

Prikaz LGBTQ+ zajednice u vizuri novih digitalnih medija - analiza sadržaja pružatelja servisa videa na zahtjev Netflix

Galić, Mirna

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:672542>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom](#).

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-19**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU

ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT

MIRNA GALIĆ

**PRIKAZ LGBTQ+ ZAJEDNICE U VIZURI NOVIH
DIGITALNIH MEDIJA – ANALIZA SADRŽAJA
PRUŽATELJA SERVISA VIDEA NA ZAHTJEV NETFLIX**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

Doc. dr. sc. Damir Šebo,

KOMENTOR:

Dr. sc. Snježana Barić Šelmić

Osijek, 2022.

Zahvala

Zahvaljujem se svojoj obitelji i prijateljima jer su bili uz mene i poticali me tijekom školovanja. Zahvaljujem i profesorima koji su olakšali cijeli ovaj proces.

SAŽETAK

Tema ovoga završnog rada jest prikaz LGBTQ+ zajednice u vizuri novih digitalnih medija – analiza sadržaja pružatelja servisa videa na zahtjev Netflix. Prvi dio rada donosi teorijski okvir u kojemu se definira sam pojam LGBTQ+ zajednice te daje kratak povijesni pregled razvoja pojma o Drugomu. Također, teorijski dio donosi i prikaz razvoja novih medija i komunikacijskih platformi s posebnim osvrtom na Video na zahtjev. Metodološki okvir rada istražuje prikaz LGBTQ+ zajednice na Netflixu, proveden metodom analize sadržaja. Analiziran je sadržaj na Netflixu po kategorijama, a osim analize na Netflixu, provedena je analiza i drugih mrežnih stranica i *online* izvora koji govore o Netflix sadržajima. LGBTQ+ zajednica odnosi se na zajednicu homoseksualnih žena i muškaraca, biseksualnih žena i muškaraca, transrodnih osoba i osoba koje se identificiraju kao Queer. Znak + stoji u nazivu kako bi pokazao da su u tu zajednicu dobrodošli i ostali koji se bore za prava rodnih i seksualnih manjina. U zaključku rada se sintetiziraju interpretirani rezultati te konstatira na koji način platforma Netflix donosi sadržaje koji su namijenjeni ovom dijelu publike.

Ključne riječi: aktivizam, LGBTQ+, Netflix, video na zahtjev

ABSTRACT

The topic of this final paper is the representation of the LGBTQ+ community in the vision of new digital media - an analysis of the content of the video-on-demand service provider Netflix. First part of the paper gives theoretical overview by defining the term LGBTQ+ as well as historical overview of the term the Other. Theoretical part also gives review of the new media development as well as Video on Demand platform Netflix. Research on the portrayal of the LGBTQ+ community on Netflix was conducted using the method of content analysis. The content on Netflix was analyzed by category, and in addition to the analysis on Netflix, an analysis was also carried out of other websites and online sources that talk about Netflix content. The LGBTQ+ community refers to the community of gay women and men, bisexual women and men, transgender people, and people who identify as Queer. The sign + appears in the name to show that others who fight for the rights of gender and sexual minorities are also welcome in this community. Conclusion synthesizes interpreted results as well as the way VoD Netflix's way of targeting this special niche audience.

Keywords: activism, LGBTQ+, Netflix, video on demand

SADRŽAJ

1. UVOD	6
2. TEORIJSKI OKVIR	8
2.1. Definiranje pojma LGBTQ+ zajednice	8
2.1.1. Kratak povijesni pregled razvoja svijesti i pojma o Drugome	8
2.2. Razvoj novih medija i promjena komunikacijske paradigme	10
2.3. Video na zahtjev platforma Netflix aplikacija	16
3. METODOLOŠKI OKVIR	22
3.1. Cilj rada i hipoteze	22
3.2. Opis metodologije istraživanja	22
3.3. Kvalitativna metoda – analiza sadržaja	22
4. INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA	27
5. ZAKLJUČAK	30
6. LITERATURA	31

1. UVOD

Tema ovoga završnog rada jest prikaz LGBTQ+ zajednice u vizuri novih digitalnih medija – analiza sadržaja pružatelja servisa videa na zahtjev Netflix-a. Komunikacija predstavlja osnovnu poveznicu za međuljudske odnose. Ona je čovječanstvu kroz stoljeća donosila napredak u poslovnim i privatnim odnosima i koristi se u skoro svakom životnom aspektu. Sposobnost komuniciranja nastaje rođenjem, a ona ljudima omogućava izražavanje osjećaja, misli, želja, potreba i ideja.

Kako je čovječanstvo napredovalo, napredovali su i oblici komunikacije. Revoluciju i razvoj komunikacije pratimo još od spilje, preko izuma pisma te tiskarskoga stroja, no tu ne staje razvoj. Razvoj se nastavlja od masovne komunikacije i masovnih medija, preko elektroničkih medija do nove revolucije koja će dubokom izmijeniti komunikacijsku paradigmu. Pokretanjem internetske mreže i omasovljenjem interneta, ljudi iz najudaljenijih krajeva svijeta mogu komunicirati jedni s drugima, pa čak se i vidjeti. Ubrzani razvoj tehnologija, posebno informacijsko-komunikacijskih te globalizacija, utjecali su na ljudsku komunikaciju na niz različitih načina. Dogodila se konvergencija iz tradicionalnih i masovnih medija u digitalne medije i digitalne tehnologije. Jedna od velikih promjena koje su se dogodile u posljednjih nekoliko godina jest i pružanje videa na zahtjev, a Netflix je jedna od digitalnih platformi koja se bavi upravo time.

Teorijski dio rada definira pojam LGBTQ+ zajednice kao i razvoj novih medija temeljenih na Web 2.0 tehnologiji te videa na zahtjev: platformom Netflix.

Netflix je u pojam zajedničkog gledanja televizije donio nešto potpuno novo. Ljudi sami biraju sadržaj i već odavno ne ovise o onome što im donosi televizijski program po rasporedu. Okupljanje je pred televizijom do prije samo nekoliko godina označavalo i zajedničko provođenje vremena, no video na zahtjev prevladao je kroz godine pa se može reći da je dolaskom ovakvih platformi počela nova era provođenja slobodnog vremena.

U ovom će se radu Netflix predstaviti u svrhu analize prikaza LGBTQ+ zajednice. LGBTQ+ zajednica odnosi se na zajednicu homoseksualnih žena i muškaraca, biseksualnih žena i muškaraca, transrodnih osoba i osoba koje se identificiraju kao Queer. Znak + stoji u nazivu kako bi pokazao da su u tu zajednicu dobrodošli i ostali koji se bore za prava rodnih i seksualnih manjina.

Aktivizam je kroz godine postao sve izraženiji. Ranije se češće moglo susretati sa zajednicama koje se bore za prava homoseksualnih i biseksualnih osoba, no danas je pojam zajednice puno prošireniji, a u LGBTQ+ zajednicama postoji veliki broj seksualnih i rodni opredjeljenja. Svijest je ljudi o ovom pojmu svakako proširenija i može se reći da je napredovala kroz godine. Iako je situacija još uvijek daleko od napredne na ovim prostorima, stvari se ipak mijenjaju pa je barem, što se tiče svijesti ljudi o zajednici, napredak vidljiv.

Metodološki okvir obuhvatit će istraživanje metodom analize sadržaja, koja analizira kategorije u okviru mrežne platforme za video na zahtjev Netflix. Jedinica je analiza serija.

Cilj rada jest analizirati prikaz LGBTQ+ zajednice na Netflixu. Istraživanje o prikazu LGBTQ+ zajednice na Netflixu provedeno je putem analize sadržaja. Analiziran je sadržaj na Netflixu po kategorijama, a osim analize na Netflixu, provedena je analiza i drugih mrežnih stranica i mrežnih izvora koji govore o Netflix sadržajima.

U završnom dijelu rada, interpretiraju se dobiveni rezultati te se daje zaključak sukladno interpretiranim rezultatima istraživanja.

