

Dijital Platform İçeriklerinde Sunulan Farklı Cinsel Yönelimlerin Gençler Üzerindeki Etkisi: Netflix Örneği

Exploring the Impacts of Different Sexual Orientations Displayed in Digital Platforms on the Young: The Case of Netflix

Dilek ULUSAL  Nargis ÖZGEN 

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 29.03.2023 ■ Kabul Accepted: 15.05.2023

ÖZ

21. yüzyılın dijital teknolojisi medya alanında da önemli değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu değişimin öncüsü internet medyasıdır. İnternet medyası sayesinde günümüzde iletişim uluslararası bir boyut kazanmıştır. Medyanın dijitalleşmesi ile birlikte internet ortamında çeşitli sosyal medya platformları oluşturulmuş ve böylece kitleler dünya üzerinde her türlü bilgi, haber ve içeriğe anında erişim sağlayabilmiş ve sağlamaya da devam etmektedir. Dijital medyanın sağladığı bu içerikler arasında dizi ve filmler önemli bir yer tutmaktadır. Son dönemlerin en popüler dijital dizi ve film izleme platformlarından biri Netflix'tir. Netflix sunduğu içeriklerle tüm dünyada geniş kitlelere anında ulaşabilmektedir. Dijital medya platformlarının izler kitle üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, bu etkinin çok büyük boyutlarda olduğu gözlenmektedir. Son dönemlerde Netflix'in içeriklerinin birçoğunda eşcinsel karakterlere ve onların ilişkilerine yer verildiği görülmektedir. Bu bağlamda, Netflix'in tüm dünya üzerinde cinsiyet ayrımlarını kaldırmayı amaçladığı ve cinsiyetsizleştirme politikası uyguladığı anlaşılmaktadır. Netflix'i daha çok genç kitlelerin takip ettiği düşünülerek bu çalışmada, gençler üzerinden bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı, Netflix içeriklerinin gençler üzerindeki etkilerini ve küresel ideolojiye hizmet eden Netflix'in sunduğu içeriklerle tüm dünyada yaymaya çalıştığı cinsiyetsizleştirme politikalarını gençlerin nasıl yorumladıklarını ortaya koymaktır. Çalışmada, medya ve etki araştırmalarında en çok tercih edilen yöntemler arasında yer alan alımlama analizi kullanılmıştır. Derinlemesine mülakat tekniğinin kullanıldığı bu çalışmada, gençlerin eşcinselliğin tüm dünya üzerinde meşrulaştırılmaya çalışıldığının bilincinde oldukları ve bu içeriklere yönelik kodaçımını daha çok müzakareli bir biçimde gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Platform, Kitle İletişim Araçları, İletişim, Netflix, Cinsiyetsizleştirme.

ABSTRACT

The digital technology of our age has also led to significant transformations in media, and the internet media has become the locomotive of this transformation, making communication international. The digitalization of the media has given birth to social media platforms, enabling the masses to access all kinds of information, news, and content instantly across the world. Series and movies occupy a significant place in digital media content. Netflix has recently become a leading digital TV series and movie-watching platform and can now instantly reach large audiences worldwide thanks to its content. Digital media platforms have enormous impacts on the audience. In this sense, much of Netflix's content includes LGBTI+ characters and their relationships, which may imply that Netflix aims to remove gender-based division and implement a desexualization policy. Given that Netflix is mostly followed by the young, we focused on the subject through the young; thus, the present study aimed to reveal the impacts of Netflix content on the young and how they perceive its desexualization policy that Netflix attempts to spread across the world. In the study, we utilized reception analysis, one of the most adopted methods in media and impact research, and an in-depth interview technique. The findings revealed that the participants are well aware that homosexuality is targeted to be legitimated worldwide and that they usually negotiate on the decoding for Netflix content.

Keywords: Digital Platform, Mass Media, Communication, Netflix, Desexualization.

Giriş

Günümüzde kitle iletişim araçlarının dijitalleşmesi, dünyanın küresel bir köye dönüşme sürecini hızlandırmıştır. Bu süreçte kitle iletişim araçlarının uluslararası bir boyut kazanması ile birlikte medyanın sahiplik yapısı değişmiş ve uluslararası medya, batılı emperyalist güçlerin egemenliği altına girmiştir. Kitle iletişim araçlarının dijital teknolojiye geçtiği günümüzde, uluslararası arenada hizmet veren kapitalist medya şirketleri içeriklerini oluştururken dünya piyasasında kar elde etmeyi planlamaktadır. Kadioğlu'na göre, medya kuruluşları, kamuoyu oluşturma, tutum, davranış ve düşünceleri manipüle etme gücünü ticari çıkarları için de kullanabilmektedir. Küresel kapitalist sistemin devamlılığını sağlayan "tüketim" üzerinde medyanın çok büyük etkisi olduğu görülmektedir (Kadioğlu, 2014: 23). Bu bağlamda, Netflix gibi dünyaca ünlü dijital medya platformlarının yayınlacakları içerikleri belirlerken kâr amacı güttükleri, dizi ve filmlerindeki karakterleri, tüketim unsuru olarak küresel ideolojiye hizmet edecek şekilde tasarladıkları söylenebilir.

Günümüzün en popüler dijital dizi ve film izleme platformu Netflix'in sunduğu içeriklerle dünya üzerinde çok geniş kitlelere anında ulaştığı görülmektedir. Dijital platformların takipçi kitle üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, bu platformların izleyiciye sunduğu hizmeti sadece dizi ve film olarak düşünmemek, aynı zamanda bu içeriklerin altında yatan gizli anlamları da sorgulamak gerekir. Günümüzde Netflix'in izleyicilere sunduğu içeriklerin; psikolojik, sosyolojik ve ekonomik etkilerinin yadsınamaz bir boyutta olduğu görülmektedir. Değişen ve gelişen dünyada kitle iletişim araçlarının bu değişimin ve gelişimin yönünü ve kapsamını belirlediği bilinen bir gerçektir. Günümüzde dijital medyanın bu gelişim ve değişim sürecinde etkin bir rol oynadığı görülmektedir. Netflix, bu yönüyle dijital platformların kitleler üzerindeki etkisinin ne denli hızlı ve derinden olduğunu bize göstermektedir. Netflix'i daha çok gençlerin takip ettiği düşünüldüğünde, sunulan içeriklerin gençler üzerinde daha yoğun bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda çalışma, Netflix içeriklerinin gençler üzerindeki etkilerini ve

gençlerin küresel ideolojiye hizmet eden Netflix'in sunduğu içeriklerle tüm dünyada yaymaya çalıştığı cinsiyetsizleştirme politikalarını nasıl yorumladıklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan ve medya-etki araştırmalarında sıkça başvurulan "alımlama analizi" yöntem olarak kullanılmıştır. Çalışma bireylerin cinsel eğilimlerini irdelememekte, söz konusu dijital platformun cinsiyetsizleştirme politikasının gençler üzerindeki etkisini değerlendirmektedir. Çalışma, Kırıkkale Üniversitesi Kırıkkale Meslek Yüksekokulu Radyo Televizyon Programcılığı öğrencileri arasından amaçlı örneklem yoluyla belirlenen 20 öğrenci ile derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Küresel Dünyada Medyanın Dönüşümü

