

Yerel İçeriğin Küresel Dolaşımı Bağlamında Netflix: “Hakan Muhafız” İzleyici Yorumlarının Analizi

Netflix in the Context of Global Circulation of Local Content: Analysis of Audience Comments on “Hakan: Muhafız”

Gülşah BAŞLAR¹

Öz

Küreselleşme, kapitalizm, dijitalleşme, yakınsama gibi olguların iç içe geçtiği günümüz iletişim ekosisteminde yerel içeriğin küresel dolaşımı yoğunlaşmakta, geleneksel televizyon dijital olarak dönüşmekte ve bu gelişmeler içeriğin üretim ve tüketim biçimlerini dönüştürmektedir. Bu çalışmada küresel bir internet televizyonu olan Netflix'in yerel televizyon içeriklerini küresel izleyici ile buluşturan modeli üzerinden, medya içeriklerinin ulusötesi sınırları nasıl aştığının ve bu içeriklere küresel izleyicinin nasıl tepki verdiğinin anlaşılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Netflix'in strateji ve söylemlerinin izleyicilerin söylemleriyle hangi açılardan örtüştüğü ve küresel dolaşıma giren yerel içerikler ile ilgili izleyicinin ne düşündüğü araştırmanın temel sorularıdır. Bu kapsamda Netflix Türkiye'nin ilk orijinal yapımı olan “Hakan: Muhafız” (2018-2020) dizisinin IMDb sitesindeki izleyici yorumları söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. İzleyici yorumları yerel içeriğin ulusötesi ve melez nitelikleriyle beğeni topladığına, yerel kültürel özelliklerinin ise ikinci planda kaldığına işaret etmektedir. Özellikle yabancı izleyicide türe bağlı yorumlar belirginleşirken, yerli izleyicide geleneksel televizyon kanallarındaki dizilerle karşılaştırma ve Netflix'e uluslararası düzeyde kaliteli içerik üretme özellikleri atfedilmesi öne çıkmaktadır. Ayrıca izleyicilerin Netflix'in yerleştirmeye çalıştığı aşırı izleme deneyimini bir kalite göstergesi olarak kabul ettiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda Netflix strateji ve söylemlerinin izleyicide karşılık bulduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerel İçerik, İnternet Televizyonu, Netflix, İzleyici Yorumları, Çevrimiçi İzleme

Abstract

In today's communication ecosystem, where phenomena such as globalization, capitalism, digitalization and convergence are intertwined, the global circulation of local content intensifies, traditional television transforms digitally, and these developments transform the production and consumption forms of content. In this study, it is aimed to understand how the media contents transcend transnational borders and how the global audience reacts to these contents, through the model of Netflix, a global internet television, that brings local television contents together with the global audience. In this respect, the main questions of the research are in what ways Netflix's strategies and discourses overlap with the discourses of the audience, and what the audience thinks about the local content that enters the global circulation. In this context, the audience comments on the IMDb site of the Netflix Turkey's first original production, “Hakan: Muhafız” (2018-2020), were analyzed by discourse analysis method. Audience comments indicate that local content is appreciated for its transnational and hybrid qualities, while local cultural characteristics remain in the background. While genre-related comments become evident especially among foreign viewers, the domestic audience's comparison with the series on traditional television channels and the attribution of Netflix's ability to produce quality content at an international level come to the fore. In addition, it has been observed that viewers accept the binge-watching experience that Netflix tries to place as a quality indicator. In this context, it is seen that Netflix strategies and discourses find a response to the audience.

Keywords: Local Content, Internet Television, Netflix, Audience Comments, Online Watching.

Araştırma Makalesi (Research Article)

Gönderim Tarihi (Received): 31.08.2021

Kabul Tarihi (Accepted): 25.11.2021

Atıf (Cite as): Başlar, G. (2021). Yerel İçeriğin Küresel Dolaşımı Bağlamında Netflix: “Hakan: Muhafız” İzleyici Yorumlarının Analizi.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 36, s. 415-435, DOI:10.31123/akil. 989340.

Giriş

Yeni medya, küreselleşme eğilimlerine önemli bir ivme kazandırarak medya endüstrisinde ekonomik, kültürel ve toplumsal anlamda önemli değişimlerin yaşanmasını sağlamıştır. Böylece birer kültürel ürün olan medya içerikleri dijital ağlar üzerinden küresel olarak daha yoğun şekilde dolaşıma girerken, bu ürünlerin üretim ve tüketim biçimleri de küreselleşmenin kültür üzerindeki etkisine uyumlanacak şekilde dönüşmektedir.

Kökleri Avrupa merkantilizminin genişlemesine dayanan küreselleşme, ekonomik açıdan iktisadi bir sistem olan kapitalizmin dünyaya yayılması olarak değerlendirilmektedir (Adda, 2007, s. 9). Ekonominin küresel ölçekte işleme, zaman ve mekânın sıkışması, uluslararası ve ulusötesi şirketlerin ekonomide etkin hale gelmesi küreselleşmeyi ifade eden süreçlerdir (Barker, 1997, s. 16-17). Moderniteyle derin bağlara sahip olan küreselleşme hem dünyanın sıkışması, hem de dünyanın bir bütün olduğu yönündeki farkındalığın yoğunlaşmasıdır (Robertson, 1996, s. 8). Küreselleşme etkilerini sosyal, kültürel, politik her alanda ve bireylerin gündelik yaşamlarında gösterir. Küreselleşme para, mal ve hizmetlerin ulusal sınırları aşarak dünya çapında dolaşıma girmesi üzerinden ekonomik perspektifle açıklansa da tek boyutlu bir süreç değil; siyasal, teknolojik ve kültürel boyutları içeren karmaşık süreçlerin bir araya geldiği bir olgular kümesidir (Giddens, 2000, s. 20-25).

Küreselleşme olgusu, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle zaman ve mekân kavramlarının değişimi, kültürel etkileşimlerin artışı, insanların karşılaştıkları sorunların ortaklaşması, karşılıklı bağlantıların ve bağımlılıkların artması, giderek güçlenen ulusötesi aktör ve kurumların çoğalması, küreselleşmeye dâhil olan tüm ekonomik, teknolojik, politik, toplumsal ve kültürel boyutların birbirini tetiklemesi gibi bir dizi birbirini karşılıklı etkileyen değişim ve dönüşümler üzerinden düşünülerek anlaşılmalıdır (Cohen & Kennedy, 2000, s. 24-33). İletişim alanındaki gelişmelerle birlikte veri, imaj ve sermayenin küresel dolaşımı pek çok alanda sınır kavramını da ortadan kaldırmış; ayrıca belli tüketim pratiklerinin de küreselleşmesini ve yaygınlaşmasını sağlamıştır (Adda, 2007, s. 10). Bu noktada küreselleşmeyi dijitalleşme ve yakınsama eğilimleriyle birlikte düşünmek gereklidir.

Dijitalleşme ve küreselleşme karşılıklı olarak birbirini etkileyen, hızlandıran süreçlerdir. Gere'e (2008) göre son yıllarda dijital teknolojilerin gündelik yaşama hızlıca yayılması küreselleşme ve serbest piyasa kapitalizminin yükselişi ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin giderek yaygınlaşması gibi birbirini karşılıklı tetikleyen süreçlerin sonucunda gerçekleşmiştir. Dijitalleşme bu gelişmelerin hem kurucu bir parçası hem de yapısını belirleyen bir etmen olarak görülebilir (Gere, 2008, s. 14). Bu anlamda kapitalizm, küreselleşme, dijitalleşme ve iletişim teknolojileri iç içe geçmiş fenomenler olup, yakınsama kavramı çerçevesinde anlaşılabilir.

Teknolojik anlamda dijitalleşmeyle bağlantılı olan yakınsama sayesinde iletişim gündelik yaşama bu derece yayılabilmiş, günümüz bilgi toplumunun var olabilmesi için gerekli enformasyon akışları mümkün olabilmektedir. Yakınsama, medya ve iletişim endüstrisindeki değişimleri ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan kültürel pratikleri, yeni tüketim biçimlerini ve yasal düzenlemeleri etkileyen bir olgudur (Miller, 2020, s. 88). Yakınsamanın teknolojinin yanı sıra sosyolojik, ekonomik, kültürel değişimlerle birlikte düşünülmesi gerektiğini vurgulayan Jenkins (2006), özellikle iletişim alanı üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Bu bağlamda yakınsama çoklu medya platformları üzerinden içerik akışlarını, medya endüstrisinin aktörleri arasındaki işbirliğine dayalı ilişkileri, kullanıcıların içerik üretebilir hale gelişini ve ürettiği içerikleri potansiyel olarak küresel düzeyde paylaşabilmesini, kültürel üretime

katılımını, değişen medya üretim ve tüketim ilişkilerini kapsamaktadır. Bütün bu gelişmelerin neticesinde yeni medya geleneksel medyayı ortadan kaldırmamış, ancak dönüştürmüştür. Bu bağlamda iletim ve dağıtım sistemleri değişmiştir (Jenkins, 2006, s. 2-3, 14). Televizyon içerikleri internet ağları üzerindeki enformasyon akışının bir parçası haline gelmiştir. Televizyon endüstrisi de yakınsama kültürü ile birlikte ortaya çıkan yeni koşullara ve dijitalleşmeye ayak uyduracak şekilde kendini konumlandırmıştır. Böylece televizyon içeriğinin farklı dijital kanallar üzerinden dolaşıma girdiği, internet televizyonlarının ve video akış hizmetlerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum da kültürel ürünlerin küresel dolaşımı ile televizyon içeriğinin üretim ve tüketim mantığını etkilemiştir.

Bu çalışmada küresel bir internet televizyonu olarak yerel yapımları küresel izleyiciyle buluşturan Netflix modeli üzerinden kültürel ürünlerin ulusötesi sınırları nasıl aştığı ve küresel izleyicinin bu yerel içeriklere nasıl tepki verdiği anlaşılmasına çalışılacaktır. Bu kapsamda öncelikle medya ürünlerinin küresel dolaşımı ve televizyonun dijital dönüşümü üzerinde durulacaktır. Daha sonra Netflix'i endüstrinin diğer aktörlerinden ayıran ekonomi politik özellikler tartışılacaktır. Araştırma bölümünde ise yerli bir Netflix Orijinal yapımı olan "Hakan: Muhafız" (2018-2020) dizisine küresel izleyicilerin IMDb'deki yorumları söylem analizi ile incelenecektir.

1. Medya Ürünlerinin Çevrimiçi Küresel Dolaşımı Üzerine

Raymond Williams (1998, s. 48-49) toplumsal açıdan kültürün belli anlam ve değerleri içeren belli bir yaşam tarzına gönderme yaptığını savunmaktaydı. Barker'a (1999) göre günümüzde bu şekilde belli bir yere, ulusa, bölgeye, topluma ya da geleneğe bağlı, bütünleşik bir kültür anlayışından çoğul, parçalı, sınırların ötesine taşan bir kültür anlayışına geçiş yaşanmıştır. Kolonyal dönemdeki nüfus hareketleri ve sonrasında elektronik iletişimin küreselleşmesiyle kültürel bitişiklik, buluşma ve karışım artmıştır. Sınırlandırılmış bütün bir yaşam tarzına gönderme yapan kültür tanımından uzaklaşmıştır. Artık kültürler belli mekânlara bağlı olmaktan çıkmış, insan göçüyle veya düşünce ve imajların çevrimiçi transferiyle birlikte sınırları aşan bir özellik kazanmıştır. İnsanlar gittikçe daha çok fiziksel mekânların dışına genişleyen ağlara dâhil olmaktadır (Barker, 1999, s. 33, 36-37).