2. TEORIJSKI OKVIR

2.1. Definiranje pojma LGBTQ+ zajednice

2.1.1. Kratak povijesni pregled razvoja svijesti i pojma o Drugome

Prema Human Rights Campaign (<https://www.hrc.org/resources/glossary-of-terms/>), LGBTQ+ zajednica odnosi se na zajednicu homoseksualnih žena i muškaraca, biseksualnih žena i muškaraca, transrodnih osoba i osoba koje se identificiraju kao Queer. Slovo L predstavlja lezbijke. Lezbijke su žene koje imaju ljubavni odnos s drugim ženama. Slovo je G tu za *gay* muškarce, odnosno za muškarce koji imaju ljubavne odnose s drugim muškarcima. Slovo B predstavlja biseksualce. Biseksualne osobe osjećaju privlačnost (romantičnu i seksualnu) prema oba spola. Slovo T označava transrodnost koja se odnosi na preuzimanje atributa drugog spola. Q predstavlja *Queer* osobe koje u ovom kontekstu imaju značaj raznih identiteta roda i seksualnosti. Znak + stoji u nazivu kako bi pokazao da su u tu zajednicu dobrodošli i ostali koji se bore za prava rodnih i seksualnih manjina. Aktivizam je kroz godine postao sve izraženiji. Ranije se češće moglo susretati sa zajednicama koje se bore za prava homoseksualnih i biseksualnih osoba, no danas je pojam zajednice puno prošireniji i u LGBTQ+ zajednicama postoji veliki broj seksualnih i rodnih opredjeljenja.

Svijest ljudi o ovom pojmu svakako je proširenija i može se reći da je napredovala kroz godine. Iako je situacija još uvijek daleko od napredne na ovim prostorima, stvari se ipak mijenjaju, pa je barem, što se tiče svijesti ljudi o zajednici, napredak vidljiv.

English Heritage (<https://www.english-heritage.org.uk/learn/histories/lgbtq-history/>) navodi da su izrazi koji se danas koriste za opisivanje različitih seksualnosti, uglavnom nastali posljednjih godina. Nije poznato kako su u prošlosti ljudi opisivali svoju seksualnost i spol, međutim poznato je da je istospolnih ljubavi i seksualnih privlačnosti bilo. Primjerice, Sapfo s otoka Lezbos pisala je ljubavne pjesme koje su bile upućene ženama (6.st.pr.Kr.). Vjeruje se i da su narodi prije Rimljana imali homoseksualne običaje, a Rimljani su ih preuzeli. Kelti su tako imali ratničke kultove, a u njima se uvažavala bliskost između dva muškarca. (Perhat, 2015.)

Akronim LGBTQ+ najbliži je za opisivanje različite širine iskustava koja postoji. Kada se govori o seksualnosti i spolu u prošlosti, nespecifična riječ *queer* može biti od koristi. Međutim, ona se povijesno gledano koristila podrugljivo. Oxford English Dictionary

(<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>) navodi da se taj izraz od kasnih 80-ih počeo vraćati u upotrebu kao pozitivan ili barem neutralan izraz.

LGBTQ+ pokret u Republici je Hrvatskoj još uvijek relativno mlad. Najstarija udruga koja je osnovana u Hrvatskoj, a koja se bavi pravima LGBTQ+ zajednice jest udruga Lori, koja je osnovana 2000. godine. Cilj je udruge informirati javnost i senzibilizirati je kako bi prihvatila seksualne i rodne manjine te ukloniti predrasude i homo/bi/transfobiju. (lori.hr, 2021.)

Aktivnost udruge usmjerena je na:

- „edukaciju, pružanje podrške i osnaživanje same LGBTIQ zajednice,
- promociju prava LGBTIQ osoba i povećanje vidljivosti,
- kampanje i projekte usmjerene na osvješćivanje javnosti te ukazivanje na probleme, oblike diskriminacije i nasilje nad pripadnicama/cima seksualnih i rodni manjina,
- informiranje i senzibiliziranje društva za prihvaćanje LGBTIQ osoba,
- smanjenje predrasuda i stigmatizacije LGBTIQ populacije,
- stvaranje tolerantnog ozračja i društva u kojem se poštuju prava svih građanki i građana.“ (lori.hr, 2021.)

Pojam o Drugome je filozofski pojam koji se može susresti i u modernim književnim i kulturalnim teorijama. Važnost pojma o Drugome javila se tijekom 19. stoljeća kada se proširilo zanimanje o jeziku, mišljenju i djelovanju subjekta. Kroz povijest se svijest o Drugome mijenjala kao svijest o svojim razmišljanjima, svijest o Bogu i slično. (Hrvatska enciklopedija, 2021.)

„Vrhunac tematiziranja »drugoga« nastaje u XX. st., u razlici između filozofije egzistencije koja afirmira važnost onoga »ja« i egzistencijalizma, nastaloga u Francuskoj nakon II. svjetskog rata, koji kao odlučan pojam u egzistencijalnu filozofiju uvodi pojam »drugoga«. Filozofi egzistencije (Søren Kierkegaard, Friedrich Nietzsche, Karl Jaspers i Martin Heidegger) naglašavali su čovjekova subjektivna stanja tjeskobe, patnje, boli, straha i smrti kao izraze autentične egzistencije koja je moguća samo kao subjektivna.“ (Hrvatska enciklopedija, 2021.)

Svijest o Drugome svoj je puni potencijal razvoja dobila modificiranjem Descartesova „Mislim, dakle jesam“ u „Mislim, dakle mislim Drugoga“. Pojam je Drugoga tako postao predmetom razmatranja u feminističkim kritikama, psihoanalizi, dekonstrukciji, postkolonijalnoj teoriji i slično. (Hrvatska enciklopedija, 2021.)

Kanonsko djelo Edwarda Saida Orijentalizam, govori o odnosu Zapada prema Orijentu. Orijent je za Zapad nepoznat i samim time postaje Drugi. Edward Said otac je postkolonijalne teorije i njegova ključna filozofija govori o tome kako Zapadne imperijalističke kolonijalne sile, prema kolonijama i svemu nepoznatome imaju odnos kao prema Drugome. To znači da ga interpretiraju kao nešto 'opasno, nepoznato, drugačije, barbarsko, necivilizacijsko' itd. Isto tako, nastavno tome stajalištu, LGBTQ+ zajednice postaju u očima 'mainstream' javnosti Drugi, jer su im nepoznati, a Drugi je uvijek 'opasan, nepoznat, drugačiji, barbarski, necivilizacijski'. (Mohrem, 2020.)

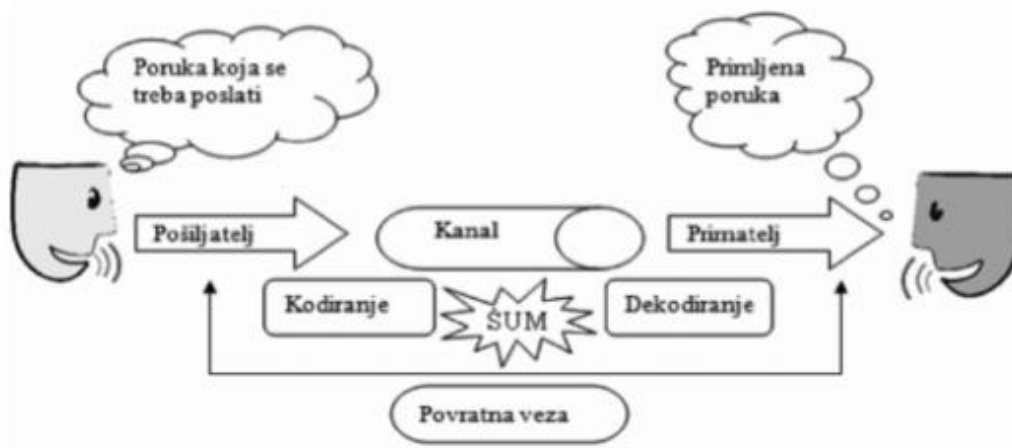
Prema Judith Butler (2020.), biologija nije sudbina, odnosno spol je biološki nepromjenjiv. Međutim, rod nije posljedica spola, tj. rod je kulturalno konstruiran i nije tako čvrst kao spol. Rod predstavlja interpretaciju spola na više razina i zapravo zrcali spol.

