Netflix izlerim çünkü interaktif (etkileşimli) içerikleri izleyebilirim.**	0.397
Aşırı- Seri İzleme	Faktör Yüğü
Netflix'te bir bölümü izledikten sonra genellikle planlanmamış başka bir bölüm de izlerim	0.763
Netflix izlemeye bir kez başladığım zaman bölümleri izlemeyi neredeyse bırakamam.	0.702
Netflix'te bir bölümün sonunda diğer bölümü izleme isteği duyarım	0.687
Netflix'te çoğunlukla planladığımdan daha fazla bölüm izlerim	0.616
Erişim Kolaylığı- Kullanılabilirlik	Faktör Yüğü
Netflix farklı tarayıcı ve bağlantılarda aynı şekilde ve sorunsuz çalışır.	0.845
Netflix bağlantıları sorunsuz çalışır	0.831
Netflix farklı ekran çözünürlüklerinde aynı şekilde ve sorunsuz çalışır.	0.716
Netflix uygulaması hızlı yüklenir.	0.616
Kullanım Kolaylığı- Kullanılabilirlik	Faktör Yüğü
Netflix kullanımını öğrenmek çok zaman alır. ^a	0.909
Netflix'i kullanırken teknik desteğe ihtiyaç duyarım. ^a	0.882
Netflix uygulamasını karmaşık bulurum. ^a	0.850
Netflix'te içeriği henüz tamamlanmamış sayfa ve sayfalar vardır. ^a	0.730
Kullanıcı Deneyimi- Marka Deneyimi	Faktör Yüğü
Netflix diğer markalara göre daha etkilidir.	0.845
Netflix diğer markalardan daha iyi performans gösterir.	0.844

Netflix kullanıcı ihtiyaçlarını diğer markalara göre daha iyi karşılar	0.833
Netflix görevini diğer markalara göre daha iyi yerine getirir	0.820
Netflix kendi alanında en iyisidir	0.761
Olumsuz Kullanıcı Deneyimi	Faktör Yüğü
Netflix'i satın alma kararım konusunda kendimi kötü hissediyorum. ^a	0.919
Netflix düşündüğüm kadar iyi sonuç vermedi. ^a	0.777
Diğer markaların çoğu Netflix'ten daha iyidir. ^a	0.552
Olumlu Kullanıcı Deneyimi	Faktör Yüğü
Netflix'i kullanmaktan gerçekten keyif alırım	0.745
Netflix'i kullanmak iyi bir deneyim	0.650
Netflix'i satın alma kararımdan memnunum	0.557

Netflix izlerim çünkü interaktif (etkileşimli) içerikleri izleyebilirim ifadesi çalışmanın ilk aşamasında *Ara Yüz Özellikleri* boyutu değişkeni olarak ele alınırken katılımcı yanıtları ve algısı sonucunda faktör analizi sonuçları neticesinde *Görsel Tasarım* boyutunda yer almıştır. Ayrıca *Kullanım Kolaylığı- Kullanılabilirlik* ve *Olumsuz Kullanıcı Deneyimi* boyutunda yer alan tüm ifadelerin analizi ters kod ile tamamlanmıştır.

Çalışma kapsamında katılımcılara yöneltilen demografik veriler ve belirlenen hipotezler kapsamında uygulanan analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılan Netflix platformu kullanıcı katılımcıların %52,7'si erkekler, %47,3'ünü kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan Netflix platformu kullanıcı katılımcıların %30,1'i 26-34, %21,3'ü 35-43, %20,3'ü 18-25, %14,5'i 44-52, %7,8'i 61 ve üzeri, %5,9'u 53-60 yaşlarındadır. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımına ilişkin veriler Tablo 15'te sunulmaktadır. Araştırmaya katılan Netflix platformu kullanıcı katılımcıların %39,2'si lisans mezunu, %25,7'si lisansüstü mezunu, 16,4'ü ön lisans/ lisans öğrencisi, 7,4'ü lisans öğrencisi, 6,1'i lise mezunu ve 5,1'i ön lisans mezunu olduğunu ifade etmiştir. Tablo 16'te katılımcıların eğitim seviyelerine ilişkin dağılım sunulmaktadır. Araştırma hipotezleri kapsamında gerçekleştirilen analizler şu şekilde sonuçlanmıştır:

H1: Netflix'in teknik özellikleri kullanılabilirliği pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 2
H1 Sonuçları

		Teknik Özellikler	Kullanılabilirlik
Teknik Özellikler	Spearman's rho	—	
	<u>df</u>	—	
	<u>p-value</u>	—	
Kullanılabilirlik	Spearman's rho	0,109*	—
	<u>df</u>	407	—
	<u>p-value</u>	0,028	—

Note. * $p \leq ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Analiz sonuçlarına göre p değeri 0,028 değerinde bulunmuş ve bu değer $p < ,05$ değerinden küçük olması sonucuyla hipotezin kabul edildiği söylenebilmektedir. İki değişken arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Böylece, Netflix'te kullanıcıya sunulan ara yüz tasarımı, kişiselleştirme, öneri algoritması, görsel tasarım ve aşırı-seri izleme ile temellenen teknik özelliklerin platform kullanılabilirliğini pozitif yönde etkilediği yorumu yapılabilmektedir. Teknik özelliklerin kullanıcıda kabulü ve kullanımı ne kadar artarsa kullanıcı tarafından algılanan platforma ait kullanılabilirlik düzeyinin de artış eğiliminde olabileceği söylenebilmektedir.

H2: Kullanılabilirlik, kullanıcı deneyimini pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 3
H2 Sonuçları

		Kullanılabilirlik	Kullanıcı Deneyimi
Kullanılabilirlik	Spearman's rho	—	
	<u>df</u>	—	
	<u>p-value</u>	—	
Kullanıcı Deneyimi	Spearman's rho	0,171***	—
	<u>df</u>	407	—
	<u>p-value</u>	$\leq ,001$	—

Note. * $p \leq ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Analiz sonucuna göre p değerinin $<,001$ olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda iki değişken arasında pozitif yönlü bir etki olduğu söylenebilmektedir. Analizden elde edilene verilere göre, Netflix platformu kullanıcıları için platform kullanımından sağlanan deneyim düzeyi arttıkça, platformun kullanılabilirlik düzeyinin de arttığı ifade edilebilmektedir. Buna göre, platform tarafından ilgili özelliklerin desteklenerek kullanıcı deneyimi performansının iyileştirilmesi ve kullanıcıya daha iyi bir deneyim sağlanabilmesiyle kullanılabilirlik düzeyi algısının da pozitif yönde gelişebileceği düşünülebilmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Dijital yayın platformları, özellikleri ve hitap ettikleri hedef kitlelerin beklentileri doğrultusunda kullanıcı odaklı tasarım ve içeriklerin oluşturulmasına önem vermektedir. Buradan hareketle dijital yayın platformlarının ana hedefinin kullanıcı deneyimini iyileştirerek platform kullanıcısının platformdan aldığı verimi ve kullanım memnuniyetini arttırmak olduğu söylenebilmektedir.

İlgili platformlar için kullanıcı deneyimini sağlamanın yolları arasında platformun kullanılabilirlik düzeyini arttırmak yer almaktadır. Kullanılabilirlik düzeyinin artırılması kullanıcının platformdaki arama bulma deneyiminin iyileştirilmesi, platform ara yüz ve görsel tasarımları ile platformda sunulan yazılım ve algoritma temelli özelliklerin kullanıcı tarafından kolay ve rahat işlem yapılabilir olarak kabul edilmesinden geçmektedir.

Dijital yayın platformu olarak Netflix kullanılabilir düzeyini iyileştirmek ve kullanıcı deneyiminin artırılmasını sağlamak için kullanıcıya yazılım, tasarım ve algoritma temelli çeşitli özellikler sunmaktadır. Araştırma kapsamında bu özellikler Netflix platformu çerçevesinde yapılan içerik analizi sonucunda ara yüz ve görsel tasarımlar, kişiselleştirme ve kişiselleştirilmiş öneri algoritmaları ile platformda sunulan bir diğer özellik olarak yeni izleme pratiğine dayalı aşırı ve seri izleme pratiği olarak belirlenmiştir. Araştırmanın Verilerin Analizi ve Araştırma Bulguları başlığında da görülebileceği gibi belirtilen ifadelerin Netflix kullanıcılarına yöneltilmesi ile araştırma verileri elde edilmiştir.

Araştırma sonucuna göre Netflix kullanıcısı için Netflix'in; ara yüz ve görsel tasarım, kişiselleştirme ve kişiselleştirilmiş öneri algoritmaları ile aşırı seri izleme özelliği temelinde kullanıcıya sunduğu teknik özelliklerin varlığı ve işlevselliği platform kullanılabilirlik düzeyini etkilemektedir. Netflix'in teknik özellikleri ile platformun kullanılabilirlik düzeyi arasından pozitif yönlü ilişkinin tespiti nedeniyle iki durumun arasında paralel bir artış eğilimi olduğu söylenebilir. Yani, platformda sunulan teknik özelliklerin kullanıcı ihtiyacını karşılaması, bu özellikler sayesinde platformun kullanıcı için daha kolay ve zahmetsiz işlem yapılabilir bir mecra haline dönüşmesinin sağlanması ile kullanıcılar platformu daha fazla kullanılabilir bulabilmektedir. Teknik özelliklerin kullanıcı ihtiyacını en iyi

şekilde karşılması, kullanıcının platform işlemlerini daha kolay hale getirmesi ile özelliklerin kullanıcıdaki kabulü ve kullanımı ne kadar benimsenir ve artarsa platforma ait kullanılabilirlik algısının da aynı ölçüde artacağı ön görülmektedir. Dolayısıyla Netflix platformu örneğinde dijital yayın platformlarının teknik ve algoritma alt yapılarına yapacakları yatırımlarla platformları olabilecek en işlevsel ve zahmetsiz forma kavuşturarak platformlarının kullanılabilirlik düzeyini arttırabilecekleri söylenebilmektedir.

Araştırmanın bir diğer sonucu Netflix platformunun kullanılabilirliği ve kullanıcı deneyimi düzeyi arasında elde edilmiştir. Buna göre Netflix platformunun kullanılabilirliği ve kullanıcı deneyimi arasında pozitif etki bulunmuştur. Yani kullanıcının platformdan elde ettiği deneyimin arttırılması kullanılabilirlik düzeyinin arttırılmasına bağlı görülebilmektedir. Netflix platformunda kullanıcıya sunulan ve deneyim elde edebileceği tüm özelliklerin iyileştirilmesi ve aktif kullanımının sağlanması sayesinde kullanıcı platformu daha işlevsel bulmakta ve bu da platformun kullanılabilir özellikleri taşıdığı algısını oluşturabilmektedir.

Araştırma neticesinde Netflix platformu özelinde platformda sunulan yazılım, tasarım ve algoritma ile temellenen teknik özelliklerin kullanıcıya en kolay ve zahmetsiz tasarımlarla sunulması, platformun kullanımının ve platform dolaşımının kullanıcı tarafından basit bulunması beraberinde platformun kullanılabilir bulunmasının da önünü açabilmektedir. Çeşitli özelliklerin kullanımı ile kullanıcının platform içerisinde en iyi kullanım deneyimini elde edebilmekte ve bu durum sayesinde de platform daha fazla kullanılabilir bulunmaktadır. Dolayısıyla tüm bu özelliklerin birbirini desteklediği, en iyi kullanıcı deneyimini sağlayabilmenin yolunun platform özelliklerinin kullanılabilirlik ilkesi çerçevesinde güncellenerek geliştirilmesine dayandığı söylenebilmektedir.

KAYNAKÇA

Abbott, J., & Minasian, P. (2020). The modern retailer imperative. <https://www.tcs.com/content/dam/tcs/pdf/dss/insights/the-modern-retailer-imperative.pdf> adresinden alındı.

Harvey, C., & Stanton, A. (2013). Usability evaluation for in-vehicle systems. London: CRC Press.

Hasan, R., Jha, A., & Liu, Y. (2018). Excessive use of online video streaming services: Impact of recommender system use, psychological factors, and motives. *Computers in Human Behavior*, 220-228.

Hassenzahl, M. (2008). User experience (UX): Towards an experiential perspective on product quality. 20th International Conference of Association Francophone d'Interaction Homme Machine, 11-15. Metz, France.

International Organization for Standardization. (1998). ISO 9241-11: Ergonomic

requirements for office work with visual display terminals (VDTs) – Part 11: Guidance on usability. <https://www.iso.org/standard/16883.html> adresinden alındı.

Kılıç Çakmak, E., Güneş, E., Çiftçi, S., & Üstündağ, M. T. (2011). Web sitesi kullanılabilirlik ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik, güvenilirlik analizi ve uygulama sonuçları. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 31-40.

Kim, S., & Son, J. (2009). Out of dedication or constraint? A dual model of post-adoption phenomena and its empirical test in the context of online services. *Management Information Systems Research Center*, 33(1).

Kuniavsky, M. (2010). *Smart things: Ubiquitous computing user experience design*. Amsterdam: Morgan Kaufmann Publisher.

Kurtuluş, K. (1996). *Pazarlama araştırmaları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Lau, G., & Lee, S. (1999). Brand loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 341-370.

Li, N. S. (2013). *Gratifications obtained from television shows on Internet TV and conventional TV*. Iowa: Iowa State University Ames.

Loeber, S., Reiter, T., Averbeck, H., Harbarth, L., & Brand, M. (2020). Binge-watching behaviour: The role of impulsivity and depressive symptoms. *European Addiction Research*, 14-150.

Netflix. (2024). Netflix. <https://www.netflix.com> adresinden alındı.

Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.

Özmen, İ. (2020). *Dijital platformların kullanımlar ve doyumlar bağlamında alınması: Netflix ve Blu TV Örneği (Yüksek Lisans Tezi)*. Elâzığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.

Sundar, S., & Marathe, S. (2010). Personalization versus customization: The importance of agency, privacy, and power usage. *Human Communication Research*, 298-322.

Tan, A., & Hornik, R. (2014). Measuring exposure to direct-to-consumer advertising: A validation study in the context of cancer-related treatment advertising. *Communication Methods and Measures*, 52-78.

Wan, J., Lu, Y., Wang, B., & Zhao, L. (2017). How attachment influences users' willingness to donate to content creators in social media: A socio-technical systems perspective. *Information & Management*, 837-850.

Weld, D., Anderson, C., Domingos, P., Etzioni, O., Gajos, K., Lau, T., & Wolfman, S. (2003). Automatically personalizing user interfaces. *Proceedings of the International Joint Conference on Artificial Intelligence (IJCAI03)*. Acapulco.