Küreselleşme 1980'lerden itibaren medyanın yapısını etkilemeye başlamıştır. 1990'larda küresel medya şirketlerinin güçlenmesi medyanın kültürel ürünlerinin de küresel özellikler kazanmaya başlamasına sebep olmuştur. Küresel çapta farklı yaş ve cinsiyetlerdeki, farklı kültürlerdeki insanlara ulaşma amacı içeriklerin ortalama düzeyde ve sıradan formlarda üretilmesine ve küresel bir kitle kültürünün oluşmasına yol açmıştır. Bir yandan da internetin yaygınlaşması küresel kitle kültürüne ait imgelerin ulusal sınırların ötesine geçmesini kolaylaştırmıştır (Çakır, 2014, s. 300-301, 333, 339). Bu bağlamda küreselleşmenin kültüre etkisi kültürel homojenleşme, kültürel emperyalizm, melezleşme, küreyerelleşme gibi kavramlar çerçevesinde tartışılmaktadır.

Kültürel homojenleşme tartışması içerisinde kapitalist tüketimin küresel boyuta ulaştığı; bunun için de özellikle televizyonun araç olarak kullanıldığı vurgulanmaktadır. Homojenleşme, kültürel çeşitliliğin kaybına ve aynılığın artmasına sebep olmaktadır. Bu süreç içerisinde kültürel özerkliğin ve çeşitliliğin kaybedilmesiyle oluşan kültürel senkronizasyonu eleştiren bakış açısına göre bu durum kültürel emperyalizm olarak tanımlanmaktadır. Merkezinde bir kültürün diğerine olan baskınlığının yer aldığı kültürel emperyalizm, temelde anlam taşıyıcısı işlevine sahip olan medya aracılığıyla bir kültürün yerel kültürlerle dayatılmasıdır (Barker, 1999, s. 37). Herbert Schiller (2018) bir toplumun küresel kapitalizme dâhil edildiği süreçlerin toplamı olarak gördüğü kültürel emperyalizm sürecinde küresel

anlamda baskın olan Amerikan değer ve yapılarının yayıncılığın ticarileşmesi sayesinde topluma nüfuz ederek, onu şekillendirdiğini öne sürer. Örneğin 1940'lardan beri üçüncü dünya ülkelerine dağıtılan Disney çizgi filmleri Amerikan kapitalizminin kültürel değerlerinin taşıyıcısı işlevini görmüştür (Tomlinson, 2003, s. 115-119).

Morley ve Robins (2011) tüketim kültürünün medya ürünleri üzerinden küresel olarak yayıldığına altını çizer. Bu süreçte televizyon ulusların kolektif yaşam ve kültürünün inşasında önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Medya şirketlerinin önceliğinin ürünlerin en geniş tüketici kitlesine ulaştırılması olması kamu yayıncılığı yerine kâr ve rekabete dayalı bir yayıncılık anlayışının yerleşmesine sebep olmuştur. İthal programların serbest dolaşımına dayanan sınırları olmayan televizyon mantığı medya alanında küresel piyasa ve şirketlerin oluşmasını sağlayarak uluslararası tüketici kültürünü ulusal düzeyde yerleştirmeye çalışır (Morley & Robins, 2011, s. 29-30). Küreselleşme homojenleşmenin reklam teknikleri, dil hegemonyaları, giyim tarzı gibi çeşitli araçlarının kullanımını içermekte; bunlar yerel, politik ve kültürel ekonomilere eklenmektedir (Appadurai, 2003, s. 48).

Medya emperyalizmi çalışmaları 1970'lerde ekonomik ve metinsel yapıların analizine yoğunlaşarak izleyiciyi büyük ölçüde yok sayarken; 1980'lerde bu durum tersine dönmüş izleyicilerin kültürel ürünlere tepkileri araştırılmaya başlanmıştır (Morley, 2003, s. 287-288). Bu bağlamda kültürel emperyalizme karşı bir dizi tez geliştirilmiştir.

Küreselleşmeyi kültürel emperyalizm olarak değerlendiren görüşlere yöneltelen eleştiriler üç argüman üzerinden yürümektedir: kültürel söylemin ve küresel akışların Batı'dan dünyanın geri kalanına her zaman tek yönlü olmayabileceği; kültürel söylemin baskın akışı batıdan doğuya ve kuzeyden güneye doğru olsa da, bu durumun mutlaka baskın olma olarak yorumlanmayabileceği; parçalanma ve melezlik güçlerinin etkisi düşünüldüğünde küreselleşmeyi sadece bir homojenleşme olarak açıklamanın yetersiz kalması (Barker, 1997, s. 38).

Kültürel emperyalizm tezine meydan okuyan en güçlü argümanlardan biri aktif izleyici kavramına dayanmaktadır. Bu konuda Katz ve Liebes'in (1990, s.52-60) "Dallas" (1978-1991) dizisi hakkındaki araştırmaları, farklı kültürlerden izleyicilerin diziyi çeşitli şekillerde etkileşime girebildiklerini, dizinin ilettiği anlamlar üzerine toplumsal ilişkilerine ve kimliklerine göre farklı kodaçımama, yorumlama ve eleştiriler yapabildiklerini göstermiştir. Fiske (1987, s. 62) bu konuda toplumsal bir özne olan televizyon izleyicisinin karşılaştığı metinlerin anlamını yaşadığı toplumsal deneyimler ışığında ve belli bir toplumsal yapı, tarih ve kültürel bağlam içerisinde inşa ettiğini öne sürer. Medya çalışmaları kültürlerarası dolaşan medya ürünlerinin yerel alımlamalara tabi olduğunu ortaya koymaktadır (Francis, 2006).

Küresel ürünlerin yerel tepkilerle karşılaşması ve yerel ile küreselin etkileşime girerek iç içe geçmesi küreyerelleşme (glokalizasyon) kavramıyla açıklanmaktadır. Her ne kadar bu kavramı yerelleşmenin küreselleşmeye karşı bir tepkisi olarak açıklayan görüşler olsa da; yerelleşme eğilimi küreselleşmeye bağlı olarak ortaya çıkmakta ve onun bir yönünü oluşturmaktadır. Yerel fikri kapitalist pazarı ve onun farklı yerel pazarlardaki konumlanışını içeren küreselleşme söylemi içinde üretilmiştir (Barker, 1997, s. 41-42). Medya açısından Türk televizyonlarında yayınlanan pek çok dizinin senaryosunun ABD'deki popüler dizilerden alınıp yerelleştirilerek yeniden çekildiğini görmekteyiz. Bu noktada yerel uyarlamalar küresel kültüre bir direniş ya da karşı akım olarak değil; küresel tüketim kültürünün ve kapitalist mantığının yerele nüfuz etmesinde bir taktik olarak değerlendirilebilir. İleriki bölümde de

tartışılacağı gibi Netflix'in yerel yapımlara bütçe ayırmasının ardında da pazarını genişletmek, üye sayısını arttırmak, yerel piyasalarda tutunmak gibi amaçlar yatmaktadır.

Kültürel emperyalizm tezini eleştiren yaklaşımlar Reggie, Hip Hop ve dünya müziklerinin küresel etkinliğini, Latin dizilerinin ABD ve Avrupa'ya ihracatını, melez kültürlerin ortaya çıkışını kültürün ters yönde akışına örnek gösterir. Ancak küreselleşme süreci içerisinde kültürel ürünlerin dolaşımında bir eşitsizlik olduğu ve gücü elinde bulunduranların daha etkin olduğu görülmektedir (Barker, 1997, s. 42-43). Bauman (2006, s.64) küresel ve yerelin bu şekilde biraraya gelişindeki eşitsiz ilişkiyi şöyle eleştirir:

Synopticon'da, yereller küreselleri seyretmektedir. (...) Küreseller, aynı anda hem erişilmez hem gözümüzün önünde, hem muhteşem hem aleladedir ve erişilemeyecek kadar yüksekte olsalar da aşağıdakilerin hepsinin de peşinden gidebileceği ya da gitmeyi düşleyeceği parlak bir örnek ortaya koyarlar; onlara hem hayranlık duyulur hem de gıpta edilir; bu, yöneten değil, yol gösteren bir hükümdarlıktır.

Yeryüzünde tecrit edilmiş ve birbirinden ayrılmış yereller, küresellerle, göklerden gelen düzenli televizyon yayınları aracılığıyla buluşurlar. Bu karşılaşmanın yankıları tüm yerel sesleri boğup, küresel bir biçimde tekrar yankılanırken yerel duvarlar tarafından yansıtılır, böylelikle, yerel duvarların hapishaneye benzer geçit vermeziği göz önüne serilir ve pekişir.

Küreyerelleşme kavramıyla bağlantılı olarak, küresel ve yerel ilişkisinde melezlik tartışmaları da önemli yer tutmaktadır. Melezlik kavramı sömüren ve sömürülen devletler arasındaki karşılıklı kültürel ilişkiden çıkarılan bir kavramdır ve kısaca kültürlerin çapraz karışımı anlamına gelmektedir (Harindranath, 2003, s. 162). Ekonomik açıdan daha güçlü ve küresel olarak daha etkin kültürlerdeki melezleşme ile yerel kültürlerdeki melezleşmeyi eş düzeyde değerlendirmemek gerekir. Bauman (2006, s. 114) bu farkı "Küresellerin kültürel melezleşmesi yaratıcı, özgürleştirici bir deneyim olabilir; ama yerellerin kültürel açıdan güçsüzleşmesi nadiren özgürleştirici bir deneyimdir." sözleriyle dile getirir.

Ulusötesi medya akışlarını ve melez içerikleri anlamak konusunda Kore dizilerinin dünyanın farklı bölgelerinde elde ettiği başarı önemli bir örnektir. Kore Dalgası'nın küresel olarak elde ettiği başarının ardında içeriklerin ulusötesi ve melez öğeler taşıması yatmaktadır. Dolayısıyla Kore Dalgası düşünüldüğü kadar "Koreli" değildir. Günümüz popüler kültürünün de büyük ölçüde melez ve ulusötesi özellikler içermesi bu içeriklerin özellikle dijital kültür içerisinde yayılmasını sağlamıştır (Jung, 2009, s. 69-78).