2.2. Razvoj novih medija i promjena komunikacijske paradigme

Komunikacija predstavlja osnovnu poveznicu za međuljudske odnose. Komunikacija je čovječanstvu kroz stoljeća donosila napredak u poslovnim i privatnim odnosima i koristi se u skoro svakom životnom aspektu. Sposobnost za komunikaciju nastaje rođenjem, a ona ljudima omogućava izražavanje osjećaja, misli, želja, potreba i ideja.

Za vrijeme procesa komuniciranja ljudi razmjenjuju poruke i informacije. Pri tome, svaka informacija koja se prenosi drugoj osobi, u sebi ima i određenu poruku. Međutim, svaka poruka koju netko prenosi, za drugu osobu ne mora imati informativni karakter, odnosno ona ne mora smatrati da od sugovornika dobiva informaciju. (Mandić, 2003: **str.? ovog autora nema u popisu literature!**)

Mandić (2003.) smatra da ne postoji apsolutna i čista poruka, odnosno da se poruka ne stvara da bi ostala, nego da bi iz toga nastala nova poruka. Na slici 1. prikazan je suvremeni model procesa komuniciranja iz kojeg je jasno vidljivo da pošiljalac šalje poruku primatelju i od njega dobiva povratnu informaciju. U komunikacijskom procesu može doći i do šuma, koji se dogodi kad poruka nije jasno prenesena, ili kad primatelj ne razumije poruku koju mu pošiljalac šalje. (Jurković, 2012.)



Slika 1. Komunikacijski proces

Izvor: Jurković, 2012:391

Riječ „medij“ dolazi iz latinskog jezika, a u prijevodu znači „u sredini, onaj koji je u sredini“. (Inglis, 1997.) Ta riječ predstavlja značenje medija kao posrednika u prijenosu poruka. Ljudi uvijek koriste neki medij kako bi prenijeli poruke. Ti su mediji prije pisma bili samo glas i neverbalna komunikacija, a kada se dogodio izum pisma, ljudi su mogli putem tog medija komunicirati i na daljinu.

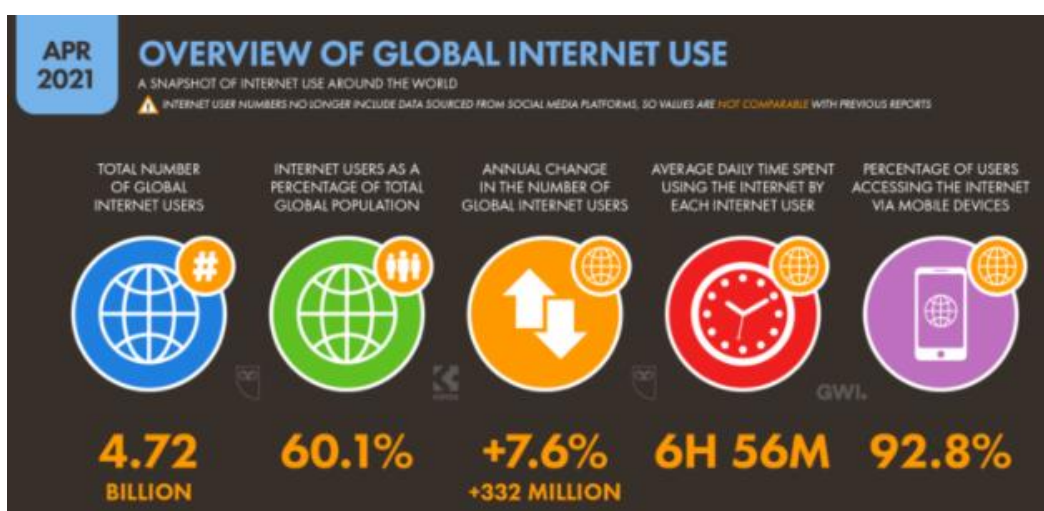
U povijesti čovječanstva mediji su se mijenjali, a samim time mijenjao se i način komunikacije. Najveću je promjenu donio Internet. Ubrzani razvoj svijeta, odnosno globalizacija, utjecali su na različite načine na ljude. Dogodio se prelazak na digitalne medije i digitalne tehnologije, a statistika o korištenju digitalnih medija u svijetu za prošlu godinu prikazana je na slici 2.



Slika 2. Internetski korisnici u svijetu

Izvor: Datareportal.com, 2021., <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
 datum pristupanja: 30.6.2022.

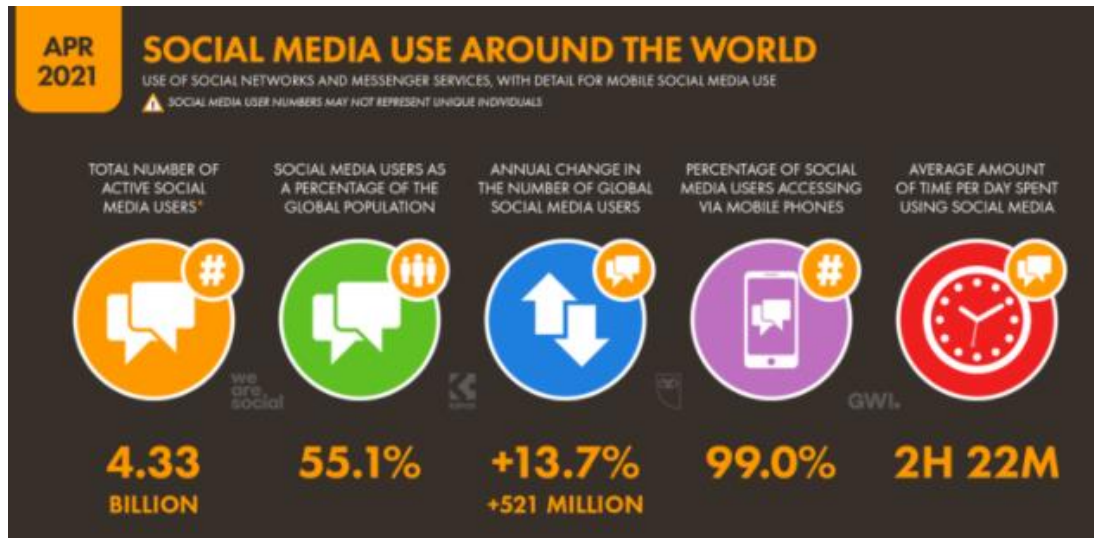
Svjetska je populacija 2021. godine brojala 7,85 milijardi stanovnika, kako prikazuje slika 2.. Postotak stanovništva koji živi u gradovima bio je 56,5%. 5,27 milijardi korisnika koristilo je mobilne telefone, što čini 67,1% populacije. 4,72 milijarde ljudi, odnosno 60,1% svjetskog stanovništva korisnici su interneta, a 4,33 milijarde ljudi koristilo je društvene mreže. Oni čine 55,1% svjetskog stanovništva.



Slika 3. Upotreba interneta na globalnoj razini

Izvor: Datareportal, 2021., <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
 datum pristupanja: 30.6.2022.

Prosječno vrijeme koje korisnici provode *online* jest 6:56 sati dnevno. Od korisnika interneta, čak ih 92,8% *online* platformama pristupa preko mobitela. Godišnja stopa promjene u broju korisnika interneta bilježila je porast od 7,6%.



Slika 4. Korisnici na društvenim mrežama

Izvor: Datareportal, 2021., <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> datum pristupanja: 30.6.2022.

Slika 4. prikazuje da 55,1% svjetskog stanovništva koristi društvene mreže. U 2021. godini društvene mreže je koristilo 4,33 milijarde ljudi. Godišnja stopa promjene bilježila je porast u iznosu od 13,7%. 99% korisnika društvenih mreža pristupa im putem mobilnog uređaja. Vrijeme koje korisnici društvenih mreža dnevno provode na njima u prosjeku je 2:22 sati dnevno.