Küreselleşme, günümüzde ekonomik, siyasal, kültürel vs. alanların yeniden inşasında ve bu alanların uluslararası boyut kazanmasında etkili olan bir sistemdir. Dünya üzerinde küreselleşme hareketleri ile birlikte ekonomi, politika, kültür gibi alanlarda ülkeler arasındaki ilişkiler yaygınlaşmış ve bu alanlara ilişkin kutuplaşmalar giderek azalmıştır. Bu dönemde toplumların kendilerine özgü kültür, inanç ve değerleri dünya genelinde daha tanınır hale gelmiş ve ülkeler arasındaki ilişkiler artmıştır. Küreselleşmeyle ilgili olarak birçok araştırmacının birbirinden farklı tanımlamalar yaptığı görülmektedir. Giddens'e göre küreselleşme, bireyler, uluslar ve bölgeler arasında karşılıklı bağımlılığın artmasıdır. Bu bağımlılık sadece ekonomik bağımlılık anlamına gelmez, aynı zamanda hızlı ve evrensel iletişimi, politik ve kültürel boyutları da içerir (Giddens, 2007: 4). Thompson'a göre küreselleşme, dünyanın farklı bölümleri arasında karşılıklı bağımlılıkların gelişimini ifade eder, aynı zamanda küreselleşme, etkileşim ve karşılıklı bağımlılığın karmaşık formlarına da yol açan bir süreçtir. Robertson'a göre ise küreselleşme kavramı, hem dünyanın sıkışmasını hem de bir bütün olarak dünya bilincinin yoğunlaşmasını ifade eder. Buradan da anlaşılacağı üzere Giddens küreselleşmeyi, daha çok sosyal ilişkilerin yoğunlaşması, Thompson, etkileşim ve bağımlılığın artması, Robertson ise,

bir bütün olarak dünyanın bilincinin yoğunlaşması olarak nitelendirmektedir (Rantanen, 2005: 6-7). Wallerstein, dünya üzerindeki birliği, 'modern dünya sistemi' ve 'kapitalist dünya-ekonomi' olarak isimlendirir. Küresel düzeydeki ilişkileri, ekonomik yarar arayışıyla ifade etmektedir. Bu nedenle, 'modern dünya-sistemi' bir 'kapitalist dünya-ekonomisidir' (Özyurt, 2012: 41). Erdoğan'a göre küreselleşme, günümüz koşulları altında, özellikle güç ve iletişim ilişkilerinin dünya üzerinde yayılması, zaman ve yerin daraltılması ve sosyal ilişkilerin yeniden biçimlendirilmesi anlamına gelmektedir. Küreselleşmenin gelişiminde hızlı pazar değişimi, özelleştirme, deregülasyon, merkezîyetçiliğin yerini adem-i merkezîyetçiliğin alması, uluslararası firmaların büyümesi, bilgi ve eğlence teknolojilerinin yeniden şekillenmesi, özellikle iletişim alanında uydu teknolojilerinin kullanılması, dijital teknolojinin siyasal ve ekonomik pazar mekanizmalarının egemen bir parçası haline gelmesi, kültürel içeriklerin emtialaşması ve hızlı yayılımı etkili olmuştur (Erdoğan, 2000: 272).

Küreselleşmeyi tarihsel süreç içerisindeki gelişimi bağlamında değerlendirecek olursak; öncelikle küresel sistemin temelini 19. yüzyılın sonunda gerçekleşen Sanayi Devrimi'ne dayandığını söyleyebiliriz. Sanayi Devrimi ile birlikte 20. yüzyılda önce Avrupa'da daha sonra tüm dünyada mekanik üretime geçilmiş ve toprakta üretim yerini makinelik üretime bırakmıştır. Bu dönemde dünya genelinde gelişim gösteren mekanik üretim teknolojileri sayesinde ekonomik ve kültürel şebekeler gelişmiş ve hız kazanmış, bu sayede ulusal sınırlar zaman içerisinde ortadan kalkmaya başlamıştır. Bayar'a göre, 19. yüzyılın sonunda başlayan küreselleşme hareketleri günümüze kadar üç farklı evreye ayrılmıştır. 19. yüzyılın sonundan 1914'lere kadar olan ilk evrede küreselleşme, daha çok ekonomik alanda etkili olmuştur. Bu dönemde uluslararası düzeyde ticaretin önü açılmış ve ekonomik piyasalarda küreselleşme hareketleri baş göstermiştir. 1914'lerden 1945-50'lere kadar süren ikinci evrede ise, I. ve II. Dünya Savaşı, Dünya Ekonomik Bunalımı gibi önemli olaylar yaşanmış ve bu olaylar küreselleşme hareketlerini sektöre uğramıştır. Küreselleşmenin bu evresinde

siyasi açıdan aşırı milliyetçilik, ekonomik açıdan ise korumacılık ve ülkelerin kendi içlerine dönmesi gibi eğilimler baş göstermiştir. 1950 sonrası dönemde ise küreselleşme hareketleri önemli ölçüde hız kazanmıştır. 1980 sonrasında ise küreselleşmenin demografik, kültürel ve çevresel boyutları da dünya gündemindeki yerini almıştır (Bayar, 2008: 26). Akıner ve Küngerü'ye göre, özellikle 1980'lerden itibaren teknolojik gelişmelerin hızlanması ile birlikte hem insanlar hem de ürün ve bilgi sınırlararası, sınırötesi dolaşıma geçmiş, ekonomik açıdan ise sermaye ulus-ötesi özellik kazanmıştır. Bu dönemde dünya genelinde mal, sermaye ve emek akışkanlığı artmış ve bunun sonucunda ülkeler arasında ekonomik ilişkiler yaygınlaşmıştır (2015: 134-135). Buna göre ekonomik küreselleşmenin temelini sermayenin kendini yeniden üretme çabalarında aramak gerekmektedir. Teknoloji ise bu çabanın kısa zamanda başarıya ulaşmasında aracı rolü üstlenmiştir (Aytekin, 2013: 126). Ekonomik yapıdaki bu değişimin yanı sıra küreselleşme kültürel alanları da etkilemiştir. Mutlu'ya göre, kültürel küreselleşmenin temelinde, dünya genelinde değiş tokuş, seyahat ve etkileşimin daha hızlı, daha yaygın ve daha özgür şekillerine olanak veren iletişim teknolojilerinin ve medya şebekelerinin yattığı görülmektedir (Mutlu, 2008: 204). Bu bağlamda kültürün küreselleşmesinde iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte bilginin hızlı dolaşımının etkili olduğu söylenebilir. Bu sayede bilgi, çabuk üretilen ve hemen tüketilen bir özellik kazanarak popüler kültürün bir parçası haline gelmektedir. Bu dönemde bilgi ve sermayenin bir arada olması, tüm dünya toplumlarının düşünce ve yaşam tarzlarının birbirine benzediği küresel (tek-tip) bir kültürün oluşmasına yol açmıştır. Bu bağlamda günümüzde küresel birbirine bağlılığın yoğunluğu, küresel akışların kapsamı ve hızı konusunda medya ve iletişimin rolünün önemli olduğunu belirtmek gerekir. Bayar'a göre, çağdaş küreselleşmenin tetikleyicileri arasında son yıllarda çok hızlı gelişen iletişim teknolojileri yer almaktadır. İletişim teknolojilerindeki bu gelişme literatüre "Üçüncü Sanayi Devrimi" olarak geçmiştir. Bu dönemde iletişim alanında

uydu teknolojilerinden ve bilginin işlenmesi, depolanması ve iletilmesinde dijital ortamlardan yararlanılmıştır. Bununla birlikte kitle iletişim araçlarının üretim ve kullanım maliyetlerindeki düşüş ile birlikte iletişimde küreselleşme süreci daha kolay ve hızlı gerçekleşmiştir (Bayar, 2008: 29). Erdoğan ve Alemdar'a göre, küreselleşmenin hız kazandığı günümüz dünyasında medya sermayesi ve firmaları da küreselleşmiştir. Bu dönemde medya ürünleri materyal yapısı ve ideolojisiyle küresel olurken, hikayesi ve diliyle küreselin eşitsizliğine vurgu yaparak ulusal olanı destekler gibi görünmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 416). Yaşamın her açıdan küresel hale geldiği günümüz dünyasında medya kuruluşlarının küresel sistemden kendilerini uzak tutarak ulusal çizgide devam edebilmeleri pek mümkün olamamaktadır.

İletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmeler Marshall McLuhan'ın da belirttiği gibi dünyayı küresel bir köy haline dönüştürmüştür. İletişim alanında bilimsel çalışmalar yapan Kanadalı McLuhan, "Küresel köy" kavramını, 1960'larda dünyada elektronik iletişimin hız kazanması üzerine ortaya atmıştır. Küreselleşme olarak isimlendirilen bu yeni dönem, dünyayı bir çeşit köy haline getirirken çok sayıda köklü değişikliğin de önünü açmıştır. Bu dönemde, elektronik iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar ülkeleri birbirine yakınlaştırmış ve ülkeler, ekonomik, kültürel, siyasal açıdan birbirlerine benzemeye başlamışlardır. Bu değişimin yanı sıra medya sektöründe sahiplik yapısında da değişim meydana gelmiş, böylelikle medyanın küresel kontrolü yalnızca birkaç dev medya şirketinin eline geçmiştir (Varol, 2017: 400). Medyanın hızlı gelişimine öncülük eden bir diğer gelişme ise dijital teknolojidir. Günümüz dünyasında geleneksel medya yerini dijital medyaya bırakmıştır. Dijital medya, bilgisayar ve internet teknolojisiyle birlikte kitle iletişim alanına damgasını vurmuştur. Bu teknoloji sayesinde kitle iletişim araçları "yeni medya" olarak dönüşmüştür. Günümüz dünyasında internet teknolojisinin hızlı gelişimi medyanın çok yönlü bir alan haline gelmesine zemin hazırlamıştır. Son yıllarda internet ortamında birçok sosyal medya platformu oluşturulmuş ve bu platformlar sayesinde

dünyanın her yerinden insanlar birbirleriyle anında iletişim kurabilmiştir. Bu gibi olumlu gelişmelerin yanı sıra, internet ve sosyal medya, günümüzde popüler kültürün en fazla üretildiği alan haline gelmiştir. Akıner ve Küngerü'ye göre, günümüz dünyasında yaygın olarak kullanılan sosyal medya, küresel ideolojinin kodlarını taşıyan en önemli araç olma özelliğine sahiptir (Akıner ve Küngerü, 2015: 134). Bu bağlamda, dünyanın küreselleşmesi sonucu medyanın da uluslararası bir boyut kazanarak küresel hale geldiği, uluslararası medyanın ise hem küresel güçlerin hem de küresel güçlere hizmet eden popüler içeriklerin üretimi ve iletimi aşamalarında etkili olduğu söylenebilir. Böylece, dünya genelinde medya kuruluşlarına kimlerin sahip olduğu ve medya içeriklerinin nasıl şekillendiği önemli hale gelmektedir.

Bir Dijital Medya Platformu Olarak "Netflix"

Günümüzde dijital medyanın temelleri 19. yüzyılda icat edilen hesap makinelerine dayanmaktadır (Athique, 2013). Dijital medya, internet ağı aracılığıyla dünyanın her yerine bir bağlantı üzerinden ulaşabilen bir sistem olarak küreselleşme sürecindeki en önemli iletişim aracı olma özelliğine sahiptir. Bu önem, hızlı haber alma ve dünyanın birbirine en uzak yerlerinde gerçekleşen olayları anında öğrenebilmekten kaynaklanmaktadır. Dijitalleşme sürecinde haberler sosyal medya platformları olarak bilinen dijital medya kanalları üzerinden tüm dünyaya duyurulmaktadır. Dijital medyaya örnek olarak, online gazeteler, dergiler vb. yayınlar, dizi-film platformları, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter gibi sosyal medya platformları gösterilebilir.

Dewdney vd., "dijital medya nedir?" sorusuna, bazı tanımların sadece bilgisayar teknolojilerini öncül aldığını, bazı tanımların ise teknolojinin kullanıldığı kültürel biçimleri ve bağlamları vurguladığını savunur. Dewdney vd., göre ise, dijital medya, teknolojik gelişmelerden, kültürel biçimlerden ve kavramlardan sonra üçüncü bir söylem olarak ortaya çıkmaktadır. Bu da kültürel anlayıştır. Onlara göre kültürel anlayış, kullanıcının ne yaptığını bildiren aktif ve şekillendirici bir dizi fikri ve bu fikirlerin altında yatan teorileri ve ait

oldukları yeri içeren daha geniş bir kavramdır (Dewdney vd., 2013: 9). Buradan da anlaşılacağı üzere teknolojik gelişmelerin tek başına dijital medya için yeterli bir tanım olmadığı, teknolojiyle birlikte onu kullanan kültürün de tanımlamaya dahil edilmesi gerekmektedir. Zira Dewdney vd., bu konuda kültürel anlayıştan bahsederek dijital medyanın kullanıcılarının hareketlerini ölçebilen ve değerlendirip temellendiren bu davranışların kültürel alt yapısını çıkaran daha komplike bir sistemden bahsetmektedir. Bu bağlamda dijital medyanın toplumsal yapı, toplum ve dünya (yakın ve uzak toplumsal yapılar) üçgeninde bir çember oluşturan küresel bir veri alış-veriş platformu olduğu söylenebilir.

1970 ve 80'li yılların en popüler kitle iletişim aracı olarak televizyon gösterilebilir. 90'lı yıllardan günümüze kadar olan süreçte ise internet yeni bir kitle iletişim aracı olarak hayatımıza girmiş, kısa süre içerisinde ise dünya üzerinde en çok tercih edilen kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Söğüt'e göre, internetin günümüzde en popüler kitle iletişim aracı olarak kabul görmesinde, hipermetinsellik, etkileşim, kitlesizleştirme, eşzamanlılık gibi özellikleri yer almaktadır. İnternetin sahip olduğu bu özellikler sayesinde geleneksel kitle iletişim araçları da dijital yayıncılığa doğru kaymaya başlamıştır. Bu dönüşüm sürecinden diğer kitle iletişim araçları gibi televizyonda nasibini almıştır. Günümüzde televizyon yalnızca TV alıcısı üzerinden değil, bilgisayar ve mobil cihazlar üzerinden de izlenebilmektedir. Bu dönemde VOD, OTT, WebTV, IPTV gibi yeni dijital hizmetler sayesinde sadece internet üzerinden yayın yapan dijital televizyon kanalları kurulmaya başlamıştır (Söğüt, 2020: 409). Bu bağlamda Netflix de, dizi ve film yayınlayan dijital bir platform olarak yeni nesil televizyon yayıncılığının en önemli küresel temsilcisi olarak nitelendirilebilir.

Netflix, kurulduğu yıllardan bugüne kadar günümüzün teknolojik gelişmelerine paralel olarak ilerlemiş ve kendini devamlı olarak yenilemiş bir yapım şirkettir. Netflix, 1997 yılında Kaliforniya'da Reed Hastings ve Marc Randolph tarafından kurulmuştur (Ulukan, 2018). 1997 yılında kurulan Netflix DVD kiralama ve satışı amacıyla kurulmuştur. 2007 yılına gelindiğinde

Netflix, internet teknolojilerinin olanaklarını kullanarak, video akış hizmeti vasıtasıyla kullanıcılarına internet üzerinden film izleme imkânı sunmuştur. Netflix, 2010 yılında ilk olarak Kanada, daha sonra Latin Amerika ve Karayipler'e açılarak, uluslararası düzeyde hizmet vermeye başlamıştır. 2012 yılından bu yana Netflix, dünya üzerinde film ve diziler için hem yapımçı hem de dağıtımçı olarak etkin rol üstlenmiştir. Netflix, günümüzde ücretli abonelik sistemi ile hizmet veren küresel bir yapım şirketi olarak faaliyet göstermektedir. Netflix'in bu hizmeti sayesinde aboneler, dizi ve filmlerden oluşan çok geniş bir arşive internet üzerinden anında ulaşabilmektedir. Bu arşiv içerisinde Netflix'in kendi yapımı olan film ve diziler de bulunmaktadır. 2020'nin Nisan ayı itibarıyla Netflix'in dünya üzerinde 193 milyon abonesi bulunmaktadır (Netflix, 2023).