2. Televizyonun Dijital Dönüşümü ve Netflix'in Ekonomi Politikası

Paul Valery yayıncılık ve iletişimin diğer elektromanyetik araçlardan gelen akışı ile su, gaz ve elektrik akışıyla benzerlik kurmuştur. Bunlar nasıl elin basit bir hareketiyle evimize akıyorsa; görsel ve işitsel imgelerin de aynı basitlikle bize ulaşacağını öngörmüştür (akt. White, 2003, s. 94). Günümüzde görsel işitsel içeriklerin özellikle yeni medya üzerinden dolaşımı bu öngörünün gerçekleştiğini göstermektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki dönüşümler sonucunda yeni bir iletişim coğrafyası oluşmuştur. Bu kapsamda bilgi ve görüntü mekânları yeniden biçimlenmiş; küresel ağlar, uluslararası bilgi akış mekânları, yeni bölgesel ve yerel etkinlik biçimleri ortaya çıkmıştır (Morley & Robins, 2011, s. 17-18). İletişim alanındaki gelişmelerle birlikte televizyon içeriğinin uluslararası düzeyde dolaşımı da artmıştır.

Televizyonu üretim, dağıtım ve izlenme kalıpları açısından küresel bir fenomen olarak değerlendiren

Barker'a göre (1997) televizyon kurumsal düzeyde ulus-devletlerin sınırları içinde finanse edilip, izlense de teknolojisi, sahipliği, programların dağıtımı ve izleyiciler açısından ulus devlet sınırlarını aşan ulusötesi bir niteliğe sahiptir. Ayrıca söylem ve kültürel temsilleri dünya çapında yaygınlaştırma işlevi de onun küresel yönüne işaret eder (Barker, 1997, s. 44-45).

1980'lerde uydu sistemlerinin yayınları başlayana kadar televizyon sinyalleri ulusal sınırlar içerisinde kalıyor, içerikler de ağırlıklı olarak ulusal nitelikte üretiliyordu. Bu döneme kadar uluslararası anlamda sınırlı düzeyde bir televizyon programı ticareti yapılmaktaydı. Ancak programlar ulusötesi bir nitelik taşımamaktaydı. Televizyonun ulusal sınırları aşması uydu yayınları ile birlikte mümkün olmuştur (Lobato, 2019, s. 5-6). Haberlerin, bilginin ve eğlence medyasının küresel dağıtımını ifade eden medya akışları üzerine yapılan çalışmalar ithal ve ihraç edilen televizyon programlarının sayısında kuzeyden güneye, batıdan doğuya eşitsiz bir dağılım olduğunu ve Avro-Amerikan ticari kültürünün baskınlığını göstermektedir. Bu da programların kültürel emperyalizm araçları oluşuna işaret etmektedir (White, 2003, s. 102-104). Günümüzde ise televizyon içeriği dijital ağlardan küresel olarak dolaşıma girmekte, internet televizyon içerikleri için bir dağıtım kanalı ve arşiv işlevi görmektedir (Lobato, 2019, s. 6).

Televizyonun dijital dönüşümüyle internet-dağıtım televizyon (internet-distributed television), talebe bağlı video (VOD / video-on-demand) hizmetleri, internet televizyonu gibi kavramlar alanyazında kullanılmaya başlanmıştır. İnternet televizyonu ekolojisi talebe bağlı hizmetler, üyelik gerektiren platformlar, lisanssız yayın yapan korsan siteler, akış siteleri, YouTube gibi açık platformlar ve sosyal medya uygulamaları, dizi izleme uygulamaları gibi birbirinden farklı ve çeşitli araçları içerir hale gelmiştir. Bu doğrultuda izleyici pratikleri de etkilenmiş, özellikle internet kültürüne hâkim genç izleyiciler farklı uygulama ve platformlar üzerinden televizyon içeriğine erişebilmekte, yorumlarını ve üye olunan platform şifrelerini paylaşabilmekte, yasa dışı akış sitelerini ve torrent uygulamalarını kullanabilmektedir. İnternetin yapısı ve VPN gibi uygulamalar sayesinde içerikler üzerindeki sansür ya da resmi kısıtlamalar aşılabilmektedir. Böylece televizyonun bölge, piyasa, ulus, sinyal bölgesi gibi temel mekânsal kategorileri dönüşmüştür (Lobato, 2019, s. 7-9, 11).

Televizyonun ve izleyicinin dijital dönüşümü Jenkins'in (2006) açıkladığı yakınsama kültürüyle yakından ilişkilidir. Dijitalleşen ve analog sınırlamalarından kurtulan içerikler farklı çevrimiçi ortamlar arasında akış halinde dolaşmakta, anlatı biçimleri değişmekte, görsel-işitsel endüstri ve izleyici pratikleri dönüşmektedir (Jenkins, 2006).

Endüstrinin yeni medyanın yapısına uyumlanma sürecinde internet üzerinden yayın yapan ücretli ya da ücretsiz üyelik gerektiren talebe bağlı video hizmetleri (VOD) yaygınlaşmıştır (Taillibert & Cailler, 2021, s. 2). Ücretli VOD platformların gelir elde etme mantığı reklam gelirleri yerine üyelik ücretlerine ve farklı kanalları paketlerine dâhil etme hakkı için aldıkları taşıma ücretlerine dayalı hale gelmiştir. Üyeliğe dayalı internet televizyonları geleneksel televizyonun reytinge bağlı başarı değerlendirme ölçütlerinden farklılaşmakta, başarılarını "kalite" gibi daha soyut kavramlarla ve alternatif söylemlerle ifade etmektedir. Örneğin HBO 1996'daki "It's Not TV" ("Televizyon Değil") sloganı ve nitelikli televizyon söylemleri ile kendini geleneksel televizyonun üzerinde; kültürel olarak sinema ya da edebiyat seviyesinde konumlandırarak prestij sağlamaya çalışmıştır (Wayne, 2021, s. 3). Dijitalleşme televizyon içeriğinin başarısının ve izleyici tercihlerinin ölçülebilirliği konusunda da önemli bir değişim getirmiştir. Bununla bağlantılı olarak bu tür platformların ekonomi politik yapısı geleneksel televizyondan oldukça farklıdır. Bu konuda Netflix örneği hem işleyiş biçimi hem de

içeriklerini ulusötesi piyasalara taşıyabilmesi ile benzerleri arasından sıyrılmaktadır.

2007 yılında ABD’de akış hizmetine başlayan Netflix, 2010-2015 arasında Kanada, Latin Amerika, Avrupa, Avustralya, Yeni Zelanda ve Japonya’ya kadar genişleyerek ulusal bir hizmet sağlayıcıdan küresel hedefleri olan bir medya şirkete dönüşmüştür. Bu hızlı uluslararasılaşma süreci dijital bir hizmetin ulusal piyasalardaki kurum ve düzenlemelerin üzerine nasıl çıktığını anlamak açısından önemlidir. Dolayısıyla Netflix medya çalışmaları içerisinde yakınsama, küreselleşme, kültürel emperyalizm gibi tartışmalar açısından da iyi bir örnek oluşturmaktadır (Lobato, 2019, s. 2). Bu çalışma da birer kültürel ürün olan yerel televizyon içeriklerinin internet üzerinden küresel izleyici ile buluşmasını ele aldığından Netflix’in ulusötesi etkisine ve platformun işleyişine odaklanılmıştır.

2011’de Netflix HBO’nun kaliteli televizyon modelini takip ederek bir marka kimliği ortaya koymaya çalışmıştır. Ayrıca bir oturuşta 2-3 dizi bölümünü arka arkaya izleme anlamına gelen aşırı izlemeyi (binge-watching) kendi platformuyla özdeşleşen yeni bir izleyici davranışı olarak öne çıkartmıştır (Wayne, 2021, s. 3). Netflix daha kaliteli olduğunu öne sürdüğü içerikleri aşırı izlemeye değer (bingeworthy) olarak nitelemektedir. Bu ifade izleyicilerin de beğendikleri yapımlar için kullandıkları bir sıfat haline gelmiştir. Tüzün Ateşalp ve Başlar’ın (2020, s.132) araştırması izleyicilerin merak etme, içeriğe odaklanma, gündelik yaşamdan kaçma, maliyeti düşük bol zaman etkinliği yapma ve sosyal ortamlarda diziler hakkındaki konuşmalara katılabilme gibi motivasyonlarla aşırı izleme pratiğine yönelebildiğini ortaya koymaktadır.

Netflix 2016 yılında kendisini “küresel tv şebekesi” olarak tanımlamıştır. 2018 sonunda 78 milyonun üzerinde Amerikalı olmayan üyeye sahiptir, bunların 58 milyonunu Avrupa Birliği ülkelerindeki izleyiciler oluşturur (Elkins, 2019, s. 3). Lotz’a (2020, s. 1) göre video küratörlüğü yapan Netflix, 190’ın üzerinde ülkede sahip olduğu 167 milyondan fazla üyesi ile dünyanın önde gelen internet eğlence hizmet sağlayıcısıdır. Yerel içerikleri platformuna dâhil eden şirket binlerce ABD menşeli olmayan içeriği lisanslamıştır ve bu konuda milyonlarca dolarlık bir bütçe ayırmaktadır. Lobato’ya (2019, s. 13-14) göre uluslararası izleyici kitlesi genişledikçe hizmet alanı coğrafi olarak daha fazla farklılaşmakta ve yerelleşmektedir. Diller, içerikler, para birimleri ülkelere göre özelleştirilmektedir.

Netflix’in iş modeli hem para kazanma biçimiyle hem de başarısını ölçme yöntemiyle görsel işitsel endüstri içerisinde farklılaşır. Netflix uyguladığı sıra dışı stratejiler sayesinde ve ulusal pazarlar içerisinde beğeni ve duyarlılıklara göre küçük izleyici gruplarını hedefleyebilme konusunda sahip olduğu programlama yeteneğiyle rekabet etmektedir. Üyelik sistemi ise çok sayıda ülkeden üyelere hitap edecek kütüphane benzeri bir içerik arşivi geliştirmesini mümkün kılmaktadır (Lotz, 2020, s. 1, 11).

Netflix orijinal yapımlarıyla ilgili ticari kararlarını küresel ve yerel düzeyde elde ettiği izleyici verilerinin analizine dayanarak vermektedir (Taillibert & Cailler, 2021, s. 5). Örneğin 2012 yılında “House of Cards” (2013-2018) dizisiyle ilgili olarak çok-sezonluk bir taahhüt kararında veri analizleri etkili olmuştur. 2015’ten sonra ise içerik politikası ile ilgili olarak sadece veriye bağlı karar vermenin sınırlılıkları olduğu sonucuna varan şirket yönetimi, endüstriyel deneyimi veri analizlerinin yanında dikkate alma yoluna gitmiştir. Böylece 2019’da programlarla ilgili karar alma süreçleri geleneksel pratiklere yaklaşmaya başlamıştır (Wayne, 2021, s. 6-7).