Kako je već navedeno, promjenom komunikacijske paradigme, mijenjala se i uloga medija. Funkcija medija jest:

- „informacija
- artikulacija
- agenda *setting*
- kritika i kontrola
- zabava
- obrazovanje
- socijalizacija i vodstvo
- integracija“ (Jurčić, 2017:130)

Jurčić (2017.) navodi da funkcija informiranja teži povećanju opće informiranosti stanovništva o raznim temama, a artikulacija služi postavljanju tih tema u okvire koji su realni i vidljivi. Agenda *setting* znači postavljanje prioriteta. Mediji su tu da bi određenim temama dali prednost u skladu s onim što je za građane u nekom trenutku važnije. Kritika i kontrola u najvećoj mjeru uključuju kontrolu vlasti, odnosno informiranje građana o onom što se događa u zajednici u kojoj žive. Mediji svakako mogu i trebaju kreirati i zabavne sadržaje kojima je svrha opuštanje, a također su zaslužni i za edukaciju u različitim poljima. Na kraju, mediji služe i integraciji ljudi, kultura, ideja i slično.

„Pozitivan utjecaj medija ogleda se u stjecanju znanja i umijeća, usvajanju znanstvenog i kulturnog nasljeđa, bogatstvu moralne i socijalne dimenzije te razvoju stvaralačkih sposobnosti. Međutim, mediji vrše i negativan utjecaj na pojedince, a također često sugeriraju njihovo društveno ponašanje. Taj negativan utjecaj vrši se preko prezentiranja onih sadržaja koji favoriziraju nasilje, pretjerani konzumerizam, kriminal i slično.“ (Jurčić, D. 2017:133)

Pozitivan utjecaj medija svakome je od koristi, međutim od negativnog utjecaja medija posebno se moraju zaštititi djeca i maloljetnici. Zbog toga postoji i Pravilnik o zaštiti maloljetnikâ u elektroničkim medijima, koji kaže sljedeće: „Pod programima za koje je vjerojatno da bi mogli narušiti fizički, mentalni ili moralni razvoj maloljetnika podrazumijevaju se sve vrste programa s prizorima grubog tjelesnog i/ili verbalnog nasilja, zastrašujućih scena stradanja i ranjavanja, seksa i seksualnog iskorištavanja, vulgarnog rječnika i prizora, zloupotrebe duhana, alkohola, opijata, kockanja, klađenja i drugih prizora.“ (Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima, NN 28/15, članak 2.)

Maloljetnike i djecu od negativnih se utjecaja medija štiti vizualnim simbolima i grafičkim oznakama kada se radi o gledanju tv sadržaja. Sadrže pisano upozorenje, primjerice da program koji slijedi nije primjeren za osobe ispod određene dobi (u Hrvatskoj je to ispod 12, 15 i 18 godina po kategorijama).

„Grafičke oznake (krugovi) odnose se na sljedeće kategorije programa i primjenjuju se na navedeni način:

1. Kategorija 18

Ovakvi programi namijenjeni su za gledatelje starije od 18 godina i ne smiju se prikazivati u vremenu od 7,00 do 23,00 sata. Pružatelj medijske usluge dužan je osigurati da je

ovakve programe za cijelo vrijeme njihova trajanja moguće prepoznati s pomoću oznake: Proziran krug s upisanom crvenom brojkom 18

2. Kategorija 15

Ovakvi programi namijenjeni su za gledatelje starije od 15 godina i ne smiju se prikazivati u vremenu od 7,00 do 20,00 sati. Pružatelj medijske usluge dužan je osigurati da je ovakve programe za cijelo vrijeme njihova trajanja moguće prepoznati s pomoću oznake: Proziran krug s upisanom narančastom brojkom 15

3. Kategorija 12

Pružatelj medijske usluge dužan je osigurati da je ovakve programe za cijelo vrijeme njihova trajanja moguće prepoznati s pomoću oznake: Proziran krug s upisanom zelenom brojkom 12. Pružatelj medijske usluge obavezan je osigurati da programima koji nisu primjeren za osobe mlađe od 12 godina prethodi zvučno upozorenje koje podrazumijeva izgovaranje: »Program koji slijedi nije primjeren za osobe mlađe od 12 godina«. (Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima, NN 28/15, članak 2.)

Hadow i Hadow (2013.) navode da su se digitalni mediji u današnje društvo uvukli zbog nekoliko glavnih karakteristika. Te karakteristike jesu:

- Pristup informacijama bilo kada i bilo gdje
- Osjećaj povezanosti sa zajednicom
- Izvještavanja o krizi u realnom vremenu
- Mogućnost traženja pomoći u kriznim situacijama
- Mogućnost pronalaska izgubljenih članova obitelji i prijatelja
- Nefiltrirane informacije
- Platforma za doniranje i volontiranje

Hadow i Hadow (2013.) smatraju da se pristup informacijama bilo kada i bilo gdje odnosi na pojavu pametnih telefona. Nakon što su se razvili pametni telefoni, zapravo je došlo do potpuno novog svijeta u kojem se aktualnim vijestima i informacijama može uvijek vrlo jednostavno pristupiti, a sve što je ljudima potrebno jest pametni telefon i naravno, Internet. Osjećaj povezanosti sa zajednicom dolazi iz toga što ljudi koriste iste društvene mreže i platforme i na taj se način oni zapravo u virtualnom svijetu vrlo lako mogu naći na istom mjestu i osjećaju se bliži svojim prijateljima i poznanicima.

„Upotreba je društvenih mreža u porastu za vrijeme kriznih situacija kada ljudi traže instant pristup informacijama. Informiranje je primarni motiv korištenja društvenih mreža općenito, a tijekom kriznih situacija taj motiv uzrok je velikog porasta u korištenju društvenih mreža. Nakon tsunamija u Japanu 2011. godine, svake sekunde pojavilo se više od 5500 novih tweetova o toj katastrofi. Društvene mreže izuzetno su dobre kada se radi o promptnom izvještavanju o katastrofama, na primjer, tijekom požara u Kaliforniji 2007. godine, javnost se 18 okrenula društvenim mrežama zbog mišljenja kako novinari i javne ustanove ne isporučuju važne informacije dovoljno brzo.“ (Hadow, Hadow, 2013:65)

2.3.Video na zahtjev platforma Netflix aplikacija

Filmska je industrija, financijski gledano, jedna od najbogatijih industrija na svijetu. Ulin (2010.) navodi da s potencijalom stvaranja velikog bogatstva dolazi i veliki rizik, a filmski studiji u tom se smjeru mogu promatrati kao rizični kapitalisti koji upravljaju specifičnim proizvodom. Oni riskiraju svoj kapital za proizvod čija vrijednost ovisi isključivo o subjektivnim procjenama. Specijalizirana tržišta gdje se mogu pogledati filmovi i serije jesu:

- Kina
- Video i DVD platforme
- Televizija (plaćena i besplatna)
- Platforme za video na zahtjev
- Hoteli, moteli i slično
- Internet

„Potreba za različitim tržištima, formatima, pa čak i verzijama stvara složenu matricu za isporuku elemenata. Štoviše, kako tehnologija pruža više platformi za gledanje, kombinacije se višestruko povećavaju; na primjer, budući da je DVD bio dodatak videu (barem u početku), SKU-ovi (stock keeping unit – šifra pojedinačnog artikla) proizvoda porasli su za faktor udvostručenja kanala distribucije puta broj izdanih verzija.“ (Ulin, 2010:7)

Napredak digitalnih tehnologija omogućio je i razvoj interaktivnih usluga. Tri su glavna učinka koja su nastala prelaskom na digitalni način emitiranja programa, a to su bolja kvaliteta emitiranja, dodatne usluge u sklopu emitiranja i veći broj programa. Hrvatska je jedna od zemalja čiji se prelazak na digitalno emitiranje sadržaja u literaturi spominje kao pozitivan primjer. Novi industrijski standardi omogućili su razvoj hibridnih usluga, pa su se tako

digitalizacijom televizije počeli razvijati kombinacijski sustavi koji spajaju televiziju i Internet. Jedan od takvih primjera jest svakako i Netflix. (Zgrabljic Rotar, 2020:108)

Netflix je vodeći pružatelj *streaming* sadržaja u svijetu, a bavi se produkcijom i stvaranjem te licenciranjem medijskih sadržaja u različitim segmentima zabavne industrije koji se odnose na serije i filmove raznih žanrova. Globalno gledano, Netflix je dostupan u 190 zemalja svijeta i trenutno broji preko 200 milijuna pretplatnika (Burch, 2021.)