Günümüz dijital platformları arasında oldukça popüler olan Netflix özellikle gençler tarafından sıkça kullanılmaktadır. Netflix aboneleri internet bağlantılarının olduğu her yerde ve her türlü mobil cihazda Netflix içeriklerini takip edebilmektedir. Bu özelliği sayesinde zaman, mekân olmaksızın bireylerin içeriklere kolay ulaşımı bu gibi platformları cazip kılmaktadır. Bu hızlı ve kolay erişim bilgi çağının bir özelliği olsa da egemen kültürün propagandası olarak da karşımıza çıkabilmektedir ve hatta çoğu zaman gerek geleneksel medya gerek dijital medya olsun bu şekilde ilerlemektedir. Küreselleşme dalgası sonrası dijital medya gücü elinde bulunduranlar tarafından finansa edilmekte veya direkt olarak yönetilmektedir. Bu da daha geniş coğrafyalar üzerinde belli bir egemen gücün, kültürün ve yapının etki etmek istediği konularda içerik üretip pazarlamasına olanak sağlamaktadır. Netflix de bu platformlardan biri olarak bazı ideolojileri, hareketleri yapımlarında öncüllemektedir. Netflix'in yayın stratejisi de bu amaç etrafında bir pazarlama anlayışına dayanmaktadır. Netflix, yerel kültürleri ve toplumsal talepleri de yayınladıkları ülkeye göre şekillendirerek yayıncılık içerisinde kendine büyük bir pazar yaratmıştır.

Netflix'in Cinsiyetsizleştirme Politikası

Toplumların siyasal, ekonomik, kültürel hareketleri açısından birbirlerine yaklaşmaları ve bu toplumların ilişkilerinden ortaya çıkan bir uluslararası bütünleşme süreci şeklinde ifade edebileceğimiz küreselleşme, internet teknolojilerinin yaygınlık kazanması ile kendisine, günümüzde büyük bir yaşam alanı edinmiştir. Bu sayede toplumların cinsiyete ilişkin yaklaşımları değişmiş ve dünya genelinde cinsiyete yönelik bakış açısı birbirine benzemeye başlamıştır. Bu bakış açısına göre kadın-erkek arasındaki farklılık giderek belirsiz hale gelmiştir.

Toplumsal cinsiyet kavramı özünde biyolojik temelli bir ayrıma işaret etmesine rağmen bu kavramın psikolojik ve toplumsal bakımdan değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Toplumsal cinsiyetin, toplumsal ve psikolojik temellerinin inşasında medyanın önemli bir rolü vardır. 20.yy'da elektronik, 21.yy'da ise dijital kitle iletişim araçlarının icadı dünya üzerinde toplumsal cinsiyet rollerinin değişiminde etkili olmuştur. 20.yy'da sinema, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının icadı dünya üzerinde modern toplumların oluşumuna zemin hazırlamıştır. İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve iletişimin dijitalleşmesi ile birlikte modernizm bir sonraki aşaması olan postmodernizme evrilmiştir. Bu değişim, toplumsal cinsiyet rollerinin değişimini de beraberinde getirmiştir. Kellner, modern dönemde toplumsal cinsiyet kimliklerinin devingen, kişisel, çok katmanlı, değişime ve yeniliklere açık hale geldiğini savunur. Modernlik sürekli bir devinim, değişme, devrilme ve yenilik sürecini içerdiği için cinsiyet kimliklerinin mutlak sabitliği mümkün değildir (Kellner, 2001). Toplumsal cinsiyet kimliklerine ilişkin modern dönemdeki bu devinim ve değişim postmodern dönemde daha da hızlanmıştır. Küçük'e göre postmodernizm, cinsiyetlerin iç içe geçtiği bir dönemi temsil etmektedir (transpolitik, transeksüel, transestetik). Bu dönemde cinsiyete ilişkin kimlikler, imge ve semboller üzerine kurulu olan tüketim kültürü içerisinde yeniden üretilir. Bu üretim sürecinde özellikle internet ve sosyal medya platformlarının önemi büyüktür. Günümüzde cinsiyet kimlikleri neoliberal ekonomik sistem içerisinde oluşturulmaktadır. Bu oluşum içerisinde

kadın ya da erkek fark etmeksizin beden, tüketimin en önemli unsuru olarak sunulmaktadır (Küçük, 2011). Öztürk'e göre beden, iktidar pratiğinin her daim gözde bir parçası olmuştur (Öztürk, 2012: 41). Foucault, kapitalizmin siyasal yaşam alanında biyo-iktidar biçiminde nitelendirilen yeni bir alan yarattığını ve beden, bu yeni alan içerisinde söylemsel olarak üretildiğini savunur (Foucault, 2010: 104).

Tüm dünyada insanların yaşam ve ilişki biçimlerini etkileyen ve dönüştüren dijital medya, çok kısa bir sürede kendi insan modelini yaratmıştır. Bu bireyler, dijital yerliler olarak nitelendirilmektedir. Dijital yerliler, internet aracılığıyla bir ağa bağlanarak dijital kültürün bir parçası haline gelirler. Bu kavram özellikle "Z Kuşağı" olarak adlandırılan genç kitleler için kullanılmaktadır. Bu kitleler sosyal medyada oluşan siber kültüre ait görgü kuralları, davranış ve ilişki biçimlerine göre yaşam sürmektedirler. Snider, Netflix gibi dijital medya platformlarını takip eden kişilerin, izledikleri dizi ve filmler sonucu edindikleri deneyimlerle, sosyal ilişkilere yönelik tutumlarını, inançlarını ve düşüncelerini değiştirdiklerini savunur. Günümüzde çoğu televizyon dizilerine Netflix gibi akış hizmetleri üzerinden ulaşılabilirdiği için izleyicilerin anlatıya ulaşımı art arda izleyerek hızlandırılmaktadır (Snider, 2016: 117). Böylelikle, izleyicilerin sosyal hayata ve sosyal ilişkilere bakış açıları değişmekte, sosyal hayat ve ilişkiler dijital platformların oluşturduğu sanal gerçeklik dünyası içerisinde şekillenmektedir.

Günümüzün dijital medyası özellikle ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel yapıları yoğun bir biçimde etkilemektedir. Ölçekçi'ye göre, bu süreçte üretimden tüketime, iş ve meslek tanımlarına kadar her konuda değişimin yaşandığı ekonomik yapıların yanında, insanların gündelik yaşam biçimleri ve düşünce tarzlarını içeren toplumsal ve kültürel yapıları da dönüşüme uğramıştır (Ölçekçi, 2020: 148). Bu bağlamda ekonomik ve kültürel yapıların dijitalleşmesi, uluslararası dolaşıma girmesi, her çeşit mal ve sermayenin dolaşımındaki kolaylık dünya üzerinde küreselleşmenin hızlanmasına zemin hazırlamıştır. Günümüz dijital medya platformları yeni yaşam biçimleri sunan dijital kültürün hızla yaygınlaşmasını sağlamıştır. Küresel güçler egemenlikleri altında bulunan dijital

medya aracılığıyla hem kültürel değerlerini hem de ticari ürünlerini dünya üzerinde pazarlamayı hedeflemektedir. Buna göre de yeni cinsiyetçi yaklaşımlar geliştirirler. Buradaki asıl amaç cinsiyet ayrımı gözetmeden daha fazla tükettirebilmektir. Küresel güçler cinsiyetçi ayrımları ortadan kaldırarak seri tüketimi teşvik etmeyi amaçlarlar. Bu doğrultuda çağın iletişim aracı olan dijital medya platformlarını sıklıkla kullanırlar. Netflix de bu platformlar içerisinde en popüler olanıdır.