İçerik öneri sistemi ise tamamen algoritmalara ve izleyici verilerine dayanmaktadır. Bu şekilde kullanıcı hedeflemeyi temel alan bir öneri sistemi geliştirilmiştir. İzleme geçmişlerine göre kişisel

olarak oluşturulan bu öneriler aslında geçmiş deneyimlerin tekrarını temel alan sınırlandırılmış bir deneyime yol açmaktadır (Taillibert & Cailler, 2021, s. 7). Netflix'in algoritmik mantığının diğer bir boyutu da izleyicilerini demografik veriler yerine davranış kalıplarına göre beğeni kümeleri ve toplulukları şeklinde gruplandırmasıdır. Bu şekilde uyguladığı psikografik pazarlama yöntemiyle algoritmik hesaplamayı birleştirerek geçmiş yöntemlerden farklılaşır. Netflix'in beğeni kümeleri stratejisi kültürlerarası anlamda beğeniler arasında benzerliklerin olabileceğinin altını çizirken; bir yandan da farklılıkları siler, beğenin oluşmasında kimliğin etkisini görmezden gelir (Elkins, 2019, s. 6-8).

Netflix'in kullanıcı hedeflemeyle bağlantılı bir diğer stratejisi üye kitlesini koruyabilmek adına sürekli içeriğini yenilemesidir. Ünlü televizyon içeriklerinin izledikten sonra aboneliğin iptal edilmesinin önüne geçmek adına platform kataloğuna sürekli yeni içerikler eklenmektedir. Netflix'in üye kitlesini korumak için kullandığı bu tür stratejiler yapımlarının doğasını da etkiler. Projeler 2-3 sezonla sınırlandırılır. Şovlar uluslararası unsurlar içerir. Netflix için içerik üreten yerli yapımcılar da platformun hibrit içerik politikasını izler (Taillibert & Cailler, 2021, s. 7-8).

Gelirler temelde üyelik ücretlerine bağlı olduğundan, üye sayısını artırma ve izleyicinin ücret ödemeye istekli olacağı içerikler üretme hedefi ön plandadır. Netflix topladığı izleyici verilerine göre stratejik kararlar almasıyla ve etkin olduğu ülkelere özgü orijinal yerli yapımlar üstlenmesiyle benzerlerinden ayrılır. Bu yönüyle ulusal hizmetler federasyonu gibi işlemektedir. Netflix dünyayı kültürel yakınlığa göre bölgelere ayırarak içerik dağıtmaktadır. İçerik arşivinde ulusal düzenleme ve özellikler dikkate almak zorunda olsa da, sahip olduğu algoritmik teknoloji üyelerin ulusötesi beğeni ve duyarlılıklara göre kümelenebilmesine olanak sağlar. Dolayısıyla üyelerini hedeflerken temel aldığı belli duyarlılık ve beğeniler ulusal boyutta genellenemez. Ulusal düzeyde yeteri kadar kalabalık olmayan benzer beğeniye veya niş zevklere sahip izleyicileri farklı bölgelerden bir araya getirerek bu gruplar üzerinden değer üretir (Lotz, 2020, s. 2-5, 13).

Netflix'in küresel stratejisi İngilizce olmayan program yayınlamakla küresel ve yereli birleştirmeye dayalıdır. Netflix ülkelerin kendi içerikleriyle küresel bir bayilik oluşturabildiği küresel bir televizyon olabilmeyi hedefler. Taillibert ve Cailler (2021) Netflix'in küresel politikasını Fransa örneği üzerinden açıklar. Fransız üyeleri %3'lük bir paya sahip olmasına karşın, şirket Fransız yapımlara önemli bir yatırım yapmıştır. Bunun nedeni Fransız hikâyeleri, mekânları ve oyuncularını ile bölgedeki izleyici potansiyelini artırma isteği ile bu yerel içerikleri küresel olarak yayıp etki alanlarını genişleterek küresel anlamda potansiyel izleyici sayısını artırma isteğidir (Taillibert & Cailler, 2021, s. 4). Dolayısıyla Netflix'in iş modelinin sadece ulusallığa dayalı açıklanması yetersizdir. Ulusal pazarlarda etkinlik gösterse de, yerli yapımlara ağırlık verse de ya da ülkelere göre sunduğu içerikler farklılaşsa da, Netflix temelde küresel ve kapitalist bir şirkettir. Dolayısıyla hedefi içeriklerinin mümkün olduğunca farklı pazarlarda beğeni toplamasını sağlamak, böylece üye sayısını korumak ve arttırmaktır. Ulusötesi olarak dolaşıma soktuğu yerel yapımların büyük bölümü de melez özellikler taşımaktadır. Platform bu stratejileriyle ulusötesi anlamda beğeni kümelerini genişletmeyi hedefler.

Günümüz ulusötesi enformasyon şirketlerinin etkinliğini inceleyen Fuchs'a (2010) göre bu tür medya şirketleri enformasyon akışlarına dayalı yeni bir emperyalizm ortaya koymaktadır. Bu şirketler kendi ulusal ekonomilerinde konumlanırsa da, iş kapsamalarını yerel piyasalara yaymaktadır. Ayrıca alanlarında ekonomik bir yoğunlaşmaya yol açarak finansal anlamda baskınlık kurmaktadır (Fuchs, 2010, s. 56). Netflix de küresel etkinliği ve işleyişi düşünüldüğünde yeni emperyalist medya şirketleri

kapsamında görülebilir.

Jean-Michel Ciszewski², Taillibert ve Cailler (2021) ile olan görüşmesinde Netflix orijinal yapımlarından Fransız politik dizisi “Marseille”i (2016-2018) örnek verirken platformun küresel ve yerel öğeleri nasıl harmanladığını açıklar. Ciszewski, izleyiciye küreyerel unsurların biraraya geldiği bir paket sunduklarının altını çizer. Dizide çok satan bir yazarın hikâyesi, Fransa’dan ilgi çekici görüntüler, başrolde dünyaca ünlü Gérard Depardieu, evrensel yanları olan gerçek bir yerel hikâye ve egzotiklik gibi küresel ve yerel unsurlar bir arada kullanılmıştır (Taillibert & Cailler, 2021, s. 4-5).

Netflix “beğeni kümesi” ya da “beğeni topluluğu” söylemi üzerinden kültürlerarası bağ ve yakınlığı pazarlama stratejilerinin bir parçası haline getirmektedir. Elkins’e (2019) göre Netflix kendisini liberal-kozmopolit uluslararası bağlantı idealleriyle karakterize edilen “yardımsever” bir küreselleşme biçiminin koruyucusu olarak göstermeye çalışır. Ayrıca algoritmik dijital platformun platform-emperyalist egemenliği konusundaki endişeleri yatıştırmayı ve yerel pazarlarda iyi niyetli bir vizyon oluşturmayı hedefler (Elkins, 2019, s. 2).

Lotz (2020, s. 11) kültürel ürünlerde ticari uygunluğun önemli ölçüde belirleyici olduğunun altını çizer. Netflix’in içerik üretiminde de belirleyici olan yerel kültürler değil; bu içeriklerin farklı pazarlarda ticari getiri sağlayabilmesi ve tutunabilmesidir. “Bir Başkadır” (2020) dizisinin Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgesinde gösterilmesinde olduğu gibi yerel ve kültürel özelliği ön planda olan içerikler kültürel yakınlık olan ülkelerdeki Netflix platformlarında yer almaktadır. Bu noktada Netflix hangi yerel içeriğin hangi bölgede gösterilmesi gerektiğine karar vermesiyle kültürel ürünlerin küresel dolaşımında bir eşik bekçisi rolü kazanır. İçerikler platformun kendi çizdiği sınırlar içerisinde dolaşır.

Elkins’e (2019) göre Netflix’in beğeni kümeleri fikri, eğlence anlamındaki ortak beğenilerin insanları coğrafi mesafeler ve kültürel farklılıklar boyunca birbirine bağladığı görüşüne dayanır. Platform kullanıcı verilerini öne sürerek demografik kimliklerden bağımsız bir beğeni anlayışının varlığını kanıtlamaya çalışır. Netflix’in bu konudaki söylemleri kültürel küreselleşmenin özelleştirilmiş, teknoloji-eğlence hibrit vizyonunu destekleyen ifadelerle dayanır. Akıllı eğlencenin dünyayı birbirine bağlama ve ilerici bir kozmopolitlik vizyonu platformun piyasa alanını genişletmesinin altında yatan ekonomik amaçlarının üzerini örter. Netflix kuzeyden güneye, batıda doğuya doğru bir medya akışının ötesinde en iyi hikâyeleri tüm dünyaya dağıtma amaçlarının olduğunu ve çok kültürlü farklılıklar konusunda hassas olduklarını vurgular. Ancak küresel anlamda güç ve sermaye biriktirerek platform emperyalizmiyle küresel etkinlik alanını genişletmiş ve alanında merkezi bir güç haline gelmiştir (Elkins, 2019, s. 2-4, 8-10).

3. Amaç ve Yöntem

Araştırma kurgulanırken yerel içeriklere küresel izleyicinin tepkisinin takip edilebileceği bir portal olan IMDb’deki (Internet Movie Database / İnternet Film Veri Tabanı) izleyici yorumlarının analiz edilmesine karar verilmiştir. 1990 yılında kurulmuş IMDb, insanların film ve televizyon şovları ile ilgili bilgi edinebildiği, bu içerikleri keşfedebildiği, kendi bilgi ve yorumlarını dile getirebildiği bir veri bankasıdır. 1998 yılında Amazon bu siteyi satın alarak bünyesine dâhil etmiştir. Milyonlarca film ve televizyon içeriğinin listelendiği, alanında dünyanın en popüler veri tabanı olan IMDb’de izleyiciler izledikleri içeriklerle ilgili yorum ve görüşlerini kaydederek, içerikleri beğenilerine göre

² Ciszewski, Netflix’in orijinal yapımlarını satın aldığı Marseille (Marsilya) dizisinin yapımcısı Federation Entertainment şirketinin Uluslararası Birimi’nin yöneticisidir (Taillibert & Cailler, 2021).

puanlayabilmektedir (www.imdb.com). Bu açıdan bu araştırmada yerel içeriklerle ilgili küresel boyutta izleyicilerin yorumlarına ve değerlendirmelerine erişebilmek açısından bu platform tercih edilmiştir.

Örneklem seçerken ise yerel içerikleri küresel izleyicisine pazarlamayı hedefleyen Netflix içerikleri incelenmiş ve Netflix'in Türkiye'deki ilk orijinal içeriği olan "Hakan: Muhafız" (The Protector, 2018-2020) tercih edilmiştir. Bu aşamada bu dizinin Netflix'de dört sezon yayınlanmış olması, içerik olarak yerel ve küresel unsurlar barındırması ve IMDb'deki yorumlarda yabancı izleyici yorumlarının dikkat çekmesi etkili olmuştur. "Hakan Muhafız" yapımcılığını Binnur Karaevli'nin üstlendiği, başrollerini Çağatay Ulusoy, Hazar Ergüçlü ve Okan Yalabık'in paylaştığı Netflix'in Türkiye'deki ilk uluslararası orijinal dizisidir. N. İpek Gökdel'in "Kara Kalem ve Bir Delikanlının Tuhaf Hikâyesi" (2016) romanından uyarlanan; aksiyon, fantastik ve bilim kurgu türündeki dizide sıradan bir genç olan Hakan karakterinin günümüz İstanbul'unu ölümsüz düşmanlardan korumaya çalışan ve geçmişle gizli bağları bulunan bir süper kahramana dönüşme hikâyesi anlatılmaktadır (www.imdb.com, Hakan: Muhafız).