Slika 5. Logo Netflixa

Izvor: Netflix, 2022. <https://www.netflix.com/>, datum pristupanja: 1.7.2022.

U godišnjem izvješću Netflix (2019.) (https://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/NASDAQ_NFLX_2019.pdf) navodi se da je Netflix započeo s pružanjem svoje usluge 2007. godine, a glavna mu je strategija poboljšati korisničko iskustvo u korištenju usluge videa na zahtjev. Pri tome se natječe s:

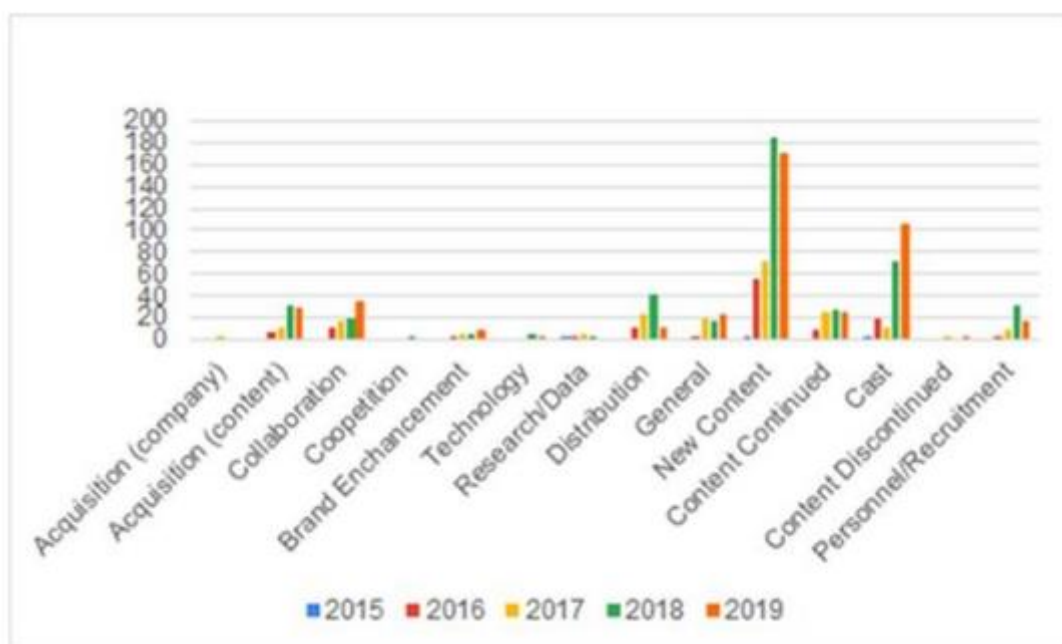
- Ostalim pružateljima usluge iz područja industrije zabave
- Televizijskim višekanalnim uslugama
- Pružateljima sadržaja na internetu
- DVD prodavačima
- Pružateljima usluga videa na zahtjev

„Netflix prepoznaje rizike u svom poslovanju: stjecanje i zadržavanje pretplatnika, internetsko piratstvo, dugoročni troškovi posvećenosti stvaranju sadržaja, odbijanje produkcijskih studija za licenciranje sadržaja distributerima, kao i ekonomske, političke i regulatorne rizike međunarodnog djelovanja. Netflix se za distribuciju svoje usluge oslanja na Amazon Web Services (AWS).“ (Godišnje izvješće Netflix, 2019.)

Grandinetti (2017.) navodi da je u veljači 2012. Netflix započeo svoj pohod na originalni program s norveškom serijom Lilyhammer (2012. – 2014.). House of Cards, politička drama s Kevinom Spaceyjem i Robin Wright u glavnim ulogama, debitirala je godinu dana kasnije. Suprotno tjednom rasporedu televizije, svih 13 epizoda serije House of Cards bilo je dostupno gledateljima na dan prikazivanja. Netflix je od tada distribuirao sve veći broj serija na ovaj način, uključujući četvrtu sezonu kultnog klasika Arrested Development (2003. 2006., 2013.) i popularnu originalnu seriju Orange is the new black (2013.). Iako su ove serije dobile pohvale kritičara, one istodobno postavljaju nova pitanja o daljnjem postojanju zajedničkog gledanja televizije.

Netflix je u pojam zajedničkog gledanja televizije donio nešto potpuno novo. Ljudi sami biraju sadržaj i već odavno ne ovise o onome što im donosi televizijski program po rasporedu. Okupljanje pred televizijom do prije je samo nekoliko godina označavalo i zajedničko provođenje vremena, no video na zahtjev prevladao je kroz godine pa se može reći da je dolaskom ovakvih platformi počela nova era provođenja slobodnog vremena.

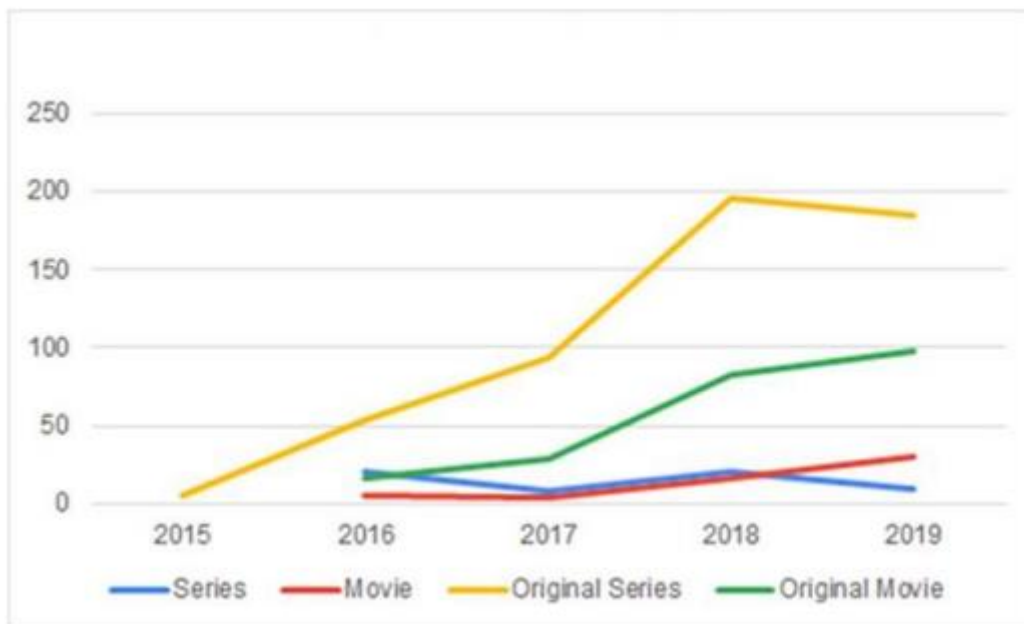
Grafikon 1. Djelovanje Netflix-a od 2015. do 2019.



Izvor: Korhonen, Rajala, 2020.

Netflix prema novim trendovima postaje više posvećen izvornom sadržaju. Strategija mu se temelji i na ključnom zapošljavanju iskusnih menadžera kako bi bio lider što se tiče međunarodnog doseg, komunikacijske strategije i sadržaja platforme.