Son yıllarda dünya üzerinde en çok takip edilen dijital platform Netflix, küresel güçlerin cinsiyetsizleştirme politikasını sunduğu içerikleri ile desteklemektedir. Ticari bir site olan Netflix, postmodernizmin sunduğu kültürel etkiyi kullanarak bireylerin özgürlüklerini, gündelik yaşam biçimlerini, ifade tarzlarını vurgulayarak içerik pazarlayan kapitalist sisteme hizmet eden bir platform olma özelliğine sahiptir. Bu doğrultuda Netflix'in küreselleşmenin, postmodernizmin izinde ilerleyerek dünya üzerinde dijital bir kültür yaratmayı ve bu kültürün ürünlerini dünya genelinde pazarlamayı hedeflediği görülmektedir. Bu kültürel değişim içerisinde geleneksel dönemin keskin cinsiyetçi ayrımlarını ortadan kaldırmak ve cinsiyet kimliklerini birleşik hale getirmek söz konusudur. Netflix'in neoliberal politikaları ve bu politikaların postmodern kültürün elverişli ortamından faydalanması; queer, feminizm ve LGBTIQ+ hareketinin gelişimi ve postmodern altyapısı birlikte düşünüldüğünde çıkar gruplarının farklılıkları piyasa odaklı sömürüp, tüketim odaklı bir yaşam şeklini oluşturmayı amaçlamaktadır. Ticari amaçlı bir platform olan Netflix'in LGBTIQ+ söylemleri, postmodernizmin cinsiyet kimlikleri açısından çok sesliliği ve farklılıkları temsil etme amacından sapmıştır (Maden, 2020: 82). Bu bağlamda Netflix'in, postmodernizmin neoliberal politikalarına uygun kültürel zemin oluşturduğu, LGBTIQ+ söylemleriyle tüketim amaçlı eşcinsel kültürü pazarlayabilmek için yeni bir yaşam şekli yarattığı söylenebilir. 2022 yılı itibarıyla Netflix'te "LGBTIQ+ Hikayeleri" kategorisinde 46 adet filmin yayınlanması da bunun en önemli göstergesidir (Çelik ve Çelik, 2022: 163).

Netflix'in Cinsiyetsizleştirme Politikası

Üzerine Alımlama Analizi

Kitle iletişim alanında dijitalleşmenin yaşandığı günümüz dünyasında medya, kitlelerin yaşam pratiklerinin belirlenmesinde önemli bir yere sahiptir. Günümüzün dijital platformlarında içeriklerin özellikle cinsiyetsizleştirme üzerine oluşturulduğu görülür. Küresel ideoloji öncelikle egemen olduğu uluslararası medya aracılığıyla tüketimi daha seri hale getirmeyi amaçlayarak dijital ortamda yayınladığı ve bir ürün olarak gördüğü içerikler üzerinden modern dönemin belirgin özelliği olan cinsiyetçi ayrımları yok etmeyi hedeflemektedir. Günümüzde dijital platformlar içerisinde dizi ve film yayıncılığı ile dünya genelinde en çok bilinen ve takip edilen platform Netflix'tir. Çok sayıda izleyicisi ve abonesi olması dolayısıyla bu çalışma, Netflix içerikleri üzerinden küresel ideolojinin cinsiyetsizleştirme politikalarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Netflix içeriklerinin gençler üzerindeki etkisinin araştırıldığı bu çalışmada, çalışmanın evrenini Türkiye'deki tüm üniversite gençleri oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak belirlenen 20 üniversite öğrencisi araştırmanın örneklemini temsil etmektedir. Medya alanında eğitim görmeleri ve Netflix içeriklerini daha iyi analiz edebileceklerinin düşünülmesi nedeniyle Kırıkkale Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Radyo Televizyon Programcılığı öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir. Bu çalışma, öğrencilerin Netflix izleme alışkanlıkları ve küresel ideolojilerin Netflix gibi dijital medya platformlarını kullanarak meşrulaştırmaya çalıştıkları cinsiyetsizleştirme politikalarının gençler üzerindeki etkilerini ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, gençlerin Netflix'te yayınlanan içeriklerde sunulan eşcinsel ilişkiler ve eşcinsellik söylemleri üzerine nasıl bir alımlama yaptıkları ortaya konulmak istenmiş ve bu doğrultuda, amaçlı örnekleme yoluyla belirlenen 20 kişi ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Alımlama, medyanın izler kitle üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla kullanılan nitel araştırma yöntemidir. Bu bağlamda alımlama analizi, nitel araştırmalar kategorisi içerisinde yer

alan kültürel inceleme tasarımlarından biri olarak değerlendirilebilir. Erdoğan'a göre, pozitivist nitel alan araştırmalarında önde gelen veri toplama teknikleri genellikle gözlem ve mülakattır (Erdoğan, 2007: 131). Buna göre çalışmanın veri toplama aşamasında mülakat tekniğinden yararlanılmış ve amaca uygun şekilde açık uçlu olarak hazırlanan yedi adet soru katılımcılara yöneltilmiştir.

Alımlama çalışmaları, iletişim alanında eleştirel anlayışı benimseyen İngiliz Kültürel Çalışmalar Ekolünün öncü isimlerinden Stuart Hall'un ortaya attığı kodlama ve kod-açımı teorisine dayanmaktadır. Stuart Hall, medya mesajlarının alımlama sürecinde izleyici/okuyucuyu aktif kabul eder (Hall, 2003). Bu bağlamda Hall, bir medya mesajının kodaçımının yapılabileceği üç varsayımsal konum tanımlanabileceğini savunur. Bunlar, hakim-hegemonik konum (tercih edilen okuma), müzakereli konum ve karşıt konumdur. İzleyicinin bir medya mesajını hakim konumdan okuyabilmesi için, mesajın kodlandığı referans koda uygun bir kodaçımı yapması gerekir. Müzakereli konumda izleyici, olayların hakim kodlarına göre bir kodaçımı gerçekleştirmesine rağmen yine de belirli durumda olayları müzakere ederek bir takım istisnalar talep edebilir. Karşıt konumda ise izleyici tercih edilen okumanın inşa edildiğini fark eder ancak mesajı alternatif bir referans çerçevesine göre yeniden oluşturur. Böyle bir konumda izleyici, mesajın üretildiği konuma uyumlu bir okuma yapmak yerine mesajı alımlamada karşıt bir konum benimser (Turner, 2016: 111-112).

Bu çalışmada, mülakat öncesi katılımcılara "bilgilendirilmiş olur" formu imzalatılmıştır. Mülakata katılan öğrencilerin kimlik bilgilerini gizli tutmak amacıyla her bir öğrenci K harfi ile kodlanmış ve her bir katılımcı "K1", "K2", "K3",..., "K20" şeklinde numaralandırılmıştır. Katılımcılarla görüşmeler birbirlerinin cevaplarından etkilenmemeleri için grup halinde değil tek olarak yapılmıştır. Sorular hazırlanırken Netflix'in çoğu içeriğinde eşcinsel karakterler ve eşcinsellik söylemleri yer aldığı için tüm içerikler dikkate alınarak sorular hazırlanmış ve bu şekilde soruların tüm içeriklere genellenebilir olması sağlanmıştır. Bu nedenle Netflix içeriklerinin araştırıldığı bu

çalışmada katılımcılarla birlikte herhangi bir içeriğin izlenmesine gerek görülmemiştir. Bu şekilde analiz için veri sağlayan bilgiler gözlem yoluyla değil, yalnızca soru yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırmada katılımcılara açık uçlu olarak hazırlanmış 7 adet soru yöneltilmiş ve alınan cevaplar doğrultusunda elde edilen bulgular belli başlıklar altında değerlendirilmiştir. Veriler Ocak 2023'te toplanmıştır.

Verilerin Analizi

Netflix'in cinsiyetsizleştirme politikasının izler kitle üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirdiğimiz bu çalışmada, katılımcılara ilk olarak Netflix aboneliklerinin olup olmadığı, Netflix'i kaç yıldır ve ne sıklıkla izledikleri sorusu yöneltilmiştir. Buna göre;

K1: *Netflix'e 3 yıldır aboneyim. Sıklık olarak en az haftada bir izliyorum.*

K2: *Netflix'e abone değilim, Ancak Netflix içeriklerini farklı dizi ve film izleme sitelerinden ücretsiz olarak izliyorum. Sıklık olarak haftada 3 ila 4 gün izliyorum.*

K3: *4 yıldır Netflix abonesiyim. Neredeyse her gün – özellikle dizilerini- izliyorum.*

K4: *2 yıldır aboneliğim var. Takip etme sıklığım haftada 1 ya da 2 kez, ancak genelde Netflix'in tüm dizilerini takip ediyorum.*

K5: *Aboneliğim yok. 1-2 yıldır nadiren izliyorum.*

K6: *Aboneliğim yok. Yaklaşık 3 yıldır Netflix'i arkadaşımın aboneliğini kullanarak takip ediyorum. Haftada 1 veya 2 kez izliyorum.*

K7: *Netflix'e 3 yıldır aboneyim. Hemen hemen her gün izliyorum. Özellikle dizilerini daha çok takip ediyorum.*

K8: *Yaklaşık 4 yıldır aboneliğim var. Haftada 2 ya da 3 gün kesinlikle izliyorum. Genellikle Netflix'in kendi yapımlarını takip ediyorum.*

K9: *Aboneliğim yok ama 1 yıldır başka hesaplardan Netflix'i takip ediyorum. Fırsat buldukça izliyorum.*

K10: *Netflix'i 2016 yılından beri takip ediyorum. Haftada 1 dizinin tamamını izleyip bitiriyorum. Dizilerinden hariç bütün içeriklere bakmaya çalışıyorum.*

K11: *Aboneliğim yok ama arkadaşımın aboneliğinden faydalaniyorum. 3 yıldır takip*

ediyorum ve hemen hemen her gün izliyorum.

K12: 5 yıldır Netflix aboneliğim mevcuttur. Her gün izliyorum.

K13: Netflix'e üç yıldır aboneyim ve haftada 1 kez izliyorum.

K14: Aboneliğim yok fakat başka sitelerden dört yıldır takip ediyorum. Vaktim oldukça haftanın her günü izliyorum.

K15: Abone değilim ama üç yıldır Netflix içeriklerini takip ediyorum. İzleme sıklığım ise haftada iki kezdir.

K16: Bir buçuk yıldır Netflix aboneliğim var. İki haftada bir ilgimi çeken filmleri izliyorum.

K17: İki yıldır aboneliğim var. İzleme sıklığım ise haftada bir ya da iki keredir. Özellikle fragmanları hoşuma giden içerikleri izliyorum.

K18: Şu anda abone değilim ama daha önce bir yıl aboneliğim vardı. Senede bir dizi izliyor ve açıkçası çok fazla takip etmiyorum.

K19: Aboneliğim yok ama bir yıldır farklı sitelerden takip ediyorum. İki hafta da bir izliyorum.

K20: Netflix'i 3 yıldır takip ediyorum. Aboneliğim yok ama, aboneliği olan biriyle platformu ortak kullanıyorum. Kaliteli, ilgimi çeken yapımları her hafta takip ediyorum.

Netflix'in cinsiyetsizleştirme politikasının izler kitle üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirdiğimiz bu çalışmada katılımcılara ikinci olarak, Netflix'teki içeriklerde yer alan eşcinsel ilişkiler ve eşcinsellik söylemlerini nasıl algıladıkları sorusu yöneltilmiş ve bu soru üzerine katılımcıların büyük bir çoğunluğu içeriklerdeki eşcinsellik söylemleri ve eşcinsel ilişkilerin son yıllarda giderek arttığını, bu durumun ise dikkat çektiğini ifade etmişlerdir. Netflix'in sunduğu bu içerikler aracılığıyla cinsiyete yönelik toplumsal algıların değiştirilmeye çalışıldığı söyleyen katılımcılar bu sayede eşcinselliğin normalleştirilmek istendiğini beyan etmişlerdir. Katılımcılardan bazıları bu içeriklerin özellikle çocuklar ve gençler üzerindeki etkisinin daha yoğun olduğunu belirtmişlerdir. Buna örnek olarak;

K2: Netflix'te eşcinsel içeriklerin ve söylemlerin çoğaldığını düşünüyorum. Bu içeriklerin küçük yaştaki gelişim evresinde olan bireyleri olumsuz yönde etkilediği kanısındayım. Bu şekilde

eşcinselliği normalleştirmeye çalışıyorlar.

K3: Netflix'te çok fazla eşcinsellik içeren diziler olduğu için izlediğimde bu karakterler özellikle dikkatimi çekiyor. Yeni nesil, eşcinselliğin sunulduğu içerikleri izleyerek bunu normal karşılamaya başlıyor ve bu durumu özgürlük olarak algılıyorlar.

K6: Netflix'in içeriklerindeki eşcinsellik söylemlerinin özellikle 16-22 yaş grubu gençleri daha fazla etkilediğini düşünüyorum. Gençler bu içerikleri izleyerek cinsel yönelimin akışkan olabileceğini iddia ediyor. Bu durum ise bize gençlerin eşcinselliği normal karşılamaya başladıklarını göstermekte.

K7: Netflix'in içeriklerinde, birçok dizi ve filmlerinde eşcinsellik konu ediliyor, bu algının meşrulaştırılmaya çalışılması dikkatimi çekiyor fakat, yargılamıyorum. Çünkü heteroseksüel ve yetişkin bir birey olduğum için Netflix'in bu tip içerikleri beni etkilemiyor. Ancak bu içeriklerin özellikle genç bireylerin eşcinselliğe bakış açılarını değiştirdiğini ve gençler arasında normalleştirilmeye çalışıldığını düşünüyorum.

K19: Netflix'in içeriklerinde eşcinselliği sıkça kullanması bir süre sonra istemsizce dikkatimi çekiyor. Bu tip içeriklerin özellikle yeni nesil için kötü bir örnek teşkil ettiğini düşünüyorum. Bu içerikler aracılığıyla gençlerin bilinçaltına eşcinselliğin normal bir şey olduğunu yerleştirmeye çalışıyorlar. Ergenlik çağında, daha yeni yeni kendini tanımaya çalışan gençlerin ve çocukların özenti ile hiçbir hormonal problemleri olmadığı halde bu yollara sürüklendiğini düşünüyorum.

Katılımcıların Netflix'in içeriklerinde sunulan eşcinsel karakterler ve eşcinsel ilişkileri nasıl algıladıkları sorusuna verdikleri bu cevaplardan hareketle, mesaja yönelik okumalarını daha çok müzakereli bir biçimde gerçekleştirdikleri görülmektedir. Katılımcıların verdiği cevaplardan kendilerinde eşcinselliğe yönelik bir eğilim olmadığı ancak bu mesajların amacının, tüm dünya üzerinde eşcinselliği meşru hale getirmek olduğunu ifade etmeleri katılımcıların büyük çoğunluğunun mesajları müzakereli okuduklarını göstermektedir.

Netflix'in cinsiyetsizleştirme politikasının izler kitle

üzerindeki etkilerini araştırdığımız bu çalışmada, katılımcılara üçüncü olarak Netflix'in sunduğu içeriklerdeki eşcinsel algının yarattığı psikolojik ve sosyolojik etkiler sorulmuştur. Katılımcılardan; K1, K2, K3, K4, K5, K7, K12, K13, K18, K19, K20, Netflix'te yayınlanan içeriklerde eşcinsel karakterlerin çokluğu ve eşcinsellik söylemlerinin bilinçli olarak oluşturulduğunun farkında olmaları nedeniyle psikolojik açıdan etkilenmediklerini ve bu durumu normal karşıladıklarını söylemişlerdir. Bu cevaplar doğrultusunda katılımcıların mesajları müzakereli okudukları görülmektedir. Katılımcılardan; K6, K8, K9, K10, K11, K14, K15, K16, K17 ise bu tip içeriklerin psikolojilerini derinden etkilediğini ve hatta bazıları eşcinselliğin sürekli gösterilmesini "rahatsız edici" bulduklarını belirtmişlerdir. Buradan da anlaşılacağı üzere, eşcinsellik sunumlarını olumsuz değerlendiren katılımcıların bu içeriklere yönelik okumalarını karşıt bir konum olarak gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Katılımcıların yöneltilen Netflix'in cinsiyetsizleştirme politikasının sosyolojik etkileri sorusuna katılımcılardan 18'i, Netflix'in sunduğu içeriklerdeki eşcinsellik söylemlerinin toplumsal cinsiyet kalıplarını ortadan kaldırmaya, bu yolla tek tip ve küresel bir cinsiyet algısı oluşturmaya çalışıldığını belirtmişlerdir. Bu katılımcılar ayrıca, Netflix'in sunduğu içerikler vasıtasıyla küresel ortak bir kültürün yaratılmak istendiğini ve buna bağlı olarak mikro kültürlerin yani toplumlara özgü kültürel değerlerin ve yapıların yok edilmeye çalışıldığını kaydetmişlerdir. K10 ise Netflix içeriklerinin sosyolojik etkisine farklı açıdan yaklaşarak, Netflix'in bu tip içerikleri vasıtasıyla toplumda eşcinsel ilişkilerin artacağı ve bu artışın sonucunda ise dünya nüfusunun azalacağını ileri sürmüştür. K10, dijital platformlarda, özellikle Netflix'te gösterilen eşcinsel ilişkilerin küresel güçler tarafından planlanan bir nüfus azaltma politikası olduğunu, bu içerikler sonrası dünya üzerinde yayılan eşcinsel ilişkiler nedeniyle cinsel yolla bulaşan hastalıkların da artacağını ifade etmiştir. Bu katılımcı Netflix'in eşcinselliği meşrulaştırma konusundaki ısrarlı politikasının aslında geleceğe yönelik planlı bir kültürel ve toplumsal kısırlaştırma olduğunu ifade etmiştir. Kullanıcılardan K8 ise, Netflix içeriklerindeki eşcinsel söylemlerin

toplumdaki farklı yaş grupları arasında kültürel çatışmaya sebep olduğunu söylemektedir. Bu içerikler orta ve yaşlı bireyler ile genç bireyler arasındaki kültürel derinliğin azaldığını ifade etmiş ve bunun da toplumsal mirasın aktarılmasında kopuşa neden olacağını belirtmiştir. Dolayısıyla bunun, toplumların kendilerine özgü kültürel değerlerin ve bu kültürü oluşturan yapısal taşların devamlılığı açısından risk oluşturduğunu, küresel ortak yeni dünya kültürünün yaygınlaştırılmaya yönelik bir adım olduğunu ileri sürmüştür.

Katılımcıların verdiği bu cevaplardan hareketle, Netflix'in cinsiyetsizleştirme politikasının sosyolojik etkileri bağlamında müzakereli bir okuma gerçekleştirdikleri görülmektedir. Katılımcıların Netflix'in sunduğu içeriklerde eşcinselliği tüm dünya üzerinde meşru hale getirme konusunda bilinçli oldukları ve sosyal etkileri bağlamında karşılaştırmalı bir okuma gerçekleştirdikleri gözlenmiştir.

Netflix'in cinsiyetsizleştirme politikasının izler kitle üzerindeki etkilerini araştırdığımız bu çalışmada, katılımcılara dördüncü olarak Netflix'in cinsiyetsizleştirme politikasının tüketim ile olan ilişkisi sorulmuş ve katılımcıların tamamı, bu ilişkinin kapitalist sistemin satış politikası doğrultusunda belirlendiğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar, Netflix'in içeriklerindeki cinsiyetsizleştirme politikasının temelinde, tüm dünyada üretimi ve tüketimi seri hale getirmek isteyen küresel güçlerin olduğunu, bu güçlerin ise satış yaptığı kitlelerin sayısını artırarak daha fazla kar elde etmek amacı güttüklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar, çok sayıda ve seri tüketimi amaçlayan bu çokuluslu global şirketlerin, Netflix gibi dijital platformlar aracılığıyla içeriklerini bir ürün haline getirerek sunduklarını da eklemişlerdir. Netflix'in bu içerikleri pazarlarken hem bir kültürü hem de bu kültüre ilişkin öğeleri metalaştırarak daha çok kazanç elde etmeyi amaçladıklarını belirten katılımcılar, bu sayede Netflix'in tek tip tüketici kitlesi oluşturmaya çalıştığını belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğu bu içerikler aracılığıyla günümüz piyasasında unisex kavramının ortaya çıktığını, önceden kadın-erkek için üretilen farklı ürünlerin yerini günümüzde unisex olarak isimlendirilen, kadın ve erkeğin ortak satın alabileceği ürünleri aldığını belirtmişlerdir.

Bu cevaplardan hareketle katılımcıların, Netflix'in içeriklerinde yer alan eşcinsel karakter ve bu karakterler arasındaki ilişkilerin tüketim ile olan ilişkisi bağlamında mesajları bilinçli bir biçimde müzakere ederek okudukları gözlenmiştir. Bu noktada unisex kavramının Netflix dijital içeriklerinin ortaya çıkmasından önce var olan bir kavram olduğunu hatırlatmakta fayda vardır. Netflix içerikleri kavramı güçlendirmiş ve bağlamını genişletmiştir.

Sonuç

Netflix'in içerikleri üzerinden küresel ideolojinin cinsiyetsizleştirme politikasını analiz ettiğimiz bu çalışmanın sonucunda, Netflix'in eşcinsel karakterler ve söylemler içeren içeriklerinin, toplumda eşcinsellik algısını ve eşcinselliğe bakış açısını değiştirdiği, özellikle çocuk ve gençlerde bu algısal değişimin daha yoğun bir biçimde gerçekleştiği ortaya konulmuştur. Çalışmada, Netflix'in içeriklerinde sıkça yer verilen eşcinsel karakterler ve onların ilişkilerinin izleyicilerin büyük çoğunluğunda "eşcinselliği meşru görme" yönünde bir algı oluşturduğu ve bu nedenle bu tip içeriklerin izleyicileri psikolojik açıdan çok fazla etkilemediği görülmüştür.

Katılımcıların cevaplarına bakıldığında eşcinselliğin tüm dünya üzerinde meşrulaştırılmaya çalışıldığı bilincinde oldukları ve bu içeriklere yönelik kodaçımını müzakere bir biçimde gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Netflix'in içeriklerinde eşcinselliğin bu kadar sık kullanılmasının normal olmadığını düşünen izleyicilerin ise, bu tip içeriklerden psikolojik olarak fazlasıyla etkilendikleri, bu kişilerin Netflix'in eşcinsellik söylem ve gösterimlerini "rahatsız edici" buldukları, buna bağlı olarak toplumda artmakta olan LGBTQ+ karakterlere karşı "nefret" duydukları ortaya konulmuştur. Bu katılımcıların Netflix'in eşcinselliğe ilişkin mesajlarını karşıt bir konum takınarak çözümledikleri görülmüştür. Çalışmada, Netflix'in küresel güçlerin cinsiyetsizleştirme politikası doğrultusunda ürettiği içeriklerinin, sosyolojik olarak, tüm dünyada toplumsal kalıpları yok ederek, tek-tip bir dünya yaratma amacı güttüğü görülmüştür. Konuya ilişkin olarak araştırmaya katılanların, Netflix'in sunduğu içerikler vasıtasıyla küresel ortak bir kültür oluşturmak

istediği ve buna bağlı olarak mikro kültürlerin yani toplumlara özgü kültürel değerlerin ve yapıların yok edilmeye çalışıldığı görüşünde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, katılımcıların bilinçli bir biçimde mesajları çözümledikleri ve Netflix'in sunduğu eşcinsel karakter ve ilişkilere yönelik mesajların kod-açımında müzakere bir konum takındıkları görülmüştür. Ayrıca, Netflix'in cinsiyetsizleştirme politikasının tüketim ile ilişkisinin araştırıldığı bu çalışmada, cinsiyetsizleştirme politikasının tüketim ile sıkı bir ilişkisi olduğu, küresel güçlerin sahipliğinde bir dijital medya platformu olan Netflix'in içeriklerindeki eşcinsel karakter ve söylemlerin kapitalist güçlerin dünya üzerinde tüketimi daha hızlı ve seri hale getirmeyi amaçladıkları bir "tüketim stratejisi" olduğu ortaya konulmuştur. Bu bağlamda, katılımcıların Netflix'in içeriklerinde yer verdiği eşcinsellik söylemleri ve eşcinsel ilişkilere ilişkin mesajlarını bilinçli bir biçimde müzakere ederek okudukları gözlenmiştir.

Kaynaklar

- Akiner, N., & Küngerü, A. (2015). Küresel hegemonik ideolojinin popüler tektipleştirme pratiklerine bir örnek: selfie. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (24), 132-147. <https://doi.org/10.31123/akil.437434>.
- Atheique, A. (2013). *Digital media and society: an introduction*. UK: Polity Press.
- Aytekin, İ. (2013). Küreselleşme ve ekonomik küreselleşme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2), 123-134.
- Bayar, F. (2008). Küreselleşme kavramı ve küreselleşme sürecinde Türkiye. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, (32), 25-34.
- Çelik, T. N., & Çelik, Y. (2022). Uludağ sözlük üzerinden yeni normalin toplumsal inşasını yaratmada Netflix'te LGBT hikayeleri kategorisi. *Sosyologca*, (23), 159-168.
- Dewdney, A., & Ride, P. (2014). *The digital media handbook*. Routledge.
- Erdoğan, İ. (2000). *Kapitalizm kalkınma postmodernizm ve iletişim*. Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2007). *Pozitivist metodoloji bilimsel araştırma tasarımı istatistiksel yöntemler analiz ve yorum*. Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Öteki kuram*. Erk Yayınları.

- Foucault, M. (2010). Cinselliğin tarihi. (H. Uğur Tanrıöver, çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2007). *Europe in the global age*. Polity Press.
- Hall, S. (2003). Kodlama ve kodaçım. İçinde Z. Özarslan ve B. Çoban (haz.), *Söylem ve ideoloji mitoloji, din, ideoloji*. Su Yayınları.
- Kadioğlu, Z. (2014). Uluslararası medya sermayesinin yayılmacılığı ve Türk medyası. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-GİFDER)*, 2 (3), 16-33.
- Kellner, D. (2001). Popüler kültür ve postmodern kimliklerin inşası. *Doğu-Batı Düşüncesi Dergisi*, 4 (15), 187-219.
- Küçük, M. (2011). *Modernite versus postmodernite*. Say Yayınları.
- Maden, A. (2020). *Postmodern bağlamda Netflix'te LGBTQ+ söylemleri*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul İbn Haldun Üniversitesi.
- Mutlu, E. (2008). *İletişim sözlüğü*. Ayraç Yayınları.
- Netflix. (2023, 24 Mart). *Wikipedia*. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Netflix>
- Ölçekçi, H. (2020). Dijital iletişim ve küresel kültürel etkileşimin homojenleşme, kutuplaşma ve melezleşme süreçleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (50), 146-163.
- Öztürk, A. (2012). Eril bedenselleşme: hegemonik erkek bedeninin inşası, *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (13), 39-53.
- Özyurt, C. (2012). *Küreselleşme sürecinde kimlik ve farklılaşma*. Pınar Yayınları.
- Rantanen, T. (2005). *The media and globalization*. SAGE Publications.
- Snider, Z. (2016). The cognitive psychological effects of binge-watching. In K. McDonald and D. S. Rawsey (Ed), *The Netflix effect. technology and entertainment in the 21st century*. Bloomsbury Academic.
- Söğüt, F. (2020). Blu TV Netflix'e karşı: içeriklere yönelik bir karşılaştırma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*, 10 (4), 408-422. <https://doi.org/10.7456/11004100/006>.
- Turner, G. (2016). *İngiliz kültürel çalışmaları*. (D. Özçetin & B. Özçetin, çev.). Heretik Yayınları.
- Ulukan, G. (2018, 7 Mayıs). *1997'den bugüne Netflix'in tarihsel gelişimindeki önemli noktalar*. <https://webrazzi.com/2018/05/07/1997den->

[bugüne-netflixin-tarihsel-gelisimindeki-onemli-noktalar/](#)

Varol, S. F. (2017). Medyanın küreselleşmesi: neden-sonuç ekseninde bir değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-GİFDER)*, 5 (1), 399-424.

Extended Abstract

The digitalization of mass media has now accelerated the transformation of the world into a global village. In this sense, the international media has been handed down to the domination of western imperialist powers. It is apparent that Netflix, the most popular digital TV series and movie-watching platform, reaches enormously large audiences worldwide thanks to its content. Considering the impacts of digital platforms on the audience, it may be needed not only to think of the content offered by these platforms as merely series and movies but also to inquire about the hidden meanings underlying the content. It is known that digital media now steers the direction and scope of the changes and developments in the world.

Given that Netflix is mainly followed by the young, it is inevitable that the content on this platform brings intense effects on them. Therefore, the present study aimed to reveal the impacts of Netflix content on the young and how they perceive its desexualization policy that Netflix attempts to spread across the world. In the study, we utilized reception analysis, one of the most adopted methods in media and impact research, and an in-depth interview technique. Reception analysis is a qualitative research method to identify the impacts of the media on the audience. Thus, reception analysis may be considered among the cultural analysis designs within qualitative research. While the target population of the study was college students in Türkiye, the sample was composed of 20 conveniently selected students enrolled in the Department of Radio and Television Broadcasting at Kirikkale University. The findings of this study are deemed significant in revealing the effects of students' Netflix-watching habits and the desexualization policy of global ideologies exposed through digital media platforms on the young.

Prior to data collection, we obtained informed consent from the participants and coded each student to keep their identities confidential (e.g., P1, P2, ..., P20). Interviews were held individually, not in groups, to avoid response bias. Since most Netflix content includes gay characters and homosexual discourse, we prepared interview questions to be generalizable to all content; for this reason, it was not necessary to watch any Netflix content with the participants. In this way, the data were collected only with the interview technique, not observation. In the interviews held in January 2023, we asked seven open-ended questions to the participants and evaluated their responses within certain themes.


In general, the participants believed that Netflix attempts to alter social perceptions of gender through its content and, therefore, aims to normalize homosexuality. Some of the participants stated that the impacts of Netflix content become more intense, particularly on children and the young. Moreover, the participants' responses implied that gay characters and their relationships featured in Netflix's content may create a perception of "legitimate" homosexual relationships, albeit such content does not bring psychological impacts on viewers. Besides, the participants seemed to be well aware that homosexuality is targeted to be legitimated worldwide and that they usually negotiate on the decoding for Netflix content. On the other hand, we concluded that the participants finding the frequent attribution to homosexuality in Netflix's content to be not normal seem to be psychologically affected by such content, find Netflix's discourse and demonstrations of homosexuality "disgusting," and accordingly, feel "hate" toward the LGBTQ+ characters. Accordingly, such participants were found to adopt an opposing position against Netflix's messages on homosexuality.


We also concluded that Netflix content, produced in line with the desexualization policy of global powers, aims to create a uniform world by destroying social patterns worldwide. The participants were often of the opinion that global powers may desire to create a global common

culture through Netflix content by undermining micro-cultures - community-specific values and social patterns. Accordingly, we discovered that the participants consciously assumed a negotiated position while decoding the messages about gay characters and relationships presented in Netflix content. In addition, the participants thought that the desexualization policy is closely linked with consumption and that homosexual characters and discourses in Netflix content are a "consumption strategy" that helps the capitalist powers to make consumerism disseminated in the world. In this context, we found out that the participants deliberately negotiated and read the messages about homosexuality discourses and homosexual relationships in Netflix content.

Yazar Bilgileri

Author details

1-Dr., Öğr. Üyesi, Kırıkkale Üniversitesi Kırıkkale Meslek Yüksekokulu, dilekulusal@kku.edu.tr, 

2-Dr., Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, nargis.ozgen@hbv.edu.tr, 

Katkı Oranı

Author Contribution Percentage

Birinci yazar %	First Author %	50
İkinci yazar %	Second Author %	50

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Ulusal D. & Özgen, N. (2023). Dijital platform içeriklerinde sunulan farklı cinsel yönelimlerin gençler üzerindeki etkisi: Netflix örneği. *Yeni Medya*, (14), 142-154, <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1273368>