Analiz için 25.07.2021 tarihinde dizi ile ilgili IMDb'de yazılmış olan kullanıcı değerlendirmeleri (578 yorum) okuyucuların yardımcı bulma düzeyine göre sıralanarak pdf dosyası olarak kayıt altına alınmıştır. İlk 100 yorum söylem analizine tabi tutularak içerik ile ilgili izleyici görüşlerindeki eğilimler belirlenmeye çalışılmıştır. Analizlerde yorumlar sınıflandırılırken ve kodlanırken NVivo 11 yazılımı kullanılmıştır.

4. Bulgular

Araştırma kapsamında kullanıcı yorumları incelenirken IMDb'de yorum yazan izleyicilerin hangi ülkeden olduğu, içeriğe kaç puan verdiği, beğenme ve beğenmeme nedenleri, yerel vurgular, diğer yerli ve yabancı diziler ile kıyaslama ve yerli içeriklere karşı önyargılar kriterleri belirlenerek izleyicilerin içerikle ilgili ürettikleri söylemler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Analizde Netflix'in strateji ve söylemleri izleyicide ne ölçüde karşılık bulduğu, izleyicilerin söylemleriyle hangi açılardan örtüştüğü sorularına odaklanılmıştır. Her ne kadar nitel ve betimleyici bir analiz yöntemi izlenmiş olsa da, çok sayıda içeriğin incelenmesi ve bu içeriklerdeki söylemlerin ne ölçüde ortaklaştığının görülmesi açısından benzer söylemlere sahip yorumların sayısı parantez içerisinde veri olarak belirtilmiştir. Ayrıca incelenen kriterlere göre kullanıcı yorumlarından analizi destekleyecek kesitler örnek olarak tırnak içerisinde ve Türkçe'ye çevrilerek eklenmiştir. Yorumları incelenen IMDb kullanıcıları etik ilkeler doğrultusunda K1, K2, K3 şeklinde kodlanmış, yaşadıkları ülke ile birlikte yorum alıntılarının sonunda parantez içinde yazılmıştır.

4.1. İzleyicilerin Yaşadığı Ülke

İncelenen 100 yorumun yazarlarının ifadelerinden yerel izleyici olup olmadıkları analizlerde dikkat edilen kriterlerden biridir. Bu noktada yazarların IMDb'deki kullanıcı adı ve yorum içeriği temel alınmıştır. Nereli olduğu anlaşılamayan kullanıcılar "belirsiz" olarak kodlanmıştır. Kullanıcı adında Türkçe isim olanların yaşadığı ülke Türkiye olarak kodlanmıştır. Dizinin üretildiği ülkeye, dile ya da kültüre yabancı olduğunu ifade eden, ancak kendi yaşadığı bölgeyi belirtmeyen kullanıcılar "yabancı" olarak kodlanmıştır. Buna göre incelenen 100 yazarın 46'sının yaşadığı bölge belirsizdir. Yorumları incelenen IMDb kullanıcılarının 25'i hangi ülkede yaşadığını belirtmemiş, ancak yerli izleyici olmadığını vurgulamış yabancı izleyicilerdir. 22'si ise Türkiye'den izleyicilerdir. Diğer kullanıcılar ise Amerika (2 kullanıcı), İngiltere (2 kullanıcı), Hindistan (1 kullanıcı), Romanya (1 kullanıcı) ve

Avustralya’da (1 kullanıcı) yaşadıklarını belirtmiştir. Buna göre incelenen IMDb yorumlarının 32’sini yabancı izleyiciler yazmıştır. Bu noktada kullanıcı adında Türkçe bir ifade geçmeyen, yerel izleyici olup olmadığını belirtmemiş olan kullanıcıların da bir bölümünün yabancı izleyiciden oluşabileceği de göz önünde bulundurulabilir.

4.2. İzleyicilerin Yerellik Vurgusu

Yukarıda da tartışıldığı gibi Netflix orijinal yapımlarında yerellik söylemini öne çıkarsa da, içeriklerinin küresel izleyiciye hitap etmesi açısından küresel düzeyde ilgi çekecek ulusötesi öğeleri yerel yapımlarında kullanarak melez içerikler ortaya koymaktadır. “Hakan: Muhafız” da benzer şekilde kozmopolit bir şehir olan İstanbul görselleriyle, dizi müzikleriyle, türe dair özellikleriyle melez bir yapım niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla izleyicinin yerellik algısı araştırma açısından önem kazanmaktadır. Bu nedenle izleyici yorumlarında kullanıcıların dizinin yerelliğine nasıl bir önem atfettikleri anlaşılmaya çalışılmıştır.

Kullanıcı yorumlarının sadece 2’si Türkçe olarak yazılmış, kalan yorumların tamamı İngilizce yazılmıştır. Türkiye’den izleyicilerin de ağırlıklı olarak İngilizce olarak yorumlarını dile getirmeleri yerli bir içerikle ilgili potansiyel yabancı izleyici kitesine seslendiklerini akla getirmektedir.

İncelenen yorumların yarıya yakınında (48 yorum) dizinin yerelliği ile ilgili bir vurgu yoktur. İçeriğin yerelliğinin vurgulandığı yorumlarda ise Türk dizisi oluşu, dizinin geçtiği şehir olarak İstanbul görüntülerinin fonda yer alması, Türkiye ile ilgili kültürel bilgiler, dizinin uyarlandığı kitap ve ülke belirtilmeden sadece uluslararası bir içerik olduğu vurguları yapılmıştır.

İstanbul küresel çapta tarihi dokusuyla ön plana çıkan kozmopolit bir şehirdir. Dizide şehre dair geniş açılı çekimler, İstanbul’un arka mahalleleri, egzotik dokusu sıklıkla gösterilmektedir. Netflix yerel olan içeriklerde şehirlerin küresel yönünü ön plana çıkararak kullanmakta, küresel izleyicisinde yerel bölgelere dair merak uyandırmaya çalışmakta, adeta izleyicilerine şehri gezdirmektedir. İstanbul kurtarılması ve korunması gereken bir şehir olarak da hikâyenin merkezinde yer almaktadır

Analizlerde de İstanbul görsellerinin izleyicilerin ilgisini çektiği anlaşılmıştır. 22 kullanıcı diziyile ilgili yorumlarında İstanbul’dan bahsetmiştir:

“İstanbul’da geçen bir süper kahraman şovu, bu yüzden setler ve çekimler inanılmaz.” (K10, belirsiz)

“İstanbul ve çevresindeki çekimler nefes kesici! Çarşıda dolaşmayı, Türk mahallelerini görmeyi çok sevdim.” (K34, yabancı)

“Hakan kesinlikle bir kahraman değil – Doğu’nun Batı’yla, geçmişin gelecekle buluştuğu 15 milyon nüfuslu bir şehirde basit bir tip.” (K79, belirsiz)

“(…) arka plan etkileyici. Daha önce İstanbul’da bulundum ve bunu izledikten sonra tekrar İstanbul’a gitmem gerektiğini anladım.” (K99, yabancı)

8 kullanıcı diziyile ilgili Türkiye’nin kültürel veya tarihi özellikleri ile ilgili fikir edindiğini vurgulamıştır:

“Mükemmel Dizi Muhafız, merak uyandıran ve harika bir tarih.” (K36, Romanya)

“ (...) ekip, muhteşem Osmanlı tarihi ile günümüz İstanbul’unun güzelliğini gerçekten göstermek istemiş. Ve hakkında pek bir şey bilmediğimiz bir dünya olduğundan, şovu Batılı izleyiciler için özel yapan da bu...” (K56, yabancı)

“Dizi ayrıca Batı dünyasından çok farklı bir kültüre de bir bakış sunuyor.” (K93, yabancı)

İzleyicilerden birinin yerel içeriklerin kültürel özelliklerini korunması ve Batı standartlarına uymak adına ödün verilmemesi gerektiğini özellikle vurgulaması dikkat çekicidir:

"İstanbul'u görme ve güzel kültürünü deneyimleme şansına sahip olduğum için çok mutluyum. Müzedeki sahneler harikaydı. Keşke daha fazla eseri görebilsaydık. Dil de bu kültürün bir parçasıdır. Türkçe'yi anlamasak bile, İngilizce konuşulan diyalogları Türk aksanıyla duymak kulağa daha hoş geliyor. (...) Amerikan sesleri tam uymuyor. Siz Türksünüz Türk olun. Lütfen kabul edilmek için Beyaz/Avrupa standardına uymanız gerektiğini düşünmeyin. Elinizde bir şans var. Beyaza boyamalarına izin vermeyin." (K96, yabancı)

Yorumlarda da görüldüğü gibi şehir görüntüleri, kültürel yapılar ve bölgenin tarihi diziye egzotik bir nitelik kazandırmakta ve bu unsurlar yabancı izleyiciler açısından diziye merak ve çekicilik katmaktadır. Netflix yerel içerikleri küresel dolaşıma taşıırken şehrin görsellerini, yapılarını, sosyolojisini ve tarihini sunduğu ürüne değer katmak üzere metalaştırmaktadır. Bir yandan da bu unsurlar oldukça yüzeysel ya da kurgusal bir şekilde dâhil edilmekte, küresel izleyicide egzotiklik ve merak uyandıracak şekilde kurgulanmakta ve çerçevelenmektedir. Bu şekilde metalaştırılarak platformun pazarlama stratejisinin bir parçası haline getirilen kültürel unsurların içi boşaltmış olur.

Yerel içerik vurgusu içeren yorumların bir bölümünde dizinin bir Türk yapımı olduğunun altı çizilmektedir. Bu konuda yabancı izleyiciler altyazılı ya da seslendirmeli izleme, ilk kez Türk içeriğiyle karşılaşma ve Netflix uluslararası yapımları konusunda yorumda bulunmuştur.

"Daha önce hiç Türk hikayesi görmemiştim ama dürüstçe söyleyebilirim ki buna değdi." (K47, yabancı)

"Netflix'teki ilk Türk dizisi ve güzeldi (...) Netflix kalitesini karşıladığını düşünüyorum." (K72, belirsiz)

Dizi hakkındaki izleyici yorumlarının bir bölümü (13 yorum) diziyi diğer Türk yapımlarıyla kıyaslamaktadır. Bu tür yorumlarda yerli kanallardaki diğer Türk dizileriyle (9 yorum) ve Netflix'in diğer Türk yapımlarıyla (2 yorum) karşılaştırmalar yapılmıştır. 2 yorumda ise "Hakan: Muhafız"ın izlenen en iyi Türk dizisi olduğu vurgulanmıştır.

"Diğer Türk dizileriyle karşılaştırıldığında, bu dizi tüm bölümleri bir arada izlemenizi sağlayacak şekilde farklı." (K87, belirsiz)

"Birçok Türk dizisi izledim ama bu farklı. Türk dizilerinde fakir ve saf kız, zengin zampara adam gibi hep aynı şeyler vardır. Türk dizilerini gördüm ve Netflix'i gördüm imkânsız dedim ama sonuçta şaşırdım." (K2, Türkiye)

"Daha önce Türk filmleri ve şovları izledim ama bu farklı ve olağanüstü bir şey." (K99, yabancı)

Yabancı izleyici kıyaslamalarında konu olarak "Hakan: Muhafız"ın farklı oluşu öne çıkarken, yerli izleyicinin karşılaştırmalarında yerel dizilere karşı izleyicinin önyargılar geliştirdiği ve bu yapımları hikâyeleri, bölüm süreleri, kaliteleri bağlamında eleştirdiği görülmüştür. Bu konuda Türkiye'den bir izleyicinin yerli dizilerle ilgili "işkence" benzetmesi yaparken, "Hakan: Muhafız"ı uluslararası izleyiciye hitap edecek seviyede bulduğunu vurgulaması dikkat çekicidir. Netflix'in uluslararası alandaki yaygınlığı platformu statik bir kültürel nesne olmaktan çıkararak ona piyasalara, bölgelere göre değişen, dönüşen, katmanlaşan bir nitelik kazandırır. Bu anlamda farklı özellikte Netflix kültürleri oluşmaktadır (Lobato, 2019, s. 14). Bu noktada özellikle Netflix üyeleri ulusötesi nitelikte yapımları yoğun olarak izlediğinden belli bir Netflix kültürüne sahip olmaya ve Netflix özelliklerini izledikleri içeriklerde yakalamaya başladığı düşünülebilir.

"Bir Türk olarak, yaptıkları çoğu yapıma şahsen tahammül edemiyorum, ailemi ziyaret ettiğimde ve izlemek zorunda kaldığımda bunu bir tür işkence olarak görüyorum. Netflix'te gördüğümde, 10-15 dakika boyunca ne kadar kötü ve aşağılayıcı olduğunu görmek için açtım. (...) Ama hemen fark ettim ki, bu her zamanki eski Türk dizi tarzı değil, daha geniş bir uluslararası izleyici kitlesine uyarlanmış. Bu yüzden şok oldum, kendimi aşırı izleme yaparken buldum ve diziyi çok sevdim. (...) Türk dizi ölçeğinde kesinlikle 10/10. Dünya çapında 7-8/10." (K89, Türkiye)

İzleyicinin yerli içerikle ilgili önyargılara sahip olduğu yorumların (18 yorum) içerdiği önyargı ifadeleri dizinin “iyi olmasına şaşırma” (8 yorum), “Türk yapımlarına göre iyi bulma” (4 yorum), “diğer Türk dizilerine eleştiriler” (3 yorum), “tür olarak yadırgama” (1 yorum) olarak öne çıkmaktadır. 2 yorumda ise yerel içeriklere karşı genelde izleyicilerin önyargılı olduğu vurgulanmıştır.

“Açıkçası beklediğimden çok daha iyi olduğunu söylemeliyim. Saçma sapan bir oyuncak bebek filmi olacağını düşünüyordum. Ancak tam tersi!” (K55, Türkiye).

“Daha önce hiç Türk dizisi/filmi izlemedim ama bu şov beni çok etkiledi. Ne bekleyeceğimi bilmiyordum ama buna bir şans verdiğim için gerçekten mutluyum oğlum.” (K66, yabancı)

“(…) kesinlikle önyargınızı bir kenara bırakın ve izleyin. Pişman olmayacaksınız.” (K50, Türkiye)

“(…) Amerikalıların nedense bunun gibi dizi ve filmlerle sorunları var. Ama her neyse, Amerikalıyım ve harika olduğunu düşünüyorum.” (K51, ABD)

IMDb izleyici yorumlarının 15’inde “Hakan: Muhafız” diğer yabancı içeriklerle de kıyaslanmıştır. Küresel yapımlarla yapılan karşılaştırmalarda benzer türdeki diğer dizilerle kıyas (11 yorum) ağırlıktadır. Bu karşılaştırmalarda izleyicilerin bir bölümü Amerikan yapımlarının dışında farklı ve iyi bir içerikle karşılaştıklarını vurgularken, bazı izleyiciler ise Amerikan süper kahraman hikâyeleriyle benzerlikler yakalamıştır.

“Vay! Bu şov, tüm Marvel Defenders serisinin olmayı dilediği şey!” (K10, belirsiz).

“Bence bu türü sevmelisiniz, bu yüzden muhtemelen “Librarian”, “Warehouse 13”ü sevdiyseniz, o zaman tam size göre.” (K24, belirsiz)

“Biraz “The Highlander”ın “SuperNatural” ile tanışması gibi olabilir?” (K34, yabancı)

“Katılıyorum, Iron Fist’ten çok daha iyiydi.” (K40, belirsiz)

“(…) o bir süper kahraman değil, tarihi bir kahraman, (süper güçleri olmasına rağmen!) Bu onu Iron Fist, Luke Cage, Dare Devil vs.’den farklı kılıyor. Oyuncululuğu mükemmel, sağlam, inandırıcı ve güvenilir. Ve hepsinden önemlisi, HOŞ!” (K46, İngiltere)

“(…) aynı türdeki Amerikan şovlarından belirgin bir şekilde farklı ki bu iyi bir şey, insan hikâyesini boğmadan doğaüstü unsurları hayata geçirmek için yeterli CGI³ var.” (K47, yabancı)

“Bir süper kahraman şovunun Amerikalı olması şart mı? Şahsen ben öyle düşünmüyorum ve bir Türk dizisinin süper kahramanı olmasında yanlış bir şey görmüyorum. Diğer şovlarla bazı benzerlikleri vardı ama yine de size klasik bir süper kahraman şovu izlemiyormuşsunuz hissini veren birçok şeye sahipti.” (K68, yabancı)

“(…) Türk dizileri için gerçekten iyi bir başlangıç, Da Vinci Code, Harry Potter hatta Örmcek Adam ya da Thanos izlemeseydim fikirlerin, senaryoların parlak ve çok yaratıcı olduğunu düşünürdüm. Doğal olarak bu filmlerden etkilenilmiş.” (K70, belirsiz)

Netflix yerel bir içeriği küreselleştirirken türü araçsallaştırmaktadır. Görsel-işitsel ürünlerin ölçülemeyen ticaretinden kaynaklanan finansal riskleri asgari düzeye indirmek üzere evrensel göndermelere sahip bu içeriklerin küresel dolaşımında tür öne çıkmakta ve yerel içeriğin dünyanın farklı bölgelerindeki izleyiciye ulaştırılmasında bir Truva atı işlevi görmektedir. Bu taktiğin başka bir boyutu da yerel yapımcı, yönetmen ve yazarlar açısından kendi bölgelerinde pek üretilmeyen farklı türlerde içerik yaratma şansı doğurmasıdır (Taillibert & Cailler, 2021, s. 5-6). Yabancı izleyicilerin türle bağlantılı yorumlarında da bu stratejinin izleri görülmektedir.

Netflix’in türe bağlı geliştirdiği bu küreselleşme stratejisi belli türlerde içerik üretiminin tercih edilmediği yerel piyasalarda, bu türlerde içerikler üretilmesinin önünü açmaktadır. Zaten Netflix de ekonomik

3 Computer-generated Imagery / Bilgisayar tarafından oluşturulan görüntüler

faaliyet gösterdiği yerel piyasalardaki yaratıcıların kendisini serbestçe içerik üretebilecekleri bir olanak olarak görmelerini hedeflemektedir (Taillibert & Cailler, 2021, s. 3). Aşağıdaki yerel izleyici yorumunda da yerli fantastik bir yapımın garipsendiğinin altı çizilmiştir:

"Türk karakterlerin fantastik projelerine alisik degiliz sanirim ama seyre değer" (K97, Türkiye)⁴

4.3. İzleyicilerin Beğenme Ve Beğenmeme Nedenleri

"Hakan: Muhafız" dizisinin ortalama IMDb puanı verilerin kayıt altına alındığı 25.07.21 tarihi itibarıyla 6.6'dır. İncelenen ilk 100 yorumda, kullanıcıların yarısından fazlası (57 kullanıcı) içeriğe 10 puan vermiştir. 21 kullanıcı 9, 19 kullanıcı 8, 1 kullanıcı 7, 1 kullanıcı 6 puan vermiş ve 1 kullanıcı ise diziyi puanlamamıştır. Görüldüğü gibi dizi hakkında değerlendirme yazan kullanıcılar diziyi beğenme eğiliminde olmuştur. Yorum içeriklerinde ve yorum başlıklarında da beğenilerini dile getirmişlerdir.

İncelenen IMDb yorumları dizinin büyük ölçüde beğenildiğini göstermektedir. Yorumlardaki beğeni nedenleri arasında dizinin iyi bir televizyon şovu olması, hikâyesinin ve karakterlerin iyi kurgulanması, sinematografik olarak başarılı bulunması, görşelliğın kullanımı, heyecan uyandırması, başrol oyuncusu Çağatay Ulusoy'a duyulan hayranlık, aşırı izlemeye değer olma, kültürel unsurlar içermesi ile yerel ve farklı bir içerik olma gibi unsurlar belirtilmiştir.

"Tebrikler Türkiye! Çağatay sen en iyisisin. Bu asalet için teşekkürler! Romanya'dan öpücükler, Tanrı sizi korusun!" (K36, Romanya)

"Mutlaka izleyin... 4. sezonu bekliyorum sırada olacaklar için aşırı heyecanlıyım." (K4, belirsiz)

"Hikâye çizgisi ilginç ve başka bir ülkede farklı bir süper kahraman tarzı karaktere sahip olması canlandırıcı... Dizi ve harika oyuncular için muhteşem lokasyon." (K1, yabancı)

"Estetik dizi. Son derece iyi görünen karakterleri, güzel mekânları, virtüöz oyunculuğu, o kadar da kötü olmayan kurguyu seviyorsanız – bu dizi tam size göre..." (K53, yabancı)

Dizinin içerdığı kültürel öğeler de izleyici açısından beğeni unsuru olarak görülmektedir.

"Türk tarihi ve mekânları fantastik unsurlarla bir araya getirilerek güzel bir hikâye yazılmış. İlk bölümde İstanbul'un ön plana çıkarıldığını görüyoruz. (...) Bu seride beğendiğim bir diğer şey ise; geçmişini gösteriyor. Osmanlı dönemine kadar uzanıyor." (K6, Türkiye)

"Tarihi, kültürü, eski ve yeni İstanbul karışımını içermesini sevdim." (K68, yabancı)

Görüldüğü gibi Netflix'in kültürel öğeleri ürününe değer katan birer unsur olarak kullanımı ve kültürel imgeleri metalaştırma stratejisi yabancı izleyicide de karşılık bulmaktadır.

İçerikle ilgili görüşlerini dile getiren izleyiciler dizi ile ilgili beğenmedikleri ve zayıf buldukları yönleri de belirtmiştir. Beğenmeme nedenleri hikâyedeki zayıflık, oyunculuklar, uluslararası içeriklerdeki altyazı ve seslendirme sorunları olarak öne çıkmaktadır.

"2. sezonun yarısındaım ve muhafızın hala koruduğu tek şey, kız arkadaşları da dâhil olmak üzere kendi çıkarları. Türkçe bir şey olmalı..." (K25, yabancı)

"(...) kesinlikle iyi bir şov. Ancak yazarların ilişkileri ve atmosferi inşa etmede daha iyi bir iş çıkarması gerekiyor..." (K18, Türkiye)

Yabancı kullanıcılar ise altyazılı ya da seslendirmeli izleme, farklı bir dilde izleme, hangi ülkede olduklarını belirtme, Netflix'in ulusötesi ve küresel içerikleri gibi unsurlara yorumlarında yer vermişlerdir.

⁴ Bu yorum Türkçe olarak yazılan yorumlardan biri olduğundan, olduğu gibi verilip yazım hataları düzeltilmemiştir.

“ABD’den “Muhafız”ı İngilizce seslendirmeye izlesem de, dizi, kültürel dehasını ve dramatik hikâye anlatımını hâlâ sergileyebiliyor!” (K62, ABD).

“Netflix’in şu anda tüm dünyada çekim yapıyor olması ve bu dizinin İstanbul’da geçmesi canlandırıcı. Dünyanın her yerinden yeni farklı yerlerden bunun gibi daha fazla şov görmek istiyorum. Ve Netflix sayesinde altyazıları okumadan İngilizce izleyebiliyorum.” (K23, yabancı)

İzleyicilerden biri yerel içeriklere ait oldukları ülkedeki izleyiciler tarafından yüksek IMDb puanları verildiğinin altını çizmiştir:

“Uluslararası piyasada yabancı başlıkları değerlendirmenin tek yolu doğrudan ve dürüst olmaktır. Dürüst olmak gerekirse ülkelerinin vatansızları tarafından çok fazla değerlendirme yapılacağı beklenebilir, ancak hepimizin daha geniş bir perspektifi bilmemiz gerekiyor! Yani, öncelikle, dizi Türkçe dilinde ve İngilizce altyazılıdır. Bir sürü uluslararası içerik izliyorum ve eğer altyazılara dayanabiliyorsan, o zaman kendinle gurur duyuyorsun çünkü eğer yapabilirsen orada birçok mükemmel hikâye var.” (K46, İngiltere).

Yabancı izleyicilerin yorumlarında televizyon içeriğini altyazılı ya da dublajlı izleme deneyimlerine yer vermeleri yerel içeriklerin küresel izleyicide oluşturduğu etkiler arasında yer almaktadır. İzleyicilerin bir bölümü kendi ülkelerindeki dublaj ya da altyazıları başarılı bulurken, bir bölümü ise bunu içeriği izlemede olumsuz bir yön olarak vurgulamıştır. Yorumların analizinde dünyanın farklı bir bölgesine ait yabancı dildeki bir içeriğin izleyiciler için alışık olmadıkları bir deneyim oluşturduğu ortaya çıkmıştır.

“BU ÇOK EĞLENCELİ BİR DİZİ! Yani, ağızlarının hareket etmesini ve kelimelerin konuşmalara uymamasını izlemek çok saçmaydı. (...)” (K12, yabancı)

“Bu şovu İngilizce olarak okumama rağmen kesinlikle seviyorum o kadar eğlenceli ki okuduğumu fark etmiyorum bile!” (K21, yabancı)

“Genelde yabancı dildeki filmlerden neredeyse tamamen kaçınıyorum ama bu film İngilizce dublajlı ve alt yazılıydı ve ilk bölümün sonuna kadar kalmamı sağladı ve çok memnun kaldım. İkinci veya üçüncü bölümde altyazıları kapattım çünkü geride kaldılar ve dublajla aynı şeyi söylemediler.” (K13, yabancı)

“ (...) İngiltere’de bir utanç olarak İngilizce olarak seslendirilmiş ki yazık olmuş. (...) Birinin Amerikan aksanı fikrindense orijinal sesleri altyazılı duymuş olsaydık çok daha iyi olurdu.” (K22, İngiltere)

“TEK eleştirimiz, duygusal sahnelerdeki İngilizce seslendirmelerin, oyuncular tarafından oynanan duyguları ifade etmekten yoksun görünmesidir.” (K49, yabancı)

Yukarıda açıklandığı gibi Netflix kullanıcı verilerine dayanarak izleyicilerine beğenebilecekleri içerikler öneren kişiselleştirilmiş ve hedefli izleyiciye dayanan bir sisteme sahiptir. Tür ile bağlantılı yorumlarda izleyicinin kahramanlık ve fantastik içerikler hakkında yorum yaptığı vurgulanmıştı. Bu noktada bu türü beğenen izleyicilere yerel bir içerik olarak “Hakan: Muhafız” dizisinin önerilmiş ve izleyicinin yerel içerikle bu şekilde karşılaşmış olduğu düşünülebilir. Öneri sistemi ile ilgili olarak dikkat edilen bir başka unsur da yorumlarda farklı bir yerli diziden bahsedilip bahsedilmediğidir. Bu konuda 1 kullanıcı Türkiye’den başka bir Netflix Orijinal içeriği olan “Yaşamayanlar”ı (Immortals, 2018) izlediğini belirtmiştir. 2 izleyici ise “Diriliş: Ertuğrul” (2014-2019) dizisini izledikleri için “Hakan: Muhafız”ın Netflix önerisi olarak karşılıklarına çıktığını vurgulamıştır.

“Ertuğrul’dan sonraki ikinci Türk dizim ve beni hayal kırıklığına uğratmadı.” (K52, yabancı)

“Netflix bana bunu önerdi çünkü Diriliş: Ertuğrul’u beğenmiştim. İki! İki!!” (K96, yabancı)

Netflix izleyicide aşırı izleme pratiğini yerleştirerek kullanıcılarını platformuna bağlamaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda aşırı izlemeye değer olmak içerikler konusunda bir kalite göstergesi olarak sunulmaktadır. İçeriği aşırı izlemeye değer bulma ya da aşırı izleme ile tüketme “Hakan: Muhafız” izleyicilerinin yorumlarına da yansımıştır. Bu durum Netflix’in teşvik ettiği aşırı izleme

pratiğinin izleyicide yerleşmekte olduğunun da göstergesidir.

"Aşırı izlemelik! Bu şov en başından beri beni aldı! İlk bölüme bayıldım. Geri dönmek için sabırsızlandığım bir diziyi seviyorum (...)" (K13, yabancı).

"Aslında bütün bölümleri bir günde izledim." (K22, İngiltere)

"(...) bunun dışında hiçbirini aşırı izlemedim." (K27, belirsiz)

Yorumlarda dikkat çeken bir başka nokta da izleyicilerin dizi müziklerini beğendiğini dile getirmiş olmasıdır. "Hakan: Muhafız" dizisinin müzikleri de oldukça melez bir nitelik taşımaktadır, yerli grupların yanı sıra dizide yabancı müzikler de kullanılmıştır. Dizi müziklerinin müzikal temelinde Batı'ya yakın yerli ve yabancı şarkılar ağır basmaktadır. Yerel müzikal öğelere sahip müzikler ise nispeten az kullanılmıştır. Dizi müzikleri yerel içeriği melezleştirmede ve ulusötesi bir nitelik kazandırmada bir etken olarak görülebilir.

"Soundtrack MÜKEMMEL!" (K34, yabancı)

"Hikâye iyi yazılmış ve müzik BANGIR BANGIR!! Ciddi anlamda. Dizi müzikleri ON NUMARA!!" (K96, yabancı)

Dizinin bir Netflix içeriği olduğunu vurgulayan yorumlarda (17 yorum) Netflix kalitesi, Netflix'in uluslararası içerikleri, Netflix'e teşekkür gibi unsurlar yer almaktadır. İzleyicilerin bir bölümü Netflix'in yerel içerikleri kendileri ile buluşturmasından memnun olduklarını belirtmektedir:

"Netflix'in ilk Türk yapımı dizisi... (...) Dizi standart Türk dizisine göre güzel ama Netflix dizisi için biraz kötü. Bu dizinin farklı ülkelerdeki Netflix orijinallerinden birkaç adım ötede olduğunu belirtmek gerekir. Diziyeye ayrılan bütçe ne kadar az olursa bunda etkisi olabilir. Çünkü daha yüksek bir bütçeyle, farklı zamanlara yapılan yolculuğun bambaşka bir anlatımının keyfini çıkarmak mümkün olacaktır." (K6, Türkiye)

"Hikâye akışında birkaç çelişkili örtüşme var, ancak tarih, hikâye, oyuncular, sahne ve diğer her şey harika. Netflix'in şu anda tüm dünyada çekim yapıyor olması ve bu dizinin İstanbul'da geçmesi canlandırıcı. Dünyanın her yerinden yeni farklı yerlerden bunun gibi daha fazla şov görmek istiyorum." (K23, yabancı)

"Normalde vurduğumuz Amerikan şovları yerine Netflix'in daha fazla uluslararası eklemeler yapmasını dört gözle bekliyorum. Bu şov ve Türkiye'den diğer bilim kurgu eklemesi (Ölümsüzler) aşırı izleme yapmak için çok eğlenceliydi." (K76, Avustralya)

Tartışma ve Sonuç

Küreselleşme, kapitalizm, iletişim teknolojilerinin gelişimi ve dijitalleşme iç içe geçen ve birbirini karşılıklı etkileyen fenomenler olup, medya endüstrisinin dönüşümünde ve medya içeriklerinin küresel dolaşımında önemli bir rol oynamaktadır. Ortaya çıkan yakınsama kültürü içerisinde bir yanda televizyonun dijital dönüşümüne tanık olunurken, bir yanda da televizyon içeriğinin küresel dolaşımında sınırların kalktığı, yeni izleme pratiklerinin ortaya çıktığı, içerik üretim ve dağıtım mantığının değiştiği görülmektedir. Bu bağlamda yerel televizyon içeriklerinin ulusötesi sınırları nasıl aştığı, medya alanındaki dönüşümlerden nasıl etkilendiği ve küresel çapta izleyicilerle buluştuğunda ne tür tepkiler aldığına anlaşılması amaçlanmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde televizyon içeriğinin küresel dolaşımı kültürel emperyalizm, melezleşme, küreyerelleşme ve ulusötesilik kavramları üzerinden anlaşılmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde ise medya endüstrisi alanında dijitalleşmeyle birlikte yaşanan değişimlerin televizyonu dönüştürmesiyle ortaya çıkan internet televizyon mantığı Netflix örneği üzerinden tartışılmıştır.

Medya endüstrisinde yaşanan değişimler ışığında, gerek yerel televizyon içeriklerinin küresel

izleyiciyle buluşturması ve izleme deneyimini dönüştürmesi, gerekse de ekonomi politik yapısıyla Netflix sıra dışı bir örnek olarak benzerlerinden farklılaşmaktadır. Netflix, geleneksel televizyon modelinde izleyicinin reklam verene satılarak metalaştırılması yerine, ücretli üyeliğe dayanan bir ekonomi politik yapıya sahiptir. Netflix'in ekonomi politik işleyişinin içerisinde kullanıcı verilerine dayalı kişiselleştirilmiş öneri sistemi, yerel yapımlara yer verme, ulusötesi ve melez özellikler katarak yerel içerikleri küresel alana taşıma, dünyanın farklı bölgelerine dağılmış beğeni kümelerini tek bir platform üzerinden birleştirerek izleyici kitleleri elde etme gibi algoritmik hesaplamaların da dâhil olduğu unsurlar yer almaktadır.

Bu çalışmada Netflix'in stratejilerinin izleyicide ne ölçüde karşılık bulduğu, izleyicilerin söylemlerine nasıl yansıdığı anlaşılmalı çalışılmıştır. Bu kapsamda Netflix'in Türkiye orijinal yapımlarından biri olan "Hakan: Muhafız"ın izleyicilerinin IMDb platformundaki yorumları söylem analizine tabi tutularak, izleyicilerin yerellik algıları, bu içerikler hakkındaki tutumları, beğeni sebepleri ve Netflix söylemlerinin izleyici yorumlarına nasıl yansıdığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak izleyicinin yerellik algısında şehir görselleri, Türk yapımı olma, uluslararası içerik olma unsurları öne çıkmaktadır. Netflix'in yereli ulusötesine taşımada bir araç olarak türü kullanımı izleyici yorumlarına ve pratiklerine yansımaktadır. İzleyici yorumları yerel içeriğin ulusötesi ve melez nitelikleriyle beğeni topladığına, yerel kültürel özelliklerinin ise ikinci planda kaldığına işaret etmektedir. Özellikle yabancı izleyicide türe bağlı yorumlar belirginleşirken, yerli izleyicide geleneksel televizyon kanallarındaki dizilerle karşılaştırma ve Netflix'e kaliteli ve uluslararası düzeyde içerik üretme özellikleri atfedilmesi öne çıkmaktadır. Ayrıca izleyicilerin Netflix'in yerleştirmeye çalıştığı aşırı izleme deneyimini bir kalite göstergesi olarak kabul ettiği gözlemlenmiştir.

Netflix ürettiği söylemlerle kendisini kültürel farklılıkları gözetken, yerli kültürleri küresele taşıyarak tanıtan bir platform olarak konumlandırırsa da, küresel kapitalizme ait hikâye temelde değişmemektedir. Netflix'in söylemlerinin ve üye sayısını artırmak üzerine kurduğu stratejilerin altında ekonomik çıkarları ve kâr elde etme güdüsü yer almaktadır. Bu uğurda televizyon içeriği üretirken yerel kültürleri, tarihi, imgeleri, şehir görüntülerini kullanarak küresel düzeyde pazarlamaktadır. Böylece içeriklerine ulusötesi ve melez özellikler eklemeyerek yerel kültürleri metalaştırmakta, yüzeyselleştirmekte ve içini boşaltmaktadır. Küresel izleyicisini de belli izleme pratikleri ve beğeni kalıpları doğrultusunda şekillendirmekte, izleyici verilerine göre önerdiği içeriklerle izleyiciyi platformun çizdiği sınırlara hapsedmektedir.

Kaynakça

- Adda, J. (2007). *Ekonominin Küreselleşmesi* (4 b., S. İnceci, Çev.). İstanbul: İletişim.
- Appadurai, A. (2003). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. L. Parks, & S. Kumar (Ed.) içinde, *Planet TV: A Global Television Reader* (s. 40-52). New York: New York University.
- Barker, C. (1997). *Global Television: An Introduction*. Oxford: Blackwell.
- Barker, C. (1999). *Television, Globalisation and Cultural Identities*. New York: Open University.
- Bauman, Z. (2006). *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları* (2 b., A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya.
- Cohen, R., & Kennedy, P. (2000). *Global Sociology*. London: McMillan.
- Elkins, E. (2019). Algorithmic cosmopolitanism: on the global claims of digital entertainment platforms. *Critical Studies in Media Communication*, 36(4), 376-389.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture: Popular Pleasures and Politics*. London: Routledge.
- Francis, L. (2006). Cultural Discount and Cross-Culture Predictability: Examining the Box Office Performance of American Movies in Hong Kong. *Journal of Media Economics*, 19(4), s. 259-278.
- Fuchs, C. (2010). New imperialism: Information and media imperialism?. *Global media and Communication*, 6(1), 33-60.
- Gere, C. (2008). *Digital Culture* (2nd ed.). London: Reaktion Books.
- Giddens, A. (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya: Küreselleşme Hayatımızı Nasıl Yeniden Şekillendiriyor?* (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Alfa.
- Harindranath, R. (2003). Reviving "Cultural Imperialism": International Audiences, Global Capitalism and the Transnational Elite. L. Parks, & S. Kumar (Ed.) içinde, *Planet TV: A Global Television Reader* (s. 155-168). New York: New York University.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University.
- Jung, E.Y. (2009). Transnational Korea: A Critical Assessment of the Korean Wave in Asia and the United States. *Southeast Review of Asian Studies*, 31, 69-80.
- Katz, E. & Liebes, T. (1990). Interacting With "Dallas": Cross Cultural Readings of American TV. *Canadian Journal of Communication*, 15 (1), 45-66.
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: New York University.
- Lotz, A. (2020). In between the global and the local: Mapping the geographies of Netflix as a multinational service. *International Journal of Cultural Studies*, 1-21.
- Miller, V. (2020). *Understanding Digital Culture* (2nd ed.). London: Sage.
- Morley, D. (2003). Where the Global Meets the Local. Notes From the Sitting-Room. L. Parks, & S. Kumar (Ed.) içinde, *Planet TV: A Global Television Reader* (s. 286-302). New York: New York University.
- Morley, D. & Robins, K. (2011). *Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar* (2 b., E. Zeybekoğlu, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Robertson, R. (1996). *Globalization: Social Theory and Global Culture* (3rd Ed.). London: Sage.
- Schiller, H. I. (2018). *Communication and Cultural Domination* (Reissued Ed.). New York: Routledge.

Taillibert, C. & Cailler, B. (2021). Video-On-Demand Platforms: Editorial Strategies and Logics of Production. Netflix: A Case Study. *A European Television Fiction Renaissance*.

Tomlinson, J. (2003). Media Imperialism. L. Parks, & S. Kumar (Ed.) içinde, *Planet TV: A Global Television Reader* (s. 113-134). New York: New York University.

Tüzün Ateşalp, S. & Başlar, G. (2020). İnternette Dizi İzleme Pratiklerinin Dönüşümü: Aşırı İzleme (Binge-watching) Üzerine Bir Araştırma. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (32), 108-136.

Wayne, M. (2021). Netflix Audience Data, Streaming Industry Discourse, and the Emerging Realities of 'Popular' Television. *Media, Culture & Society*, 00(0), 1-17.

White, M. (2003). Flows and Other Close Encounters With Television. L. Parks, & S. Kumar (Ed.) içinde, *Planet TV: A Global Television Reader* (s. 94-110). New York: New York University.

Williams, R. (1998). The Analysis of Culture. J. Storey (Ed.) içinde, *Cultural Theory and Popular Culture A Reader* (2nd Ed., s. 48-56). Athens: The University of Georgia.

İnternet Kaynakları

www.imdb.com. (tarih yok). Hakan: Muhafız. <https://www.imdb.com/title/tt7668518/> adresinden 15.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

www.imdb.com. (tarih yok). What is IMDb?. https://help.imdb.com/article/imdb/general-information/what-is-imdb/G836CY29Z4SGNMK5?ref_=helpart_nav_1# adresinden 15.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

Extended Abstract

Purpose of Research

In this study, it has been tried to understand the transnational circulation of cultural products and the reaction of the audience to these local contents through the Netflix model, which brings local productions to the global audience through its digital platform, as a global internet television.

Research Questions

The research focuses on how Netflix's political economy differs in the context of television's digital transformation, what is the effect of this model on local content, and how these transformations respond to the audience. In this respect, the main questions of the research are in what ways Netflix's strategies and discourses overlap with the discourses of the audience, and what the audience thinks about the local content that enters the global circulation.

Literature Review

Digitalization and globalization are processes that affect and accelerate each other. According to Gere (2008), the rapid spread of digital technologies to daily life in recent years has occurred as a result of mutually triggering processes such as the rise of globalization and free market capitalism and the increasing prevalence of information and communication technologies (Gere, 2008, p. 14).

With the convergence process (Jenkins, 2006, pp. 2-3, 14), television contents have become a part of the information flow on internet networks. The television industry has also positioned itself to keep up with digitization. Thus, it is seen that television content is circulating through different digital channels, and internet televisions and video streaming services have emerged. This has affected the global circulation of cultural products and the production and consumption logic of television content.

Debates on hybridity also have an important place in the global and local relationship. The concept of hybridity simply means cross mixing of cultures (Harindranath, 2003, p. 162). However, hybridization in economically stronger and more globally active cultures should not be equated with hybridization in local cultures.

In the process of adapting the industry to the new media structure, video-on-demand services (VOD) broadcasting on the internet, which require paid or free membership, have become widespread (Taillibert & Cailler, 2021, p. 2). The revenue generation logic of paid VOD platforms has become based on membership and transportation fees for the right to include different channels in their packages, rather than advertising revenues. Membership-based internet televisions differ from the rating-based success measurement criteria of traditional television, expressing their success with alternative discourses and more abstract concepts such as "quality" (Wayne, 2021, p. 3). In this regard, the example of Netflix stands out among its peers, both in the way it works and in the ability to carry its content to transnational markets.

Methodology

While the research was being constructed, the audience comments on IMDb (Internet Movie Database), a portal where the global audience's reaction to local content can be followed, were examined by discourse analysis method. As an example, "Hakan: Muhafız" (The Protector, 2018-2020), the first original content of Netflix in Turkey, was chosen. The first 100 comments on the IMDb about the series were subjected to discourse analysis and the trends in the views of the audience about the content were tried to be determined. NVivo 11 software was used while classifying and coding the comments in the analyses.

Results and Conclusion

Netflix's political economy includes algorithmic calculations such as a personalized recommendation system based on user data, including local productions, bringing local content to the global arena by adding transnational and hybrid features, and gaining audiences by combining taste clusters scattered around the world on a single platform.

As a result, in this study, the elements of city visuals, being Turkish drama and international content come to the fore in the viewer's perception of locality. Netflix's use of genre as a tool to transport the local to the transnational is reflected in audience comments and practices. Audience comments indicate that local content is appreciated for its transnational and hybrid qualities, while local cultural characteristics remain in the background. As genre-related comments become evident especially among foreign viewers, comparisons with the series in traditional television channels and attribution of quality and international content production features to Netflix stand out among domestic viewers. In addition, it has been observed that viewers accept the binge-watching experience that Netflix tries to place as a quality indicator.

Under the discourse of Netflix and the strategies it has built on increasing the number of members, there are economic interests and the drive to make profit. For this purpose, while producing television content, it markets local cultures, history, images and city images at a global level. Thus, by adding transnational and hybrid features to its contents, it commodifies local cultures and empties them. It shapes its global audience according to certain viewing practices and taste patterns, and confines the audience to the borders drawn by the platform with the contents it proposes according to audience data.