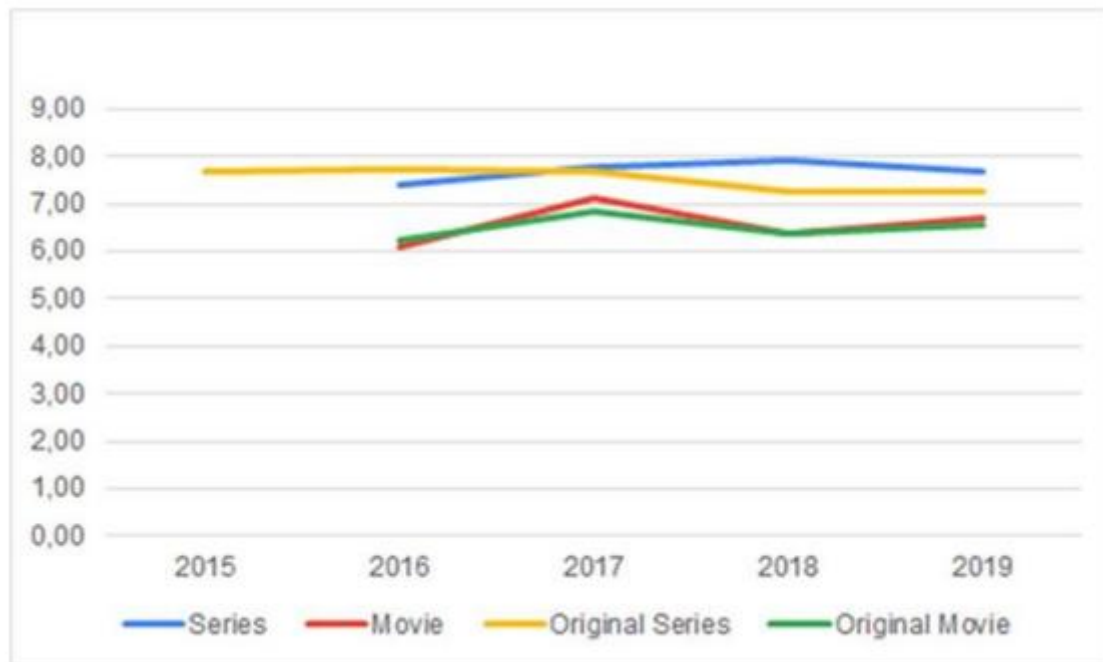
Grafikon 2. Sadržaj Netflix-a od 2015. do 2019.



Izvor: Korhonen, Rajala, 2020.

Najveći rast između 2015. i 2020. godine imaju Netflixove originalne serije. Nakon njih slijede originalni filmovi. Prikaz ostalih filmova ima blagi porast, dok je prikazivanje serija u padu od 2018. pa nadalje.

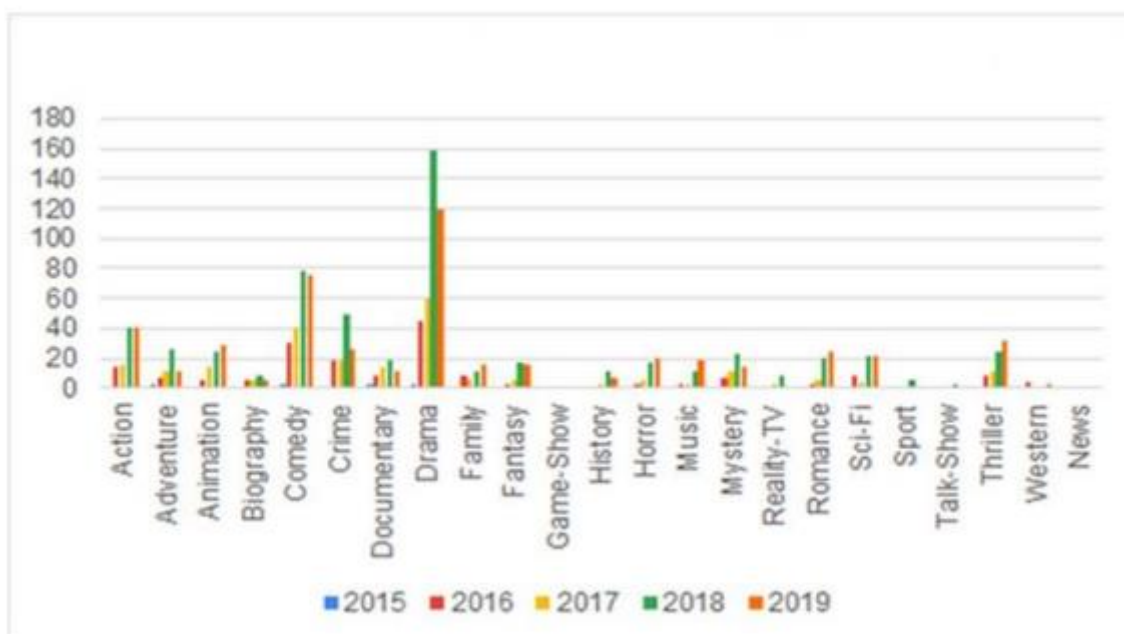
Grafikon 3. Ocjene Netflix sadržaja



Izvor: Korhonen, Rajala, 2020.

Što se tiče originalnih serija, prosječne su ocjene neko vrijeme bile konstantne, nakon čega su počele padati. Od 2017. pa nadalje, pale su ispod prosječne ocjene za neoriginalne serije. Originalni i neoriginalnih filmovi cijelo vrijeme imaju slične prosječne ocjene. Zanimljivo je to što ni filmovi ni serije (bili originalni ili ne), u ovom razdoblju nemaju prosječne ocjene niže od ocjene 6.

Grafikon 4. Trendovi sadržaja Netflixia prema žanru



Izvor: Korhonen, Rajala, 2020.

Najveći porast u broju sadržaja prema žanru zabilježen je u akciji, kriminalizmu, komediji i drami nakon 2017. Nakon 2018. godine, došlo je do pada u žanrovima drame i kriminalizma. Nešto manji porast zabilježen je u animiranom sadržaju, komediji, romantičnim sadržajima, hororima, znanstvenoj fantastici i trilerima.

3. METODOLOŠKI OKVIR

3.1. Cilj rada i hipoteze

Cilj je ovoga rada definirati pojam LGBTQ+ zajednice, dati kratak povijesni pregled razvoja svijesti i pojma o Drugome, objasniti razvoj novih medija i VOD platformu Netflix. Također, cilj je analizirati sadržaj Netflixa, odnosno sadržaj u kojem je riječ o LGBTQ+ zajednici.

Prva je hipoteza da je sadržaj Netflixa usmjeren na LGBTQ+ zajednicu, odnosno da na Netflixu postoji veliki broj filmova i serija iz ove kategorije. Druga je hipoteza da su na Netflixu zastupljeniji filmovi i serije koji prikazuju homoseksualne i biseksualne osobe, nego Queer i transrodne osobe.

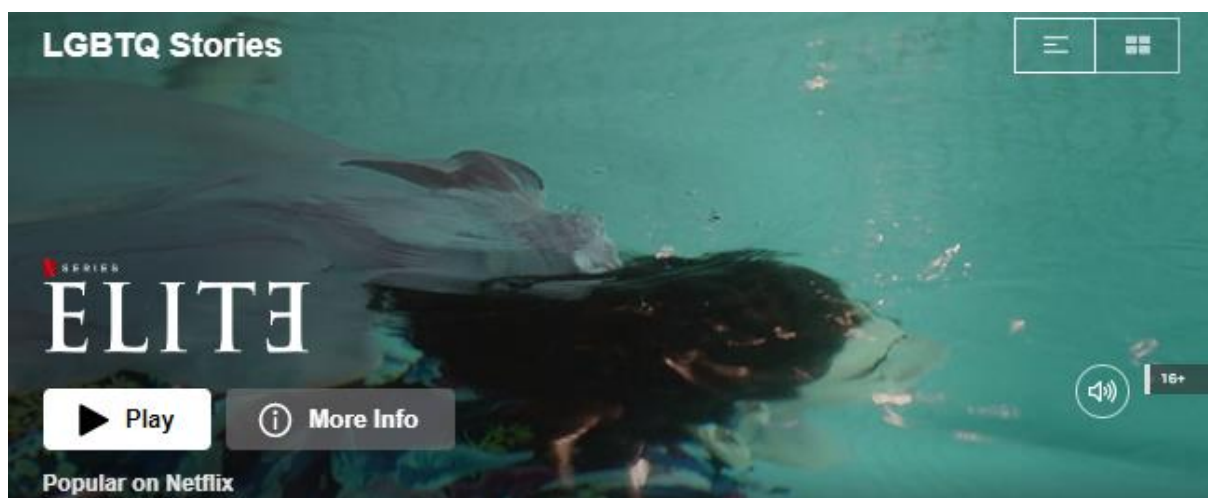
3.2. Opis metodologije istraživanja

Istraživanje o prikazu LGBTQ+ zajednice na Netflixu provedeno je putem analize sadržaja. Analizom sadržaja se na objektivan način promatra određeni sadržaj, a rezultati ne ovise o istraživaču. Metrijska su joj svojstva valjanost, pouzdanost i objektivnost. Analiziran je sadržaj na Netflixu po kategorijama, a osim analize na Netflixu, provedena je analiza i drugih mrežnih stranica i *online* izvora koji govore o Netflix sadržajima.

Sadržaj je pregledan između 15.6.2022. i 25.6.2022. Analizirano je deset serija i deset filmova, a osim Netflixa, korištene su mrežne stranice <https://www.rottentomatoes.com/> i <https://www.lifewire.com/>

3.3. Kvalitativna metoda – analiza sadržaja

Kada se pristupi Netflixu, moguće je tražiti LGBTQ kategoriju. Prvo što Netflix ponudi u ovoj kategoriji jest njihova originalna serija Elite, što je vidljivo na sljedećoj slici. Također je vidljivo i da serija ulazi u 16+ kategoriju. Serija prati dva homoseksualna para, a teme koje se isprepleću jesu i droga, AIDS, kriminal i slično.



Slika 6. Serija Elite na Netflixu

Izvor: Netflix, 2022.

Netflix nudi još nekoliko kategorija u LGBTQ filmovima i serijama. Kada se otvori kategorija „Popularno“, tu se nalaze:

- Elite
- Seks education
- Heart Stopper
- Grace and Frankie
- Orange is the new Black
- First Kill
- Young Royals
- Queen
- Eastsiders

Nekoliko filmova i serija koji su u ovoj kategoriji trenutno u trendingu jesu:

- Insatiable
- What if
- The House of Flowers
- New Heights
- Queen

- Young Royals

Postoji i kategorija „Samo na Netflixu“, a tu se nalaze:

- Single all the Way
- Locked up
- More the Merrier
- Cobalt Blue
- Coming out Colton
- Itd.

Nadalje, u LGBTQ kategoriji moguće je birati i po žanrovima, primjerice drame, komedije, romantični filmovi, a moguće je dobiti i preporuku za korisnika. S obzirom na izrazito velik broj serija i filmova koji uključuju LGBTQ+ populaciju, za potrebe ovog rada analizirat će se po deset serija i deset filmova iz kategorije.

Online izvor <https://www.lifewire.com/> donio je pregled najboljih LGBTQ serija na Netflixu.

To su redom:

1. Dead End: Paranormal Park (2022.)
2. Schitt's Creek (2015.)
3. Feel Good (2020.)
4. Young Royals (2021.)
5. She-Ra and the Princesses of Power (2018.)
6. No Time for Shame (2021.)
7. Love Alarm (2019.)
8. Heartstopper (2022.)
9. GameBoys: Level up Edition (2021.)
10. The House of Flowers (2018.)

Dead End: Paranormal Park (2022.) mračna je komedija namijenjena LGBT djeci i odraslima. Na IMDb-u ima ocjenu 6,5 od 10. Glavni je lik ove animirane serije transrodna osoba. Schitt's Creek (2015.) ima ocjenu 8,5 od 10. Serija prikazuje homoseksualnu ljubav i vezu između dva muškarca. Serija ima šest sezona i žanr joj je komedija. Feel Good (2020.) serija je koja govori o ljubavi između dvije žene. Zasad ima dvije sezone, ulazi u žanr komedije i drame, a ocjena joj je 7,5 od 10. Young Royals (2021.) švedska je tinejdžerska drama koja predstavlja Queer populaciju. Ocjena joj je 8,7 od 10 i ima jednu sezonu.

She-Ra and the Princesses of Power (2018.) animirana je akcijska serija koja ima pet sezona i ocjenu 7,9 od 10. Serija uključuje i homoseksualni odnos i smatra se da je do sada jedna od najinkluzivnijih serija koje postoje. No Time for Shame (2021.) jest serija koja reprezentira Queer zajednicu i ulazi u žanr *reality* serije. Ima ocjenu 5,8 od 10 i jednu sezonu.

Seriya Love Alarm (2019.) popularna je korejska serija o homoseksualnoj vezi između dva muškarca. Serija je značajna i zbog toga što je homoseksualnost još uvijek tabu u Južnoj Koreji, iako već odavno nije ilegalna. Serija ima dvije sezone i ocjenu 7,4 od 10. Heartstopper (2022.) nova je serija žanra drama koja ima ocjenu 8,9 od 10 i jednu sezonu zasad. Serija prikazuje srednjoškolsku homoseksualnu vezu između dva muškarca.

GameBoys: Level up Edition (2021.) romantična je serija koja prikazuje *online* romantičnu vezu između dva muškarca koja se dogodila tijekom pandemije. Serija ima jednu sezonu i ocjenu 8,7 od 10. The House of Flowers (2018.) crna je komedija koja prikazuje nekoliko LGBT likova koji se crnim humorom bore protiv transfobije i homofobije. Serija ima ocjenu 7,6 od 10 i ima tri sezone.

Što se tiče filmova, analizirani su filmovi koje <https://www.rottentomatoes.com/> ocjenjuje najboljima u LGBTQ kategoriji na Netflixu, a oni su:

1. Milk (2008.)
2. Mucho Mucho Amor: The Legend of Walter Mercado (2020.)
3. A Secret Love (2020.)
4. The Half of It (2020.)
5. Cicus of Books (2019.)
6. Disclosure (2020.)
7. Pariah (2011.)
8. The Queen (1968.)
9. I am Divine (2012.)
10. The Death and Life od Marsha P. Johnson (2017.)

Milk (2008.) je film koji govori o prvom otvoreno homoseksualnom čovjeku koji je radio u javnoj službi. Film ima ocjenu od 93%. Mucho Mucho Amor: The Legend of Walter Mercado (2020.) ima 100% glasova na Rotten Tomatoes, a predstavlja Queer populaciju. A Secret Love (2020.) film je o homoseksualnoj ljubavi između dvije žene i također ima 100% glasova.

The Half of It (2020.) film je s 97% glasova o homoseksualnoj srednjoškolskoj ljubavi između dvije žene. Circus of Books (2019.) je nešto drugačiji žanr LGBT filma, a radi se o gay pornografiji. Ima ocjenu 98%. Disclosure (2020.) je film koji predstavlja transrodnu zajednicu, a dobio je 98% glasova. Pariah (2011.) predstavlja homoseksualnu zajednicu, a riječ je o ljubavi između dvije žene. Ima 95% glasova.

The Queen (1968.) jedan je od najstarijih filmova iz ove kategorije, a predstavlja Queer zajednicu. Film ima 96% glasova. I am Divine (2012.) koji ima 96% glasova također je film koji predstavlja Queer zajednicu. The Death and Life od Marsha P. Johnson (2017.) dobio je 97% ocjena, a glavni je lik filma transrodna osoba.

4. INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

U prethodnom poglavlju prikazana je analiza sadržaja Netflix-a kada se radi o LGBTQ+ zajednici. Prije istraživanja postavljene su dvije hipoteze. Prva je hipoteza ta da je sadržaj Netflix-a usmjeren na LGBTQ+ zajednicu, odnosno da na Netflixu postoji veliki broj filmova i serija iz ove kategorije. Druga je hipoteza ta da su na Netflixu zastupljeniji filmovi i serije koji prikazuju homoseksualne i biseksualne osobe, nego Queer i transrodne osobe.

Prva je hipoteza potvrđena iz samog pogleda na Netflix. Jasno je naznačeno da postoji LGBTQ kategorija filmova i serija, a Netflix nudi i nekoliko potkategorija, primjerice LGBTQ filmovi i serije koji su trenutno popularni, novi filmovi i serije, preporuku za korisnika i slično. Moguće je razvrstati filmove i serije i po žanrovima, npr. komedije, drame i slično. Prva je hipoteza u ovom slučaju potvrđena jer Netflix iz ovog što je analizom i vidljivo zaista usmjerava pažnju i prema LGBTQ zajednici.

Kako bi se druga hipoteza dokazala, u tablicama niže interpretirani su rezultati. Analizirano je deset serija i deset filmova, a analiza je napravljena od 15.6.2022. do 25.6.2022.

Tablica 1. Usporedba LGBTQ+ serija

	L*	G*	B*	T*	Q*
Dead End: Paranormal Park				x	
Schitt's Creek		x			
Feel Good	x				
Young Royals					x
She-Ra and the Princesses of Power	x				
No Time for Shame					x
Love Alarm		x			
Heartstopper		x			

GameBoys: Level Up Edition		x			
The House of Flowers	x	x		x	

* oznake LGBTQ u tablici znače: L – lezbijka, G – homoseksualac, B – biseksualac, T – transrodna osoba; Q – queer osoba

Izvor: izrada autorice

Iz gornje tablice (1.) je vidljivo da su sadržaji uglavnom usmjereni na homoseksualnu zajednicu, a manje na transrodnu i Queer zajednicu. Od deset analiziranih serija (onih s najboljim ocjenama gledatelja), šest ih je usmjereno na homoseksualni sadržaj, dok ih je tri usmjereno na transrodnu i Queer populaciju. Iznimka je serija The House of Flowers koja uključuje i homoseksualne i transrodne osobe.

Tablica 2. Usporedba LGBTQ+ filmova

	L*	G*	B*	T*	Q*
Milk		x			
Mucho Mucho Amor: The Legend of Walter Mercado					x
A Secret Love	x				
The Half of It	x				
Circus of Books		x			

Disclosure				X	
Pariah	X				
The Queen					X
I am Divine					X
The Death and Life od Marsha P. Johnson				X	

* oznake LGBTQ u tablici znače: L – lezbijka, G – homoseksualac, B – biseksualac, T – transrodna osoba; Q – queer osoba

Izvor: izrada autorice

Kada se usporede sadržaji LGBTQ filmova, oni su podijeljeni podjednako. Pet ih prikazuje homoseksualne zajednice, a pet transrodne i Queer osobe. Međutim, kada se pogledaju i filmovi i serije zajedno, jasno je da je sadržaj više usmjeren na homoseksualne priče, pa je tako i druga hipoteza potvrđena.

5. ZAKLJUČAK

U ovom radu govorilo se o pojmu LGBTQ+ zajednice, razvoju svijesti, razvoju novih medija i promjeni komunikacijske paradigme i o Netflixu kao VOD platformi. LGBTQ+ zajednica se odnosi na zajednicu homoseksualnih žena i muškaraca, biseksualnih žena i muškaraca, transrodnih osoba i osoba koje se identificiraju kao Queer. Znak + stoji u nazivu kako bi pokazao da su u tu zajednicu dobrodošli i ostali koji se bore za prava rodnih i seksualnih manjina.

U povijesti čovječanstva mediji su se mijenjali, a samim time mijenjao se i način komunikacije. Najveću promjenu donio je Internet. Ubrzani razvoj svijeta, odnosno globalizacija, utjecali su na različite načine na ljude. Dogodio se prelazak na digitalne medije i digitalne tehnologije, a na tom putu razvoja nastao je i Netflix. Netflix je vodeći pružatelj *streaming* sadržaja u svijetu, a bavi se produkcijom i stvaranjem te licenciranjem medijskih sadržaja u različitim segmentima zabavne industrije koji se odnose na serije i filmove raznih žanrova.

U radu se analizirao i sadržaj Netflixu kad se radi o LGBTQ+ zajednici. Postavljene su dvije hipoteze. Prva hipoteza je da je sadržaj Netflixu usmjeren na LGBTQ+ zajednicu, odnosno da na Netflixu postoji veliki broj filmova i serija iz ove kategorije. Druga hipoteza je da su na Netflixu zastupljeniji filmovi i serije koji prikazuju homoseksualne i biseksualne osobe, nego Queer i transrodne osobe. Obje su hipoteze potvrđene.

Pojavom interneta i novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija došlo je do liberalizacije sadržaja, što potvrđuje i istraživanje. Dok se u *mainstream* tradicionalnim medijima rijetko može naći sadržaj koji obuhvaća ili problematizira LGBTQ+ zajednicu, na internetskim platformama i VOD aplikacijama, poglavito na analiziranom sadržaju Netflixu oni su čak zasebna kategorija s nizom sadržaja koji uključuje tu zajednicu. Taj sadržaj nije namijenjen isključivo pripadnicima te zajednice, nego su pripadnici te zajednice integrirani u sadržaj filmova i serija. Netflix je prepoznao tu zajednicu kao vrlo potentnu i komercijalno poželjnu ciljnu skupinu te se njihov sadržaj vrlo brzo prilagođava i širi, kako bi zadovoljio pripadnike te zajednice, ali i sve druge kojima su takve teme zanimljive.

6. LITERATURA

1. Burch, S. (2021). Netflix Hits 203 Million Subscribers as Q4 Earnings Fall Short of Wall Street's Estimates. URL: https://www.yahoo.com/entertainment/netflix-hits-203-million-subscribers-211016408.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGV (1.7.2022.)
2. Butler, Judith. (2000). Nevolje s rodnom. Zagreb: Ženska infoteka
3. Crompton, L. (2003). Homosexuality and Civilization. London: Belknap Press
4. Datareportal.com (2021). Digital around the world. URL: <https://datareportal.com/global-digital-overview> (30.6.2022.)
5. Dhoest, A., Szulc, L., Eeckhout, B. (2017). LGBTQs, Media and Culture in Europe. New York, London: Routledge
6. English Heritage. LGBTQ+ History. URL: <https://www.english-heritage.org.uk/learn/histories/lgbtq-history/> (2.7.2022.)
7. Hadow, G., Hadow, K. (2013). Disaster Communications in a Changing Media World. Waltham: Elsevier
8. Hrvatska enciklopedija (2021). Drugi, URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=16300> (30.6.2022.)
9. Human Rights Campaign. URL: <https://www.hrc.org/resources/glossary-of-terms> (29.6.2022.)
10. Inglis, F. (1997). Teorija medija. Zagreb: AGM
11. Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj, Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti. Vol. 21 No. 1, URL: <https://hrcak.srce.hr/190208> (3.7.2022.)
12. Jurković, Z. (2012). Važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije. Ekonomski vjesnik : Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues. Vol. XXV No. 2, URL: <https://hrcak.srce.hr/94882> (3.7.2022.)
13. Lifewire.com (2022). The Best LGBTQ Shows on Netflix Right Now (July 2022). URL: <https://www.lifewire.com/best-lgbt-shows-on-netflix-right-now-5070449> (16.6.2022.)
14. LORI Udruga. O Lori. URL: <http://www.lori.hr/hr/lori/o-lori> (28.6.2022.)

15. Mohrem, B. (2020). Examining the Concept of the 'Other' According to Edward W. Said. URL:
https://www.researchgate.net/publication/341359565_Examining_the_Concept_of_the_'Other'_According_to_Edward_W_Said (1.7.2022.)
16. Netflix – godišnje izvješće 2019. (2020). URL:
https://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/NASDAQ_NFLX_2019.pdf (2.7.2022.)
17. Perhat, T. (2015). Homoseksualnost u društvu s osvrtom na suvremeno doba. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile Pula
18. Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima, NN 28/15
19. Rotten Tomatoes (2022). The 30 Best LGBTQ Movies on Netflix Right Now. URL:
<https://editorial.rottentomatoes.com/guide/best-lgbt-movies-on-netflix/> (17.6.2022.)
20. Ulin, J.C. (2010). The business of media distribution. Burlington: Elsevier
21. Zgrabljic Rotar, N. (2020). Digitalno doba, Digitalni mediji i masovna kultura. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk