



Sosyal Bilimler
Enstitüsü

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANA BİLİM DALI
SİNEMA DOKTORA PROGRAMI

**NETFLİX ORJİNAL YAPIMI TÜRK FİMLERİNDE KÜLTÜREL BELLEĞİN
ANLATIDAKİ ETKİSİ**

Doktora Tezi

EDA TÜRKAY

İstanbul, 2025

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANA BİLİM DALI
SİNEMA DOKTORA PROGRAMI

**NETFLİX ORJİNAL YAPIMI TÜRK FİLMLERİNDE KÜLTÜREL BELLEĞİN
ANLATIDAKİ ETKİSİ**

Doktora Tezi

EDA TÜRKAY

Tez Savunma Jürisi

1. Tez Danışmanı: Prof. Dr. F. Neşe Kaplan
2. Üye: Doç. Dr. Yusuf Ziya Gökçek
3. Üye: Dr. Öğr. Üyesi Metin Yasan
4. Üye: Doç. Dr. Uğur Baloğlu
5. Üye: Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Kapır

İstanbul, 2025

ÖZET

Dijital yayın platformları, geleneksel gösterim olanaklarına alternatif olarak, kimi zaman alışılmış medya kabullerini tekrar ederek, kimi zaman da bunların dışına çıkarak özgün politikalar geliştirmiştir. Bu platformlar, içerik politikalarıyla beyaz perdeyi ekrana, seyirciyi kullanıcıya, anlatıyı ise içeriğe dönüştürerek yeni seyir alışkanlıkları yaratmış ve dijital bir kültür inşa etmiştir. Netflix, bu kültürün önemli bir mimarıdır. Tezde, Netflix'in içerik oluştururken anlatı boyutunda kültürel belleği nasıl araçsallaştırdığı incelenmiştir. Bu çerçevede, Netflix orijinal yapımı Türk filmleri içerisinde yerel kültürel anlatısıyla ön plana çıkan üç film belirlenmiş; belirlenen *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* (2021), *Cici* (2022) ve *Âşıklar Bayramı* (2022) filmleri göstergebilim yöntemi ile analizlenmiştir. Juri Lotman'ın kültürel göstergebilim ve Christian Metz'in sinema göstergebilimi yaklaşımlarından faydalanarak filmlerin anlatısında yer alan yerel ve evrensel kültür öğeleri ayrıştırılmıştır. Bu öğelerin gösteren – gösterilen ikiliğinde karşılıkları bulgulanmış ve filmin anlatısında, kültürel bellek öğelerinin ne şekilde konumlandırıldığı yorumlanmıştır. Sonuçta; Netflix'in orijinal yapım olarak ürettiği Türk filmlerinin anlatısında kültürel belleğin, anlatının temellendiği hikâyede yer alsa da sunuş şekli ile bir araca dönüştüğü; kültürel bellek öğelerinin bir ilgi unsuru olarak konumlandırıldığı ifade edilmiştir. Filmlerin anlatısında yerel kültür ve kültürel belleğe ait öğelerin, yerli izleyicinin aşinalık duygusu ve konfor alanı kullanılarak tercih edildiği, yabancı izleyiciler için ise bir ilgi ve merak unsur olarak konumlandırıldığı yorumlanmıştır. Bu durumun, hem bellek turizmine hem kültürün metalaşmasına hem de kültürel belleksizleşmeye yol açarak kapitalist kültür endüstrisi dinamiklerinin işlemesine neden olduğu belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Netflix, kültürel bellek, kültürel göstergebilim

ABSTRACT

Digital broadcasting platforms have developed original policies as an alternative to traditional screening opportunities, sometimes by repeating conventional media acceptances and sometimes by going beyond them. These platforms have created new viewing habits and built a digital culture. Netflix is an important architect of this culture. The thesis examines how Netflix instrumentalizes cultural memory in the narrative dimension while creating content. Within this framework, *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* (2021), *Cici* (2022), and *Âşıklar Bayramı* (2022) were analyzed using the semiotic method. The local and universal cultural elements in the narratives of the films were separated by utilizing Juri Lotman's cultural semiotics and Christian Metz's cinema semiotics approaches. The counterparts of these elements in the signifier-signified dichotomy were found and how the elements of cultural memory were positioned in the film's narrative was interpreted. As a result; it has been stated that in the narrative of Turkish films produced by Netflix, cultural memory has become a tool with the way it is presented; cultural memory elements are positioned as an element of interest. It has been interpreted that in the narrative of the films, elements of local culture and cultural memory are preferred by using the sense of familiarity of the local audience, and positioned as an element of interest and curiosity for foreign audiences. It has been stated that this situation causes both memory tourism, commodification of culture and cultural amnesia, and causes the dynamics of the capitalist culture industry to operate.

Keywords: Netflix, cultural memory, cultural semiotics

ÖNSÖZ & TEŞEKKÜR

Tezin konusu, henüz yüksek lisans tezimi yazarken Durkheim'dan Halbwachs'a sıçrayan okumalarımın neticesinde doğdu. İntihardan belleğe, sinemayı zihinsel süreçlerle beraber düşünmek, tıpkı yüksek lisans tezimde olduğu gibi, doktora tez yazım sürecimi hem soyut hem somut anlamda zihinsel bir yolculuğa dönüştürdü.

Bu meşakkatli zihinsel yolculuğun sonuna gelmişken;

Yolun başından beri zihinsel yolculuğuma eşlik eden, tecrübesiyle yolculuğa yön veren ve yalnızca akademik değil hayatın her alanına dair bilgi ve birikimini benimle paylaşan danışmanım Prof. Dr. Neşe Kaplan'a teşekkürü borç bilirim.

Yüksek lisansta danışmanlığıyla, doktorada tez izleme süreçlerinde verdiği katkıyla akademik hayatımın başından bugüne yol göstericiliğini ve desteğini hep hissettiğim Doç. Dr. Yusuf Ziya Gökçek'e teşekkür ederim.

Doktora tez izleme süreçlerinde zihnimde açtığı sorgulama alanlarıyla ve kıymetli katkılarıyla çalışmamı zenginleştirdiği için Dr. Öğr. Üyesi Metin Yasan'a teşekkür ederim.

Tez savunma sürecinde değerli yorumları ve katkıları ile yolculuğuma eşlik eden kıymetli hocalarım Doç. Dr. Uğur Baloğlu ve Dr. Öğr. Üyesi Bahadır Kapır'a teşekkür ederim.

Bu yolculuk sadece akademik bir yolculuk değildi. Hayatın şakalarıyla paralel ilerleyen bir yolculuktu. Tezimi, yolculuğun henüz ortalarındayken kaybettiğim babam Mustafa Çekemci'ye hediye etmek isterim. Benimle gurur duyduğunu biliyorum.

Yolculuğuma katkısını yalnızca lisans sonrasıyla sınırlayamayacağım ablam Gamze Çekemci'ye, ilkokul birinci sınıftan bugüne eğitim yolculuğumun her anına eşlik ettiği, her koşulda beni desteklediği, sahaftan sahafa dolaşıp benimle kitap taşıdığı, bıkmadan ve usanmadan yazdığım her bir cümleyi okuduğu için teşekkür ederim.

Dediğim gibi, bu yolculuk sadece akademik bir yolculuk değildi. Hayatın hediyeleriyle de paralel ilerleyen bir yolculuktu. Yolun zorluklarıyla boğuşurken hayatıma giren ve bir anda tüm zorlukları yok eden eşim Akın Türkay'a, yolun güzelliğini fark ettirdiği için teşekkür ederim. Desteği ve sevgisiyle yarattığı hissi, sanıyorum tarif edebilmem mümkün değil ama bu kelimelere sığdıramadığım duyguyu dahi onun anlayacağını biliyorum. Bunu biliyor olmanın kolaylığı ve güzelliği, tam da tarif etmeye çalıştığım şey. Sonsuz teşekkür ederim.

Yol, uzun bir yoldu. Bu yolda yer yer ihmal etmek zorunda kaldığım ama buna rağmen bana her daim anlayış gösteren annem Nuran Çekemci'ye, annem Yeşim Türkay'a, babam Muhlis Atilla Türkay'a, kardeşlerim Atalay Çekemci ve Doğa Naz Türkay'a teşekkür ederim.

Ve bu yolculukta bana eşlik eden, bitmeyen yoğunluğuma hep gülümseyen arkadaşlarıma;

Tez yazım sürecinde bana tüm kütüphanesini açan Ece Çakır'a,

Kendi akademik yolculuklarıyla bana eşlik eden Ahmet Toğaç, Pelin Büyüктаş ve Ezgi Günaydın'a,

Beni her zaman desteklediklerini bildiğim Şafak Ula ve Nurşen Tekin'e teşekkür ederim.

Yolculuğun bitmediğinin yalnızca şekil değiştirdiğinin bilinciyle, yola eşlik eden ve edecek olan herkese müteşekkirim.

Eda TÜRKEY
İstanbul, 2025

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
KISALTMALAR.....	viii
TABLolar LİSTESİ	ix
GÖRSEL LİSTESİ.....	x
GRAFİKLER LİSTESİ	xiii
GİRİŞ.....	1
1. DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARIYLA YERLEŞEN YENİ İÇERİK ÜRETİMİ VE TÜKETİMİ ANLAYIŞI.....	11
1.1. DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI VE ÜRETİM POLİTİKALARI	11
1.1.1. Dijital Yayın Platformlarının Gelişimi	26
1.1.2. Dünyada ve Türkiye’de Dijital Platformlar.....	30
1.1.2.1. Amazon Prime Video	36
1.1.2.2. Mubi	40
1.1.2.3. BluTV	44
1.1.2.4. PuhuTV	47
1.1.2.5. Disney+	49
1.1.2.6. Gain	53
1.1.2.7. Max (HBO Max)	54
1.1.2.8. Exxen.....	55
1.1.2.9. Tabii	57
1.1.2.10. Discovery+	59
1.1.2.11. beIN Connect TOD (The Online Digital).....	59
1.1.2.12. Apple TV+.....	60
1.1.2.13. Netflix.....	61
1.2. NETFLIX İÇERİK POLİTİKALARI	67
1.2.1. Üreticilere Yönelik Üretim Kuralları: Kim İçin, Nasıl, Hangi Yollarla?	76
1.2.2. Alıcılara Yönelik Alım Kuralları: Kültür Politikalarının İçerik Tercihlerine Etkisi	80
1.2.3. Metinlere Yönelik Kurallar: Anlam Olasılıkları ve Kısıtlamaları	82
1.2.4. Semiyotik Kurallar: Sosyal Algılamalara Ait Olasılıklar ve Kısıtlamalar	84

1.2.5. Metin Dışı Kodlar: Tüketim Kültürü ve Kültür Endüstrisine Katkı.....	87
1.3. NETFLIX ORJİNAL YAPIMLAR.....	89
2. KÜLTÜR VE BELLEK KAVRAMLARI ÇERÇEVESİNDE DİJİTAL ANLATIDAKİ DÖNÜŞÜM	91
2.1. ÇALIŞMANIN AMACI.....	91
2.2. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ: SİNEMA GÖSTERGEBİLİMİ VE KÜLTÜREL GÖSTERGEBİLİM	91
2.3. TEORİK ÇERÇEVE: BELLEK VE KÜLTÜR.....	100
2.3.1. Bellek Türleri	108
2.3.1.1. Bireysel Bellek	109
2.3.1.2. Toplumsal (Kolektif) Bellek.....	114
2.3.1.3. Kültürel Bellek	121
2.3.2. Kültür Kavramı ve Bellekle İlişkisi.....	123
2.3.2.1. Zaman ve Bellek (Tarih, Geçmiş, Arşiv)	133
2.3.2.2. Mekân ve Bellek (Kent, Aidiyet, Ulus, Hukuk).....	135
2.3.2.3. Sanat ve Bellek (Müzik, Dans, Tiyatro, Heykel, Anıt, Fotoğraf, Sinema).....	138
2.3.3. Dijitalleşen Dünyada Kültür Politikaları ve Bellek İlişkisi	140
2.3.3.1. Kültür Endüstrisinin Yeni Belleksizleştirme Politikası.....	145
2.3.3.2. Bellek ve Anlatı İlişkisinde Kültürel Belleğin Anlatıdaki Görünürlüğü	151
2.3.4. Düünden Bugüne Ana Hatlarıyla Türk Sinemasının Kitle Kültürü ve Bellekle İlişkisi.....	154
3. NETFLIX ORJİNAL YAPIMI TÜRK FİMLERİNİN KÜLTÜREL BELLEK BAĞLAMINDA İNCELENMESİ	162
3.1. NETFLIX ORJİNAL YAPIMI TÜRK FİMLERİNİN KÜNYESİ	162
3.2. NETFLIX ORJİNAL YAPIMI TÜRK FİMLERİNİN TEMALARI.....	166
3.3. NETFLIX ORJİNAL YAPIMI TÜRK FİMLERİNİN BİÇİMSEL ÖZELLİKLERİ	189
3.4. ÖRNEKLEM BELİRLENMESİ.....	191
3.4.1. Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?	192
3.4.1.1. Filmin Anlatısı İçinde Yer Alan Temel Görsel ve İşitsel Öğelerin Tablosu	192
3.4.1.2. Filmde Yer Alan Göstergelerin Kültür ve Bellek Kavramlarıyla İlişkisi Bakımından Yorumlanması	194
3.4.1.3. Kültürel ve Özgül Kodlar	210
3.4.1.4. Anlatı Yapısı ve Anlatıdaki Kültürel Bellek Etkisi	212
3.4.2. Cici.....	215

3.4.2.1. Filmin Anlatısı İçinde Yer Alan Temel Görsel ve İşitsel Öğelerin Tablosu	216
3.4.2.2. Filmde Yer Alan Göstergelerin Kültür ve Bellek Kavramlarıyla İlişkisi Bakımından Yorumlanması	218
3.4.2.3. Kültürel ve Özgül Kodlar	236
3.4.2.4. Anlatı Yapısı ve Anlatıdaki Kültürel Bellek Etkisi	238
3.4.3. Âşıklar Bayramı	242
3.4.2.1. Filmin Anlatısı İçinde Yer Alan Temel Görsel ve İşitsel Öğelerin Tablosu	242
3.4.2.2. Filmde Yer Alan Göstergelerin Kültür ve Bellek Kavramlarıyla İlişkisi Bakımından Yorumlanması	245
3.4.2.3. Kültürel ve Özgül Kodlar	258
3.4.2.4. Anlatı Yapısı ve Anlatıdaki Kültürel Bellek Etkisi	261
SONUÇ VE TARTIŞMA	265
KAYNAKLAR	274

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ADSL	Asimetrik Sayısal Abone Hattı (Asymmetric Digital Subscriber Line)
AMC	Amerikan Film Klasikleri (American Movie Classics)
ANCA	Amerika Ermeni Ulusal Komitesi (Armenian National Committee of America)
AVoD	Reklam Destekli İsteğe Bağlı Video (Advertising-based Video on Demand)
BAFTA	Britanya Film ve Televizyon Sanatları Akademisi (British Academy of Film and Television Arts)
CDN	İçerik Dağıtım Ağı (Content Delivery Network)
CEO	Genel Müdür (Chief Executive Officer)
DVB-H	Taşınabilir Cihazlar İçin Dijital Video Yayını (Digital Video Broadcasting – Handheld)
DVD	Dijital Video Disk (Digital Video Disc)
IPTV	İnternet Protokolü Televizyonu (Internet Protocol Television)
MÖ	Milattan Önce
MPAA	Motion Picture Association of America (Amerika Sinema Filmleri Derneği)
MPEG	Hareketli Görüntü Uzmanları Grubu (Moving Picture Experts Group)
MSN	Microsoft Ağı (Microsoft Network)
OTT	Her Şeyin Üzerinde Sistemler (Over the Top)
PVoD	Özel İsteğe Bağlı Video (Premium Video on Demand)
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
SVoD	Abonelik Tabanlı İsteğe Bağlı Video (Subscription Video on Demand)
TED	Teknoloji, Eğlence, Tasarım (Technology, Entertainment, Design)
TL	Türk Lirası
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TVoD	İşlem Tabanlı İsteğe Bağlı Video (Transactional Video on Demand)
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization)
VoD	İsteğe Bağlı / Talep Üzerine Video (Video on Demand)

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinin künyesi.....	165
Tablo 2: Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinin temaları.....	168
Tablo 3: <i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i> filminin anlatısında yer alan görsel ve işitsel öğeler.....	194
Tablo 4: <i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i> filminde yer alan kültürel öğelerin kategorizasyonu.....	210
Tablo 5: <i>Cici</i> filminin anlatısında yer alan görsel ve işitsel öğeler.....	218
Tablo 6: <i>Cici</i> filminde yer alan kültürel öğelerin kategorizasyonu.....	236
Tablo 7: <i>Âşıklar Bayramı</i> filminin anlatısında yer alan görsel ve işitsel öğeler.....	245
Tablo 8: <i>Âşıklar Bayramı</i> filminde yer alan kültürel öğelerin kategorizasyonu.....	259

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: Amazon Prime Video arayüz tasarımı (Amazon Prime Video Türkiye 2025).....	38
Görsel 2: Amazon Prime Video arayüz tasarımı (Amazon Prime Video Türkiye 2025).....	38
Görsel 3: Mubi arayüz tasarımı (Mubi 2025).....	43
Görsel 4: Mubi arayüz tasarımı (Mubi 2025).....	44
Görsel 5: BluTV arayüz tasarımı (BluTV 2025).....	46
Görsel 6: BluTV arayüz tasarımı (BluTV 2025).....	47
Görsel 7: PuhuTV arayüz tasarımı (Puhu TV 2025).....	48
Görsel 8: PuhuTV arayüz tasarımı (Puhu TV 2025).....	49
Görsel 9: Disney+ Türkiye arayüz tasarımı (Disney+ 2025).....	51
Görsel 10: Disney+ Türkiye arayüz tasarımı (Disney+ 2025).....	51
Görsel 11: Disney+ Türkiye arayüz tasarımı (Disney+ 2025).....	52
Görsel 12: Gain arayüz tasarımı (Gain 2025).....	53
Görsel 13: Gain arayüz tasarımı (Gain 2025).....	54
Görsel 14: Exxen arayüz tasarımı (Exxen 2025).....	56
Görsel 15: Tabii arayüz tasarımı (Tabii 2025).....	58
Görsel 16: Tabii arayüz tasarımı (Tabii 2025).....	58
Görsel 17: Tabii arayüz tasarımı (Tabii 2025).....	59
Görsel 18: beIN Connect TOD arayüz tasarımı (beIN Connect TOD 2025).....	60
Görsel 19: Netflix arayüz tasarımı (Netflix 2025).....	62
Görsel 20: Netflix arayüz tasarımı (Netflix 2025).....	62
Görsel 21: Gülseren'in bireysel belleğinin aktarım aracı olarak fotoğraf albümü sahne geçişlerinde sıklıkla kullanılmıştır (<i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i>).....	195
Görsel 22: Gazete küpürleri hareketli bir kullanımla sahneler arası geçiş aracı olarak kurgulanmıştır (<i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i>).....	198

Görsel 23: Evin dekoru, dönemlere göre değişiklikler göstererek içerisinde bulunulan zamanın iç mimari modasını gözler önüne sermektedir (<i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i>).....	200
Görsel 24: Pankartlar, afişler, duvar yazıları dönemin bir ifade biçimi olarak anlatıda yer almıştır (<i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i>).....	206
Görsel 25: Televizyon ve süpürge teknolojisinin zamana bağlı değişimi hikâyede takip edilebilmektedir (<i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i>).....	208
Görsel 26: <i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i> oyun afişi, 1999 (Soldaki), <i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i> film afişi, 2021 (Sağdaki).....	215
Görsel 27: Filmin zamansal düzlemindeki ilk bölümünde, Bekir ağaç dikerken (<i>Cici</i>).....	216
Görsel 28: Filmin zamansal düzlemindeki son bölümünde, Kadir, yıllar önce babasının diktiği ağacın önünde (<i>Cici</i>).....	217
Görsel 29: TRT'de Özay Gönülüm kendi buluşu olan ve Yaren adını verdiği sazıyla (<i>Cici</i>).....	220
Görsel 30: Türkiye haritası baskılı duvar halısı, üzerinde nazar boncuğu ve tespihler ile (<i>Cici</i>).....	223
Görsel 31: Filmin ilk zamansal düzleminde ev, 1980'li yıllar (<i>Cici</i>).....	224
Görsel 32: Filmin son zamansal düzleminde ev, 2020'li yıllar (<i>Cici</i>).....	224
Görsel 33: Saliha ve Cemil ahırda, görüntü üzerine İstiklal Marşı çalar (<i>Cici</i>).....	229
Görsel 34: TRT gece yayınının sonu, İstiklal Marşı eşliğinde bayrak göndere çekilir (<i>Cici</i>).....	229
Görsel 35: Kadir ve Hafıza filmi set ekibi köy evinde (<i>Cici</i>).....	232
Görsel 36: <i>Cici</i> film afişi (<i>Cici</i> 2022).....	241
Görsel 37: Ara görüntülerde doğal manzaralar sıklıkla görülür (<i>Âşıklar Bayramı</i>).....	243
Görsel 38: Antik kalıntılar, köy mimarileri ile Türkiye'nin zengin tarihi yansıtılır (<i>Âşıklar Bayramı</i>)..	243
Görsel 39: Kaz, koyun, kuş sürüleri ile doğal yaşamdan görüntüler sunulur (<i>Âşıklar Bayramı</i>).....	243
Görsel 40: Kasket, Anadolu kimliği ve âşıklık geleneği ile ilişkilendirilmiştir (<i>Âşıklar Bayramı</i>)..	248
Görsel 41: Ev dekorasyonu, kültürel değerleri ve alışkanlıkları yansıtmaktadır (<i>Âşıklar Bayramı</i>)...	249
Görsel 42: Filmde yer alan Âşıklar Bayramı afişinde Âşık Veysel yer almaktadır (<i>Âşıklar Bayramı</i>)..	251
Görsel 43: Hamam, Türk kültüründe bir arınma ritüeline ev sahipliği yapmaktadır (<i>Âşıklar Bayramı</i>).....	252

Görsel 44: Mesajlaşma içeriklerinin ekran üzerine yazması, yönetmenin biçimsel tercihidir (<i>Âşıklar Bayramı</i>).....	253
Görsel 45: Sedir, sohbet kültürünü de temsil etmektedir (<i>Âşıklar Bayramı</i>).....	254
Görsel 46: Semah, Alevi inanışındaki bir ibadet hizmetidir (<i>Âşıklar Bayramı</i>).....	256
Görsel 47: Zere Kadın'ın dövmesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yaşayan kadınlar arasındaki kültürel bir etkileşimi işaret etmektedir (<i>Âşıklar Bayramı</i>).....	257
Görsel 48: <i>Âşıklar Bayramı</i> film afişi (<i>Âşıklar Bayramı 2025</i>).....	264



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: 2019'dan 2029'a kadar dünya çapındaki üst düzey (OTT) video pazarının geliri (milyar ABD doları cinsinden) (Statistics report about Amazon Prime Video 2025).....	29
Grafik 2: Dünya çapında seçili medya ve yayın şirketlerinin içerik harcamaları 2024 ve 2025'te (milyar ABD doları cinsinden) (Statistics report about Amazon Prime Video 2025).....	29
Grafik 3: 2025 yılında dünya çapında seçili hibrit video-isteğe bağlı platformların ücretli abone sayısı (milyon olarak) (Statistics report about Amazon Prime Video 2025).....	30
Grafik 4: Justwatch verileri ile Türkiye'de dijital platformlara duyulan ilgi (Ocak - Aralık 2024) - (Aslan 2025).....	35
Grafik 5: Amazon Prime'ın abonelik geliri 2024'ün 2. çeyreğinde 10,87 milyar dolar olarak kaydedildi (Gaines 2025).....	37
Grafik 6: Ekim 2024 itibarıyla Amazon Prime Video'daki içeriklerin dünya çapındaki dağılımı, türe göre (Statistics report about Amazon Prime Video 2025).....	39
Grafik 7: 2020'nin ilk çeyreğinden 2024'ün ilk çeyreğine kadar dünya çapındaki Disney+ abone sayısı (Stoll 2025).....	52
Grafik 8: 2021'den 2025'e kadar dünya çapında HBO Max izleyici sayısı (Statista 2025).....	55
Grafik 9: Ekim 2024 itibarıyla dünya çapındaki en büyük internet şirketlerinin piyasa değeri (milyar ABD doları cinsinden) (Statistics report on Netflix 2025).....	63
Grafik 10: 2013'ün 1. çeyreğinden 2024'ün 4. çeyreğine kadar dünya çapındaki Netflix ücretli abone sayısı (milyon olarak) (Statistics report on Netflix 2025).....	64
Grafik 11: Netflix'in 2012-2024 içerik harcamaları (Stoll 2024).....	67
Grafik 12: Netflix'in 2016'dan 2024'e kadar dünya çapındaki içerik varlıkları, türe göre (milyar ABD doları cinsinden) (Statistics report on Netflix 2025).....	69
Grafik 13: 2020'den 2023'e kadar Netflix'in dünya çapında orijinal içerik yayınlayan yapım sayısı, içerik türüne göre (Statistics report on Netflix 2025).....	70
Grafik 14: 2014'ten 2025'e kadar Netflix Akademi Ödülleri adaylıklarının sayısı (Statistics report on Netflix 2025).....	78

Grafik 15: <i>Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?</i> filminde yer alan kültürel öğelerin kesişim grafiği....	211
Grafik 16: <i>Cici</i> filminde yer alan kültürel öğelerin kesişim grafiği.....	237
Grafik 17: <i>Âşıklar Bayramı</i> filminde yer alan kültürel öğelerin kesişim grafiği.....	259



GİRİŞ

Bireyin bir kimlik kazanması ve toplumsallaşması kültürle mümkündür. Kültür, anlamın ve bakış açılarının oluştuğu bir pratiktir ve benzer kültürel kimliklerin bir araya gelmesiyle kolektif ve kültürel bellek gündeme gelir. Bellek, geçmişle kurulan ilişkiyi temsil eder. Şimdiki zamanla geçmiş arasında bir köprü görevi gören bellek, kaydetme, depolama, geri çağırma gibi işlevleriyle hatırlama ve unutma döngüsünü yönetmektedir. Kültür ve belleği birleştiren en temel nokta, her ikisinin de gerçekliği doğrudan ve nesnel bir şekilde sunan birer ayna değil birer inşa olmalarıdır (Halbwachs 2019). Bu inşa hali, kültür ve belleği, düzenlenebilir, şekil verilebilir, yeniden kurulabilir birer kavram haline getirmekte ve kaygan bir zemine yerleştirmektedir. Kavramların bu açıklığı, iktidarlar tarafından bir egemenlik aracı olarak görülmekte; iktidarın ideolojik anlayışına göre kültür şekillendirilmekte, bellek çarpıtılmaktadır. Geçmişte tarih yazımı alanında gerçekleştirilen bastırma, çarpıtma ve yok etme politikaları, kitle iletişim araçlarının gündeme gelmesiyle ve gelişmesiyle özellikle medya alanında uygulanır olmuştur. Geline nokta geleneksel medya araçlarından yeni medya araçlarına uzanan her alanda kültür ve bellek üzerine geliştirilen politikalardan söz edilebilmektedir.

Yeni medya içerisinde gelişen dijital yayın platformları, geleneksel medya araçlarına kıyasla çok daha geniş bir küresel pazara hizmet vermektedirler. Böylece üretim ve tüketim zincirinde neredeyse her kültürden insana ulaşarak kültürel yayılım sağlamaktadırlar. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda, dijital yayın platformlarının kültürel etkileşim alanı, herkese hitap edecek egemen bir kültür ve bellek politikası uygulamak için oldukça geniş kapsamlı ve zor bir alandır. Fakat dijital yayın platformları, kitlelerin taleplerini kontrol edebilen algoritmik kültürü, sayısız içerik barındıran geniş kütüphaneleri, her an her yerde içerik tüketme imkânı sunan dijital seyir kültürü ve sürekli tüketimle sağladığı enformasyon kültürü ile kontrolü elinde tutan, yönlendiren ve egemen ideolojinin politikalarına uygun hareket edebilen, üstelik tüm bunları hiç olmadığı kadar geniş bir kitle üzerinde uygulayabilen mecralar olarak egemen ideolojilerin yeni gözdesidir.

Çalışmada, dijital yayın platformları içerisinde öne çıkan Netflix'in, ürettiği içeriklerde kültürel belleği bir araç olarak kullandığı ve içeriklerin anlatılarında kültürel belleğe ait kodların yer alma şeklinin ideolojik bir yaklaşım içerdiği öne sürülmektedir.

Çalışmanın amacı, Netflix orijinal yapımı olarak üretilen Türk filmleri üzerinden anlatılardaki kültürel bellek etkisini yorumlamak ve yerel kültür ile evrensel kültür arasındaki ilişkinin ne şekilde kurulduğunu anlamaktır. Bu amaç doğrultusunda tezin kavramsal çerçevesi, ana odağı, tartışma soruları, yöntemi ve kapsamı belirlenmiştir.

Çalışmanın yöntemi, filmlerin anlatısında yer alan kültürel belleğe ait öğelerin, yerel ve evrensel kültürel kodların işlevlerinin ve dengesinin analizlenebilmesi için ilgili kodları doğru okumak gerekliliğinden yola çıkılarak göstergebilimsel analiz yöntemi olarak belirlenmiştir. Ayrıca bu yöntem, çalışmanın teorik çerçevesini de oluşturan kültür ve bellek kavramlarının her ikisinin de soyut ve imgesel kavramlar olduğu göz önünde bulundurularak tercih edilmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın yöntem bölümünde, göstergebilim ve dilbilim alanındaki çalışmalar incelenmiş; sinema göstergebilimi alanında çalışmalar yürütmüş Christian Metz ve Juri Lotman'ın yaklaşımlarından yararlanılmasına karar verilmiştir. Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinin anlatısı ele alınırken Lotman'ın kültürel göstergebilim yaklaşımı doğrultusunda kültürel kodlar ayrımlanmış; Metz'in sinema göstergebilimi yaklaşımı doğrultusunda filmlerin görsel ve işitsel öğeleri, kültürel ve özgül kodlar ayrımına tabi tutularak kategorize edilmiştir.

Çalışmanın temel araştırma sorusu, "Dijital yayın platformları ve özelde de Netflix, küresel pazarda içerik dağıtan platformlar olarak, orijinal yapım üretimlerinin anlatısında yerel ve evrensel kültür dengesini ne oranda gözetmektedir?" sorusudur. Çalışmada bu temel sorudan yola çıkılmış ve aşağıda listelenen alt sorulara da yanıt aranmıştır:

- 1.Netflix'in orijinal yapım olarak ürettiği Türk filmlerinin anlatısında kültürel bellek nasıl temsil edilmektedir?
- 2.Netflix'in orijinal yapım olarak ürettiği Türk filmlerinin anlatısında evrensel kültürel kodlar ile yerel kültürel bellek öğeleri arasındaki denge nasıl sağlanmaktadır?
- 3.Netflix'in içerik politikaları ve orijinal yapım üretimleri, yerel kültürlerin görünürlüğünü artırmak mı yoksa onları evrenselleştirerek özgünlüklerini aşındırmak mı eğilimindedir?
- 4.Netflix'in orijinal yapım olarak ürettiği Türk filmlerinin anlatısında hangi egemen ideolojik yapıların izleri görülebilir?
- 5.Netflix'in orijinal yapım olarak ürettiği Türk filmlerinin anlatısında yerel kimlik nasıl tanımlanmakta veya yeniden inşa edilmektedir?
- 6.Netflix'in orijinal yapım olarak ürettiği Türk filmlerinin anlatısında yerel kültür ve kültürel bellek öğeleri, izleyici kitlesine (hem yerel hem küresel) nasıl sunulmaktadır?
- 7.Netflix'in orijinal yapım olarak ürettiği Türk filmlerinin anlatısında kapitalist kültür endüstrisi dinamikleri ne oranda etkilidir?

Çalışma, yukarıda izah edilen amaç, yöntem, teorik çerçeve ve araştırma sorularından yola çıkılarak üç ana bölüme ayrılmıştır. Üç ana bölüme ayrılan **tezin birinci bölümünde**, Dijital Yayın Platformlarıyla Yerleşen Yeni İçerik Üretimi ve Tüketimi Anlayışı başlığıyla, dijital yayın

platformlarının tanımlamasına yer verilmiş, ortaya çıkış süreçleri tarihsel olarak aktarılmış ve üretim politikaları incelenmiştir. Geleneksel medya ve geleneksel gösterim araçlarının karşısına yenilikçilik, çeşitlilik ve dinamiklik iddiasıyla çıkan dijital yayın platformlarının yarattığı dönüşüm, başta televizyon ve sinema salonları olmak üzere pek çok alanı ve endüstriyi etkilemiştir. İzleyici, izleme pratikleri ve alışkanlıkları, içerik tüketimi gibi pek çok konuda radikal dönüşümler yaratan dijital yayın platformları, beraberinde kültürel bir dönüşümü de getirmiş; kültür dijitalleşmiş, artık sanal kültürel mekânlar ve sanal kültürel kimliklerden söz edilir olmuştur. Tüm bu dönüşümlerin etkisini yorumlayabilmek için birinci bölümde, yeni medyanın gelişimi, dijitalleşmenin ve küreselleşmenin seyir kültürüne etkisi, izleyicinin yaşadığı kimliksel dönüşüm, dijital alanda yaratılan tekelleşme, standartlaşma ve tüm bunların bir sonucu olarak gündeme gelen medya emperyalizmi ve kültürel işgal bütünlük içerisinde değerlendirilmiştir.

Yeni medya içerisinde gelişen dijital yayın platformları yenilikçi alanlar olarak gündeme gelmiş ve hızla benimsenmiştir. İzleyici, geleneksel medya araçlarında “içeriğin takipçisi” iken yeni medya araçlarında gelişen üyelik sistemi ile “içeriğin tüketicisi/müşteri” haline gelmiştir. Artık izleyici kavramı yerine kullanıcı kavramı yerleşmiş; izleyiciler dijital yayın platformlarının sistemi içerisinde hem üretici hem de tüketici pozisyonunda yer almış ve buna bağlı olarak dijital üretüketici kimliğini de edinmiştir. İçeriklere gelindiğinde, niceliksel çeşitliliğin geleneksel medyaya kıyasla açık ara bir fark yarattığı söylene de niteliksel çeşitlilik konusu pek çok açıdan tartışmaya açık bir konudur. Platformlar, yarattıkları dönüşümleri yönetebilmek ve sürekliliğini sağlayabilmek ve marka kimliğini oluşturmak için birtakım politikalar üretmişlerdir. İçerik politikaları ya da üretim politikaları adını taşıyan bu kararlar, dijital yayın platformlarının dinamiklerini anlamak için önemlidir. Bu doğrultuda çalışmada, algoritma kullanımı, kişiselleştirme, arayüz tasarımı ve kullanıcı deneyimi, içerik ve tür çeşitliliği, aşırı izleme kültürü, reklam stratejileri, ücretlendirme, orijinal yapımlar, küreselleşme ve dış faktör etkisi gibi ara başlıklar altında platformların üretim politikaları incelenmiş ve böylece platformların tamamına bütüncül bir yaklaşım getirilmeye çalışılmıştır. Dünyada ve Türkiye’de aktif olan ve olmayan dijital yayın platformlarından söz edilen birinci bölümde, dijital yayın platformlarının çeşitliliği ve sayıca çokluğu göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye’de erişime açık olan yerli ve yabancı dijital yayın platformlarına odaklanmak uygun bulunmuştur. Amazon Prime Video, Mubi, BluTV, PuhuTV, Disney+, Gain, Max, Exxen, Tabii, Discovery+, beIN Connect TOD, AppleTV+ ve Netflix’e yer verilen bölümde, bahsi geçen platformların kuruluşlarına, dinamiklerine, web arayüzlerine, ücretlendirme politikalarına ve öne çıkan özelliklerine yer verilmiştir. Platformlar içerisinde, dijital yayın platformlarının üretim politikalarını da oluşturan pek çok özelliği yaratan ve hatta dijital yayın platformlarıyla yerleşen kültüre adını da veren Netflix, çalışmanın inceleme alanını oluşturmaktadır. Netflix’in dünya çapındaki en büyük internet şirketlerinin piyasa değerlendirmeleri sıralamasında

beşinci sırada ve sıralamada yer alan tek dijital yayın platformu olması, dünyada en büyük orijinal yapım çeşitliliğine ve abone sayısına sahip platform olması, Türkiye’de yayına başlayan ilk uluslararası dijital yayın platformu olması ve Türkiye’de en çok takip edilen yabancı platform olması nedeniyle Netflix ele alınmış; böylece çalışmanın evrenindeki ilk sınırlandırma gerçekleştirilmiştir.

Netflix kültürü olarak da yerleşen, dijital yayın platformlarının yarattığı yeni kültür, Netflix’in içerik politikalarının detaylandırıldığı birinci bölümde, bütüncül bir yaklaşımla ele alınmaya çalışılmıştır. Bu noktada, Robert Hodge ve Gunther Kress’in “Her semiyotik eylemin ideolojik bir içeriği vardır.” yaklaşımıyla ele aldıkları, metinlerin nasıl işlediğini anlamak için bakılması gereken kodlar (1988: 40), Netflix içerik politikalarının nasıl işlediğini anlamak için uygun görülmüş ve uyarlanmıştır. Bu doğrultuda, içerik politikaları incelemesi; üreticilere yönelik üretim kuralları (kime, nasıl, hangi anlamların üretileceği), alıcılara yönelik alım kuralları (semiyotik potansiyelleri kullanarak), metinlere yönelik kurallar (anlam olasılıkları ve anlam kısıtlamaları yoluyla) ve semiyotik kurallar (sosyal algılamalara yönelik kısıtlamalar) başlıkları altında kategorize edilmiş; Hodge ve Kress’in kategorizasyonuna ek bir başlık olarak metin dışı kodlar incelemesi de dahil edilmiştir. Üreticilere yönelik üretim politikalarının incelendiği bölümde, Netflix’in endüstriyel boyutu, üreticilerin üretim aşamasında neleri öncelediği, sinema endüstrisinde yaşanan dönüşümün içerik üretiminde nasıl bir etki uyandırdığı gibi meselelere değinilmiştir. Alıcılara yönelik alım kurallarının incelendiği bölümde, izleyici boyutu ele alınmış; izleyicinin neyi neden izlediği ve kültür politikalarının içerik tercihlerine nasıl bir etkisinin olduğu irdelenmiştir. Metinlere yönelik kuralların değerlendirildiği bölümde, Netflix’in küresel ve yerel pazarlarda hangi stratejilerle kısıtlama politikaları uyguladığı ve ülkelerin sansür politikalarına nasıl yaklaştığı ele alınmıştır. Semiyotik kurallar bölümünde, yerel ve evrensel kültürel kodların anlatıda nasıl dengelendiği incelenmiş; metin dışı kodların ele alındığı bölümde ise Netflix içeriklerinin ve içeriklerin tanıtımı için kullanılan öğelerin kültür endüstrisi ile ilişkisine değinilmiştir.

Netflix’in içerik politikaları içerisinde önemli bir yer tutan orijinal yapımlar, Netflix’in yapımçılığını üstlendiği içerikleri karşılamaktadır. Netflix, orijinal yapım üretimleriyle kendini ülkelerin geleneksel medya ve ana akım içeriklerinden ayrı bir yere konumlandırmış; izleyicilerine sadece Netflix’ten erişebilecekleri, yenilikçi içerikler sunmaya başlamıştır. İçeriklerin yenilikçi niteliği tartışmalı bir konudur; çünkü Netflix, ülkeler bazında ürettiği orijinal içeriklerinde içeriğin üretildiği ülkenin yaratıcı ekipleriyle çalışmaktadır. Türkiye özelinde, Netflix, Türk televizyonlarında dizileriyle ya da sinemada gişede yer alan filmleriyle öne çıkan BKM, Ay Yapım, OGM, TAFF gibi yapım şirketleriyle, bu şirketlerin çalıştığı birbirini tekrar eden, yönetmen, senarist ve oyuncu kadrolarıyla üretimleri gerçekleştirmektedir. Bu durum endüstriyel boyutta tekelleşme, içerik boyutunda standartlaşma tartışmalarını beraberinde getirmekte ve Netflix’in yenilikçilik iddiasının altını

boşaltmaktadır. Netflix'in Türkiye'de ürettiği orijinal yapımların listelendiği bölümün son başlığında, Netflix'in Türkiye'de erişime açıldığı 2016 yılından 2025 yılının başlangıcına kadar üretilmiş, 25 orijinal yapım diziye ve 33 orijinal yapım filme yer verilmiştir. Dijital yayın platformlarının geliştirdiği yeni dijital seyir kültüründen en çok etkilenen içerik türü diziler olmuştur. Geleneksel medyaya kıyasla seyri oldukça kolaylaşan ve seyir kontrolü tamamen bireyin eline bırakılan dizi içerikleri, dijital yayın platformlarında daha çok tüketilmektedir. Filmlere bakıldığında, gösterim mecrası değişen ve seyir kontrolü açısından sinemada film izleme kültürünün kurallarını ortadan kaldıran bir durum söz konusu olsa da filmler, dijital yayın platformlarının yarattığı aşırı izleme kültürünün ve tüketim hızının karşısında işlevsiz kalmaktadırlar. Bu nedenle dizilere oranla daha az tüketilse de dijital yayın platformlarının film içerikleri üretmesi, sinema endüstrisinde ciddi tartışmalara ve krizlere yol açmıştır. Çalışmada söz konusu tartışma ve krizleri de düşünerek Netflix'in orijinal yapım filmler üzerinden anlatılarda nasıl bir farklılık politikası izlediğini anlamak amaçlanmıştır. Yine anlatı analizleri yapılırken dizilerin çok sezonlu ve çok bölümlü yapısı da düşünüldüğünde filmler, analiz sonuçlarını daha net bir çerçevede sunma olanağı sağlamaktadır. Bu nedenle çalışmada Netflix orijinal yapım üretimleri içerisinde yalnızca filmler üzerinden bir analiz yürütülmüş ve 33 orijinal yapım Türk filmi çalışmanın evrenini oluşturmuştur.

Yola çıkılan araştırma sorularının yanıtlarına ulaşmak için **tezin ikinci bölümünde** Kültür ve Bellek Kavramları Çerçevesinde Dijital Anlatıdaki Dönüşüm ana başlığı altında teorik çerçeve sunulmuş; kültür ve bellek kavramlarına bütüncül bir yaklaşım getirilmeye çalışılmıştır. Öncelikli olarak bellek kavramı derinlemesine ele alınmış; anı, hatırlama, unutma kavramları çerçevesinde belleğin kavramsal olarak neyi ifade ettiği, farklı disiplinlerin belleğe ne şekilde yaklaştığı aktarılmıştır. Bellek, farklı özellikleri gözetilerek çeşitli alt türlere ayrılrsa da en temel kabul edilebilecek bellek türleri ayrımı olan bireysel, kolektif (toplumsal) ve kültürel bellek ayrımlarına yer verilmiştir. Sir Francis Galton, Hermann Ebbinghaus, Frederic Bartlett, Sigmund Freud gibi öncü bireysel bellek araştırmacılarının, Hugo Van Hofmannsthal, Maurice Halbwachs gibi kolektif belleği tanımlayan araştırmacıların ve Jan Assmann, Aleida Assmann gibi kültürel belleği kavramsal olarak ortaya koyan ve tartışan araştırmacıların çalışmalarına yer vermekle beraber güncel bellek araştırmaları ve tartışmaları da aktarılmıştır. Çalışmanın temel izleği kültür ve bellek arasındaki ilişkiyi anlamaktan geçmektedir. Bu nedenle kültürel belleği kavramak oldukça önem taşımaktadır. Bu yaklaşımla, kültür kavramı için önemli bir alan ayrılmış ve böylece kültürü oluşturan öğelerle belleğin ilişkisini anlamak amaçlanmıştır. Kültürü oluşturan zaman, mekân, sanat gibi öne çıkan öğelerin bellekle kurduğu ilişki tarih, geçmiş, arşiv, kent, aidiyet, ulus, hukuk, müzik, dans, tiyatro, heykel, anıt, fotoğraf, sinema gibi kavram ve alanlar üzerinden irdelenmiştir.

Birinci bölümde altı çizilen, içinde bulunulan yüzyılın dijitalleşme etkisinde olduğu vurgusuna paralel olarak belleğin ve kültürün dijitalleşme ile ilişkisine ve dönüşümüne bakmak gerekliliği doğmuştur. Bu doğrultuda ikinci bölümde, dijitalleşen dünyada kültür politikalarının bellekle ilişkisine, kültür endüstrisinin dijitalleşmeye bağlı dönüşümüne ve ortaya çıkan yeni belleksizleştirme politikalarına yer verilmiştir. Bu etkinin, filmlerin anlatısından okunabileceği düşüncesiyle yola çıkılan çalışmada, belleğin anlatıya nasıl bir etkisi olduğu ve kültürel belleğin anlatıdaki görünürlüğüne ne şekilde somutlaştığına dair yorumlar geliştirilmiştir. Çalışmanın kapsamı Türk filmleri ile sınırlandırıldığından, dijital yayın platformlarına gelene kadar yalnızca sinemalarda ve gişe sonrası televizyonlarda gösterim olanağı bulan Türk filmlerinin, dünden bugüne kitle kültürü ile nasıl bir ilişki kurduğuna, dijital yayın platformlarında yayınlanan Türk filmlerinin kurduğu ilişkiyle kıyas yapabilmek adına, yer verilmiştir.

Üçüncü bölüme gelindiğinde, çalışmanın sınırlılıklarını belirlemek açısından, çalışmanın evrenini oluşturan 33 adet Netflix orijinal yapımı Türk filmi arasından bir örneklem belirleme sürecine girilmesi gerekmiştir. Bu doğrultuda, 33 filmin tamamına ait, filmlerin künyesini (yıl, yapımcı, yapım şirketi, yönetmen, oyuncu bilgileri), filmlerin temasını (zaman, mekân, tür, tema bilgileri) içeren tablolar hazırlanmış ve filmlerin biçimsel özelliklerinin öne çıkan ve tekrarlayan öğelerine yönelik yorum geliştirilmiştir. Bu tablolar, Netflix içeriklerine yönelik tekelleşme ve standartlaşma tartışmalarına ve bu minvaldeki araştırma sorularına yanıt vermiştir. Ayrıca tablolar, nitel araştırmalarda kullanılan amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi doğrultusunda, çalışmanın ölçütü olarak kültürel bellek kodlarına en çok yer veren ve bir geçmiş anlatısı içererek bellekle ilişki kuran filmleri öne çıkarmak açısından da faydalı olmuştur. Kültürel bellek anlatısına sahip olması ve yerel kültürel kod kullanımı ölçütüne uyan üç film örneklem olarak belirlenmiştir. Belirlenen üç film; Andaç Haznedaroğlu yönetmenliğinde çekilen *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün mü?* (2021), Berkun Oya yönetmenliğinde çekilen *Cici* (2022) ve Özcan Alper yönetmenliğinde çekilen *Âşıklar Bayramı* (2022) filmleridir. Filmler, çalışmanın belirlenen yöntemine uygun olacak şekilde Lotman ve Metz'in göstergebilimsel yaklaşımlarıyla analiz edilmiş; filmin görsel ve işitsel öğeleri, filmde yer alan nesnelerin yerel ve evrensel karşılıkları, filmin kültürel ve özgül kodları, anlatı yapısı öne çıkarılmıştır. Tüm bu incelemeler sonucunda filmlerin anlatısında yer alan kültürel belleğin anlatıdaki etkisi yorumlanmıştır.

Çalışmada yerellik, evrensel olana kıyasla daha sınırlı bir bölgenin veya bir toplumun kendine has özelliklerini, taşıdığı değerleri ve alışlagelmiş yaşam biçimlerini karşılayacak şekilde konumlandırılmıştır. Raymond Williams'ın coğrafi ve topografik sınırlılık yaklaşımıyla (1960) ve Arjun Appadurai'nin tarihsellik vurgusuyla (1995) beraber ele alınan yerellik, bölgesel olarak tanımlanabilse de küreselleşme etkisiyle fiziksel olarak sınırlandırılması zor olan kültürel bir inşa süreci olarak yorumlanmıştır. Küreselleşmenin medya alanındaki etkilerinin dijital yayın platformları üzerinden

okunabildiği yeni medya alanındaki yerellik ve evrensellik dengesi, bu yaklaşım üzerinden ele alınmış; bölgesel sınırlılıklarını yitiren ve hemen hemen tüm kültürlerle sirayet eden olgular evrensel, bölgesel sınırlılıklarını tamamen veya belirli oranda taşıyan olgular yerel kodlar olarak kabul edilmiştir. Yerel kodların açılmasında, çalışmada Türk filmlerinin anlatısındaki kültürel bellek etkisini analizlemek amaçlandığından, Türk kültürü temel alınmış; Türk kültürünün kültürel çeşitliliği ve Türkiye'nin tarihsel ve jeopolitik konumundan kaynaklanan kültürlerarasılığın etkileri göz önünde bulundurulmuştur.

En temelde dijital yayın platformları ve kültürel bellek ilişkisini irdeleyen **çalışmanın literatür araştırması**, iki ana koldan yürütülmüştür.

Kültürel belleğe ilişkin çalışmalarda, Jan Assmann'ın *Kültürel Bellek* (1992) kitabı ana kaynak olmuştur. Kültürel belleğin kavramsal ortaya çıkışının temeli olarak nitelenebilecek Maurice Halbwachs'ın *Hafızanın Toplumsal Çerçevesi* (1925) bir diğer ana kaynaktır. Jan Assmann'ın kültürel bellek yaklaşımını geliştiren ve yaklaşımı farklı perspektiflerle birleştiren Aleida Assmann'ın *Cultural Memory and Western Civilization: Functions, Media, Archives* (2011) başlıklı çalışması, Paul Connerton'un *Toplumlar Nasıl Anımsar?* (1989) kitabı, Astrid Erll'ün *Memory in Culture* (2011) kitabı ve Pierre Nora'nın *Between Memory and History* (1986) çalışması temel yan kaynaklar olarak yer almış ve çalışma boyunca faydalanılmıştır.

Dijital yayın platformlarına yönelik çalışmalarda, Ramon Lobato'nun *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution* (2019) çalışması, platformların ortaya çıkışını ve kültürel etkilerini analizlemek için ana kaynak olarak belirlenmiştir. Chuck Tryon'ın dönüşen seyir kültürünün etkilerini incelediği *On-Demand Culture: Digital Delivery and the Future of Movies* (2013) çalışması ve Burak Medin ile Ali Kaynak'ın dijital dönüşümün film üretimine ve tüketimine etkisini ele aldıkları *Sinema ve Dijital Platformlar* (2022) kitabı diğer ana kaynaklardır. Laura Osur'un *Netflix and the Development of the Internet Television Network* (2016) çalışması, Mareike Jenner'ın *Binge-watching: Video-On-Demand, Quality TV And Mainstreaming Fandom* (2015) çalışması ve Benjamin Burrougs'un *House Of Netflix: Streaming Media And Digital Lore* (2018) çalışması temel yan kaynaklar olarak yer almış ve çalışma boyunca faydalanılmıştır.

Kültürel bellek ve dijital yayın platformlarının kesiştiği çalışmalara gelindiğinde, Astrid Erll'ün sinema anlatısı ile kültürel bellek üretimi arasındaki ilişkiye odaklanan *Literature, Film, and the Mediality of Cultural Memory* (2008) çalışması ve Alon Confino'nun kültürel ürünlerin nasıl bellek yaratımına yol açtığını ele aldığı *Collective Memory and Cultural History: Problems of Method* (1997) çalışması öne çıkmaktadır. Alison Landsberg'ün, kitle iletişim araçları etkisiyle oluşturulan protez

bellekleri ele aldığı çalışması *Prosthetic Memory: The Transformation of American Remembrance in the Age of Mass Culture* (2004) da tez çalışması için ufuk açan çalışmalardan biri olmuştur.

Literatürde yer alan çalışmaları geliştirmek adına hazırlanmış pek çok tez ve makale çalışması da bulunmaktadır. Bu çalışmalar, dijitalleşmenin belleğe etkisini inceleyen (Çakmak 2016; Erdem 2019), dijital yayın platformlarının politika ve stratejilerini değerlendiren (Başer, Akıncı 2020; Çaycı 2021; Butgel Tunalı 2022; Gökmen 2022; Aydemir 2023; Başer, Söğütöller 2023; Karakoç Keskin 2023; Büyükçelikok, Dilmen 2024), dijital yayın platformlarının yarattığı yeni seyir kültürünü ve dönüştürdüğü izleyici kimliğini ve izleyici tercihlerini inceleyen (Medin 2018; Şakı Aydın 2019; Tüzün Ateşalp, Başlar 2020; Yazıcı 2020; Can vd. 2021; Sarı, Türker 2021; Torun 2021; Yıldırım 2021; Karaduman, Ünlü Karataş 2022; Cevher, Çubuk 2023; Ersin 2023), dijital yayın platformlarının geleneksel medyadan ayrılan reklam ve tanıtım içeriklerinin etkisini ele alan (Gülmez 2019; Bitirim Okmeydan 2020; Candan 2020; Sarı, Sancaklı 2020), dijital yayın platformlarının endüstri içerisindeki yerini tartışan (Yüksel 2018; Erkek 2019; Erkalıç, Duruel Erkalıç 2021; Yüksel 2022; Zengin 2022), dijital yayın platformlarının kültürle, bellekle, kültür endüstrisiyle ve küreselleşmeyle ilişkisini değerlendiren (Eyrek 2019; Zhang, Şahin Kütük 2020; İliç, İliç 2023; Demir 2023; Burç, Tanyeri Mazıcı 2023; Yenigün Altın, Demirci 2024) çalışmalar olarak kategorize edilebilir. Bu çalışmalardan, tezin farklı bölümlerinin değerlendirilmesinde yararlanılmıştır. Her bir çalışma literatürdeki bir boşluğu dolduran kıymetli çıktılar sunmaktadır.

Tezin ana odağında yer alan Netflix'e yönelik hazırlanmış lisansüstü tez çalışmalarına bakıldığında, abonelik temelli bir iş modeli olarak Netflix'in pazarlama, reklam, sosyal medya, arayüz tasarımı, öneri sistemleri gibi stratejilerine ve kullanıcı deneyimine odaklanan (Benlevi 2017; Kopuz 2019; Gürmeriç 2019; Yüncüoğlu 2019; Atasoy Aktaş 2021; Ceylan 2022; Seçilmiş 2022; Gürbüz 2022; Sohtorik 2022; Sezer 2022; Belhadj 2022; Aboudou 2023; Naghizada 2023; Coruh İleri 2023; Yıldırım 2024; Issa-Abdo Darar 2024; Büyükçelikok 2024; Akgün 2024; Semiz 2024; Öztep 2024; Kütük 2024; Şahin 2024; Özdiğer 2024), Netflix'in film endüstrisine olan etkisini inceleyen (Erkek 2019; Özsöz Aslan 2022; Zararsız 2022; Aydın 2022; Kırçuval 2022; Karataş 2023), Netflix'in ideolojik yaklaşımlarını tartışan (Çamur 2020; Maden 2020; Algül 2021; Çınar 2021; Genç Erdem 2021; Aydınhan 2021; Karagöz 2022; Öner 2023; Yaman 2023; Yünkül 2024; Baltacı 2024; Varelcı 2024; Kayıtmazbatır 2025), Netflix kültürünü ele alan (Tok 2020; Demircan 2021; Tay 2022; Dağ 2022), Netflix içeriklerine yönelik alımlama çalışmalarını inceleyen (Özmen 2020; Çimen 2020; Akbaba 2021; Kavi 2021; Söğütöller 2022; Er 2022; Gürkan 2022; Akyapı 2023; Kurtuldu 2023; Nas 2024; Sarsılmaz 2024), Netflix içeriklerini tür ve tema bağlamında analizleyen (Karabağ 2021; Yazıcı 2022; Serdaroğlu 2022; Kanburoğlu 2022; Kavak 2022; Karaduman 2022; Arda Kına 2023; Özyürek 2023; Benli 2023; Yavuz 2024; Akbayır 2024; Ceylan 2024; Şimşek 2024; Özkar 2024; Can 2024) tezler olduğu

görülmektedir. Tezlerin bir çoğunun Netflix'e yönelik spesifik bir alanı aydınlattığı ve yapılan çalışmaların örneklem grubunda ağırlıklı olarak dizi içeriklerinin yer aldığı söylenebilir.

Netflix Orijinal Türk Yapımı Filmlerde Kültürel Belleğin Anlatıdaki Etkisi başlıklı bu tezin teorik çerçevesiyle ve kavramsal araştırmasıyla kesişen birtakım tezler olsa da doğrudan kültürel belleğin Netflix tarafından bir araç olarak kullanımını irdeleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Tez kapsamında birtakım kesişimsellikler yakalanan tez çalışmaları, teze kaynaklık etmiştir. Damla Akın'ın Yaratıcı Endüstrilerin Küresel Kültür Politikalarına Yansıması: Netflix Üzerine Bir İnceleme (2020) başlıklı yüksek lisans tezi, yaratıcı endüstrilerin kültür endüstrisinin ilkelerini takip ettiğini ortaya koyması açısından kıymetli bir çalışmadır. Şule Yenigün Altın'ın Kültürel Hegemonya Tartışmaları Çerçevesinde Netflix Türkiye Yerli Dizileri İncelemesi ve İzleyici Deneyimi (2024) başlıklı doktora tezi, Netflix'in kültürel hegemonyanın bir aracı olduğu iddiasının izleyici nezdinde nasıl karşılık bulunduğunu ortaya koyduğu için yenilikçi bir bakış açısı sunmaktadır. Cavit Karşal'ın Kültür Endüstrisi Kuramı Bağlamında Netflix Dizilerinin İçerik Analizi (2022) başlıklı yüksek lisans tezi, kültür endüstrisinin geleneksel medyadan yeni medyaya konumunu takip ettiği için önemli bir çalışmadır. Süleyman Özcan'ın Netflix'in Kültürel Yeniden Üretimin Bir Aracı Olarak Kullanılması, "Hakan: Muhafız" Dizisi Üzerinden Göstergebilimsel Bir İnceleme (2022) başlıklı doktora tezi, Netflix'in kültürel yeniden üretimindeki oryantalist etkiyi yorumlaması açısından değerli bir çalışmadır. İlknur Gümüş'ün Dijital Diploması Bağlamında Yaratıcı Kültür Endüstrisinin Ülkelerin İmaj İnşasındaki Rolü: Netflix Türkiye Örneği (2022) başlıklı doktora tezi, Netflix'te yayınlanan içeriklerin ülke imajına etkisini kültürel diploması bağlamında tartışmasıyla önemli bir perspektif yaratmaktadır. Cihan Emre Tanç'ın Kültür Endüstrisi Bağlamında Netflix'in Yerli Dizilerinin İncelenmesi (2022) başlıklı doktora tezi, yerli kültürel kodların Netflix tarafından nasıl bir pazarlama stratejisi içerisinde kullanıldığını araştırması açısından değerlidir. Sinem Erdoğan'ın Kültürlerarası İletişim Bağlamında Netflix: Türk Yapımı Orijinal Dizilerin Kültürel Kodlarının İncelenmesi (2021) başlıklı yüksek lisans tezi, Netflix'in küresel pazardaki yayılımıyla kültürlerarası iletişimi nasıl geliştirdiğini yerli içerikler üzerinden incelemesi açısından kıymetli bir çalışmadır. Burcu Nur Burç'un Kültür Emperyalizminin Netflix Üzerinden Okunmasına Yönelik Bir Araştırma (2025) başlıklı yüksek lisans tezi de Amerikan kültürel öğelerinin kültür emperyalizmini yaygınlaştırmasına yönelik yaklaşımını Amerikan filmleri üzerinden inceleyen ve Netflix'in kültür emperyalizminin yerleşmesindeki rolüne odaklanan önemli bir çalışmadır. Muhammed Ersin Toy'un Netflix'teki Türk Dizilerinin Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma başlıklı doktora tezinden ürettiği Netflix ve Türkiye: Kültürel Yansımalar, Dijital Diploması ve Küresel Etkiler (2024) başlıklı kitabı da Netflix'in kültürel, diplomatik ve küresel ilişkilerinin küresel izleyicilere ne şekilde yansıdığını araştırması bakımından değerli bir çalışma ve kaynaktır.

Bahsi geçen ve çalışmaya kaynaklık eden çalışmalar içerisinde örneklemde Netflix orijinal yapım Türk filmlerine yer veren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu anlamda, Netflix Orijinal Yapımı Türk Filmlerinde Kültürel Belleğın Anlatıdaki Etkisi başlıklı bu tez çalışmasının alan literatürüne, Netflix'in kültürel belleğı anlatılarda bir araç olarak kullandığı önermesiyle, orijinal yapım Türk filmlerini analizleyen rneklemiyle, Netflix'in yerel ve küresel pazardaki dengeyi kurma çabasının kültürel belleksizleşmeye yol açtığı iddiasıyla yenilikçi bir katkı sağlayacağı öngörülmekte ve umulmaktadır.



1. DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARIYLA YERLEŞEN YENİ İÇERİK ÜRETİMİ VE TÜKETİMİ ANLAYIŞI

Dijitalleşme ile birlikte, başlıca iki gösterim mecrası olan televizyon ve sinemada yenilikçi etkiler görülmeye başlamıştır. Televizyon alanında internet üzerinden dağıtım (internet-distributed television) ve isteğe bağlı video hizmetleri (VoD) kavramları gündeme gelmiş (Toy 2024: 81), sinemada da yapım koşulları bağlamında dijital ve interaktif sinema konuşulurken gösterim koşulları bağlamında ise isteğe bağlı video hizmetlerinin sağladığı alan bir alternatif olarak doğmuştur. Böylece hem dizi hem de film içerikleri için dijital bir mecra olarak gündeme gelen yayın platformları, içerikleri üretme ve izleyiciyle buluşturma noktasında, geleneksel televizyon ve sinema pratiklerine kıyasla farklı yollar izlemektedir. Dijital yayın platformlarının gelişimi ve hızla popüler oluşuyla yeni içerik üretim ve tüketim anlayışı doğmuştur. Bu başlık altında, dijital yayın platformlarının gelişimine ve üretim politikalarına, Dünyada ve Türkiye’de aktif yayın yapan dijital platformlara yer verilmiş; çalışmanın odağında yer alan Netflix dijital yayın platformu ve Netflix orijinal yapımları üzerinde durulmuştur.

1.1.Dijital Yayın Platformları ve Üretim Politikaları

Dijital yayın platformları, geleneksel medyaya ve geleneksel gösterim araçlarına alternatif olarak gelişen mecralardır. Dijitalleşmenin ve yöndeşmenin de etkisiyle, içerikler, televizyon veya sinema salonları dışında bilgisayar, cep telefonu, tablet gibi araçlar aracılığıyla internet bağlantısı kullanılarak dijital yayın platformları üzerinden izlenebilmektedir. Bu durumu yalnızca medyanın dijitalleşmesi olarak okumak doğru olmaz; dijital yayın platformlarının gündeme gelmesinin başta seyir kültürü olmak üzere, alıcı ve üretici odaklı pek çok stratejide etkisi bulunmaktadır (Medin, Kaymak 2022: 45). Söz konusu etkileri yorumlayabilmek ve tartışabilmek için Dijital Yayın Platformları ve Üretim Politikaları başlıklı bu bölümde, dijital yayın platformlarının ortaya çıkışına, yeni medya, dijital medya, dijital platform gibi kavramların gündeme gelişine ve dijital yayın platformlarını geleneksel medyanın dinamiklerinden ayıran üretim politikalarına yer verilecek ve dijital yayın platformlarının oluşturduğu yeni dijital kültürden söz edilecektir.

Elektronik yayıncılık şeklinde basılı kitap, mecmua vb. alanlarında başlayan dijitalleşme zaman içerisinde medya araçlarında da kendini göstermiş; geleneksel medyaya bir alternatif olarak yeni medya gündeme gelmiştir. Dijital medya olarak da bilinen yeni medya, en temelde, geleneksel medyadan farklı olarak verilerini sayısal olarak kodlamaktadır. Dijitalleşmeyle sayısal olarak kodlanan metinlerin elektronik birer değer olarak kabul edilmesi ve elektronik cihazlar aracılığıyla paylaşımına açılması,

verilerin bir ortamdan bir diğerine çok daha hızlı bir şekilde aktarılmasını sağlamış; geleneksel medyanın sabitliğine karşın yeni medya daha akışkan bir statü kazanmıştır. Verilerin bu şekilde farklı medya platformları arasında aktarımı, Henry Jenkins tarafından yöndeşme kavramıyla açıklanmıştır. Yöndeşmeyi dijitalleşmenin doğrudan bir çıktısı olarak gören Jenkins, filmlerin internetten izlenebilmesi, radyo yayınlarının bilgisayardan dinlenebilmesi, gazetelerin cep telefonlarından okunabilmesi gibi farklı medya araçlarının birbiriyle ilişki kurmasını “yeni medyanın melez karakterini” açıklamak için kullanmış ve multimedya kavramıyla tanımlamıştır. Jenkins ayrıca, yeni medyayı, eski ile yeniyi birleştirerek eski olana yeni işlevler kazandıran ve böylece yeni bir kültürün yaratılmasına da yol açan bir güç olarak görmektedir (Thorburn, Jenkins 2003: 3). Ayrıca bu kültür yaratımı, yeni medyanın sağladığı her bir bireyin kendi alanında kendi üretimlerini yapabilmesi özgürlüğüyle de birleştiğinde demokratik bir yaratım olmaktadır. Jenkins, bu demokratik yaratımı, bireylerin dijitalleşmenin sağladığı ortamda kültürel yaratımları aracılığıyla etkileşime girmesi sonucu oluşan ortak kolektif zekâ ile ilişkilendirmiş ve katılımcı kültür olarak tanımlamıştır (Uyanık 2023: 433).

Jenkins’in yeni medyanın gelişmesiyle geleneksel medyaya yönelik endişelerin doğmasına ilişkin yorumu ise daha iyimser bir noktada durmaktadır. Yeni medyanın melez karakteri sayesinde eski olanı doğrudan yok etmediğini ve edemeyeceğini, yalnızca bir dönüşüme uğratacağını söyleyen Jenkins, geçmiş zamanlarda duyulan benzer endişelerle bu durumu örneklendirmiştir. Dijital kitaplar çıktığında basılı kitapların yok olacak olmasından duyulan endişenin, tıpkı televizyon çıktığında sinemanın yok olacağı endişesi gibi yersiz bir endişe olduğunu ifade etmiştir. Yine de bugün el yazmalarının ve sessiz filmlerin tercih edilmiyor olmasını da bir ileri atılım olarak yorumlamıştır. Buradan hareketle, geleneksel medyanın dinamiklerinin dönüşmesinin bir risk barındırmadığını ifade etmiştir (Thorburn, Jenkins 2003: 12).

Yeni medya alanı, sosyal medya, e-kitap, podcast gibi pek çok farklı üretim alanını içeren geniş bir kapsamı ele almakla birlikte; çalışmayı ilgilndiren ve dijital yayın platformlarının yolunu açan alan, yeni medya yayıncılığı olarak adlandırılmaktadır. Yeni medya yayıncılığı dönemine gelene dek, internet öncesi dönem, geleneksel kitle araçlarının hâkim olduğu Web 1.0 ve çevrimiçi yayıncılığın gündeme geldiği Web 2.0 dönemleri geride bırakılmıştır. Dijital yayın platformlarının gündeme geldiği dönem ise Web 3.0 olarak adlandırılmaktadır (Torun 2021: 375). Bu dönemde geleneksel kitle iletişim araçlarının sunduklarından farklı olarak izleyiciler birer kullanıcı olarak konumlandırılmıştır (Toy 2024: 115).

Dijitalleşmenin ve yöndeşmenin getirileriyle de birleştiğinde, kullanıcının hem içerikleri hem zamanını kendi tercihlerine göre şekillendirebiliyor olması, kullanıcıyı aynı anda alıcı ve üretici

kılmaktadır. Geleneksel medyanın - nispeten - pasif alıcıları¹, dijitalleşme ile birlikte aktif alıcılara dönüşmüştür (Medin, Kaymak, 2022: 29-37). Medin, bireyin multimedyanın olanaklarını kullanarak evinden ya da kendi tercih ettiği herhangi bir mekândan, istediği zamanda, kendi seçtiği elektronik bir aracı kullanarak gerçekleştirdiği izleme pratiklerini “portatif, taşınabilir seyir” şeklinde kavramsallaştırmıştır (Medin 2018: 147). Burada üretüketici kavramına da değinilebilir. Çünkü dijitalleşme ve yöndeşme etkisiyle aktif birer alıcı olarak konumlanan kullanıcılar, aynı zamanda üretim ve tüketim döngüsünü de doğrudan etkilemekte; üretüketici olarak konumlanmaktadır. Üretüketim kavramı ilk olarak Alvin Toffler tarafından, üretimin sistem içerisinde gerçekleştirdiği dönüşümle farklılaşması olarak tanımlanmış (Toffler 2018); Georg Ritzer, Toffler’in uygarlıkların gelişimi üzerinden ele aldığı kavramı dijitalleşme üzerinden ele alarak, tüketimin sistem içerisinde gerçekleştirdiği dönüşümle farklılaşması olarak tam tersi bir perspektiften değerlendirmiştir. Toffler’in, üçüncü dalga olarak tanımladığı daha teknolojik ve endüstri karşıtı olan üretim ve tüketim anlayışının ve Ritzer’in katı üretici ve tüketici süreçleri ayrımının karşısına -Bauman’a da referansla- akışkan üretici ve tüketici yaklaşımını koyması üretüketici kavramının doğmasına yol açmıştır (akt. Çetin 2019: 355-363). Toffler ve Ritzer’in üretüketici kavramı, yeni medya platformlarında, alıcının verdiği geribildirimlerle bir üretim yaratması ve diğer alıcıların üretimlerini tüketmesi ile karşılık bulmaktadır. Dijital yayın platformları özelinde ise izleyicilerin tüketimlerine bağlı olarak gerçekleşen talebe bağlı üretim döngüsü ve izleyicinin içeriklere dair gerçekleştirdiği yorum, puanlama, video, tanıtım gibi pek çok çıktı üretmesi dijital yayın platformu takipçilerini birer dijital üretüketici kılmaktadır.

Lev Manovich, görsel kültürle paralel hareket eden farklı kültürel alanların bilgiyi sunma biçimlerine enformasyon kültürü adını vermektedir (Manovich 2001: 39). Kültürün bilgisayar aracılığıyla üretim, dağıtım ve iletişim biçimlerine göre şekillenmesiyle yeni medya kültüründen ve çağından söz edilmeye başlanmıştır. Manovich, yeni medya kültürünü, bilgisayar katmanı ve kültür katmanı olarak ikiye ayırmaktadır (2001: 64). Bilgisayar katmanı, dijital yayın platformları özelinde endüstriyel katmana; kültür katmanı ise anlatı ve içerik katmanına karşılık gelmektedir. Bu doğrultuda, dijital yayın platformlarının içerik stratejileri ve üretim politikaları bu iki katman üzerinden ayrı ayrı şekillenmektedir. Yeni medya ürünleri, modüler bir yapıya sahiptirler (2001: 52). Dijital yayın

¹ Geleneksel medyaya yönelik yapılan etki çalışmalarında, medyanın manipülatif gücü göz önünde bulundurularak seyirci pasif olarak konumlandırılmıştır. Akademik çalışmaların yaygınlaşmasıyla medyaya tanımlanan gücün sınırlı bir güç olduğu düşünölmeye başlanmış ve güçlü etkiler dönemi ile sınırlı etkiler dönemi şeklinde iki ayrı dönemle ayrım gerçekleştirilmiştir. Böylece 1940’lı yıllardan sonra ilk kez seyirciye sınırlı bir aktiflik tanımlanmıştır. 1950’lerin sonunda, Elihu Katz’ın çalışmalarıyla gündem olan kullanımlar ve doyumlar kuramı ile izleyici aktif alıcı olarak konumlandırılmış ve geleneksel medyanın etki gücü iyice sınırlandırılmıştır (Güngör 2018: 85-134). Dijital platform izleyicilerinin sahip olduğu kontrol mekanizmaları düşünüldüğünde, kullanımlar ve doyumlar kuramıyla geleneksel medya karşısında izleyiciye atfedilen aktiflik, gelineen noktada pasiflik sayılabilecek sınırlı bir aktiflik haline gelmiştir. Dijital platformlarda izleyici, içeriği istediği zaman, istediği yerden, istediği şekilde (geriye ileriye sararak veya durdururarak vb.), kendi yayın akışını oluşturarak izleyebilmektedir. Her ne kadar endüstriyel boyutta farkına varmadığı bazı yönlendirmelerle tercihleri şekillendirilse de, geleneksel medyaya kıyasla çok daha aktif alıcılardan söz edilebilmektedir.

platformları da bu kümeye dahil bir ürün olarak, görüntü, ses, yazılım, platform ara yüzü, reklam, altyazı, veritabanı, algoritma sistemi, içerik ve daha birçok eklentiyle hareket eden modüler platformlardır.

Manovich, post-endüstriyel toplum düzeninde artık kitlelerin değil bireylerin hedeflendiğini dile getirerek her bireyin kendi yaşam tarzını oluşturabildiğini ve seçenekler arasından kendi ideolojisini seçebildiğini ifade etmiştir. Yeni medyanın da bu nedenle, pazarlama sürecinde hedefine bireyi yerleştirdiğini ve böylece yeni bir sosyal mantığın oluştuğunu da sözlerine eklemiştir (Manovich 2001: 61). Dijital yayın platformlarının kişiye özel arayüz tasarımı ve algoritmalarla kişilerin beğenilerine göre içerik sunması gibi stratejileri yeni medyanın sosyal mantığı ile temellenmektedir. Manovich'in, *Yeni Medyanın Dili* (2001) kitabında ele aldığı yeni medyanın modüler yapısının, etkileşimliliğinin, çoklu ortamlar sunmasının görünür olduğu ilk ortam olarak analogtan dijitale geçen sinemadan söz edilebilir. Bu modüler yapı, bugün dijital yayın platformlarına dönüşerek gösterim için bir alan, mecra, mekân olarak da dijitale taşınmıştır.

Dijitalleşme, yöndeşme, yeni medya ve diğer teknolojik gelişmeler bir bütün olarak yeni bir dönem yaratmışlardır. Herkesin birbiriyle hızlı bir şekilde, konum, zaman ve mesafe fark etmeksizin iletişim kurabiliyor olması ve bilginin hızlıca yayılması Marshall McLuhan'ın dikkatini çekmiş ve bu hızlı yayılım ve her şeye erişim halinin, beraberinde bir değersizleştirme halini de getirdiğini işaret etmiştir. Adeta küçük bir köydeymişçesine herkesin birbirine ve bilgiye hızlıca ulaşabiliyor olması gözlemini, evrensel köy kavramıyla nitelendirmiştir (McLuhan, Powers 2001). McLuhan'a göre bu çok yönlü bilgi akışı içerisinde, sayısız içeriğe aynı anda ulaşma hali bilginin değersizleşmesine yol açmaktadır. Adanır, bu durumu iki açıdan değerlendirmiştir. Ona göre, bir yandan birbirine benzer sayısız içerik, egemen ideolojilere yönelik bir bıkkınlığı beraberinde getirecektir ve oldukça sıkıcı bir dünya gündemi olacaktır. Diğer yandan bu bıkkınlık, yeni demokratik anlayışları doğurma potansiyelini taşımaktadır (Adanır 2003: 2).

McLuhan, kitle iletişim araçlarının teknoloji ile şekillendiği görüşünü geliştirerek, teknolojik belirleyicilik (teknolojik determinizm) tezini öne sürmüştür. McLuhan, teknolojinin kitle iletişim araçlarına yönelik gelişmelerini geliştirici ve iyileştirici olarak yorumlamaktadır. McLuhan gibi düşünen ve teknolojik gelişmelere iyimser yaklaşan düşünürler olduğu gibi (William Ivins, Walter Ong), teknolojinin kitle iletişim araçlarına yönelik etkisini kitle kültürü üzerinden okuyarak eleştiren düşünürler de (Frankfurt Okulu düşünürleri) olmuştur. Walter Benjamin gibi teknolojinin olumlu ve olumsuz etkilerini bir arada görerek daha karamsar bir duruş sergileyen düşünürler de vardır (Güngör 2018: 181-190). McLuhan teknolojik belirleyicilik yaklaşımıyla, toplumsal değişimin merkezine teknolojiyi yerleştirmiş ve iletinin değil aracın önemli olduğunu vurgulamıştır (McLuhan, Fiore 2006).

Raymond Williams, McLuhan'ın teknolojinin insan yaşamı üzerindeki etkisine odaklanmasının yanı sıra teknolojinin sunduğu olanakların toplumsal anlamını sorgulamak gerektiğini ifade etmiştir. Williams, teknolojinin etkilerinden toplumun nasıl bir teknolojiyi belirlediğine, teknolojik gelişmelerin hangi ortamda ve hangi beklentileri karşılamak için doğduğuna bakmak gerektiğine önem vermiştir (Büyükbaykal 2014: 71). Manuel Castells ise teknolojinin, toplumu belirlemediğini, toplumun bir yansıması olduğunu belirtmiştir ve toplumu tıpkı McLuhan gibi teknolojiyle bir tutmuştur (Castells 2013: 6). Teknolojik belirleyicilik tezinin en önemli çıktılarından biri toplumsal örgütlenmelerin ve kültürel değişimin temelinde iletişim teknolojilerinin yer aldığının ve aynı zamanda toplumun da teknolojik gelişme ortamı yarattığının kabulüdür. Bu kabul, kitle iletişimi alanında gerçekleşen her gelişmeyi toplumsal ve kültürel ortamla ve yaşanan dönüşümle bir arada okumayı gerektirir. Bu anlamda dijital yayın platformlarını, toplumsal ve kültürel ortamdan ve dönüşümlerden ayrı ele almak mümkün değildir. Dijital yayın platformları, teknolojinin gelişmesine paralel olarak dönüşen toplumsal ve kültürel faktörlerden etkilenmiş ve akabinde toplumu ve kültürü etkileyerek yeni dönüşümlerin ve yeni bir kültürün yaratılmasına etki etmişlerdir. Öte yandan, söz konusu toplumsal ve kültürel dönüşüme ek olarak, teknolojik belirleyicilik tezinin bir de izleyici perspektifi ekler Jean Baudrillard. Kitle iletişim araçlarına, gerçekliğin ötesinde bir hipergerçeklik yarattıkları değerlendirmesiyle yaklaşan Baudrillard, bu hipergerçek dünyanın izleyicilerden bağımsız düşünülemeyeceğini ileri sürmektedir. Sunulan içerik, izleyici tarafından alımlandığı sürece bir üretim ve aktarım döngüsü olduğunun altını çizmiştir (akt. Güngör 2018: 210-211). Bu doğrultuda dijital platformları ele alırken izleyici perspektifini, dijital platformların çok kültürlü bir izleyici çeşitliliğine sahip olduğunu da göz önünde bulundurarak değerlendirme yapmak gerekmektedir.

İzleyici tarafından, sunulan neredeyse hemen her içeriğin tüketiliyor olması durumuyla, Baudrillard'ın tezi iki yönlü bir hal kazanmaktadır. Burada kullanımlar ve bağımlılık modelinden söz edilebilir. Elihu Katz'ın kullanımlar ve doyumlar kuramını, Sandra Ball-Rokeach ve Melvin DeFleur'ün görevsel bağımlılık modeliyle birlikte yorumlayarak kullanımlar ve bağımlılık modelini geliştiren Ala Rubin ve Sven Windahl (1986), bireylerin belirli ihtiyaçları gidermek amacıyla medya enformasyonuna bağlı olduklarını fakat her bireyin bağımlılığının eşit ölçülerde olmadığını öne sürmüşlerdir. Bireylerin ihtiyaçlarını giderdikçe daha çok bağımlılık geliştirdiklerini ve medyanın da bu durumdan güç bularak gündem yarattığını ifade etmişlerdir (Erdoğan 2014: 171). Daniel Lerner, bu bağımlılık içerisinde, medyanın gündem yaratırken niceliksel çeşitliliği, niteliksel çeşitliliğe yeğlediğini ifade etmiştir. Örnek olarak, alıcının bir moda dergisi üzerinde yoğunlaşması üzerine, farklı alanlara yayılmak yerine, var olan ilgiyi tutacak gençlik modası, gelin modası gibi alt türlerle çeşitlilik sağlandığını belirtmiştir. Medya, bireylere bir seçim özgürlüğü sunuyor gibi yaparak aslında kendi egemenliğini işlevsel kılmaktadır (Erdoğan 2014: 173). Bu durum her içerik üreticisi pazar için geçerliliğini sürdürmektedir.

Tıpkı televizyonda olduğu gibi, dijital yayın platformlarında da başta içerik olmak üzere pek çok alanda niceliksel bir çeşitlilik sunulsa da niteliksel bir çeşitlilikten söz etmek güçtür. Bu çift yönlü bağımlılığa ilişkin değinilmesi gereken diğer konu ise bu bağımlılık halinin kitle kültürü endüstrisini ve medya emperyalizmini ne şekilde etkilediğidir. Adorno, kitle medyasının “sahibinin sesini yansıtan” bir güç olduğunu belirterek kitle kültürünün de tekrarlayan yapay üretim ile ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Bu durumun da bir standartlaşmaya yol açtığını işaret eden Adorno’dan hareketle (Erdoğan 2014: 255), dijital yayın platformları özelinde, niteliksel tektipleşmeyle ilişkili bir standartlaşmanın varlığından söz edilebilir. Dijital yayın platformlarının hiç olmadığı kadar küresel bir yakınlaşma sağlaması -içerik havuzundaki ülke çeşitliliği ve üye olan kullanıcıların milletlerarasılığı göz önünde bulundurulduğunda- medya emperyalizmine kaçınılmaz bir alan açmaktadır. Medya emperyalizmi, bir ülkedeki medya sahipliğinin diğer ülkelerin medya sahiplikleri üzerinden baskılanması olarak özetlenebilir. Bu durum kültürel işgale alan açmakla beraber bir güç dengesizliği de yaratmaktadır (Erdoğan 2014: 372). Dijital yayın platformlarının özellikle ülkeler bazında ürettikleri orijinal içerikleri üzerinden medya emperyalizmini okumak, hem platformun içeriklere etkisine hem de platforma içerik üreten yapımların şirketlerinin stratejik hamlelerine bakmayı gerektirmektedir.

Dijitalleşmeyle birlikte küresel ekonomide de bir dönüşüm yaşanmıştır. Dijitalleşme sonrasında artık içeriklerden oluşan küresel pazarlardan söz edilmektedir. Yeni düzende sektörler tarafından küresel pazarda hâkimiyet kurmak hedeflenirken yerel içeriklerin de kültürel bir etkileşime girmesi kaçınılmaz olmaktadır. Kültürün de dijitalleştiği, kullanıcıların kendi kültürlerini profiller aracılığıyla ifade ettikleri yeni düzende artık yeni “sanal mekânların ve sanal kimliklerin” varlığından söz edilmektedir (Koç Akgül, Pazarbaşı 2018: 15). Küreselleşme, dijital yayın platformları özelinde de etkileri rahatça okunabilen bir olgudur. Küreselleşmeyi, gelişmiş ülkelerin, daha az gelişmiş ülkelere ekonomik, kültürel ve teknolojik alanlarda kendi ideolojilerini dayattığı emperyalist ilişki ile açıklamak mümkündür. McLuhan’ın evrensel köy yaklaşımına benzer şekilde, Anthony Giddens da küreselleşmeyi, dünya çapında bir toplumsal yoğunlaşma olarak yorumlamış ve yerel olanın kendinden çok uzaktaki başka olaylar, politikalar ve yaklaşımlar aracılığıyla biçimlendirildiği bir düzen olarak tanımlamıştır (Büyükbaykal 2014: 10). Dijital yayın platformlarının ve temelde tüm medyanın içerisinde bulunduğu küresel işleyiş, egemen medya merkezlerinin kendi kültür ve ideolojilerini tüm dünya izleyicilerine aktarabilecekleri sanal bir platform yaratmış olmalarıyla ilişkilidir.

Tüm bu dönüşümler ve yenilikler ışığında, dijital platformları ele alırken, dijitalleşmenin, yöndeşmenin, alıcının pozisyonunun (aktiflik, üretketicilik), teknolojik belirleyiciliğin, yaratılan yeni kültürlerin (yeni seyir kültürü, dijital kültür, enformasyon kültürü, algoritmik kültür), mekân ve kimlikteki sanallaşmanın ve küreselleşmenin çıktılarını göz önünde bulundurmak ve bir arada yorumlamak gerekmektedir. Dijital yayın platformlarının her birinin kendi marka kimlikleri özelinde

değişim gösteren içerik politikaları olsa da ortak takip ettikleri içerik politikaları da bu arka plan unutulmadan değerlendirilmelidir. İçerik politikası, dijital yayın platformlarının hemen birçoğunda benzer stratejilerle şekillenen, kendilerini başta geleneksel medyadan akabinde birbirlerinden ayırmak için kurgulanan, rekabet ortamını yaratmak, izleyiciyle kişisel bir ilişki oluşturmak amacıyla geliştirilen marka kimliğini karşılamaktadır (Gökmen 2022: 203). Her bir platform özelinde ayrıca detaylandırılması mümkün olan söz konusu stratejiler ortak bir kümede birleştirildiğinde birkaç başlık altında sıralanabilir:

Algoritma Kullanımı:

Dijitalleşen dünyada veri, bir ekonomik değerdir. Veriler, kullanıcıların dijital ayak izi takip edilerek elde edilmektedir. Yeni medyayla birlikte tüm kodların sayısal veriler kullanılarak oluşturulması, matematiksel bir karşılığı ve algoritmik bir akışı beraberinde getirmektedir. Algoritma sistemleri, dijital yayın platformları için vazgeçilmez bir noktada durmaktadır ve platformların kişiselleştirme ve öneri sistemleri ile doğrudan ilişki içerisinde (Karakoç Keskin 2023: 9-45).

Platformlar için izleyiciler birer müşteridir ve öncelikleri, müşteriye memnun etmek ve müşteri bağlılığını sürekli kılmaktır. Bu noktada dijital yayın platformları, müşterilerine kendi alanlarını kişiselleştirme imkânı sunma ve böylece aidiyet duygusunu yaratma üzerine stratejiler belirlemektedir. Pek çok platform, izleyici ilk üyeliğini gerçekleştirdiğinde platform arayüzünü izleyicinin beğeni ve tercihlerine göre şekillendirebilmek adına, en beğendiği üç film, üç tür, üç yönetmen vb. gibi sorular yönelterek seçim yapmasını istemektedir. Bu seçim doğrultusunda, her bir izleyicinin/kullanıcının gördüğü arayüzün o kişiye özgü olacak şekilde farklılaşması sağlanmaktadır. Akabinde de izleyicinin/kullanıcının platformu kullandığı her an, her davranışı kayıt altına alınmaktadır. Hangi içeriğin izlendiği, hangi içeriğin kaç bölüm izlendiği, bölümlerin hangi sıklıkla takip edildiği ve sezonun hangi sürede tamamlandığı, bölümlerin yarıda bırakılıp bırakılmadığı, bölümün hangi kısımlarında geriye alındığı, ileri sarıldığı veya hızlandırıldığı, altyazı ve dublaj tercihleri gibi birçok veri, kullanıcının dijital ayak izi olarak kodlanmakta ve bu kodlar doğrultusunda kullanıcıya özgü öneriler sunulmaktadır. Çok sayıda kullanıcıya ve dolaylı olarak çok sayıda dijital ayak izine sahip olan dijital yayın platformları, bu durumu bir artıya dönüştürerek, benzer ayak izlerine sahip kullanıcıların takip ettikleri içerikleri birbirlerine önerme gibi bir yolu da izlemektedir. Platformlar bu yolla, kullanıcıları ülke, yaş, cinsiyet, din gibi kriterlerle kategorize etmekte ve bu grupların içerik tüketimlerini takip ederek gereksinime ve talebe dönüşen konuları analiz etmekte ve bu konularda grupları yönlendirebilecek içerik üretimi fırsatını yaratarak kendilerini “ideolojik bir yumuşak güç unsuru” şeklinde konumlandırmaktadırlar (Toy 2024: 138).

Algoritmaların yapay zekâ ile ilişkisi, hacimsel ve çeşitlilik olarak çok sayıdaki verinin yüksek bir hızla kodlanması, kaydedilmesi, depolanması, çözümlenmesi ve bilgiye dönüştürülmesi aşamalarında ön plana çıkmaktadır. Bu noktada, yapay zekâ aracılığıyla kodlanan verilerin yalnızca yapay zekâ aracılığıyla kurgulanmadığına; egemen güç yapılarının bu verileri kullanarak kendi ideolojilerine uygun şekilde içeriklere yön verdiklerine ilişkin eleştiriler de yer almaktadır. Egemen gücün sahipliğinde bulunan yüksek orandaki verinin ve dijital ayak izinin amaçlara göre kullanılması ve tüm bu verilerin bir ekonomik değer yaratması göz önünde bulundurulduğunda, piyasa dinamikleri, güç olgusu ve metalaşma etkisiyle platform kapitalizminden söz etmek gerekliliği doğmaktadır. Platform kapitalizmi içerisinde, verilerin ne şekilde korunduğu, algoritmik rıza inşası, algoritma yanlılığı, algoritma sisteminin etik çerçevesi ve algoritma sistemlerine yönelik farkındalık ve okuryazarlık üzerine pek çok tartışma alanı da doğmaktadır (Karakoç Keskin 2023).

Kişiselleştirme:

Dijital yayın platformları için izleyiciye/kullanıcıya/müşteriye kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmak öncelikli stratejilerden biridir. Kullanıcının algoritmalar aracılığıyla ölçülen geçmiş deneyimleri üzerinden öneriler sunmak kişiselleştirme amacıyla uygulanan bir adımdır. Her bir kullanıcının farklı tercihleri olduğu varsayımıyla hareket ederek, özelleştirilmiş bir arayüz tasarımı sunulmaktadır. Kişiselleştirilmiş arayüzler ve öneri havuzu sayesinde, kullanıcının eşleştirildiği ürün, içerik ve kategorilere bağlı olarak bir görünüm oluşturulmakta ve böylece kullanıcının platformda geçirdiği vakti nitelikli kullanarak – arama sürelerini kısaltarak bu vakti içerik tüketme yönünde değerlendirmek – kullanıcıyı memnun etmek hedeflenmektedir (Yılmaz, Erdem 2022: 50).

Platformlar, sağladıkları kolay anlaşılır ve kişiselleştirilmiş arayüz tasarımı, kişinin tercihinin bırakılan çok çeşitli altyazı ve dublaj seçeneği, ülkelere özel ve orijinal içerik üretimi, yetişkin ve çocuk profilleri, birden fazla ekran için uygunluk, çeşitli abonelik modelleri ile kullanıcıların ekonomik, sosyal ve bireysel deneyimlerini öncelemektedirler. Buna ek olarak platformların kullanıcıların geri bildirimlerini değerlendirerek kararlar alması da kullanıcıların kendilerini özel hissettikleri ve görüşlerine değer verildiğini bildikleri bir ortam yaratmaktadır. Bu duruma, Netflix'in kullanıcı deneyimine ve geri bildirimlere verdiği önemi somutlayan Netflix Socks (Netflix Çorabı) ürünü ve Story (Hikâye) uygulaması örnek verilebilir. Netflix Socks, kullanıcının uyuyakaldığını fark ettiğinde izlediği içeriği durdurarak izleyicinin hikâyeyi kaçırmamasının önüne geçen bir uygulamadır. Netflix, ürettiği çoraplarla – ki bu çorapların kültür endüstrisi içerisindeki rolü ayrı bir tartışma alanı açmaktadır – uzun süre hareket edilmediğinde bir ivmeölçer ile ölçüm yaparak vücudun uyku moduna geçtiğini algılamakta ve uzaktan bir kumanda aktivasyonu ile bölümü durdurmaktadır. Netflix, bu çoraplarla kullanıcıya, tüm seyir deneyiminde ona ortaklık ettiğini ve seyir deneyiminin niteliğini önemsediğini hissettirmektedir.

Bir diğerk uygulama olan Story uygulaması ise Netflix'in arayüzünde yer verdiği, YouTube gibi diğerk platformlarda da gündem olan, içeriklerin hikâye şeklinde kısa versiyonlarının dikey formatta sunulmasını kapsamaktadır. Kullanıcıların bu özelliğe dair olumsuz geri bildirimlerde bulunması üzerine Netflix, bu özelliği devre dışı bırakmak için bir seçenek de geliştirmiştir. Bu durum Netflix'in kullanıcı deneyimine verdiği önemi ortaya koymaktadır (Başer, Akıncı 2020: 888).

Dijital yayın platformlarında kişiselleştirmeye etkisi bulunan arayüz tasarımı, reklamsız içerik, çeşitli abonelik, kolaylaştırıcı eklentiler – kumandalarda Netflix ikonunun yer alması – kullanıcı deneyimini pratikleştiren özellikler, kullanıcılar tarafından dijital yayın platformlarının tercihinde önemli etkenlerdir.

Arayüz Tasarımı ve Kullanıcı Deneyimi:

Arayüz, platformun görsel tasarımını, ağ bağlantılarını ve çeşitli teknik özelliklerini kapsayan ve kullanıcının platforma ilk girdiğinde karşılaştığı tasarımıdır. Platformun kimliği olarak da düşünülebilecek arayüz, kullanıcının ilk izlenim edindiği alandır. Arayüzün kolay ve açık bir tasarıma sahip olması, kullanıcıya iyi bir deneyim yaşatmanın öncelikli adımıdır. Menüleri, menü içeriklerini, sayfalar arasındaki bağlantıları, arama çubuğunu ve daha pek çok eklentiye barındıran arayüz tasarımları, kullanıcıların kişiselleştirmesine de açık olarak sunulmaktadır. Dijital yayın platformlarının kişiselleştirme politikalarına arayüzü de dâhil ederek kullanıcının kendine bir avatar seçerek kendi seyir hesabını oluşturması, içeriklerini bıraktığı şekilde yeniden bulabilmesi gibi kullanıcıya ev sahibinin kendisi olduğunu hissettiren stratejiler geliştirmesi platform için artı bir değer yaratmaktadır. Yine algoritmalar aracılığıyla elde edilen veriler, arayüz tasarımında etkili olmaktadır. Kullanıcının beğeneceği içerikleri kişiye özel bir şekilde sunma stratejisinde algoritmalarından faydalanan dijital yayın platformları, kullanıcıların her birine farklı içeriklerin sunulduğu bir arayüz sunmaktadır (Büyükçekioğlu, Dilmen 2024: 361-362).

İçerik ve Tür Çeşitliliği:

Dijital yayın platformlarının içerik politikası olarak geliştirdikleri bir diğerk vaat ise tür çeşitliliğidir. Pek çok platform, dizi, film, belgesel, stand up, yarışma gibi pek çok türde içeriği izleyicileri ile paylaşarak, her türden seyir zevkine sahip izleyiciyi kapsamak istemektedir. Öyle ki artık dijital yayın platformlarında – örneğin Netflix – mobil oyunlar da yer almaktadır. İçerik türü çeşitliliğinin yanı sıra, anlatıda da tür çeşitliliği sunmayı hedefleyen dijital yayın platformları, her ülkeden farklı türlerdeki – dram, romantik komedi, aksiyon, polisiye, korku vb. – içeriği izleyicilerle paylaşmaktadırlar. Geleneksel medyanın sınırlı içerik çeşitliliğinin karşısına çok geniş bir içerik çeşitliliği yelpazesıyla çıkan dijital

yayın platformları, izleyicilerin istediği an istediği türde ve tarzda içeriğe erişmelerini sağlayarak tercih edilebilirliklerini arttırmaktadırlar.

Sarı ve Türker (2021) tarafından yapılan dijital platform kullanıcılarının izleme tercihlerine ve alışkanlıklarına yönelik 636 katılımcıyla gerçekleştirdikleri çalışmada, “içerik çeşitliliğinin izleyicilerin dijital platformlara yönelmesinde ve mevcut kullanıcıların izleyici sadakatini korumasında önemli bir unsur olduğu” sonucuna varılmıştır. Katılımcıların %90,12’sinin içerik çeşitliliğinin dijital platformlara yönelme noktasında etkili bir neden olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, dijital yayın platformlarının arayüz ve kişiselleştirme politikalarıyla da iç içe kullanılan içerik çeşitliliği, geleneksel medyada yalnızca kanal değişimiyle sağlanan sınırlı çeşitliliğin dijital yayın platformlarında bir eklenti ile sunulması ve türlere göre ayrı menülerin oluşturularak izleyiciye seçim şansı tanınması izleyiciyi olumlu anlamda etkilemektedir.

Aşırı İzleme Kültürü:

Aşırı izleme, aşırı seyretme, maraton izleme gibi kavramlarla literatürde yer alan ve bir içeriğe ait tüm bölümlerin tek oturuşta bitirilmesi ile ilişkilendirilen aşırı tüketim hali, tüm dijital platformlara yayılmış bir uygulama olmuşsa da başlangıçta Netflix ile gündeme gelmiştir. 2013 yılından itibaren Netflix’in bir kültür olarak yarattığı aşırı izleme (binge-watching), yeni eğlence formu olarak yerleşmiştir (Anghelcev vd. 2021: 130). 2013’te Netflix’in ilk orijinal yapım dizisi *House of Cards*, sezonun tüm bölümlerinin aynı anda yayınlanmasıyla birlikte duyurulmuştur. Öncesinde, dijital platformlar içerikleri tıpkı geleneksel medyada olduğu gibi belirli aralıklarla, randevu temelli bir sistemle erişime açıyor, yalnızca geleneksel medyadan farklı olarak eski sezon ve bölümlere her zaman erişim olanağı sağlıyordu. Netflix’in sezonun tamamını tek seferde yayınlaması hamlesi, platformu küresel pazarda kuvvetlendiren bir hamle olmuştur (Çaycı 2021: 408). Bu hamle o denli konuşulmuştur ki 2013 yılında Oxford Sözlüğü’ne aşırı izleme kavramı eklenmiştir. Aşırı izleme eyleminin nicelikseliği konusunda ortaklaşmış bir çerçeve bulunmamaktadır. Art arda 2-3 bölüm izlemeyi aşırı izleme olarak tanımlayanlar olduğu gibi bir sezonun tüm bölümlerini tek oturuşta izlemeyi aşırılıkla nitelendirenler de bulunmaktadır. Bireysel koşullara bağlı bir eylem olduğundan aşırılık hissi herkes için farklı bir boyutta gündeme gelmektedir. Hemfikir olunan durum, aşırı izleme halinin bir pratik olarak doğrudan tüketim ile ilişkili ve kapitalizmin yapısına oldukça uygun bir eylem olduğudur. Bu doğrultuda kavrama yönelik de birtakım düzenleme girişimleri olmuştur. Netflix, kavramsal olarak aşırı izleme kullanıldığında aşırı teriminin olumsuz bir çağrışım yarattığını düşünerek maraton izleme kavramının kullanılmasını yeğlemiştir fakat izleyicilerin aşırı izleme kavramını yoğun kullanımı ve sözlüğe de eklenmesi neticesinde kavramı kullanmaya başlamışlardır (Tüzün Ateşalp, Başlar 2020: 114).

Netflix aşırı izlemenin bir kültürel deneyim olarak yerleştiğini fark ettiğinde, aşırı izleme eylemini teşvik edecek eklentilerle bu yoğun içerik tüketimi halini desteklemiştir. Dizinin bölümleri arasında geçiş yaparken “jeneriği atla”, “özeti atla” gibi eklentiler kullanarak izleyicilerin bölümler arasında hızlı geçiş yapmalarını sağlamaktadır. Bölümleri genelde birbiriyle ilişkili ve yüksek heyecan ve merak duygusu içeren final sahneleriyle kapatarak izleyicinin bir sonraki bölüme hızlıca geçmesini beklemektedir (Çaycı 2021: 408).

Aşırı izlemeye ilişkin yapılan çalışmalar, bu eylemin hangi ihtiyacı karşılamakla ilişkili olduğunu bulgulamak için yapılmıştır. Eylem içerisindeyken gerçeklikten soyutlanan ve kurmaca dünyada uzunca bir süre vakit geçiren izleyicinin bir noktadan sonra kontrolünü ve zaman algısını kaybederek bir bağımlılık hali geliştirdiği söylenebilir. Bu durum izleyicinin sosyal iletişimini kısıtlamakla birlikte bir tür uyuşukluk hali içerisine geçmesine de neden olabilmektedir. Aşırı izleme motivasyonları arasında herhangi bir şeyi kaçırmama ve gündem olan sohbetlerden geri kalmama gibi bir duygu durumu yer almaktadır. Bu durum, sayısız içeriğin bulunduğu çok sayıda dijital platformun varlığı düşünüldüğünde ciddi sonuçlar yaratacak seviyede bir tüketim doğurmaktadır (Çaycı 2021: 406-407). Aşırı izleme, vakit kaybı, yorgunluk, uyuşukluk, bağımlılık gibi olumsuz duygu durumları yaratmaktadır. İçeriklere dair sürpriz bilgilerden (spoiler) kaçınma, içeriklere dair paylaşımlardan geri kalmama, boş vakit değerlendirme ve gerçeklikten uzaklaşma gibi nedenlerle gerçekleştirilen bu tüketim hali, bireyi yalnızlaştırmaktadır (Tüzün Ateşalp, Başlar 2020: 110; Çaycı 2021: 421).

Reklam:

Dijital yayın platformları, geleneksel medyaya alternatif stratejilerle çıktıkları yolda reklam özelinde de yenilikçi yaklaşımlar geliştirmişlerdir. Geleneksel medyanın içeriği bölen uzun reklam sürelerinin aksine kısa ve etkileyici sosyal medya reklamlarını önceleyen platformlar, öncelikli olarak genç ve genç yetişkin kitleyi hedeflemektedirler (Başer, Söğütöller 2023: 7). Dijital platformların küresel pazardaki konumları göz önünde bulundurulduğunda her bir ülkeye yönelik farklı reklam politikaları uygulamaları da kaçınılmaz olmuştur. Bu noktada küresel ortak reklamlardan ziyade ülkelere özgü yerel reklam içerikleri üretmeyi tercih etmişlerdir. İlgili ülkenin kültürel öğelerine yer verilen, o ülkenin popüler oyuncularının rol aldığı reklamlar diğer ülkeler içinde dublaj ve altyazı seçenekleriyle sunulmuş ama öncelik ilgili ülke izleyicisini etkilemek olmuştur (Gülmez 2019). Bu duruma örnek olarak Netflix’in 2018 yılında *Black Mirror* için oluşturduğu tanıtım videosu verilebilir. Türk geleneksel medyasında gündüz kuşağında büyük yer bulan izdivaç programı konseptinden faydalanılarak oluşturulan tanıtımda, dizinin insanlığın yakın gelecekte nasıl sorunlarla karşılaşacağı ve nasıl dönüşeceği temasına uygun şekilde, gelecekte izdivaç programlarının nasıl bir formatı olacağı işlenmiştir. Tanıtımda bir mekânda birbirlerini tanımak için sohbet eden çift, simülasyonun hata

vermesiyle kendilerini izdivaç programının çekildiği stüdyoda bulmaktadır. Tanıtımda program sunucusu olarak gerçekte de izdivaç programı sunuculuğu yapmış olan Esra Erol'un kullanılmış olması Türk izleyicisi için doğrudan anlam kazanan bir durum oluşturmaktadır. Yine çifti canlandıran kadın ve erkek oyuncu da daha önceden izdivaç programı ile ünlenen kişilerden seçilmiştir. Diyaloglarda geçen nasip, kısmet gibi kültürel ifadeler ve Türkçe müzik kullanımı da reklamdaki kültürel kodları karşılamaktadır. Bir başka örnek olarak yine 2018 yılında yayınlanan *Altered Carbon* dizisi tanıtımı verilebilir. Tanıtımda, dizinin dijital hafıza, ruh ve beden ilişkisi gibi temalarına uygun olacak şekilde Türkiye'de fotografik hafıza konusunda gündeme gelen ve "unutmayı unutan adam" şeklinde tanınan Melik Duyar yer almıştır. Yine dil, kostüm, dekor gibi pek çok başlıkta Türk kültürel belleğinden faydalanılarak bir anlatı oluşturulmuştur. Bir diğer örnek *Bright* dizisi için tasarlanmış Orklar Aramızda isimli tanıtım videosudur. Dizinin karakterleri olan orklar İstanbul'da olsa neler olurdu düşüncesiyle oluşturulan tanıtımda, berber, çırak, satıcı gibi karakterler yer almış ve Türk kültüründe yer alan kahvehane, çay, berber sadakati, şans oyunları, şahin marka araba ile gezme gibi pek çok mahalle kültürü ögesi öne çıkarılmıştır (Sarı, Sancaklı 2020: 253-256). Yine Netflix'in *Stranger Things* dizisi için çektiği Saadettin Teksoy'un rol aldığı tanıtım filmi ve *Squid Game* dizisi için yapmış olduğu dizinin kostümlerini giyen kişilerin metro gibi yoğun insan trafiğinin bulunduğu yerlerde günlük hayatın içerisine karışmaları yerel reklam faaliyetlerine örnek verilebilir.

Dijital yayın platformları, televizyon reklamları yerine sosyal medya tanıtımlarını kullanmakla beraber ek olarak şehrin görünür yerlerindeki billboardları da kullanmaktadırlar. Yapılan çalışmalarda izleyicilerin en çok sosyal medya reklamlarından ve sosyal çevre tavsiyelerinden etkilendikleri görülmektedir (Can, Koçer, Hekimoğlu Toprak 2021: 339). Dijital platformlar bu nedenle sosyal medyaya çok önem vermektedir. Kendi video paylaşımları için YouTube üzerinden kanal açıp fragmanları oraya yüklemektedirler. Üyelerini kanal üzerindeki etkileşimleri ve yorumları üzerinden de takip ederek şikâyet ve önerileri içerik niteliğini geliştirmek için kullanabilmektedirler (Bitirim Okmeydan 2020: 18).

Ücretlendirme Politikaları:

Dijital yayın platformları, ücretlendirme noktasında oldukça farklı politikalar yürütebilmektedirler. Ücretsiz ve yalnızca reklam getirilerini kullanarak seyir imkânı sunan platformlar olduğu gibi reklamsız ama farklı ücret modelleri geliştiren platformlar da vardır. Ücretlendirme politikası, kullanıcıların platformu tercih etme aşamasındaki en önemli faktörlerden biridir. Fiyat – performans kalitesi, içerik çeşitliliği ve fiyat dengesi, rakiplerin uyguladığı ücretlendirme politikaları bu denklemde önem taşımaktadır (Yılmaz, Erdem 2022: 52).

Platform için ücret politikası noktasında reklamveren ve izleyici odaklı iki kanal bulunmaktadır. Planlamaya ne kadar çok reklam dahil olursa bu izleyici nezdinde o denli dezavantaj yaratmaktadır ki bu durum platformları geleneksel medya dinamiklerine de yakınlaştıran bir durumdur. Öte yandan reklamveren kanalında da ne denli reklam olursa bu durum bir avantaja ve kazanca dönüşmektedir. Burada yürütülen denge politikası, izleyiciye sunulan ücretin platform, kullanıcı ve reklamveren gözetiminde ortaya çıkarılmasını sağlamaktadır (Bel, Calzada, Insa 2007: 31).

Dış Faktörler:

Dijital yayın platformları, küresel ve yerel çapta gelişen dış faktörlere karşı da hızlı stratejiler düşünmek ve geliştirmek durumunda kalmaktadırlar. Yakın zamanda gerçekleşen ve en temelde sinema salonları nezdinde bir kriz olarak nitelenebilecek COVID-19 pandemisi, dijital platformların politikalar geliştirmelerini gerektirmiştir. Pandemi nedeniyle evlere kapanmak durumunda kalan insanlar, sinema salonlarına da gidemedikleri için dijital platformlara yönelmişlerdir. Platformlar bu işten kazançlı çıkıyor gibi görünse de setlerin de pandemi nedeniyle durmuş ve üretimin yavaşlamış olması, evde zaman geçirmeye alışmamış izleyicinin içerik açlığını giderecek bir hız sunamamıştır. Bu nedenle ertelenmiş veya arşivde tutulan içerikleri çoğu platform öne çekmiş ve izleyicinin erişimine açmıştır (Erkılıç, Duruel Erkılıç 2021: 102). Netflix'in pandemi başlangıcında abone sayısını beklenen değerin iki katından fazla yükseltmesi ki diğer platformlarda da benzer yükseliş eğrisi bulunmaktadır, platformların kazanımını niceliksel olarak ortaya koymaktadır (Bıktım 2020).

Bir diğer dış faktör olarak, platformların, göçmenler ve entegrasyon süreçlerine yönelik stratejiler geliştirmesi gerekliliktir. Dijital yayın platformları, göçmenler için yeni ülkenin yaşamına entegrasyon sağlama aşamasında hem avantajlı hem dezavantajlı olabilmektedir. Özellikle eğitim göçü ile yeni ülkedeki yaşamlarına başlayan öğrenciler, dil ile alakalı sorunlara ek olarak akademik, ekonomik ve sosyokültürel sorunlar yaşayabilmektedirler. Yapılan çalışmalarla öğrencilerin ilgili sorunlarına yönelik entegrasyon süreçlerinde dijital platformların bir aracı olarak yer alabildiği bulgulanmıştır. Platformların da bu bilinçle hareket etmeleri şarttır. Küresel ve yerel dengeyi bulmak için çabalarken bazen kültürel bozuma yol açabilecek durumlar yaratan platformlar, bir yandan ilgili ülkenin kültürünü içeriklerinde yansıtarak yabancı izleyicilere referans bir yaşam tarzı sunarken öte yandan yabancı kültürlerin içeriklere entegre edilmesiyle kültürel bir kafa karışıklığı yaratmaktadırlar (Zhang, Şahin Kütük 2020: 98).

Orijinal Yapımlar:

Dijital yayın platformları, geleneksel medyada yer almış ve sevilen dizilere katalogta yer verme, salonlarda gösterime girmiş ve sevilen filmleri içerik havuzuna ekleme gibi stratejilerin yanı sıra

Ülkelerin yerel yapım Şirketleriyle organize bir Şekilde orijinal yapmlar üretmeye başlamışlardır. Orijinal içerikler sadece ilgili platform üzerinden erişilebilen içeriklerdir ve platformların pazarlama stratejileri kapsamında geliŐtirilmektedirler. Orijinal yapmlar, kendi içerisinde ayrı politikalara sahiptirler (Aydemir 2023: 1460). Yenilikçi ve bağımsız projelerin popüler oyuncularla bir araya getirildiği ve kültür aktarımının yüksek oranda gerçekleştiği orijinal yapmlar, platformların en çok ilgi çeken yapımları olarak öne çıkmaktadır. Örneğin Netflix’in orijinal içerikleri, ayrı bir menü ile ön plana çıkarılmaktadır. İçeriklerin afişlerinin üst sol köŐesine yerleŐtirdikleri N harfi ile orijinal yapmların diğer Netflix içeriklerinden ayrıŐmasını sağlamaktadırlar. Orijinal yapmların bir pazarlama stratejisi olarak kullanılmasına örnek olarak yine Netflix’in 2021 yılında düzenlediği “Tudum” etkinliği -etkinlik adı Netflix’in klasikleşen intro sesinden yola çıkılarak belirlenmiştir- örnek verilebilir. Netflix Türkiye’nin YouTube kanalında evrimii olarak canlı düzenlenen etkinlikte orijinal yapmlar tantılmıŐtır (Seçilmiş 2022: 48-49).

Küreselleşme:

Dijital yayın platformlarının içerik politikalarını belirlerken her anlamda etkiledikleri ve bir yandan da etkilendikleri küreselleşme olgusu ile i içe olmaları bir zorunluluktur. Görsel imgeler dünyasından söz edildiğinde, geleneksel medyada kendini gösteren egemen kültürün Batı merkezli bir kültür olduğu söylenebilir. Bu durum John Tomlinson’a göre doğrudan bir tektipleşme olarak yorumlanmamalıdır. Ona göre kültürel metaların yaygınlaşması doğrudan Batı kültürünün yerel kültürü yok etmesi anlamına değil modern kültürde bir çıkmaz yaratması anlamına gelir. Yerel kültür, dijitalleşmenin etkisiyle var olan coğrafi sınırlılıklardan kurtularak her yere yayılabilme gücünü elde etmiştir. Bu noktada yerel kültürün üzerine yığılan diğer tüm kültürel imgeler, bir çeşit yersizyurtsuzluk yaratmaktadır. Bir kültürün yok oluşundan ziyade melez yeni kültürlerin dođuŐundan söz etmeyi tercih eden Tomlinson’a ek olarak bu noktada Roland Robertson’un küyerelleşme kavramına da değinilebilir. Küresel ve yerel olanın bağlantısı üzerine düşünen Robertson, gelişmiş ülkelerin küreselleşme sürecinde yerelliklerini koruma anlamında daha başarılı olduklarını fakat geliŐmemiŐ ülkelerin kendi öz kültürleri üzerinde daha çok kayba ve yıkıma uğradıklarını ifade etmiştir. Bu durum kendiliğinden bir kültürel g durumu yaratmakta ve gelişmiş ülkelerin kendi kültürünü diğer ülkelere yayması konusunda egemen konumda olmalarına yol açmaktadır (Robertson 1992, Büyükbaykal 2014: 78-82). Bu durum kültürel emperyalizm olarak nitelenmekte ve kültürlerin ya empoze edilen kültürü tamamen benimsemeleriyle ya da melez bir kültürün oluşmasıyla sonuçlanmaktadır. KyerelleŐme kavramı bu noktada yerel değerleri de ön plana çıkardığı için önem taşımaktadır. Kavram olarak 70’li yıllarda Japonya’da iŐletmelerin farklı bölgelere yayılmak amacıyla faaiyet alanlarını geniŐletmelerini karşılamak için kullanılmıştır. Bu nedenle pazarlama temelli bir kavram olan küyerelleşme, küresel olanın doğrudan benimsenmesini değil yerel olana göre adapte edilerek kullanılmasını nceler (Sarı, Sancaklı 2020: 247).

Dijital yayın platformları da küresel pazardaki tüm izleyicilere hitap edecek evrensel kodlarla ama aynı zamanda yerel izleyiciyi de içerikte tutabilecek yerel kültüre ve kültürel belleğe özgü kodlarla tüm izleyici kitlesini bir arada tutmayı hedeflemekte ve içeriklerini bu doğrultuda üretmektedir.

Dijital yayın platformları küyerelleşme odaklı politikalar oluştursa da bu durum platform kapitalizmini, medyanın ekonomi-politiğini, kültürel emperyalizmi bir arada düşünmeyi gerektirmektedir. İçeriklerin, sahip olanın ve kontrol edenin kültürü üzerinden oluşturulmasına ilişkin bir tartışma alanı açan ekonomi-politik, bu şekilde üretilen her içeriği kültürel bir meta olarak kabul etmektedir (Arık 2006: 133). Tüm bu döngü içerisinde platform toplumunun bir parçası olan kullanıcılar (Yılmaz, Erdem 2012: 51), kolay anlaşılan ve hızla tüketilebilen içerikleri talep edip izlerken çoğu zaman içerik üzerine durup düşünmemektedir.

Yukarıda listelenen, dijital yayın platformlarının geleneksel medyadan ayrıştıkları ve kendi aralarında ortaklaştıkları üretim politikaları olarak algoritma sistemi, kişiselleştirme uygulamaları, arayüz tasarımı, içerik ve tür çeşitliliği, aşırı izleme kültürü, reklam ve ücretlendirme politikaları, dış faktör etkisi, orijinal içerik üretimi ve küreselleşme etkisi kapsamında uyguladıkları tüm adımlar, endüstriyel dönüşümü beraberinde getirmiştir. Bu endüstriyel dönüşümün Türkiye özelinde en belirgin görüldüğü alanlardan biri çalışma şartlarıdır. Dijital yayın platformları gündeme geldiğinde sektörel bir rekabet ortamı oluşmuştur. Sektör çalışanlarına daha konforlu çalışma olanakları sağlama potansiyeliyle yola çıkan platformlar, geleneksel medyadan gelen rutinleri de tamamen geride bırakamamışlardır. Bunun nedeni platformların çalıştıkları ekipleri, geleneksel medyaya iş yapan yapım şirketleri aracılığıyla seçmeleridir. Geline nokta geleneksel medyaya da dijital platforma da içerik üretimi gerçekleştiren şirketler birbirini tekrar etmektedir. Geleneksel medyadan ayrıştıkları noktalar ise reyting sisteminin platformlarda uygulanmaması nedeniyle çeşitliliğe ve özgünlüğe daha açık olmaları, yabancı platformların -yerli platformlar hariç- daha yüksek bütçe sunmaları, ekip ödemelerinin daha düzenli yapılması, bölüm sürelerinin daha kısa olması şeklinde sıralanabilir (Kayhan 2023: 97-106). Dijital yayın platformları, Türkiye’de 2019 yılı itibarıyla RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) denetime altına girmiştir. Denetleme uygulamalarına örnek olarak 2021 yılında Netflix’te gösterimi planlanan *Şimdiki Aklım Olsaydı* dizisinin çekimlerinin sete bir gün kala iptal edilmesi verilebilir. Projenin senaristi tarafından senaryoda eşcinsel bir karakterin varlığının bu iptali getirdiği yorumları doğrulanmıştır. Netflix’e Kültür ve Turizm Bakanlığı üzerinden verilen çekim izninin bu proje özelinde çıkmamasıyla, projenin senaristi hikâyedeki eşcinsel karakteri çıkarmıştır ve bu gelişmenin hemen akabinde çekim izni çıkmıştır. Sonrasında RTÜK ile Netflix arasında gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde Netflix diziyi iptal etmiştir. Türkiye’de çekilmeyen senaryo İspanya’ya satılmış ve Netflix İspanya tarafından çekimler tamamlanmıştır (Yücel 2020). Bu örnekte görülebileceği gibi dijital yayın platformları, içerik ürettikleri ülkelerin yasa ve kurallarına da tabii olmak durumundadırlar. Böyle

durumlarda marka kimliği ve kurum politikası doğrultusunda hareket ederek bir karar almak durumunda kalan platformlar, bir noktada yenilikçi olmak için çıktıkları yolda ülke yasaları ve kuralları doğrultusunda ilgili ülkenin geleneksel medyasına benzeyen bir konuma çekilmektedir. Öte yandan bağımsız yapım şirketlerine alan açmaktansa daha güvenilir ve bilindik kodları takip ederek geleneksel medyaya üretim yapan yapım şirketleriyle çalışarak başka bir tekrara düşme ve tektipleşme durumunu kendi politikalarıyla da yaratmaktadırlar.

Özetle, dijital yayın platformlarının geleneksel medyadan ayrıştığı pek çok nokta bulunmaktadır ve geliştirdikleri yeni seyir kültürüyle yenilikçilik vurgularını bir noktada yerine getirdikleri kabul edilmelidir. Dijital yayın platformlarının her biri benzer politikalarla hareket etse de kendi kurum ve marka kimliklerine yönelik özelleşen uygulamaları da bulunmaktadır. Türkiye’de erişime açık olan ve faaliyet gösteren her bir platformun detaylarına girmeden önce dijital platformların gelişim süreçlerine tarihsel bir perspektifle bakmak, dünyada ve Türkiye’deki dijital yayın platformlarının gelişimini anlamak açısından verimli olacaktır.

1.1.1. Dijital Yayın Platformlarının Gelişimi

Dijital yayın platformlarının gündeme gelişi internet, televizyon ve sinema alanlarında gerçekleşen birtakım gelişmelerin sonucunda olmuştur. Dijital yayın platformları, hem televizyon dizilerini hem de sinema filmlerini bünyesinde bulunduran yenilikçi mecralar olarak gündeme gelmiş ve popüler olmuşlardır. Dijital Yayın Platformlarının Gelişimi isimli bu başlık altında, gün geçtikçe sayıları artan dijital yayın platformlarının hem televizyon hem de sinema alanında yarattığı dönüşümlerin arka planı tarihsel süreç içerisinde ele alınacaktır.

Televizyon alanında, uydu yayınları aracılığıyla sayısal yayınların yapılmaya başlanması önemli bir dönüm noktası olmuştur. 2000 yılı itibariyle yaygınlaşan ve tamamen dijitalleşen uydu yayınları, akabinde gelişen kablolu televizyon yayını ve karasal yayınlar ile beraber dijital teknolojinin gelişmesinde bir köprü görevi görmüşlerdir. Uydu yayıncılığı, eş zamanlı şekilde bir yerden başka bir yere kolay ve hızlı erişimi sağlamaktadır. DVB-H (Dijital Video Yayıncılığı – Elde Taşınabilir) ile mobil cihazlar, bilgisayarlar ve taşınabilir diğer cihazlardan televizyon yayıncılığı gerçekleştirilebilir olmuştur. İnternetin gelmesiyle birlikte televizyon yayınları internet aracılığıyla taşınır olmuş; IPTV teknolojisi hızla gelişmiştir. Televizyon ve internetin yöndeşmesiyle gündeme gelen IPTV, etkileşimsel bir yayın deneyimi sunmaktadır ve isteğe bağlı video platformlarının (VoD) temellerini atmıştır (Erkek 2019: 43-55).

İnternet teknolojilerine gelindiğinde, 1995-2000 yılları Web 1.0, 2000-2010 yılları arası Web 2.0, 2010-2020 yılları arası Web 3.0 ve 2020 sonrası ise Web 4.0 olarak tanımlanmaktadır. Web 1.0 dönemi, internetin yalnızca bilgi almak için kullanıldığı, çevrimiçi metinlerden oluşan ve kullanıcı müdahalesine izin vermeyen sayfalara erişim sağlanabildiği dönemi karşılar. Web 2.0'a geçmeden önce, Web 1.5 olarak adlandırılan ve e-ticaret sitelerinin gündeme geldiği, kullanıcıların ürün satın alıp yorumlar yapabildiği ve az da olsa etkileşimlerin başladığı bir ara dönem vardır. Web 2.0 dönemi, internette sayfa üretimi, ayarlama ve sayfaların platformlar arası birleştirilmesine imkan verildiği dönemi karşılamaktadır. Bu dönemde Facebook, Twitter gibi siteler gündeme gelmiştir. Web 3.0 ile semantik arama metodu yerleşmiş, arama motorları gündem olmuştur (Erkek 2019: 15-16). 1997 yılında, henüz Web 1.0 teknolojisinden söz edilirken ve YouTube vb. video içerik platformları henüz kurulmamışken bol pikseli yavaş hareket eden videolar gündeme gelmiştir. Dancing Baby bu tip e-postalar ile dağıtımı yapılan ilkel videolardan en bilinenidir. Bu ilkel videolardan zamanla, internet teknolojileri geliştikçe, web dizileri denilen bir kavram doğmuştur. ABD televizyonlarında yayınlanan *Rox* dizisinin internete dağıtılmasıyla başlayan süreç sonraları sadece internet için üretilen dizi yapımlarının gerçekleşmesine yol açmıştır. *WhirlGirl* dizisi, Showtime dağıtım şirketi tarafından internet dizisi formatında çekilen ilk dizi olarak kabul edilmektedir. 2000'li yıllara gelindiğinde bant hızının genişlemesi, ADSL sistemlerinin yaygınlaşması, MPEG kodlama formatının kullanılmaya başlanmasıyla içeriklerdeki kalite kaybı çok az indirgenmiştir (Kocagür 2022: 75).

Türkiye'de de dijital yayıncılık 2000'lerin başında ilk girişimlerini sunmuştur. İlk girişimler geleneksel gazetelerin dijital geçiş yapması ve haber sitelerinin açılmasıyla olmuştur. Sonraları bloglarda, blog yazarları bağımsız dijital içerikler üretmeye başlamışlardır (Kırık 2024: 580). Dijitalleşme girişimleri her alanda ufak ufak yerleşirken Microsoft'un MSN Video uygulaması ile diziler internet ortamında izleyiciyle buluşmuş; 2005 yılına gelindiğinde YouTube bir içerik üretim mecrası olarak kullanıcılara sunulmuştur. YouTube üzerinden yayınlanan *Red vs. Blue* dizisi büyük bir ilgiyle karşılanmış ve aralıklarla yayınlanan web dizilerinin süreklilik kazanmasının yolunu açmıştır. 2007 yılına gelindiğinde ise Netflix isteğe bağlı video modeli ile gündeme gelmiştir. 2010'da gerçek zamanlı yayın sistemini tamamlayan Netflix, televizyonda popüler olan *Breaking Bad* dizisini yayınlayarak izleyicilerin dikkatini çekmiş ve dijital yayın platformları bir rakip olarak görülmeye başlamıştır (Kocagür 2022: 76). Türkiye'de de IPTV, 2010'lu yıllarda yaygınlaşmıştır ve Digitürk, Tivibu gibi hizmetler dijital yayın platformlarının ilk örnekleri olarak geleneksel televizyon izleme alışkanlıklarını dijitalle uygun şekilde dönüştürmüşlerdir (Kırık 2024: 582).

Dijital yayın platformları, her şeyin üzerinde (Over the Top – OTT) sistemler olarak da tanımlanmaktadır. Her şeyin üzerinde sistemler, içeriği internet aracılığıyla dağıtan sistemlerin genel tanımlamasıdır. Ayrıca dijital yayın platformları, fiziksel bir ürünü dijital bir ürün olarak dağıtma

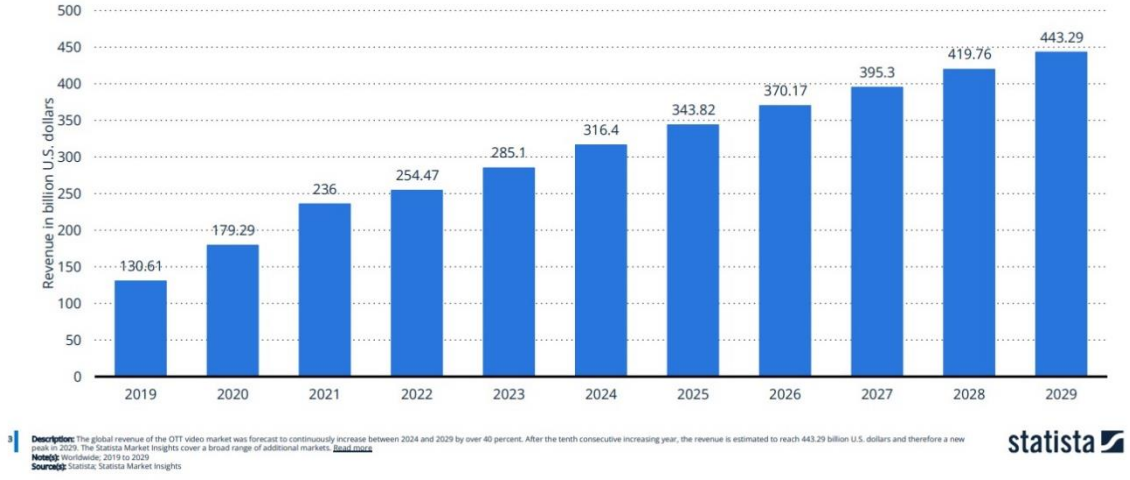
sundukları ve ürünün fiziksel dağıtımı ile (salon gösterimleri) dijital dağıtımını aynı anda gerçekleştirdikleri ve bu nedenle piyasada bir kriz yarattıkları için dijital yıkıcı araçlar (digital disruptive intermediaries) olarak da değerlendirilmektedirler (Erkılıç, Duruel Erkılıç 2021: 109).

İnternet ve televizyon alanlarında yaşanan gelişmeler dijital platformların yolunu açarken sinema alanında da farklı gelişmelerle ilerleyen süreç dijital yayın platformlarının görünür olması için zemin hazırlamıştır. Filmlerin salonlarda gösterimine ek olarak evde seyir imkânı sağlayan medya oynatıcıları üretilmiştir. Başta medya oynatıcıları aracılığıyla, ilerleyen zamanlarda ise medya oynatıcılarının bilgisayarlara bir eklenti olarak eklenmesiyle DVD'ler yaygınlaşmıştır. Evdeyken yalnızca televizyon seyredabilen izleyiciye bir alternatif olarak sunulan DVD'ler ile izleyici, istediği filmi satın alarak kendi evinde, istediği zamanda oynatıcıyı çalıştırarak seyir gerçekleştirebilir olmuştur. DVD'lere eklenen ekip röportajları, kamera arkası sahneleri gibi içeriklerle, izleyici sinema salonundan çıktığında diğer izleyicilerle yaptığı sohbetin ve sosyalleşmenin yerini doldurmaktadır. İzleyicinin DVD'yi istediği zaman çalıştırması, seyri istediği zaman bölmesi gibi kontrolü izleyiciye bırakan seçenekler, dijital yayın platformlarının aktif seyir anlayışının temellerini atmıştır (Kucur 2018: 98).

Dijital yayın platformlarının yolunu yapan sinema alanındaki bir diğer gelişme de bilgisayar teknolojilerinin kullanılması ile yerleşen dijital sinema anlayışıdır. 1970'lerden itibaren sinema alanında bir dijitalleşmeden söz etmek mümkündür. Bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle yapım, dağıtım, gösterim aşamalarında animasyon ve görsel tasarım tekniklerinin kullanıldığı, efekt kullanımıyla istenen gerçekliklerin yaratılabildiği ve bu imkanlarla yeni içeriklerin ve türlerin olduğu bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu dönüşüm pelikülün terk edilmesine yol açmış ve dijital film üretim tarzı yerleşmiştir (Erkek 2019: 89-91). Dijital üretim tarzının yerleşmesiyle sinema alanında gerçeklik tartışmaları gündem olmuştur. Hakan Erkılıç söz konusu tartışmaları ele aldığı makalesinde, dijital sinema ile yerleşen yeni gerçekliği, Bauman'ın akışkan modernitesine, Manovich'in elastik gerçekliğine ve Stephen Prince'in algısal gerçekliğine referansla yeni akışkan sinema olarak tanımlamış ve akışkan film teorilerinden söz edilebileceğini ifade etmiştir (2016: 69). Yerleşen dijital üretim tarzı ve akışkan sinema anlayışı yalnızca yapım koşullarını dönüştürmemiş dağıtım ve gösterim süreçlerini de dönüştürmüştür. Dijital yayın platformları dağıtım ve gösterim ağlarındaki dijitalleşme etkisinin bir sonucu olarak gündeme gelmiştir.

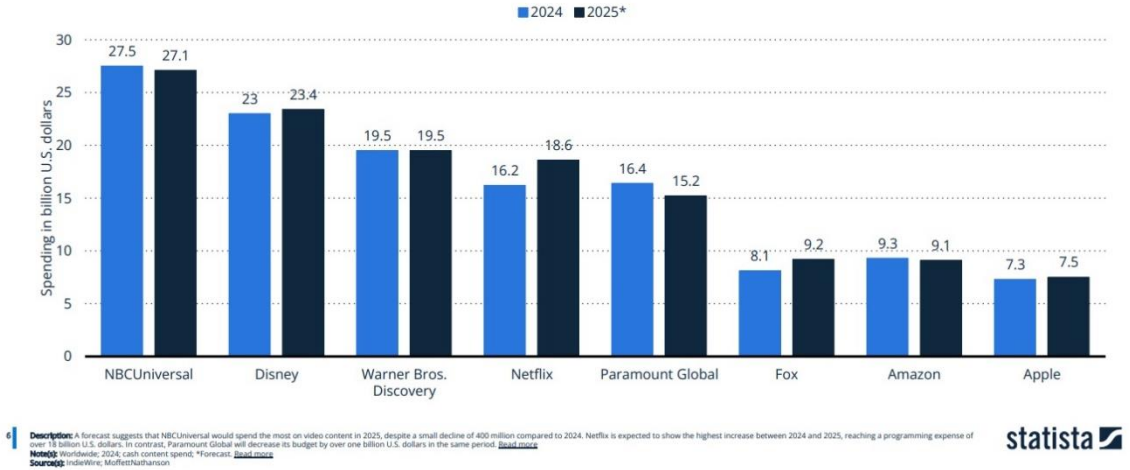
Görüldüğü gibi internet, televizyon, sinema ve bilgisayar teknolojilerinin yöndeşmesi neticesinde dijital yayın platformlarının yolu açılmıştır. Dijital yayın platformlarının gündeme gelmesiyle uluslararası ve ulusal yayın yapan pek çok dijital yayın platformu kurulmuştur ve hala da yeni dijital yayın platformları kurulmaya devam etmektedir. 2019'dan 2029'a kadar dünya çapındaki üst düzey (OTT) video pazarının geliri, 130 milyar ABD dolarından 443 milyar ABD dolarına yükselerek

önemli bir artış göstermiştir (Grafik 1). Bu da dijital yayın platformlarının her geçen gün gelişme göstererek önemli bir video pazarı haline geldiğini ortaya koymaktadır.



Grafik 1: 2019'dan 2029'a kadar dünya çapındaki üst düzey (OTT) video pazarının geliri (milyar ABD doları cinsinden) (Statistics report about Amazon Prime Video, 2025)

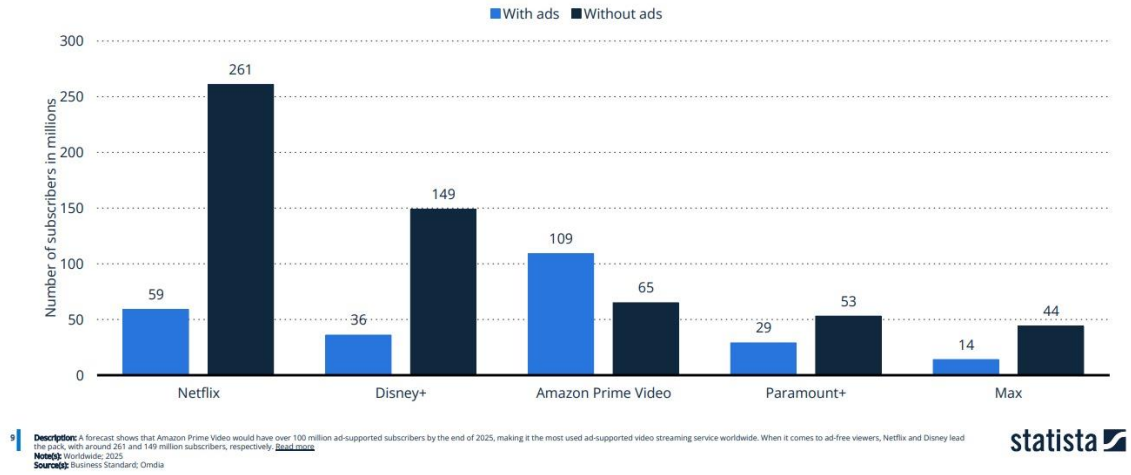
İçerik üretimlerini her geçen gün artıran dijital yayın platformları, izleyicilerine çok sayıda içerik sunarak ya da izleyicilerini çok sayıda içeriğe maruz bırakarak sürekli tüketim döngüsünü yaratmayı hedeflemektedirler. Popüler dijital yayın platformlarının içeriklere ayırdıkları güncel harcama rakamları Grafik 2'de görüldüğü gibidir:



Grafik 2: Dünya çapında seçili medya ve yayın şirketlerinin içerik harcamaları 2024 ve 2025'te (milyar ABD doları cinsinden) (Statistics report about Amazon Prime Video, 2025)

Abonelik modeliyle çalışan dijital yayın platformları, televizyon izleyicisine sunduğu konforlu alanla ve karar verme mekanizmalarını izleyiciye bırakmasıyla ilgi görmüştür. 2025 yılında dünya

çapında seçili hibrit video-isteğe bağlı platformların ücretli abone sayıları sunulmuştur (Grafik 3). Abonelerin reklamlı ve reklamsız paket seçeneklerinde çoğunlukla reklamsız paketleri tercih ettikleri de görülmektedir. Bu durum geleneksel medya seyrinden dijital yayın platformlarıyla yerleşen yeni seyir kültürüne hızlı adapte olmanın nedenlerinden birinin geleneksel medyada seyri bölen reklamlara çok sık yer verilmesi olduğunu göstermektedir.



Grafik 3: 2025 yılında dünya çapında seçili hibrit video-isteğe bağlı platformların ücretli abone sayısı (milyon olarak) (Statistics report about Amazon Prime Video, 2025)

Hızlı bir ivmeyle günlük yaşama yerleşen dijital yayın platformları ve yeni seyir kültürü, platformların kurum kimliklerine uygun geliştirdikleri içerik politikalarının başarılı olmasıyla gerçekleşmiştir. Söz konusu içerik politikalarına geçmeden önce dünyada ve Türkiye’de yayın yapan dijital yayın platformlarını tanımak işleyişlerini anlayabilmek için bir gerekliliktir.

1.1.2. Dünyada ve Türkiye’de Dijital Platformlar

Dijital yayın platformları, isteğe bağlı (VoD) hizmet sunmaktadır. Abonelik temelli (Subscription Video on Demand - SVoD) seçenek ile aylık sabit bir ödeme karşılığında izleyiciler istedikleri kadar içeriği tüketebilmektedirler. Netflix, Amazon Prime Video, HBO, BluTV, Mubi gibi platformlar abonelik temelli hizmet sunmaktadır. Bir diğer seçenek işlemsel video (Transactional Video on Demand – TvoD) modelidir. İzlenen içerik başına ödeme yapılan bu model kirala-izle modeli olarak da bilinmektedir. BluTV’nin Başka Sinema ile gerçekleştirdiği işbirliği uygulamasıyla belirli içeriklerin izlenmesi için ücretlendirmeler yapılması bu modele örnek verilebilir. İsteğe bağlı hizmetler içerisindeki bir diğer seçenek ise reklama bağlı video (Advertising-based Video on Demand - AVoD) modelidir. Bu

model reklamlar üzerinden bir döngü sağlamaktadır. İzleyici içeriklere ücretsiz ulaşabilmektedir fakat geleneksel medyada olduğu gibi reklamları da tüketmesi gerekmektedir. YouTube, Puhu TV gibi platformlar bu modele örnektir. Bir diğer model olarak özel gösterim modelinden (Premium Video on Demand - PVoD) söz edilebilir. Bu modelde sinemada gösterime girmeyen veya çok kısa süre gösterimde kalan filmler, platformlardan kiralanarak izlenebilmektedir (Erkılıç, Duruel Erkılıç 2021: 109).

Çok çeşitli modellerle hizmet sunan küresel ve yerel pazarda pek çok platform bulunmaktadır. Bu platformlar arasında sürdürülebilirliğini sağlamış ve aktifliğini koruyan platformlar olduğu gibi pazardaki yarışta tutunamamış ve platform işleyişini sonlandırmış başarısız olarak nitelenebilecek örnekler de vardır. Dünyada ve Türkiye’de Dijital Platformlar isimli bu başlık altında, uluslararası ve ulusal dijital yayın platformlarına değinilecek; Türkiye’de 2025 itibariyle aktif yayın yapmayı sürdüren platformlar detaylandırılacaktır.

Dünyadan örneklerle bakıldığında, öncelikli olarak kendi ülkelerinde ve sonrasında da uluslararası arenada pazar payını geliştirmeyi başarmış olan dijital yayın platformları oldukça çeşitlidir.

Shahid, 2008 yılında, Suudi Arabistan’da yayın yapmak üzere erişime açılan Arapça dijital yayın platformudur. Tüm dünya çapında erişime açık olsa da Arapçaya ek olarak Fransızca ve İngilizce hizmet sunması nedeniyle Türkiye’de bilinen bir platform değildir (Shahid 2025).

Kinopoisk HD, 2003 yılında kurulan ve filmlere dair jenerik bilgisi, afiş, poster, fragman gibi bilgilerin yer aldığı ve kullanıcıların filmlere dair yorumlarını yazabildikleri bir arayüz sunan Kinopoisk web sitesinin, 2013’te Yandex tarafından satın alınması ve çevrimiçi film izleme platformuna da web sitesinde yer açmasıyla doğmuştur. Rusça, İngilizce ve Kazakça dillerinde arayüz imkânı ve içerikler sunan platform Türkiye’den erişime açık olmadığı için pek bilinmemektedir (Kinopoisk HD 2025).

Rusya’da yayın yapan bir diğer platform, ivi TV’dir. ivi TV, Rusya, Belarus, Ermenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan ve Özbekistan’dan erişime açık olup diğer ülkelere bilinmemektedir (ivi TV 2025).

Yerel ölçekte oldukça başarılı olan bir diğer platform viu, Hong Kong merkezli yayın platformudur. Abonelik ve reklam temelli ikili bir model kullanan viu, 2025 yılı itibariyle, Avustralya, Bahreyn, Mısır, Hong Kong, Endonezya, Ürdün, Kuveyt, Yeni Zelanda, Malezya, Myanmar, Umman, Filipinler, Katar, Suudi Arabistan, Singapur, Güney Afrika, Tayland ve Birleşik Arap Emirlikleri de dahil olmak üzere toplam 27 pazarda mevcuttur. Türkiye’den erişimi olmadığı için Türkiye pazarında yaygın ve bilinen bir platform değildir (viu 2025).

Arapça içerikler sunan Mısır merkezli dijital yayın platformu WatchIT, geçmişten bugüne yapılmış Mısır filmlerini erişime açma taahhüdüyle yola çıkan ve sonrasında orijinal içerikler üretmeye de başlayan bir platformdur. 2019 yılında kurulan ve kısa sürede yerel pazarda büyük bir ivme kazanan WatchIT, 180’den fazla ülkede erişime açık olsa da Arapça hizmet sunması nedeniyle kısıtlı bir erişim alanına sahiptir (WatchIT 2025).

Globoplay, Brezilya merkezli yayın platformudur. 2015 yılında kurulan ve Portekizce hizmet veren platform, yaklaşık 20 ülkeden erişime açık olsa da Türkiye bu ülkelerden biri değildir (Globoplay 2025).

Youku, Çin merkezli ve ulusal pazarda uzun yıllar hâkimiyeti elinde tutan yayın platformudur. Yalnızca Çin’de hizmet veren Youku (Youku 2025), bir diğer Çin merkezli yayın platformu olan iQIYI’nın pazar hâkimiyetini genişletmesiyle ulusal pazarda ikinci sıraya düşmüştür. Tüm dünyadan erişime açık olan iQIYI, Çince, İngilizce, Endonezyaca, Tamilce ve Vietnamca hizmet sunmaktadır (iQIYI 2025).

Bir diğer Çin merkezli ve uluslararası pazarda da hâkimiyet alanı oldukça geniş olan yayın platformu Tencent Video’dur. 2011’de kurulan Tencent Video, Mandarin, İngilizce, Tayca, Endonezyaca, Hintçe, Japonca, Korece, Portekizce, İspanyolca, Arapça ve Vietnamca hizmet sunmaktadır (Tencent Video 2025).

Peacock, 2020 yılında kurulan Amerika merkezli dijital yayın platformudur. Ocak 2025 itibariyle, 36 milyon ücretli abonesi bulunan Peacock henüz Türkiye’den erişime açık değildir (Peacock 2025).

Bir diğer Amerika merkezli platform, 2014 yılında CBS All Access adıyla kurulan sonrasında Paramount+ adını alan yayın platformudur. 2024 sonu itibariyle 72 milyon kullanıcıya sahip olan Paramount+, 10 farklı dilde hizmet vermektedir. Toplam 28 ülkeden erişime açık olan Paramount+ henüz Türkiye’den erişime açık olmadığı için Türkiye’de kullanılmamaktadır (Paramount Plus 2025). Türkiye’de aktif bir dijital yayın platformu olan BeIN Connect TOD, Paramount+’a ait içeriklerin kendi platformunda yayınlanması için anlaşma yapılmıştır. Böylece Paramount+ içeriklerine, BeIN Connect TOD platformu aracılığıyla Türkiye’den erişim sağlanmış olacaktır (Akbaş 2025).

Bir diğer Amerika merkezli yayın platformu ise Sling TV’dir. Sling TV, 2015 yılında kurulmuş ve kurulduğu günden beri ABD ve Porto Riko’da hizmet vermektedir (Sling TV 2025).

Yine 2015 yılında kurulan Amerika merkezli dijital yayın platformu olan Curiosity Stream, sınırlı sayıda ücretsiz içerik sunmakta, içerik havuzunun tamamına erişmek için ücretli üyeliğe yönlendirmektedir. Dünya çapında erişime açık olan Curiosity Stream, İngilizce arayüz ve içerik hizmeti sunmaktadır (Curiosity Stream 2025).

Film Box, 2005 yılında Çek Cumhuriyeti ve Slovakya’da, 2007’de Polonya’da, 2008’de Romanya’da, 2009’da diğer Doğu Avrupa ülkelerinde ve 2021’de Hollanda’da erişime açılarak Batı Avrupa’da yayın yapmaya başlayan platformdur. Türkiye’de de erişime bir süre açık kalmış olan platform, Mayıs 2024 tarihi itibarıyla Türkiye erişimini sonlandırmıştır. 2025 yılı itibarıyla Doğu Avrupa ülkeleri arasından Macaristan, Polonya ve Romanya üzerinden giriş imkânı sunulmaktadır (Film Box 2025).

iflix, Malezya merkezli dijital yayın platformudur. Hem ücretsiz hem de abonelik tabanlı erişim sunan iflix, Malezya, Endonezya, Filipinler ve Vietnam üzerinden erişime açık olup kısıtlı pazar hâkimiyetinde başarılı bir yükseliş gerçekleştirmiştir (iflix 2025).

Showmax, 2015 yılında Güney Afrika’da kurulan dijital yayın platformudur. Yalnızca Afrika bölgesindeki 44 ülkede erişim sunan Showmax ulusal pazarda, uluslararası pazar hâkimiyeti oldukça geniş olan Netflix gibi platformları geride bırakan bir başarı elde etmiştir (Showmax 2025).

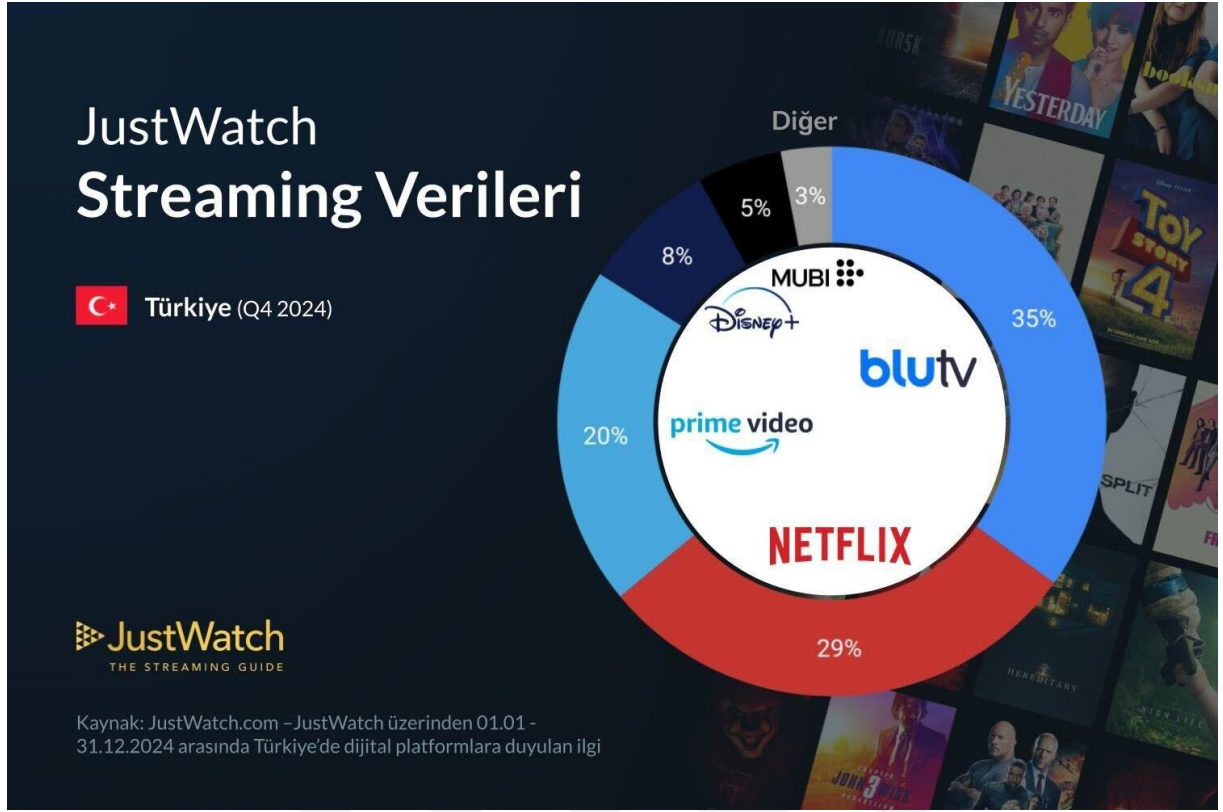
Hulu, 2007 yılında, The Walt Disney Company ile NBC Universal tarafından kurulan dijital yayın platformudur. Küresel bir yayın anlayışından ziyade ulusal bir yayın anlayışını benimseyen Hulu, yalnızca ABD’deki ve Japonya’daki izleyicilere hizmet vermektedir. Orijinal yapımlarından oldukça ses getiren, *The Handmaid’s Tale*, 2017’de Emmy’de En İyi Dizi Ödülü’nü kazanmıştır. Farklı yıllarda aldığı ödüllerle 15 Emmy sahibi bir dizi olan *The Handmaid’s Tale*, Amazon ve Netflix gibi diğer daha bilinen ve ödül alması da beklenen platform dizilerinin önüne geçmiştir. Platformun *The Handmaid’s Tale*, *Ramy*, *Normal People* gibi popüler dizileri, ülkelerin kendi platformlarında yer alabilmektedir. Söz konusu dizilere Türkiye’de BluTV’den erişilebilmektedir (Medin, Kaymak 2022: 87-88).

Hulu’nun çıkışı, “dün gecenin televizyonu” mottosuyla, bir önceki gün televizyonda yayınlanan programların ertesi gün kütüphanesine eklenmesiyle olmuştur. Bu yaklaşım, tıpkı dizileri haftada bir bölüm reklamı yayınlama politikasında olduğu gibi, diğer dijital yayın platformlarına kıyasla Hulu’yu biraz daha geleneksel medyanın dinamiklerine yaklaştırmaktadır (Osur 2016: 177-178). 2024 yılı itibarıyla 51 milyon kullanıcıya sahip olan Hulu, Türkiye’den erişim imkânı tanımasa da BluTV üzerinden erişilebilen içerikleri ile diğer platformlara nazaran daha çok bilinmektedir (Hulu 2025).

Yukarıda örnekleri verilen, Türkiye’den erişim imkânı olmasa da kendi ulusal pazarlarında ve erişime açık oldukları uluslararası pazarda başarılı olan dijital yayın platformlarının yanı sıra, başarısız olan ve kapanan dijital yayın platformları da bulunmaktadır. Yahoo Screen bunlardan biridir. 2011’de, Yahoo tarafından kurulan Yahoo Screen, Netflix’i ve Amazon’u örnek alarak Yahoo’nun *House of Cards* ya da *Transparent* gibi etkili olacak kendi orijinal dizisini bulmak üzere eski ünlü televizyoncuları görevlendirmiştir. Fakat içerikler, hem nitelik hem de nicelik olarak, kullanıcıları çekmeye yetmemiştir.

Çekse dahi içerik azlığından kullanıcıları platformda tutamamıştır. 2015 yılında, orijinal yapımları olan *Other Space*, *Sin City Saints* ve *Community* dizilerini yayından kaldırılmıştır. Gelecekte tekrar denemenin yolunu kapamayan Yahoo Screen, en azından ilk denemesinde başarısız olmuştur. Sonrasında Hulu ile anlaşma sağlayarak onun kütüphanesinden de yararlanacağı Yahoo View duyurulsa da platform 2019 yılında tamamen kaldırılmıştır (Osur 2016: 182). Geçmiş zamanlardan başarısızlıkla sonuçlanan Türkiye’den ilk girişimler olarak da sayılabilecek Star Dijital ve Cine+ Dijital anılabilir. 1999 yılında, “Yeni Çağın Eğlence Kültürü” sloganıyla dijital platform olarak kurulan Star Dijital 2002 yılında kapanmıştır. Aynı yıl “İkinci Televizyon Devrimi” sloganıyla kurulan Cine+ Dijital de yayın hayatına 2002 yılında son vermiştir.

Bütüne bakıldığında, hem geleneksel hem dijital medyanın bir pazar olduğunu unutmamak gerekmektedir. Bu pazarda yer alabilmek ve tutunmak için pek çok doğru strateji geliştirmek gerekmektedir. Pazarda yer alan ve kendi elini güçlendiren dev şirketler artık tüm dünyaya yayılan kültürel ürünlerin denetimini yapmaktadır. Söz konusu küresel hâkimiyet, egemen güçlerin stratejilerini tüm dünyaya yaymaları için de bir fırsattır (Koç Akgül, Pazarbaşı 2018: 14). Dijital yayın platformları içerisinde de başarılı olan örnekler sayıca çoktur ve gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Türkiye’den erişime açık olan aktif dijital yayın platformlarının 2024 yılı itibariyle pazar paylarına bakıldığında, BluTV’nin %35, Netflix’in %29, Amazon Prime Video’nun %20, Disney+’ın %8, Mubi’nin %5 pazar payı olduğu ve kalan %3’lük payın diğer dijital yayın platformları arasında dağıldığı görülmektedir. İlgili veriler doğrultusunda, BluTV’nin Türkiye’de en çok kullanılan dijital yayın platformu olduğu söylenebilir. Önceki yıllara ait verilerle kıyaslandığında, Netflix’in pazar payını %27’den %29’a, Amazon Prime Video’nun %19’dan %20’ye çıkardığı gözlenmektedir (Grafik 4; Aslan 2025).



Grafik 4: Justwatch verileri ile Türkiye’de dijital platformlara duyulan ilgi (Ocak - Aralık 2024) - (Aslan 2025)

Türkiye’de aktif olan dijital yayın platformlarının yerli yapım ve orijinal içerik sayıları göz önünde bulundurulduğunda BluTV, Netflix, Exxen ve Gain ön planda yer almaktadır. Netflix orijinal içerik üretimlerinde hem dizi hem film kategorilerinde üretim yapsa da BluTV ağırlıklı olarak yerli dizi üretimi yapmaktadır. Exxen, Acun Medya’nın yarışma ve televizyon programlarını da kapsadığı için diğer platformlara göre içerik sayısı bakımından öne çıkmaktadır. Gain de dizi ve belgesel üretiminde orijinal içeriklere yer vermektedir. Amazon Prime Video ve Disney+ Türkiye pazarında henüz yeni olduklarından yerli orijinal içerik sayısı olarak biraz daha geri planda kalmışlardır. PuhuTV ise yerli bir platform olmasına rağmen reklam temelli abonelik modeli kullanarak ücretsiz üyelik imkânı sunduğu ve buna bağlı olarak orijinal içerik üretimine ayırdığı bütçe kısıtlı olduğundan platformdaki orijinal içerik sayısı azdır. 2024 yılı itibarıyla Netflix’te 55, BluTV’de 62, Exxen’de 41, Gain’de 39, PuhuTV’de 6, Disney+’da 10 ve Amazon Prime Video da 3 yerli yapım içeriği bulunmaktadır (Aba 2024).

Bölümün alt başlıklarında, Türkiye’den erişime açık olan aktif dijital yayın platformları listelenmiş ve detaylandırılmıştır:

1.1.2.1. Amazon Prime Video

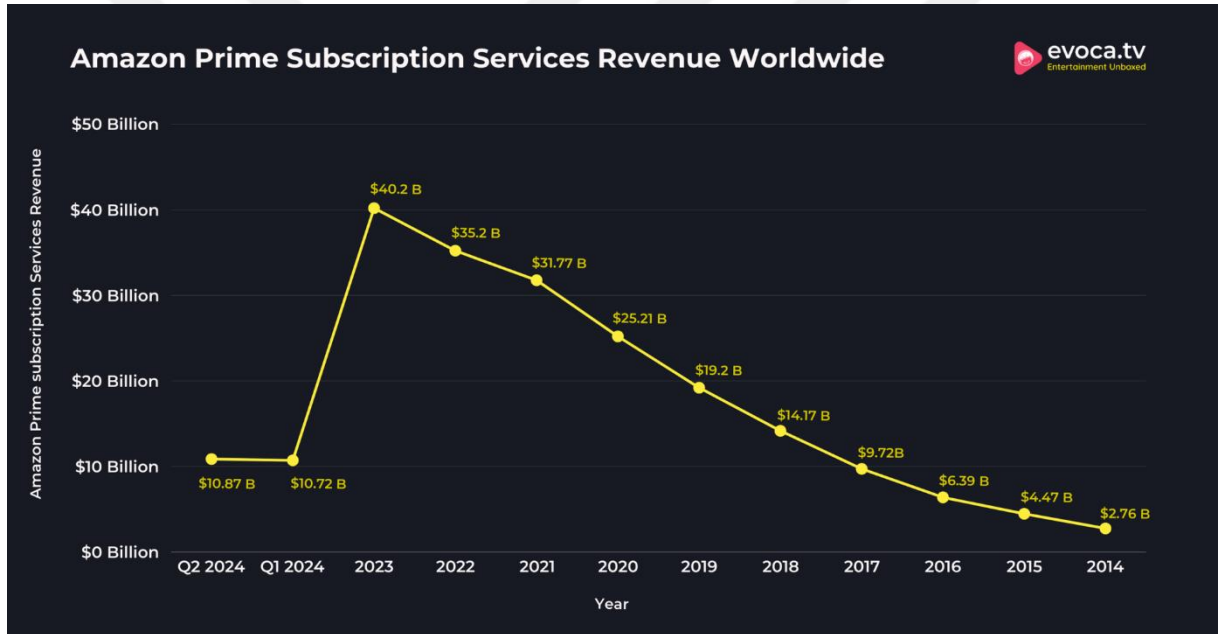
Amazon Prime Video, e-ticaret hizmeti sunan Amazon şirketinin prime üyelik seçeneği kapsamında sunduğu yayın platformudur. 2006 yılında kurulduğunda Amazon Unbox adıyla kurulan Amazon Prime Video, ilk etapta yalnızca abonelerin, filmleri kendi harici disklerine doğrudan kaydedebilmelerini sağlayan bir aracı olarak işlev görüyordu. 2008 yılında yayına başlayan Amazon Unbox, 2011 yılına gelindiğinde Amazon Instant Video adını alarak yeni bir marka kimliğiyle yayın hayatına devam etmiştir. Amazon Instant Video aracılığıyla Amazon üzerinden alışveriş yapan kullanıcılar, Prime üyelik almaya yönlendirilmiştir. Amazon Prime Video, ilk orijinal içeriği olan *Alpha House* dizisini, 2013 yılında izleyicilerle buluşturmuştur (Medin, Kaymak 2022: 83). Laura Osur, Amazon'un, Netflix'in aynı yıl gerçekleştirdiği orijinal içerik stratejisinin başarılı olduğunu gördüğünde aynı modeli uygulayarak bir tür içerik sendikacısı olarak hareket ettiğini ifade etmiştir. Amazon, orijinal içerik üretme stratejisinde iki aşamalı onay sürecini işletmektedir. İçeriğe ilişkin bir pilot bölüm talep eden Amazon, önce bu pilot bölümü izleyicilerle paylaşmaktadır. Kendi iç kurullarında değerlendirme yapmak yerine doğrudan izleyicinin tepkilerini almayı tercih etmektedir. Pilot bölüme ilişkin izleyici reytinglerine bakarak ve bazen izleyicilere pilot bölüme ilişkin açık uçlu sorular da yönlendirerek içeriğin beğenilip beğenilmediğini ölçmekte ve böylece içeriğin yayın sürekliliğini belirlemektedir. Pilot bölüm testini başarıyla geçerek üretilen *Alpha House*'dan sonra, *Betas* (2013) ve *Transparent* (2014) dizileri ile orijinal içerik üretimi süreklilik kazanmıştır (Osor 2016: 179-180).

Başlangıçta, zayıf bir içerik havuzuna sahip olan Amazon Prime Video, stratejik hamlelerini içerik havuzunu genişletmek üzere geliştirmiştir. Klasik eserlerin telif haklarını alarak içerik havuzuna eklemeye başlamıştır. Bu strateji yeni kullanıcıların abone olmasını sağlamış olsa da kalıcı üyeler yaratmak için yeterli olmamıştır. Stratejisini geliştirmek durumunda kalan Amazon, her yıl orijinal içerik üretimi için ciddi bir bütçe ayıracağını duyurmuştur ve orijinal içerik üretiminin, kalıcı üyeleri yaratma noktasında en önemli stratejilerden biri olduğunu kabul etmiştir. Fiyatlandırma aşamasında düşük fiyat stratejisi uygulayarak ve yıllık aboneliklerde yüksek oranda indirim fırsatı sunarak sadık kullanıcılar yaratmayı hedeflemişlerdir (Wang, Shi 2022: 1990). 2025 yılı itibarıyla, Türkiye pazarında, Amazon Prime Video aylık abonelik 39 TL, yıllık abonelik ise 390 TL olarak belirlenmiştir.

Amazon Prime Video'nun öne çıkan özellikleri olarak Watch Party ve X-Ray'den söz edilebilir. Watch Party, izleyicinin seyir esnasında diğer izleyicilerle sohbet etmesine olanak tanıyan bir uzantıdır. Bu uzantı, aynı zamanda yeni bir seyir kültürüne de kapı aralamaktadır; seyrin ardından gerçekleşen sohbetlerin ve tartışmaların aksine seyirle eş zamanlı olarak bir sohbet sürdürmek geleneksel seyir dinamiklerinin dışında bir durumdur. X-Ray ise seyir esnasında içerik durdurulduğunda, sahnedeki oyuncunun kim olduğu, sahnede çalan müziğin hangi parça olduğu gibi filmin oyuncularına, ekibe ya da filmin o sahne özelindeki özelliklerine dair bilgilerin görülmesini sağlayan bir eklentidir (Medin,

Kaymak 2022: 85-86). Bu eklenti izleyicinin araştırma yapmak için seyirden kopup arama motorlarına başvurmasını engellemekte ve izleyicinin ulaşmak istediği her bilgiye ulaşabileceği bir ortam yaratarak platformda kalma süresini uzatmakta ve garantilemektedir.

Amazon Prime Video ve Netflix, ABD pazarında %22'lik pazar payıyla liderliği paylaşmaktadırlar (Mosby 2025). Türkiye pazarında ise Amazon Prime Video, BluTV ve Netflix'in gerisinde kalmıştır. Amazon Prime Video'nun 2025 yılı itibarıyla dünya genelinde 200 milyondan fazla abonesi bulunmaktadır. Bu abone sayısı, 2019 yılında 150 milyon olan üye sayısına kıyasla %33,33'lük bir artışı göstermektedir. Amazon'un genel geliri, 2023'te 574,78 milyar dolarlık güçlü bir gelirin ardından, ilk üçteyde yaklaşık 434,39 milyar dolara ulaşarak yükseliş göstermiştir. Amazon'un 2025 yılı Ocak ayı itibarıyla güncellenen mali raporlarına göre şirketin cari geliri 637,95 milyar ABD dolarıdır (Marketcap Amazon 2025).

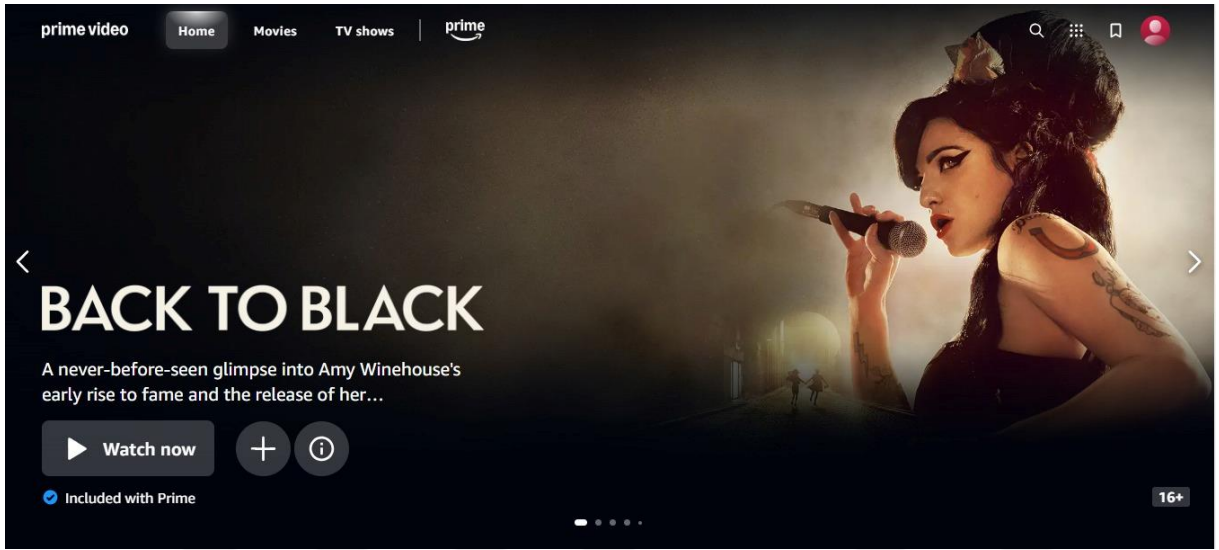


Grafik 5: Amazon Prime'in abonelik geliri 2024'ün 2. çeyreğinde 10,87 milyar dolar olarak kaydedildi (Gaines 2025).

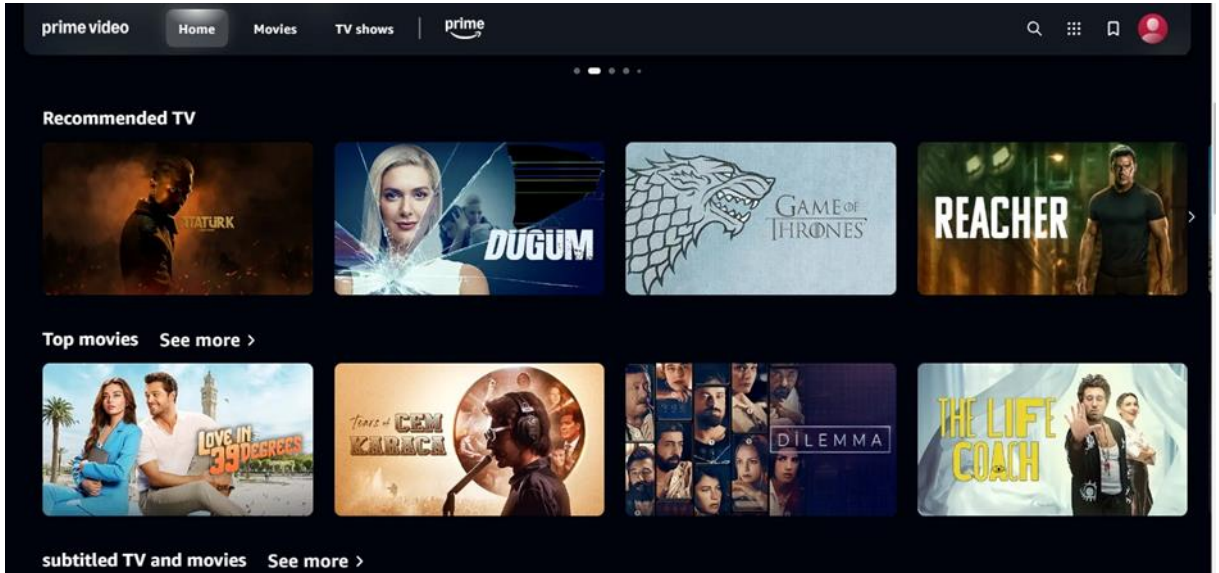
Aytaç Erdem, Mehmet Akif Kara ve Harun Dumlu, 2023 yılında yayınladıkları “Dijital Platform Tercihlerinin SWARA ve Gri İlişkisel Analiz Yöntemleri ile Değerlendirilmesi” başlıklı yayınlarında, dijital yayın platformlarının tercih edilmesinde etkili olan kriterleri belirleyerek Türkiye’de aktif erişimi olan platformları bu kriterlere göre sıralamışlardır. Kriter olarak üyelerin yorumlarını, abonelik seçeneklerini ve fiyatları, içerik dil ve tür çeşitliliğini, cihaz erişimini, indirilme sayısını ve yüklenme hızını belirleyen Erdem, Kara ve Dumlu, bu kriterleri SWARA ile analizleyerek önem sırasına göre sıralamışlardır. En yüksek önem değeri olan kriter içerik türü olarak belirlenmiştir. İlgili kriterleri Amazon Prime Video, BluTV, Disney+, Exxen, Gain, Netflix ve Mubi platformları üzerinden değerlendirdiklerinde, kriterler bazında en yüksek tercih edilebilirlik oranına sahip olan platformun

Amazon Prime Video olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Amazon Prime Video, içerik türü anlamında oldukça geniş bir havuza sahip olmasıyla öne çıkarken düşük fiyat stratejisi ile de diğer platformları geride bırakmaktadır (Erdem, Kara, Dumlu 2023: 91, 102).

Amazon Prime Video'nun arayüzüne bakıldığında, diğer platformların neredeyse tamamında olduğu gibi son çıkan ve yeni eklenen içeriklerin fragmanlarının bulunduğu kaydırıcı (slider) kullanıcıyı karşılamaktadır. Sayfanın devamında, önerilen ve en fazla puan alan içerikleri sıraladıkları kaydırıcılar ile izleyiciye çeşitli öneriler sunulmaktadır (Görsel 1, Görsel 2).



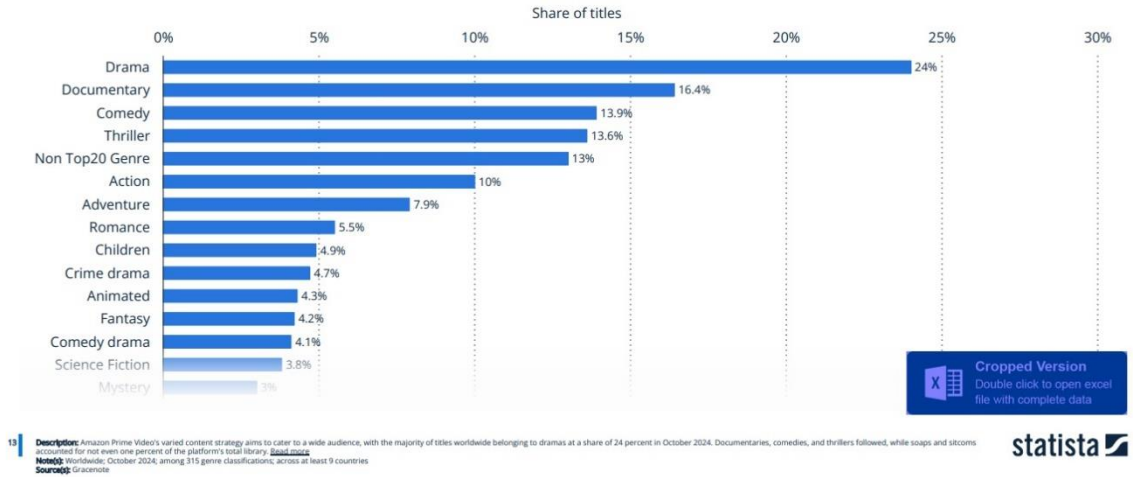
Görsel 1: Amazon Prime Video arayüz tasarımı (Amazon Prime Video Türkiye 2025)



Görsel 2: Amazon Prime Video arayüz tasarımı (Amazon Prime Video Türkiye 2025)

Platformun ilk yerli orijinal yapımı 2023 yapımı *Rüyanda Görürsün* filmidir. Platform orijinal içeriklerine *Bihter* (2023), *Arda Turan: Yüzleşme* (2024), *Mavi Mağara* (2024), *39 Derecede Aşk* (2024)

filmleri ile devam etmiş; 2024 yılında ilk orijinal yapım dizi içeriğini de yayınlamıştır. İlk orijinal yapım dizi olarak yayınlanan *Düğüm* (2024), her cuma yeni bölüm yayınlama stratejisiyle yayınlanmaya devam etmektedir. Amazon Prime Video, dizi seyir pratiklerinde, geleneksel medyadaki randevu modelini takip etmektedir. Bu anlamda izleyicilerin dijital yayın platformları ile tanıştığı aşırı izleme eylemine alan açmadığı söylenebilir. Platformun orijinal yapımlarında, Halid Ziya Uşaklıgil'in *Aşk-ı Memnu* romanının ana karakterlerinden olan ve daha önce geleneksel medyada yayınlanan roman uyarlamasında da öne çıkan Bihter karakterine odaklanan bir filmi tercih ederek yerli izleyicinin aşinalık duygusundan yararlanmak üzerine bir strateji yürüttüğü yorumu yapılabilir. Yine Arda Turan da hem yerli hem yabancı izleyiciler için tanıdık bir isim olmakla beraber Arda Turan'ın yaşamını ele alan belgeselin yerli izleyici özelinde aynı aşinalık duygusunu hedefleyen bir içerik olduğu söylenebilir. Platformun orijinal yapımlarında izlediği bir diğer strateji, Türkiye'deki ünlü oyuncuların yer aldığı içerikler üretmek olmuştur. Murat Boz, Kerem Bursin, Ayça Ayşin Turan, Furkan Andıç, Farah Zeynep Abdullah, Boran Kuzum, Bergüzar Korel gibi geleneksel medyada izleyiciler tarafından sıklıkla takip edilen oyuncular orijinal içeriklerde yer almıştır. Yapımların ağırlıklı olarak dram ve romantik türde içerikler olması da yine yerli izleyicinin izleme tercihleri doğrultusunda belirlenmiş bir stratejinin sonucudur (Grafik 6).



Grafik 6: Ekim 2024 itibarıyla Amazon Prime Video'daki içeriklerin dünya çapındaki dağılımı, türe göre (Statistics report about Amazon Prime Video 2025)

Amazon Prime Video'nun uyguladığı bir diğer strateji olarak platformun YouTube hesabı üzerinden yayınladıkları Prime Bi' Kapışma programına değinilebilir. Youtuber Efe Uygaç tarafından sunulan program, 2025 yılı itibarıyla haftalık olarak yayınlanmaya başlanmıştır. Sude Belkis, Ogün Alibaş, Ali Biçim, Ecenaz Üçer gibi sosyal medya ünlülerinin konuk alındığı programda, kısa süreli yarışmalarla (en ağır valizi yapma, görsele en komik yorumu yazma gibi) en yüksek puanı alan yarışmacının belirlendiği bir format takip edilmektedir (Prime Bi' Kapışma 2025). Amazon Prime

Video'nun bu stratejisiyle sosyal medya ünlülerini takip eden 13-20 yaş aralığındaki izleyici kitlesinin ilgisini çekmeyi hedeflediği yorumu yapılabilir.

1.1.2.2. Mubi

2007 senesinde The Auteurs adıyla, Amerika'da, Efe Çakarel tarafından kurulan Mubi, 195'den fazla ülkede hizmet vermektedir. "İtinayla film seçeriz." sloganıyla yola çıkan Mubi, izleyicilerine, sinemanın değerli filmlerine erişim kolaylığı ve seçkin bir öneri havuzu vaat etmektedir. Efe Çakarel, havaalanındaki uzun bir bekleyiş esnasında izlemek istediği fakat yasal yollarla erişim imkânı bulamadığı *In the Mood for Love* (Wong Kar-wai, 2000) filmini izleyemeyişi üzerine, klasik filmlere erişim sağlamadaki eksikliği fark etmiştir. Böylece temeli atılan Mubi, kütüphanesine her gün bir yeni film ekleyerek süreç içerisinde geniş bir film havuzu oluşturmuştur. Mubi'yi diğer dijital yayın platformlarından ayıran, bir tür küratörlük sistemiyle yürütülüyor olmasıdır. Mubi'nin içerikleri ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir; söz konusu küratörlük bölgeye uygun filmlerin seçilmesini kapsamaktadır. İçeriklerin seçiminde The Criterion Collection ve World Cinema Foundation'un arşivlerini kullanan Mubi, hem marka kimliğini hem de bölgeler özelinde uygunluğu ölçüt olarak belirlemiştir (Medin, Kaymak 2022: 102-104). İçeriklerin seçimi esnasında küratöryel bir yaklaşım sürdüren Mubi'nin kürasyon ekibi New York'taki ve Paris'teki ofislerde süreci yönetmektedirler. Her bir seçim üzerinde uzun tartışmalar yürüten ekip, küratöryel yaklaşımın gereği olarak, klasik ya da yeni, ana akım ya da bağımsız, usta yönetmen ya da ilk film fark etmeksizin her bir içeriğe ön yargısız yaklaşarak seçim yapmaktadırlar (Türkyılmaz 2023: 2005).

Mattias Frey, *Mubi and the Curation Model of Video on Demand* kitabında, Mubi'nin gelişimini üç ayrı döneme ayırarak incelemiştir. 2007-2012 yılları arasını Mubi'nin ilk dönemi olarak tarihlemiş; ilk dönemde auteur vizyonunun ön planda olduğunu ve finansal kaygıların geri planda kaldığını belirtmiştir. 2012-2020 yılları arasındaki ikinci dönemde, Mubi kısmen reklam destekli olan modelinden reklamsız bir modele geçiş yapmıştır. İlk kez bu aralıkta, 2019 yılında, *Port Authority* filmi ile prodüksiyonel anlamda da girişimlerde bulunmuştur. Mubi, 2020 sonrasını karşılayan üçüncü dönemde, kullanıcı sayısında pandemi kaynaklı bir artış yaşamıştır. Bu dönemde her gün bir yeni filmi günün filmi olarak duyurma stratejisine geçen Mubi, orijinal içerik üretimi üzerine çalışmalarını yoğunlaştırmıştır (akt. Şahin 2024: 392). Efe Çakarel, Mubi'nin neden yapım işine girmesi gerektiğini ve dijital yayın platformları arasındaki rekabeti anlatırken yeni seyir pratiklerini ve endüstriyel dönüşümleri işaret etmiştir. Çakarel, Alfonso Cuarón'un bir filmini Netflix yaptığında yalnızca Netflix'te gösterildiğini ve bunun Netflix için iyi bir ivme demek olduğunu ifade ederken "O zaman Mubi yapsın ki biz

izleyicilerimizle buluşturabilelim” düşüncesiyle orijinal yapım işine girmenin bir gerekliliğe dönüştüğünün altını çizmiştir (BBC News 2020).

Efe Çakarel, verdiği bir röportajda Netflix ile Mubi arasındaki düşünsel farklılığı şöyle aktarmıştır (Yahşi 2021):

Cannes Film Festivali’nde altı-yedi kişi yemek yiyoruz. Ted Sarandos, Netflix eş-CEO’su yanımda oturuyor. Ne dedi biliyor musunuz? “Ne seyrettikleri önemli değil, yeter ki seyretsiner” dedi. Ve bu konuda çok iyiler, şapka çıkartmak lazım, dünyanın en değerli entertainment şirketi şu anda. Ben hiçbir zaman Netflix kadar büyümeyeceğim ama benim ne seyrettirdiğim önemli.

Çakarel, 2015 yılında Türkiye’de seyir kültürünün henüz hala geleneksel pratikleri takip ettiğini ve bu kültürün Netflix ile beraber dönüşüm geçirdiğini ifade etmiştir. İzleyicilerin içerik izlemek için belirli bir ödeme yapmayı kabul etme noktasına gelmeleri, Mubi için de kolaylaştırıcı bir alan açmıştır. Mubi, bu anlamda Netflix ile kendini farklı kulvarlara konumlandırmakta, dijital yayın akışı oluşturma anlamında Netflix veya diğer dijital platformlarla bir rekabet içerisine girmemekte, onları sanatsal anlamda tamamlamak gibi bir misyonu üstlenmektedir (Türkyılmaz 2023:1994).

Mubi, ilk etapta Celluloid Film ile anlaşmış ve Celluloid Film belirli bir paya karşılık arşivinde bulunan filmleri Mubi ile paylaşmıştır. Sonraları Dünya Sinema Vakfı (World Cinema Foundation) ve kurucusu Martin Scorsese, klasik bir seri filmi – bu filmlerin içerisinde Metin Erksan’ın *Susuz Yaz* (1963) filmi de yer almaktadır – restore ederek Mubi kütüphanesine aktarmıştır. Bu gelişmenin akabinde, Cannes Film Festivali’nde Martin Scorsese ile gerçekleştirilen basın toplantısının ardından platform yükselişe geçmiştir (Türkyılmaz 2023:1990).

Dijital yayın platformları arasında sanat sinemasına odaklanan ve yalnızca film yayınlayan dijital yayın platformu olarak ayrıışan Mubi (Şahin 2024:391), küratörlük modeliyle, her bir ülke için algoritmik verilere bakarak popüler olan türleri belirlemekte ve her ülke için ayrı bir günün filmini yayınlamaktadır. Mubi’nin bu yöntemi, o gün yayınlanan filmin bir tür prömiyer hissi içerisinde gösterilmesini sağlamaktadır (Şahin 2024: 392). 2022 yılında, Tayfun Pirseliimoğlu’nun yönetmenliğinde çekilen *Kerr* (2020) filmi ve Selman Nacar’ın yönetmenliğinde çekilen *İki Şafak Arasında* (2021) filmi Mubi üzerinden düzenlenen çevrimiçi bir gala ile izleyicilerle buluşmuştur. Platform üzerinden Reha Erdem gibi önemli yönetmenlerle filmler üzerine söyleşiler düzenleyen Mubi, sinema salonlarında, galalarda ve özel buluşmalarda gerçekleşen sosyallik anlarını da dijitale taşıyarak

dijital seyir kültürünü farklı yönlerden desteklemektedir (Türkyılmaz 2023: 1999). Mubi'nin içerikleri seçerken uyguladığı yöntemlerden biri de belirli bir tema çerçevesinde seçkiler hazırlamaktır. Bu noktada ünlü yönetmenlerin doğum günlerinde ya da ölüm yıl dönümlerinde retrospektiflere, uluslararası festivallerde gösterilmiş filmlere yer vermek ve Kadınlar Günü, Sevgililer Günü gibi özel günlerle ilişkili koleksiyonlar oluşturmak gibi yollar izlemektedirler. Filmlerin tamamına ekledikleri Bizim Yorumumuz bölümünde küratörün yorumu olarak nitelenebilecek görüş metnine yer vermektedirler. Bu görüşleri, filmin açıklamalı özetinden ziyade filmin entelektüel ve sanatsal yaklaşımına ilişkin kısa bir yorum olarak izleyiciye sunmaktadırlar (Smits, Nikdel 2019).

Hakan Ün, “Oryantalizm Perspektifinden Mubi'nin Editoryal Film Yorumları Üzerine Bir İnceleme” başlıklı çalışmasında, Mubi platformunda yer alan filmlerin sayfalarındaki Bizim Yorumumuz bölümlerini karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Ün'ün çalışmasında sunduğu sonuçlara göre, bazı filmlerin Türkçe arayüzünde ve İngilizce arayüzünde kullanılan yorumların farklılık taşıdığı tespit edilmiştir. İngilizce arayüzde yer alan yorumlarda, Batılı izleyicilere yönelik bir tutumun sergilendiğini, Türkiye'ye yönelik kalıplaşmış oryantalist bakış açısını doğrulayacak ve destekleyecek ifadelerin kullanıldığını ortaya koyan Ün, sekiz adet filmin yorumları üzerinden analizlerini sunmuştur. Türkçe arayüzde yer alan yorumlarda daha çok filmin önemli festivallerdeki başarısına ve ödüllere, yönetmenin filmografisindeki önemine ilişkin bilgilerin aktarıldığı kaydedilmiştir. İngilizce arayüzde Our Take olarak adlandırılan yorum bölümünde, Türkiye'yle ilgili bir takım değerlendirmelerin yer aldığı, daha çok negatif algıya yönelik ifadelerin kullanıldığı, despotik yönetim, kapalı toplum gibi doğuya atfedilen nitelikleri öne çıkararak oryantalist yorumların yapıldığı bulgulanmıştır (Ün 2024: 139-152).

Kurulduğu ilk andan itibaren küresellik odaklı olan Mubi, film kültürünü tanıtmaya odaklanmış bir platform olarak pozisyonunu korumaktadır. Oluşturduğu her gün bir yeni film felsefesiyle otuz günlük içerik katalogları oluşturan ve süresi dolmak üzere olan içerikleri kaçırmaması için izleyicilerini uyaran platform, ekonomik kısıtlılıklara bağlı olarak kalıcı bir içerik havuzuna erişimi sürekli sağlamak yerine belirli aralıklarla güncellenen bu dinamik yöntemi tercih etmiştir. Bu tercih Mubi'yi diğer tüm dijital yayın platformlarından ayırmaktadır (Smits, Nikdel 2019).

Mubi'nin abonelerine sunduğu bir diğer hizmet ise Notebook katalogudur. Aboneler katalog aracılığıyla filmler ve festivaller hakkında bilgi edinebilmekte ve çeşitli filmler hakkında makaleler okuyabilmektedirler. Dijital olarak yayınlanan ve İngiltere'de yılda iki kez de basılan Notebook katalogu, sınırlı sayıdaki baskısıyla koleksiyonerler tarafından takip edilen ve arşive eklenen birer çıktı olarak sunulmaktadır (Türkyılmaz 2023: 2000). Ek olarak Mubi uluslararası festivallerde gösterilen filmler hakkında bilgi sağlamak için bir çevrimiçi blog oluşturmuştur (Smits, Nikdel 2019: 26-27).

Mubi ayrıca platformunda kısa filmlere yer vererek gösterim ağı sinema salonları özelinde kısıtlı olan kısa filmlere alan açmıştır. Platformda yer alan Türk kısa filmleri çok çeşitli ve zengin bir seçki sunmaktadır (Aşılıoğlu 2024: 1060).

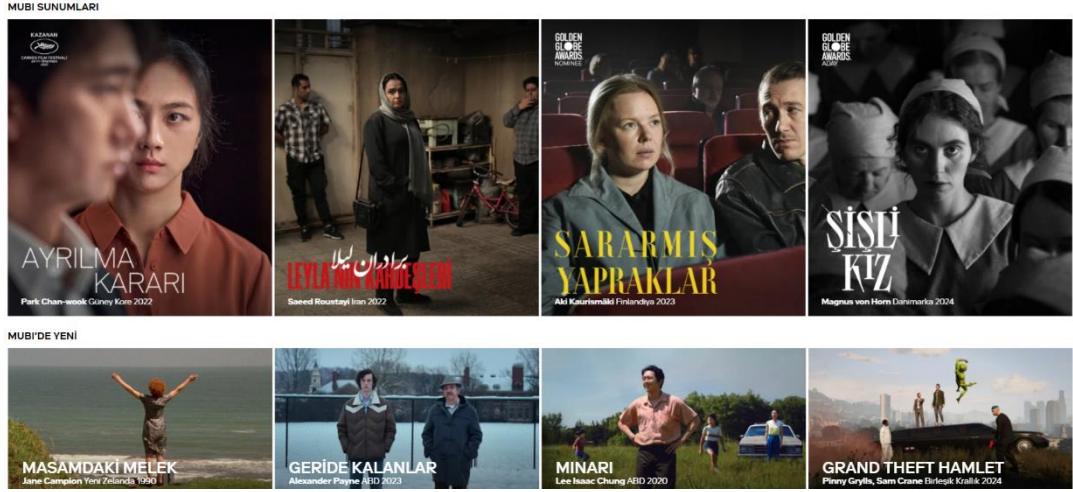
2024 yılı Kasım ayında Mubi Türkiye bir sansür ile karşı karşıya kaldığını duyurmuştur. Mubi FEST adıyla duyurdukları festival kapsamında hazırladıkları seçkide, açılış filmi olarak belirledikleri Luca Guadagnino'nun yönetmenliğini üstlendiği *Queer* filminin, Kadıköy Kaymakamlığı'nın tebliğiyle gösteriminin yasaklandığını duyurmuş ve bu yasak üzerine festivali gerçekleştirilmemişlerdir. Kaymakamlığın provakatif bir içeriğe sahip olduğu gerekçesiyle filme ve gösterime uyguladığı sansürü platform, "Bu yasak kararının, sanatı ve ifade özgürlüğünü kısıtlayan bir müdahale olduğuna inanıyoruz." şeklinde yorumlamıştır (BBC News 2024).

Mubi'nin 2025 yılı itibariyle toplam abone sayısı yaklaşık 16 milyon olarak bildirilmektedir. Türkiye özelinde güncel abone sayısı hakkında kesin bir bilgi bulunmamakla beraber pazar payının %5 olduğu bilinmektedir (Aslan 2025).

İlk yedi gün ücretsiz üyelik imkânı sunan Mubi, 2025 yılı itibariyle, aylık 169 TL, yıllık 1500 TL üzerinden iki abonelik seçeneği sunmaktadır. Ayrıca üniversite mailleri ile kaydolan öğrenciler için aylık 99 TL ücretli öğrenci indirimli abonelik seçeneği de bulunmaktadır (Mubi Türkiye 2025).



Görsel 3: Mubi arayüz tasarımı (Mubi 2025)



Görsel 4: Mubi arayüz tasarımı (Mubi 2025)

Mubi'nin arayüzü de tıpkı diğer platformlarda olduğu gibi ilk başta filmlerden kısa video kesitlerine yer vermektedir. Sayfanın en başında günün filmine ait tanıtım videosu yer almakta, sayfa aşağı doğru kaydırıldığında, Mubi Sunumları, Mubi'de Yeni, Koleksiyon – bu serinin içeriği değişmekle birlikte Mart 2025'te Oscar sezonu sebebiyle Oscar Ödüllü Performanslar koleksiyonu yer almaktaydı – Popüler, Küratörün Sahnesi, Sana Özel Öneriler, Seçki – bu serinin içeriği de değişmekle birlikte Mart 2025'te Şerif Gören seçkisi yer almaktaydı – Biz Bize, Mubi Top 1000, En Yeni En İyi, Uzun Kısalar gibi daha pek çok tematik kategorilendirmeye ait öneriler yan yana bulunmaktadır (Görsel 3, Görsel 4).

1.1.2.3. BluTV

Türkiye'de enerji, sanayi, otomotiv ve medya alanlarında faaliyetlerini sürdüren Doğan Holding tarafından finanse edilerek holding bünyesindeki Doğan Medya tarafından 2016 yılında kurulan BluTV, "Türkiye'nin İnternet Televizyonu" sloganıyla yayın hayatına başlamıştır (Dikkol 2020: 486-487). Platformun kurucusu Aydın Doğan Yalçındağ, kuruluş aşamasında 100.000 aboneyi hedeflediklerini, fakat ilk etapta 7.000 abone ile hedeflerinin çok altında kaldıklarını ifade etmiştir. Abone sayısındaki artış, 2017 yılında izleyiciyle buluşturulan ilk orijinal yapım *Masum* dizisi ile olmuştur. Yalçındağ, bu artışla, izleyicinin asıl beklentisinin televizyondan farklı bir anlatı ve orijinal hikâyeler olduğunu anladıklarını ifade etmiştir. BluTV ilk başta bir aile sermayesi ile başlamış olsa da sonrasında abonelik ücretleri ve dış ülke yatırımları ile var olan sermayesini güçlendirmiştir. Ortadoğu'da 2018 yılında yayın hayatına başlayan BluTV Arabic kanalı dış yatırımlara örnek verilebilir. BluTV ulusal sınırların dışına çıkarak yatırımlarını ve marka kimliğini genişletmiştir (Dikkol 2020: 491). 2021 yılına gelindiğinde, BluTV hisselerinin %35'ini Discovery Inc. satın almıştır. İki platformun içeriklerini karşılıklı olarak kendi mecralarında yayınlama anlaşmasına da böylece imza atmışlardır (Medin, Kaymak 2022: 93-95).

2023 yılında ise hisselerin tamamını Warner Bros Discovery satın almıştır. BluTV CEO'su ve Warner Bros Discovery'nin Türkiye kanallarından sorumlu başkan yardımcısı Deniz Şaşmaz Oflaz, Londra'da düzenlenen bir etkinlikle, HBO Max'ın Türkiye'de yayın hayatına başlayacağını ve BluTV içeriklerinin de bu platformda yer alacağını duyurmuştur (Özdemir 2024). BluTV resmi X hesabından yapılan açıklamayla da BluTV'nin isim değişikliğine uğrayarak 2025 baharında Max ismiyle yayın hayatına devam edeceğini ve mevcut üyeliklerin geçerliliklerini koruyacağını duyurmuşlardır (BluTV X 2025).

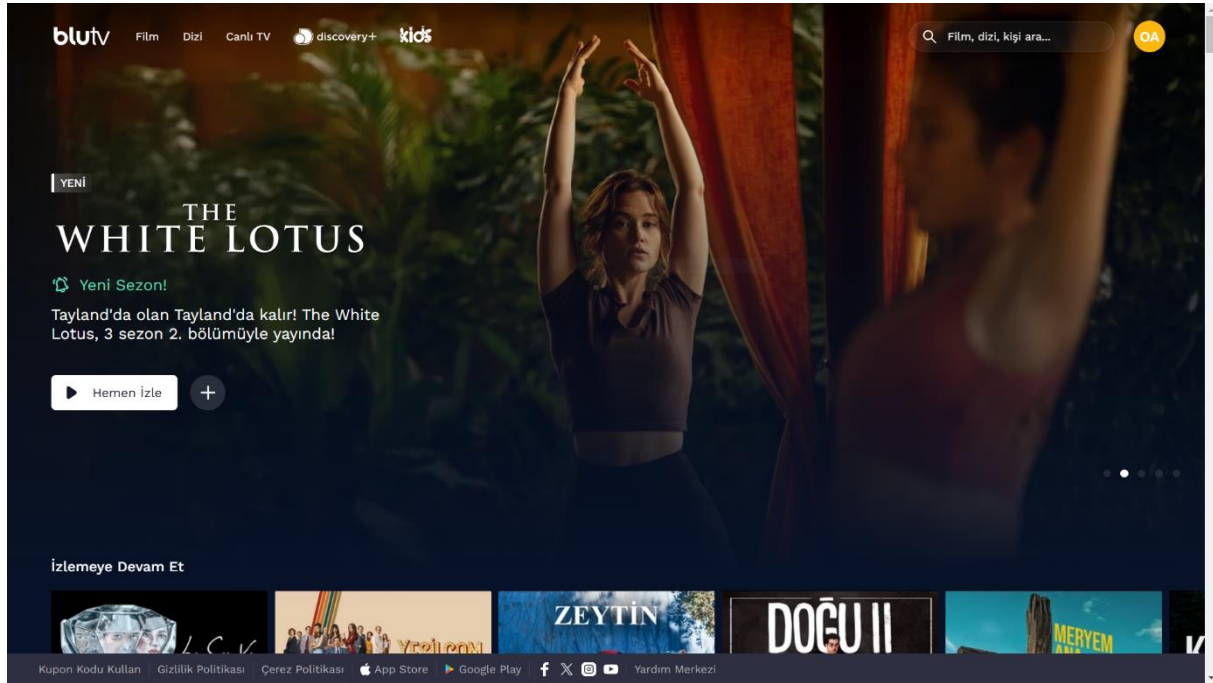
BluTV'de 2016-2020 yılları arasında içeriklerden sorumlu drama müdürü olarak görev yapan Sarp Kalfaoğlu, içeriklerin şekillendirilmesi sürecinde Türkiye televizyon izleyicisinin davranışlarını incelediklerini ve ulusal kanalları takip etmeyen, internet üzerinden yabancı dizi tüketen bir kitlenin var olduğunu keşfettiklerini ifade etmiştir. Ulusal kanallardaki içerikleri bu kitleyi de kapsayacak şekilde geliştirdikleri bir içerik üretimini hedef olarak belirlediklerini aktarmıştır. *Masum* (2017), *7 Yüz* (2017), *Bartu Ben* (2018), *Bozkır* (2018) gibi diziler bu hedef doğrultusunda üretilen içeriklerdir (Dikkol 2020: 494). Kalfaoğlu, dijital platformların yeni gündeme geldiği zamanda çok da geç olmadan bir girişim olarak öne çıkan BluTV'nin bu erken adım sayesinde dijitali keşfetmek için vakti olduğunu ve bunu da avantaja çevirdiklerini de belirtmiştir:

BluTV'deki ilk görevlerimden biri, ürünün editoryelini düzenlemektir. Hafta sonu izleyiciye ne sunulacak, gündüz hangi içerikler ön plana çıkarılacak gibi bir sorumluluğu vardı bu işin ve benim gibi film izlemeye meraklı biri için çok keyifli bir uğraştı. 2016 yılının başıydı ve arşivimizdeki içerik sayısı yüksek değildi. Abonemiz de az olduğundan, benim deneme yapmak için genişçe bir alanım vardı. Arada niş şeyleri anasayfaya çekip, reaksiyonu ölçüyordum. Kısa süre sonra şöyle bir çıkarım yapma imkânı buldum: İnternette dizi, film izlemek için para verecek kimse, farklı şeyler keşfetmeye açıktı. Taze ve anaakım dışında klasikler ve sanat filmleri bazen çok olumlu sonuçlar verebiliyordu. Tabii elimde büyük bir denek havuzu yoktu ama dedim ya, o zamanlar BluTV dutluktuk ve biz yeni şeyler denemekten korkmayan bir ekiptik (Kalfaoğlu 2024).

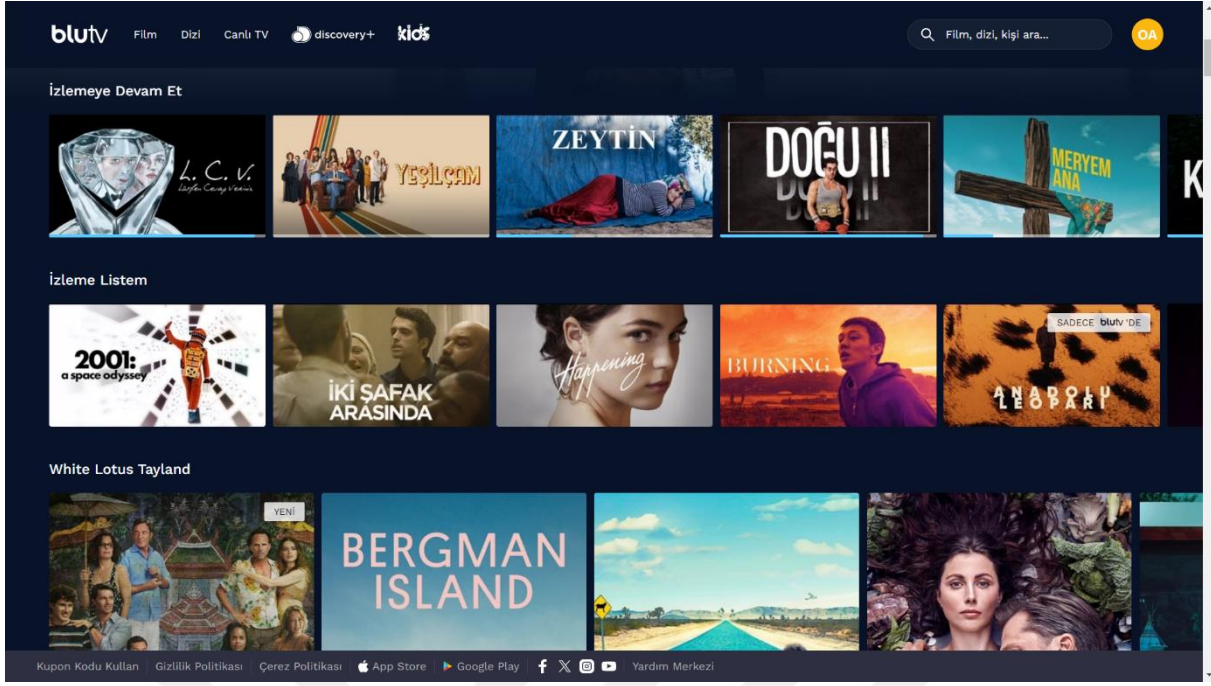
BluTV, Netflix'in aksine tüm bölümleri tek seferde yayınlamamaktadır. Bu anlamda geleneksel medyanın pratiklerini sürdürdüğü ve aşırı izleme kültürünü teşvik etmediği, bunun yerine izleyicileri dizi süresi boyunca kalıcı olarak platformda tutmayı hedeflediği söylenebilir.

BluTV, sinema salonlarının kapalı olduğu pandemi sürecinde, Başka Sinema ile birlikte hareket etmiş ve kirala izle modelini uygulayarak gösterime girmemiş filmleri platforma eklemiştir. Bu filmlerden elde edilen gelirin bir kısmını sinema salonlarına aktarma taahhüdünde bulunan BluTV, hem izleyicilerin var olan ve doğrudan erişilen diğer içerikleri tüketmeyi tercih etmesi hem de sinema salon işletmecilerinin eleştirel tepkisi nedeniyle bu uygulamada büyük bir başarı ve ivme kaydedememiştir (Erkılıç, Duruel Erkılıç 2021: 113).

Platform arayüzünde, diğer pek çok platformda olduğu gibi ilk önce yeni ve öne çıkan içeriklerin fragmanlarının yer aldığı kaydırıcı bulunmaktadır. Hemen altında kullanıcıların daha önceki seyirlerinde yarım bıraktıkları dizi ve filmlerin sıralaması, onun da altında izleme listesi ve en çok izlenen içeriğe benzeyen diğer içeriklerin önerildiği liste yer almaktadır (Görsel 5, Görsel 6).



Görsel 5: BluTV arayüz tasarımı (BluTV 2025)



Görsel 6: BluTV arayüz tasarımı (BluTV 2025)

BluTV'nin güncel abonelik ücreti, 2025 yılı itibarıyla, yıllık aboneliklerde ayda 99.90 TL olarak duyurulmuştur. 10.000 saatten fazla yerli ve yabancı popüler içeriği, canlı yayın kanalları ve Discovery+ içerikleri ile birlikte sunan BluTV'nin güncel abone sayısı hakkında kesin bir bilgi bulunmamaktadır. Ancak, 2024 yılının ilk çeyreğine ait verilere göre, BluTV Türkiye'de %35 pazar payına sahip olup, en çok aboneye sahip dijital platformdur (Aslan 2025).

1.1.2.4. PuhuTV

2016'da, Doğuş Yayın Grubu tarafından kurulan PuhuTV, ücretsiz bir dijital yayın platformudur. Geleneksel medyanın dinamiklerini yer yer tekrarlayan PuhuTV'de belirli aralıklarla seyri bölünmüş ve izleyicilerin dilediği gibi atlayamadığı reklamlar buna örnektir (Medin, Kaymak 2022: 97). Abonelerine ücretsiz erişim imkânı sunan PuhuTV, reklam temelli bir iş modeli üzerine kurulmuştur. AVoD (Ad-Based Video on Demand) olarak nitelenebilecek iş modeli, izleme süresi üzerinden verilerini kaydedebilmektedir.

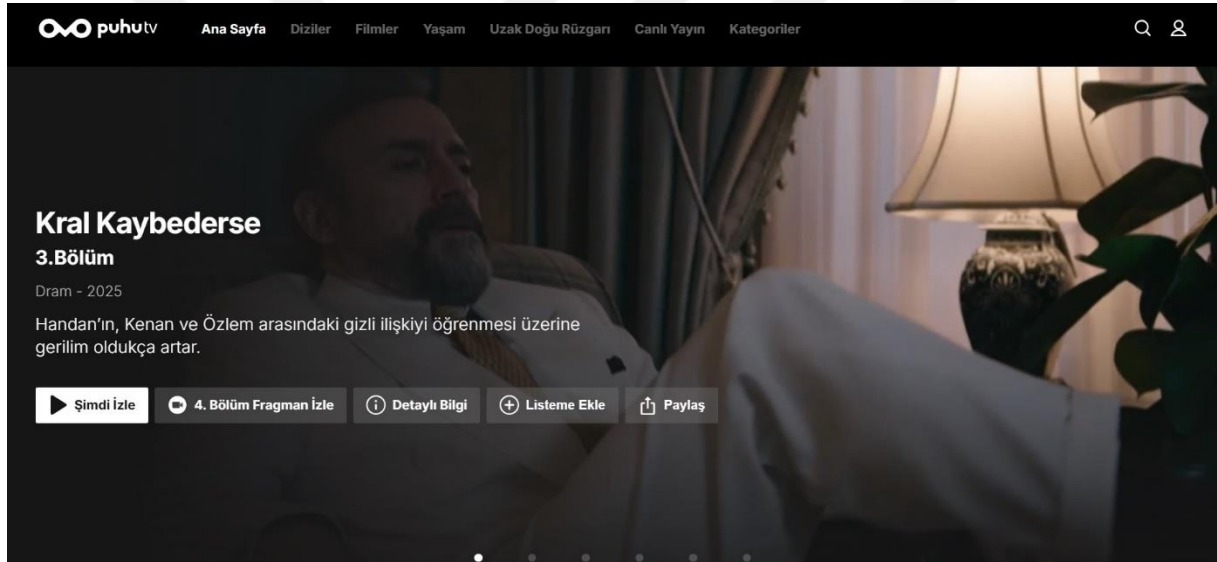
PuhuTV'ye ait kamuoyuyla paylaşılmış güncel abonelik rakamı bulunmamakla beraber Türkiye'deki dijital yayın platformları içerisinde %3'lük pazar payını Exxen, Gain gibi diğer ulusal yayın platformlarıyla paylaşmaktadır (Aslan 2025).

2016-2018 yılları arasında PuhuTV'de pazarlama müdürü olarak görev alan Emre Gökşin, sosyal medya hesaplarını efektif kullandıklarını, izleyici ile iletişim kurma noktasında sosyal medya kanallarını

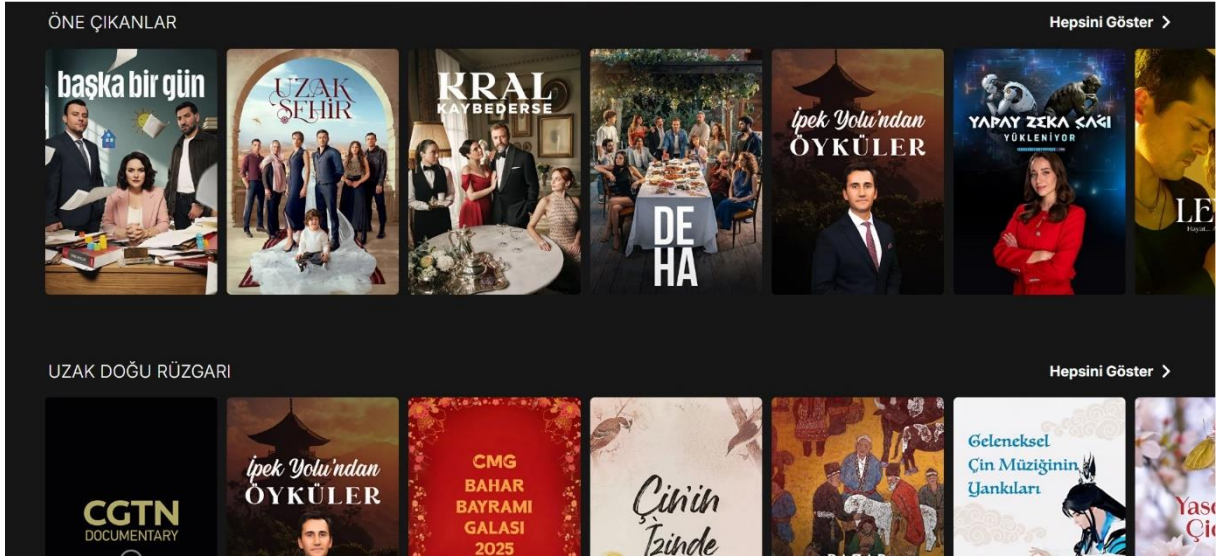
önemsediklerini ifade etmiştir. PuhuTV, YouTube kanalını fragmanlar, kısa tanıtıcı videolar, özel içerikler yükleyerek aktif ve canlı tutmayı önemsemektedir (Eskici 2021).

PuhuTV, Discovery ile gerçekleştirdiği anlaşma gereği Discovery'nin kanalları olan TLC ve DMAX içeriklerini platformda yayınlamaya başlamıştır. Böylece PuhuTV'nin içerik havuzu; televizyon içerikleri, Yeşilçam klasikleri, Türk sinemasının öne çıkan yapımları ve *Fi*, *Şahsiyet*, *Dip*, *Jet Sosyete* gibi orijinal içeriklerden ve TLC ile DMAX içeriklerinden oluşmaktadır (Ulukan 2019).

PuhuTV'nin en popüler dizilerinden biri olan *Fi*, 2019 yılında Netflix tarafından satın alınmıştır. Daha önce BluTV'nin orijinal içeriği olan *Masum*'u satın alan Netflix, *Fi*'yi de satın alarak bir yandan Türkiye pazarında bir tekelleşme yaratmaya alan açarken bu durum PuhuTV perspektifinde karlı bir alışveriş olarak konumlanmaktadır. Yalnızca reklamlar üzerinden bir kazanç döngüsü kuran PuhuTV için içerik satışı da ayrı bir gelir kaynağı olarak değerlendirilmektedir (İçözü 2019).



Görsel 7: PuhuTV arayüz tasarımı (Puhu TV 2025)



Görsel 8: PuhuTV arayüz tasarımı (Puhu TV 2025)

PuhuTV arayüz tasarımı da diğer pek çok dijital yayın platformunda olduğu gibi siyah bir arka plan üzerine önce yeni çıkan içeriklerin fragmanları ve akabinde öne çıkan içeriklerden önerilerle şekillenmektedir. İzleyicilerin genel eğilimlerini takip ederek son dönemde yapılan tercihlere bağlı olarak tematik seçkiler de sunmaktadırlar (Görsel 7, Görsel 8).

1.1.2.5. Disney+

2019'da, The Walt Disney Company tarafından kurulan Disney+, ilk olarak ABD, Kanada ve Hollanda'da erişime açılmıştır (Medin, Kaymak 2022: 88). Türkiye'de ise 2022 itibarıyla yayın hayatına başlamıştır. Disney, Pixar, Marvel, Star Wars, National Geographic'e ait içeriklerin yer aldığı dijital yayın platformudur (Disney+ 2025).

The Walt Disney Company, 2025 mali yılının birinci çeyrek sonuçlarında kendi ivmesini beklenenin üstünde bir artışla gösterse de Disney+ abone sayısı önceki rapor verilerine göre gerilemiş durumdadır. Disney+'ın 2025 yılı birinci çeyrekteki abone sayısı, geçen çeyrekte bildirilen 125,3 milyondan biraz daha az olarak 124,6 milyon olarak ölçülmüştür. Disney+ için yeni hedefler oluşturulmuş ve ESPN'nin spor kanallarının ve Hulu içeriklerinin platforma eklenmesi yönünde çalışmalar başlamıştır (Mcdade 2025).

Disney+, orijinal içeriklerini pazarlama ve tanıtma noktasında içeriklerin reklamlarını ön plana çıkarmayı bir strateji olarak uygulamaktadır. Farklı ülkelere farklı şekillerde tasarladığı reklamlarında platformda yer alacak içerikleri eğlenceli ve akılda kalıcı şekilde sunmayı önemsemektedir. İzleyici odaklı olduğu kadar şirket ortaklarını ve paydaşlık ilişkilerini de önemseyen Disney+, içeriklerinde aynı

zamanda paydaşları da memnun edecek izleyici dostu reklamlara yer verme yönünde projeler ve fikirler geliştirmektedir. Disney+ bu stratejiyle elde ettiği reklam gelirleri sayesinde izleyicilerine daha düşük ücretlerden abonelik seçenekleri sunmayı hedeflemektedir. Disney+, popüler kültüre dayalı içerik üretimi ile güncel izleyici beklentilerini karşılamayı önelemektedir. İzleyiciler tarafından çok sevilen ve popüler bir seri olan *Star Wars*'un eski yapımlarını yayınlamakla beraber *The Mandalorian* gibi seriyi sürdüreceği dizi içerikleri üretimi stratejileriyle hareket eden Disney+, eski ve yeniyi bir arada sunmayı bir politika olarak belirlemiştir. Yine Marvel içeriklerini bünyesinde bulunduran platform, *Ms. Marvel* dizisini aynı bağlamda içerik havuzuna eklemiş ve bu içerikle Asya pazarına açılmayı hedeflediğinden dizinin karakterini Asya-Amerika kökenli Müslüman bir karakter olarak belirlemiştir. Bu da Disney+'ın küresel pazardaki stratejilerini özetleyen güzel bir örnektir. Öte yandan Disney'e ait tema parklarda Disney+'a ait içeriklerin karakterlerinin sergilenmesi de kültür endüstrisi bağlamında değerlendirilmesi gereken bir reklam stratejisidir (Butgel Tunalı 2022: 1945-1947).

Disney+'ın Türkiye'deki yolculuğu, Haziran 2022'de başlamıştır. Kısa bir süre sonra alınan bir kararla üretimleri Türkiye'de durdurulsa da sonrasında dört yeni projeyi duyurarak Türkiye'deki yayınlarını tekrar başlattığını açıklamıştır. İlk orijinal yerli içerik olarak *Kaçış* dizisini sunan platform, Engin Akyürek, İrem Helvacıoğlu gibi geleneksel medyadaki başarılı dizileri ile küresel pazarda tanınan ve sevilen popüler oyunculara dizide yer vermiştir. Platform, *Atatürk* dizisini de duyurarak ilgiyi üzerine çekmiştir (Yüksel 2022: 534). Başrolünde Aras Bulut İynemli'nin yer aldığı ve Atatürk'ü canlandırdığı dizi projesi, Amerika Ermeni Ulusal Komitesi (ANCA) tarafından saldırgan bir tutumla linçlenmiştir. Nefret söylemlerine yer veren ANCA, Disney+'ı diziyi iptal etmesi yönünde baskılamıştır (ANCA 2023). Daha önceleri Elon Musk'ın Anıtkabir ziyaretine ilişkin de kınama yayınlayan ANCA'nın ayrılıkçı ve düşmanca tutumunun karşısında Disney+'ın takındığı tavır oldukça önem taşımaktadır. Platformların küresel pazarda yürüttükleri hamlelere karşın gerçekleşebilecek bu gibi linç ve protestoları ne şekilde karşıladıkları da bir duruş göstergesidir (Tecimer Özüberk 2023). Disney+ bu noktada yerli içeriklerin tamamını içerik kütüphanesinden kaldırmış ve *Atatürk* dizisini de yayınlamamıştır. Bu kararın üzerine RTÜK, Disney+'a ilişkin inceleme başlatılmasına karar vermiştir (Euronews 2023). Tartışmalara yönelik olarak Walt Disney Company Türkiye Genel Müdürü Cenk Soner, dizinin iki film olarak yalnızca Türkiye'de yayınlanacağını duyurmuştur (Tufan 2024).

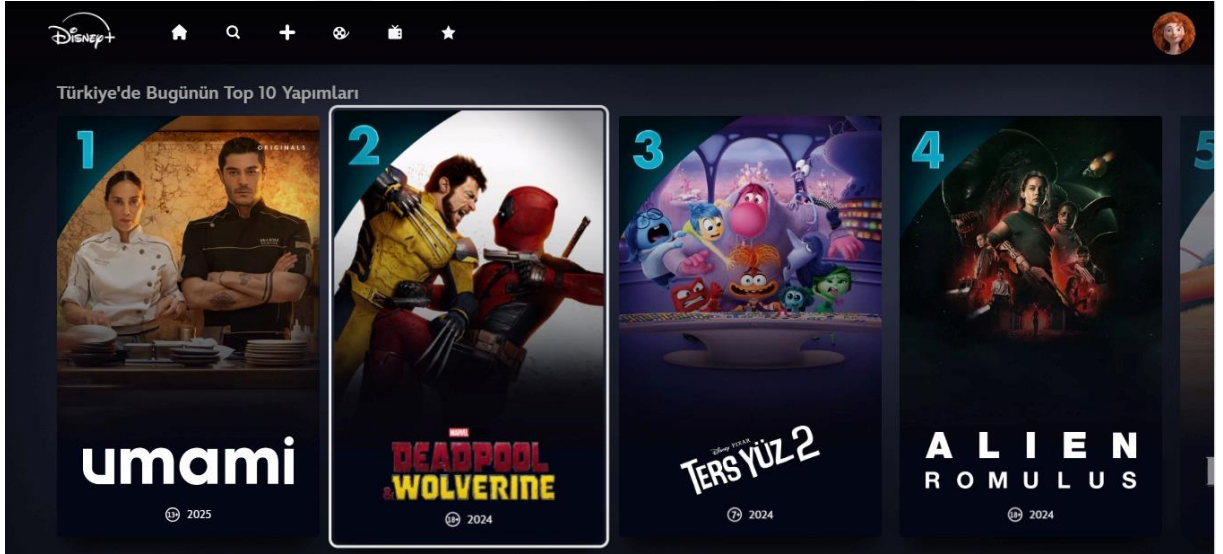
Disney+ abonelerine, reklamlı ve reklamsız olarak iki çeşit abonelik tercihi sunmaktadır. 2025 itibarıyla Türkiye'de Disney+ Reklamlı, aylık 164.90 TL, yıllık 1649 TL iken Disney+ Reklamsız seçeneği, aylık 349.90 TL ve yıllık 3499 TL üzerinden ücretlendirilmiştir (Disney+ 2025).

Platform arayüzünde diğer platformlara benzer şekilde yeni yayınlanan içeriklerin yer aldığı kaydırıcı kullanılmakta, devamında o gün en çok rağbet gören on içeriğin Top 10 şeklinde listelendiği

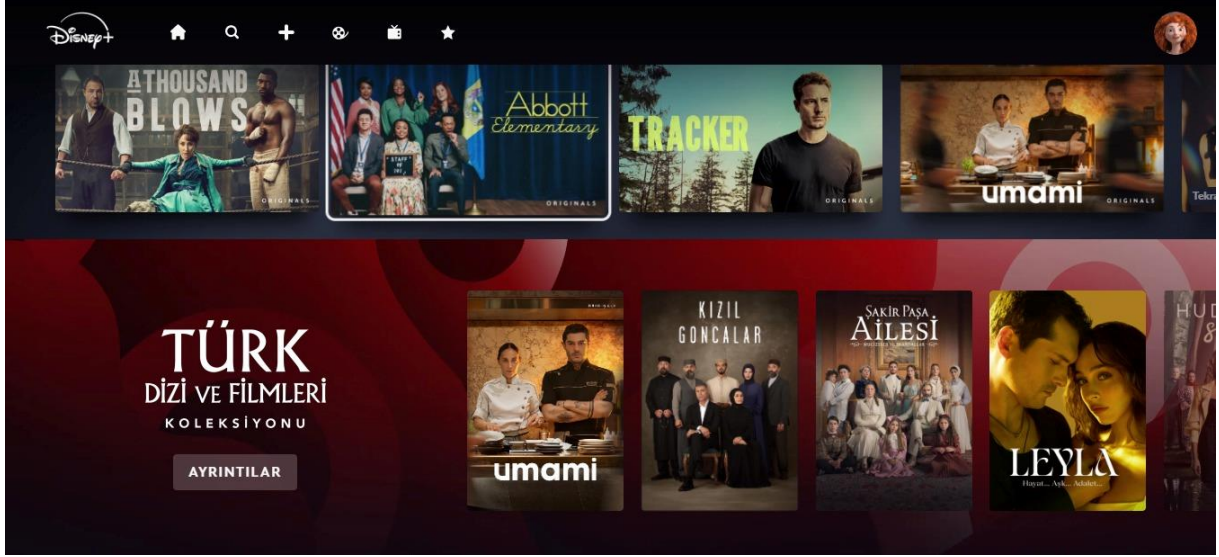
kaydırıcı yer almaktadır. Yerli pazardaki büyümesine oldukça önem veren Disney+, Türkiye arayüzünde Türk Dizi ve Filmleri Koleksiyonu'na da doğrudan ulaşılabilir şekilde yer vermiştir (Görsel 9, Görsel 10, Görsel 11).



Görsel 9: Disney+ Türkiye arayüz tasarımı (Disney+ 2025)

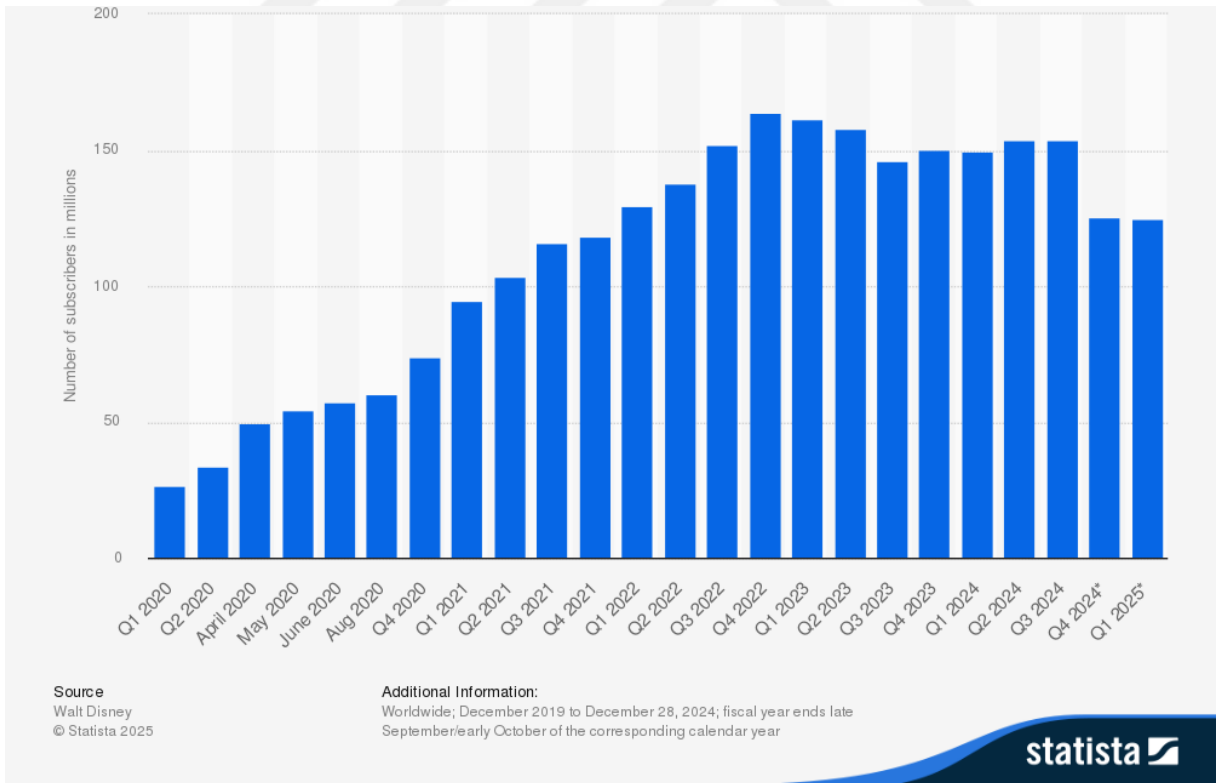


Görsel 10: Disney+ Türkiye arayüz tasarımı (Disney+ 2025)



Görsel 11: Disney+ Türkiye arayüz tasarımı (Disney+, 2025)

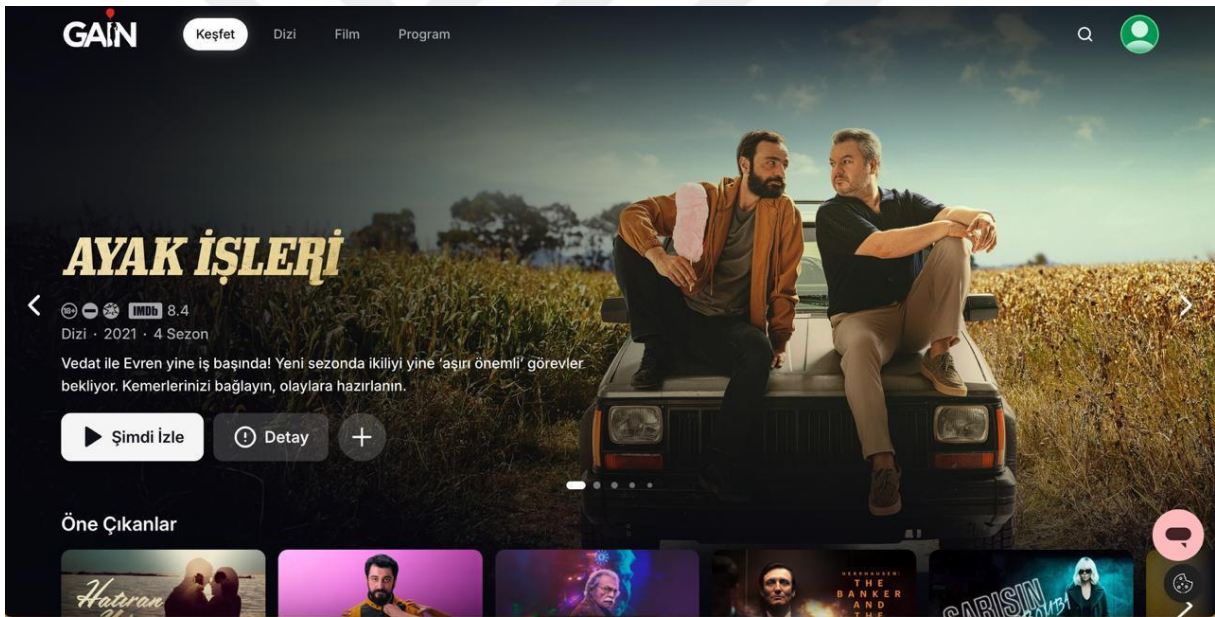
Disney+, 2019'daki lansmanından 2025'in ilk çeyreğine kadar büyüme yaşamış ve yaklaşık 125 milyon üyeye ulaşmıştır (Grafik 7). Disney+'ın bu hızlı yükselişi, Netflix'in daha az rekabetçi bir ortamda benzer üye sayılarına ulaşmasının yaklaşık on yıl sürmesi göz önüne alındığında, başarılı bir ivme olarak kabul edilebilir.



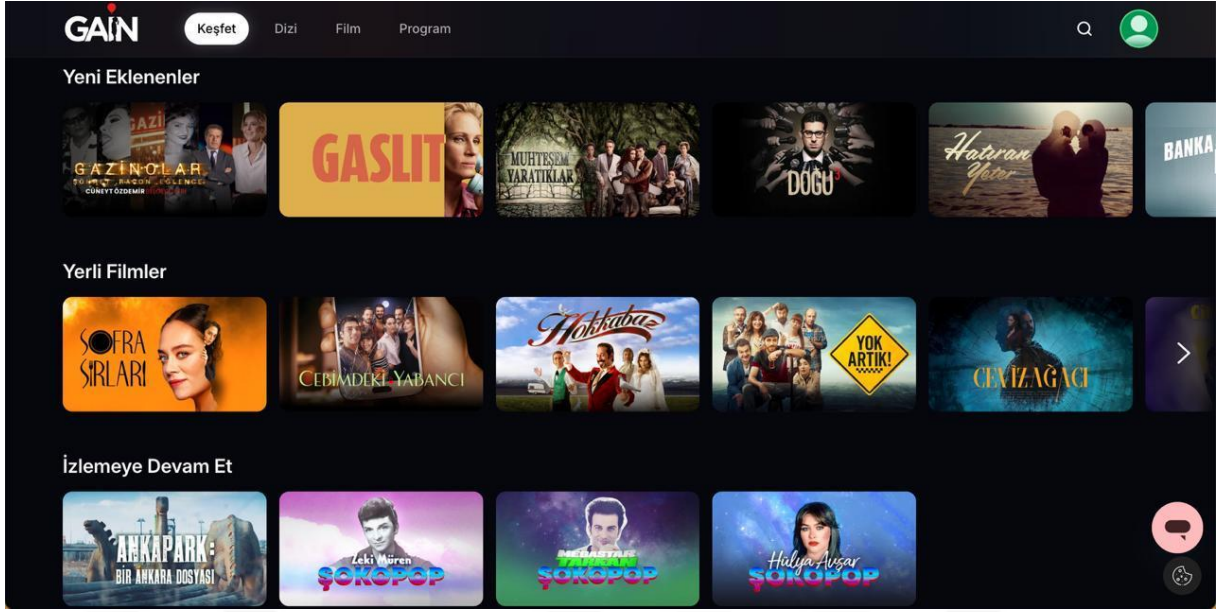
Grafik 7: 2020'nin ilk çeyreğinden 2024'ün ilk çeyreğine kadar dünya çapındaki Disney+ abone sayısı (Stoll 2025)

1.1.2.6. Gain

2020’de, “Yeni Nesil İçerik Platformu” sloganıyla Betek Grup Yönetim Kurulu Başkanlığı ve Filli Boya’nın sahibi Gözde Akpınar tarafından kurulan Gain, 2025’te “Her renk, her ses, herkes Gain’de” sloganıyla yolculuğuna devam etmektedir. Başlangıçta sadece mobil uygulama ile erişim olanağı tanıyan Gain (Medin, Kaymak 2022: 100), sonraları tablet, dizüstü bilgisayar gibi cihazlara da arayüzünü taşımıştır. Yine başlangıçta üç aylık bir süre ile ücretsiz erişim sağlanan Gain, 2021 itibariyle ücretli hizmete geçmiştir. 2025 itibariyle aylık 149 TL’den hizmet sunan Gain, yerli ve yabancı dizi içerikleri, kısa film, belgesel, spor, müzik türlerindeki program ve koleksiyonları ile canlı yayınların da yer aldığı bir kütüphaneye sahiptir. Arayüzünü tamamen tekil izleyici üzerine kurgulayan Gain, izleyicinin beğendiği içeriklere göre öneriler sunmakta ve izleyicinin platformu kullanma alışkanlıklarını takip ederek mola, yolculuk, yemek gibi seyir esnası rutinlerini tahmin ederek içeriklerin zaman bağlamını bu analizlerine göre sunmaktadır (Karaduman, Ünlü Karataş 2022: 993; Görsel 12, Görsel 13).



Görsel 12: Gain arayüz tasarımı (Gain 2025)



Görsel 13: Gain arayüz tasarımı (Gain 2025).

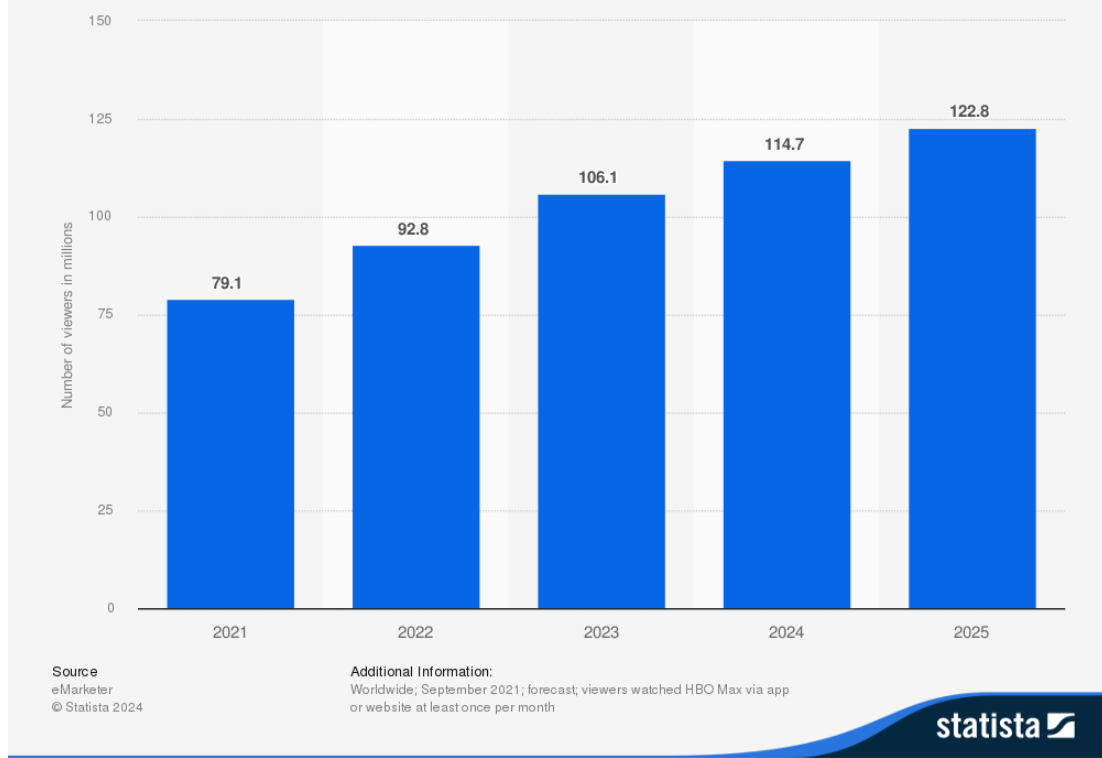
Kısa süreli içerikleri, dikey formatta gösterim tercihi, mobilden erişim kolaylığı gibi özellikleriyle öne çıkan Gain, ilk kurulduğunda 2 milyonun üzerinde kullanıcıya ulaşarak başarılı bir ivme kaydetmiştir. *Ayak İşleri*, *Hamlet*, *On Bin Adım*, *Mahsun J*, *Dünya Bu*, *Terapist*, *Cezailer* gibi orijinal içeriklere sahip olan Gain, 2023 yılında Rams Global bünyesindeki Rams Türkiye’ye satılmıştır (Akbaş 2023). Güncel abone sayısı kamuoyuyla paylaşılmamıştır.

Gain’i diğer dijital yayın platformlarından ayıran en temel özelliği dizi sürelerinin hiç olmadığı kadar kısa olduğu içeriklerdir. Geleneksel medyada 2000’li yıllardan bu yana artarak olağanüstü bir boyuta gelen dizi süreleri, önce 60 dakikadan 90 dakikaya, gelinen noktada ise 90 dakikadan 150 dakikaya uzamıştır. Dijital yayın platformlarında yarı yarıya düşen hatta daha da kısalan dizi süreleri yeni bir seyir pratiği yaratmıştır. Gain bu örnekler içerisinde 10 dakikalık dizi süreleri ile (*On Bir Adım* dizisi gibi) ayrı bir noktada durmaktadır. Dijitalleşme ve sosyal medya etkisi ile Instagram biçimi Reels, YouTube biçimi Shorts olan dikey formatlı kısa videoların içerik formatı olarak yorumlanabilecek Gain içerikleri, sosyal medya ile dijital yayın platformlarının içerik biçimini birbirine yaklaştırmaktadır (Ceylan Apaydın 2022: 10).

1.1.2.7. Max (HBO Max)

2020’de, HBO tarafından kurulan HBO Max, “It’s not TV, it’s HBO” sloganını kullanarak 1972’den beri yayın yapan HBO’nun stratejilerini takip etmektedir (Medin, Kaymak 2022: 91). HBO Max, kuruluşundan 2025’e kadar abonelik sayılarında artış göstermiştir (Grafik 8). 2022 yılında, Warner Media, HBO Max ve Discovery’i bir araya getirerek Warner Bros. Discovery’i oluşturmuştur. 2023

yılında HBO Max'ın sahibi Warner Bros Discovery'nin BluTV'yi satın almasıyla başlayan süreçte, 2025 Mayıs ayında HBO Max'ın Max adıyla Türkiye'de yayın hayatına başlaması beklenmektedir. Max, BluTV orijinal içeriklerini, HBO dizilerini, Warner Bros. filmlerini bir arada sunacaktır (Max 2025).



Grafik 8: 2021'den 2025'e kadar dünya çapında HBO Max izleyici sayısı (Statista 2025).

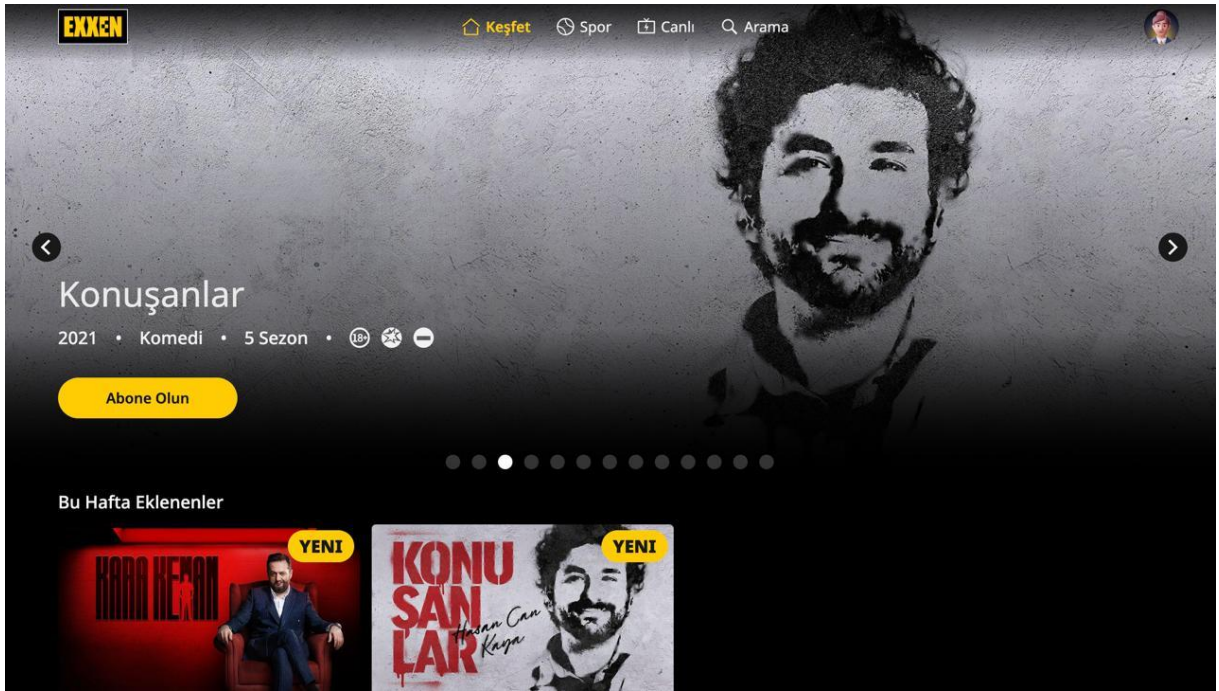
2023 yılında bir isim değişikliğine gitmesi ve adında HBO olmadan, Max'ı kullanması izleyicilerin tepkisini çekmiştir ve Max ciddi bir abone kaybı yaşamıştır. Üç ay içerisinde 1,8 milyon kullanıcının abonelik iptali yaptığı kaydedilmiştir. Discovery platformu ise aynı süreçte %14 oranda büyüme kaydetmiştir. Zaman içerisinde yeni marka kimliğine alışan izleyiciler Max üyeliklerine tekrar yönelmişlerdir (Rounds 2024). Türkiye'de doğrudan Max adı altında yayın yapmaya başlayan ve BluTV ile birleşen platformun başarı oranı ve oluşturacağı marka kimliği merak konusudur.

1.1.2.8. Exxen

2021'de, Acun Medya tarafından kurulan Exxen, reklamlı ve reklamsız seçenekleriyle sunduğu abonelikleri ve canlı maç yayınlarıyla öne çıkmaktadır (Medin, Kaymak, 2022: 99-100). "Türkiye'nin Milli Dijital Platformu" olarak tanıtılan Exxen, yerli içerikleri yerli bir platformda izleyiciyle buluşturmak amacıyla yola çıkmıştır. Exxen'in stratejisi zaman içerisinde diğer platformlarda, sosyal medyada, YouTube'da yayınlanan ve kitlesi oluşan içerikleri kendi kütüphanesine ekleme yönünde

olmuştur. İçeriklerin bir kısmının ve dizilerin ilk bölümlerinin Acun Medya'ya ait TV8 kanalında yayımlandıktan sonra platforma eklenmesi de bir başka strateji olarak platformun kimliğini oluşturmaktadır.

Platformun öne çıkan içerikleri arasında, *Gibi*, *Hükümsüz*, *Katarsis*, *Kirli Çamaşırlar*, *@Enis Arıkan*, *Esnaf*, *Kaçış*, *Konuşanlar*, *Tolgshow Çılgın Sezon*, *Enes Batur'la Buluşma*, *O Ses Türkiye Rap* gibi popüler dizi ve programlar yer almaktadır. *Sihirli Annem* ve *Leyla ile Mecnun* gibi geçmiş zamanlarda geleneksel medyada yayınlanmış ve tekrar tekrar yayınlansa da izlenmeye devam eden içeriklere de platformda yer verilmektedir (Exxen 2025).



Görsel 14: Exxen arayüz tasarımı (Exxen 2025).

Mihalis Kuyucu'nun "Küresel Rekabette Türkiye'nin Dijital Televizyon Platformları: EXXEN Örneğine Yönelik Bir SWOT Analizi" başlıklı çalışmasında ortaya koyduğu bulgular platformun marka algısını ve değerini yorumlamak açısından değerlidir. Exxen markasına yönelik üniversite öğrencileriyle yapılan mülakatlar ve uygulanan SWOT analizi sonucunda, markanın, aynı zamanda bir girişimci olarak Türkiye'de hemen herkes tarafından geleneksel medyadaki başarılarıyla tanınan Acun Ilıcalı ile ilişkilendirilerek değerlendirildiği görülmüştür. Markanın fiyat stratejisi ve tanıtım faaliyetleri üniversite öğrencileri tarafından beğenilen yönlerini oluşturmuştur. Markanın/platformun en zayıf yönü olarak arayüz tasarımı değerlendirilmiştir. Platform orijinal bir arayüz kullanmadığı yönünde eleştiriler almıştır. Bu eleştiriler pek çok platform için geçerli olmakla birlikte Exxen'in ilk açıldığı dönemde arayüze bağlı yaşanan teknik aksaklıklar bu durumu, Exxen özelinde bir başarısızlığa dönüştürmüştür (Görsel 14). Ayrıca araştırmaya katılanlar, Exxen'in küresel pazardaki rekabet için zayıf bir profile sahip

olduğu görüşünü bildirmişlerdir. Ek olarak Türk içerikleri küresel pazara ulaştırma konusunda kıymetli bir girişim olduğunu ifade etmişlerdir. Analiz sonucunda içeriklerin korsan olarak yayınlanması durumu ve tamamen yerli içeriklerin yer alması, bir tehdit ve risk olarak değerlendirilmiştir. Yine Acun Ilıcalı'nın siyasete yakınlığı da platform özelinde bir tehdit unsuru olarak belirtilmiştir (Kuyucu 2021: 247-257).

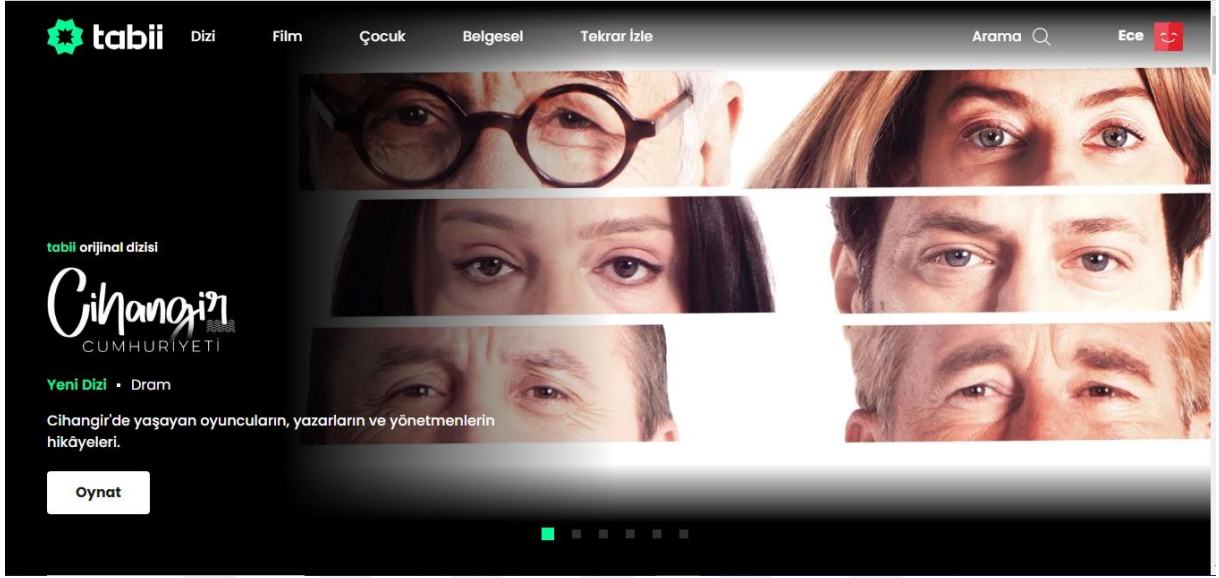
1.1.2.9. Tabii

Tabii, TRT'ye bağlı olarak 2023 yılında kurulan dijital yayın platformudur. Devlet desteğiyle kurulan bir platform olarak yolculuğuna başlayan Tabii, “Bizi Birleştiren Hikâyeler” sloganını kullanarak Türk-İslam düşüncesine özgü gelenek ve değerleri benimseyen ve içeriklerini de bu doğrultuda üreten ve yöneten bir platformdur. TRT Genel Müdürü Mehmet Zahid Sobacı, Tabii'nin, küresel pazardaki diğer platformların yaydığı değerlerin karşısına doğu geleneği ve değerleriyle çıkan bir platform olarak var olduğunu ifade etmiştir (Çelik 2024: 35-37). Başlangıçta Türkçe, İngilizce, İspanyolca, Arapça ve Urduca olmak üzere beş dil seçeneği ile ücretsiz olarak kurulan Tabii, 2024 yılı itibarıyla ücretli abonelik modeline geçmiştir. *Rumi, Hür, Tozkoparan, Metamorfoz, Gassal, Cihangir Cumhuriyeti, Yankı* gibi yerli içerikleri ile öne çıkan platform, Türkiye'nin kültürel zenginliklerini ve çeşitliliğini tanıtmayı bir amaç olarak belirlemiştir. Türk Hava Yolları ile işbirliği yapan platform, uçaklarda platforma erişimin mümkün olmasıyla yerli ve yabancı turistlere ulaşabilmekte ve tanıtımını gerçekleştirmektedir (Kırık 2024: 586).

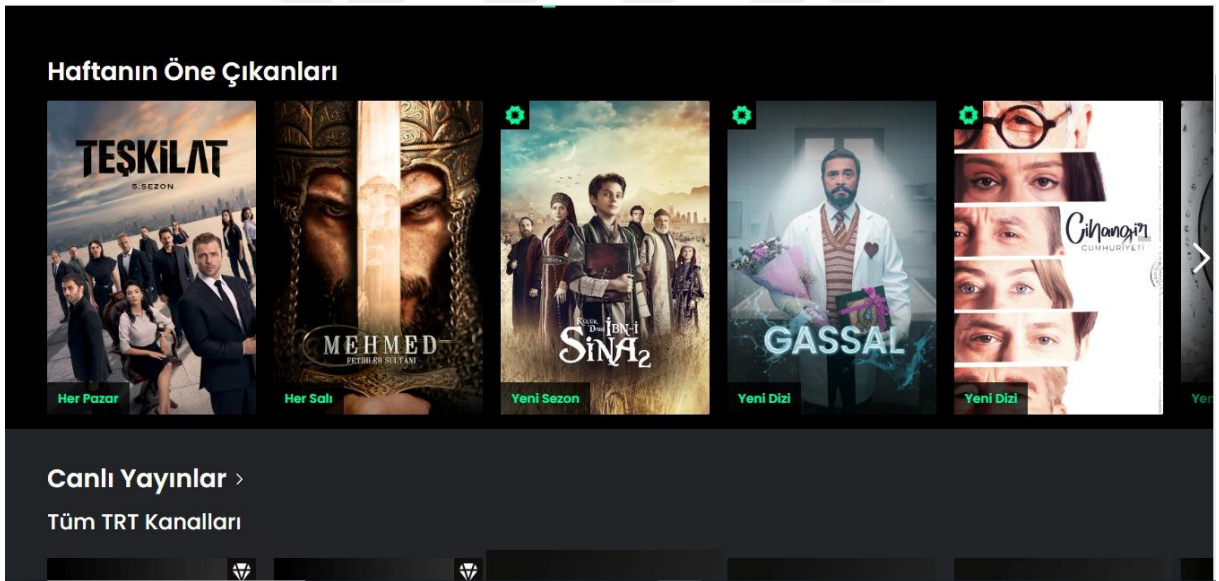
Platformda tarihi içerikler öne çıkmaktadır. TRT'nin geleneksel medyada ürettiği dizilerdeki bu eğilimi platformda da sürdürdüğü gözlemlenmektedir. Tarihi içeriklerin yanı sıra komedi türünde içeriklere de yer verilen platformda, dram, macera ve aksiyon türlerinde de içerikler bulunmaktadır. Platformda, tarihi kişiliklere ait biyografik uyarlamalar, yerli eser uyarlamaları, kolektif bellekte yer etmiş vaka uyarlamaları gibi yerel ve kültürel hatıratları yeniden canlandıracak hikâyelere de sıklıkla yer verilmektedir. Platform, yerel ve kültürel kodları taşıyan içerikler üretmeyi bir strateji olarak belirlemiş ve platformun kimliği de bu strateji üzerine oluşturulmuştur. Platform üzerinden TRT'ye ait olan geçmiş yapımlara ulaşılabilen bir arşiv de yer almaktadır (Demir 2023: 153-156).

Kemal Çelik, “The Potential Place of Tabii in Global Competition: What Do Story Structures Tell Us?” başlıklı çalışmasında, Tabii platformunda en çok izlenen on diziyi analiz etmiş; dizilerin senaryo yapılarındaki eksikliklerin küresel pazardaki rekabetten platformu uzaklaştıracağı sonucuna ulaşmıştır. Bu eksiklikleri, karakterlerin tek boyutlu olması, özdeşleşmenin kurulamaması, hikâyede çatışma

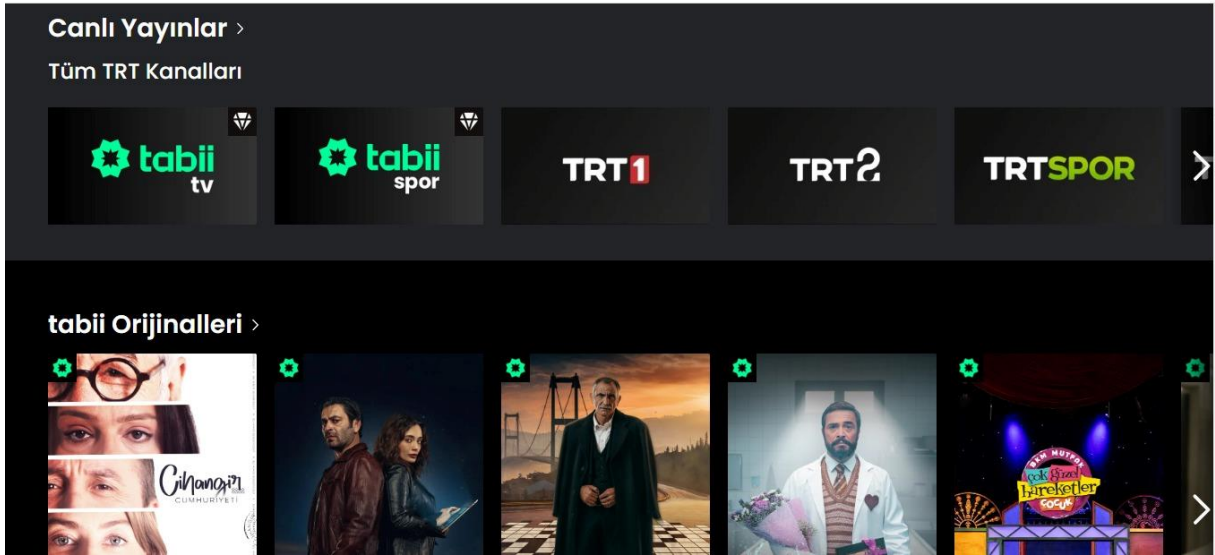
olmaması ya da yetersiz kalması, özgünlükten uzak üretimler olması şeklinde sıralamıştır (Çetin 2024: 53-54).



Görsel 15: Tabii arayüz tasarımı (Tabii 2025).



Görsel 16: Tabii arayüz tasarımı (Tabii 2025).



Görsel 17: Tabii arayüz tasarımı (Tabii 2025).

Arayüz tasarımı olarak diğer dijital yayın platformlarının tercihlerinden pek uzaklaşmayan Tabii, tüm TRT kanallarına ait içerikleri ve orijinal yapımları arayüzünde öne çıkarmaktadır (Görsel 15, Görsel 16, Görsel 17).

1.1.2.10. Discovery+

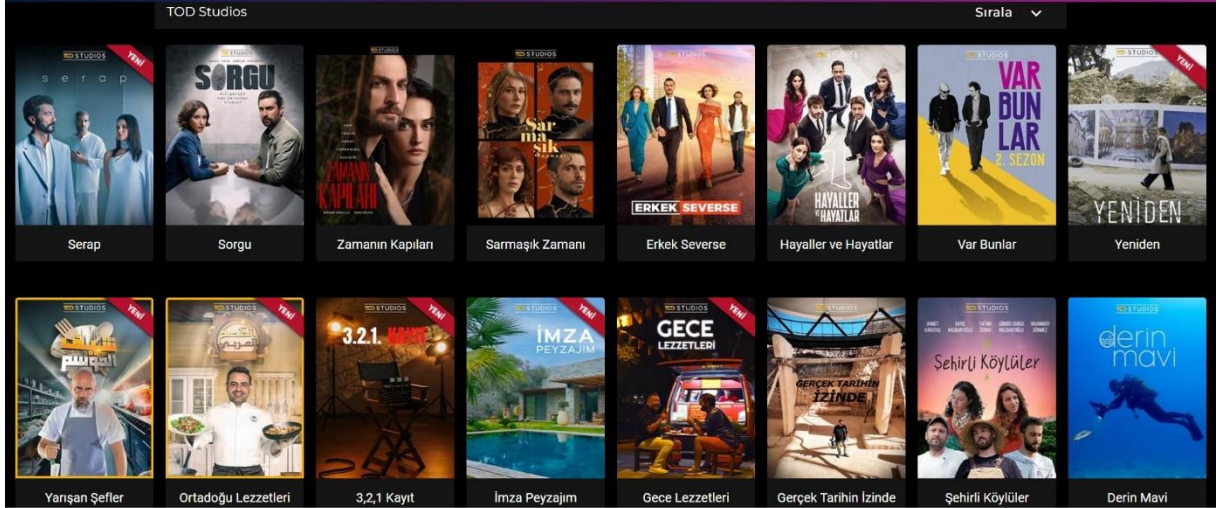
Discovery+, Discovery, Inc. tarafından 2020 yılında kurulmuş ve Hindistan'da yayın hayatına başlamıştır. Sonraları ABD ve Avrupa ülkelerinin bir kısmında da aktif bir platform haline gelmiştir. Discovery'nin 2012'den bu yana Türkiye'de var olan yatırımı, TLC, DMAX gibi ulusal kanalların Türkiye'de yayına başlamasıyla artarak sürmüştür, akabinde Discovery+'ın Türkiye'de BluTV ile yaptığı anlaşma sonucu iki platformun orijinal içerikleri karşılıklı olarak birbirlerinin kütüphanelerinde yer almaya başlamıştır.

Discovery Genel Müdürü Kasia Kieli, Discovery'nin Türkiye'yi önemli bir pazar olarak gördüğünü ve bu pazara ilişkin BluTV ile yaptıkları ortaklığın stratejik olarak kıymetli olduğunu ve çoklu kanal stratejilerini desteklediğini ifade etmiştir (Ulukan 2021). BluTV'nin Max'a dönüşmesiyle Discovery+ içeriklerinin Max ile ulaşılabilir olacağı öngörülmektedir.

1.1.2.11. beIN Connect TOD (The Online Digital)

beIN Medya Grup tarafından kurulan beIN Connect TOD, izleyicilere dizi, belgesel, film, eğlence programı sunmakla beraber canlı spor yayınları ile öne çıkmaktadır. beIN Connect'e ait farklı

paketlerden herhangi birine üye olunduğunda ek bir üyeliğe ya da ödemeye gerek kalmadan erişim sağlanabilen TOD, 2022 yılı itibariyle erişime açılmıştır. UEFA Şampiyonlar Ligi, Premier Lig, La Liga gibi turnuvaların yayın haklarına sahip olmasıyla diğer yayın platformlarından ayrılan TOD, *Serap*, *Yeniden*, *Cumhuriyet Çocukları*, *Arda ile Aşırı Lezzetli*, *Anadolu'nun Kadınları*, *Erkek Severse*, *Var Bunlar* gibi orijinal dizi ve belgesel içerikleri de sunmaktadır (beIN Connect TOD 2025).



Görsel 18: beIN Connect TOD arayüz tasarımı (beIN Connect TOD 2025)

Platformun arayüzü, içeriklerin afişlerinin sıralandığı kaydırıcılardan oluşmaktadır. Diğer platform arayüzlerine kıyasla arayüzünde tanıtıcı fragmana yer vermemektedir (Görsel 18).

1.1.2.12. Apple TV+

Apple TV+, Apple tarafından sunulan bir dijital yayın platformudur. 1 Kasım 2019 tarihinde faaliyete geçmiş olan bu platform, kullanıcılarına orijinal diziler, filmler ve belgeseller gibi içerikler sunmaktadır. Apple TV+, özellikle Apple'ın kendi yapımlarına odaklanan bir içerik stratejisine sahiptir. *The Morning Show*, *Ted Lasso*, *Sasame Workshop*, *For All Mankind*, *See* gibi popüler içerikleri kütüphanesinde barındırmaktadır. Yedi günlük ücretsiz deneme süresinin ardından aylık abonelik ile hizmet veren Apple TV+, Apple cihazı kullanan üyelere bir yıllık aboneliği hediye olarak sunmaktadır. Reklamlara yer vermeyen platform, *Snoopy in Space*, *Ghostwriter* gibi içeriklerle çocuk ve genç izleyici kitlesine de ulaşmak için orijinal içerik üretimini stratejik olarak hedeflemektedir (Sağlam 2019; Aka 2024).

1.1.2.13. Netflix

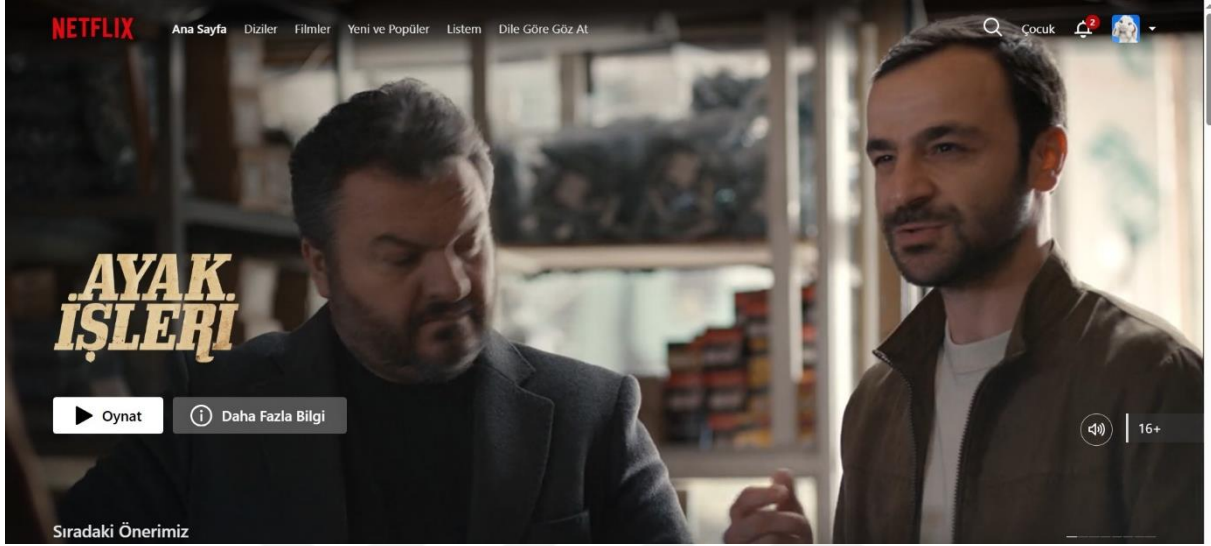
Netflix, 1998 yılında DVD kiralama ve satış şirketi olarak hizmet vermeye başlamıştır. “NetFlix.com, Inc.” adıyla kurulan ve netflix.com üzerinden kiralama ve satış hizmeti sunan Netflix, 1999’da abonelik hizmetini duyurmuş; Marquee Program adındaki abonelik modelinde belirli bir ücret karşılığında aynı anda dört ayrı DVD’yi kiralama seçeneği sunmuştur. Abonelerin kiralamayı düşündükleri filmleri listeye eklemesi ve DVD sırasına dâhil olmasıyla işleyen süreç, bir tür kütüphane sistemidir. DVD raftayken talep eden kullanıcıya kiralanmakta, belirli bir süre tanınmakta, bu süre zarfında DVD rafta görünmemekte ve filmi kiralamak isteyenler sıralarını beklemektedir. DVD teslim edildiğinde sıradaki kişiye kiralama yapılmaktadır. Diğer kiralama sistemi uygulayan firmalardan farklı olarak Netflix gecikme ücreti almamakta ve mağazadan alma zorunluluğu sunmamaktadır. DVD teslimatları posta yoluyla yapılabilir. Küçük bir mağazada 30 çalışan ile müşterilerin taleplerini karşılayarak, alıcıların siteye üye olarak bir profil yaratmalarına ve eve teslim DVD siparişi oluşturmalarına olanak tanıyan Netflix’in hizmete açıldığı ilk gün, yoğun talepten sunucuları çökmüştür; bu da izleyicilerin evden çıkıp sinemaya gitme veya mağazaya giderek DVD alma zahmetinden kurtulma taleplerinin çok yoğun olduğunu göstermektedir (Osur 2016: 21).

2006 yılına gelindiğinde sektörde lider konumda olan Netflix, 2007 yılında gelişen teknolojiyi ve dijitalleşmeyi takip ederek ve yayıncılık sektöründeki gelişmelere uyumlanarak dönüşüm geçirmiştir². Netflix her ne kadar bir DVD kiralama şirketi olarak hizmet vermeye başlasa da en başından beri internet dağıtımı odaklı bir perspektifleri bulunmaktaydı. Kurulduklarında internet teknolojisinin yetersiz gelmesiyle bu yola girememiş olsalar da 2007 senesinde teknolojik yeterliliği gördükleri anda dönüşüm geçirmişlerdir. Netflix kurucusu Reed Hastings de konuya ilişkin, niyetlerinin en başından beri dijital yayıncılık olduğunu fakat internet ağının bu denli gelişmiş olmaması nedeniyle doğrudan atılım yapamadıklarını ifade etmiştir. 2005 senesinde YouTube’un kurulmasıyla aydınlanma yaşadıklarını belirten Hastings, dijital yayıncılığa giriş yapma kararı verdiklerini aktarmıştır (Osur 2016: 45). Günden güne abone sayısı artarak gelişen ve erişim alanlarını da genişleten Netflix, 2010 yılında Kanada’da ve akabinde Latin Amerika, Birleşik Krallık, Danimarka, Norveç, Avusturya gibi pek çok ülkede hizmet vermeye başlamış ve kapsama alanı günden güne artmıştır. Türkiye’de ise 2016 yılında hizmet vermeye başlamıştır (Medin, Kaymak 2022: 64-65).

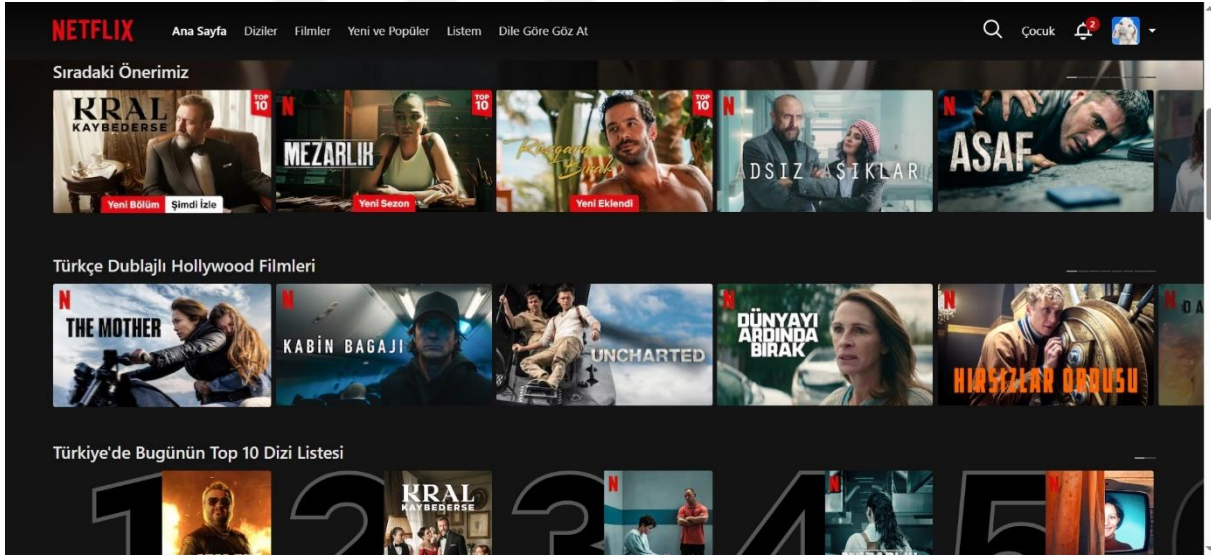
Netflix, uygulama tasarımıdaki kolaylık, hızlı abonelik oluşturma, taahhüt gerektirmeyen üyelik, anında iptal etme hakkı, farklı cihazlardan çoklu erişim imkânı, hesap paylaşımı gibi özellikleri nedeniyle sıklıkla tercih edilmektedir (Medin, Kaymak 2022: 66). Platform ilk açıldığında hangi

² Netflix’in nasıl işlediğini, performans odaklı işleyişinin nasıl tasarlandığını ve hizmet stratejilerini (içerik dağıtım ağı olarak CDN kullanımı, bant genişliği vb. gibi) inceleyen çalışma için bkz. Adhikari vd. 2012.

kullanıcı paneline girilmek istendiğini sormaktadır. Her bir kullanıcı için o kullanıcının içerik tercihlerine göre farklı ve kişiselleştirilmiş arayüz sunan Netflix, ilk girişte yeni eklenen içeriklerin fragmanlarına yer vermektedir. Akabinde izleyicinin takip ettiği içeriklerde nerede kaldıklarını hatırlattığı bir bölüm yer almaktadır (Görsel 18, Görsel 19).



Görsel 19: Netflix arayüz tasarımı (Netflix 2025)



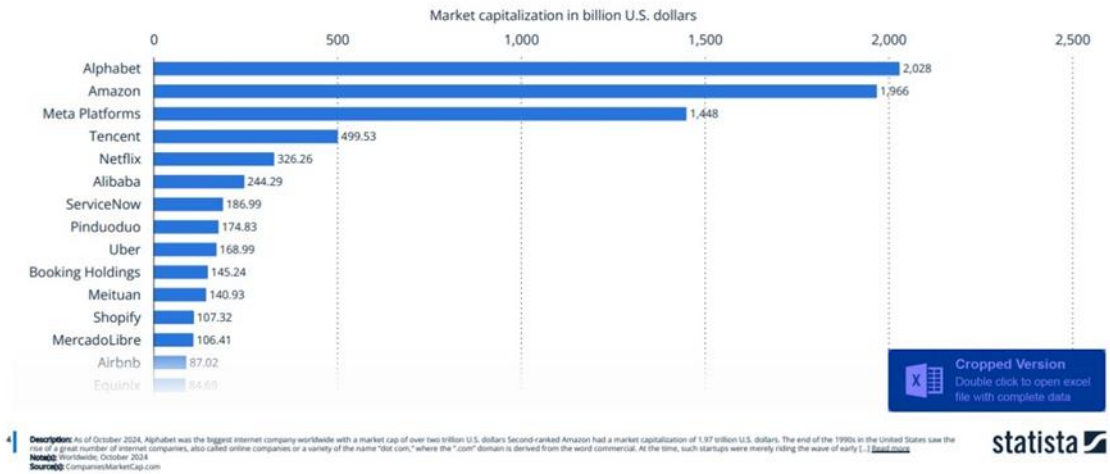
Görsel 20: Netflix arayüz tasarımı (Netflix 2025)

Netflix, 2025 yılı itibariyle abonelere, aylık 149,99 TL ile 299,99 TL arasında değişen planlar sunmaktadır. Temel, standart ve premium olarak sunulan planlarda; temel planda 720p izleme çözünürlüğü, standart planda 1080p izleme çözünürlüğü, premium planda ise 4K+HDR izleme çözünürlüğü ile izleme yapılabilmektedir.

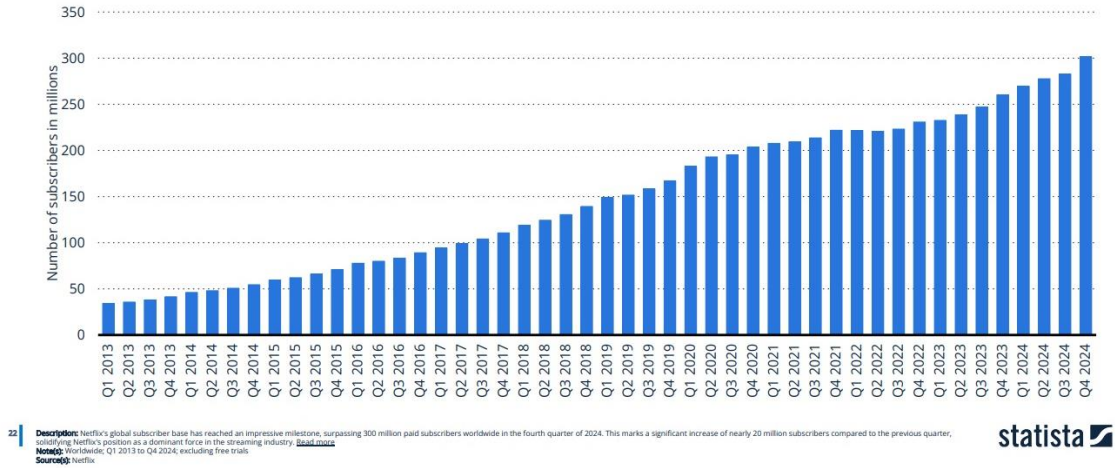
Netflix, dijital yayın platformlarının genel özelliklerini belirleyen platform olarak öncü konumda yer almaktadır. Netflix'in ve diğer tüm dijital yayın platformlarının yaratmış olduğu yeni

ekonomik model için Chris Anderson uzun kuyruk terimini kullanmıştır. 2004'te yayınladığı Wired makalesinde ve *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More* (2006) kitabında ele aldığı terim, kültürel ve ekonomik bir olguyu tanımlama çabasının sonucu olarak kullanılmıştır. Az sayıda ana akım ürün satışından ziyade az sayıda niş ürün satışının daha çok kazanç sağlayacağı düşüncesi ile temellenen yeni ekonomik modelde, özellikle algoritmalar yol gösterici olmaktadır (akt. Osur 2016: 22-40). Anderson, artık toplulukların daha az “hit” aradıklarını öne sürerek alıcıların ana akımdan uzaklaştıklarını ve 20. yüzyılın hit kültürü odaklı yaklaşımının 21. yüzyılda ıskalanınların peşinde olan bir yaklaşıma dönüştüğünü ifade etmiştir. Bu doğrultuda Netflix'in insanların artık ne istediğini ve niş içeriklere yönelişini gözlemleyerek yola çıkan bir platform olduğunu ve başarısını buradan aldığını işaret etmiştir (akt. Greene 2016: 4).

Netflix'in ve diğer tüm dijital yayın platformlarının yaratmış olduğu bir diğer etki McDonaldlaşma etkisidir. Alıcıya istediği yerde, istediği zaman, cüzi bir ücretli üyelik karşılığında keyifli vakit geçirme imkânı sunarak bir doyum yaratan Netflix, bu anlamda McDonalds'ın sunduğu hızlı, ucuz ve doyurucu alanı yaratmaktadır. McDonalds'ın verimlilik, basitlik ve müşteriyle işbirliği şeklinde maddeleştirilebilecek politikası, Netflix'te de benzer şekilde tekrarlamaktadır: İçeriklerde verimlilik, tasarımda basitlik ve reklamsız, aktif alıcı odaklı seyir deneyimi (Şakı Aydın 2019: 1167, 1170).



Grafik 9: Ekim 2024 itibarıyla dünya çapındaki en büyük internet şirketlerinin piyasa değeri (milyar ABD doları cinsinden) (Statistics report on Netflix 2025)



Grafik 10: 2013'ün 1. çeyreğinden 2024'ün 4. çeyreğine kadar dünya çapındaki Netflix ücretli abone sayısı (milyon olarak) (Statistics report on Netflix 2025)

Netflix, Ekim 2024 itibariyle dünya çapındaki en büyük internet şirketleri arasında piyasa değeri olarak beşinci sırada yer almaktadır. Sıralamaya giren tek dijital yayın platformu olmasıyla dikkatleri çekmektedir (Grafik 9). 2013'ün 1. çeyreğinden 2024'ün 4. çeyreğine kadar dünya çapındaki ücretli abone sayısını sürekli artıran Netflix (Grafik 10), geleneksel seyir dinamiklerinin dışına çıkan tutumuyla yeni bir kültürle beraber yeni bir izleyici modeli de yaratmıştır. Geleneksel seyirdeki mekânın ve zamanın şartlarına uymak zorunluluğunun kalkması, bütüncül seyirin yerine parçalı bir seyir imkânının oluşması, sinema bilet ücretlerine kıyasla daha fazla içeriğe daha ucuza ulaşılacak uygunlukta üyelik ücretlerinin olması, geleneksel seyirde maruz kalınan reklamların olmaması gibi nedenlerle izleyiciler dijital yayın platformlarına yönelmekte, daha özgür ve daha seçici bir seyir deneyimi yaşamaktadırlar (Medin, Kaymak 2022: 70-71).

Netflix kültürü ile gelişen yeni seyir biçimini anlamak için Laurent Jullier ve Jean-Marc Leveratto'un 20. yüzyılın ikinci yarısında oluşan sinefillik eğilimini inceledikleri ve dijital çağda sinefilliği ele aldıkları makalelerine değinmek gerekmektedir. Jullier ve Leveratto, dijitalleşme ile beraber sanal film tartışmalarının doğduğunu, web üzerinden gerçekleştirilen yorum paylaşma, film puanlama gibi birtakım düşünceleri yabancılarla doğrudan paylaşmanın mümkün olduğunu ve bu durumun kişilerin sinema becerilerini geliştirdiğini ifade etmişlerdir. Özellikle platformlardaki algoritma sistemini de refere eden hangi filmin izleneceğine yönelik önerilerin bulunuyor olmasını da sinematografik zevki geliştiren bir ölçüt olarak değerlendirmişlerdir. Yeni medya araçlarındaki sınırsız arşiv olanağıyla geçmişten bugüne pek çok içeriğe doğrudan erişim sağlayabiliyor olmak da kuşaklar arası sinematik etkileşimi artıran bir durum olarak nitelenmiştir. Jullier ve Leveratto'nun dijital sinemaseverliği, sinefillik 2.0 olarak nitelemesi yeni medya araçlarının getirileriyle bağlantılıdır (Jullier, Leveratto 2012: 145-147). Dijital yayın platformlarının ve özelde de Netflix'in bir yeni medya aracı

olarak benzer etkileşim alanlarını sağlaması sinefillik 2.0 kapsamında değerlendirilebilir görünse de aşırı izleme kültürünün etkisiyle platformlara özgü gelişen birtakım eklentiler yaşanmıştır. Bu dönüşümleri göz ardı etmeden artık sinefillik 2.0'ın ötesine geçildiği ifade edilebilir. Belki de artık Francesco Casetti ve Mariagrazia Fanchi'nin sinefili ve telefili arasında yaptıkları ayırmadan söz etmek mümkün değildir. Casetti ve Fanchi, sinefilinin sinema filminin özgünlüğü ve niteliği üzerinde durduğunu vurgularken telefilinin ise televizyona karşı yoğun bir bağlılık geliştirdiğini ifade etmişlerdir. Geline nokta, gelişen yeni seyir kültürüyle izleyicilerin dijital yayın platformlarında yer alan içeriklerin özgünlüğü ve niteliğine yönelik yeni medya araçları üzerinden sohbet ve tartışma alanları yaratmaları, aşırı izleme kültürüyle gelişen içerik tüketimine olan bağlılık ve her tür cihazdan, her an seyir gerçekleştirebilme olanağı sinefili ve telefili arasındaki ayrımı silikleştirmektedir (akt. Şahin 2004: 391). Dijital yayın platformlarının geliştirdiği yeni seyir biçimi ve Netflix'in yarattığı seyir kültürü birleştiğinde, mobil ağlara, Netflix'e ve seyir kültürüne atfen net-fili kavramı, gelişen yeni sinemaseverliği karşılayacak kavram olarak önerilebilir.

Netflix, yalnızca izleyici ve seyir odaklı bir kültürel değişim yaratmamış aynı zamanda kurumsal kültürde de yeni bir dönem başlatmıştır. 2009 yılında, Reed Hastings ve Patty McCord tarafından dijital yayın platformu sektöründe işveren ve çalışan ilişkisine yönelik felsefelerini aktardıkları bir dosya hazırlanmıştır. Dosyada, performansın öncelenmesi, çalışanlara güvenilir, kişiselleştirilmiş ve özgür bir çalışma ortamının yaratılması, yalnızca alana yeteneği olan çalışanlarla çalışmaya devam edilmesi, performansın sürekli izlenerek geçmişte başarılı olsa dahi artık katkısına ihtiyaç duyulmayan çalışanlarla yolların ayrılması şeklinde kurumsal izleklerini ifade etmişlerdir (Osor 2016: 36). Kurumsal kültürde yaşanan bu yenilik, geleneksel medyadaki tekelleşen dinamikler düşünüldüğünde kıymetli bir dönüşüm olarak yorumlanabilecekken gelinen noktada dijital yayın platformlarında ve özelde de Netflix'te bir tekelleşmenin varlığından söz etmek yeniliğin uygulamada çalışmadığını göstermektedir. Yine de bu yorumun Türkiye özelinde, Türkiye geleneksel mediasındaki dinamikler ve dijital yayın platformlarının Türkiye'deki faaliyetleri doğrultusunda yapıldığı belirtilmelidir.

Netflix'in yarattığı kültür, Vinesha Anindita tarafından yıkıcı inovasyon teorisi perspektifinde değerlendirilmiştir. Yıkıcı inovasyon teorisi, Clayton M. Christensen ve Joseph L. Bower'ın "Disruptive Technologies: Catching the Wave (Yıkıcı Teknolojiler: Dalgayı Yakalamak)" makalesinde ele aldığı bir teoridir. Az kaynağa sahip küçük şirketlerin pazara dipten girerek ve hızla yükselerek pazardaki diğer şirketlere meydan okuyacak duruma gelmesini karşılayan yıkıcı inovasyon kavramı, Anindita'ya göre Netflix'in pazar içerisindeki konumunu da karşılamaktadır. Netflix'in faaliyete başladığında pazarda benzer bir hizmet anlayışının neredeyse olmaması, yeni bir pazar olarak gündeme gelen abone tabanlı isteğe bağlı video pazarına bir iş modeli kurarak girmesi, iş modelini düşük pazardan ana akım

seviyesine yükseltmesi ve kendi kültürünü dijital yayın platformlarının tamamını şekillendirecek şekilde yerleştirmesi Anindita'ya göre Netflix'in yıkıcı inovasyon teorisi içerisinde değerlendirilmesine olanak tanımaktadır (Zengin 2022: 195-197).

Netflix, eğlence dünyasına önce posta yoluyla DVD yollayarak, ardından medya yayını yaparak ve sonra orijinal yapımlar üreterek yeni bir soluk getirmiştir. Bu durumla ilgili olarak Netflix kurucusu ve CEO'su Reed Hastings, Netflix'in kimliğini oluşturan özelliklerinde, örneğin tüm bölümleri aynı anda yayınlama fikrinin altında DVD izleyerek büyümüş olmalarının etkili olduğunu ifade etmiştir. TED yöneticisi Chris Anderson'la gerçekleştirdiği röportajda, Anderson'un "Aboneler harcadıkları zaman arttıkça mı tekrar abone oluyorlar yoksa daha çok koca bir sezon '*Nailed It*' izleyecek kadar zaman gerektirmeyen şovlara sahip olmakla mı ilgili bir abonelik artışı oluyor?" sorusuna Hastings, "İnsanlar Netflix'le ilgili konuştuklarında şovlarla ilgili konuşuyorlar. Bu orantısız ve olumlu etki ve abone artışı için bahsettiğiniz unutulmaz şovlarla yapmaya çalıştığımız şey çeşitlilik sunmak. Ne kadar sevsen de her gece aynı şeyi izlemek istemezsin, farklı şeyler denemek istersin. (...) Biz bunu bağımlılık olarak düşünmüyoruz ve şöyle diyoruz: Rahatlamak istediğinde ve boş zamanında ne yapmak istersin?" şeklinde yanıt vermiştir (Hastings 2018).

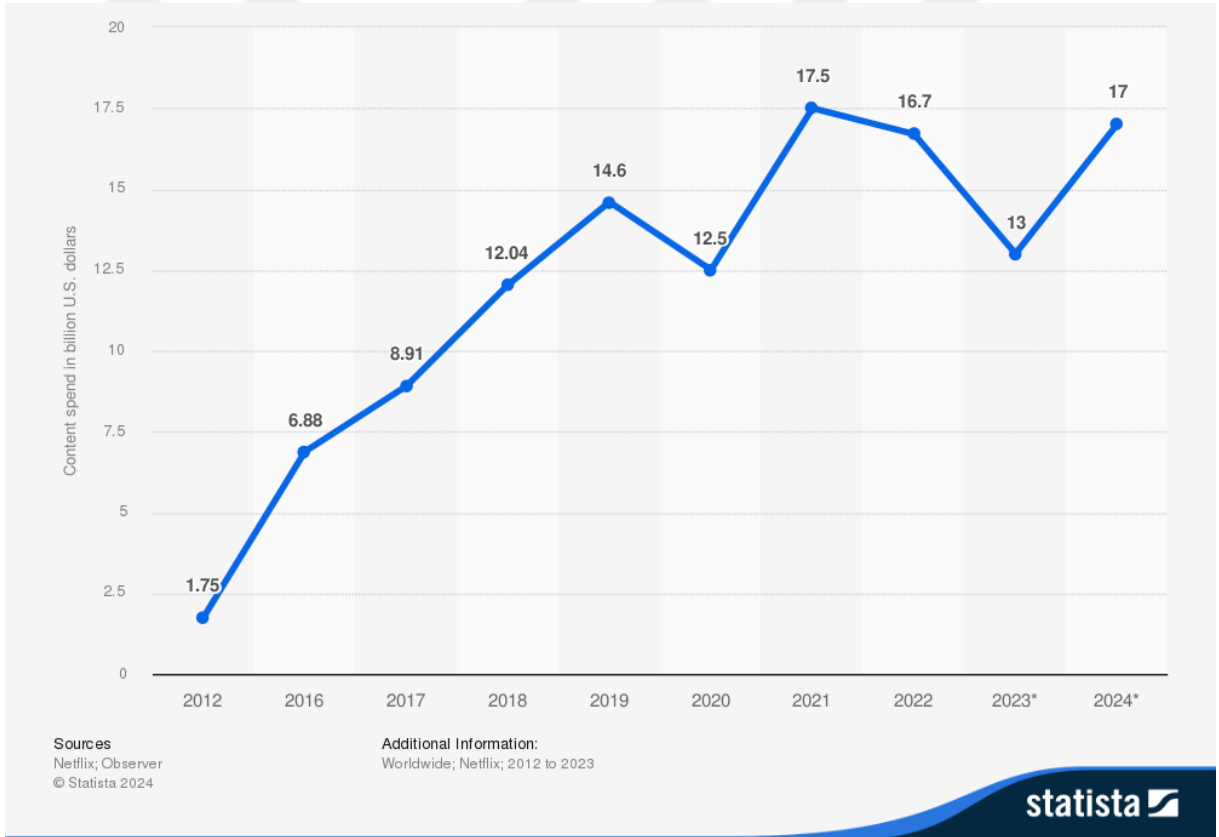
Efe Numan Can, Mustafa Koçer ve Hande Hekimoğlu Toprak, tüketicilerin Netflix kullanımları üzerine yürüttükleri çalışmada, Netflix'in olumlu ve olumsuz yönlerini araştırmışlardır. Katılımcılar nezdinde Netflix'in olumlu yönleri olarak çeşitli dil seçenekleri sunuyor olması, belgesel içeriklerinin yer alması, içerik havuzunun geniş olması, istedikleri an istedikleri yerden izlenebiliyor olması, her ilgi alanına yönelik içeriğin bulunması, kaliteli çözünürlük sunması, popüler içeriklere ve vizyon filmlerine kısa sürede ulaşılabilmesi ve fiyat-performans dengesinin iyi olması olarak sıralanmıştır. İdeolojisini yoğun bir şekilde hissettirmesi, şiddet, cinsellik gibi yaş sınırlaması gerektiren içeriklere fazlaca yer vermesi, bağımlılık yapması, pedofili, homofobi, eşcinsellik temaları üzerinde sıkça durması da olumsuz özellikler olarak listelenmiştir (Can vd. 2021: 340).

Netflix'in sektörel konumu ise platform emperyalizmi çerçevesinde değerlendirilebilir. Stuart Davis'in medya emperyalizmi ve platform kapitalizmi yaklaşımlarını bir araya getirerek oluşturduğu platform emperyalizmi yaklaşımı, Netflix'in ekonomi-politik bir hegemonya geliştirmesi üzerinden okunabilmektedir. Platform emperyalizmine özgü dikey entegrasyon, ulusötesi genişleme, kullanıcılara ait verilerin kullanımı gibi durumların Netflix'in iş modeli ile ilişkili olduğu göz önünde bulundurulduğunda, üretimden dağıtıma tüm aşamaları kendi içerisinde bulundurması, yerel ve küresel pazara hakimiyet kurma eğilimi, algoritma sisteminin kullanılması gibi özellikleriyle platform emperyalizmine hizmet etmektedir (İliç, İliç 2023: 722).

Netflix'in kurumsal kimliği ve duruşu, içerik politikalarıyla şekillenmektedir. Oluşturduğu Netflix kültürünü anlamak, geleneksel medyayı ve seyir dinamiklerini, diğer dijital yayın platformlarını, platform emperyalizmini ve kültür endüstrisini ne şekilde etkilediğini içerik politikaları üzerinden okumak anlamlı olacaktır.

1.2. Netflix İçerik Politikaları

Netflix, içerik üretimine ciddi yatırım yapmaktadır. 2023 yılında, 13 milyar ABD doları; 2024 yılında ise 17 milyar ABD doları ile içerik harcamalarına yatırım yapan Netflix, orijinal içerikler için yaptığı harcamalarla SVoD platformlar içerisindeki en yüksek içerik harcamasına sahip platform olma özelliğini taşımaktadır (Stoll 2024, Grafik 11).



Grafik 11: Netflix'in 2012-2024 içerik harcamaları (Stoll 2024)

İçerikleri üretmenin yanı sıra içeriklerin daha geniş kitlelere ulaşması için çalışan Netflix, bu doğrultuda birtakım politikaları takip etmektedir. Netflix, içerik politikalarını oluştururken en temelde geleneksel seyir platformlarında gözlenen medya şirketlerini önceleyen arz talep sistemine aykırı bir politika oluşturacaklarını bilerek yola çıkmışlardır. Reed Hastings'in yönetilen memnuniyetsizlik olarak kavramsallaştırdığı, beklemek/bekletmek temelli geleneksel politika reddedilmiştir. Programın

yayınlanmasını bekleme, yeni sezonu bekleme, belirli bir saati bekleme gibi şartlandırmaların medya şirketlerini, yayıncıları ve reklamcılarını memnun ettiğini; izleyicilerin bu döngüde pasif olarak yer aldıklarını fark etmiş ve eleştirmişlerdir (Osur 2016: 47). Netflix, seçimi izleyiciye bıraktığı, izleyici seçimlerini kontrol ederek kişiye özel kişiselleştirilmiş bir içerik havuzu önerisi oluşturduğu sistemini bu eleştirel tutumun üzerine oluşturmuştur. Netflix'in içeriklerini 2000 yılından beri yöneten Ted Sarandos, Netflix'ten önce bir video dükkânında çalışmış, raflara hangi filmlerin yerleştirileceğini seçme görevini müşterilerin bildirimlerine göre düzenlemiş ve dükkânın envanterine kaç yeni içerik eklenmesi gerektiği görevini de yine taleplere göre planlamıştır. Buradan sağladığı deneyimle, Netflix'te de içerik yelpazesini belirlerken izleyicinin taleplerine ihtiyaç duyan Sarandos için platformda kullanılan algoritmalar oldukça yararlı çıktılar sunmaktadır (Greene 2016: 3).

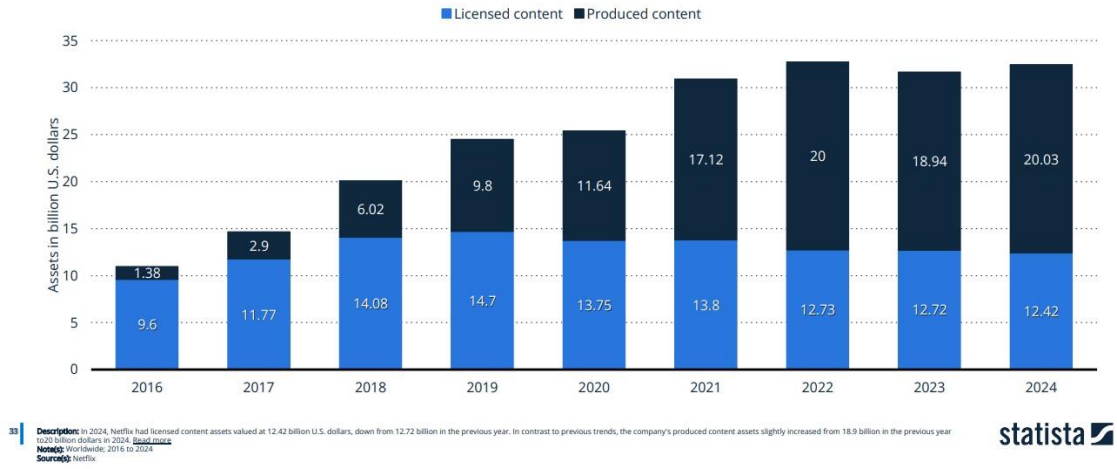
Kişiselleştirilmiş bir deneyim yaşatmanın peşinde olan Netflix, izleyicisine sunacağı ona özgü olan içerikleri belirleyebilmek için izleyicinin dijital ayak izini takip etmektedir (Medin, Kaymak 2022: 68). Bu kişiselleştirilmiş deneyim izleyicinin arayüzünde görülen içeriklerden, söz konusu içeriklerin ne şekilde görüneceğine dek geniş bir skalaya sahiptir. Bir film izleyicilerin arayüzüne ekleneceği zaman eğer izleyici ağırlıklı olarak romantik içerikleri takip ediyorsa filmin romantik bir sahnesinden seçilmiş görsel, eğer izleyici komedi içeriklerini takip ediyorsa filmde eğlenceli bir sahnenin görseli gibi seçimlerle, kişiselleştirilmiş afişler dahi sunulmaktadır (2022: 78).

Netflix'in içerik politikası olarak oluşturduğu en önemli stratejilerden bir diğeri de orijinal içerik üretmektir. 2012'de yayınlanan *Lillyhammer*, ortak yapımcı olarak Netflix'in dâhil olduğu ilk orijinal içerik olarak nitelenebilir. Netflix'in tamamıyla kendisine ait olan ilk orijinal yapım ise 2013 yılında yayınlanan *House of Cards*'tır. *House of Cards* ile birlikte Netflix her hafta bir bölüm şeklinde alışılagelmiş seyir deneyimini, sezonun tamamını tek seferde izleyicilerle paylaşarak dönüştürmüş ve binge-watching, binge-viewing şeklinde literatüre giren, Türkçe'de aşırı izleme, tıknırcasına izleme, izleme maratonu şeklinde çevirilerle kullanılan kavram böylece doğmuştur. 2015 yılında ilk orijinal film yapımı olan *Beats of Nation* ve ilk İngilizce olmayan orijinal yapım içeriği olan *Club de Cuervos* yayınlanmıştır (Medin, Kaymak 2022: 68-71).

Orijinal yapımlara dizilerle başlayan Netflix'in film sektörüne de giriş yapması, eğlenceyi ve keşfi kolaylaştırmak niyetinde olan platformun içerik yelpazesini genişletmesi adına önemli bir adımdır. Reed Hastings'in 2018 TED konuşmasında dile getirdiği, içeriklerin bir kısmının oldukça kaliteli ve nitelikli, bir kısmının ise kolay ve vakit doldurmalık içerikler olarak belirlenmesini "şeker ve brokoli diyeti" benzetmesiyle aktarması içerik yelpazesini herkese hitap edecek şekilde genişletme niyetlerini de ortaya koymaktadır (Hastings 2018).

Netflix, orijinal içerik üretimi için 2021'de 17 milyar dolar, 2022'de 20 milyar dolar, 2023'te 19 milyar dolar ve 2024'te 20 milyar dolar harcama yapmıştır (Grafik 12). Orijinal içerik üretimi için rakiplerinin neredeyse iki katını harcayan Netflix'te kullanıcılar şu an -ülkelere göre içerik havuzunun çeşitliliği değişse de- yaklaşık 4000'den fazla filme ve 1800'den fazla diziye erişebilmektedir. Amazon Prime Video, Hulu gibi Amerika'da Netflix'ten önce de var olan platformlardan en temel farkı, kullanıcılarına kişiselleştirilmiş içerik listeleri hazırlamaktır (Wang, Shi 2022: 1989).

Mart 2025 itibarıyla, Netflix'in hisse fiyatı 895,10 ABD dolarıdır. Şirketin yaklaşık 427,76 milyon adet hisseye sahip olduğu göz önüne alındığında, piyasa değeri yaklaşık 384,37 milyar ABD doları olarak hesaplanmaktadır (MarketCapOf 2025).



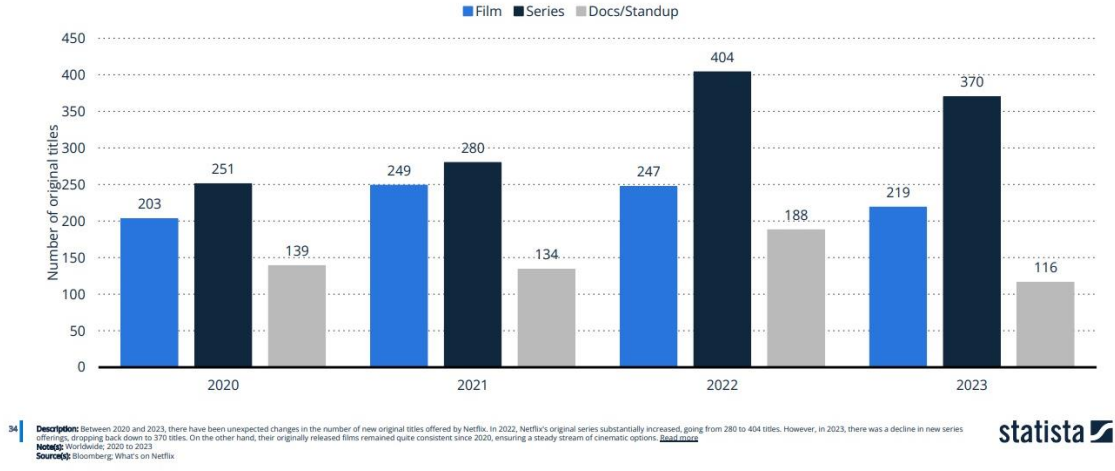
Grafik 12: Netflix'in 2016'dan 2024'e kadar dünya çapındaki içerik varlıkları, türe göre (milyar ABD doları cinsinden) (Statistics report on Netflix 2025)

Netflix 2018 yılında Emmy ödüllerine 112 dalda aday olmuştur. Netflix'in orijinal içerikleri 430'dan fazla ödüle aday gösterilmiş; 72 Emmy ödülünün sahibi olmuştur. Bu ödüllerin 29'u *House of Cards* dizisine aittir (Can vd. 2021: 330).

Netflix'in içerik politikalarının neticesi olarak gündeme gelen orijinal yapımlar, hem yerel hem de küresel ölçekte başarı elde etmesini sağlayan kilit bir noktada durmaktadır. Hizmet verdiği ülkelerde her bir ülkenin kendi yerel ve kültürel dinamiklerini taşıyan orijinal içerikler üretmektedir (Grafik 13). Bu yerel ve kültürel kodlu içerikler, Netflix havuzundan tüm dünya izleyicilerine sunulmakta; böylece kültürel sınırlar ortadan kalkmaktadır. Netflix'in Türkiye'deki ilk orijinal yapımı *Hakan: Muhafız* (2018) dizisidir (Medin, Kaymak 2022: 69).

Netflix tüm stratejik planlamalarında olduğu gibi orijinal yapımlarda da en temelde ticari bir kaygı gütmektedir. Bağımsız filmlerde dahi popüler oyuncuların yer almasına özen göstermekte, oyuncuların reklam potansiyellerinden yararlanmaktadır. Farklı ülkelerde bağımsız sinema örneklerini

de destekleyen platformun Türkiye'deki orijinal yapımlarına bakıldığında yaklaşımının daha çok popülerlik üzerine olduğu yorumu yapılabilir (Medin, Kaymak 2022: 166).



Grafik 13: 2020'den 2023'e kadar Netflix'in dünya çapında orijinal içerik yayınlayan yapım sayısı, içerik türüne göre (Statistics report on Netflix 2025)

Netflix'in stratejik bir hamlesi olarak yerleşen ve Türkçede aşırı izleme olarak kavramsallaşan binge-watching, 2013 yılında Oxford'un yılın kelimesi listesine girmiştir. 2013'te aynı zamanda selfie (özçekim) kelimesi öne çıksa da binge-watching yeni bir kavram olarak dikkatleri çekmiştir. 1990'lı yıllarda da sözü edilen kavram, Netflix'in sezonluk dizilerini tek oturuşta izleme etkinliğinin yaygınlaşmasıyla öne çıkan bir kavram olmuştur. Yine 2013 yılında Netflix, Harris Interactive adını verdiği bir anket çalışması gerçekleştirmiştir. Bu anketle izleyicilerin dizileri izleme sürelerinin şekillerini anlamak isteyen Netflix; izleyicilerin %73'ünün izleme sürelerinin bir oturuşta iki ila altı bölüm izlemek olarak tanımladıklarını ve bu imkânın olumlu bir özellik olduğunu belirttiklerini bulgulanmıştır (Osur 2016: 94). Lisa Glebatis Perks, medyaya yönelik gerçekleştirilen bu aşırı izleme halini medya maratonu olarak adlandırmıştır ve Netflix'in arayüz ve sosyal medya kullanımı gibi farklı stratejik adımlarıyla izleyicilerin kendilerini bu medya maratonunun içerisinde bulduklarını ifade etmiştir (akt. Jenner 2015: 14). Aşırı izleme birçok farklı stratejiyle iç içe gelişen bir noktada durmaktadır. Aylık bir abonelik hizmeti sunan Netflix'in öncelikli hedefi, aboneliklerin kalıcı olmasını sağlamaktır. Bunun için izleyiciye olabildiğince fazla çeşitlilikte içerik sunmak, bu sunuşu kişiselleştirerek onların dikkatinde kalmak ve izleyicileri sürekli içerik tüketimine sevk etmek uygulanan stratejik yöntemlerdir. İzleyicilerin bir içeriği peş peşe tüketmesi halinde, aboneliklerini iptal etme olasılıklarının daha az olduğu düşüncesiyle sürekli tüketimi körüklemekte ve aşırı izlemeyi bir trend olarak sunmaktadır (Jenner 2015: 8).

Bir diğer strateji, izleyiciyi aşırı izlemeye sevk eden platformun bu durumu izleyici için kolaylaştıracak arayüzler geliştirmesidir. Bölüm sonundan diğer bölüme izleyici müdahalesi olmadan

hızlı geçiş, yeni bir bölümün başındaki introyu atlama veya sondaki jeneriği atlama seçenekleri gibi bölümler arası döngüyü hızlandıran olanaklar sunmaktadır. Netflix'in bu imkânı, isolated flow (yalıtılmış akış) olarak kavramsallaştırılmıştır (Medin, Kaymak 2022: 73). Hastings, tüm bu kolaylıklarla ilgili olarak Netflix'in izleyicisine kişiselleştirilmiş ve oldukça kolay bir web sitesi sunmasının odaklandıkları en önemli şeylerden biri olduğunu açıklamıştır. Bireyin kişisel zevklerine uygun içerikleri gördüğü ve hızlıca erişebildiği kişiselleştirilmiş ana sayfa görünümüne ve her şeye hızlıca erişim sağlayabileceği site tasarımına önem verdiklerini özellikle vurgulamıştır (akt. Osur 2016: 37).

Netflix, Samsung ve Apple gibi televizyon üreten markalarla işbirliği geliştirmiştir ve böylece birçok televizyon setine entegre edilmiştir. Bu durumu erişilebilirlik stratejisi olarak geliştiren Netflix, kolay ve hızlı şekilde uygulamaya geçiş yapılmasını sağlayan eklentileri yaygınlaştırmaktadır. Apple TV, Google Chromecast, Blu-Ray, Sony, Toshiba gibi cihazlar ve bu cihazların uzaktan kumandaları başta olmak üzere pek çok alanda eklentisi yer almaktadır (Osur 2016: 56). Netflix'in izleyici odaklı yaklaşımının temelinde yatan izleyici için her şeyi kolaylaştırmak hedefi, Mavi Okyanus stratejilerine de bir örnektir. Mavi Okyanus şeklinde adlandırılan stratejiler, rekabetin var olduğu mevcut pazarlar yerine yeni pazarlara odaklanarak rekabet avantajı kazanmaya yönelik stratejileri karşılamaktadır. Netflix de geleneksel medyadaki süregiden rekabetin karşısında dijital medyadaki yeni pazara odaklanmış ve stratejilerini bu pazara yönelik geliştirmiştir. Netflix'in "Only on Netflix / Sadece Netflix'te" stratejisi de bu doğrultuda geliştirilen bir stratejidir. Netflix'in sadece kendi platformuna özel olarak ürettiği orijinal içerikler, pazarda markayı öne çıkarmaktadır. Aşırı izleme, Sadece Netflix'te gibi yaklaşımlar, artık Netflix kültürü şeklinde sözü edilen ve diğer tüm dijital yayın platformlarının işleyişini de etkileyen bir dizi yeniliğin çıktıkları olarak sayılabilmektedir (Aydemir 2023: 1466).

Netflix'in bir diğer stratejisi sosyal medya kullanımı üzerinedir. X, Instagram gibi sosyal medya uygulamalarını aktif kullanan platform, içeriklere ilişkin sıklıkla paylaşım yapmaktadır. Merak uyandırıcı içeriklerin yanı sıra yeni sezonlara, yeni eklenen içeriklere ilişkin hatırlatmalar da yer almaktadır. Zaman zaman spoiler (içeriğe ait sürpriz bozan bilgi) içeren paylaşımlar da yapan Netflix, böylece izleyicinin sosyal medya uygulamasında herhangi bir sürpriz bozan bilgiyle karşılaşmadan hızlıca içeriği tüketmesini teşvik etmektedir. Aşırı izleme eylemine dâhil olan bu durum, zamanla, izleyicilerin aşırı izleme eylemini de yavaş bulmalarıyla şekil değiştirir ve yarışircasına izleme şeklinde çevrilen binge-racing kavramı ortaya çıkar. Yarışircasına izleme eyleminde izleyiciler kendilerine, yüklenen yeni sezon içeriğinin tamamını yirmi dört saat içerisinde izlemek gibi süre sınırlamaları koymaktadırlar (Medin, Kaymak 2022: 73-75). Bauman, tüketicilerin tüketme kapasitelerini artırmak için onlara durma, dinlenme anlarının bırakılmaması gerektiğini ifade etmiştir. Sürekli uyanık halde olmaları ve dış uyarıcılara her daim maruz kalmaları, tüketimlerini daimi bir heyecan ve merak

içerisinde çoğaltarak sürdürmeleri sağlanmalıdır (Bauman 2017: 103). Netflix'in sosyal medya kullanımı da sayısız içeriğin bulunduğu havuza izleyicileri sürekli davet etmekte ve tüketmedikleri her an çok fazla şey kaçırdıklarına dair rahatsızlık hissi uyandırmaktadır.

Netflix'in Mart 2025 itibariyle, Instagram'da 36,2 milyon, X'te ise yaklaşık 23 milyon takipçisi bulunmaktadır. Bu rakamlar Netflix Türkiye için Instagram'da 5,4 milyon, X'te ise yaklaşık 3 milyon takipçi şeklindedir. Instagram ve X hesabında dizilerin fragmanları, yeni yayınlanacak yapımların tanıtımları, eğlenceli gönderiler ve etkinlikler paylaşılmaktadır. Ayrıca, izleyicilerin diziler hakkında konuştuğu sosyal medya platformlarında hashtagler (sosyal medya etiketi) kullanılarak etkileşimler artırılmaktadır. Netflix platformunun küresel reklam stratejilerine ek olarak yerel kampanyalar yürüttüğünü görmek de mümkündür. İstanbul'da boğazdan geçen bir gemiye "Kolombiya'dan Sevgilerle" yazısı asmak, *Bright* filminde yer alan Ork karakterini Türk kültürüyle harmanlanmış ve yerleştirilmiş bir karakter olarak Orklar Aramızda reklam filmiyle sunmak gibi çabalar, Netflix'in yerel olanı da gözetmesine örnektir (Başer, Söğütöl 2023: 9).

Netflix'in stratejilerinin en önemli meselesi ise algoritmalarıdır. Netflix, izleyicilerin uygulama kullanırken neler yaptığını, neleri tercih ettiğine vs ilişkin topladığı veriler üzerinden izleyici taleplerini yorumlamakta ve veriler aracılığıyla izleyiciye daha kişisel bir deneyim yaşatmaktadır. 2000 yılında geliştirilen CineMatch, algoritma ölçümü için kullanılan araçlardan biridir. Netflix, henüz DVD satış sürecinde dahi, izleyicilerin kiralamanın ardından filmi puanlamasını ister. Beş yıldızlı bir puanlama sistemi bulunan CineMatch'de izleyiciler benzer puanlamalara göre farklı kümelere ayrılarak kategorilendirilirler (Osur 2016: 37). DVD kiralama döneminden dijital yayına geçen Netflix, aynı algoritma mantığıyla artık daha çok veri elde edebilmektedir. İzleyicilerin içeriği kaç kez izlediği, ne zaman durdurduğu ve başlattığı, hangi sahneleri tekrar izlediği gibi pek çok detay bilgiye artık erişebilmektedir (Medin, Kaymak 2022: 76).

Netflix için algoritma sistemi o denli önem taşımaktadır ki 2006'da Netflix Prize adını verdiği bir yarışma düzenlemiştir. Yarışmanın amacı CineMatch'in algoritma tahmin potansiyelini %10 oranında artışa uğratmaktır. Bunu başaracak kişi ya da kişilere bir milyon dolar ödül verileceği duyurulmuştur. Bu yarışma hem bir pazarlama kampanyası hem de amatör fakat başarılı programcılara ulaşmak için akıllıca bir hamle olarak sunulmuştur. Yarışmanın birincisi BellKor isimli takım olmuştur. BellKor, filmlerin puanlanmasında zamanın etkili olduğunu ve hafıza faktörünün önem taşıdığını düşünerek oluşturduğu sisteminde, tahmin oranını %10'un üzerine çıkarmayı başarmıştır. İkinci takım ise Big Chaos isimli takım olmuştur ve bu takım izleyicinin ruh hali üzerinde durarak uygulama geliştirmiştir. Pazartesi ve Cuma günleri ile puanlama arasında bir ilişki yakalayan Big Chaos takımı,

izleyicilerin Cuma günleri, Pazartesi'ye kıyasla, daha yüksek puanlama oranlarına yaklaştıklarını bulgulararak ruh halinin puanlama üzerindeki etkisini ortaya koymuşlardır (Osur 2016: 39).

Algoritma, kendi başına akademik bir çalışma alanıdır. Hedef kitle, algoritmik kitle, adreslenebilir kitle, algoritmik kimlik, algoritmik kültür şeklinde kavramlar literatürde yer almakta ve incelenmektedir. Algoritma, bir yandan verileri kullanan ve işleyen bir algoritmik kültür yaratsa da öte yandan söylemsel bir inşa da gerçekleştirmektedir. Bir içeriğin herhangi bir yerinde durduğunuzda, ileri veya geri aldığınızda, bir içerikten sonra başka bir içeriğe geçtiğinizde ya da geçmediğinizde bu durum bir veri olarak kaydedilmektedir. Bu veriler biriktirildiğinde, izleyici özelinde artık yorum yapılabilir bir duruma gelmektedir. Netflix, algortimaları yorumlarken ve açıklarken bir içeriğin gerçek izleyici sayısı üzerinde durmamaktadır. İçerik odaklı değil izleyici odaklı yürüttüğü algoritmik sisteminde, izleyicilerin neyi ne kadar süreli izlemekten hoşlandıklarını yorumlamakta ve açıklamaları kişiselleştirilmiş arayüzler aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Platformlar kendi aralarında algoritma verilerine ilişkin anlaşmalara da varabilmektedirler. Netflix, sosyal medya platformu Facebook ile anlaşma yapmış; anlaşma gereğince Facebook'taki arkadaşların birbirlerinin içerik tercihlerini görebildikleri bir arayüz oluşturmuştur (Burroughs 2018: 10-11). Algoritmik sistemi, izleyicileri yalnızca popüler olan içeriklere yönelten platformları eleştirerek oluşturmuş olan Netflix, izleyicilerin popüler olanı değil beğendiği içeriği tercih edeceği varsayımıyla hareket etmiştir (Osur 2016: 39).

2021'de Netflix, seçim yapmakta zorlanan izleyicileri düşünerek onların algoritma verileri doğrultusunda içerik önerdiği "Bir Şeyler Oynat" özelliğini aktif etmiştir. İzleyici, Bir Şeyler Oynat menüsünü seçtiğinde, izleyicinin daha önce izlememiş olduğu ve verilerine göre beğenme potansiyeli yüksek olan bir dizi bölümü veya film açılmaktadır. Böylece Netflix, izleyicinin sayısız içerik arasında kaybolup sıkılmasını ve seçim yapmadan platformdan ayrılmasını engellemektedir. Netflix'in bir diğer eklentisi de Netflix Party'dir. Bu eklenti ile Netflix izleyicilerine izleme anında yazışma imkânı sunmaktadır (Medin, Kaymak 2022: 80-81).

Algoritma sistemi, izleyicilerin beğenilerini kalıp yargılara sokarak kısa süreli değişiklikler yapmadığı için zaman zaman sıkıcılaşabildiği yönünde eleştiriler almıştır. Farklı ruh hallerinde farklı içeriklere ulaşmak isteyen izleyicinin öneriler arasından çıkmakta zorlanması, algoritmanın algıladığı verilerin artık izleyicilerin tercih etmeyeceği tarzda veya türde veriler olması ve bu tercih yargılarını değiştirmenin kısa süreli bir döngü olmaması nedeniyle izleyiciler tarafından olumsuz olarak nitelenmektedir. Üretim boyutunda da sürekli belirli yapımların, özellikle de orijinal yapımların öne çıkmasıyla farklı türlerdeki yapımların geri planda kalması eleştirilmektedir (Medin, Kaymak 2022: 80). Netflix'in içerik çeşitliliğini DVD kiralama temelli bir şirket olduklarını unutmadan değerlendirmek gerekir. Kiralama sisteminde kişileri tanımak adına algoritmik sistem dijital medyanın

sağladığı olanaklara göre işleyemediği için içerikleri her yaştan, her cinsiyetten, her ırktan vb. kitlelere ulaşacak şekilde bir araya getirmekte ve herkese hitap etme gayesi taşımaktaydılar. Aynı gaye, dijital yayınlarında da sürmekte, platforma erişecek herhangi bir insanı dışarıda bırakmayacak, her insanın kendinden mutlaka bir parça bulacağı şekilde bir havuz oluşturmaya ve sonsuz bir kapsayıcılıkla içerik çeşitliliği sunmaya özen göstermektedirler (Medin, Kaymak 2022: 168).

Dijitalleşmenin etkisiyle ve olanaklarıyla gündeme gelen bir diğer konu interaktif yapımlardır. Bu konudaki ilk denemeler de yine dijital yayın platformlarının sağladığı olanaklarla mümkün olmuştur. Netflix, diğer platformlardan da farklılaşarak ilk kez izleyiciye interaktif bir deneyim sunmuştur. *Puss in Book: Trapped in an Epic Tale*, *Minecraft: Story Mode* ve *Black Mirror: Bandersnatch* gibi etkileşimli içerikleriyle izleyiciye film boyunca kendisine sunulan alternatif senaryo seçenekleri arasından tercih yaparak hikâyenin gidişatını belirleme gücünü vermiştir (Burroughs 2018). 2024 Aralık ayında, interaktif içeriklerin büyük çoğunluğunu kaldıracağını duyuran Netflix, *Black Mirror: Bandersnatch* ve *Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy vs. the Reverend*, *Ranveer vs. Wild with Bear Grylls* ve *You vs. Wild*'in platformda kalacak olan içerikler olduğunu paylaşmıştır. Netflix sözcüsü Chrissy Kelleher, interaktif içeriklerin başlangıçta başarılı bir teknoloji olarak değerlendirildiğini ve bu tarz üretimlere girmenin yenilikçi bir fikir olduğunu fakat artık sınırlayıcı bir tür olarak değerlendirildiğini ifade etmiştir. İnteraktif içerikleri kaldıran Netflix'in diğer teknolojik alanlara odaklanacağını da belirtmiştir (Akpınar 2024). Bu alanlardan biri de oyun alanı olmuştur. Netflix, Netflix Games adı altında, Netflix üyelerinin ücretsiz erişebildiği beş mobil oyunu piyasaya sürmüştür: *Stranger Things: 1984*, *Stranger Things 3: The Game*, *Shooting Hoops*, *Card Blast* ve *Teeter Up* (Medin, Kaymak 2022: 82).

Netflix, diğer tüm dijital yayın platformları gibi, kar odaklı ve rekabet mantığında kurumsal politikalarını belirlemektedir. Üretimlerini en yüksek sayıda izleyiciye ulaştırma gayesini hem Netflix hem de Netflix içerisinde içerik üreticisi olan her bir yapım şirketi, yönetmen, oyuncu vb. tüm bileşenler taşımaktadır (Koç Akgül, Pazarbaşı 2018: 13). Netflix tüm bu üretim stratejileri ve içerik politikaları ile dijital yayın platformlarının birçoğu için öncü olmuştur.

Netflix şablonu şeklinde tanımlanabilecek, Netflix kültüründen doğan belli başlı kurallar artık her platformda gözlemlenebilmektedir:

- I. Tüketici merkezlik: İzleyici, istediği yerden, istedikleri zamanda ve istedikleri şekilde içeriğe erişebilir. İçerikler her bir izleyici için özel ve kişiselleştirilmiş arayüzde sunulur. İzleyici için her adımı kolaylaştırmak ve izleyicinin uzun süreli ve kalıcı abonelik geliştirmesini sağlamak öncelikli hedeftir.

- II. Yenilik: İzleyicinin alışkanlıkları korunarak yeni medya stratejileri sürekli takip edilir. Kullanımı kolaylaştıracak güncel tasarımlar, algoritma sistemlerindeki güncellemeler ve yeni teknolojiler sürekli takip edilir ve platforma işlenir. İzleyicinin platformda erişme arzusu duyacağı her türden içeriğin ve artık oyun, sohbet odası gibi zaman geçirmek için uğranabilecek her dijital alanın platformda bulunması bir diğer hedeftir.
- III. Orijinal içerikler: Her ülke özelinde, o ülkenin kültürel yapısına uygun kaliteli içeriklerin üretimi sağlanır. Bu orijinal içerikler, yerli izleyicinin geleneksel medya alışkanlıklarını tekrarlarken bir yandan da Netflix'in küresel pazarı da göz önünde bulundurularak kültürel öğeleri bir tür içeriğe çevirir. Yerel ve küresel pazar dengesini bularak hem yerli hem yabancı izleyiciyi platformda tutmak hedeflenmektedir.
- IV. Çeşitlilik: Hem yeni üyeleri davet etmek hem de var olan üyeleri içeride tutmak adına sürekli bir içerik yoğunluğu sağlanmakta ve her uygulamaya girildiğinde farklı içeriklerin yer aldığı arayüzlerle içerik havuzunun zenginliği vurgulanmaktadır. Her izleyicinin keyif alacağı çeşitlilikte, her türden içeriği bulundurmak ve havuzu orijinal içeriklerle seyri de aşırı izleme kültürüyle desteklemek platformun hedefleri arasındadır.
- V. Küresellik ve yerellik dengesi: Netflix, ülkeler bazında yerel içerikler üretirken bu yerel içeriklerin küresel pazarda yer alacağı bilgisiyle hareket eder ve içerik havuzunun çeşitliliğiyle dünyanın herhangi bir yerinden bambaşka bir ülkenin içeriklerine erişebilme kolaylığı ile kültürel kodların iç içe geçişi ve evrenselliği sağlanır (Osor 2016: 175-176). Bu dengeyi bulmak izleyicilerin platformdaki seyir yelpazesini genişletmesini ve çok sayıda içeriğin tamamını izleyebilecekmiş yanılgısı ve sürekli tüketim arzusuyla platformda kalıcı olmasını sağlamaktadır. Sürekli tüketim, kalıcı izleyici, yenilikçi seyir pratikleri Netflix'in temel hedefleridir.

Netflix'in hedeflerine yönelik geliştirdiği içerik politikalarını daha detaylı incelemek için politikaların etkilediği katmanlara da değinmek gerekmektedir. Söz konusu politikalar, içerik üreticilerini, izleyicileri, içeriğin niteliğini, sosyal alışkanlıkları ve kültürel pratikleri doğrudan etkilemektedir. Bu doğrultuda Robert Hodge ve Gunther Kress'in metinlerin nasıl işlediğini anlamak için bakılması gereken kodlar olarak belirledikleri; üreticilere yönelik üretim kuralları (kime, nasıl, hangi anlamların üretileceği), alıcılara yönelik alım kuralları (semiyotik potansiyelleri kullanarak), metinlere yönelik kurallar (anlam olasılıkları ve anlam kısıtlamaları yoluyla) ve semiyotik kurallar (sosyal algılamalara yönelik kısıtlamalar) başlıkları (1998: 40) Netflix'in içerik politikalarını yorumlamak için uygun görülmüştür. Bu doğrultuda, içerik politikaları incelemesi Hodge ve Kress'in kategorizasyonuna ek bir başlık olarak metin dışı kodlar incelemesi de dahil edilerek sürdürülmüştür. Netflix'in içerik politikalarının etkilendiklerini ve etkisini bütüncül bir yaklaşımla ele alabilmek için –

Hodge ve Kress'in sınıflandırmasına atıfla- endüstriyel boyut, alımlama boyutu, anlatı boyutu, toplumsal ve kültürel boyut alt başlıklarda ayrıca detaylandırılmıştır.

1.2.1. Üreticilere Yönelik Üretim Kuralları: Kim İçin, Nasıl, Hangi Yollarla?

Netflix'in içerik politikalarını incelerken endüstriyel boyut göz ardı edilmemelidir. Üreticilerin içerik üretiminde neleri öncelediği, Netflix'in sinema endüstrisinde yarattığı dönüşümün içerik üretimine nasıl bir etkisi olduğu ve Netflix kültürünün endüstriyi nasıl dönüştürdüğü incelenmelidir. Sinemanın endüstriyel boyutu, film yapım sürecine ilişkin tüm aşamaları kapsamaktadır. Filmin üretim aşamasından seyirciyle buluştuğu ana kadar gelişen tüm yapım, dağıtım ve gösterim süreçleri endüstriyel süreci karşılamaktadır (Erkılıç, Duruel Erkılıç 2021: 105).

Netflix, Amerika Sinema Filmleri Derneği'nin (MPAA), Disney, Paramount Studios, Sony Pictures, Universal ve Warner Bros.'tan sonraki altıncı üyesidir. 2019'da üye olarak kabul edilen Netflix, film endüstrisinin önemli yapım ve dağıtım şirketleriyle bir arada bulunmasıyla kendi konumunun da altını çizmiştir (Zengin 2022: 195). C. W. Mills'in (1974) iktidar seçkinlerini ele aldığı ve sisteme siyasetten, ordudan ve ekonomi alanından belirli güçlerin yön verdiği görüşüne Vincent Mosso (2008) medya seçkinlerini ve medyadaki güçleri de eklemiştir (Güngör 2018: 153). Mosso'nun medya seçkinlerini işaret etmesi, yukarıda bahsi geçen şirketleri ve bu şirketlerin kapsama alanlarındaki hiyerarşik güç ilişkilerini tartışma alanı olarak ele almayı da gerektirmektedir.

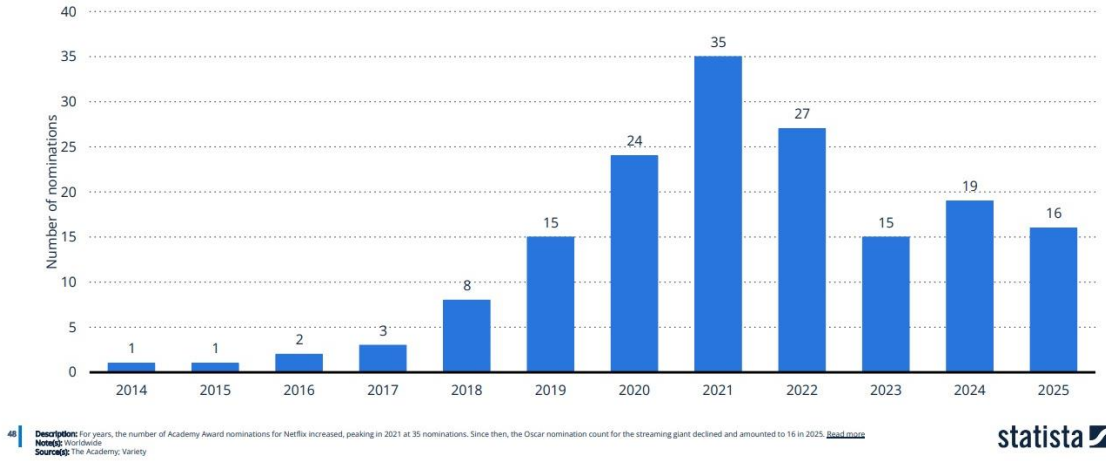
Dijital yayın platformlarının ortaya çıkışı üretici kanalında yapım, dağıtım ve gösterim aşamalarında yankı uyandıran karşılıklar bulmuştur. Yapım kanalında Netflix, orijinal içerik üretimleri aşamasında ülkelere özgü içerik üretimine başlamıştır ve bu noktada ilgili ülkenin yapım ekipleriyle çalışmayı tercih etmiştir. Bu durumun eksileri ve artıları bulunmaktadır. Türkiye'de orijinal Netflix içeriği olarak üretilecek bir dizi ya da film, Türkiye'ye özgü bir iş olacağı için Türk ekiplerle çalışmak bir gereklilik olarak doğmaktadır. Öncelikli hedef yerli izleyici olmakla beraber küresel pazarda erişilecek yabancı izleyiciler de hedeflendiğinden kültürel kodlar olabildiğince açıklamalı sunulmakta, ülkenin popüler oyuncularına rol verilmekte, çekimler turistik ve kültürel miras niteliği taşıyan yerlerde yapılmaktadır. Yerli film ekipleri, Türkiye'de çekim yapmanın tüm inceliklerini bildikleri için tercih edilmektedir. Türkiye, geleneksel medyada üretilen dizileri ile uluslararası alanda tanındığından hem oyuncuların hem mekânların hem de anlatı biçimlerinin yurtdışında pek çok bölgede bilinir olması bir artı olmaktadır. Bu artı durum, içerik anlamında geleneksel medya pratiklerinden çok uzaklaşılmasına, geleneksel medyada üretim yapan yapım şirketleri ve film ekipleri ile çalışılmasına ve hem bir tekrara hem de tekelleşmeye alan açılmasına yol açmakta ve eksi bir durum yaratmaktadır.

Dağıtım ve gösterim aşamalarına gelindiğinde daha büyük krizlerden söz edilebilir. Dijital yayın platformlarının yaygınlaştığı döneme denk gelen ve platformlara yönelik yoğun bir rağbet yaşanmasına neden olan pandemi, söz konusu krizlerden birini yaratmıştır. Covid-19 pandemisiyle yaşanan sokağa çıkma yasakları ve toplu etkinliklerin gerçekleştirilememesi, sinema salonlarının uzun süre boyunca kapalı olmasına neden olmuş ve izleyiciler dijital platformlara yönelmişlerdir. Bu durum, yapım ve dağıtım stüdyoları ile sinema salonu işletmecileri arasındaki uzlaşmaların yönünü değiştirmiştir. Hollywood'un bu dönemde söz konusu kriz için geliştirdiği yöntem, filmlerin sinema salonları gösterimlerini beklemeden dijital platformlarda yayına açılması yönünde olmuştur. Diğer pek çok yapım ve dağıtım şirketlerinin de benzer adımları takip etmesi, sinema salonlarının tercih edilirliliğini ve gelirlerini düşüreceği yönünde eleştirilmiştir. Pek çok yönetmen ve yapımcı bu kararın karşısında durmuştur (Erkılıç, Duruel Erkılıç 2021: 106).

Dijital yayın platformlarının yol açtığı bir diğer endüstriyel kriz, 70. Cannes Film Festivali'nde yaşanmıştır. Netflix yapımı *Okja* (2017) ve *The Meyerowitz Stories* (2017) filmleri, Cannes Film Festivali'nin yarışma bölümüne seçilmiştir ve bu durum büyük bir tartışmaya yol açmıştır. Gelen tepkilerin ardından festival yönetimi, başta filmlerin programdan çıkarılacağına yönelik akabinde de programdan çıkarılmayacaklarına, festival yönetmeliğinde değişiklik yapılacağına yönelik açıklamalarda bulunmuştur. Yapılan yönetmelik değişikliği ile Cannes Film Festivali'nde yarışmaya katılacak filmlerden öncelikli olarak Fransa'da gösterime girme taahhüdü vermesi istenmektedir. Söz konusu değişikliğin akabinde Netflix, Cannes Film Festivali'ne katılmayacaklarını duyurmuş ve Netflix yapımı filmlerin, diğer filmlerle eş değer tutulması gerekliliğinin altını çizdiği bir açıklama yayınlamıştır (Zengin 2022: 198-200).

Bir diğer Netflix yapımı film *Roma* için de benzer tartışmalar yapılmıştır. Alfonso Cuaron yönetiminde çekilen *Roma* (2018), Altın Küre Film Ödülleri'nde En İyi Film ve En İyi Yabancı Film ödüllerinin sahibi olmuş, 72. İngiliz Sinema ve Televizyon Sanatları Akademisi (BAFTA) Ödülleri'nde En İyi Film ödülüyle beraber dört ödül daha almıştır. 91. Akademi Ödülleri'nde Oscar'a on dalda aday gösterilmesiyle tartışmalar başlamıştır. *Roma*, dijital yayın platformu tarafından yapımı sağlanan ve En İyi Film Oscar Ödülü'ne aday gösterilen ilk film olarak tartışmaların gündeminde yer almıştır. Amerika'daki önemli sinema zincirleri AMC, Cinemark ve Regal, tepki olarak her yıl düzenledikleri Oscar adayları gösteriminde *Roma*'ya yer vermeyeceklerini açıklamışlardır. Tüm bu tartışmalar neticesinde *Roma*, En İyi Yönetmen ödülü başta olmak üzere üç ödülle törenden ayrılmıştır. Bu tartışmalar henüz tazeyken Netflix, Los Angeles'da bulunan tarihi Mısır Sineması'nı satın alma girişiminde olduğunu duyurmuştur. Bu hamleyle Netflix, adaylıklarına karşı çıkan ve gösterimlerini engelleyen salonların karşısında durmayı hedeflemiştir (Zengin 2022: 200-202).

Tartışmalara ilişkin yönetmen Steven Spielberg, Netflix'in sinemanın otantikliğine zarar verdiğiğine yönelik açıklamasıyla Netflix yapımı filmlerin Oscar adaylığının karşısında durmuştur (Torun 2021: 377). Spielberg, filmlerin sinema salonlarında adaylık öncesi sembolik gösterimlerde bulunmasını da eleştirmiştir (Barfield 2018).



Grafik 14: 2014'ten 2025'e kadar Netflix Akademi Ödülleri adaylıklarının sayısı (Statistics report on Netflix 2025)

Türkiye'de dijital yayın platformlarına yönelik kriz, 2019 yılında yaşanmıştır. Popcorn krizi olarak da nitelenen kriz, yapımcılar ile salon işletmecileri arasındaki bilet gelirlerine yönelik tartışmayla başlamış ve yapımcıların filmlerinin gösterimlerini erteleme kararı almasıyla tartışma büyümüştür. Tartışmanın odağında, Yılmaz Erdoğan'ın yazıp yönettiği *Organize İşler: Sazan Sarmalı* filmi yer almıştır. Film, sinema salonlarında gösterime girmiş, iki haftalık sinema gösteriminin ardından Netflix'te yer almıştır. Netflix'in Türkiye'deki ilk endüstriyel hamlesi olarak da tanımlanabilecek bu durum, sinema salonlarında gösterilen ve gişe rekorları da kıran bir filmin platforma taşınmasıyla sinemaya bir darbe vurulduğu yönünde eleştirilmiştir (Erkılıç, Duruel Erkılıç 2021: 113-114). Sinema salon işletmecileri, 7163 Sayılı "Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"un bu gibi durumların yolunu açtığına yönelik eleştirilerde bulunmuşlardır³ (Yazıcı 2020: 1451). Televizyon ve Sinema Film Yapımcıları Meslek Birliği (TESİYAP) konuya ilişkin açıklama yapmış, kararın birliğe ait olmadığını BKM'nin kendi kararı olduğunu belirterek birliğin kararın karşısında, salon işletmecilerinin yanında

³ Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik Madde 10(2): Sinema salonlarında ilk kez ticari dolaşıma girecek değerlendirme ve sınıflandırması yapılmış sinema filmleri, gösterime girdiği tarihten itibaren ücretli yayın yapılan kablo, uydu, karasal, internet ve diğer ortamlarda beş ay geçmeden, ücretsiz yayın yapılan uydu, karasal, internet ve diğer ortamlarda altı ay geçmeden ticari amaçla yayınlanamaz veya umuma iletilemez (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2019).

olduğunu ifade etmiştir (Evrensel 2019). BKM de konuya ilişkin açıklama yapmış, söz konusu kararın BKM'nin ticari olarak aldığı ve tüm filmleri kapsayan bir karar olmadığını, yalnızca *Organize İşler: Sazan Sarmalı* filmi özelinde geçerli olduğunu belirtmiştir (Yumrutepe 2019). Tartışmaların yoğunlaşmasının ardından Rekabet Kurumu Başkanı Ömer Torlak da açıklamalarda bulunmuş; konunun rekabeti ilgilendiren bir boyutunun şu aşamada olmadığını belirterek sinema salon işletmeciliği ve dijital yayın platformları arasında bir dönüşüm olduğu gerçeğini kabul etmek gerektiğini ve dönüşen seyir kültürünü ve yeni jenerasyonun tercihlerini takip ederek sürecin nerelere evrileceğini gözlemlediğini ifade etmiştir (Kılınç 2019). Söz konusu duruma yöneltilen eleştirilerin yanı sıra durumu olumlayan çevreler de olmuştur. Dijital yayın platformlarının artık bir gösterim alanı olarak kabul edilebileceklerini, sinema salonunda seyir pratiğinin bambaşka bir pratik olduğu için bu sebeple sonlanmayacağını, BKM'nin var olan şartlar içerisinde başarılı bir ticari karar yürüttüğünü düşünenler de bulunmaktadır (Erkek 2019: 117-119).

Tüm bu tartışmaların yaşandığı dönemde, sinema salonlarının Covid-19 pandemisi nedeniyle kapalı kalması, dijital yayın platformlarını bir gösterim aracı olarak kabul etmek konusuna zemin hazırlamıştır. Gösterimini erteleyen filmlerden *9 Kere Leyla* (Ezel Akay, 2020), salonlar açılrsa dahi pandemi etkisiyle insanlar çekimser yaklaştığından ve salonlara gitmeyi tercih etmediğinden Netflix'e satılmış ve Netflix'te gösterime girmiştir. Yine *Azizler* (Durul & Yağmur Taylan, 2021) için de aynı beklentilerle sürece başlanmış fakat *Azizler* filmi de salon gösterimi gerçekleşmeden Netflix'te gösterim yapmıştır (Erkılıç, Duruel Erkılıç 2021: 114).

Endüstriyel boyutta bu tartışmalar dönerken en temelde hatırlanması gereken izleyici faktörüdür. Netflix, bir üretici olarak endüstriye yönelik üretim kurallarında, dijital yayın platformlarının bir gösterim mecrası olarak kabul edilmesi, Netflix yapımı olan, Netflix platformunda gösterilen, dağıtımı Netflix tarafından gerçekleştirilen tüm içeriklerin izleyicilerle buluştuğu göz önünde bulundurulduğunda diğer mecralarda gösterim yapan içeriklerle eş tutulması gerektiği yönünde mücadele etmektedir. Netflix, içerik politikalarını bu doğrultuda oluşturmakta; izleyiciler için, orijinal yapımlarla, dijital bir mecra da üretim yaptığının altını çizerek kuralların yeniden gözden geçirilmesini talep etmektedir.

Netflix, bir üretici olarak izleyicilere yönelik üretim kurallarında, izleyicinin kim olduğu ile ilgilenmektedir. İçeriğin ait olduğu havuzun yerlisi ya da yabancı olması izleyiciye yönelik tavrı etkilemektedir. Orijinal içerik üretirken yerli izleyiciyi aşına olduğu kültürel kodlarla etkilemeyi hedeflerken yabancı izleyiciler için reklam olmuş oyuncu, mekân ve hikâyelerin kullanıldığı bir içerik evreni oluşturarak yerli ve yabancı izleyiciyi aynı kümede birleştirmeyi hedeflemektedir. Bu hedef doğrultusunda Netflix ve Netflix'e içerik üreten yapım şirketleri, hem yerel hem evrensel kültürel

kodlardan yararlandıkları anlatılar kurmayı, popüler oyunculara rol vermeyi, turistik mekânlarda çekimler yapmayı ve belirli anlatı kalıplarını kullanarak izleyiciyi yabancılaştırmamayı önelemektedirler. Benzer matematiğin takip edilmesi, içeriklerin bir noktadan sonra birbirine benzemesine yol açmış ve geleneksel medyada şikâyet edilen birbirinin aynısı içeriklerin belirli isimlerin tekelinde sunulması halini yeniden yaratmıştır.

1.2.2. Alıcılara Yönelik Alım Kuralları: Kültür Politikalarının İçerik Tercihlerine Etkisi

Alıcılara Yönelik Alım Kuralları başlığında Netflix'in içerik politikaları, izleyici boyutu ele alınarak incelenecektir. İzleyicilerin içerik tercihlerini hangi etkenlerle gerçekleştirdiği incelemelerine ve yerel – küresel ikiliğine dayalı kültür politikalarının içerik tercihlerine ne şekilde etkide bulunduğu değinilecektir.

Medyanın, dijital yayın ve sosyal medya platformlarının sayıca çeşitlenmesiyle ve bu platformların herkesin gündelik yaşamına sirayet etmesiyle dönüşüm geçirdiği; yeni tür bir medya kültürü oluştuğu kaçınılmaz bir gerçektir. Medya kanallarının platformlar da dâhil tümünde, erkek ya da kadın olmaya, güçlü ya da güçsüz olmaya, zengin ya da fakir olmaya ilişkin pek çok model sunulmakta ve bu modeller doğru veya yanlış olarak kodlanmaktadır. Bu durum “biz” ve “diğerleri” şeklinde bir ayrıma yol açmakta, zorbalığın günden güne artmasına neden olan ortamı doğurmaktadır. Medya kültürü artık bir tür teknoloji kültürüdür ve yeni bir küresel kültür biçimi yaratılmasına destek olmaktadır. Bireyler kimliklerini oluştururken medya kültürünün sağladığı kaynaklardan yararlanmaktadırlar. Medya okuryazarlığı konusunda fikir sahibi bilinçli alıcılar olmak çok fazla medya uyarıcısına maruz kalınan bu dönemde hiç olmadığı kadar önemlidir. Medya kültürü, kültürel kodları ve geleneksel kuralları kullanarak kitleler için üretilmektedir. Bu nedenle kitleleri elinde bulundurmak ve yönlendirmek isteyen şirketler için pazarda en yüksek kâra ulaşma yolunda bir araç olarak kullanılmaktadır. Geniş kitlelere ulaşmak hedeflendiğinden medya kültürü kullanılarak güncel olaylar ve bu olayların yarattığı duygular, toplumun ortak dertleri vb. kitleleri bir araya getirecek durumlar öne çıkarılmaktadır. Toplamların teknolojik gelişmelere ayak uydurarak hızla modernleşmesi, genişlemesi ve kültürel anlamda içe içe geçmesi hızlandıkça kimlik, belirsiz bir kavram haline gelmiştir. Öyle ki artık kimliğin bir yanılsama olduğu düşüncesi gelişmekte; sınırları keskin bir kimlikten ve topluluktan söz etmenin giderek zorlaştığı düşünülmektedir. Frankfurt Okulu kuramcıları ve ardından Baudrillard gibi postmodern kuramcılar, bireyin kimlik bütünlüğünü yitirdiğini ileri sürmekte ve buna tüketim olgusunun dayatıldığı kitle toplumu anlayışının ve medya kültürünün etki ettiğini savunmaktadırlar (Kellner 1995: 1-3, 233).

Kültür endüstrisi, sanat ile eğlenceyi kullanarak bir yineleme formülü yaratmıştır. Adorno, alıcıların ilgisini artık içerikten ziyade tekniğin çektiğini ifade etmiştir. Bunun nedenini içeriğin bir yinelemeye maruz kalması ve iinin boşaltılması olarak yorumlamıştır. Toplumsal iktidarı ve hâkim ideolojileri bu nedenle içerikte değil tekniğin sürekli yinelemesiyle her yerde karşılaşılan örneklerde aramak gerektiğini belirtmiştir (Adorno 2020: 67-68). Bu yineleme içeriklerin karmaşıklığını giderir ve yinelemenin beraberinde getirdiğı sıradanlık bir noktadan sonra güvenli bir alan hissi vermeye başlar. Bu yolla izleyici rahat, konforlu bir seyir olanağıyla baştan çıkarılmıştır. Özdeşleşme, oyalayıcı meseleler üzerine, çatışmalar, birbirinin tekrarı olaylar üzerine kurulmaktadır. İçerikler artık endüstriler gibi işletilmeye başlanmıştır (Maigret 2014: 88). İçeriklerin bir yandan değersizleştirilirken öte yandan sürekli izlenmesi hali (2014: 32-33), dijital yayın platformlarının izleyici ile ve izleyicinin dijital yayın platformları ile kurduğu ilişkiyi net bir şekilde ifade etmektedir. Netflix ve Netflix'e üretim yapan yapımlar, geleneksel medyanın pratiklerini kaçınılmaz olarak tekrar etmektedir. Bu tekrar, izleyicinin yeni seyir kültürüne alışması için başlangıçta bir gereklilikken geline nokta izleyicilerin alıştığı konforu bozmamak için başvurulmuş bir yoldur. Dijital yayın platformları ile hiç olmadığı kadar aktif bir konuma sahip olan izleyici, sayısız içerik arasından tercih yapmaktadır. Buradaki tercih faktörü, kişiselleştirme, algoritma, sosyal medya yönetimi gibi pek çok farklı strateji ile yönlendirilmeye çalışılsa da en temelde izleyici bildiğı, aşına olduğu, tanıdığı içeriklere doğru kaymaktadır. İzleyiciye aşinalık duygusunu yaratan ve bilinçsizce ilgili içeriğe yönelmesini sağlayan kültürel kodlar, Netflix'in içeriklere yönelik kültür politikalarının bir eklentisidir. İzleyici bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde anlatıdaki kodları alımlamakta ve yönlendirilmektedir. Yalnızca yerli içerikler özelinde geçerli olmayan bu durum, izleyicilerin farklı ülkelerin içeriklerine karşı duyduğu yakınlık ya da uzaklık duygusunun niteliğini de belirlemektedir. Benzer kültürden, sosyolojiden, ekonomiden ve tarihsel deneyimlerden geçen ülkelere ait içeriklerin, aynı ya da benzer izleyici kitlesi tarafından tercih edildiğı görülmektedir. Netflix'in benzer içerikleri izleyen izleyicilere, benzer içerikleri önermesi ya da birinin izleyip diğersinin izlemediğı içerikleri birbirlerinin arayüzlerine düşürmesi bahsi geçen durumla ilişkilidir.

Netflix, izleyicilerin sürekli içerik tüketmesini teşvik etmektedir. Önceki bölümlerde bahsi geçen Netflix'in intro ve jenerikleri atlama özelliğı, bir sonraki bölümün doğrudan başlaması vb. stratejileri sürekli tüketimi teşvik etmek için geliştirilmiştir. Bauman, tüketim kültürünün öğrenmeyle değil unutmayla ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Tüketicilerin heyecanlandıkları bir içeriğe karşı ilgilerini uzun süre taşıyamamaları, çok hızlı bir şekilde sabırsızlık ve unutkanlık geliştirmeleri, ihtiyacın ve ihtiyacın giderilmesi anının arasındaki ilişkinin bozuma uğradığını göstermektedir. Vaat ve bu vaade ilişkin umut besleme anında duyulan heyecan, vaadin gerçekleştiğı anda duyulan heyecandan daha yüksek olmaktadır (Bauman 2017: 101-102). Dijital yayın platformlarının teşvik ettiği sürekli tüketim hali de bir unutma halini doğurmaktadır. Çok sayıda içeriğin hızlı tüketimi, içeriklerin

gündemde çok kısa süreli kalmasına, hızlıca unutulmasına ve bazen yok olmasına yol açmakta; izleyicilerin tüketim halinden duydukları hazzın bir bağımlılığa dönüşmesine neden olmaktadır. Bağımlılık içerisinde, Netflix'in sosyal medya stratejilerinde yer verdiği sürpriz bozan bilgileri paylaşmasından kaçınmak ve çok kısa süreli gündem olan içeriklere dair gündemi kaçırmamak motivasyonu sürekli seyir hali içerisinde bulunan izleyici için artık seyrin tamamlanması değil, yeni içeriklerin duyurulması heyecan verici bir durum haline gelmiştir.

Tüketimin postmodernleştiği bir düzlemde, içeriğin tüketiminden ziyade kodların, göstergelerin tüketiminden söz etmek daha doğru bir hale gelmiştir (Hatipler 2017: 43). Fragmanlar, reklamlar, içeriklere dair kısa kesitlerin yer aldığı videoların seyri, bütüncül bir seyirden daha öne çıkmaktadır. Bu durum, Netflix'in görünürlük stratejilerinde, kültürel kodları yalnızca anlatıya değil biçime de dâhil etmesi gerekliliğini doğurmuştur.

Netflix'in kültüre bağlı olarak geliştirdiği bahsi geçen yerel – küresel ikiliğini dengede tutmak, sürekli tüketimi teşvik etmek ve kültürel kodları biçimden anlatıya ve tanıtım öğelerine dek içeriğin her bir çıktısına dâhil etmek stratejileri, izleyiciyi eylemsel açıdan doğrudan yönlendiren stratejiler olarak nitelenebilir. Bu yönlendirme durumu da dijital yayın platformlarıyla hiç olmadığı kadar aktif olan izleyicinin aktiflik sınırları üzerine düşünmek gerekliliğini doğurmaktadır.

1.2.3. Metinlere Yönelik Kurallar: Anlam Olasılıkları ve Kısıtlamaları

Metinlere Yönelik Kurallar başlığında, Netflix içeriklerine yönelik kısıtlamalara, sansür etkilerine ve söz konusu kısıtlamaların olası etkilerine değinilecektir. Dijital yayın platformları ve geleneksel medya arasındaki en temel benzerlik içeriklerin birbirini tekrar etmesiyken en temel farklılık içeriklerin uğradığı denetimlerdir. Geleneksel medyanın RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) denetiminden geçen içerikleri yayınlıyor olması, birtakım kurallara uymak zorunluluğunu da beraberinde getirirken dijital yayın platformlarının içerikleri uzunca bir süre bir denetime tabii tutulmamış, kurum kimliğine uygun olarak geliştirilmişlerdir.

İnternet yayıncılığı ile ilgili esaslar, 2007'de yürürlüğe giren 5651 sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun”da düzenlenmektedir. Yayıncılık hizmetlerinin, geleneksel tekniklere ek olarak internet üzerinden de sunulmaya başlamasıyla bir düzenleme yapılması gündeme gelmiştir. 2018'de 6112 sayılı kanuna “Yayın Hizmetlerinin İnternet Ortamından Sunumu” kenar başlıklı 29/A maddesi eklenmiştir. Bu madde doğrultusunda, 2019'da “Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik” çıkarılmıştır. Bu yönetmelikle RTÜK, internet ortamından

hizmet sunumu yapan şirketleri ve yayın sağlayıcılarını denetleme yetkisine sahip olmuştur (Ergüney 2020: 97).

RTÜK Başkanı Ebubekir Şahin konuya ilişkin açıklamasında söz konusu kararla vergi kaybının önlendiğinin altını çizmiştir:

Üst Kurulumuz, ulusal ve uluslararası seç-izle platformlarını lisanslamaya başlamış ve kısa sürede sektörün önderi olan şirketler Türkiye'ye güvenerek yatırımlarını yapmıştır. Bu gelen kuruluşların abone sayıları giderek artmaktadır. Daha önceki dönemlere ait olan herhangi bir abone başvurusu yapılmayan, lisanslama yapılmadığı için herhangi bir vergi tahakkukunda bulunmayan bu seç-izle platformları artık lisanslanmış ve vergi tahakkuku getirilmiştir. Hem vergi kaybı önlenmiş hem de kendi yükümlülüklerini Türkiye Cumhuriyeti kanunları karşısında yerine getirmeyi taahhüt etmişlerdir. Yerlisi ve yabancıyla bugün ülkemizde son verilere göre, bu platformların, müzik hizmeti sunanlar da dâhil olmak üzere 33 milyon üzerinde abone sayısı olduğunu bilmekteyiz. Rakamın büyüklüğü ortadayken RTÜK olarak bu alanı titizlikle ele alıyor, gerekli düzenleme faaliyetlerini aksatmadan sürdürüyoruz (RTÜK 2022).

Yönetmelik kapsamında alınan ilk karar Netflix'in *Designated Survivor* adlı dizisi ile ilişkili olmuştur. Platform, dizinin bir bölümüne erişimi kaldırmak durumunda kalmıştır. Ankara ile Washington arasındaki siyasi ilişkilerin konu edinildiği dizinin bir bölümü, Netflix'in "Türk yetkililerin isteği üzerine" gerekçesiyle, ek bir açıklama gerçekleştirilmeden erişime kapatılmıştır. İlgili bölüm yalnızca Türkiye'de erişime kapanmıştır (Congar 2020). Diğer ülkelerden izlenebilen bölüm, Türkiye'nin denetim mekanizmaları nedeniyle alınan kararların yalnızca yerli izleyiciye yönelik olduğunu ortaya koymaktadır. Küresel pazarda büyük güç sahibi olan platformların içeriklerinde Türkiye'ye özgü yerli izleyicinin erişemediği içeriklerin olması, yerli izleyici ile yabancı izleyici arasındaki, ilgili olaya ilişkin Türkiye imgesinin farklılaşmasına zemin hazırlamaktadır.

RTÜK denetiminden geçemeyen bir başka proje ise *Şimdiki Aklım Olsaydı* dizisi olmuştur. Yönetmenliğini Çağan Irmak ve Umut Aral'ın üstleneceği *Şimdiki Aklım Olsaydı* dizisi, 2021 yılında Netflix'te gösterilmek üzere sete çıkmaya hazırlanırken Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yasal mevzuat gereği alınması gereken 'Yabancı Yapımlar İçin Çekim İzni' başvurusu kabul edilmediği için

sete çıkamamıştır. Dizinin senaristi Ece Yörenç, bakanlık tarafından yapılmış doğrudan resmi bir açıklama olmasa da gerekçenin senaryodaki eşcinsel karakterin varlığı olduğunu düşündüğünü dile getirmiştir. Senaryonun eşcinsel karakterin çıkarılarak güncellenmesi ve tekrar başvuru yapılması akabinde izin çıkması, Yörenç'in düşüncesini doğrulamaktadır. Senaryoda yaptırılan zoraki sansürü kabul etmeyen Yörenç ile yapılan görüşmeler sonrası dizi projesi iptal edilmiştir. Dizi, 2022 yılında İspanyol senarist Irma Correa tarafından uyarlanmış ve *Si lo hubiera sabido (If Only)* ismiyle platformda yerini almıştır (Nural 2021).

Yönetmelikte ayrıca "programların içeriği ve seçimi ile radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde bir yayın akış çizelgesi, isteğe bağlı yayın hizmetlerinde ise bir katalog içinde sunulmasına ilişkin düzenleme ve kontrol yetkisine sahip olmak" ifadesi yer almaktadır. Bu ifade, dijital yayın platformlarını geleneksel medyanın platformlarına yaklaştıracak yolu açmaktadır (Ulukan 2019a). Yenilikçilik mottosuyla yola çıkan platformların denetlemelere tabi olmasıyla geleneksel pratiklere yaklaşması, tekrarı, sansürü, kalıp yargıları ve tekdüzeliği beraberinde getirmektedir. Netflix'in kısıtlamalarla karşılaştığı ve kısıtlama uyguladığı tek ülke Türkiye değildir. Netflix'in tamamen yasak olduğu Çin, Kuzey Kore, Suriye gibi ülkeler bulunmakla beraber ülkelere özgü yaptığı hassasiyet anlaşmaları yaptığı bilinmektedir. Örneğin Hindistan'da dine ve bayrağa yönelik olumsuz içerikler yer almayacağına dair anlaşma yapılmıştır (Akçay 2020). Bu doğrultuda Netflix'in küresel pazarda tek bir ideolojiyi takip ettiği söylenemez. Netflix, küresel pazarı oluşturan irili ufaklı yerel pazarlarda, ilgili ülkenin ideolojilerine yaklaşmaktadır. Bu yaklaşım, ülkenin iktidarının ideolojisi ve hassasiyetlerine uyum sağlamak şeklinde gerçekleşmektedir. Böyle olunca *Şimdiki Aklım Olsaydı* projesinde olduğu gibi, içeriğe yönelik hassasiyetlerin tüm toplumun değil de belirli kesimlerin hassasiyeti olması durumunda tartışmalar büyümektedir. Netflix bu noktadaki kararlarını stratejik olarak almakta ve pazarda kaybedeceği abone sayısı ile orantılı bir karar mekanizması yürütmektedir.

RTÜK, 2024 itibarıyla, dijital yayın platformlarının yıllık satışlarının belirli bir yüzdesini platformlardan almaktadır. Resmî Gazete'de yayımlanan kararla, aylık abonelik gibi sistemlerle çalışan platformlar net satışlarının yüzde 1,5'ini RTÜK'e ödemek durumunda kalmıştır (MediaCat 2024). Böylece dijital yayın platformları resmi olarak bir denetim mekanizması içerisine girmiş ve devletin medya politikalarının kendi içerik politikalarına müdahil olmasının yolu açılmıştır.

1.2.4. Semiyotik Kurallar: Sosyal Algılamalara Ait Olasılıklar ve Kısıtlamalar

Netflix, hem yerli hem küresel pazara içeriklerini sunan bir platform olarak yerel ve evrensel kodları belirli bir denge içerisinde tutmaya çalışmaktadır. Semiyotik Kurallar başlığında, Netflix

içeriklerindeki yerel kültürlere özgü kodlara ve bu kodların evrenselliğe yönelik kısıtlamalarına; farklı kültürlerin birbiriyle iç içe geçmesinin yarattığı etkilere yer verilecektir.

Ekonomik, toplumsal, politik ve kültürel sistemler, dijital platformların da kaçınılmaz etkisiyle yerelden küresele doğru yayılmış; bu yayılma yerelin küreselleşmesini beraberinde getirmiştir. Yerel ve küreselin bu denli iç içe geçmesi ve hatta neyin yerel neyin küresel olduğunun artık ayrımlanmasının giderek zorlaşması, egemen tek bir kültürün oluşmasına neden olmuştur. Dijital yayın platformları özelinde Netflix kültürü olarak da tanımlanan bu kültür, Amerikan kültürüne özgü nitelikleri barındırmaktadır. Yalnızca yayın platformları özelinde değil genel olarak da medyada, sinemada, sosyal medya kanallarında baskın ve özenilen bir kültür olan Amerikan kültürü, yerel pazarlardan küresele sıran yerli kültürün küreselleşmesinin de önünü kapamaktadır. Netflix, yerel ve küresel pazar dengesini sağlamaya çalışırken, yerli içerikleri küresel pazarın baskın kültürüne yaklaştırmaya çalışmaktadır. Netflix içeriklerin yerelliğini kısıtlamakta, küresel pazarda yayınlanırken belirli dile özgü ayrımları ortadan kaldırmakta ve yerli yapım şirketlerini belirli şablonlar dâhilinde üretim yapmaya yönlendirmektedir. Bu küreselleşme hali, Netflix'in yerelleştirme politikalarından yavaş yavaş uzaklaşmasına neden olmuştur. Türkiye'de üretilen içeriklerin küresel pazarda yayınlanırken kullanılan bazı dilsel öğelerin çıkarılması, Amerikalı senaristlerin içerik üretimine katkıda bulunması ve yönlendirmesi, içeriklerin daha çok çevre ülkelerde öne çıkarılması gibi durumlar Netflix'in yerel olanı küresele taşıması için platformun istediği Amerikan kültürüne yaklaşma halini içeriklere uygulama zorunluluğunu doğurmaktadır (Aydın 2023: 715). Bu durum yerel kültürler için bir kültürel kayma riskini ve neticesinde de kültürel belleksizleşmeyi beraberinde getirmektedir.

Doğan Aydın, “Yerel Kültürün Küreselleşmesi Hala Mümkün Mü?: Netflix Türkiye ve Egemen Kültür Üzerine Bir İnceleme” başlıklı çalışmada, Netflix'in orijinal Türk yapımı dizilerinden *Hakan: Muhafız*, *Atiye*, *Bir Başkadır* ve *Aşk 101* dizilerini ele almış, bu dizilerin küresel pazara yönlendirildiğinde yerli dilsel kullanımların Amerikan karşılıklarıyla kullanıldığını ve yerel kültürün görünürlük anlamında baskılandığını ifade etmiştir (Aydın 2023: 718). Netflix, yerel olana imkân tanım gibi görünürken ve ideolojik mesajlarla her bir ülke izleyicisinin ideolojisinin yanındaymış gibi tavır takınarak manipülatif bir ilişki yürütürken en çok yerel olana zarar vermektedir. Bauman, yerel kodları homojenize etme halinin sonucunda yerel diye bir şeyden söz edilemeyeceğini öngörmüş (Aydın 2023: 721), geline nokta yerel olanın baskın egemen kültürün özellikleriyle kaynaştığı bir durumda saf bir yerellikten söz edilemeyecek bir hal doğmuştur.

Netflix'in yerelleşmenin yanında saf tutar gibi görünmesinin nedeni, linç kültürünün yaygınlaştığı bir dönemde kendini her pazarda boykottan ve linçten sıyırmaktır. Bu nedenle tanıtım politikalarını da yerel pazarlara özgü olarak geliştirir. Milli duygulara doğrudan yer vermeyi seçerek,

Zala Volcic ve Mark Andrejevic'in tanımıyla ticari milliyetçilik yapan Netflix, kültürel ve ulusal kodları içeriklerinde kullanmaktadır. Bu tercih Netflix'i ilgili ülkenin popüler kültürünün bir parçası kılarak pazardaki kalıcılığını sağlamaktadır (Aydın 2023: 724).

Ülkelerin yerli yapım şirketleriyle çalışan Netflix, geleneksel medyada üretilen dizilerle yrutdışında çok ciddi bir kazanç elde eden Türkiye'deki dizi yapım şirketleri için pek de kârlı bir durum doğurmamaktadır. Üretilen yapımın tüm mülkiyet haklarının Netflix'e verilmesi, elde ettikleri gelirin büyük çoğunluğundan vazgeçmek anlamına da gelmektedir. Yine de Netflix'e içerik üretmenin endüstriyel kanalda da tercih edilir olması, film ekipleri için çalışma koşullarının dizi sürelerine bağlı olarak nispeten iyileşmesi ve oyuncular için de küresel pazarda yer almanın kariyer anlamında önemli bir fırsat olması, gelenekseldense dijitalin tercih edilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle yapım şirketleri, Netflix'te yer alabilmek adına Netflix'in yaydığı egemen kültürün pratiklerine de yaklaşmak durumunda kalmaktadırlar. Bu durum, üretilen içeriklerin Türk içerikleri olarak anılmasındansa Netflix içerikleri olarak anılmasının nedenidir (Aydın 2023: 728). İzleyici perspektifinden bakıldığında, izleyiciler kendilerine kültürel olarak en yakın olan içeriğe yönelme eğilimindedirler. İlk olarak kendi ana dillerinde çekilmiş olan ve kendi kültürüne ait öğelerin yer aldığı içerikleri izleme yaklaşımıyla tercihte bulunan izleyici, yerli içeriklere sızan Amerikan kültürüne ait öğeleri farkında olmadan içselleştirmektedir (Yenigün Altın, Demirci 2024: 727). Netflix'te üretilen ve Amerikan kültürünün özellikleriyle bezenen projelerde, oryantalist bakış açısının ortaya çıktığı ve Türkiye algısının bu perspektiften şekillendirildiği de görülmektedir. İçeriklerde Türkiye'ye ait kültürel mekânlar bakımsız ve alt sınıfların yaşadığı yerler olarak aktarılırken gökdelenler, plazalar ve Batı mimarisiyle inşa edilmiş yerler üst sınıfın ve modern kesimin yaşadığı yerler olarak gösterilmektedir. Türk içeriklerinde modern ile geleneksel çatışmasına sıklıkla yer verilmiştir. Geleneksel olan, alt sınıftan, muhafazakâr, eğitimsiz, doğulu, batıl bir yaşam sürerken modern olan üst sınıftan, seküler, eğitilmiş, batılı ve rasyonel bir yaşam sürmektedir. Bu ayrım oldukça keskin bir şekilde sunulmakta ve karikatür halinde sunulan bu ayrımlarla bir kutuplaşma yaratılmaktadır. Yine çeşitlilik mottosuyla yola çıkan Netflix'in her kesime hitap etme konusunda pek de başarılı olmadığı ve çeşitlilik stratejisinin altında sosyal bir değişim yaratmaktan ziyade daha fazla kişiye ulaşarak daha çok kâr etmek gibi ticari bir yaklaşımın yer aldığı görülmektedir (Yenigün Altın, Demirci 2024: 735-745).

Netflix ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ortaklığıyla, 2023 yılında, dijital yayın platformlarındaki içeriklerin, ülkeler arasında geliştirilen kültürel bağları ne şekilde etkilediğini anlamak için Kültürel Yakınlık Araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda Türkiye'de üretilen Netflix içeriklerinin küresel pazarda Türkiye'ye yönelik bir ilgi yarattığı tespit edilmiştir. Araştırma, Amerika Birleşik Devletleri, Brezilya, Şili, Almanya, İspanya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Suudi Arabistan'dan 13 bin Netflix kullanıcısı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya göre,

Netflix'e üye olanlar, üye olmayanlara göre Türk yapımlarını 1,5 kat daha fazla tercih etmektedir. Buradan anlaşılabacağı üzere, yerli yapım şirketlerinin daha az kâr elde edecek olsa da küresel pazarda yer almak için Netflix'i tercih etmesi doğru bir stratejidir. İçerikleri izleyen yabancı izleyicilerin Türkiye'ye seyahat gerçekleştirme isteği, izlemeyenlere kıyasla 2,6 kat fazla olarak bulgulanmıştır. Yine yerli yapımları izledikten sonra Türkçe öğrenmek isteği duyduğunu, Türk mutfağına karşı bir merak geliştirdiğini ifade edenler olmuştur (Demir 2023). Böylece Netflix'in küresel pazara yerli kültürel kodları taşıma oranına bağlı olarak ülkelerin gerçek anlamda tanınması sağlanabilmektedir. Netflix tam da izleyicilerin bu merak duygusunu hedefine koymakta ve üretilen içeriklerde yabancı izleyicilerin ilgisini çekecek mekânlara, kültürel olaylara, tarihi kişilere ve farklılaşan örf adetlere yer vermektedir. Yalnızca ilgi çekecek öğeleri koyarak bir yandan yerli izleyiciyi yerel bir içerik üretimi konusunda aldattırken yabancı izleyici için de kalıplaşmış ve çoğu kez de oryantalist olan Türkiye imgesini desteklemeye devam etmektedir.

1.2.5. Metin Dışı Kodlar: Tüketim Kültürü ve Kültür Endüstrisine Katkı

Metin Dışı Kodlar başlığında, Netflix içeriklerinin ve içeriklere yönelik düzenlenen reklam, afiş, ürün vb. çıktıların kültür endüstrisine etkisi ele alınacaktır. Dijital yayın platformlarıyla beraber gelenekselden iyice ayrımlanabilecek olan dijital kültür endüstrisi, günlük yaşamın her anında karşılaşılan bir unsur haline gelmiştir. Dijital yayın platformları, sürekli içerik tüketiminin sağlanmasıyla kültür endüstrisinin taşıyıcısı konumundadır.

Dijital yayın platformlarının kültür endüstrisiyle ilişkisine bakıldığında, içeriklerin tüketimi için izleyicilerin belirli bir ücret ödemesi, tüketimin istenilen her an her yerde sağlanabilmesi, daha fazla içerik ve daha fazla tüketim döngüsüyle sayısız içerik üretilmesi gibi bir hız, tüketim ve yerine koyma döngüsünden söz edilebilmektedir.

Netflix, eğlence temasıyla hareket etmektedir. İzleyicilerin her boş zamanını keyifli içeriklerle doldurmak ve böylece bir tür bağımlılık yaratmak, sürekli tüketimin zeminini hazırlamıştır. Kültür endüstrisinin, gündemi takip etmeyi dışarıda bırakan hali, dijital yayın platformlarıyla iyice körüklenmiştir. Netflix uyguladığı tanıtım ve öneri stratejileriyle izleyicilere, ya içerikleri hızlıca tüketirsin ya da sosyal gündemlerin dışında kalırsın hissiyatını yaşatmakta ve izleyicilerin içerik tüketmediği anlarda kötü hissedecekleri bir duygu durumu yaratmaktadır. Böylece Netflix içeriklerin sürekli tüketimini sağlamakta ve bunun sonucunda da kârını artırmakta ve ideolojilerini çok geniş kitlelere benimsetmeyi başarmaktadır (Burç, Tanyeri Mazıcı 2023: 160-161).

Ritzer, yeni tüketim araçlarını tüketim katedralleri olarak nitelemiştir. Kutsal ve büyü bir atmosferi olan tüketim katedrallerinin tüketicilerini çekmek için söz konusu büyü hali bir maske olarak kullanması bağımlılık yaratmak üzere geliştirilmiş bir stratejidir (Ritzer 2019: 31). Dijital yayın platformları da izleyiciye kontrolü onun elinde bırakıyormuş ve kendi istediği içerikleri tüketiyormuş gibi büyü bir yanılsama sunmakta fakat realitede kültür endüstrisinin ideolojilerini ve egemen kültürün yaşam tarzını her bir içerikte tekrar ve tekrar sunduğu bir ortamla karşılaşmaktadır. İzleyici, bilinçsizce, sürekli benzer içerikleri tüketmekte ve kendi öz kültürünü ve belleğini bozuma uğratacak öğeleri benimsemektedir.

Netflix, kültür endüstrisi ürünlerini birer tanıtım ürünü olarak önemsemekte; intro, jenerik, fragman, afiş, poster, ürün gibi her bir öge özelinde stratejik kararlar geliştirmektedir. Her bir öğede Hollywood'un temel estetik tercihlerini takip eden Netflix, açık, net, evrensel anlamlara yer vermeyi öncelemektedir (Kaya, Çelik 2024: 1593). Bu açıklık ve evrensellik halini de kültür endüstrisinin tekrarlayan ve standartlaşan kalıplarıyla gerçekleştirir. İzleyicinin tanıdık bulduğu, bildiği öğelerle karşılaşmasını sağlayarak tüketimin sürekli devam etmesini garantiye almaktadır. Bu durumu yalnızca içerikte değil biçimsel olarak da kurgulayan Netflix, kamera hareketlerinde, kurguda, müzik kullanımında dahi tekrarlamalara yer vererek izleyiciyi içeriğe dair yabancılaştıracak hiçbir öğeye yer vermemeye çalışmaktadır. Örneğin jenerik tasarımlarında dahi, siyah fonda yukarı akan format sürekli takip edilmektedir. Jenerikte filme dair merak uyandıracak öğeleri kullanarak izleyicilerin arzusunu sürekli artırmak hedeflenmektedir. Kültür endüstrisi, izleyicilerin düşünme anlarının olmadığı bir hız gerektirir. Bu nedenle jeneriklerde adeta izleyiciyi hipnotize edecek öğeler, hızlı kamera hareketleri, hızlı geçiş efektleri ve hızlı bir müzik kurgusu kullanılmaktadır. Netflix'in açılıшта kendi logosunu kullandığı ve içeriğin bir Netflix içeriği olduğunu hatırlatan logo görünümü dahi son derece hızlı, tek bir notada gerçekleşen bir tasarımla sunulmaktadır (Kaya, Çelik 2024: 1615-1617).

Jenerikler gibi fragmanlar da benzer hız ve tempoyu kullanarak ve ipuçlarıyla arzuyu yükseltmeyi sağlamak gibi benzer stratejileri kullanarak geliştirilmektedir. Fragmanlar, önemli bir pazarlama aracıdır. Netflix fragmanlarında popüler unsurların ve ünlü oyuncuların kullanımı, hızlı kurgu ve kısa süre kullanımı öne çıkmaktadır. Şiddet, cinsellik gibi öne çıkan ve merak uyandıran unsurları fragmanlara yerleştirmeyi tercih eden Netflix, fragmanlarını kendi platformunda ve sosyal medya hesaplarında yayınlamaktadır. Geleneksel medyada fragmanlarına yer vermeyi tercih etmemektedir (Söğütöler, Başer 2023: 175, 186).

Netflix, kültür endüstrisinin nitelikleri ile doğrudan ilişki içerisindedir. Standartlaşmayı sağlayan, arzuyu her an yüksek tutan, hızlı, kolay anlaşılır içerikler üreten, izleyicilerine her daim vaatler sunarak beklentiyi ve tüketimi sürekli kılan, ipuçlarıyla izleyiciyi hipnotize eden, reklam üreten,

gerçekliği bozuma uğratan ve tahmin edilebilir bir üretim döngüsüne sahip olan Netflix, kültür endüstrisinin dijital taşıyıcısı konumuyla, tüketim kültürünü körüklemekte ve çağın insanının alışkanlıklarını şekillendirmektedir.

1.3. Netflix Orijinal Yapımlar

Netflix, orijinal yapımlarını bir içerik politikası olarak geliştirmiştir. Orijinal yapımlar, Netflix'in üretimini sağladığı, sadece Netflix'te yayınlanan içeriklerdir. Ükelere özgü içerikler üretirken ilgili ülkenin yerli yapım şirketleriyle ve yerli ekipleriyle çalışan Netflix, orijinal içerikleriyle öne çıkmış ve orijinal içerik harcamalarını her geçen yıl arttırmıştır.

Netflix eş-CEO'su Ted Sarandos, Netflix'in kurulduğu ilk dönemlerde izlenen içeriklerin %90 film, %10 dizi şeklinde oranlara sahip olduğunu, geline noktada bu oranların tersine döndüğünü ifade etmiştir. Artık izlenen içeriklerin oranı üçte biri film, üçte ikisi dizi şeklinde şekillenmiştir. Bu dönüşümle Netflix, orijinal dizi içeriklerinin üretiminin etkisini okumuş ve orijinal film içerikleri üretimine hız verme kararı almıştır (Greene 2016: 14).

Sürekli yeni orijinal içeriklerin eklendiği platformun kaç orijinal içeriğe sahip olduğunu tespit etmek zordur. Hem bu nedenle hem de çalışmanın kapsamı gereği yerel pazardaki orijinal içeriklere değinilecektir.

Netflix'in Türk yapımı orijinal dizi içerikleri aşağıdaki gibidir:

1. **Hakan: Muhafız** - The Protector (2018-2020)
2. **Atiye** - The Gift (2019–2021)
3. **Aşk 101** – Love 101 (2020)
4. **Bir Başkadır** – Ethos (2020)
5. **İmparatorluğun Yükselişi: Osmanlı** - Rise of Empires: Ottoman (2020)
6. **50 Metrekare** – 50 M2 (2021)
7. **Kulüp** – The Club (2021)
8. **Fatma** – Fatma (2021)
9. **Pera Palasta Gece Yarısı** - Midnight at the Pera Palace (2022)
10. **Kuş Uçuşu** – As The Crow Flies (2022)
11. **Mezarlık** – Graveyard (2022)
12. **Zeytin Ağacı** – Anotherself (2022)
13. **Erşan Kurneri** – Ersan Kurneri (2022)
14. **Andropoz** – Man on Pause (2022)

15. **Sıcak Kafa** – Hot Skull (2022)
16. **Yakamoz S-245** - Yakamoz S-245 (2022)
17. **Yaratılan** – Creature (2023)
18. **Terzi** – The Tailor (2023)
19. **Şahmaran** – Shahmaran (2023)
20. **Biz Kimden Kaçıyorduk Anne** - Who Were We Running From (2023)
21. **Asaf** – Asaf (2024)
22. **Kübra** – Kübra (2024)
23. **Kimler Geldi Kimler Geçti** – Thank You, Next (2024)
24. **Kuvvetli Bir Alkış** - A Round of Applause (2024)
25. **Adsız Âşıklar** - Lovers Anonymous (2025)

Netflix'te 2025 yılı başlangıcı itibariyle 25 orijinal Türk yapımı dizi içeriği bulunmaktadır. Her geçen gün yeni içerikler duyurulduğu için bu sayının giderek artacağı tahmin edilmektedir. Netflix Türk yapımı dizi içeriklerinde Çağatay Ulusoy, Burcu Biricik, Metin Akdülger, Serenay Sarıkaya, Pınar Deniz, Alina Boz, Gökçe Bahadır, Öykü Karayel, Fatih Artman gibi geleneksel medyada yer alan dizilerle popüler olmuş oyunculara yer vermektedir. Dizilerde ağırlıklı olarak efsane, sır, geçmiş, tarih, inanç gibi temalara yer veren ve çatışmaları ağırlıklı olarak geleneksellik ve modernlik ikiliği üzerinden kuran Netflix, geleneksel medyadan farklı olarak Türk dizileri için bilimkurgu ve fantastik türlerindeki denemelere alan açmıştır.

Netflix orijinal Türk yapımı filmlere gelindiğinde, 2025 yılı başlangıcı itibariyle 33 adet filmle karşılaşılacaktır. İlgili filmler, çalışmanın evrenini oluşturduğundan tezin üçüncü bölümünde detaylandırılmış; filmlerin üretici ekipleri, filmlerin tema ve türleri ve biçimsel özellikleri açıklanmıştır. Orijinal Türk yapımı filmlerin inceleneceği üçüncü bölüme geçmeden, çalışmada sorunsal olarak belirlenen, Netflix orijinal Türk yapımı filmlerin anlatısında kültürel belleğin kullanımına bağlı olarak bir belleksizleşme hali yaratıldığı düşüncesini yorumlayabilmek adına, çalışmanın ikinci bölümünde, kültürel belleğe ve kültürel bellek çalışmalarına değinilecektir.

2. KÜLTÜR VE BELLEK KAVRAMLARI ÇERÇEVESİNDE DİJİTAL ANLATIDAKİ DÖNÜŞÜM

Çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturan kültürel belleği genel bir çerçevede ele alabilmek adına kültür ve bellek kavramlarının karşılıklarını bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmek, dijital dönüşümün bu kavramlar üzerindeki etkisini yorumlamak ve özünde filmlerin anlatısı üzerinden değerlendirmeler gerçekleştirileceği için tüm bu etkileri anlatı kavramı çerçevesinde okumak gerekmektedir. Bu doğrultuda Kültür ve Bellek Kavramları Çerçevesinde Dijital Anlatıdaki Dönüşüm bölümünde, çalışmanın kavramsal çerçevesi, çalışmanın odağına aldığı filmlerin birer anlatı oluşturdıkları göz önünde bulundurularak aktarılmıştır.

2.1. Çalışmanın Amacı

Odağına, dijital yayın platformları içerisinde küresel düzeyde en popüler olan ve yeni medya alanında dijital dönüşümün yarattığı kültüre adını veren Netflix'i alan çalışma, Netflix özelinde dijital yayın platformlarının içerik üretim ve tüketim alışkanlıklarında geliştirdikleri yenilikçi politikaların etkisinin kültürel bellek üzerinden okunabildiğini işaret etmektedir. Bir yandan yeni bir seyir pratiği geliştirerek öte yandan izleyicinin alımlama şekline etki ederek ve aynı zamanda küresel izleyici ile yerel izleyiciyi bir arada değerlendirerek mekânsal, biçimsel, içeriğe dair ve alımlama yöntemlerine ilişkin yeni bir kültür yaratan Netflix'in tüm bu dönüşüm içerisinde gerçekleştirdiği aktarımın niteliğini sorgulayan çalışma, kültürel belleğin izlerini Netflix orijinal yapımı olarak üretilen filmlerin anlatısında aramaktadır. Çalışmada amaç, Netflix tarafından, Netflix'in üretim politikalarına bağlı olarak üretilen ve Netflix'te gösterilen orijinal yapım Türk filmlerinin anlatısında, kültürel belleğin, küresel ve yerel pazar göz önünde bulundurularak nasıl şekillendirildiğini ve buna bağlı olarak yerel kültürün aktarımının ne şekilde sağlandığını ortaya koymaktır.

2.2. Çalışmanın Yöntemi: Sinema Göstergebilimi ve Kültürel Göstergebilim

Çalışmanın konusu gereği araştırma alanı olarak ele alınan bellek ve kültür kavramları, soyut bir anlam çerçevesini kodlarla somutlaştıran kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda bellek ve kültür çalışmalarında, imgeleri ve kodları doğru yorumlayabilmek ve anlamı elde edebilmek adına en uygun yöntem göstergebilimsel analiz yöntemi olarak görülmüştür.

Göstergebilim, dilbilim çalışmalarıyla paralel olarak gelişme göstermiştir. Çalışma kapsamında Charles Sanders Peirce, Ferdinand de Saussure ve Roland Barthes'ın dilbilimsel çalışmaları incelenmiş, sinema alanında göstergebilimsel yaklaşımlarıyla öne çıkan Vladimir Propp, Christian Metz, Peter Wollen, Juri Lotman ve Umberto Eco özelinde araştırmalar genişletilmiştir.⁴ Göstergebilim çalışmalarının öncüsü olarak görülen Ferdinand de Saussure⁵, çalışmalarını Avrupa'da yürütüp göstergebilimsel incelemelerini dil temelinde kurgularken, göstergebilimin bir diğer öncüsü kabul edilen Charles Sanders Peirce⁶, çalışmalarını Amerika'da ve mantık temelinde yürütmüştür. Birbirinden habersiz çalışmalarını yürüten bu iki düşünürün de ortak noktası göstergelerin anlam aktarımını ne şekilde sağladıklarını ortaya koymayı amaçlamış olmalarıdır. Peirce, göstergeleri biçimsel olarak ele aldığı kuramına semiyotik adını vermiştir⁷. Kuramı içerisinde göstergeyi nitel-tekil-kural, sözcebirim-önerme-kanıt şeklinde kategorilerle ayrıştırdığı çalışmaları olsa da en temelde görüntüsel gösterge-belirti-simge ayrımı üzerinde çokça durulmuştur (Rifat 1998: 114-117). Görüntüsel gösterge ile nesnenin göstergesiyle benzerlik taşıdığı durumları; belirtisel gösterge ile nesne ve gösterge arasında bir bağlantı olduğu durumları; simge ile ise nesne ve gösterge arasında bir benzerliğin ve/veya bir bağlantının olmadığı durumları ifade etmektedir. Saussure'ün yaklaşımı, Peirce'in ayrımları üzerinden yorumlanırsa, aslında Saussure sadece simgeye ilişkin yorumlarda bulunmuştur. Dil temelli bir yaklaşım benimseyen Saussure için sözcüklerin birer simge olarak karşılıkları göstergesel bir temele oturmaktadır (Fiske 2003: 70). Saussure'ün göstergeye bakışının, Peirce'ün simge kavramıyla ilişkisi, simgenin bağlantısızlığıyla kurulabilir. Saussure için de gösterge nedensizdir. Saussure'e göre gösterenin gösterilen ile bir bağlantısı yoktur; Saussure, gösterenin rastlantısallığı üzerinde durmuştur (Wollen 2004: 105)

Saussure, söz konusu rastlantısallığı toplumsallıkla da ilişkilendirir ve dilin bireysel tutumlardan önce toplumsal bir tutumla ele alınması gerektiğini savunur. Bu düşüncesinde Emile Durkheim'in sosyolojik çalışmalarına olan ilgisi öne çıkmaktadır. Dili, bir işlev olarak değil, bireyin farkında olmadan doğrudan belleğine aktardığı bir olgu olarak ele almıştır (Saussure 1998: 43). Bu anlamda dil kavramını toplumsal bir yaklaşımla ele alarak bellek ile ilişkisini kuran Saussure, işitim imgesi olarak

⁴ Göstergebilimin kökenlerinin nereye dayandığı kestirilememekte, ilk çağlardan beri insanların sözcüklerin, nesnelerin ifade ettikleri ve kavramsal karşılıkları üzerine düşündükleri bilinmektedir. Platon'dan Aristoteles'e, Stoacılar 17. ve 18. yüzyılın düşünürlerine dek pek çok kez göstergebilim gündeme gelmiş; ancak 20. yüzyıl itibarıyla çağdaş göstergebilim kuramından tam anlamıyla söz edilir olmuştur (Sivas 2012: 530). Çalışmada, yöntem belirlenirken, çağdaş göstergebilim çalışmaları üzerinde durulmuştur.

⁵ Saussure'ün görüşleri, Cenevre Üniversitesi'nde vermiş olduğu Genel Dilbilim dersinde öğrencilerinin almış olduğu ders notlarının yine öğrencileri tarafından bir araya getirilerek kitaplaştırılmasıyla erişilebilir hale gelmiştir. Saussure'ün dilbilim ve göstergebilim özelindeki yorumları, *Genel Dilbilim Dersleri* (1916) çalışmasında derlenmiştir.

⁶ Peirce'in denemeler halindeki felsefi yazıları ve notlar halindeki el yazmaları genel olarak külliyatlar halinde bir araya getirilerek yayınlanmıştır. Bkz. Peirce'in İngilizce metinlerinden oluşan bir külliyat olan *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (Ed. John Deely) ve semiyotik üzerine olan görüşlerinin İngilizce metinlerinden oluşan bir derleme olan *Charles S. Peirce's Philosophy of Signs: Essays in Semiotics* (Deledalle 2000).

⁷ Semiyotik kavramının kökeni Eski Yunancadaki gösterge anlamına gelen ve daha çok tıpta, hastalıkların belirtisini ifade etmek için kullanılan 'semeion' sözcüğüne dayanmaktadır (Erkman 1987: 28).

kabul ettiği gösteren ile kavram olarak kabul ettiği gösterilen arasındaki kaynaşmadan doğan bir dilsel göstergenin varlığından söz etmiştir. Ona göre, nedensiz bir niteliğe sahip olan bu dilsel gösterge, toplumsal bir bağla oluşmuştur (Saussure 1998: 111).

Zaman içerisinde Saussure’ün çalışmaları geliştirildikçe dilbilim ve göstergebilim ilişkisi üzerine⁸ ve Peirce’ün çalışmaları geliştirildikçe semiyotik üzerine⁹ düşünceler ve tartışmalar da artmıştır.¹⁰ Tüm bu çalışmalara ve tartışmalara bütüncül bir şekilde bakıldığında, göstergebilime dair düşüncelerin oluştuğu ilk ekol olarak Saussure ve Peirce ve alanda çalışma yapmış 19. yüzyıl düşünürleri sayılabilir. İlk dönem düşünürlerin görüşlerini geliştiren 1960’lı yılların yapısalcı düşünürleri ise ikinci ekol olarak kabul edilebilir. Akabinde alana katkı sağlayan Barthes, Foucault, Kristeva, Derrida gibi postmodern düşünürler ve Eco, Lotman gibi isimler üçüncü ekolü oluştururlar. Algirdas Julien Greimas ise farklı bir sınıflandırma yapar ve göstergebilim ekollerini ilki Michel Breal’in semantik kavramını ortaya atması, ikincisi Saussure’ün yapısal dilbilim görüşleri ve üçüncüsü de kendisi etrafında da gelişen Paris Okulu’nun çalışmaları olarak kabul eder (akt. Tarasti 2017: 33-34). 1966 yılında Greimas, *Yapısal Anlambilim* eseriyle anlamın üretim koşullarını incelemek üzerinde durmuş ve dil dışı dizgeleri bu anlamlandırma çalışmasının dışında bırakmıştır. Bu noktada Türkçede her ikisi de göstergebilim şeklinde karşılık bulan bir ayrım doğmuştur: “semiologie” ve “semiotique”. Ayrım, her ikisinin inceleme nesnesi olarak kabul ettikleri öğelerin farklı olmasındadır. Semiologie (göstergebilim), dil dışı öğeleri de (örneğin; sinema, moda vb.) anlam kaynağı olarak inceleme alanına dâhil ederken Greimas’ın çalışması semiotique (göstergebilim) dil dışı öğeleri dâhil etmemiştir (Öztin Bağder 1999: 143). Bu noktada sinemanın dâhil edildiği semiologie içerisinde, sinema dili üzerine başka sorular gündeme gelmektedir. Çalışmada, filmler üzerinden bir inceleme yürütüleceğinden, alanda çalışma yapmış kuramcıların dile olan yaklaşımı ele alınırken ortaya koydukları düşünceleri sinema dili özelinde yorumlamak faydalı olacaktır. Bu doğrultuda Christian Metz’in sorusuna burada değinmek gerekir: “Sinema bir dil mi, dil yetisi mi?”. Buradaki ayrım da “linguistique” (dil sistemi), “langue” (dil) ve “langage” (dil yetisi) arasındadır. Metz, dili (langue), ilk akla gelen anlamıyla, insanın dilsel kapasitesi olarak kullanmıştır. Dil yetisini (langage) ise pek çok dilsel kategorinin bütünü olarak yorumlamıştır (Metz 1991: xiii). Sinemanın kendine özgü dili, bir dil yetisidir. Doğal bir dilin ve göstergelerin oluşturduğu dilin ötesinde anlam oluşturma araçlarının ve imkânlarının ele alındığı

⁸ Nikolai Sergeyevich Trubetzkoy, Saussure’ün incelemelerini ses özelinde takip etmiş; dilin en küçük ayırıcı birimi olarak sesbirim kavramını tanımlamış, sesbilgisi ve sesbilim arasında ayrım yapmış ve dilbilime farklı bir boyut kazandırmıştır. Yine Viggo Brondal, Louis Hjelmslev ve Hans J. Uldall gibi düşünürler, 1931’de Kopenhag Dilbilim Çevresi’ni oluşturarak, orada yaptıkları çalışmalarla sesbirimbilim adını verdikleri yeni bir kuram meydana getirmişlerdir (Rifat 1998: 30,39).

⁹ Charles William Morris de çalışmalarında Peirce gibi mantığı temel almıştır. 1930’larda geliştirdiği kuramı içerisinde sözdizim, anlambilim ve edimbilim şeklinde kategorileştirdiği üç yöntemden söz eder ve göstergebilimi de salt göstergebilim, betimleyici göstergebilim ve uygulamalı göstergebilim şeklinde bölümler (Rifat 1998: 119).

¹⁰ Vladimir Propp, olağanüstü masalların hem çok çeşitli hem de tek biçimli olmalarından etkilenerek masallar üzerine bir karşılaştırma ve gruplandırma yapma işine girişmiştir. Amacı gözle görülen çeşitliliğin altındaki her birini aynılaştıran işlevsel öğeleri bulgulamaktır (Propp 1985: 6).

“langage” (dil yetisi) sinemanın kendine özgü dilini karşılamaktadır (Öztin Bağder 1999: 144). Sinemanın kendine özgü bir dile sahip olduğunu ileri süren Metz, sinemanın bir dili olduğu için anlatı kurabildiğini düşünmez; aksine sinema bir anlatı kurduğu için bir dil haline gelmiştir (Metz 1991: 48).

Sinemanın kendine özgü dilini anlamlandırmak için, sinema diline ait terimleri bilmek gerekmektedir. Dilde doğrudan karşılığı bulunmayan veya bulunsa da sinemasal bir karşılığı bulunmayan plan, pan gibi birçok teknik terim sinema alanı içerisinde bir anlam kazanmaktadır. Sinema dilini incelemek, söz konusu terimlerle karşılık bulan bir anlatının akışını sıralamak anlamına gelmemektedir. Sinema, aynı terimlerin farklı kullanımlarıyla çeşitli anlamlar üretebilen bir sanat olarak, yorumlanabilmesi için söz konusu anlamların nasıl oluşturulabildiğini bulgulamak gerekmektedir. Bu da bir anlatıdaki teknik tercihlerin, kullanılan öğelerin, diyalogların, kamera açılarının, renklerin, ışıkların, kostümlerin, müziklerin vb. hangi anlamları ürettiğini kodları takip ederek somutlaştırmayı gerektirir. Bu yorumlama aşamasında faydalanılabilecek başlıklar Metz tarafından beşe ayrılmıştır: Görsel ve işitsel öğeler, filmde doğrudan görünen nesneler, kültür sayesinde anlaşılabilen ve tanımlanabilen nesneler ve nesnelerin yan anlamları, anlatı yapısı, sinemasal öğeler (Metz 1991: 62). Bu başlıklardan yalnızca birkaçına sahip olmak filmi anlamlandırmaya olanak tanısa da tamamına sahip olunmadığı sürece hep bir eksiklikten söz edilebilir. En önemli başlıklardan biri kültür farklılığıdır. Bir anlatının anlam boyutunu yakalamak, farklı kültürler söz konusu olduğunda yarım kalabilmekte ve hatta bazen yanlış anlaşılabilir (Öztin Bağder 1999: 146-147). Bir diğer önemli başlık sinemasal öğelerdir. Sinemasal öğeler en temelde biçim ve içerik öğeleri olarak ayrımlanabilir. Sinemanın teknik dili her ne kadar evrensel olsa da her yönetmenin tercihleri, aynı teknik dilin farklı kullanımına ve bambaşka anlamların üretilmesine yol açabilmektedir. İçerik çoğu zaman biçimi gerektirir; biçim de içeriğe göre şekillenir. Bu noktada Louis Hjelmslev’in biçimi gösteren, içeriği gösterilen olarak ayrımından söz edilebilir. Hjelmslev’e göre içeriğin farklı biçimlerde ele alınışıyla ortaya çıkan anlamlar bütünü söylemi oluşturmaktadır (akt. Öztin Bağder 1999: 147). Hjelmslev, Saussure’ün gösteren – gösterilen kavramlarını, biçim – söz ikilisi üzerinden yeniden kurgulamış; anlatım ve içerik şeklinde iki düzlem ve anlatımın tözü ve anlatımın biçimi, içeriğin tözü ve içeriğin biçimi şeklinde dört bölüm üzerinden incelemelerini sürdürmüştür (Rifat 1998: 44). Bu ayrım sentagmatik ve paradigmatic ayrımına da benzer bir noktada durmaktadır. Metz’in de *la grande syntagmatique* şeklinde kavramsallaştırdığı sentagmatik kategori, bir anlamın oluşmasındaki mevcut unsurları, paradigmatic kategori ise bir anlamın oluşmasındaki çoğu zaman somut olarak var olmayan potansiyel unsurları karşılamaktadır (Metz 1991: xiii). Biçim ve içeriğin, sentagmatik ve paradigmatic unsurların bir araya gelişiyle, bu unsurların bir araya geliş/getiriliş tercihlerine bağlı olarak farklı söylemler oluşmaktadır. Bir filmi yorumlamada ve filmin anlamına, söylemine ulaşmada biçime ve içeriğe ait kodları doğru çözümlemek gerekmektedir.

Saussure'ün dile olan yaklaşımından ve toplumsallık vurgusundan, Peirce'ün mantık temelli yaklaşımından ve nedensellik vurgusundan, Metz'in kültürellik vurgusundan hareketle göstergebilimi tekrar ele alabiliriz:

Göstergebilim temelde bir iletişim kuramıdır. İletişimin Roman Jakobson¹¹ tarafından üretilen şemasında yer alan alıcı ve verici arasındaki bir kanaldan iletinin kodlanarak gönderilmesi ve kodların bağlamı içerisinde algılanabilmesi için bir ortaklığın söz konusu olması, göstergebilimin işleyişinin bir tür iletişim olduğunu kanıtlar niteliktedir. Göstergelerin izleyici nezdinde bir bağlama oturması için gerekli olan kanal aracılığıyla ortak kodların alımlanması tamamlanmış bir iletişimi karşılamaktadır. Göstergebilim, söz konusu iletişim ağında dil üstü yapıları incelemektedir. Dilbilim ve semantik, dili, sözcükleri, cümleleri incelerken göstergebilim, anlamın oluşum mekanizmalarını ele alır (Günay 2008: 1-6). Bu noktada Fatma Erkman Akerson, iletişim ve göstergebilim arasındaki ilişkiye kültürü de dâhil etmiştir. İnsanı diğer canlılardan ayıran bir özellik olarak bilgileri belleğinde depolayabilmesi ve hem eş zamanlı hem de kültürler arası aktarım sağlayabilmesi, bir tür olarak çok hızlı bir gelişim süreci geçirmesine neden olmuştur. İnsanın kurduğu iletişimde kültürün rolü de ortak toplulukların, ortak anlamlar üzerinde anlaşmasıyla ve iletişim kanallarıyla aktarılan bilgilerin bir birikim oluşturmasıyla ilişkilidir. Bu doğrultuda Akerson, kültürün iletişime indirgenemeyecek olsa da iletişimden ayrı da düşünülemeyeceğinin üzerinde durmuştur (Erkman 1987: 12). Umberto Eco'nun göstergebilim tanımında da benzer vurgu vardır. Eco, tüm kültürel durumları iletişime ve göstergebilim alanına dâhil eder (akt. Erkman 1987: 31). Kültür, anlam sistemi olarak kodları kullanır. Bir kültürü yorumlayabilmek için o kültürü geçmişten bugüne var eden kodları okuyabilmek gerekmektedir. Metz, filmler özelinde de herkesin göstergebilim yoluyla bir filmi çözümleyemeyeceğini, kişinin ilgili kültürü tanınması gerektiğini vurgulamıştır (akt. Ulusal 2018: 76). Böylece göstergenin doğal ve kültürel kodlarla oluştuğu fikrinde Barthes, Saussure, Metz ve Eco birleşir (Wollen 2004: 111).

Dil ile kültür ilişkisi üzerinde duran bir diğer düşünür Edward Sapir'dir. Sapir, dili tıpkı Saussure gibi toplumsal olarak ele almıştır. Benjamin Lee Whorf ile beraber bir topluluğun hangi dili konuştuğuna bakarak o topluluğun düşünce yapısına dair çıkarımlarda bulunabileceğini, kişinin konuştuğu dile ait toplumun dünya görüşünü benimsediğini öne sürmüşlerdir ve bu düşünceleri literatürde Sapir-Whorf varsayımı şeklinde kavramsallaştırmıştır (Rifat 1998: 50-51).

Claude Levi-Strauss da göstergebilime yapısalcı bir perspektiften yaklaşarak dil ile yemek, giyim, akrabalık ilişkileri, mitler gibi kültürel öğeler arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Toplumu anlamlandırmak için kültürün kendine özgü ifade biçimlerini takip etmek gerektiğini ifade etmiştir. Ona

¹¹ Jakobson ayrıca Saussure'ün düşüncelerini şiir dili üzerinden ele almış, titreleme, dizem, vurgu gibi kavramları incelemiştir (Rifat 1998: 29).

göre “Anlamlar üretildikleri kültürlere özgüdür, ancak bunları üretme biçimleri tüm insanlar için evrenselidir.” (akt. Fiske 2003: 152).

Dil, iletişim, kültür ve bellek kavramları odağında, Mihail Bahtin’in ve Julia Kristeva’nın metinleri açıklama yöntemine de değinmek çalışma için faydalı olabilir. Bahtin, kültürü, belleği oluşturan söylemlerin birikimi olarak yorumlamaktadır. Söylemleri, metinler üzerinden açıklamak için başvurduğu yöntemi diyalojizm, 1960’larda Kristeva’nın metinlerarasılık yaklaşımıyla geliştirilir (Rifat 1998: 144). Kristeva için göstergebilim, eleştirel bir yöntemdir. Metni, üreten metin ve üretilmiş metin şeklinde iki boyuttan ele almak gerektiğini ifade eden Kristeva, anlamın üretimini psikanalizle de ilişkilendirmiştir (Rifat 1998: 128).

İçeriğin analizlenmesinde kültürel kodlardan faydalanan bir diğer isim George Gerbner’dir. Gerbner, bu analizi medya eksenine de taşımış ve kültürel öğelerin medya aracılığıyla toplumlar arası iletişime katıldığına ve toplumların değerlerinin bu yolla birbirlerinden etkilendiğine ve dönüştüğüne dair yorumlarını sunmuştur. Bu yorumlara içerik çözümlemesi ve izleyici araştırmaları yaparak ulaşan Gerbner, kuramını yetiştirme kuramı olarak isimlendirmiştir. Medyanın bir kültürün ve dolaylı olarak da bir toplumun değerlerini yetiştirdiğini ifade etmiştir (Gerbner 2014).

1960’larda Paris Göstergebilim Okulu içerisinde çalışmalarını sürdüren Roland Barthes, Saussure ve Hjelmslev’in görüşlerini temel alarak göstergebilimi farklı disiplinleri ele almak için bir araç olarak kullanmıştır. Çalışmalarında, Saussure’ün dilbilimi göstergebilimin bir alt dalı olarak kabul edişine karşı çıkarak göstergebilimin dilbilimin bir alt dalı olduğu kabulüyle hareket etmiştir. Ona göre moda, mutfak, yazın gibi alanlara ait göstergeler yalnızca dil desteği ile anlam kazanırlar (Rifat 1998: 162). Böylece Barthes da disiplinleri kendi dilleri özelinde ele alarak, kendi içlerinde mitler yarattıkları görüşünü savunur. Mitleri de kültürle ilişkilendiren Barthes, kültürün ve dolaylı olarak mitlerin değişkenliklerini işaret eder (Fiske 2003: 122). Mitleri ele alırken biçim ve içerik arasında bir ayrıma gider ve gösterenler düzlemini biçimsel düzlemle, gösterilenler düzlemini ise içerik düzlemiyle ilişkilendirir (Barthes 1993: 40). Bu doğrultuda metin, Barthes için bir gösterendir. Metni anlam aktarıcı misyonuyla ele almış ve 20. yüzyılı bir “yan anlam uygarlığı” olarak niteleyerek asıl inceleme alanının yan anlamlar olması gerektiğini ve yan anlamın etik değerinin tartışılması gerekliliğini gündeme getirmiştir (Barthes 1993: 159).

Sinema göstergebilimi ve kültür ilişkisi söz konusu olduğunda Metz, Wollen ve Eco’nun görüşleri özellikle derinleştirilmelidir. Metz, Saussure’dan; Wollen, Peirce’den etkilenecek, Eco ise her

ikisinden eleştirel bir bakışla yararlanarak¹² kendi yorumlarını geliştirmişlerdir. Sinemada göstergenin sinematik dil aracılığıyla ne şekilde oluşturulduğu ve yan anlamın anlatımdaki yeri üzerinde durmuşlardır (Büker 1985: 2). Metz için ekranda gördüğümüz ve seyir esnasında işittiğimiz her şey, görüntü, yazı, grafik, müzik, ses efekti vb. gibi kanallar veri taşımaktadır ve seyirci bu kanallardan gelen verileri birleştirerek bir anlam oluşturur. Oluşan bu anlam yan anlamdır, çünkü Metz’e göre sinema görsel bir dil kullandığından görüntü hem gösterenin hem de gösterilenin yerini tutmaktadır. Sinemanın kendine özgü dilini anlamak için bu dile özgü kodları anlayabilmek gerekmektedir. Metz bu kodları kültürel ve özgül olarak ikiye ayırmıştır. Kültürel kodları anlamak için filmin üretildiği toplumun bir bireyi olmak yeterlidir. Özgül kodlarla kastettiği sinema tekniğine ait kurgu, kadrajlama vb. gibi kodlar için ise eğitim veya seyir deneyimi gereklidir. Metz ve benzer şekilde Eco da kültürel kodların anlamlama ve anlamlandırma boyutunda büyük bir yer kapladığını ifade etmiştir. Öyle ki özgül kodlara dahi bir noktadan sonra kültür etkisi sirayet edebilmektedir (Sivas 2012: 533-534). Wollen ise bu noktada göstergeler arasında bir sıralama belirlememiş, Peirce’ün yaklaşımını takip ederek sinematik anlamların da görüntü, belirti ve simge kodlarıyla çözümlenebileceğini savunmuştur ve sinema göstergebilimcilerini bu üç boyutu bir arada kullanmamaları yönünden eleştirmiştir. Wollen, Metz’in tutumuna ilişkin de gösterenlerin işlevlerini incelemekle sınırlı kaldığı yönünde yorum getirmiştir. Eco, tüm bunların ötesinde, göstergebilimi “yalan teorisi” olarak yorumlayarak, bu yönün en çok sinemada kendine yer bulduğunu ifade etmiştir. Kurgu aracılığıyla gerçekleştirilen pek çok şeyin bir yalan barındırdığını ifade eden Eco, bu yalanı insan zihninde kurgulayarak kabul edebilmenin temelinde ise kültürel kodların yer aldığını belirtmiş ve incelemelerini alımlanan anlam üzerinden yürütmüştür (Büker 1985: 19). Eco’nun göstergebilime yönelik yalan perspektifinden yaklaşımı, simülasyon kuramı ile bilinen Jean Baudrillard’ın gerçekliğin yerine üst gerçekliği koyduğu düşüncesini akıllara getirir. Baudrillard, göstergelerin bir üst boyuta taşındığını ve gösterilen şey her ne ise ondan daha önemli olduğunu ifade etmiştir (Berger 2019: 15).

Bu noktada Barbara Klinger’in işaret ettiği, filmler üzerine çalışma yaparken bağlamsal faktörleri gözden kaçırmamak gerektiği düşüncesi dikkate değerdir. Klinger, dilin toplumsal kullanımı üzerinde durmuş ve metinlerin her zaman esnek ve işlevsel olduğunu kabul etmiştir. Film çalışmalarında bağlamların tek olmadığını, her bir bağlam düzeyine bakmak mümkün olamayabileceğinden “söylemin anında ortaya çıkan bağlamı” ve “kültürün daha geniş bağlamı” şeklinde inceleme yapılabileceğini ve bu ikisi arasında bir boyut farkı olabileceğini ifade etmiştir (akt. Harries 1996: 41). Bakhtin de benzer şekilde anlamlandırma aşamasında bağlamsal faktörlerin önem taşıdığını ileri sürerek egemen söyleme ve karşı-kültürel aktivitelere dikkat çekmiştir. Bir metnin iki kutuplu olduğunu ifade eden Bakhtin, ilkinin

¹² Eco, Saussure’ü gösterileni net bir şekilde tanımlamadığı ve zihinsel bir imge ile gerçeklik arasında bir yerde konumlandığı yönünde eleştirmiştir. Peirce, Saussure’ün bu ikiliğini geliştirdiği ve üçüncü bir boyut olarak gösteren, gösterilen ve yorumcunun zihni arasında bir ilişki kurduğu için Eco’ya daha yakın gelmiştir (Tomaselli 1981: 44).

Klinger’e benzer şekilde metnin genel olarak anlaşılan karşılığı şeklinde kabul etmiş, ikinci kutbun ise ilkiyle diyalog halinde olan tekrarlanamaz ve benzersiz anlam boyutu olduğunu işaret etmiştir (Bakhtin 1986: 105). Metnin bu iki kutbu arasında zaman zaman ayrıcalıklı anlamları korumak ve öne çıkarmak adına işlevsel bağlamlar kurulduğu görülür. Bu nedenle Bakhtin bir metin, film vb incelemesi yaparken hem iki kutuplu bağlamları hem de anlam inşasının içeriden ve dışarıdan müdahale edilebilen katmanlarını ele almak gerektiğini ve bunun için de metalinguistik bir incelemeye başvurulması gerektiğini savunmuştur (Harries 1996: 44). Hem Klinger hem de Bakhtin’in bahsettiği bağlamsal katmanlara, metinsel analiz yapılarak, üretim ve alım dinamiği çerçevesinde gelişen dinamiklere bakılarak ve tarihsel ve ideolojik boyutun semiyotik karşılıklarını bulgulararak erişilebilir (akt. Harries 1996: 45). Robert Hodge ve Gunther Kress (1988), metin incelemeleri konusunda birbirine bağlı dört katmandan söz etmiştir; birincisi, üreticilere yönelik üretim kuralları (kime, nasıl, hangi anlamların üretileceği), alıcılara yönelik alım kuralları (semiyotik potansiyelleri kullanarak), üçüncüsü, metinlere yönelik kurallar (anlam olasılıkları ve anlam kısıtlamaları yoluyla), dördüncüsü, semiyotik kurallar (sosyal algılamalara yönelik kısıtlamalar). Hodge ve Kress, bu katmanların metinlerin nasıl işlediğini anlamak için ele alınması gereken katmanlar olduğunu ifade ederler. Bu doğrultuda çalışmada da Hodge ve Kress’in kategorizasyonu, birer metin olan filmlerin anlatısını yorumlamak amacıyla hem Netflix’in üretim politikalarını incelerken hem de filmlerin analizlerini gerçekleştirirken başvuru olan önemli bir kaynak olmuştur.

Çalışma yürütülürken yöntem bölümünde bahsi geçen tüm kuramcıların görüşleri yer yer öne çıkacakken en temelde kültür göstergebiliminden faydalanılacaktır. Kültür göstergebiliminden söz edildiğinde akla gelen ilk isim Yuri Lotman’dır. Lotman, 1950’li ve 1960’lı yıllardaki yazılarında kültüre dair gözlemlerine yer vermiş, 1970’lerde kültürü araştırmalarının merkezine yerleştirmiştir.¹³ Lotman için “kültür, doğası gereği semiyotiktir ve semiyotik, kültürel bir ortamda gelişir.” Lotman, göstergebilim, kültür ve bellek ilişkisini de çalışmalarında ele almıştır. Kültürü, “toplumun deneyimlediği şeylerin hafızadaki bir kaydı” olarak ele alan Lotman, bu kayıtların kodlanması ve bir diğerine aktarılması aşamalarında göstergebilimin gündeme geldiğini işaret etmiştir. Lotman bu aşamaları, kültürün üç işlevini sınıflandırarak özetlemiştir. İlki iletişimsel işlevdir ve mesajların aktarımını sağlar. İkincisi yaratıcı işlevdir ve yeni kodlar üretir. Üçüncüsü hafıza işlevidir ve metinleri ve kodları kaydeder. Lotman her ne kadar bir ayrıma gitse de bu üç işlevin iç içe geçmiş bir işlerliğe sahip olduğunu ifade etmiştir. Lotman kültürü statik ve dinamik yönleriyle ele almıştır. Bir metin olarak değerlendirildiğinde statik olan kültür, sürekli dönüşen ve bir süreç haline gelen aktarımıyla

¹³ Lotman, kültüre ilişkin düşüncelerine *Studies in the Typology of Culture* (1970) adlı kitapta yer vermiş ve Boris Uspenskiy ile birlikte yazdığı *On the Semiotic Mechanism of Culture* (1971) adlı makalede görüşlerini derinleştirmiştir. Kültürel semiyotiği bir disiplin olarak ele alışı ise Lotman’ın ve Tartu-Moskova Okulu’nun semiyotik üzerine çalışma yapan düşünürlerinin işbirliğiyle yazılan *Theses on the Semiotic Study of Cultures* (1973) metniyle olur (Tamm 2019, s.6).

değerlendirildiğinde dinamiktir. Dinamik kültür, Lotman için çok daha önemlidir çünkü öngörülemezdir ve kolektif hafızayı da şekillendiren bu kültürdür. Lotman, kültürün bu sürekliliğini bütüncül bir şekilde ele almış ve buna semiyosfer adını vermiştir (Tamm 2019: 6-8). Lotman, farklılıkların kültürel-semiyotik bir çalışma ile yorumlanabileceğine inanmaktadır. Çeşitliliğin kaynağını her bir bireyin birbirinden ayrı kültürel eylemleriyle bir tutmaktadır (Lotman 1978: 44). Lotman'ın kültür üzerine sorgulamalarıyla gündeme gelen kültür göstergebilimi, çalışmada öne sürülen dijital platformların farklı kültürlerle sahip izleyicilere farklı içerikler sunduğu ve içerik politikalarının oluşturulmasında her bir ülkenin kültürel kodlarına özel düzenlemeler gerçekleştirdiği düşüncelerini desteklemek için uygun bir yöntemdir. Yine kültürel kodların kültürel bellekle olan süregelen ilişkisini ele alırken de Lotman'ın görüşleri destekleyici olacaktır. Çalışmada, Netflix özelinde incelemeler yürütülürken, Hodge ve Kress'in ifade ettiği üreticilere yönelik üretim kuralları katmanı ve alıcılara yönelik alım kuralları katmanı değerlendirmelerine ve semiyotik kodların analizlenmesine başvurulacaktır. Netflix'in kültürel üretim döngüsünü hangi amaçlarla, hangi anlamları yaratmak ve yaymak için oluşturduğu ve içerik politikaları aracılığıyla nasıl bir anlam inşası içerisinde bulunduğu ele alınmıştır. Alıcılara yönelik alım kuralları, anlamın doğrudan metinde olmadığı, alıcının metinle etkileşimi neticesinde anlamın oluştuğu düşüncesiyle temellenir. Burada alıcının/izleyicinin algılama ve yorumlama kapasitesi devreye girmektedir.¹⁴ Bu noktada evrensel işaretler, kültürel kodlar gibi anlamsal yönlendirmeler – Todorov, bunları anlam çağrışımı için unsurlar olarak tanımlamıştır – potansiyel anlama erişimde araç olarak yer alırlar. Burada yine devreye giren semiyotik, bir gösterenin farklı kültürel geçmişlerden gelen öznelere için farklı gösterilenler üretebileceğini ortaya koyar. Bu nedenle anlam potansiyeldir, kişiden kişiye değişebilen bir boyuta sahiptir. Bu boyutların da ötesinde “metin dışı etken” olarak ifade edilen fragman, poster, reklam, afiş, dergi röportajları, aksiyon figürleri gibi pek çok ögeden de söz edilebilir. Bu etkenler, hem üretici hem alıcı için anlam üretiminde oldukça etkili olan ve filmin alımlanmasına, pazarlanmasına ve kategorize edilmesine katkı sağlayan etkenlerdir (Harries 1996: 47-51). Biçime ve içeriğe ait tüm bu kodlar, filmlerin anlatısına doğrudan etki eden ve kültürel bellekle ilişkili olarak öne çıkan öğeler şeklinde tablolaştırılacaktır. Kodların çözülmesi aşamasında ise Lotman'ın kültürel göstergebilim yaklaşımına referansla anlatıdaki yerel ve evrensel kültürel kodlar ayrımlanacak ve ayrıca Metz'in kültürel ve özgül kodlar ayrımına başvurulacaktır. Kültürel ve özgül kodların kendi içlerinde gösteren ve gösterilen şeklinde kod açılımları yapılarak düz ve yan anlam karşılıkları yorumlanacaktır. Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünden elde edilen teorik arka plana referansla, var olan kodların ve kodlardan elde edilen anlamların dijital platformların içerik politikalarına ne amaçla ve ne oranda hizmet

¹⁴ Tomaselli, Peirce ve Saussure'ün sistemleri arasındaki temel farkın yorumcuyu konumlandıkları bilişsel rolde olduğunu belirtmiştir (Tomaselli 1981: 46).

ettiği ilişkisi kurulacak; her bir anlatı özelinde Netflix'in kültürel belleği anlatıda ne şekilde konumlandığı göstergebilimsel analiz yöntemiyle açıklanacaktır.

2.3. Teorik Çerçeve: Bellek ve Kültür

Bellek kavramı, 1960'lı ve 1970'li yılların tartışma ortamlarında hiç yer almazken 1970'lerin sonuyla birlikte gündeme gelişiyle¹⁵ popüler olmuştur ve popülerliğini hala korumaktadır. Bu popülerlik yer yer bir takıntıya da dönüşebilmektedir; Enzo Traverso bu durumu, “anma takıntısı”, “yer tapınması”, “bellek turizmi”, “geçmişin şeyleşmesi” şeklinde nitelemiştir. Traverso'nun sözünü ettiği bu yozlaşma, turizm, gösteri endüstrisi, sinema gibi alanlar için belleği hazır bir tüketim nesnesi haline getirmiştir (Traverso 2020: 9-11). Sözü geçen yozlaşma ve bellek takıntısı, Traverso'ya göre bir aktarım krizinden kaynaklanmaktadır. Krizi açıklamak için Traverso, Walter Benjamin'in aktarılan deneyim (erfahrung) ve yaşanılan deneyim (erlebnis) kavramlarına başvurur. Benjamin, doğal olarak aktarılan, kuşaklararası süren ve uzun vadede o toplumun kimliğini oluşturan ve irade dışı bir hatırlamayla gündeme gelen anları aktarılan deneyim; kişisel ve geçici olan ve bilinçli bir hatırlamayla gündeme gelen aktarımları yaşanmış deneyim şeklinde nitelemiştir (Benjamin 2012: 123). Aktarılan deneyim geleneksel toplumlara aitken yaşanmış deneyim modern toplumlara özgüdür. Benjamin, moderniteyi aktarılan deneyimin çöküşüyle bağdaştırmaktadır (akt. Traverso 2020: 11-13). Bellek, artık bir endüstri haline gelmiştir. Deneysel psikoloji alanında üzerine düşünülmesi ve çalışılması çok daha eski bir zamana tarihlense de akademik araştırmalarda yer alarak popüler hale gelmesi, edebiyatta otobiyografinin gelişmesi, müzeler üzerinden bir turizm oluşturulması ve tarihselciliğin krizi ile birlikte gerçekleşmiştir (Klein 2000: 127).

Bellek, en temelde bireyin bir bilgiyi muhafaza etme ve uygun koşullar sağlandığında bilgiyi çağırma ve kullanma becerisi olarak tanımlanabilir (Erdem 2019: 532). Bellek, unutma ve hatırlama işlevlerini ve daha pek çok yapıyı da içeren bir sistemler bütünü olarak ele alınmalıdır (Irak 2008: 18). Her ne kadar 1970'lerin sonuyla beraber popüler bir araştırma konusu haline gelse de 1880'li yıllarda Hermann Ebbinghaus (1885), Sir Francis Galton (1883) ve Theodule Armand Ribot (1882) tarafından yapılmış çalışmalar, psikoloji alanında belleğe yönelik geliştirilmiş önemli yaklaşımlardır. Bu çalışmaların varlığı, belleğin anlamlandırılmasında büyük rol oynamış ve yüzyıl sonra belleğin farklı disiplinlere etkisinin tartışılacağı akademik zeminin oluşmasına katkı sağlamıştır. Ebbinghaus, algı çalışmalarında kullanılan yöntemlerden belleği incelerken faydalanmış ve deneysel bir yaklaşım

¹⁵ Bellek çalışmalarının gündeme gelmesi, 1960'lı ve 1970'li yıllarda madun sınıfları ilk kez ele alan Edward P. Thompson'un *İngiliz Sınıfının Oluşumu* (1963), Carlo Ginzburg'un *Peynir ve Kurtlar* (1976) gibi birtakım eserlerle başlayan bir rüzgârın 1980'lere gelindiğinde Hindistan'da gündeme gelen madun çalışmaları ile hız kazanmasıyla olmuştur. Tarih yazımının ikiyüzlülüğüne bir karşı çıkış olarak da gündeme gelen bellek çalışmaları, geçmişin yazıya dökülmesinde yeni bir alan yaratmıştır. Bellek çalışmaları, tarihin olaylarla kurduğu dışsal ilişkiyi içsel bir ilişki kurarak dönüştürmüştür (Traverso 2020: 27-28).

geliştirmiştir (Rigel 2012: 17). Ebbinghaus, harf dizileri kullanarak yaptığı deneylerle, öğrenme, unutma, yeniden öğrenme döngüsü üzerine çalışmalarını yürütmüştür. Galton, anı kapasitesi ile ilgilenmiş ve daha sonraları ipucu sözcük¹⁶ şeklinde kavramsallaştırılacak bir teknik üzerine çalışmıştır. Ribot, çarpıtılmış anılar üzerinde durmuş ve beyin hasarına bağlı gelişen bozukluklar ile ilgilenmiştir. Bu üç düşünür, yaptıkları çalışmalarla, otobiyografik bellek çalışmalarına önemli katkılar sunmuşlardır (Williams, Convey 2021: 44-45). Sonraki yıllarda, Sir Frederic Bartlett, Ebbinghaus'un deneylerine yönelik getirdiği eleştirilerle alanda farklı bir yöntem geliştirmiştir. Şema kavramını¹⁷ çalışmalarının merkezine alan Bartlett, hatırlama eyleminde kültürün etkisi üzerinde durmuştur (Williams, Convey 2021: 46). Bartlett'e göre hatırlama eylemi sadece o anki deneyimle denk düşmek durumunda değildir. Hatırlama, o anın hissettirdiklerine, önceden edinilmiş bilgi ve deneyimlerin çağrıştırdıklarına ve bireyin içerisinde bulunduğu psikolojik duruma bağlı olarak değişkenlikler gösterebilir (akt. Cangöz 2005: 55). Bartlett'in çalışmalarıyla, belleğin yalnızca bilgileri saklama işlevi görmediği, aktif bir süreç içerisinde yer aldığı ve bu süreçte de kültürden oldukça etkilendiği de kabul edilmiştir (Boyer 2021: 16). Bartlett'in öne sürdüğü bu kültür ve bellek ilişkisi, Benjamin'in aktarılan deneyim kavramına denk düşmektedir.

Disiplinlerarası bir olgu olan bellek için psikoloji alanında kabul edilegelen en temel bilgilerden biri, anıların benliği oluşturduğudur (Boyer 2021: 10). Bu varsayım, felsefi literatürle de kesişir ve John Locke'un insanın kendine ait olan geçmişinin, onu diğerlerinden ayrı bir birey kıldığı düşüncesiyle benzerdir. Locke, zihnin boş bir oda olduğu varsayımıyla hareket ederek duyular aracılığıyla elde edilen veriler anlamlandırıldıkça belleğin oluştuğunu ifade etmiştir. Ona göre bir insan zihninde, kişinin bilincine varmamış olduğu bir bilginin bulunması mümkün değildir (Locke 1992: 62-66). Belleğin yalnızca duyular aracılığıyla edinilen deneyimlerle mi oluştuğu sorgulaması, felsefede pek çok düşünürün üzerine sorular sorduğu bir zemindir. Belleğin ne olduğu, neyin nasıl bilindiği, bilme eyleminin nesnesinin ne olduğu gibi sorular bu düşünsel alanın temel sorularından bazılarıdır. Bu sorgulama Platon ve Aristoteles'in görüşlerinde de farklı perspektiflerden yer almıştır. Platon'a göre bilgiler zihinde saklanır ve asla unutulmazlar. Hatırlama eylemi yalnızca var olan bilgilerin bilinçte saklandığı yerden çıkarılması durumunu karşılar. Unutulan şeyler yalnızca bir bilgi içermeyen soyut kavramlara ilişkin hissiyatlar olabilir. Geri kalan her şey, zihinde gizlense dahi hiçbir zaman tamamen yok olmaz. Platon, hatırlama gerçekleştiğinde açığa çıkan bilgilerin duyusal verilerle elde edilen saf

¹⁶ İpucu sözcük tekniği, sözcüklerin katılımcıya sırasıyla gösterilmesi ve bu sözcükleri görmesinin ardından katılımcının düşündüğü şeylerin not edilmesi yoluyla hangi anların/anıların/görsel imgelerin gündeme geldiğini bulgulararak analizleme tekniğidir (Williams, Convey 2021: 45).

¹⁷ Bartlett'in şema kavramı, Vladimir Propp'un şematik anlatı kalıplarıyla da ilişkilidir. Her ikisi için de anlatı kalıpları, şematik ve düzenlidir. Her bir anlatı kalıbı, farklı zaman, farklı karakter, farklı yer kombinasyonlarının farklı birleşimlerini sunmaktadır. Bu nedenle evrensel olarak değerlendirilemezler. Kültürden kültüre değişen, kendi dinamiklerine özgü anlatı kalıpları olarak değerlendirilmelidirler. Bu yaklaşım, Halbwachs'un kaç farklı toplum varsa o kadar koelktif bellekten söz edilebileceği düşüncesiyle de benzerlik taşımaktadır. Bartlett ve Propp'a göre anlatı kalıpları, bilinçli bir birleşimle oluşmaz ve kullanılmaz, üzerine düşünmeden, bilinçsizce kullanılırlar (Wertsch 2021: 165).

bilgi olduğunu düşünmez; hatırlanan, geri çağırma esnasında uygulanan rasyonel yaklaşımla yeniden işleme tabi tutulan bilgilerin sonucudur. Aristoteles, hatırlama konusunda, belirli bir zamanda gerçekleşen anında hatırlama eylemi ile bir zaman dilimi süresince gerçekleşen hatırlama eylemi arasında ayrım yapar. Bilginin algılandığı andan itibaren bellekte yer almadığını, algılama sonucu bir bilgiye dönüştüğünde bellekte yer almaya başladığını düşünen Aristoteles için, deneyim ile kişinin deneyime ilişkin belleği arasında tıpkı hatırlama eyleminde olduğu gibi zamansal bir ayrım vardır; hatırlanan şey, daha önce deneyimlenen şeydir. Fakat Platon'dan farklı olarak hatırlanan, zaten bellekte var olan deneyimler değil, duyular aracılığıyla algılandıktan ve bir bilgiye dönüştükten sonra bellekte yer eden deneyimlerdir (Coleman 1992: 4-18).

Anımsama, anı ve unutma ilişkisine dair ise Platon, eseri *Menon*'da anımsamayı ele almıştır (2018). Mnemosyne'den (bellekten) söz etmiş ve onun ilham perileri olarak bilinen muse'lerin annesi olduğunu ifade etmiştir (akt. Abensour 2022: 18-19). Anımsama, zihinde, daha önce deneyimlenmiş bir şeyin arayışının ve bu arayış neticesinde aranan şeyin elde edilmesi sürecinin karşılığı, bir tür akıl yürütmedir (Bilge 2018: 78).

Bellek, Aristoteles tarafından, *Bellek ve Anımsayış (De Memoria et Reminiscentia)* adlı makalesinde ele alınmıştır. Aristoteles bir anının, geçmişten bugüne nasıl taşındığı, anımsamanın nasıl gerçekleştiği üzerinde durmuş; çağrışımların bireysel bellekte açtığı alanda anımsamanın gerçekleştiğini işaret etmiştir (McCeon 1941; Eyrek 2019: 11). Aristoteles, bir farkındalık oluştuğunda zihinde oluşan nesnenin imgesini bir iz olarak yorumlamış ve bu izi anı olarak tanımlamıştır (akt. Abensour 2022: 21). Platon için ise anılar üretilmez, önceki deneyimlerden ruhta kalan izlenimler, anılar olarak yeniden canlanırlar (akt. Öymen Özak 2008: 34). Platon'a karşı Aristoteles belleği tamamen doğal bir olgu olarak ele almaktadır. Yalnızca insana özel bir durum olmadığını, hayvanların bir kısmının da belleğe sahip olduğunu işaret etmiştir. İnsanı farklı kılanın akli olması yani bellek öğelerini yorumlama ve kategorize etme yetisine sahip olmasıdır. Aristoteles'e göre bellekten önce imge incelenmelidir (Abensour 2022: 102). Aristoteles, anlık gelen anılara mneme, hatırlamak için bir çaba sarf edilen anılara anamnesis demektedir (akt. Göğercin Toker 2017: 192).

Bellek hakkında yapılan çalışmalar genelde Platon ve Aristoteles'in belleğe ilişkin görüşlerine yönelik olsa da bir sofisteye ait olan ve felsefenin kökeni için önemli bir metinlerden biri olan *Dissoi Logoi*, bellek incelemelerine yer veren ilk eser olarak kabul edilmektedir. Ne zaman yazıldığı tam tespit edilememekle beraber M.Ö. 404 yılından sonrasında yazıldığı tahmin edilmektedir. Metinde hafızanın öneminden ve hafızayı geliştirmek için neler yapılabileceğinden söz edilmektedir. Ezberleme, konuları birbiriyle ilişkilendirme, akla getirme gibi teknikler hafızayı geliştirmek için önerilmekte; güçlü hafıza, bilgelikle eş tutulmaktadır (Bilge 2018: 2; Şar 2013).

Bellek, her zaman ilgi çeken bir araştırma alanı olmuştur. Geriye gidildiğinde belleğe yönelik hikâyelere mitolojide de rastlanmaktadır. Yunan mitolojisinde bellek tanrıçası Mnemosyne ve unutma perisi Lethe, zıt yönlerde akan iki nehir olarak simgeleştirilmiş ve Mnemosyne'in suyundan içenler her şeyi hatırlarken Lethe'nin suyundan içenler her şeyi unutmaktadırlar (Quiroga'dan akt. İslamoğlu 2017: 21-22). Bellek, Yunanlılar için beş retorik sanattan biri olarak kabul edilir. Bellek sanatı kavramından ilk söz eden kişi Yunan şair Simonides'tir. Assmann, bellek sanatı ile hatırlama kültürü arasında ayırım yapmıştır. Ona göre bellek sanatı bireyle, hatırlama kültürü ise toplumla ilişkilidir. Bellek sanatı için mekân, hatırlama kültürü için zaman önemlidir (Assmann 2022: 37-39). Yine Eski Yunan'da belleği güçlendirmek üzere, bellek destekleyici ipuçları kullanılarak uygulanan bir teknik geliştirilmiştir. Mnemoteknik olarak anılan bu teknikte, bir tür çağrışım tekniği olarak da geliştirilen bellek destekleyici uygulamalar, renkle, sesle ya da bir imgeyle kodlama şeklinde olabilmektedir (İslamoğlu 2017: 22).

Bellek, doğrudan anı, unutma, hatırlama, algılama kavramlarıyla ilişkilidir. Unutma, hatırlamayla doğrudan bir ilişki içerisinde olduğu için belirli oranda bir unutma eyleminin gerçekleşmesi gerekmektedir (Erdem 2019: 533). Platon anıların hiçbir zaman unutulmadığını yalnızca çağırılmadığı sürece örtük kaldığını ifade etse de unutma eyleminin varlığına dair pek çok çalışma yapılmıştır. Paul Ricoeur, anı kavramını bellekten ayrı tutmaktadır. Belleğin tekil bir olgu olduğunu ve kişiden kişiye değişen bir kapasiteyi karşıladığını ifade etmiştir (akt. Tuğrul 2021: 26). Anı, doğrudan gözlemlenemeyen içsel olarak deneyimlenen bir olgudur (Williams, Convey 2021: 46). Bellekte depolanan anılar, hatırlama eylemiyle gün yüzüne çıkarlar. Hatırlama her zaman bilinçli bir çağrıyla gerçekleşmez. Bazen nedeni dahi anlaşılamayabilen bazı ani çağrışımlarla anılar gündeme gelebilir. Anıların gündeme gelmesi, geçmiş ve şu an arasındaki çizgiyi belirsizleştirmektedir (Sarlo 2022: 9-10).

Algı da anılarla bütünleşik olarak gelir. Algılanan saf veri, deneyimler ve yaşanmışlıkların etkileriyle anında sarmalanmaktadır. Saf algının yerini anılar alır; bu noktada bellek devreye girer ve yanılmasadan söz edilmeye başlanır (Bergson 2022: 34). Bergson, *Madde ve Bellek* kitabında belleğe dair ilk hipotezini, algının saf halinden anılarla sarmalanarak kendini nasıl sınırlandırdığı ve bireyi ilgilendiren bir özelliğe nasıl dönüştüğü sorgulaması üzerine kurmuştur (Bergson 2022: 41). Bergson bu sorgulamaları geliştirdiğinde, algı ve anının iç içeliğinin tek taraflı olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Anıların algıları sarmalamasının yanı sıra, algılar anılar için tekrar gündeme gelmek durumunda başvurdukları birer aracı konumundadırlar. Bir anı, bütünleştiği bir algıyı kullanarak tekrar tekrar gündeme gelebilmektedir. Böylece Bergson, anı ve algı arasında çift taraflı bir ilişki olduğunu belirtmiştir (Bergson 2022: 66). Bilginin duyular aracılığıyla alımlanması algılama aşaması iken bilginin anlamlandırılması aşamasında bellek devreye girer (Öymen Özak 2008: 17).

Bergson, geçmişin iki biçimde meydana geldiğini belirtmiştir: “Devindirici mekanizmalarda ve bağımsız anılarda.” (Bergson 2022: 75). Bergson ilkinin doğal döngüyle eş zamanlı işlediğini, ikincisinin kişisel imge anılarda belirdiğini ifade etmiştir. İlki, iradeye bağımlı bir şekilde sabit kalır, ikincisi yeni tasarılar üretir. Bu ikilinin birbiri içerisinde kaynaşması yeni bir fenomeni meydana getirmiştir. Bu fenomen tanıma eylemiyle açıklanabilir. Tanıma eylemi için ikinci bir karşılaşma gereklidir. İlkinde oluşan saf algının yeniden gündeme gelerek yaratabileceği bir eylemdir tanıma. Tanıma, dalgınlıkla tanıma ve dikkate dayalı tanıma şeklinde ayrımlanabilir. İkisi arasındaki ayrım, anıların kendiliğinden algıyı gündeme getirmesi veya algının gündeme gelmesi için anıların çağırılması şeklinde bir ikilikten kaynaklıdır (Bergson 2022: 87-96). Bellek de tüm bu sistemi ve olay esnasında ve olay sonrasında yaşanan tüm düşünsel süreçleri kapsayan bir olgu olarak burada devreye girmektedir (Traverso 2020: 21).

Bergson iki tür bellekten söz edilebileceğini belirtmiştir; hayal eden ve tekrarlayan. Herhangi bir faydacılık düşüncesi olmadan doğal bir şekilde kaydedilen, detayların net bir şekilde işlendiği imge-anılardan oluşan bellek tekrarlardan güç alır. İmgeleri koruma güdüsüyle değil de etkisini yaşatma güdüsüyle hareket eden eyleme dönük bellek ise gücünü tasarımlardan almaktadır (Bergson 2022: 79-80). İki bellek arasında tekrar ve alışkanlık arasındaki ince ayrımı vurgulamak gerekmektedir. Burada iki belleği kendiliğinden ve öğrenilmiş şeklinde niteleyerek ayıran Bergson, tekrarın, kendiliğinden anıyı öğrenilmiş anıya dönüştürmek için gerçekleşmediğini, yalnızca bedensel bir alışkanlık ritmi oluşturmak için gerçekleştiğini ifade eder. Söz konusu alışkanlığın anı olarak temellenmesi için zaten her seferinde ilk olan kendiliğinden anıya başvurulması gerektiğinden, tekrar öğrenilmiş anıya dönmektense kendiliğinden anıyı vurgulayan bir tavırda kalmaktadır. Öğrenilmiş anı ise bellek tarafından gündeme getirilen alışkanlıktır (Bergson 2022: 81). Halbwachs, Bergson’un bu ayrımını Samuel Butler’in ondan yirmi yıl önce öngördüğünü aktarmıştır. Butler, hafızanın rutinden ve yenilikten güç aldığını, ani bir etkiyle yaşadığımız kuvvetli olayların ve oldukça kuvvetsiz ve önemsiz olsa da sık sık yaşanan olayların hafızada yer tuttuğunu ifade etmiştir. Her iki türdeki anılar da hatırlandığında yeniden canlanmış olurlar, ilk andaki gibi bir etkiyle tekrar yaşamazlar (Halbwachs 2019: 135).

Anılar, bireysel belleklerde yer etse dahi bir yandan toplumsal ve kültürel olarak da kodlanabilirler. Anımsamak, kültürel kodlarla ve toplumsal olaylarla etkileşimli olarak gerçekleşir. Hatta zaman içerisinde oluşmuş toplumsal anımsama kalıpları ve kodları da vardır. (Schudson 2007: 180). Bazı anıların özelden çok genel nitelik taşıdıkları da söylenebilir. Bu anılar “kendilik tanımlayıcı anılar” olarak kategorize edilebilir. Roger Brown ve James Kulik ise bu tip anıları flaş anılar olarak tanımlamış ve toplumu, ülkeyi, dünyayı ilgilendiren ve geniş çapta bir yankısı olan olayların bireyler tarafından öğrenildiği ana dair oluşmuş anılar ile eşleşmişlerdir. Flaş anılar, bir haberin öğrenildiği ana dair, içerisinde bulunan mekân, kimlerle olunduğu, ne ile meşgul olunduğu gibi tüm detaylarıyla

hatırlanan anıları karşılamaktadır (akt. Williams, Convey 2021: 63). Flaş anıların öğrenilme anına ve o anın bıraktığı etkiye ilişkin travmatik durumlar yaşanabilir. Bedenin, kendine özgü bir hafızası vardır ve bu hafıza, alışkın beden hafızası ve travmatik beden hafızası şeklinde ayrımlanabilir. Lacan, travmatik beden hafızasını “parçalanmış beden” olarak nitelemiştir (akt. Tuğrul 2021: 205). Freud da travmaya bağlı bellekte oluşan bozuklukları psikanalitik olarak değerlendirmiş ve belleği merkeze alan yeni bir disiplin oluşturmuştur (Neyzi 2014: 2). Söz konusu travmatik anılar ve suskunluklar, birer bellek sonrasına (post memory) dönüşerek sonraki kuşaklar için siyasi ve toplumsal bir dönüm noktasına yol açabilmektedirler (Tuğrul 2021: 210-211). Bellek sonrası (post memory), Marianne Hirsch, tarafından kavramsallaştırılmıştır ve doğrudan bireysel anımız olmayan, kendimiz deneyimlemeden dahi hatırlayabildiğimiz, ebeveynlerimizin ve atalarımızın anılarına dayanan hatıraları karşılamaktadır. İkinci kuşak anılardan oluşan bellek sonrası, bireyin yakın çevresinden dinlediği deneyimleri kendi belleğinde yeniden inşa etmesiyle oluşmaktadır (akt. Sarlo 2022: 81-82). Alison Landsberg de doğrudan bireysel anımız olmayan, kendimiz deneyimlemeden benimsediğimiz, kitle iletişimi aracılığıyla edindiğimiz anıları öne eklenen bellek, diğer kullanımıyla protez bellek (prosthetic memory) olarak tanımlamıştır (Landsberg 2003: 145).

Bellek, genel olarak üç aşamalı olarak değerlendirilir: Öğrenme, depolama, geri çağırma. Depolama; anlamlandırma, anıları birbiriyle eşleme ya da unutma eylemlerinin gerçekleştiği aşamayken geri çağırma; tanıma ve hatırlama eylemleriyle ilişkilidir (Erdem 2019: 532). Unutmak, bir yok olma değildir. Öğrenilen ve kaydedilen hiçbir şey tam anlamıyla silinmez; dönüşüm geçirerek yaşamaya devam eder. Anının yok olmasından değil ama anının eskimesinden, detayların silinmesinden, blokajlardan, çarpıtmalardan söz edilebilir (Tuğrul 2021: 183-184). Anıların çarpıtılması ve sahte anı üretilmesine ilişkin pek çok çalışma vardır fakat insanların genel eğilimi, kendi geçmişlerine ve geri çağırdıkları anılara dair hatırladıkları duyguların doğru olduğuna inanma yönündedir (Boyer 2021: 28).

Belleğin çarpıtılmasından söz etmek demek, belleği gerçeğe bire bir uyacak şekilde kavrayabildiğimiz varsayımıyla temellenmektedir. Bireysel bellek üzerinden düşünmek bir nebze daha kolay olsa da kolektif bellek üzerinden düşünüldüğünde, her bir bireyin farklı deneyimleri ile algılandığından durum biraz karmaşık bir hal alır. Yine bireysel bellek üzerinden düşünüldüğünde en azından zamansal olarak ortalama bir sınırlama getirmek mümkün olsa da kültürel bellek söz konusu olduğunda bu pek mümkün değildir. Peter Burke, geçmiş hakkında konuşmanın artık eskisi kadar masum bir eylem olmadığını, artık var olan geçmiş kayıtlarının ve anlatılarının nesnelliğinin sorgulandığını ifade etmiştir (akt. Schudson 2007: 179-181). Çarpıtma süreçleri dört ayrı şekilde kategorize edilebilir: Uzaklaştırma, araçsallaştırma, öyküleştirme, bilişselleştirme. Anıların önce detaylarının yitirilmesiyle silikleştirildiği ve üzerinden zaman geçtikçe duygu yoğunluğunun azaldığı süreç uzaklaştırma ile gerçekleşmektedir. Uzaklaştırmadan dolayıdır ki anma törenleri özellikle önem

taşımaktadır; yıllar önce gerçekleşmiş bir olayın duygusunu ve hatırasını mümkün mertebe canlı tutmak için kültürel bir kurumsallaşmaya başvurulmuştur. Geçmişteki yaşanmışlıkların ve deneyimlerin, güncel çıkarlara destek olmak için stratejik olarak şekillendirilmesi araçsallaştırma ile gerçekleşir. Bir nevi geçmişten, şimdiki zamanın çıkarları için destek alınmaktadır. Bir diğer çarpıtma yöntemi ise geçmiş anıları daha ilginç kılmak için öyküleştirmeye başvurmaktır. Olaylar giriş, gelişme ve sonuç şeklinde bir anlatı kurularak aktarılır. Kayıtlı belgelerin varlığı, öyküleştirmenin sınırlarını belirler. Başka bir çarpıtma yöntemi olarak karşılaşılan bilişselleştirme ise kişinin kendi yaşamından geçen deneyimi bire bir değil de geçmiş olması gerektiği gibi aktarması durumudur (Schudson 2007: 181-193). Olaya tanık olan kişilerin olay sonrasında deneyimlerini paylaşımlarıyla kişilerin bireysel anılarının etkilenmesi durumu, bellekte sosyal bulaşma olarak tanımlanır ve bu durum da bilişselleştirme süreçlerine dâhil edilebilir (Şahin 2017: 3). Bellekteki bu gibi yanılgıların varlığını açıklayan teori ise kaynak izleme teorisidir. Bellek kayıtlarının kökenlerindeki hataların bellek çarpıtmalarına neden olduğunu öne süren bir teori olan kaynak izleme teorisi, kökene inerek anının oluştuğu yer, zaman vb. gibi temel bilgilerin hangi kaynaktan elde edildiğini bulgulamayı hedefler. Bu teori, gerçeklik izleme teorisinin genişletilmiş bir versiyonudur. Gerçeklik izleme teorisinde, rüyalarla veya düşünsel boyutta üretilen anıların, duyular ve algılar aracılığıyla dışarıdan elde edilen anılarla ayırt edilmesi işlenir. Kişinin belleğindeki yanılsamalardan biri ise doğrudan dikkatle ilişkilidir. Olay esnasında birden fazla uyarana maruz kalmak ve dikkati tam olarak verememek durumlarında veriler güçlü bir şekilde kodlanamaz. Yine sıklıkla kullanılan kısayollar da bir tür tembelleştirme ile yanlış kodlamalara neden olacak dikkatsizliği yaratmaktadır. Derine kalıcı bir şekilde kodlanabilen anılar daha uzun ömürlü olurken yüzeysel kodlanan anılar daha kısa sürede silinmektedirler. Bu durum literatürde kodlama derinliği şeklinde kavramsallaştırılmıştır (Tanyaş, Mısırlısoy 2018: 1437-1441). Çarpıtma meselesine ilişkin burada bahsedilmesi gereken bir diğer kavram ise sahte bellek sendromudur. Sahte bellek sendromu, 1990'lı yıllarda, psikolojik tedavi almış kişilerin aslında yaşamadıkları istismar gibi olayları yaşamışlar gibi hatırladıkları bir tür akıl hastalığı olarak kabul edilmiştir. ABD'de yer alan Sahte Bellek Sendromu Vakfı'nın danışmanı olarak da görev yapan psikolog John Kihlstorm, sahte belleği, bireyin nesnel olarak doğru olmayan bir duruma karşı duyduğu kuvvetli inanç sonucu olayın gerçek olduğuna inandığı travmatik bir anı olarak tanımlamaktadır (akt. Mollon 2000: 3-5). Sahte bellek üzerine Freud, geri çağırılan anıların potansiyel olarak içerdiği gerçeği ve yanlışlıkları görmeyi işaret etmektedir. Geri çağırılan çocukluk anılarının kesin bir doğruluğu olması durumunda çok güvenli bir hatırlama zeminine sahip olunacağını fakat bunun mümkün olmadığını; hatırlanan deneyimlerin bazen tamamen yanlış, bazen tamamen doğru, bazen de doğrulardan ve yanlışlardan oluştuğu kabulüne geçmek gerektiğini ifade ederek hatırlamanın kaygan bir zeminde gerçekleştiğini vurgulamıştır (akt. Mollon 2000. 48). Sahte belleğin oluşması çoğu zaman anıların bir yeniden yapılandırmaya uğruyor olmasıyla ilişkilidir.

Bir diğ er uzantısı da hatırlanan bazı önemsiz anıların neden hala hatırlandığına ilişkin sorgulamadır. Genellikle bir geri  ağırılmaya maruz kalmayan bu sıradan anıların hatırlanıyor olmasının diğ er anıları gizlemek için olduğı d    n lmektedir. Hatırlanmak istenmeyen bir anıyı sahtelet tirerek kabul etmek yerine başka gereksiz anıları ön plana çıkarıp asıl anıyı belleğ in derinlerine itmek de bir hayatta kalma mekanizması olarak kabul edilebilir. Anıların geçmişte bırakılması uğ runa sıklıkla hatırlanan aracı anılara, ekran anıları da denmektedir. Bu tip anılar, genelde rüyalar gibi g rselliğ i baskın anılardır (Draaisma 2004: 19).

Rüyalar da malzemesini bellekten almaktadır (Halbwachs 2019: 21). Buna karşın bellek, rüya anında atıldır. Halbwachs'un Pradines Beyefendi'den aktarıldığını belirttiğ i Lucretius'un  u sözü rüya esnasındaki belleğ in işlerliğini açık ve net bir şekilde ortaya koymaktadır: "Bellek, o derece atıl ve uyku halindedir ki, rüya gören kişi, ona ya ıyor görünen bir kişinin uzun zamandır  l  olduğ unu bile zaman zaman hatırlamaz." (Halbwachs 2019: 62)

Assmann'a göre hatırlama eylemi, "bir g stergele me tekniğidir." (Assmann 2022: 85). Hatırlama imgelerle olur. Ayrıca Assmann, sakinleştirici ve uyarıcı hatırlama şeklinde bir ayrıma da gitmiştir. Bu ayrımı gerçekleştirirken Levi Claude Strauss'un sıcak ve soğuk toplum ikiliğ inden faydalanmıştır. Strauss'un 1960'larda ortaya attığı sıcak ve soğuk toplumlar ikiliğ i, hafıza ve tarih üzerinden temellenmi tir. Tarihsel gelişmeye bağlı olarak kendini güncelleyen, d n   en ve modernle  en toplumları sıcak toplumlar, tarihsel gelişmeler karşısında dengede ve durağan kalmayı tercih eden, değişime direniş gösteren toplumları soğuk toplumlar olarak nitelemiştir. Assmann da Strauss'un bu ayrımından referansla hatırlama üzerine gittiğ i ayrımda, sakinleştirici diğ er kullanımla engelleyici hatırlamayı soğuk toplumlarla, uyarıcı diğ er kullanımla alevlendirici hatırlamayı ise sıcak toplumla ilişkilendirmektedir (Assmann 2022: 76). Türkiye'nin Strauss'un ayrımında nereye konumlandırılacağı tartışmalı bir konudur. Sosyoloji ve siyaset alanlarında özellikle tari maya açılması faydalı olacak bu konuyu, bu çalışmada, medya çalışmaları üzerinden değerlendirirsek Türk medyasının, Türkiye'yi soğuk toplum kategorisine yakla tırdığını ifade edebiliriz. Geleneksel medyada, bir yandan geçmişe dair içerikler yer alsada bu içeriklerin hâkim ideolojileri destekleyecek şekilde yer alması kısacası kolektif hafızaya ilişkin içeriklerin seçilerek kullanılması ve dijital medyada da geleneksel medyanın pratiklerinin tekrar ediyor olması nedeniyle medyanın soğuk toplumun özelliklerini taşıdığı söylenebilir. Dijital medyada, geleneksel medyaya kıyasla belirgin bir  e itliliğ in olduğ unun altını çizmekle beraber, dijital medyanın gün geçtikçe denetim mekanizmalarının etkisi altına girmesiyle söz konusu  e itliliğ in sınırlandırıldığını söylemek mümkün görünmektedir. Sosyal medya platformlarında da benzer kısıtlamaların örnekleri görülmekle beraber bireysel içerik yüklemelerinin ve paylaşımlarının olduğı sosyal medya platformları Türkiye'nin sıcak toplum potansiyelini işaret eden nispeten daha  zg r bir alandır.

Belleğin depolama süreçleri dijitalleşme sonrasında akıllı telefonlarla, bulut sistemlerle, kayıt alan gözlüklerle çeşitlenen bir teknoloji çerçevesinde yeni imkânlar sunmaktadır (Zlotnik, Vansintjan 2019: 3). Teknolojinin açtığı bu alan, bireylerin hafızalarını bir anlamda olumsuz yönde etkilemektedir. Zihnin hatırlamaya yönelik geliştirdiği düşünsel alan, teknolojik imkânların sağladığı güvenle daha az çalıştırılmaktadır. Bir yandan, arşivi sürekli aktif tutarak ve kendini hatırlatarak unutmaya hakkını bir noktada yok eden teknolojik imkânlar, öte yandan zaten hatıraların depolanacağına duyulan güven ortamını sağlamakta ve zihnin bir araç olmadan hatırlama yetisini köreltmektedir.

Belleğin yukarıda bahsi geçen pek çok yönünü, her ne kadar belirgin bir ayırım yapmak zor olsa da, bireysel, kolektif ve kültürel şeklinde bölümlenmek bütüncül bir kavrayış için faydalı olacaktır. Bu nedenle bir sonraki başlıkta bellek türleri ele alınmıştır.

2.3.1. Bellek Türleri

Bilgileri kodlayarak depolama ve geri çağırarak hatırlama yeteneği olarak kabul edilen bellek, üç kategoride ele alınmaktadır: Duyusal, kısa süreli ve uzun süreli. Bu ayırım, 1970’li yıllara kadar uzun süreli ve kısa süreli bellek üzerinden yürütülmüşken 1970’li yıllarda yapılan çalışmalarla bu ayırma duyusal bellek de bir kategori olarak eklenmiştir. Fakat bu üç kategori, bellek üzerine çalışmalar yapıldıkça çeşitlenmiştir ve artık duyusal, kısa süreli ve uzun süreli belleğin yanı sıra, örtük bellek, açık bellek, işlemsel bellek, anısal bellek, ileriye dönük bellek, semantik bellek gibi farklı bellek türlerinden de söz edilmektedir (Abensour 2022: 15). Duyusal bellek, bilinçli olarak hareket eden bir bellek değildir, algılanan imgeler kısa süreli belleğe aktarıldıkça duyusal bellekte muhafaza edilir. Kısa süreli bellekte bir kota sınırı vardır. Uzun süreli bellek ise depolama için çok daha geniş bir kapasiteye sahiptir ve anlamlandırma burada gerçekleşmektedir (Zlotnik, Vansintjan 2019: 2). Uzun süreli bellekte anlık anlamlandırmalar deklaratif bellek, alışkanlık ve becerilere bağlı şekillenen anlamlandırmalar prosedürel bellek bölümünde işlenmektedir. Bu nedenle daha hızlı bir anlamlandırma sağlayan deklaratif bellek de kendi içerisinde episodik yani olay ve deneyim bazlı ve semantik yani anlam bazlı olarak ikiye ayrılmaktadır (akt. Öymen Özak 2008: 25-30).¹⁸ Semantik veya bir başka kullanımıyla anlamsal bellek, şimdiki zamanda geçmiş deneyimlerden ders çıkarmak için kullanılmaktadır. İşlemsel veya bir diğer adıyla prosedürel bellek, geçmiş deneyimlerin getirileriyle içerisinde bulunan

¹⁸ Deklaratif ve prosedürel bellek hakkında yapılmış aktarımların yapıldığı çalışmalar için bkz. Winograd, T. (1975), Frame representations and the Declarative-Procedural Controversy, In O. Bobrow ve A. Collins ed, Representation and Understanding: Studies in Cognitive Science, Academy Press, 185-210. / Anderson, J.R. (1976), Language Memory and Thought, Lawrence Erlbaum, Oxford, UK. / Cohen, N.J. (1981), Neuropsychological Evidence for a Distinction Between Procedural and Declarative Knowledge in Human Memory and Amnesia, Ph.D Thesis, University Of California. / Squire, L. (1982), The Neuropsychology of Human memory, Annual Review. Neurosci, 5, 241-273.

durumlara uygun ve hızlı tepkiler verilmesini sağlamaktadır. Anısal veya bir başka ifadeyle epizodik bellek ise yaşanan bir olayın hayal edilerek tekrar anımsanmasını kapsamaktadır (Boyer 2021: 6-8).

Bir bellek türü olarak nitelenmesi mümkün olan bir kavramsallaştırma da Marcel Proust'un *Kayıp Zamanın İzinde* eserinde ortaya konmuştur. Proust eserinde, bir madlen kekten yola çıkarak hatırlamanın ve unutmanın değerlerini tartışmaktadır. Tat, koku, ses gibi tetikleyicilerle aniden beliren Proust'un talihli an (moments bienheureux) şeklinde kavramsallaştırdığı anılar, istemsiz bellekten doğmaktadır. Proust, böylece geçmişin edilgen değil aktif olduğunu, geçmişin yeniden kurulabilir olduğunu ve bu durumun etik bir bellek inşası için kullanılabilirliğini ve istemsiz anıların tam da bu noktada rol aldığını ifade etmiştir (Proust 2001: 175; Güngör 2015). Walter Benjamin, *Kayıp Zamanın İzinde*'yi yorumlarken Proust'un yazım tarzının, olduğu gibi aktarmak değil, hatırlandığı şekilde aktarmak üzerine kurulu olduğunu işaret etmiştir. Proust'un istemsiz bellek kavramını, "kendiliğinden anımsama çalışması" şeklinde kavramsallaştırmıştır. Proust aynı zamanda bunu yaparken bir "şimdiki zamansallaştırma" yöntemi izlemektedir (akt. Traverso 2020: 20-21). Proust'un madlen kekin kokusuyla geçmiş anılara uzanması, hafıza çalışmalarında, Proust fenomeni olarak nitelenmiştir ve kokuların erken anıları yeniden gündeme getirmesini karşılamaktadır (Draaisma 2004: 31-32).

Bellek, sonradan edinilen deneyimlerle ve olgunlaşan düşünce süreçleriyle yeniden şekillendirilebilen bir olgudur. Bireysel ya da kolektif fark etmeksizin şimdiki zamanın süzgecinden tekrar tekrar geçirilen ve geçirildikçe şekil değiştirebilen belleğin saflığından söz etmek pek mümkün değildir. Belleğin etkiye açık bir olgu olduğunun bilincinde olan ideolojiler, belleği çarpıtarak ve gerçekliği bozuma uğratarak kendi lehlerine kullanımlar yaratabilmektedirler (Şahin Kaya 2011: 108). Bu noktada belleği tam anlamıyla kavrayabilmek ve belleğin birey, toplum ve ideolojileri ne şekilde yönlendirdiğini ve yine belleğin birey, toplum ve ideolojiler tarafından ne şekilde yönlendirildiğini yorumlayabilmek için en temelde belleğin üçe ayrılarak kategorize edildiği bireysel, kolektif ve kültürel belleğe değinmek gerekmektedir.

2.3.1.1. Bireysel Bellek

Bireysel bellek, hatırlamanın yalnızca zihinsel boyuta indirgendiği, genellikle nörolog ve psikologlarca üzerinde durulmuş bellek türüdür. Hatırlama eylemini bireyin ruhunun eylemi olarak özdeşleştiren Platon, Aristoteles, Augustinus, Freud ve Bergson'un görüşleri bireysel bellek çalışmaları kapsamında anılabilir (İlhan 2016: 25-28). Belleğe yönelik felsefe alanındaki tartışmalar çok önce başlamış ve gelişmişken, psikolojinin belleği ele alması 19. yüzyılın sonlarında gerçekleşmiştir.

Bireysel bellek, deneysel, psikanalitik ve bilişsel yaklaşımlarla ele alınarak yorumlanmıştır. Deneysel psikoloji yaklaşımında, algının deneyimlerden geldiği düşüncesi hâkimdir. Otobiyografik bellek olarak da adlandırılan bireysel belleğe yönelik gerçekleştirilen ilk deneyler, Sir Francis Galton tarafından 1879 yılında yapılmaya başlanmıştır. Galton, hatırlama etkisini işaret etmiş; zihnin bölmelerinden söz ederek bu bölmelere erişmenin yollarını araştırmıştır. Galton’la aynı dönemde Hermann Ebbinghaus da belleğe ilişkin kelime deneyleri yapmaktadır. Ebbinghaus, unutma eğrisi oluşturmuş; bir olayın deneyimlendiği anın üzerinden vakit geçtikçe unutma eğiliminin artış gösterdiğini ifade etmiştir. Yine Ebbinghaus yasası olarak bilinen, bir sözcüğün bellekte yer etmesi için uzunluğu ile doğru orantılı olarak tekrar sayısının da artması gerektiği yönünde açıklamalar yapmıştır (Draaisma 2004: 5-6). 1932’de Frederic Bartlett, Ebbinghaus’u sadece çağrışımlar üzerinde durduğu için eleştirmiş ve belleğin karmaşık yapısını işaret etmiştir. William James, 1890 yılında üzerinde çalıştığı psikoloji ilkelerinde, bellek konusunda bir ayrıma gitmiş ve hatırlamak için çaba sarf edilmeyen yüzeye yakın anıların bulunduğu bölgeye birincil, hatırlamak için çaba sarf etmek gereken ve yüzeye uzak anıların bulunduğu bölgeye ikincil bellek adını vermiştir (akt. Eyrek 2019: 32).

Psikanalitik açıdan belleğe yaklaşan kuramlar, hafıza kaybı, perde anılar, zihinsel çarpıtmalar, travmalar üzerinde daha çok durmuşlardır. Erken hafıza kaybına ilişkin çalışmalarda hafızanın ne olduğuna yönelik görüşler paylaşılmıştır. Bazı çalışmalar hafızanın yaşamın ilk zamanlarında anı biriktirmediklerini bu yüzden erken yaşanmışlıklara dair anıların olmadığını savunmaktadır. Beyin olgunlaşmadığı için yaşananlar bir iz bırakmamakta herhangi bir depolama sistemi çalışmamaktadır. Diğer grup çalışmalarda ise anıların erken zamanlarda da depolandığı fakat daha sonra söz konusu anılara erişilemediği görüşü hâkimdir. Sigmund Freud, erken anılara yönelik bir bastırma halinin varlığından söz etmiştir. Yetişkinlikte sahip olunan yaşananları yorumlama ve algılama biçiminin erken anılara dönebilecek kapasitede olmadığını bu nedenle erken anılara erişilemediğini savunmuştur. Yapılan çalışmalarda, erken anıların perdelenmesi, dil ve özbilinç eksikliği ile ilişkilendirilmiştir. Özbilinç eksikliğinde deneyimlerin saklanamadığı, çocukların otobiyografik hafıza geliştiremediği üzerinde durulmuştur. Freud, ilk birkaç yıl içerisindeki dönemde hatırlanmayanlara ilişkin çocukluk amnezisi tanısını geliştirmiştir. Freud’a göre çocukluk altı, yedi yaşlarına kadar sürmektedir ve birey ilk altı, yedi yılda deneyimlediklerinin büyük çoğunluğunu unutsa da bireyin gelişimi için en önemli süre olarak da bu aralık işaret edilmektedir (Freud 1905; Draaisma, 2004, s.15-27). Freud, unutulduğu düşünülen anıların yetişkinlikte tekrar ve çoğu zaman bozuma uğramış bir şekilde gündeme gelmesine ilişkin perde anı kavramını da literatüre eklemiştir. Freud burada zihnin işlevine dikkat çekmiş; perde anıların çarpıtılmış ya da çarpıtılmaya müsait anılardan oluştuğundan söz etmiştir. Çocukluğa ve geçmişe ilişkin yetişkinler ve hatta medya tarafından aktarılan öğrenilmişliklerin bireysel anı olarak anımsanması durumu da perde anı kapsamında değerlendirilmektedir (Eyrek, 2019, s.3). Buradaki

yanılsama noktası, gerçeklikle kurulan ilişkiyi bozuma uğrattığı için önemlidir. Ayrıca medya tarafından kullanılan ve hedef alınan manipölasyon noktası da tam olarak bu gerçeklik kayması anıdır.

Bilişsel psikoloji alanında yapılan çalışmalarda, kısa süreli bellek, uzun süreli bellek, çalışma belleği, zihnin gelişimi, flaş bellek, geri çağırma, belleğin kapasitesi, olaysal bellek, anlamsal bellek, açık bellek ve örtük bellek konuları öne çıkmaktadır. Bireysel bellek, doğrudan hatırlamanın işleyişi ile ilgilenmektedir. Tüm bu ayrımlar, hatırlama eyleminin işleyişini kategorize etmek amacıyla oluşmuştur. Hatırlamanın, bazen bir arayış süreci gerektirmesi bazen de arayışa hiç gerek kalmadan anının doğrudan yerli yerinde bulunması hali araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Anıların birbirinden farklılaştığını böylece keşfeden araştırmacılar, hatırlama eylemi ile tekrar ilişkisini, hatırlamanın duygusallık ile ilişkisini, olayların hatırlamaya etkisini irdelemiş ve otobiyografik anıların niteliğini tanımlamaya çalışmışlardır. Bir olaya dair hissedilen duygu yoğunluğunun, olayın hatırlanma derecesinde etkili olduğu bulgulanmıştır. Tünel bellek fenomeni olarak adlandırılan bu durum, duygusal yoğunluğu olan olayların daha merkezi bir konumda yer aldığını ve hatırlama süreçlerinin daha kolay olduğunu karşılamaktadır. Hatırlama deneyimi esnasında odağın belirli bir noktaya doğru daraltılması olarak da tanımlanabilecek olan tünel bellek, sınır daralması şeklinde de literatürde yer almaktadır. Stresli durumlarla doğrudan ilişkilendirilmektedir; stresli bir hatırlama eyleminde odağın çevreden ziyade merkeze yöneldiği ifade edilmektedir (Boyraz, Er 2007: 47).

Yapılan çalışmalarla kavramsallaştırılan bir diğer olgu flaş bellek olgusudur. Flaş anı olarak da literatürde yer almakta ve bir olayı, ilk anki hali kadar canlı hatırlama etkisini karşılamaktadır. Roger Brown ve James Kulik tarafından yapılan çalışmalarla (1982), flaş anıların duygusal yoğunluğu üst düzeyde olan anılar olduğu ortaya konmuştur. Flaş anılar üzerine yapılmış çok sayıda çalışma vardır ve bu çalışmalar 9/11 Eylül olayları gibi dünya çapında yankı uyandıran, geniş bir coğrafyayı ve toplumsal kitleyi etkileyen olayları merkeze alarak söz konusu olay ile bireyin hatırlama süreçleri arasındaki ilişkileri irdelemişlerdir (Öner 2021: 605). Bu bağlamda flaş bellek kavramı, bireysel bellekle ilişkili olduğu kadar toplumsal bellekle de ilişkilidir.

Bir diğer kavramsallaştırma azalan duygu etkisidir. Araştırmacılar, negatif duygulanımların pozitif duygulanımlara göre daha hızlı bir şekilde yok olduğunu azalan duygu etkisi ile ifade etmişlerdir. Geçmişe dönüldüğünde pozitif anıları, negatif anılardan daha önce ve daha hızlı hatırlama eğilimi göstermek azalan duygu etkisi ile ilişkilidir. Bilişsel süreçler ile mevcut duygusal durumların birbirinden ayrılamayacağını savunan araştırmacılar, farklı duygu durumundaki bireylerle yaptıkları çalışmalarda yaş arttıkça bellek performansının azalması, depresyon halinde anılarla ilişki kurmanın zorlaşması gibi sonuçlara ulaşmışlardır. Duygular ile kopuk bir iletişim kurulduğu noktada ise azalan duygu etkisinin

ve daha ileri seviyelerinde ise duyguları ifade etme yetisinin tamamen yitirildiği aleksitimi halinin ortaya çıktığını ifade etmişlerdir (Özko, Pakyürek 2021: 28-29).

Duyguların bellekle ilişkisinden doğan bir diğer kavram anı tümseği kavramıdır. Anı tümseği, kırk yaşını geçmiş yetişkinlerin kendi gençlik dönemleri olan on beş ile otuz yaşları arasındaki dönemi hatırlama eğilimlerinin daha belirgin olarak öne çıkması durumunu karşılamaktadır (Öner 2021: 607-611). Beş yaşından önceki çocukluk anılarının hatırlanamaması durumu olarak bilinen çocukluk amnezisine yönelik yapılan otobiyografik anıların yaşa göre hatırlanması ekseninde yürütülen çalışmalar, anı tümseği kavramının da gündeme gelmesine yol açmış ve çocukluğun bitimi ile otuz yaşları arasındaki dönemde yaşanan olayların daha kolay hatırlanması durumu doğrulanmıştır. Bu durumun nedenlerine yönelik, ilgili yaş aralığının önemli olayların ve dönüm noktalarının yaşandığı yaş aralığı olması, beyin kapasitesinin daha verimli çalışabildiği yaş aralığı olması gibi yorumlar yapılsa da bu konuda kesin bir sonuca ulaşılamamıştır (Sayar 2011: 24).

Bir diğer fenomen ise aşırı genelleşmiş otobiyografik bellektir. Birey, geçmişindeki belirli bazı anıları geri çağıramadığında ortaya çıkan aşırıgenelleşmiş otobiyografik bellek, depresyonun tipik özelliklerinden biridir ve bireyin anılarını oldukça genel hatlarıyla anımsaması ve özel anıları silikleştirmesi veya tamamen yitirmesi durumudur (Öner 2021: 613). Travmatik bir geçmişe sahip bireylerin aşırı genelleşmiş anılara sahip oldukları, geçmişteki rahatsızlık veren duygu durumlarına erişmemek adına hatırlama süreçlerinde kaçınma gösterdikleri yapılan çalışmalarda bulgulanmıştır (Sarp, Tosun 2011: 456).

Anılara tamamen ulaşılamaması durumunda bellek yitiminden, diğer bir adıyla amneziden söz edilebilir. Beyin dokularının şok, aşırı yorgunluk, kötü alışkanlıklar, hastalıklar gibi farklı nedenlere örselenmesi sonucu ortaya çıkan unutkanlık durumudur. Amneziye yönelik ilk çalışmalardan biri Alexander Romanovich Luria tarafından yapılmış; bellek, kişisel, bilişsel ve alışkanlık bellek şeklinde ayrımlanarak unutkanlık süreçleri irdelenmiştir (Rigel 2012: 21). Bellek bozukluğu genelde kafa travmaları sonucunda en sık görülmekte olup pek çok farklı faktör etkili olmaktadır. İleriye dönük bellek bozukluğu, unutkanlığa yol açan olaydan itibaren yeni anı oluşturamama durumunu karşılamaktadır (Erdoğan 2010: 174). Amnezi, bireyin geçmişte yaşadığı travmatik olaylara bağlı olarak da ortaya çıkabilmektedir. Bu durumda psikojenik amnezi olarak nitelenen unutkanlık durumu, travmatik olaylarla başa çıkmak için geliştirilmiş bir tür savunma mekanizmasıdır. Bireyin travmaya ilişkin duyduğu acıyı hissetmemek adına duygularını bastırması ve anıyı yok saymasıyla bir amneziye dönüşen süreç, bazı durumlarda, bastırılan anının ansızın geri gelmesi ile travmatik ve klinik bir semptomla dönüşebilmektedir. Bastırılmış anılar (recovered memory) olarak nitelenen anıların genellikle çocukluğa ilişkin negatif anılar olduğu bilinmektedir (Yanık, Özmen 2001: 74). Amnezinin bir diğer

boyutu ise literatürde dijital amnezi ya da google etkisi olarak yer alan, dijital araçların ve teknolojinin gelişimiyle beyin fonksiyonlarını hatırlamak üzere daha az kullanan bireylerde gözlemlenen bir unutkanlık halidir. Dijital amnezi hem dijital araçların birer hatırlatıcı aracı olarak kullanılmasıyla fizyolojik, hem de dijital akışın hızıyla her olayın çok az gündemde kalabildiği bir ortamda politik, toplumsal ve kültürel bir kaybı karşılamaktadır (Karaman, Ayhan 2023).

Michael Schudson, bireysel belleğin saf bir şekilde bulunmadığını, kolektif ve kültürel öğelerle şekillenerek oluştuğunu, onların etkisini taşıdığını bu nedenle bireysel bellekten söz edilemeyeceğini savunmuştur (akt. Susam 2013: 17). Assmann da kimliği bireysel ve toplumsal olarak ben kimliği ve biz kimliği olarak ayrıştırmaktadır. Ben kimliğini bireysel ve kişisel olarak ikiye ayırırken biz kimliğini ortak kimlik olarak nitelendirmektedir. Bireysel kimlik biricik olan, kişiyi diğerlerinden ayıran özel ve önemli detayların yer aldığı kimliktir. Kişisel kimlik ise bireyin dıştan içe doğru ben'e ulaşabildiği, dış etkenlerden kendisine ait özellikleri seçerek oluşturduğu kimliktir. Assmann, bu kimliklerin her birini ben kimliğini de dâhil ederek toplumsal ve kültürel olarak nitelemiştir. Her birini toplumsal ve kültürel olarak nitelediği noktada, ortak kimliği sembolik oluşuyla ayırmaktadır. Ona göre ortak kimlik bireylerden bağımsız var olamaz. Biz kimliği, ben kimliğinden önce gelirken; ikisi de birbirinden ayırt edilemez (Assmann 2022: 140-142).

Bergson da belleğe ilişkin yaklaşımında zaman kavramını bireysel bir perspektiften değerlendirmiş ve zamanı, bireyin kendi benliği içerisinde deneyimlediği, mekândan bağımsız, bir süre olarak algılamıştır. Bu süre içerisinde bireyin geçmiş ve şimdi arasındaki deneyimleri bir arada bellek kavramını oluşturmaktadır. Bergson bu yaklaşımıyla, süre ve bellek kavramını bireysel olarak değerlendirmiş, geçmiş deneyimleri şimdiki zamandaki algılanması ve deneyimlenmesi kabulüyle değerlendirmeye dâhil etmiştir. Bergson için bellek, geçmişin şimdiki zamanda yeniden gündeme gelmesi halindeki sürekliliktir. Bergson'un yaklaşımında mekânı dışarıda bırakması, kolektif bellek yaklaşımı içerisinde eleştirilmiştir. Maurice Halbwachs, zamanın mekândan ayrılamayacağını savunmuş; grupların zaman ve mekân içerisinde bir araya gelerek kolektif bilinç oluşturmaktan hareketle belleğin zamandan, mekândan ve tanıklardan ayrıştırılamayacağını ifade etmiştir (akt. İlhan 2015: 1401).

Jan Assmann da *Kültürel Bellek* kitabında, Halbwachs'ın kolektif bellek yaklaşımına yer vererek kolektif bellek yaklaşımının yetersiz kaldığı noktayı ifade etmiştir. Assmann, kolektif belleğin ne şekilde aktarılacağını, sürekliliğinin ve bunun için hangi araçların gerekli olduğunun kolektif bellek yaklaşımı içerisinde açıklanmadığını ifade etmiştir. Burada Halbwachs'un tüm bunları dışarıda bırakmasının nedeni olarak, onun kolektif belleği ortaya koyarken bireysel bellek düşüncesini doğrudan reddediyor olmasını göstermiştir (İlhan 2015: 1402). Esasında bireysel, kolektif ve kültürel bellek iç

içedir ve bireyin kişisel anılarının gruplarla girdiği iletişim ve sosyal etkileşim içerisinde yayılarak kolektifleşmesi, kolektifin ortak deneyimlerinin zaman içerisinde yerleşmesi ve kültürden kültüre aktarılarak dünden bugüne yaşatılması belleğin bir bütün olarak geçirdiği süreçlerdir. Bu doğrultuda, belleği bütüncül bir yaklaşımla ele alabilmek için kolektif ve kültürel belleği de irdelemek bir gerekliliktir.

2.3.1.2. Toplumsal (Kolektif) Bellek

Toplumsal ya da kolektif bellek terimi, 1902 yılında Hugo Van Hofmannsthal tarafından ilk kez kullanılmış; Maurice Halbwachs tarafından bir araştırma alanı olarak ele alınmış ve üzerine ilk çalışmalar yapılmıştır. *Dini Hayatın İlk Biçimleri* (1912) kitabında Durkheim'ın anma törenlerine sıkça yer vermesi ve akabinde Maurice Halbwachs'un *Hafızanın Toplumsal Çerçeveleri* (1925) kitabında belleğin sosyal boyutunu değerlendirmesi, kolektif bellek üzerine yapılan ilk temel yorumlar olarak değerlendirilmektedir. Durkheim, toplumun baş harfini büyük yazarak "Toplum" şeklinde kullanmış; kolektif temsilleri birer özne olarak kabul ettiğini bu biçimle ifade etmiştir. Halbwachs ise toplum yerine gruplar ifadesini kullanarak daha kapsayıcı ve kolektifin çeşitliliğini ön planda tutarak bir değerlendirme yapmıştır (Olick 2014: 178). Halbwachs, bireysel belleği dışarıda bırakarak bireylerin kolektif dışındaki hatırlama süreçlerinin imkânsız olduğunu savunmuş ve bireysel belleğe yönelik yapılan psikolojik ve fizyolojik araştırmaları sosyal çevreyi dışarıda bıraktıkları için reddetmiştir. Bireysel deneyimlenen hafızayı otobiyografik bellek olarak değerlendirmiş olsa da grup etkileşimlerinden bağımsız bir bellek olmadığını not düşmüştür (Bosch 2016: 3). Halbwachs, Durkheim'dan etkilenecek oluşturduğu kolektif bellek yaklaşımında, tek başına bir bireyin belleğinin olamayacağını ifade etmiş ve bireye ait görünse de belleğin sosyal çevre aracılığıyla belirlendiğinin üzerinde durmuştur. Toplumsal bellek derken kastettiği topluma ait bir bellek değildir; toplumsal belleğin, toplumların üyelerinin belleğini belirleyen güç olduğunu işaret etmektedir. Hatırlama eyleminin gerçekleştiği alana dair sosyal çerçeve terimini geliştirmiştir. Ona göre canlı bir işleyişi olan bellek, iletişim alışverişi içerisinde ve iletişimin durması veya yok olması durumunda unutma gündeme gelmektedir (akt. Assmann 2022: 44-45). Bireysel belleğin savunucularından Frederic Bartlett, Halbwachs'un yaklaşımına eleştirel bir noktada durarak bireysel belleğin toplumsal yapıdan etkilense dahi bir grubun belleği olarak tanımlanamayacağını, bireylerin belleklerinin farklı etkileneceklerle şekillendiğini belirtmiş ve Halbwachs'un görüşlerini tamamen reddetmese de onun karşısında konumlanmıştır (Wertsch 2021: 151).

Halbwachs'a göre hatırlama eylemi, geçmişteki bir anıyı olduğu gibi tekrar gündeme getirmek değil, yeni bir çerçeve içerisinde söz konusu anıyı yeniden kurarak gündeme getirmektir. Halbwachs'ın

sözünü ettiği çerçeve, toplumun etkisiyle oluşan düşünceler ve dış etkenlerin tamamıdır (Abensour 2022: 197). Halbwachs insanın anılarını oluşturmaya, var olan anılarını hatırlaması, anılarını anlamlandırması için toplumu bir gereklilik olarak konumlandırmıştır. Hatırlamanın toplumsal ilişkiler aracılığıyla teşvik edilmesi ve birbirini etkileyen bireysel anımsamaların bir araya gelerek ortak bir havuz oluşturmaya hatırlama eyleminin nedenleri ve öncülleridir (Halbwachs 2019: 16-17).

Bellek, örgütsel bir yapılanmaya sahiptir. Örgütsel bellek, Durkheim ekolünü takip eden araştırmalarda ortaya konan bir kavramdır. Durkheim, kolektif belleğin, bilgi aktarımı aracılığıyla bireylerin belleklerine dair hemfikir ve ortak bir zemin yaratılmasıyla oluştuğunu ifade etmiştir. Sosyal miras, bağlılık ve dayanışmanın kolektif bellekle güçlendiğini ifade eden Durkheim'ın (Süar Oral 2018: 14) temel hareket noktası, bireysel bilincin dışında var olan ve gelişen toplumun bireyi baskı altında tutmasıdır. Bu hareket noktasıyla beşeri olguları birey değil toplum kaynaklı olarak ele aldığı çalışmalarını yürüttüğü sosyolojik kökenli bir çalışma dönemi bulunmaktadır. Bu dönemini, her şeye köken bulma niyetiyle yola çıktığı ve toplumun din ve tanrı düşüncesinin kökeninde yatan şey olduğu ve bu temelde totem düşüncesini geliştirdiği antropolojik kökenli bir çalışma dönemi takip etmiştir. Özellikle din bağlamında yürüttüğü çalışmalarını ilkel toplumlar üzerinden okumaya çalışmış, topluluk fikrinin en temelde nasıl oluştuğuna dair düşünmüştür (Durkheim 2005). Bu konudaki öncül çalışmaları nedeniyle Durkheim'ın ve Halbwachs'un yaklaşımları son derece değerlidir.

Halbwachs'ın kolektif bellek yaklaşımı, zaman içerisinde birtakım eleştiriler almıştır. Halbwachs'ın yaklaşımında belirgin bir sınırlılık olması, insan hakları bağlamında değerlendirilmiştir. Geleneksel ulus devlet formuyla ilişkilendirilen Halbwachs'un kolektiflik yaklaşımı, artık söz konusu ulusal sınırların silikleşmesiyle kültürel görecelik kapsamında değerlendirilmesi gerekliliği ile eleştirilmiştir. Artık kozmopolit belleklerden söz edilebileceği üzerinde duran Daniel Levy ve Natan Sznadier, ulusal ve bölgesel sınırların dışında bir ulusötesiliğin varlığını işaret etmiş ve Halbwachs'ın işaret ettiği ulusal kolektif hafızaların yok olmadığını, dönüştüğünü belirtmişlerdir (akt. Albal 2019: 70).

Kolektif bellek, bir grubun üyelerine, bir aradalık hissini vermek için anlatılarla kurulan, toplumsal bir çerçevesi olan ve bireyin kolektif temsillere bağlı olarak hatırlama gerçekleştirdiği bellektir. Kolektif temsiller, bireyi bir gruba ilişkilendirmektedir. Bireylerden oluşan grupların hatırlama süreçlerini karşılamak için bellek toplumsallaşma (mnemonic socialization) ve hatıra paylaşımıyla grupların geçmişi anmasının önünü açan gruplar için bellek toplulukları (mnemonic communities) kavramları geliştirilmiştir. Bellek toplulukları, geçmişin anılarını yeniden anlatarak hatırlatmakta ve anıları yeniden kurmayı bir görev bilmektedirler (Süar Oral 2018: 16).

Kolektif bellek dendiğinde en belirgin tartışma alanı olarak tarih gündeme gelmektedir. Tarih, ideolojik şekillendirmelere, çarpıtmalara, iktidarın yönlendirmelerine ve yeniden yapılandırmalarına

açık bir alan olarak gerçeklik ile ilişkisini medya ile çok benzer bir yerden kurmaktadır (Süar Oral 2018: 25). Halbwachs, tarih ve kolektif bellek arasındaki ayırmadan söz ederken kolektif belleğin evrensel ve nesnel olmadığının, tarihin ise evrensel ve nesnel bir disiplin olduğunun üzerinde durmuştur. Kolektif belleğin toplumla ilişkisi üzerinden bir devamlılık içerdiğini tarihin ise zamansal ayrımlarının çok net olduğunu ifade etmiştir. Kolektif belleğin, artık geçmişte kalmış olan tarihselliği muhafaza etmenin bir yolu olarak değerlendirmiştir (Albal 2019: 71).

Kolektif belleğin politikayla kurduğu ilişki tarih yazımını da doğrudan etkilemektedir. Tarih ve belleğin ilişkisi ise aynı meseleyle ilgilenmeleriyle ortaklaşır; geçmişin kaydedilmesi. Traverso'ya göre tarih bellekten doğar çünkü tarih belleğin malzemesini anlatı haline getirerek saklamakla yükümlüdür. Hegel, *Tinin Görüngübilimi* adlı kitabında, biri nesnel biri öznel olan iki boyuta sahip tarihten söz etmiştir. Devletin de bu tarihselliğin dışsal ve somut çıktısı olduğunu belirtmiştir. Hegel için bir devlete ve yazılı bir tarihe sahip olmak ilkel bellekten ayrılmak demektir. Tarih, imtiyazlıların ve iktidarın elindedir (Traverso 2020: 17-26).

Türkiye, tarih yazımı konusunda cumhuriyetin kuruluşuyla beraber bir adım atmıştır. Türk Tarih Tezi'nin kuruluşuyla başlayan bu adım, Türk Tarih Kurumu aracılığıyla yapılacak bilimsel ve arkeolojik araştırmalarla Türklerin köken tarihinin bulgulanması üzerinedir. Mustafa Kemal Atatürk'ün halkın Anadolu'yu bir yurt ve vatan kabul etmesi için kökenin bilinmesi ve böylece aidiyetin hissedilmesi yönündeki gerekliliği vurgulamasıyla söz konusu çalışmalar başlatılmıştır. Benzer şekilde dönemin iktidarı, kazılarla ve geçmiş tarihi belgelerdeki bilgilerle yeni bir anlatı oluşturulmasının önünü açmıştır (Çağlar 2018: 23-24). Yine kaydetme pratiği olarak sözlü kültürden yazılı kültüre geçişte önemli olan dil ve yazı ile yazılı kültürden görsel kültüre geçişte önemli olan görsel aktarım araçları bellek destekleyici uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Televizyondaki yemek programları, yöresel mutfak lokantaları gibi yemekle ilgili ritüellerin canlı tutulduğu düzenlemeler, kolektif belleğin yasaklarının (domuz eti yemek gibi), var olan üretim biçimlerinin ve yemekle oluşan duygusal belleğin devamını sağlayan önemli düzenlemelerdir (Tuğrul 2021: 52-53). Bahsi geçen kurumlar, kültürel pratikler, mekânlar ve arşivler, "hafıza rezervuarları" olarak nitelenmektedirler. Hafıza rezervuarları geçmişi bugüne taşıyan ve kuşaklar arası farklılıkları silikleştiren araçlardır. Pierre Nora'nın hafıza mekânları kavramsallaştırması da benzer bir perspektiften okunabilir. Söz konusu araçlar aynı zamanda devletin ideolojilerini yaygınlaştırmak için de kullanılan araçlardır. Bir kimlik inşa edilmek istendiğinde, kimliğin tarihselliğini oluşturmak ve aynı kimliği paylaşan kimselerde ortak duygu durumları yaratmak için bahsi geçen araçlardan faydalanılır. Özellikle ulus inşasının ilk dönemlerinde, inşa edilen resmi bellek, alt gruplara bu araçlar vasıtasıyla ulaştırılmakta ve dayatılmaktadır. Ulusların genelde savaşların ardından kurulması sebebiyle imajı yeniden kurmak ve güçlendirmek için ortak bir kolektif bellek yaratmak ve ortak bir geçmişi yüceltmek bir politika olarak

tercih edilmektedir. Bu esnada ortak bellek yüceltilirken bireysel ve küçük gruplara ait bellekler ayrıştırılır ve küçümsenir. Böylece ulusal anlatılar, pek çok bastırılmış belleğin birleşiminden de oluşmaktadırlar (Başaran İnce 2010: 10-13).

Kolektif belleğin gündeme geldiği bir diğer alan dildir. Dil, topluluk hakkında bilgi veren en önemli göstergelerden biridir. Biyolojik ve kültürel açılarından değerlendirilen dil, hem toplum tarafından şekillenmekte hem de toplumu şekillendirmektedir. Dil hem bir iletişim aracı hem de kültürel bir araç olarak geçmiş ve gelecek arasında köprü kurabilmekte ve toplulukları bir arada tutarak ortak düşünme alanları yaratabilmektedir (Süar Oral 2018: 29). Dil konusu, aynı zamanda belleği fizyolojik olarak ele alan bireysel belleğin de temel konularından biridir. Bilgiyi işleme, işlenen kodu çözme ve geri çağırma süreçlerinin dil ile kurduğu ilişki bireysel bellek çalışmalarında değerlendirilmektedir (Rigel 2012: 17). Bireylerin bir aradalığı ve ortak bir zeminde kümelenmeleri ile gündeme gelen kolektif bellek de benzer şekilde toplumların dil aracılığıyla bilgiyi işleme, yorumlama ve hatırlama süreçlerini kapsamaktadır.

Kolektif bellek, sosyal ve araçsal süreçlerle oluşmaktadır. Küçük grupların bir araya gelmesiyle oluşan ilişkilere bağlı hatırlamalar sosyal olarak gerçekleşir. Araçsal hatırlamada kültürel araçlara gereksinim vardır. Bu araçlar çoğunlukla kitle iletişim araçlarıdır (Ulusal 2018: 53). Bu noktada protez bellek kavramına değinilebilir. Protez bellek kavramı, bellek üzerindeki teknoloji etkisini konuşmak ve kitle iletişim araçlarının dijitalleşmenin de etkisiyle var olmayan olayların anılarını yaratabilmelerini ve bu durumun sonuçlarını tartışmak için üretilmiş bir kavramdır (Çelik 2023: 16). Alison Landsberg, kültür endüstrisi perspektifinden belleğin konumunu protez bellek üzerinden tartışır. Landsberg, kitle iletişim araçlarının ve özelde de sinemanın, göç gibi kuşaklar arası bağları doğrudan etkileyen toplumsal olayların etkisiyle geleneksel aktarımların doğal yollarla süremediği yeni teknolojik ve dijital dönemde, yeni bir hafıza türü yarattığını ifade etmiştir. Sinema ve bu yolla yaratılan kitle kültürünün, toplumların geçmişe dair imgelerini ve hikayelerini yeniden dolaşıma soktuğunu, çoğu zaman erişilmesi mümkün olmayan deneyimlere dair bir yaratı oluşturduğunu belirtmiş ve söz konusu “radikal bellek politikası” ile protez bellek terimini gündeme getirdiklerini işaret etmiştir (Landsberg 2003: 145).

Bellek ve kimlik birbirinden ayrı tutulamayacak kavramlardır (Tuğrul 2021: 13). Kimliği, bireyin yaşadığı toplumsal ve kültürel travmalar şekillendirir ve söz konusu travmalar, yalnızca bu travmaları aşmak için mücadele eden bir birliktelikle aşılabılır. Bu bir araya gelişler toplumsal hareketler ve sivil eylemlerle karşılık bulmaktadır. Sürekli inşa halinde bulunan toplumsal bellek, bu yeniden inşalarla travmalarını iyileştirebilir ve kimlikleri pozitif anlamda şekillendirebilir (Sönmez 2012: 25). Tuğrul’a göre iktidar, kolektif hafızayı pozitif bir hatırlama eylemi üzerine kurmak niyetini taşır. Bunu yaparken, biz ve onlar ayrımını kurarak kendine biz olmayanlardan nefret nesneleri oluşturur. Böylece biz ve onların kolektifliği birbirinden ayrı düşer; aynı geçmiş, bir tarafta pozitif, bir tarafta negatif bir

geçmiş olarak görünür olur. Toplumsal birlik ve bütünlük düşüncesi tam da bu nedenle bir yanılgıdır. İktidarın hafıza üzerinde oluşturduğu bir diğer etki manipülasyondur. Hafızanın kamusal ifadesini, ideolojik duruşlara sığınarak manipüle etmek ve yeni hatırlama biçimleri yaratmak iktidarlar için bir araçtır. Bir olayın baskın hatırlama biçimi, her ne kadar o olay nezdinde farklı ve zıt anı ve görüşler olsa dahi, diğer hatırlama biçimlerini geri planda bırakır. Özellikle toplum nezdinde utanılacak bir geçmiş söz konusuysa, bireysel ve toplumsal inkâr mekanizması, gerçekliği manipülasyona açık bir hale getirmektedir. Yerlerin var olan isimlerinin olay bazlı değiştirilmesi buna örnektir. Kolektif belleğin inşası da tam da bu noktada kurulur. Biz ve onlar kurgusu, biz onlardan farklıyız, biz birbirimizle aynıyız düşünceleri temelinde yükselir ve böylece kurulan kolektif bellek, aile, okul, millet, din gibi sosyal ağ ve olgular aracılığıyla pekiştirilerek olması gerektiği, istendiği şekilde kurulur. Tuğrul, bu şekilde nefret odaklı oluşturulan kurgulanmış bellek sahiplerini imtiyazlı kolektif olarak adlandırır. Farklı yorumlara ve hatıralara kapalı olan imtiyazlı kolektiflerin, bastırdıkları suçluluk duygusundan kaynaklı olarak saldırgan ve öfkeli olabildiklerini ifade etmiştir (Tuğrul 2021: 14-20).

Descombes, “Biz Kimiz?” sorusunun muğlak ve tartışmalı bir soru olduğunu belirtir (akt. Tuğrul 2021: 92). Bu doğrultuda, biz ve onlar ayrımı da muğlak ve tartışmalı bir zemin kazanmaktadır. Biz olmak, ulusal bir bilinç etrafında gelişir. En temelde ortak bir dil, ortak bir başkent, hafıza mekânları yaratmak, milli marş, milli bayram gibi kutsal ritüeller yaratmak, okullar aracılığıyla öğretilen resmi bir tarih yazmak ve yaymak temel “biz” kavramının önemli maddeleridir. Zamanla “biz”ler içerisinde ayrı ayrı “biz”ler oluşarak, aynı dil, aynı bayrak ve aynı kutsallıklar altında da ayrımlar olmaya başlamıştır. Baskın ve çoğunluk “biz” her neyse, diğer tüm “biz”leri öteki olarak konumlandırmış ve “aynılığın despotizmi karşısında ötekini tanımak giderek mümkün olmamaya başlamıştır.” Ayrıştırılan ve hatta damgalanan ötekiler, belirli dönemlerde kendi oluşlarını gizlemek zorunda kalmış; kamusal alanda gizledikleri aksanlarını, törenlerini, inançlarını kendi içlerinde, kendi “biz” alanlarında açığa çıkarır olmuşlardır (Tuğrul 2021: 103-116).

Kolektif bellek, toplumsal olayların sonuçlarıyla doğrudan ilişkilidir. Toplumsal olaylar, kitleler üzerinde irili ufaklı çok sayıda etki bırakır. Bu etkiler, toplumsal bir travmaya dönüşerek kolektif belleğin konularını kimlik, göç, yas, hesaplaşma, yüzleşme gibi meselelerle bir araya getirir. Bunun sonucunda da kitlelerin iktidarla ilişkisi, kitlelerin birbirleriyle ilişkisi ve kitlelerin mevcut düzenle ilişkisi kolektif belleğin gündemi haline gelir. Özellikle toplumsal değişim dönemlerinde, eski ile yeni arasındaki çatışma ve değişimin getirdikleri ve götördükleri tartışılırken bir geçmişe dönüş süreci yaşanır. Bu durum, 1980’li yıllarda, dünya çapında büyük bir toplumsal değişim yankısı yaşandığında kavramsallaştırılmıştır. Bellek patlaması (memory boom) olarak nitelenen bu gibi değişim dönemlerinde geçmişle ilişki kurulur ve yüzleşme yaşanır (Çelik 2023: 18-19). Bellek patlaması, 1980’li yıllarda ve sonrasında yaşanan Berlin Duvarı’nın yıkılması (1989), SSCB’nin dağılması ve soğuk savaşın sona

ermesi (1991) gibi majör olaylarla ilişkilendirilmektedir. Benzer şekilde Türkiye’de de 1990’lı yıllarla beraber etkisini gösteren bellek patlaması, toplumda ani dönüşümlerin yaşandığı süreçlerde sanat, akademi, medya gibi alanlarda bir geçmişe dönüş ve hatırlama halinin yaşanması ile de karşılık bulmaktadır (Uzun 2023).

Geçmişe dönüşten söz edildiğinde bahsedilmesi gereken bir diğer kavram nostaljidir. Eve dönüş anlamına gelen ‘nostos’ ve özlem anlamına gelen ‘algia’ sözcüklerinin bir araya gelmesiyle oluşturulmuş bir kavram olan nostalji, “var olmayan ya da hiç var olmamış bir eve duyulan özlem” anlamına gelmektedir. Nostalji, toplumsal bir olgu olarak değerlendirilmiştir. Bireysel boyutta hissedilen melankolinin ötesine geçerek bireysel ve toplumsal olanın bir aradalığından etkilenerek oluşan nostalji, özellikle toplumların zor zamanlarında bir savunma mekanizması olarak da gündeme gelmektedir (Boym 2021: 14-18). Nostalji, tıbbi olarak şiddetli bir yurt hasreti duygusu olarak değerlendirilmiş; bir hayal gücü hasarı olarak yorumlanmıştır. Zamanla fizyolojik bir durumdan çıkıp psikolojik bir vaka olarak ele alınan nostalji olgusu, ruhsal bir durum olarak kabul edilmiştir. Bu anlamsal kaymanın nedeni Linda Huthceon’a göre, hissiyatın mekândan zamana kaymasıdır. Doğrudan yurt, ev, mekânsal aidiyetle ilişkilendirmeden çıkarak duyulan özlemin “o zaman’a” ait olduğu düşüncesiyle zaman odaklı bir yaklaşım benimsenmeye başlanmıştır (Huthceon, Valdes 2000: 19). Nostalji artık sadece yerel değil evrensel ve sadece mekâna bağlı değil zamana bağlı bir özlemi ifade etmektedir (Boym 2021: 37). Zamanın, mekanın aksine, yerine koyulamayacak bir olgu olması gerçeği karşısında hissedilen duygu durumu, nostalji olarak kabul edilir olmuştur. Bunun yanında, zaman kavramı da ve zamanın taşıdıkları da dönüşüm geçirmektedir. Geçmişe dair imgeler artık yeniden üretilebilmekte ve bu durum nostaljinin canlı bir duygu olmasına yol açmaktadır. Nostaljiyi bireysellikten çıkarıp toplumsal kılan bir diğer durum da söz konusu dönüşümdür. Nostaljinin bu dönüşümü, yeni bir postmodern nostaljiden söz edilmesine de yol açmıştır (Huthceon, Valdes 2000: 20).

Nostalji, genellikle büyük toplumsal olayların ardından bellek patlamasıyla birlikte ortaya çıkan yoğun bir duygu durumu olarak da değerlendirilir. Gelenekle devrim, eskiyle yeni arasındaki çatışmaların zirveye çıktığı ve çoğu zaman eskinin terk edilerek yeninin gündeme geldiği dönemlerde (Boym 2021: 47), toplu bir unutma korkusunun ortaya çıktığı ve bu duygunun nostaljiyi tüketilebilir nesneler ve imajlarla bir araya getirdiği ifade edilebilir. Belleğin öne çıktığı böylesi dönemlerde gerçeklik yerine temsilin prim yaptığı ve tüketim nesnelerinin çoğaldığı görülmektedir. Böylesi dönemlerde nostalji bir pazarlama stratejisi olarak da öne sürülmektedir. Arjun Appadurai’nin ersatz (koltuk) nostaljisi kavramıyla açıklamak istediği de budur; deneyimden, tarihsellikten ve hafızadan uzak bir nostalji duygusu. Andrew Roberts da Appadurai’ye yakın bir perspektiften konuya yaklaşmış; pop kültür nostaljisi olarak nitelediği yeni tür nostaljinin, kitle iletişim araçları aracılığıyla oluşturulduğunu ve tüketim nesnelerinin de bu doğrultuda satışa sunulduğunu ifade etmiştir. Pop kültür nostaljisinin hızın

ve dikkatsizliğin bir sonucu geliştiğini ve bu bağlamda unutma eylemiyle doğrudan ilişkili olduğunu da belirtmiştir (akt. Gündüz Özdemirci 2012: 125). Frederic Jameson da bu perspektiften yola çıkarak sinema alanında bir yaklaşım geliştirmiş ve üretilen bu türden filmler için nostalji filmleri tamlamasını kullanmıştır. Buradaki nostalji sıfatıyla da geçmişe duyulan bir özlem hissiyatından ziyade bastırılmış duyguların geri dönüşü ile bir yüzleşme halini karşıladığını ifade eden Jameson, artık ticari sanatın ve beğenilerin öne çıktığını ve nostalji filmlerinin de bu modaya uyduğunu belirtmiştir (Jameson 2011: 19, 58). Nostaljinin bireysellikten toplumsallığa, mekandan zamana yönelik geçirdiği dönüşüm, çağın getirdikleriyle de birleştiğinde, nostaljinin ticarileşmesi durumunu yaratmış; bu durum David Schumway tarafından da metalaştırılmış nostalji şeklinde kavramsallaştırılmıştır. Schumway, nostaljinin kültür endüstrisiyle bir ilişki içerisine girdiğini, mimari, moda ve diğer tüm kültürel dönüşümlerde bu ilişkinin etkisinin görülebildiğini ifade etmiştir. Schumway'ın de diğer yaklaşımlarda olduğu gibi kitle iletişim araçlarını işaret etmesi, bu araçların erişilebilirliği arttırmasıyla ilişkilidir. Kitle iletişim araçları sayesinde yayılan metalaştırılmış ya da ticari nostalji, aktarılan döneme ilişkin bir belleği olmayan kimselerde bile nostaljik bir duygu yaratabilmektedir (Schumway 1999: 39-40).

Kolektif bellek, geçmişi saf haliyle korumaz. Her toplumsal grup, aynı geçmişi farklı bağlamlardan yeniden yorumlayarak hatırlayacağından kolektif bellek her seferinde yeniden kurulur (Assmann 2022: 49). Bu yeniden kuruluştaki özellikle aktarım meselesi büyük önem taşımaktadır. Avishai Margalit, *The Ethics of Memory* (2002) kitabında, kolektif belleği paylaşılan bellek ve ortak bellek şeklinde ikiye ayırmıştır. Ortak bellek, bir olayı kendi tecrübe ettikleri şekliyle hatırlayan bir grubun belleklerinin birleşimidir. Paylaşılan bellek ise bir olayın farklı parçalarını hatırlayan kimselerin bir araya gelmesiyle belleklerin birleşmesine paralel olarak olayın bir bütün olarak ele alınabilmesini sağlamaktadır (akt. Sönmez 2012: 15). Kolektif bellek üzerinden yapılan bir diğer çalışmada da Laurent Licata, Olivier Klein ve Raphaël Gély, dört toplumsal kimlik yapısından söz etmişlerdir. Birincisi kültürel bellek öğeleri aracılığıyla kimliği tanıma, sanat eserlerinin desteğiyle kimliği yüceltme, toplumsal eylemleri meşru kılma ve toplumun harekete geçirilmesidir (Çil'den akt. Faigov 2017: 71). Vurgulandığı gibi, aktarım; kültürel bellek araçlarıyla, kültür-sanat disiplinleriyle ve toplumsal eylemlerle gerçekleşmektedir. Toplumsal belleğin ve ortak geçmişin farklı araçlarla yaygınlaştırılması kültürel belleği oluşturmaktadır (Başaran İnce 2010: 15). Kitle iletişim araçlarının bu noktadaki hatırlatma görevi, fizyolojik anlamda zihinsel bir depolamanın da ötesinde bir alan açtığı için, protez belleği ve yeni bağlamda bir hatırlama sanatını gündeme getirmektedir (Olick 2014: 194-195).

Kolektif bellek, aktarım konusu gündeme geldiğinde tartışma alanını kültürel belleğe bırakmaktadır. Bu anlamda kültürel belleği irdelemek ve hem bireysel hem de toplumsal belleğe tüm bellek türlerinin içeriğini bütüncül bir yaklaşımla değerlendirdikten sonra tekrar bakmak en doğru yaklaşım olacaktır.

2.3.1.3. Kültürel Bellek

Bireysel belleğin birey odaklı, kolektif belleğin grup odaklı yaklaşımında hafızanın bireyin ya da grubun ömrüyle sınırlanması ve sonlanması, bireyden ya da gruptan bağımsız süregiden bellek öğelerini açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Bu yetersizliği tamamlamak için bireyin ya da grubun var oluşundan bağımsız süregelen gelenek kavramının irdelendiği bir tür belleğe daha ihtiyaç vardır. Kültürel bellek bu ihtiyacı karşılamaktadır (İlhan 2016: 21).

Belleğin ilk ele alınışı ve değerlendirilişi fizyolojik ve psikolojik bir yaklaşımla bireysel bellek odaklıydı. Yine de bireysel bellek yaklaşımı içerisinde topluma ve kültüre dair sorgulamalar yok değildi. Bartlett, belirli meselelerin otobiyografik bir anı olmaksızın belirli aralıklarla hatırlanıyor olmasıyla ilgileniyor ve belleğin psikolojisini anlamaya çalışıyordu. Bartlett'in vardığı sonuç, bireyin hatırladığı meselenin, her gündeme gelişinde, meseleyi tekrar alımlarken alımlayan bireyin kendi kültürüne göre dönüştüğü gerçeğidir. Buradan yola çıkarak belleğin, kültürel uyumluluk içerisinde geliştiğini işaret etmiştir (Conway, Howe 2022: 2).

Psikolojinin, felsefenin ve edebiyatın konusu olan bellek zaman içerisinde toplumsal ve kültürel bir nitelik kazanmıştır. Belleğin kültürel olarak ele alınışı yirminci yüzyılın sonlarına doğru gündeme gelmiştir. Paul Connerton, belleğin kültürel boyutunun öne çıkmaya başlamasını, modernitenin yarattığı unutkanlık problemi ve geleneğin modernite karşısındaki başarısızlığı ile ilişkilendirmiştir (akt. İlhan 2015: 1398).

Kültürel bellek, doğrudan gelenekle ilişkilidir; “bir tür kült belleğidir.” (Abensour 2022: 203). Biyolojik bir aktarımla kuşaktan kuşağa bir devir sağlayamayan bellek, anlamı korumak ve sürdürmek için kültürel belleğin araçlarını kullanmaktadır. Gelenek ve iletişimden faydalanarak kültürel bir devamlılık sağlar (Uğurlu 2014: 43). Geçmişin zamanla kendi başına bir kültür haline gelmesiyle, geçmişini anlamak için müzik, edebiyat, sinema gibi pek çok aracı doğmuştur (Assmann 2022: 18). Hatırlama eylemi, geçmişten geriye kalanlarla bugünü yorumlamaktır. Bu doğrultuda, anıtların, müzelerin, bayramların hatırlamada rolü önemlidir. Paul Connerton, geleneğin sözlü, yazılı ya da görsel fark etmeksizin, bir şekilde bir canlandırma eylemiyle bağıntılı olduğunu ifade etmiştir. Törenler, ayinler, seremoniler ve bedensel pratikler bu canlandırma eyleminin kapsamındadır (Connerton 1999: 65). Kültürel bellek öğeleri oluşturmada yüceltilmek ya da unutturulmak istenenlere yönelik bir politika takip edilmektedir. Hatırlatılmak istenenlerde bir seçim, tercih söz konusudur (Pöstecki 2017: 14).

Jan Assmann, toplumların kuşaktan kuşağa sağladığı aktarımları hatırlama kültürü olarak nitelemiştir (Assmann 2022: 25). Hatırlama eyleminin geçmişle nasıl bir bağlantı içerisinde olduğunun, kimlik oluşumuyla politik imgelemenin arasında nasıl bir ilişki kurulduğunun ve kültürel süreklilik yani gelenek oluşturma döngüsünün nasıl işlediğinin ve bu üç durumun birbiriyle ilişkisinin üzerinde

durmuştur. Assmann, belleğin iç boyutunda fizyolojik, nörolojik ve psikolojik süreçlerin işlediğini ifade etmiş ve belleğin dış boyutunu dört gruba ayırmıştır. Taklit sonucu elde edilen davranışların olduğu alana mimetik bellek, bireyin çevresinde olan ve hatırlama ilişkisi kurduğu tüm eşyalara ve hayallere nesneler belleği, bireylerarası etkileşimde ortaya çıkan alanı iletişimsel bellek ve taklitçi bellek alanının sınırlarının aşarak tekrarlanan olguların bir ritüele dönüştüğü anmalar alanına kültürel bellek adını vermiştir (2022: 23-28). İletişimsel bellek ve kültürel bellek arasındaki ayrımını derinleştirmiştir. Ona göre iletişimsel bellek, bireysel yaşanmışlıklara dairken kültürel bellek kökene dayanmaktadır. İletişimsel bellek gündelik ve doğalken kültürel bellek planlanmış ve törenseldir. İletişimsel bellek aktarılanların anlatımına dayanırken kültürel bellek geleneksel kodların sembolizmine dayanmaktadır. İletişimsel bellek ortalama son yüz yılı kapsarken kültürel bellek efsanevi bir geçmişi kapsamaktadır. İletişimsel belleği canlı tanıklar taşıırken kültürel belleği gelenek taşıyıcıları taşımaktadır. Assmann'a göre kültürel bellekten söz etmek için kaydedici ve iletici bir aracın varlığı, toplumsal bir katılımı beraber gerçekleştirilen şiirsel bir sunuş gereklidir (Assmann 2022: 64).

Lotman da belleği kültürle ilişkilendiren ve sembolik bir yaklaşımla ele alan çalışmalarıyla öne çıkmıştır. Kültürel bellek şeklindeki kullanım ilk olarak Boris Uspenskij ile birlikte yazdığı “Rus Kültürünün Dinamiklerinde İkili Modellerin Rolü” (1977) adlı makalede görülmüştür. Lotman, geçmişin kültürel bellekte sabitlendiğini ve geri planda sürekli var olduğunu ifade etmiştir. Kültürel bellekte bir ayrıma giden Lotman, bilgilendirici ve yaratıcı bellekten söz etmiştir. Bilgilendirici bellek, kronolojik olarak gelişen ve bilgiyi kesin olarak kaydeden bellektir. Yaratıcı bellek ise geçmiş sürekli şimdiye taşıyan, dönüştürerek var eden bellektir. Bu noktada Jan Assmann'ın depolama belleği ve işlevsel bellek şeklinde sözünü ettiği ayrımın Lotman'ın bilgilendirici ve yaratıcı bellek ayrımına denk düştüğü söylenebilir. Depolama belleği yani bilgilendirici bellek, kültürün bilgisini kaydetme odaklıdır. İşlevsel ya da yaratıcı bellek ise bilgiye yeni anlamlar kazandırmaktır. Bir diğer benzeşim Aleida Assmann'ın ayrımıyla da kurulabilir. Kültürel çalışma belleği (kanon) ve kültürel referans belleği (arşiv) şeklinde gittiği ayrımda Aleida Assmann, kanonu kültürel belleğin aktif ve yaratıcı yönüyle arşivi de depolamacı pasif yönüyle eşlemiştir (Tamm 2019: 9-11).

Kültürel bellek, geçmiş kaydederken sıklıkla sembolleri kullanmıştır. Bu sembolik anlatımla anıtlarda, ayinlerde vb. belleğin görünür olduğu her yerde karşılaşılmaktadır (Anık Gök 2021: 691). Assmann, dıştan gelen iletileri ve anlamaları depolayacak, yeniden çağırarak ve kullanacak bir sistem gerekliliğinden söz etmiş ve bu noktada yazıyı işaret etmiştir (Assmann 2022: 29).

Anmak, bir törensellik barındırır. Sadece hatırlamaya değil, ortak bir kültürel ve toplumsal bellek yaratmaya yol açmaktadır. Toplumsal belleğin odağını oluşturan biçimlerden din ve siyasetin merkezinde de anmalar yer alır. Her tören, kutsal olanın yeniden gündeme gelişi, hatıralarda taze

tutulması demektir (Abensour 2022: 223). Geçmişteki mücadeleler ve efsanevi olaylar, sürekli anlatılarak belleklerde canlı tutulmakta ve kültleştirilmektedir. Anma törenleri de canlı tutmanın bir diğer yoludur; geçmiş sürekli şimdiye taşınır (Halbwachs 2019: 239).

Pierre Nora'ya göre törenler çoğaldıkça kutsal olan olayın, kişinin ya da meselenin içi gün geçtikçe boşalmaktadır. Nora, bu niteliksiz anma eylemlerini “çağın anma töreni açlığı” şeklinde ifade etmiştir. Anmalar, zaman içerisinde içleri boşaldıkça gösteri toplumunun malzemesi haline gelmektedir (Akt. Abensour 2022: 224). Nora, belleğin yeniden oluşturulması sürecinde hafıza mekânlarının önemini vurgulamaktadır (Nora 2006). Bir anıt, sembol, amblem gibi pek çok öge, doğrudan bir önemi olan örneğin Ayasofya gibi mekânlar, bir bölge, cadde, köprü gibi alanlar hafıza mekânlarının kapsamına girmektedir (Tuğrul 2021: 66). Bu bağlamda yaşanan kentin sokakları, meydanları, cadde isimleri dahi birer kültürel bellek aracıdır. Bunlar yok olduğunda, değiştirildiğinde unutma başlamaktadır (2021: 229). Çünkü bu gibi sosyal mekânlar, bireylerin bireysel ve toplumsal kimliklerini oluşturdıkları mekânlardır. Yer adlarının uzun ömürlü oldukları düşünüldüğünde (ki çoğu zaman asıl anlamı unutulsa dahi var olmayı sürdürürler) birer kültürel miras ögesi olarak değerlendirilebilirler. Bu özellikleri nedeniyle ki mekân ismi değiştirmek iktidarlar için sıklıkla başvurdukları bir yok sayma yöntemidir (Münüsoğlu 2017: 73).

Kültürel bellek ritüellerle de ilişkilidir. Bu noktada dinin bellekle ilişkisine değinmek faydalı olabilir. Dini belleği diğer belleklerden ayıran şey diğer bellekleri yok sayması veya kendinden aşağı konumlandırmasıdır (Halbwachs 2019: 243-244). Din bunu sembolleri kullanarak yapar. Ritüel de sembolik ve sosyal bir üretim olarak konumlandırılabilir. Her şeyden önce kültür, bir toplumun sembolik üretimlerinin de toplamını karşılamaktadır (Alver 2010: 204-206).

Kültürel bellekten söz edilirken kültüre ilişkin pek çok ögeden de söz edilmektedir. Bu anlamda kültürel belleği var eden şey kültürün bellekle kurduğu ilişkidir. Bu doğrultuda kültürü derinlemesine anlamak, kültürün bellekle, toplumla ve medyayla ilişkisini bir arada okuyabilmek çalışmanın kapsamı için faydalı olacaktır.

2.3.2. Kültür Kavramı ve Bellekle İlişkisi

Kültür kelimesi, Latince colere kökünden türetilmiştir. İkamet etme, koruma gibi anlamlar taşıyan colere kökü, saygıyla korunarak ve tekrarlanarak oluşan kültür olgusunun kavramsallaşmasına da temel oluşturmuştur. Kültür saygı çerçevesinde koruyup geliştiği gibi tam tersi bir tutumu da sergilemektedir; işgal ve yerinden etme şeklinde de karşılık bulabilen kültür, tarih boyunca birbirinden farklı olayların nedeni veya sonucu olarak tartışılmıştır. Kültürün doğal bir olgu mu yoksa yapay bir olgu mu olduğu

sorusu bir başka tartışma gündemidir (Eagleton 2022: 10-14). Yine, kültürleri takip etmek için dili mi yoksa sınıfları mı takip etmek gerektiği, kültürel birliğin mi çok kültürlülüğün mü daha ayrıştırıcı olduğu şeklinde sorgulamalar ve düşünceler, kültür kavramının tartışmalarından bir diğerini oluşturmaktadır (2022: 47).

Kültür üzerine yapılmış pek çok tanımlama bulunmaktadır. Vadim Mejuyev, hiçbir kavram için kültür için olduğu kadar çok tanım üretilmediğini belirtmiştir (akt. Mert Ağar 2016: 11). Antropolog E. B. Tylor, kültür kavramını tanımlarken bireyin toplumun bir üyesi olarak taşıdığı, o topluma ait alışkanlıklar bütünü ifadesini kullanmıştır. Stuart Hall, toplumun kendisini keşfettiği tüm deneyimlere ve pratiklere kültür adını vermiştir. John Frow, bir toplumun gerçekliğini kuran ve koruyan pratikleri kültür kavramıyla açıklamıştır (akt. Eagleton 2022: 49-50). George Gerbner, kültürü, kâinatın yaratılışını ve içinde nasıl ve ne şekilde yaşayacağımızı anlatan hikâyeler bütünü şeklinde tanımlamaktadır (akt. Çığ 2006: 23). Raymond Williams, gündelik yaşamın her alanına sirayet etmiş kendi içerisinde bir anlamı ve değeri olan yaşam tarzını kültür olarak nitelemiştir (akt. Arık 2006: 119).

Kültür, çok kapsamlı bir tanıma sahiptir. İnsan ile ortaya çıkan, insanın olduğu yerde oluşan, insana özgü her şeyi içinde barındıran oluşlar ve davranışlar bütünüdür. İnsanın düşünme, yaşama biçimi, değerleri, özü gibi pek çok olgu kültürün kapsamına girmektedir. Okullar, dernekler, hukuk, devlet, etik, estetik, ekonomi ve daha pek çok soyut ve somut, insan eliyle oluşan veya özünde insan olan pek çok mesele kültür ile ilişkilidir. Nermi Uygur, kültür ve insan ilişkisini, “İnsanın kültür üretip kültürce üretildiği; kültür taşıyıp kültürce taşındığı temel gerçeği, insan olarak insan varlığının en başta gelen varolma koşuludur” şeklinde özetlemiştir (Uygur 1984: 17-18).

Fatma Erkman Akerson, kültürü meydana getiren öğeleri sıralamış; akrabalık, gelenek görenekler, töreler, inanç, kurumlar, yasalar, selamlaşma, moda gibi insanı geliştiren ilişkileri, pratikleri ve sanatları kültür kapsamında değerlendirmiştir (Erkman 1987: 14). Gelinek noktada artık Akerson’ın sıraladığı öğeler temelde sürmekle beraber dijital bir kültürden de söz edilmektedir. Kültürel öğeler tematik olarak ayrımlanabildiği gibi maddi ve manevi öğeler şeklinde de ayrımlanabilmektedir. Kıyafet, mimari yapılar vb. maddi öğeler kapsamına girerken, inançlar, semboller vb. manevi öğeler kapsamına girmektedir (Mert Ağar 2016: 15).

Terry Eagleton, *Kültür Yorumları* kitabında, Johann Gottfried von Herder’in kültürün oluşumuna ve topluluklar arasında farklı yaşam tarzı ve düşünce biçimlerinin varlığına dair görüşüne yer vermiştir. Herder, bir topluluk için vazgeçilmez ve kutsal olabilen bir rutinin, bir başka topluluk için hiçbir anlam ifade etmeyebileceğini ve hatta bir diğer topluluk tarafından da tehlikeli, zararlı, olumsuz bulunabileceğini belirtmektedir. Bu farklılıkların temeli ve sonucunda kültür olgusundan söz edilebilir. Bu düşüncesine dayanarak Herder, kültür olgusunun çoğul bir olgu olduğunu söylemiştir; ayrı

toplulukların ayrı kültürleri ve aynı kültür içerisindeki farklı kültür kategorilerinin ancak çoğul kullanımla karşılanabileceğini ifade etmiştir (akt. Eagleton 2022: 23).

Kültür tanımı gün geçtikçe kategorileştirilmeye ve her bir olgunun kendi içerisinde bir kültüre sahip olduğu savunusuna maruz kalmıştır. Herder'in çoğul kültür kavramı düşüncesinden söz ederken dahi bu denli çoğulcu bir bakış açısına sahip olup olmadığı şüphelidir. Artık sosyal medya kültürü, makyaj kültürü, sömürge kültürü, görüntüleme kültürü, direniş kültürü gibi pek çok ayrı başlıkta kültür üzerine yorumlar yapılmaktadır (Geoffrey Hartman'dan akt. Eagleton 2022: 53). Bu çeşitlilik, ortak yaşamda gelişen ve değişen şartlar karşısında verilen tepkilerin karşılıkları olarak da okunabilir (Williams 1960: 314). Kültürün çeşitliliğine ilişkin Arjun Appadurai, kültürel akışları beş ayrı kategoride toplamıştır. Ona göre turizm, göç, sürgün gibi kültürel meseleler etnomanzaralar, çok ulusluluk ve şirketleşme teknomanzaralar, döviz akışı finansmanzaralar, kitle iletişim araçları medyamanzaralar ve ideolojik yaklaşımlar ideomanzaralar şeklinde kategorize edilebilmektedir (Appadurai, 1995).

Adorno da kültürün iktidarla olan ilişkisini işaret etmiş, kültürün geniş kapsamını idari bir yönetimin işini kolaylaştıracak bir durum olarak görmüştür (Adorno 2020: 121):

Kültürden söz eden, bilerek ya da bilmeyerek yönetimden de söz ediyor demektir. Felsefe ve din, bilim ve sanat, yaşam tarzları ve töreler gibi birbirinden farklı bu kadar çok şeyin ve ayrıca bir çağın nesnel tininin tek bir kültür sözcüğüyle özetlenişi, daha en baştan, tüm bunları yukarıdan bakarak bir araya toplayan, taksim eden, ölçüp biçen, organize eden bir idari bakışı ele veriyor.

Kültüre ve kitle kültürüne yönelik çalışmalar ilk olarak İngiltere'de yankı uyandırmış; Mathew Arnold ve F. R. Lewis gibi eleştirmenlerin yaklaşımları 1950'li yıllarda bir gelenek oluşturmuştur. Kitle kültürü, popüler kültür ve alt kültürlerle yönelik eleştiriler yöneltten bu gelenek, seçkin bir kültür yaratma çabasına girdikleri için eleştirilmiştir (Özçetin 2020: 182). İngiliz düşünür ve kültür kuramcısı Thomas S. Eliot, kültürü güzel sanatlar alanı ile ilişkilendirmiş; sadece seçkin insanların ilgilenebileceği bir alan olarak sınırlandırmıştır. Eliot, kapitalizmin geleneksel değerleri yok ettiğini, kişilerin yalnızca doğdukları yerde yaşamlarını sürdürürlerse kültürlerini koruyabileceklerini ifade etmiştir (akt. Güngör 2018: 28). Yapısalcı yaklaşımın eleştirdiği bakış açısı da tam olarak budur. Yapısalcı yaklaşım kültürü anlayabilmek için güzel sanatlar gibi yaratıcı faaliyetlere değil de bu faaliyetlerin var olmasına neden olan arka plandaki yapılar bakmak gerektiğini savunmaktadır (Özçetin 2020: 186). İngiliz kültürel çalışmaların 1950'li ve 1960'lı yıllarda öne çıkan erken dönem çalışmaları kültürcü, 1970 ve sonrasında yapısalcı bir tutum sergilemektedir (Öztürk 2020: 187).

Kültürden söz edildiğinde bir takım kavram dizisini açıklamak bütüncül bir yaklaşım için faydalı olacaktır. Kültürlerarasılık, transkültürelilik, transkültürasyon, çokkültürlülük, politik kültür, alt kültürler, kültür endüstrisi, kültürel çalışmalar, kültürel kimlik, kültür şoku, kültür emperyalizmi, küresel kültür, kültürün metalaşması, dijital kültür, kültürel benzeşme ve kültürel farklılaşma kavramlarına değinmek gerekmektedir.

Kültürlerarasılık, dilbilimi, toplumbilim, psikoloji, medya gibi disiplinlerden faydalanan bir çalışma alanıdır. Dilbilimden, kültürler hakkında doğrudan birincil kaynaklara ulaşabilmek adına kodların çözülmesi amacıyla yararlanılmaktadır. Toplumbilimden kültürün günlük yaşamdaki yerleşik kodlarını okumak için faydalanılmakta; dilbilim ve toplumbilimin bir aradalığıyla sözlü ve sözsüz iletişimin kültürel yaşamdaki önemini ortaya koymaktadırlar. Bireysel psikolojinin, toplum psikolojisinin oluşumuna ve toplumsal olayların bireyin kültürel alışkanlıklarına etkisine yönelik çalışmalarda psikoloji biliminden yararlanılmaktadır. Sonraları medyanın kültürel alandaki etkisi görünür oldukça çalışmaların yönü medya alanına doğru kaymıştır (Altunbey, Yağbasan 2020).

Transkültürelilik, kültürlerin sabit sınırlarla çerçevelenmediği, birbiriyle etkileşim içerisine girebilen ve birbirleriyle anlamlı ilişkiler kurabilen bir tür kültürel çeşitlilik halidir. Transkültürasyon kavramıyla sıklıkla karıştırılmaktadır. Transkültürasyon, Fernando Ortiz tarafından 1940'larda kullanılan, kültürlerin değişim, direniş ve sahiplenme süreçlerini tartışan bir kavramdır. Kültürel olarak egemen olmayan grupların, egemen kültürün kültürel uygulamalarını uyarlayarak benimsemesi halini karşılamaktadır. Yerel bir kültürün metropol kültürünün uygulamalarına ayak uydurması transkültürasyonun kapsamı için uygun bir örnektir. Transkültürelilik ise egemen tek bir kültürden söz etmenin zorlaştığı, uyumlanacak ya da uygulamalarına direnecek tek bir kültürün bulunmadığı durumlarda ortaya çıkan daha girift durum için kullanılmaktadır. Genelde sömürge tarihi çalışmalarında kullanılan bir kavramdır. Kültürlerin birbirinden ayrı ve çok parçalı olduğu görüşünü tartışarak; farklı kültürler arasındaki ortaklıkları ortaya çıkarmayı hedefler. Literatürde transkültürelilik; kültürlerarası yeterlilik, kimliksel süreklilik ve çoklu benlik duygusu şeklinde de yer almaktadır. Temelde ana fikir; bireyler ve toplumların artık kültürel akışlar arasında geçiş yaptıkları ve böylece benliğin tek kültürlülüğünden söz etmenin mümkün olmadığı yönündedir (Benessaieh 2015: 11-27).

Politik kültür, 1950 ve 1960'lı yıllarda öne çıkmış, demokrasilerin sürekliliğini ya da çökme nedenlerini tartışan bir kavramdır. Gabriel Almond, Lucien Pye ve Sidney Verba'nın dönemin politik gelişmelerine ilişkin geliştirdikleri çalışmalarda politik kültür ya da siyasal kültür şeklinde kullanmış; demokrasilerin mevcudiyetinin nedenlerini ve sonuçlarını incelemek için ABD, İngiltere, Almanya, İtalya ve Meksika'nın politik ve kültürel süreçlerini inceledikleri çalışmalar yürütmüşlerdir. Almond ve Verba'nın *The Civic Culture* ismiyle yayınladıkları çalışma, Johann Gottfried Herder ve Wilhelm von

Humboldt tarafından daha önceleri kullanılan siyasal kültür kavramını kuramsallaştıran bir çalışmadır. Çalışmayla politik kurumların var olması ve sürekliliği için bir tür yurttaşlık kültürüne ihtiyaç duyduklarını ortaya koymuşlardır. Politik kültür, kolektif kültürle de doğrudan ilişkilidir (Olick 2014: 183; Çalışkan 2017: 27-28).

Altkültür, toplumda daha geniş bir yayılımı olan kültürel yönelim içerisinde bir alt kategori olarak yer alan kültürleri karşılamaktadır. Genellikle azınlıkları temsil eden altkültür kavramı, egemen kültürün davranış paternlerinden farklı paternler geliştiren gruplarla alakalıdır. Egemen olanın yanında daha az bir kitlesi olsa da fark edilir düzeyde ayrıksılık taşıyan altkültürler, müzik zevkleri, estetik tercihleri, giyim ve saç biçimleri gibi tercihlerle yaygın kültürden ayrılmaktadırlar (Bourse, Yücel 2023: 60).

Kültürel çalışmalar, popüler kültürleri irdelemeyi ve toplumsal sonuçlarını ortaya koymayı hedefleyen bir alandır. Başlangıçta popüler kültür üzerine düşünceler üretilen alan, zamanla görsel kültür çalışmaları, toplumsal cinsiyet çalışmaları gibi spesifik çalışmalara da yönelmiştir. Kültürel çalışmalar alanı göstergebilimle, sosyolojiyle ve antropolojiyle de doğrudan ilişkilidir. Alan içerisinde Stuart Hall “Kodlama ve Kodaçım” metniyle öne çıkmaktadır. Hall, iletilerin okunması ve alınılması noktasında üç okuma biçiminin varlığından söz etmiştir: egemen, karşıtlıkçı ve uzlaşımçı. Bu bağlamda kültürün direnen, karşı çıkabilen bir olgu olduğunu da işaret etmiştir. Alan içerisindeki önemli çalışmalardan bir diğeri de Raymond Williams’ın duygu yapısı şeklinde kavramsallaştırdığı, toplumların ürettikleri birtakım duygu ve düşüncelerle bir çeşit kültürel iklim yarattıklarını öne sürdüğü çalışmadır. Ortak duygu yapısının toplumsal ilişkileri biçimlendirdiğini ifade eden Williams, kuşaklar arasında duygu aktarımının olduğunu fakat bunun dönüşerek gerçekleştiğini belirtmiştir. Sonraki kuşağa aktarılan duygu yapısına kuşağın verdiği tepki, yeni kuşağın duygu yapısını karşılayan bir yanıt olarak yorumlanabilir. Williams, her bir bireyi kişisel kültürel evrenleri olan, kolektifin bir parçası olarak kabul etmektedir. Bu bağlamda bireysel ve kolektif kültürel evrenleri sorgulayan, ekonomik ve politik düzeylerini tartışan ve kitle kültürünün tarihselliğini araştıran alan olarak kültürel çalışmalar alanı önemli bir alandır (Bourse, Yücel 2023: 57-59). Ayrıca egemenin dışında kalan alt kültürleri de bir inceleme alanı olarak kabul eden kültürel çalışmalar, Marksist geleneğin ve eleştirel felsefenin öğretilerinden faydalanan disiplinlerarası bir alandır. 1964 yılında İngiltere’de Birmingham Üniversitesi’nde kurulan, Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi disipline kurumsal bir nitelik kazandırmıştır. Richard Hoggart, Raymond Williams, Stuart Hall gibi düşünürler çalışmalarıyla alanın öne çıkan isimleri olarak sayılabilir. Etnik köken, sınıflar arası farklılıklar, alt kültürler, ideoloji, popüler kültür, medya gibi konular sıklıkla eğildikleri çalışma konularıdır (Güngör 2022: 91).

Kültürel kimlik kavramına yönelik geliştirilen araştırmalar da kendi içlerinde kutuplaşmaktadır. Kültürel kimliği sabit ve belirlenmiş olarak gören yaklaşımlar olduğu gibi esnek ve sürece göre dönüşen

bir kimlik şeklinde kabul eden yaklaşımlar da vardır (Dalbay 2024). Kültürel evrenselcilik ve kültürel görecelik olarak tanımlanan bu iki yaklaşım, küreselleşmenin de etkisiyle yeni kimlik politikalarının doğmasıyla üzerine sıkça tartışılır olmuştur. Küreselleşmenin kültürel kimlikle kurduğu ilişki, bir yanıyla kültürel çeşitliliği destekler görünse de öte yandan evrensel kültürel değerler belirleyerek bir çelişki yaratır. Küreselleşme, kimlik konusunda bir yerel – evrensel ikiliğine ve çatışmasına yol açmıştır (Nar 2019).

Kültür şoku, bireyin kendi kültürel ortamından farklı bir kültürel ortama girdiğinde hissettiği, alışkanlık geliştirdiği kültürel ipuçlarını yeni ortamda kullanamamasının yol açtığı bilişsel ve duygusal bir yıkım duygusu olarak tanımlanabilir. Birey, kendi kültürünün karşılığını bulamadığı ortamda yabancılaşma hisseder ve tepkisel bir olgu gösterir. Bireyin söz konusu durum içerisinde bulunduğu ruh halini kültür şoku kavramı karşılamaktadır (Juffer 1985: 2).

Kültürel metalaşma kavramı ise kültür endüstrisi, küreselleşme ve kitle kültürü kavramlarıyla iç içe okunabilecek bir kavramdır. Kapitalizmin etkilerinin toplumun kültürü üzerinden doğrudan okunabilir olduğu dönemde, kültürün metalaşması tartışmaları gündemdedir. Meta, ticarete aittir; bir nesnedir. Endüstrileşmenin etkisiyle yayılan kapitalist eğilimler, hem maddi hem de manevi tüm kültürel unsurların metalaşmasına yol açmış; düşünürlerin kültürün metalaşması üzerine geliştirdikleri eleştirel yaklaşımlar meta-kültür eleştirisini var etmiştir. Bu durumun temelinde kapitalizm ile beraber var olan her bir nesneye ve olguya ekonomik değer atfetme hali yatmaktadır. Kapitalizm gelenekselleşmiş kültür unsurlarını bir araç olarak kullanarak kendi ideolojisini sızdırdığı yeni bir kültürel alan yaratmıştır. Bu kültürel alanda ekonomik gelişmelere yön vermek için kültürel unsurlardan faydalanılmış ve kültürel unsurları şekillendirmek için de ekonomiden destek alınmıştır. Böylece bağımsız bir kültürel alandan söz edilemez olmuştur (Bahadır 2016: 3, 19-20).

Kitle kültürü de aynı kapitalist etkilerin sürdüğü ortamda, 19. yüzyılın ikinci yarısında sözü edilmeye başlanan bir kavramdır. Kültürün kapitalist faydaya hizmet edecek şekilde araç olarak kullanılmasıyla kendi gerçekliğinden ve bağımsızlığından uzaklaşıp bir sistem içerisine dâhil edilmesiyle, kitle kültüründen söz edilir olmuştur. Kitle kültürü, hâkim ideoloji ile yönlendirilmektedir. Bu noktada kültürün hegemonya ve ideoloji ile ilişkisi devreye girmektedir. Antonio Gramsci, kültürü iktidar ilişkilerini yeniden üreten bir olgu olarak görmektedir ve ideolojiyi de gündelik yaşamın gerçekliği ile ilişkilendirmektedir. İktidarın güç uygulamadan kabul görmek için ideolojiyi kullandığını ifade eden Gramsci, hegemonya kuran iktidarın toplumsal denetimi elinde tuttuğunu da ayrıca belirtmiştir. İktidar egemenliğini kurarken kültürel alanları doğrudan ideolojik aktarımın zemini olarak kullanmaktadır. Bu yolla aynı zamanda kültürel hâkimiyeti de kendi eline alan iktidar, tüm kültürel biçimleri ve yaklaşımları kendi varlığını sürdürmek için kullanmaktadır. Pierre Bourdieu de kültürün

iktidardan ayrı tutulamayacağını ifade etmiştir. Ona göre kültür bir sermayedir. Adorno, Foucault, Bourdieu ve Gramsci'nin ortaklaştığı nokta, öznenin kültürü içselleştirirken iktidarı ve ideolojisini de içselleştirdiğidir. Buradan yola çıkarak kültürün bir endüstri haline gelmesi, kitle kültürünün oluşması, kültürel ürünlerin metalaşması varılan ortak sonuçtur (Arıkan 2020: 149-151).

Kitle kültürü, endüstrileşme ile gündeme gelen, toplumun geniş bir kesimini kapsayan davranış ve tutum bütünlüğü olarak karşılık bulabilir. Ekonomi ve ideolojiyle doğrudan ilişkili olan kitle kültürü, Adorno ve Horkheimer'in bazı çalışmalarında kavramsal olarak yer alsa da sonraları var olan ideolojik temeli nedeniyle tercih edilmemiş; yerine kültür endüstrisi kavramını kullanmışlardır. Kültür endüstrisi, toplumun ortaklık kurduğu durumları yayma, kitleleri etkileme veya etkisiz kılma yönünde bir araçtır. Kültür endüstrisinin yönlendirici ve hatta dikte edici tavrı üzerinde duran Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisinin çıktılarını yapay bir kültürel çıktı olarak kabul eder ve küçümser yaklaşırlar (Arıkan 2020: 153).

Popüler kültür, kitle kültürünün en çok kullanılan ürünleri üzerinden bu ürünlerin tüketimini artırmayı teşvik eden eylemlerin karşılığında oluşmuştur. Popüler kültür ürünleri tüketim için üretildiklerinden hızlı tüket, kulan at desturuyla üretilirler ve "birer yoksullaştırılmış nesne olarak işlevlerini yerini getirirler" (Hatıplı 2017: 41-42).

Kültürel alan o denli güçlüdür ki bir noktadan sonra kitlelerden korkulur olmuştur. Kitleler kültüre yön veren güç olarak kapitalizmin kontrol mekanizmalarını doğrudan üzerlerine çekmişlerdir. Kapitalizmin kültürel kontrol kapsamı yüksek kültürü korumak üzerinedir; kitle kültürünü meşrulaştırma, popüler kültürü egemen yapma, yerel kültürleri yok etme ya da dönüştürerek ve içini boşaltarak birer kültürel ürün haline getirerek kapitalist pazarın zincirine dahil etme gibi durumları kapsamaktadır (Erdoğan 2014: 45).

Kültürel emperyalizm, bir kültürün bir başka kültüre olan etkisinin bir dayatma ve baskılama hali aldığı durumlarda söz edilen bir kavramdır. Yerel kültürler için bir tehdit olarak da algılanabilecek olan kültürel emperyalizm, en açık şekilde, kitle iletişim araçları aracılığıyla kurulmaktadır. Bu sebeple medya emperyalizmi şeklinde de bilinmektedir. Özellikle 1970 ve 1980'li yıllarda, Batı'nın Doğu üzerinde kurduğu kültürel ve ideolojik tahakkümün tartışılması sırasında gündeme gelen kavram, geleneksel ve yerel kültürlerin başta medyanın da etkisiyle silikleşeceği kaygısıyla karakterize olmuştur. Kültürel kimlik kavramıyla da doğrudan ilişkili olan kültürel emperyalizm, tüketim kültürünün de etkisiyle markalara hizmet eder duruma gelmiş; medya alanında dijitalleşmenin ve küreselleşmenin de etkisiyle sinsi bir şekilde yayılan bir olguya dönüşmüştür (Özdemir, Akpınar 2022: 22-23). Bu durum kültürel bir dönüşüme yol açmakta ve kültürler arası etkileşim gibi masum bir kisvenin ardında yerel kültürler yok edilmektedir (Koç Akgül, Pazarbaşı 2018: 18).

Küreselleşmenin etkisiyle kültürel öğeler tüketilen birer öge haline gelmiştir. Bu durum daha hızlı seyreden bir yok olma ve unutma döngüsüne yol açmıştır (Mert Açar 2016). Bireysel olarak geliştirilen düşünce kalıplarının kültürel deneyimlerle şekillendiği göz önünde bulundurulduğunda, var olan çeşitlilik, her bir kültürün yaşattığı gerçeklik deneyiminin farklı olmasının bir sonucudur. Böylece algılama ve yorumlama, psikolojik açıklamalarla yalnızca bireye atfedilemez. Algılama ve yorumlama, kültürel de bir süreçtir (Fiske 2003: 45). Tüm bu kültürel çeşitlilik içerisinde bahsi geçen unutma döngüsünün tarih yazıcılığı ile önüne geçilmeye çalışılır. Çağdaş toplumlarda anıtların ve anma törenlerinin artması, mekânların restore edilerek geleceğe taşınması, hafıza turizminin gelişmesi gibi durumlar unutma döngüsünü engellemek üzere geliştirilmiş stratejilerin sonucudur.

Teknoloji, dijitalleşme, bilginin akışkanlaşması, çok uluslu şirketlerin yayılması, küreselleşme etkisiyle yerel ile evrensel arasındaki çizginin silikleşmesi uzunca bir süre önce gerçekleşmiş ve artık neyin yerel neyin evrensel olduğu noktasında kesin ve net cümleler kurulamayacak bir noktaya neredeyse gelinmiştir. Frederic Jameson'ın sözünü ettiği kültürel benzeşme ve kültürel farklılaşma ikiliği; ekonominin ve her alanda yaratılan pazarların Amerikan egemenliğindeki homojen bir kültür oluşturmasıyla benzeşme halini, bir araya gelen kültürlerin yarattıkları yeni kombinasyonun her birinden başka parçalar barındırmasıyla da farklılaşma halini karşılamaktadır. Geline nokta küreselleşme, hem benzeşmeyi hem de farklılaşmayı bir arada sunmaktadır. Küreselleşme ne denli artar ve yayılırsa kültürel çeşitlilik egemenlik altına alınmaya ve tektipleştirilmeye çalışılmaktadır. Söz konusu tektipleştirmenin altında yatan temel motivasyon kültürün ve kültürel üretimlerin doğrudan endüstri olarak kabul edilmesidir (Yüksel 2018: 332-333). Frank Raymond Leavis, *Kitle Uygarlığı ve Azınlık Kültürü* kitabında, yaşanan kültürel bir kaos olduğunu ve bunun sebebinin de teknoloji olduğunu ifade etmiştir (akt. Güngör 2018: 29).

Dijitalizm olarak da adlandırılan teknolojinin hızlı yükselişiyle dönüşen düzen, kültürlerarası etkileşimlerin kolaylaşmasına yol açmışken öte yandan sınırların ortadan kalkmasını bir sorun olarak doğurmuştur. Küresel bir köye dönüşen yenedünya düzeni, kültürlerin birbiriyle iç içe geçmesine ve yerel kültürlerin bozuma uğramasına neden olmaktadır. Bu süreçte yerel kültürü yücelterek egemen kültür haline gelen Batılı ülkeler olurken kültürel bozumu çok daha yoğun hisseden ülkeler üçüncü dünya ülkeleri olmuştur. Kültürel sınırların silikleşmesi, toplumların birbirlerinin kültürlerine daha geniş bir anlama ve kapsama kapasitesi ile yaklaşımlarının önünü açmıştır. Bu durum kültürel esperanto şeklinde de tanımlanmaktadır (Altunbey, Yağbasan 2020).

Kültürün yayılımı noktasında henüz dijitalleşme gelmeden önce bir sözlü kültür dönemi ardından da bir yazılı kültür döneminden söz edilebilir. Sözlü kültür ve yazılı kültür çalışmaları özelinde bakıldığında, yazılı kültürün daha ön planda tutulduğu bir alan olarak hermeneutik ile karşılaşılmaktadır.

Friedrich Schleiermacher, Wilhelm Dilthey ve Hans-Georg Gadamer, metin ve dil konusunu merkeze alarak kültürel mirası tartıştıkları bir alan olarak hermeneutiki geliştirmişlerdir. Kültürel miras, olduğu gibi aktarılan bir kültürü kapsamaz; aktarım esnasında kültür dönüşür, eksilir, başkalaşır (İlhan 2016: 8-9).

Walter Ong, yazı ve matbaanın henüz var olmadığı, yalnızca konuşma yoluyla iletişimin kurulabildiği dönemi birincil sözlü kültürler dönemi; telefon, radyo, televizyon gibi buluşların gerçekleştiği ve bu buluşların konuşma dili üzerinden ilerlediği dönemi ikincil sözlü kültürler dönemi olarak kategorize etmektedir. Ong'a göre her bir buluş ve yeni teknolojik gelişme, ortak bilince yeni olasılıklar sunmakta ve böylece bireyin düşünme biçimlerini çeşitlendirmektedir. Sözlü kültürün tekrara dayalı bir kültür olduğunu ve bu nedenle belleğin güçlü tutulduğunu ifade eden Ong, atasözü, deyim gibi toplumsal kullanıma kazandırılan ortak sözcüklerin de öğretileri akılda tutmak ve sonraki kuşaklara aktarmak için geliştirildiğini belirtmiştir. Sonraları yazı ile beraber düşünme biçimleri kayıt altına alınabilir olmuş; yazılı kültür, sözlü kültürün yaşanan ana odaklanılan ve tekrara dayalı yapısından uzak konumlanmıştır (Köker 2010: 13-16). Sözlü ve yazılı kültürün ardından elektronik bir kültürün varlığı gündeme gelmektedir. McLuhan *Gutenberg Galaksisi* kitabında, teknolojinin yeni bir kültür yaratacağını, bu kültürün oluşturacağı düşünme biçiminin tüm toplumun örgütlenme tavrını kapsayacağını ve dönüşümlere yol açacağını ifade etmiştir (McLuhan 2017). Ona göre mesaj değil araç önemli olmalıdır. Aracı bir uzantı olarak kabul ettiği teknolojik belirleyicilik tezi, toplumun merkezinde teknolojinin yer aldığını düşünen bir tez olarak görüşlerinin merkezini oluşturmuştur (McLuhan, Fiore 2006). Teknolojik belirleyicilik tezi, Harold Innis'in toplumsal örgütlenmelerin ve toplumsal istikrarın oluşumuna dair görüşleriyle ön plana çıkmıştır. Innis, toplumsal örgütlenme ve istikrar konusunda kitle iletişim araçlarını işaret etmiştir. Yazılı basını özellikle öne çıkaran Innis, alfabenin yalnızca bir biçim değil aynı zamanda bir sistem olduğunu ve bir toplumun sadece yazı sistemini değiştirerek dahi diğer toplumlarla bağımlı kesebileceğini belirtmiştir. Kitle iletişim araçlarını öne çıkarma sebebi ise bu alandaki teknolojik gelişmelerle insanların artık birbirlerini anlama niyetlerinin azalmasına neden olmalarıyla ilişkilidir. Ona göre toplumlara ait medyada karşılaşılan bilgilerle kişiler, o topluma ve o toplumun kültürüne ait yeterli bilgiye sahip oldukları yanılgısına sahip olmaktadır (Güngör 2018: 183-186).

McLuhan insanlık tarihini kategorize ederken teknolojiyi temel almış; kabile dönemi, mekanik dönem ve elektronik çağ olarak dönemlere ayırmıştır. Kabile dönemi, sözlü iletişimin en yoğun olduğu dönemdir ve iletişim yüz yüze kurulmaktadır. Mekanik dönem, matbaanın ön plana çıktığı ve yazılı iletişimin geliştiği dönemdir. Yazının etkisiyle milliyetçilik yayılmış ve ulus devletler oluşmaya başlamıştır. Elektronik çağ, radyo, televizyon gibi araçlar ile sözlü iletişimin tekrar gündeme geldiği dönemdir. McLuhan, insanların elektronik çağın getirisiyle kendi özel alanlarında medya aracılığıyla

bir mesaj aktarımı içerisine girmesini ve her şeyden uzak olsa da her şeyden haberdar olabilme kapasitesini işaret etmiş ve kabile dönemine bir dönüş olduğunu ifade etmiştir. Bu noktada teknolojinin yarattığı yakınlık ve kaynaşma halini içe büzülme kavramıyla açıklamıştır. Baudrillard'ın içe patlama kavramının ifade ettiği küresel sıkışma ve sona yaklaşma halinin karşısına içe büzülme kavramı ile konumlanmıştır. Teknolojiyi merkeze alanların yanı sıra teknolojinin bir sebep değil bir sonuç olduğunu düşünenler de vardır. Raymond Williams, bu doğrultuda, teknolojik gelişmelerin altında mutlaka insanların gereksinimlerinin yattığını ve bu gereksinimlere bakmak gerektiğini ifade etmiştir (Güngör 2018: 195-206).

19. yüzyıl baskı kültürüyle, 20. yüzyıl elektronik kültürle ilişkilendirilmişken 21. yüzyıl da dijital kültürle öne çıkmıştır (Erdem 2019: 538). Dijital kültür, akıllı telefonlar, dijital uygulamalar, ağ toplumu, siber alanlar, kullanıcı kimliği, tıklama ölçüsü gibi kavramlarla kültürel bir dönüşümün yaşanmasına neden olmuştur. Siber kültür şeklinde de literatürde yer alan dijital kültür (Koç Akgül, Pazarbaşı 2018: 25), gerçekliğin hiper gerçeklik halini aldığı, medyanın bireylerin fikrini büyük oranda manipüle ettiği bir dönemi karşılamaktadır. Dijital kültür, popüler kültürün oluşması için gerekli zemini sunmaktadır. Bu bağlamda dijital kültür, popüler kültürle ve tüketim kültürüyle de doğrudan ilişkilidir (Demir 2017). Lev Manovich de yeni bir medya devriminden söz ederken bilgisayar aracılı iletişim biçimlerinin yarattığı yeni kültürden söz etmektedir. Dijital kültür geline noktada çoktan günlük yaşama yerleşmiş bir kültürdür; bireylerin ağ toplumu içerisindeki davranışları, değerleri ve rutinleri dijital kültürü ve aynı zamanda 21. yüzyılın da kültürünü ifade etmektedir. Dijital kültür içerisinde bireylerin bellekleri de dijital koşullara göre şekillenmiştir. Dijital medya teknolojileri, belleği taklit eden depolama alanları sunmakta; sürekli hatırlatma hali bir yandan belleği canlı tutarken sürekli veri girişiyle de unutma döngüsünü hızlandırmaktadır (Erdem 2019: 538-539).

Kültür, tüm bu kavramsal çeşitlilik içerisinde literatürde oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu çalışmada kültürün bellekle ilişkisine odaklanıldığından bölümün alt başlıklarında kültürün bellek kavramıyla ortaklaştığı kavramsal zemini oluşturan zamanla, mekânla ve sanatla kurduğu ilişki irdelenecektir.

Kültürel bellek, eğitimciler, felsefeciler, yazarlar tarafından aktarımı desteklenen, hızlandırılan bazen de dönüştürülen bir tür bellektir. Astrid Erll, iletişim ve medya araçlarının da kültürel bellek aktarımlarını destekleyici araçlar olduğunu, her bir aracın kendine özgü aktarım tekniği olduğunu ifade etmiştir (akt. Göğercin Toker 2017: 63-64). Kültürün aktarımı noktasında da kültürü oluşturan öğelerin kullanımı ayrıca önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, hem kültürün temel öğeleri olan hem de kültürün geçmişten şimdiye, bir anlatı içerisinde sunulması sırasında da temel olarak faydalanan zamanın, mekânın ve anlatı araçlarının bellek ile ilişkisine değinmek gerekmektedir.

2.3.2.1. Zaman ve Bellek (Tarih, Geçmiş, Arşiv)

Kültürü oluşturan öğelerden biri olan zaman, belleği de oluşturan öğelerden biri olmasıyla ve aktarımın bir zaman diliminden bir başka zaman dilimine doğru gerçekleşiyor olmasıyla önem taşımaktadır.

Belleğin konusu geçmiş zamandır. Bellek, zamanı içeren bir olgudur (Bilge 2018: 14). Her ne kadar zamansız ve geçmişte kalmış bir şey gibi algılsa da bellek dinamiktir ve zamansal boyutları birbirine bağlar. Geçmiş şimdide taşıırken geleceğe de bir aktarım sağlayan bellek, bireysel ve kolektif anlamda kimlik oluşumunu da desteklemektedir. Jan Assmann ve Aleida Assmann, kültürel belleğin kalıcılığı ve kimlik inşasındaki rolü üzerinde durdukları çalışmalarında kültürel belleğin geleceğe dönük yüzünün altını çizmektedirler. Bellek, geçmiş, zamanın yıpratıcı ve yok edici etkisinden kurtararak gelecek nesillerin dünyayı kavrayışlarını daha da ileri seviyelere taşıyabilmek adına sonraki nesillere aktarmakla oldukça önemli ve değerli bir görevi üstlenmektedir. Bu anlamda, bellek, geçmiş şimdide taşıyarak bugünü ve yarını sıfırdan başlama zorunluluğundan kurtarmaktadır (Meckien 2013).

Antropolog Jan Vansina, sözlü kültürün egemen olduğu Afrika'daki topluluklarla çalışmış ve bu toplulukların yakın geçmişi daha hızlı unuttukları, uzak geçmişlerine dair ise daha fazla bilgiye sahip olduklarını gözlemlemiştir. Bunun sebebini uzak geçmişe ait bilgilerin günlük iletişimden bağımsız bir şekilde yoğun bir şekilde tekrarlanan anlatılar, şarkılar, ritüeller, semboller gibi aktarım araçlarıyla ilişkili olmasına bağlamıştır. Vansina'nın işaret ettiği bu durumu kültürel bellek kapsamında değerlendiren Assmann, yakın geçmişe ait birikime kuşak belleği, uzak geçmişe, kabilenin kökenine ilişkin birikime kültürel bellek adını vermiş ve bu iki belleğin arasında da bir boşluk olduğundan söz etmiştir. Vansina, yakın geçmiş ve uzak geçmiş belleği arasında oluşan bu boşluğa yüzen boşluk adını vermiştir. Yüzen boşluk, kuşaklararası aktarım oldukça tarihsel olarak köken belleğe ulaşmak yerine köken belleğin aktarımlarına ulaşma durumunu karşılayan bir kavramsallaştırmadır (Assmann 2008: 112-113). Aktarım sırasında geçmişin olduğu gibi korunduğu iddia edilemez. Bu nedenle aktarımın şekli de oldukça önem taşımaktadır.

Yirminci yüzyıl hem bellek patlaması hem de bellek yitimi tartışmalarının yaşandığı bir yüzyıl olmuştur. Türkiye'de de bu olgular gün yüzüne çıkmışken kültürel alanda geçmişe yönelik bir ilgi artışının olduğu da gözlenmiştir. Eski şarkıların yeniden popülerleşmesi, otobiyografi ve anı türlerindeki kitaplara ilginin artması, restorasyon çalışmalarının hız kazanması, modanın klasiklere dönmesi gibi izlerin yanı sıra medya ve sinema alanında da anlatıların geçmişte gizli kalmış ya da o esnada söylenememiş olaylarla şekillenmesi geçmişe yönelik ilginin ve merakın arttığını göstermektedir. Bu noktada tarih ve bellek ilişkisi önem arz etmektedir. Her ikisi de geçmiş konu alan tarih ve bellek, hiyerarşik bir ilişkiyle birbirlerine bağlıdır. Tarih, bellekten doğmaktadır. Geçmiş anlatı haline

getiren de tarihtir. Bellek, birtakım deneyimlere bağılı olarak sürekli süzgeçten geçirilen bir yapı olarak geçmişin filtrelenmiş görüntülerini sunmaktadır. Bu bağlamda saf bir bellekten söz etmek mümkün olmamakla beraber, dönüm noktalarından, travmalardan, baskılamalardan doğrudan etkilenen bellek, baskılananın geri dönüşü, çarpıtılması ve bazen de takıntı haline dönüşmesi gibi pek çok farklı formda çıktılar sunabilmektedir. Tarih de bu etkilenmeler konusunda bellekten farklı değildir. Tarih yazımı da travmalardan, baskılamalardan, sansürlerden, çarpıtmalardan etkilenen ve saflığından şüphe duyulan bir alandır (Şahin Kaya 2011: 105-110).

Arşivler de bellek ve tarih ilişkisinde kayıt altına alıcılar olarak görev yapmaktadırlar. Arşiv, toplumsal kimlik yaratmada, geçmiş kurgusu oluşturmada önemli bir noktada durmakta ve bireysel ve toplumsal bellek arasında da bir köprü görevi görmektedir. Arşivi oluşturan kişiler, bu kişilere bu yetkiyi veren otoriteler, arşivde yer alanlar ve arşivin dışında bırakılanlar düşünüldüğünde politik bir yaklaşımdır (Pelister 2022: 114). Arşivin yazılı olması onu öne çıkaran ve ona bir kanıt niteliği veren önemli özelliktir. Bu özelliği ile sözel bir nitelik taşıyan tanıklıktan ayrılır. Tanıklıktan daha nitelikli bir kanıt oluşturan arşiv, bir araya getirme ve derleme sürecinde gerçekleştirilen seçimlerle arşivi oluşturan gücün ideolojik yaklaşımına bağılı olarak manipülasyona açık bir alana dönüşmektedir (Ricoeur 2020: 189).

Asuman Susam, gelişen teknolojilerle mekân algısının ve zaman hissini yenilediğini ifade ederek yeni bir bellek ve tarih inşasının varlığını işaret etmiştir (Susam 2015: 15):

Şimdiye ait olan her şeyin hızla geçmiş olduğu uzaklık ve yakınlık kavramlarının, temsiliyet ilişkilerinin, dolayısıyla kimliklerin, sınırların belirsizleştiği yıllarda, insan kaybettiği güvenlik duygusunu yeniden kazanmak için kendine yeni geçmişler yaratmanın telaşına düşmüş görünmekte. Dijital kayıt teknolojilerindeki akıl almaz gelişmelerle şimdi, daha kendi sihrini, kendi gerçekliğini duyumsatmadan, geçmişe dönüşerek hafıza depolarındaki yerini almakta. Çağ hatırlamanın ve unutmamanın çift kutupluluğunun gelgiti içinden yeni bir bellek ve tarih, geçmiş ve gelecek inşasının da derdine düşmüş görünmekte.

Bu doğrultuda, kültürü oluşturan zaman ögesinin bellekle kurduğu ilişki, tarih yazımı ve arşivcilik ile geçmişin aktarımı ve saklanması konusunda öne çıkmaktadır. Burada kurulan ilişkinin hem belleğin saf bir alan olmaması hem tarih yazımının ya da arşivciliğin ideoloji üstü bir alan olmaması nedeniyle çarpıtılmaya ve dolayısıyla gerçekliğinin sorgulanmasına açık bir alan olduğu söylenmelidir.

2.3.2.2. Mekân ve Bellek (Kent, Aidiyet, Ulus, Hukuk)

Kültürü oluşturan öğelerden biri de mekândır. Mekân, toplumsal koşullar çevresinde gelişen ilişkiler bütünüdür ve aidiyetin, kimliğin oluşması için gerekli bir olgudur (Çağlar 2018: 33). Mekân, fenomenolojik bir yaklaşımla, deneyimin, yaşamın merkezi olarak ele alınmaktadır. Anılar, hayaller mekânsallaştıkça sağlamlaşmaktadır; bu bağlamda bellek de bir mekândır. Hatırlananların da unutilanların da birer mekânı vardır. Bu ilişkisellikte, insanlar bir mekân oluştururken düşüncelerinden, duygularından, bilinçdışından ayrı bir mekân yaratamazlar. Mekân, bireyin ya da toplumun, içerisinde yaşayanların geçmişlerini ve şimdilerini yansıtan bir alandır (Adıgüzel Özbek 2015).

Bellek mekânı dendiğinde ilk anlam olarak bireyin bireysel deneyimlerinin yer aldığı insan beyni akla gelmekte ve fiziksel bir mekân olarak kabul edilmektedir. İnsan beynini doğal bellek olarak tanımlayarak belleğin kendi alanı dışarısında kalan mekânları ayrıştırmak mümkün olmuştur. Bellek mekânları olarak konumlanan diğer tüm dışsal mekânlar da yapay bellek mekânları olarak nitelenmiştir (Keskin 2014: 30-31).

Belleğin mekânla kurduğu ilişki zamanla kurduğu ilişkiye göre daha gerçektir. Çünkü bellek geçip gitmiş zamanı tekrar yaşayamaz; yalnızca o anı düşünebilir ve düşünsel olarak tekrarlayabilir. Bellek, bir olayı gerçek mekânında tekrar canlandırabilmekle beraber bu noktada mekânın hatırlatıcı ve uyarıcı etkisi de ortaya çıkmış olur. Bazen unutulmaya yüz tutmuş pek çok anı, anının oluştuğu mekâna girildiğinde uyanır ve canlanır (Bachelard 1996: 42). Assmann da mekânın, mekânın içerisinde yer alan imgelerin ve diğer tüm bellek yerlerinin, tetikleyici ve hatırlatıcı etkisini işaret etmiştir. Toplumlar söz konusu olduğunda mekânın daha da önem taşıdığını belirten Assmann, anıtlar, müzeler, kütüphaneler, arşivler gibi hatırlatıcı mekânların kültürel belleği oluşturmada önem taşıyan mekânlar olduğunu ifade etmiştir (Assmann 2008: 111). Bellek mekânları, hatırlatıcı potansiyelleri bilindiğinden çoğu zaman ideojiler için tehlike arz etmekte ve müdahaleye uğramaktadır. Bu doğrultuda birer mücadele alanına dönüşen mekânlar, toplumun belleği korumak adına mekânı koruduğu sembolik birer alana ve birer kültürel mirasa da dönüşmektedirler (Sarıkaya Levent 2023: 329).

Belleğin mekânla kurduğu ilişkide önemli olan bir diğer nokta mekânın ne şekilde kullanıldığıdır. Özel alan ve kamusal alan ayrımı ve bu ayrımın zaman içerisinde silikleşmesi, iktidarın mekân üzerindeki etkisinin kapsamını artırmış; bu durum doğrudan belleğe müdahale olarak da kaydedilmiştir. Mekân isimleri, bu müdahalelerin bir göstergesi olarak okunabilir. Türkiye’de toplumsal olaylara bağlı olarak sokak, cadde gibi mekân isimlerinin değiştirildiği tarih boyunca görülmektedir (Süar Oral 2018: 34-35). Öyle ki bir sokağın geçmişten bugüne değişen isimlerini takiben Türk toplumsal tarihini okumak mümkün hale gelmiştir.

Bellek ve mekân ilişkisinde aktarım, müzelerle somutlaşmıştır. Yaşananları sonraki kuşaklara aktarmak, müze firkrini beraberinde getirmiş; bireysel alandaki günlüklerin ve fotoğraf albümlerinin yerini toplumsal alanda müzeler tutmuştur. Pierre Nora, belleğe ait hatırlatıcı unsurdaki ortamların yok edilmesi riskine karşın ulusal bellek mekânlarının oluşturulması gerekliliğini işaret etmiş; bu mekânların yalnızca fiziksel birer mekân olarak değil sembolik anlam açısından değerli mekânlar olarak kabul edilmesinin ve korunmalarının önem taşıdığını ifade etmiştir. Geline nokta, kamusal alanların büyük bir kısmını kaplayan AVM, otopark gibi alanlar, iletişimsiz ve belleksiz mekânlar yaratsa da var olan bellek mekânlarını korumak ve yeni bellek mekânları yaratmak önem taşımaktadır (Algin, Satıcı 2021: 15).

Her topluluk, yaşadığı sınırlar içerisinde kendi kent belleğini de oluşturmaktadır. Tarihsel ve kültürel birikimin oluşturduğu kent belleği ve kimliği, doğrudan kolektif ve kültürel bellekle de ilişkilidir. Kentler, toplulukların oluşturduğu birer kültürel öge olarak ele alınabilir. Sürekli bir devinim içerisinde olan kent yaşamı, bireysel belleği kolektif ve kültürel bellekle kesiştiren bir alandır (Kısakürek, Bayazıt 2021: 2-4). Kentsel belleğin oluşumunda, bireysel ve toplumsal deneyimler kadar mimarinin de etkisi vardır. Mimari, kentin ve kent belleğinin bir özelliği haline gelerek o kentin kültürünü ifade etmektedir. Geçmiş mimari tasarımlar, şimdiye ve geleceğe kültürel deneyimlerle birlikte aktarılacak dönemin yaşam anlayışına ilişkin pek çok bilgiyi ve deneyimi zamansız kılmaktadır. İnşa edildikleri dönemin kent kimliğini, ekonomisini ve sanat anlayışını yansıtan mimari tasarımlar, bugüne taşındıklarında, birer kültürel miras statüsüne erişmektedirler. Yine kent yaşamı içerisinde yer alan tabelalar, bilgi içeren levhalar ve pek çok diğer yönlendirmeler, kentin bellek elemanları olarak önem taşımaktadırlar. Söz konusu görsel iletişim öğeleri, kentle ve toplumla iletişim kurulmasını sağlarken aynı zamanda sembolik birer anlatım aracı olarak göstergebilimin yaşamın içerisinde yaygın bir yaklaşım olduğunu da gözler önüne sermektedirler. Bu öğelerin tasarımı, ne şekilde kullanıldığı vb. gibi teknik özellikler de kurdukları iletişimin bir parçası olup kentin görsel iletişim gücünü kuvvetlendirme ya da basitleştirme potansiyelini de taşımaktadırlar. Bu nedenle kentsel bellek, iyi bir koruma, başarılı bir tasarım ve ifade gücü, yalın anlatım ve aktarım ile gelecek kuşaklara aktarımı sağlanabilecek bir bellek olarak konumlanabilmesi mümkün bir bellektir. Tam tersi durumda kentsel yaşamın kirlenmesine, karmaşıklaşmasına ve kendi zamanı içerisinde yok olarak sonraki kuşaklara aktarımı mümkün olmayan bir bellek olarak konumlanmasına ve kültürel ve kentsel bir belleksizleşmeye yol açılmasına neden olacaktır (Eker, Aktaş 2023: 1986-1994).

Bellek mekânları konusunda çalışmalarıyla öne çıkmış bir isim olan Pierre Nora da bellek mekânlarına olan ilgisini, ulusal belleğin hızlı yok oluşunu fark edışıyle ilişkilendirir. Bayramlar, anıtlar, törenler, müzeler önemli bellek mekânları olarak tarihi de oluşturan ve koruyan mekânlardır ve bu mekânların korunması da aynı şekilde tarihin korunmasını beraberinde getirmektedir. Nora, bellek

coğrafyasının haritasını çizmekten söz etmiş ve bunu etnografik boyut olarak nitelendirmiştir. Bireylerin sosyal alanla olan ilişkisini psikolojik boyut, ideolojilerin mekânlar üzerindeki etkisini siyasi boyut olarak kategorize etmiştir. Mekânların sunulması noktasında da edebi bir boyutun öne çıktığını ve bunun tarihinin aktarımlarıyla şekillendiğini ifade etmiştir. Nora'nın işaret ettiği en önemli noktalardan biri de bellek mekânlarının korudukları şeyin tehlike arz ettiğidir. Ona göre bellek mekânları, tarihin hızla yok edeceği olayları korumak için inşa edilmiş yapılardır. Arz ettiği tehlike, tarihi yazan egemen ideolojilerin unutulmasını istediği olaylar olmasındandır. Yine de Nora, tarihin bellek mekânlarını ve içeriğini bozmak ve değiştirmek için bir mücadele içerisinde olduğunu görmüş ve bellek mekânlarını “tarihin hareketinden kopmuş ama tarihe iade edilmiş tarih anları” olarak tanımlamıştır (Nora 2006: 9-23). Yine kültürün zamanla kurduğu ilişkide olduğu kadar mekânla kurduğu ilişkide de önem arz eden arşiv olgusu, 21. yüzyılda herkesi arşivci kılan bir malzeme çeşitliliğiyle karşı karşıya kalmıştır. Tanıklıklar, belgeler, fotoğraflar, filmler ve daha pek çok kanıt korunmaya çalışılsa da tıpkı tarih yazımında olduğu gibi arşivciliğin de özünün kontrollü bir yok etme olduğu gerçeği hala varlığını sürdüren bir gerçektir (2006: 25-26). Nora ayrıca bellek mekânlarının anma takıntısı içerisinde hapsolmuş mekânlar olmasını eleştirir. Bellek mekânları, anımsanan bir yer olarak algılanmamalı; belleğin oluştuğu yer olarak yorumlanmalıdır. Bu doğrultuda Nora, yalnızca fiziksel mekânla sınırlamaz ve anıtları, marşları, bayramları, amblemleri de bellek mekânlarına dâhil eder (Evciman 2022).

Hukuk ve ulusal kimlik gibi soyut kavramlar da bellek mekânları içerisine dâhil edilebilecek kavramlardır. Hukuk, bellek üzerinde ciddi etkileri ve yönlendirmeleri olan bir kurumdur. Toplumun sürekliliğin olağan bir işleyiş içerisinde sürmesini sağlayan bir kurum olarak hukuk, bireylerin belleklerinde hak, yaptırım, adalet ve şiddet kavramlarıyla ilişkili olarak yer eder. Geçmişte yaşanmış olayların bellekte yer etmesinde hukuk önemli bir bağlayıcıdır. Olayın hukuksuzlukla acı içerisinde hatırlanması ile hukukun kazanımıyla hatırlanması arasında önemli bir ayrım yer almaktadır ve bu ayrım hem bireysel hem toplumsal travmaların varlığıyla doğrudan ilişkilidir. Geçmişle hesaplaşmak ve hukukun sağlanması için mücadele etmek gerektiği anlarda arşivler, törensel anmalar öne çıkmakta ve önem taşımaktadır (Albal 2019: 72-75). Yine ulusal kimlikle ilişkili olarak aidiyetin yaratılması için gerekli olan ortak bir yurt anlayışı, ortak bir tarih ve mit kavrayışı ve kent kültürü, toplumun bir aradalığı için gerekli birer mekânsal yaklaşım olarak yer almaktadır. Ulusal kimlik, kolektif kimliğin bir çeşidi olarak belirli bir topluluğun görüşlerini kapsamakta ve yansıtmaktadır. Bu bağlamda da topluluğun kendi ideolojilerine özgü bir aidiyet duygusunu geliştirdikleri ortak bir kimlik olarak ulusal kimliğin gündeme geldiği söylenebilir (Turanlı 2018: 157-163).

Mekânın önemi kültürel planlama kavramı içerisinde de ortaya çıkmaktadır. Kültürel planlama içerisinde bütüncül, mekânın ve zamanın bir arada değerlendirildiği kültür anlayışı yer almalı ve kent üzerine geliştirilen politikalar da bu perspektifte uygulanmalıdır. Kentin kültür eksenli planlaması

(Durduran 2020: 52-55), kültür politikaları kapsamında değerlendirilebilir. Bu anlamda kültür özelinde geliştirilen politikalar ve uygulamalarda mekân faktörü son derece önem taşıyan ve kimliği oluşturan öge olarak öne çıkmaktadır.

2.3.2.3. Sanat ve Bellek (Müzik, Dans, Tiyatro, Heykel, Anıt, Fotoğraf, Sinema)

Kültürü oluşturan öğelerden biri olan ve özellikle de kültürün aktarımı noktasında önemli bir görev üstlenen sanat; anıt, heykel, resim, film, tiyatro, dans, müzik gibi çeşitli aktarım araçlarıyla geçmişi şimdiye taşımaktadır. Tarihçi nasıl yeniden yazarak geçmişi oluşturuyor ve arşivlenmiş bir anlatı meydana getiriyorsa sanatsal aktarım araçları da, örneğin tiyatrodaki olduğu gibi, yeniden bir anlatı haline getirerek ve yeniden sahneleyerek geçmişi şimdide görünür kılmaktadırlar (Pelister 2022: 117).

Kültürel belleğin hatırlama, kimlik ve süreklilik ile kurduğu ilişkinin temel ilkesi tekrardır. Tekrarlama, bellekteki girdinin yerleşikleşmesi ve akabinde kuşaklar arası aktarılması için gerekliliktir. Bu bağlamda tekrarlama ile aktarımın sağlanması ve aynı zamanda canlandırma ile bir ritüelin oluşturulması noktasında sanat, tüm bu süreci somutlaştırmak için aracı görevi görmektedir (Akın 2018: 104).

Müziğin belleğe etkisine ilişkin müzik dinlerken aynı zamanda çalışmanın verimi artırdığı, müzik dinlerken hızlıdan yavaşa ya da yavaştan hızlıya tempo geçişleri olduğunda hatırlamanın azaldığı, fon müziğinin alışkanlığa bağlı olumlu ve olumsuz etkileri olabildiği gibi sonuçlara ulaşılmış pek çok çalışma bulunmaktadır (Toptaş vd. 2021: 66). Müziğin bellekle ilişkisini irdeleyen çalışmalar, müziğin insanların hatırlama süreçlerini etkilediğini ortaya koymuştur. Hatırlamayla tekrarın ilişkisi, müzik ve ritim ilişkisiyle benzerdir. Müziğin ritmik tekrarlarla zihinle ve bellekle kurduğu iletişim, zihni dinginleştirdiği ve belleği dış etkenlere karşı sakinleştirdiği için iyileştirici ve tedavi edici bir yönü de vardır. Müziğin birleştirici gücü, topluluk bilincinin oluşmasına etki etmektedir. Marşlar da bir ulusun belleğinin diğer nesillere aktarılmasında oldukça önemli olan müzikal öğelerdir (Ateşçi 2017: 128-134). Böylece müzik, ulus kimliğini ve milli duyguları coşturacak ve ulus kimliğinin değerini vurgulayacak bir etki yaratmaktadır. Bu bağlamda ulusal anma etkinliklerinde, bayramlarda ve törenlerde önemli bir yer tutmaktadır.

Müzik, toplumun kültürel kimliğini aktaran ve o toplum için sosyokültürel bir iletişim aracı olarak da görev yapan sanat dalıdır. Kültürel belleğin aktarımında diğer sanat dallarının da içerisinde yer almasıyla en etkili olan sanatlardan biri olan müzik, ait olduğu toplumun dilini, edebiyatını, tarihini ve kültürel alışkanlıklarını yansıtmaktadır. Müziğin hep bir ağızdan okunmasının getirdiği birleştirici güç, marşlarda olduğu gibi, coşkuyu ve metnin arkasındaki gücü ortaya koymaktadır (Akın 2018: 105).

Topluluk içerisinde ezberden okunarak kuşaktan kuşağa aktarılan mitler, ait olduğu toplum tarafından kutsal kabul edilmektedirler. Kutsal törenlerde ve dini ritüellerde okunan mitler, ezberden okunarak topluluğu etkisi altına alma görevi görmektedirler. Kültürel belleğin, kaydetme, geri çağırma ve aktarma süreçlerindeki aktarım aşamasında ortaya çıkan ezberden okuma eylemi, çoğu zaman uzman taşıyıcılar tarafından gerçekleştirilir. Şaman, kam, ozan, âşık, griot, zakir gibi farklı kültürlerde farklı isimlerle anılan taşıyıcılar, bir müzik aleti eşliğinde mitleri ezberden topluluğa aktarmaktadırlar. Halk bilimi ürünleri olarak da anılabilecek destanlar, efsaneler gibi edebi ürünlerin bu yolla aktarımında müziğin etkisi oldukça kuvvetli olmakla beraber aynı etki halk danslarında da görülmektedir. Dans da tıpkı müzik gibi ritim, tempo ve müzik geçişleri ile tekrarları takip ederek ezberden gerçekleştirilmektedir. Dans ile kültürel kimlik ilişkisi de o denli kuvvetlidir ki çoğu zaman bir ezgi duyulur duyulmaz belleklerde doğrudan dans hareketleri canlanmaktadır (Akın 2018: 108-110).

Müzik, tüm bu özellikleriyle hem bağımsız bir sanat olarak hem de diğer tüm sanatların içerisinde diğer sanatların anlatısını ve aktarım gücünü kuvvetlendiren bir aracı olarak en kıymetli bellek yardımcılarının biridir.

Fotoğraf ve sinema gibi görsel anlatılara gelindiğinde, bu araçlar nostaljik birer hatırlatma sağladığı gibi birer yeniden üretim aracı olarak da görev yapmaktadırlar. Özellikle sinema, filmlerin aktif bir kitle ile buluşması ile çift taraflı, etkileşimli ve çok yönlü bir yeniden üretim süreci sunmaktadır (Çiftçi, Agocuk: 2020: 1193). Sinema, üretildiği her dönemin bir yansıtıcısı olarak bellek çalışmalarında sıklıkla araştırılan bir alandır. Sinemanın zamanla ve mekânla kurduğu ilişki de kültürün kurduğu ilişkiyle benzer dinamikleri takip etmektedir. Görsel dil ve sinematografik öğeler aracılığıyla izleyicinin farklı bir mekân ve zaman içerisinde anlatıyı alımlaması sağlanır. Bu noktada metni anlamlandırmak için öne çıkan unsurlar da bilinçaltı ve bellektir (Ulusal, Doğan 2018: 1046).

Susan Sontag, görüntünün bellek üzerinde çok ciddi ve yer yer riskli de olabilecek bir önemi ve etkisi olduğunu vurgulamıştır. Görüntülerin, bir süre sonra olayın kendisinin yerine geçebileceğini ve belleğin olayın kendisini, olaya yönelik paylaşılan, yansıtılan görüntülerle hatırlayacağını ifade etmiştir. Bu durum ideolojilerin görüntüler aracılığıyla bellekle oynamasına alan açmaktadır (akt. Susam 2013: 7). Assmann bu durumu iktidarların bellek düşkünlüğüyle açıklamıştır. Geçmiş şeyleştikçe, bellek turizminin malzemesi olduğunu ifade eden Assmann, gösteri endüstrisi ve sinema için belleği hazır malzeme olarak nitelemiştir (akt. Susam 2013: 32).

Bahsi geçen her bir sanat dalının ve ögesinin hatırlatma işlevini öne çıkardığı ifade edilebilir. Müzik, yarattığı duygusal çağrışımlarla geçmişte yer etmiş anıların uyanmasına neden olmakta; kişiler arası duygu aktarımını oldukça güçlü bir şekilde gerçekleştirmesiyle ilişkili olarak toplu anma etkinliklerinde yer almaktadır. Dans, bir tür bedensel dışa vurum ve aktarım olarak belleğe ilişkin duygu

durumlarının ifade ediliş şeklidir. Tıpkı müzik gibi kolektif etkinliklerde de yer alan öyle ki kimi zaman dini ritüellerde kendine yer bulan dans, bireyler arasındaki aktarımı kuvvetlendiren önemli bir öğedir. Tiyatro ve sinema, yeniden üretim araçları olarak, geçmişte yer etmiş olayları, önemli kişileri yeniden canlandıran ve anıları her daim canlı tutan ve sonraki kuşaklara aktaran anlatım araçları olarak bellekle kuvvetli bir ilişki kurmaktadır. Fotoğraf ise tiyatro ve sinemadan farklı olarak olaya veya kişilere dair o anki etkiyi dondurmak ve sonraki kuşaklara bir kanıt niteliğinde aktarmak noktasında öne çıkan bir diğer anlatım aracıdır. Heykel ve anıt gibi sanat öğeleri ise bir olaya veya kişiye dair o anı tıpkı fotoğraf gibi dondurmakla beraber mit haline getirerek ve mekânla da ilişki kurarak sonraki kuşaklara aktaran birer bellek taşıyıcısıdır. Bu bağlamda sanatın bellekle kurduğu ilişki, aktarım noktasında önemli bir yer tutmakta ve bu durum kültürel belleğin izlerinin sanat öğelerinde rahatlıkla okunabilmesine yol açmaktadır.

2.3.3. Dijitalleşen Dünyada Kültür Politikaları ve Bellek İlişkisi

Kültür politikaları, ülkelerin milli ve geleneksel değerlerini kapsayacak ve koruyacak şekilde geliştirilen, devlet politikalarıyla çoğu zaman iç içe olan politikalardır. Kültür politikaları, geçmişin ne şekilde hatırlanacağına yönelik görüşlerden oluşan bellek politikalarından da bağımsız değildir. Bu bölümde kültür politikalarının bellekle nasıl bir ilişkisi olduğu, devlet politikaları, ideolojik aygıtların kullanımı, tarih yazımı gibi konular çerçevesinde ele alınacak, kültür politikalarının dijitalleşme sonrası dönüşümü yorumlanacaktır.

Teknolojik gelişmelerle ve değişen alışkanlıklarla beraber daha hızlı anı üretilen ve daha hızlı içi boşaltılan değerlerle iç içeyiz. Bu değişim en çok popüler medya araçlarında, modada, müziklerde, sinemada hissedilmektedir. Eskiden düzenlenen karnavallar belirli dönemlerde insanları bir araya getirmek niyeti taşıırken artık daha ticari bir boyutu bulunan etkinliklere dönüşmüşlerdir. Hala kültürel aktarımın sürdüğü bu gibi toplanmalar, bir aradalık duygusundan ziyade turizmi canlandırmak gibi kısa süreli hedef ve niyetlerle gerçekleştirilmektedir (Ateşçi 2017:139-140). Asuman Susam, söz konusu hızlı yücelme ve yok olma grafiklerinin görüldüğü popüler kültür döngüsünün hem bir unutma çağı hem de bir hatırlama çağı yarattığını ifade etmiştir. Artık yazının değil sanal belleklerin gündemde olduğu bir hatırlama çağıdır bu. Birey bu iki ucu yaşarken bir yandan popüler kültürü takip ederek ve ona yetişmeye çalışarak hızlı bir unutma eğilimine yönelmekte bir yandan da özünü yitirmemek adına sık sık geçmişini ve kendini anımsamaya yönelmektedir (Susam 2015: 14). Öz yiterken bir yandan da geçmişi görselleştirme üzerine bir eğilim de yaygınlaşmıştır. Müzeleştirme, antikacılık gibi kavramların da popülerleşmeyle beraber gündeme gelmesi, Raphael Samuel'in "korumacı çılgınlık" kavramına denk

düşmektedir (akt. Sarlo 2022: 10). Böyle bir dönemde kültür politikalarının varlığı ve doğru uygulanması özellikle önem taşımaktadır.

Kültür politikaları, devlet politikalarından ayrı değildir. Kültürel politikalarının devlet politikalarıyla karıştığı ülkelerde belleği yitirme korkusu daha baskındır. Devletlerin ideolojik olarak izledikleri unutturma veya hatırlatma politikalarında kültür araçlarının yanlış kullanımına sıklıkla rastlanmaktadır (Sarlo 2022: 19). Agamben'in kurtulanların tek çaresinin hatırlamak olduğunu söylediği gibi (akt. Sarlo 2022: 30), çoğu olayda tanıklar bir daha yaşanmaması adına olayın unutulmaması için çaba harcarken devlet politikalarına ve devletin ideolojik aygıtlarının unutturma politikalarına karşı bir mücadele yürütürler. Mithat Sancar, egemen olması gereken yapının bastırma ve unutma/unutturma politikası değil hatırlama ve anma politikası olduğunu ifade etmiştir. Geçmişle iyi ya da kötü yüzleşmenin tek şartı olarak hatırlama eylemini öne çıkarmıştır (akt. Göğercin Toker 2017: 56).

Kültür kavramının milletleri kurgulamak ve toplumları kategorize edebilmek adına sistematik olarak kullanımı, kültür politikaları ile olmuştur. Bu bağlamda kültür politik bir nitelik de kazanmış; her ülkenin kendi kültür politikalarını geliştirmesiyle oldukça geniş bir çalışma alanı olarak kültür politikaları alanı doğmuştur. Geliştirilen kültür politikalarıyla her millet, kendi kültürünü yüceltmek, korumak ve yaygınlaştırmak gayelerini taşımaktadır. Ülkelerin kültür politikalarını birer yayılmacı politika olarak görmeye başlamasıyla kültür politikaları önem kazanmış ve pek çok kültürel araçla – medya başta olmak üzere – kültür politikalarını fark ettirmeden yaygınlaştırmak üzerine stratejiler geliştirilmeye başlanmıştır. Bu duruma, soğuk savaş sürecinde Amerikan kültürünün yaygınlaştırılarak küresel hale gelmesi örnek verilebilir. Kültür politikalarının kendi içerisinde toplumun kültürü hakkında bilinçlenmesi, kültürü korumak için uygulamaların geliştirilmesi gibi kapsamları varken dışarıda ise diğer kültürler üzerinde egemenlik kurarak kendi kültürünü daha geniş kitlelere kabul ettirmek şeklinde bir izleği bulunmaktadır. Buradaki egemenlik kurma içgüdüğü, korumacı anlayıştan gelmektedir. Bir kültür ne denli yaygınlaşır ve ne denli geniş kitleler tarafından benimsenirse o kültürün yok olma ihtimali o oranda azalır. Kültürün diğer kültürler üzerindeki yayılmacı etkisinin onu politik bir mertebeye taşıdığı belirtilmişti. Buna ek olarak kültür, kendi iç dinamiklerinde de siyasi iktidarların ideolojilerine bağlı olarak dönüştürme, yeniden kurma gibi etkilere maruz kalabilmekte ve bu maruziyet hali de kültürü politik kılmaktadır. Kültürün dönemin iktidarının ideolojilerine göre şekillendirilmesi, birtakım yok etme, yok sayma pratiklerini beraberinde getirmekte ve bir bellek yitimine de yol açabilmektedir (Kireççi 2023: 55-56).

Kültür politikaları alanında gerçekleştirilen ilk uygulamalar UNESCO tarafından gündeme getirilmiş; ilk kez 1970 yılında, Venedik Konferansı'nda, ülkelerin kendi kültür politikalarını oluşturmaları kararı alınmıştır. 1998 yılında UNESCO'nun kültür politikalarının beş ana etkene bağlı

olarak uygulanması belirlenmiştir. Bu etkenler, kültür politikalarının kalkınma stratejisi olarak değerlendirilmesi, kültürel hayata bireylerin katılımının sağlanması, kültürel mirasın korunması ve buna bağlı kültür endüstrilerinin geliştirilmesi, kültürel çeşitliliğin artırılması, kültürel kalkınma için ekonomik iyileştirmelerin gerçekleştirilmesi gibi şartları kapsamaktadır (Kireççi 2023: 58).

1960'lı ve 1970'li yıllar arasında UNESCO'nun Genel Müdürlüğü'nü üstlenmiş olan Rene Maheu, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nde yer alan kültürel haklar kavramının taşıdığı önemi öne çıkarmış ve kültürel hakların kültür politikalarının oluşturulmasında temel alınması gerektiğini vurgulamıştır. Kültür hakkının, her bireyin kendi kültürünü özgürce yaşamasını kapsadığını ve kendini yok sayılmış hissedenden toplulukların kendi kültürel yaşamlarını eşitlikçi bir ortamda yaşayabilmeleri için bir mücadele alanı olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda, kültürün demokratikleşmesi kavramı ortaya çıkmış; bu kavram egemen kültürlerin dışında kalan kültürlerin, eşit haklara sahip olması ile ilişkili birtakım mücadeleleri kapsamıştır (Durduran 2020: 49).

Türkiye özelinde, kültür ve bellek politikalarının ilişkiselliğine bakıldığında, Türkiye'nin coğrafi konumunun getirdiği bir takım çevresel faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Türkiye, politikaların işleyişi ve kurumsallık anlamında Avrupa demokratik sistemine yani Batıya, Müslüman bir ülke olmasıyla da İslam dünyasına yakın bir ülke konumundadır. Türkiye'nin coğrafi konumunun da getirdiği çok fazla kültür ile temas içerisinde bulunması hali, çok kültürlü bir yapının ülke içerisinde oluşmasına neden olmuştur. Bu anlamda Türkiye'nin kültür ve bellek politikalarının da bu çok kültürlü yapıya uygun olarak geliştirilmesi işlerlik açısından gereklidir. Türkiye, İslam ve Türk tarihinden taşıdığı kültürel mirasa, 18. yüzyıl sonrasında etkileşime girdiği Avrupa kültürünün de eklenmesi ile karma bir kültüre sahip olmuştur (Kireççi 2023: 18-19). Bu ikilik, Türk kültürüne ilişkin içsel bir kutuplaşmanın varlığını da beraberinde getirmektedir. Bu kutuplaşmanın varlığı, iktidarların da belirli bir kutbun ideolojisine yönelik kültürel politikalar izlemesiyle içeride sürekli bir kültürel çatışmanın yaşanıyor olmasını doğurmaktadır.

Türkiye'de dünden bugüne uygulanan kültür politikalarına dair bir değerlendirme geliştiren Esin Durduran, dört dönem üzerinden inceleme yapmıştır. Birinci dönemi Türkiye'nin Osmanlı'nın kültürel değerlerini koruduğu 1920-1950 arası dönem olarak nitelemiştir. Bu dönemde ülke kimliğini geliştirecek kurumların oluşturulduğunu ifade etmiştir. Tek bir ulusal kültürün yaratılmasının hedeflendiği bu dönemde Türk Tarih Kurumu, Türk Dil Kurumu gibi kurumların kurulduğunu işaret etmiş; Köy Enstitüleri'nin kurulmasını da bu çerçevede ele almıştır. İkinci dönemi, 1950-1980 yılları arasındaki çok partili dönem olarak belirlemiş ve bu dönemde iktisadi politikalarda yerel üretim politikalarının önemsendiğini, kültürel politikalarda ise İslam kültürünün öne çıktığını Türk kültürünün Orta Asya temelli bir zemin üzerinde değerlendirilmeye başlandığını ifade etmiştir. Kültür

Bakanlığı'nın da kurulduğu bu dönem İstanbul'un bir kültür merkezi olarak öne çıktığı dönemdir. Üçüncü dönem olarak 1980 sonrasını ele almış; bu dönemde batıya yönelik bir etkileşim yaşandığını, popüler kültürün gündeme geldiğini ve küreselleşmenin etkilerinin görünür olduğunu belirtmiştir. Bu dönemde hazırlanan Milli Kültür Raporu ile çeşitli sektörlerde yer etmiş önemli oluşumların -bankalar başta olmak üzere- kültürel mekânlar açması ve sektör fark etmeksizin marka kimliğinde kültürel bir perspektif yaratmaları teşvik edilmiştir. Dördüncü dönem olarak nitelediği 2000 sonrası dönemde bakanlık tarafından hazırlanan yönergelerle kültür yatırımlarını teşvik kanunları ve kültürel alana yönelik destekleme ve sponsorluk faaliyetlerinin yaygınlaştırılması yönünde genelgeler hazırlanmıştır (Durduran 2020: 73-76).

Kültür politikalarının uygulanış şekli, uygulama sonuçları ve etkisi gibi pek çok durum, dijitalleşmenin varlığıyla daha açık bir hal kazanmış ve gözle görülür olmuştur. Dijitalleşme ayrıca kültür politikalarının yayılma hızını ve kapasitesini arttırmış; yalnızca coğrafi sınırlara uzanabilen kültürel etkileşim, ulus aşırı pek çok bölgeye yayılabilir olmuştur. İnternet teknolojisini kullanan pek çok cihazla, kültürler arası etkileşim artmış ve kültürel bir ağ toplumu oluşmuştur. Bu dönemde ortaya çıkan yeni medya uygulamaları, küresel kültürel akışın hızlanmasına yol açmıştır. Bu akış, dijitalleşme döneminde egemen kültür olan Amerika ve Avrupa kültürlerinin özellikle üçüncü dünya ülkelerine hızla sirayet etmesine neden olmuştur. Her ne kadar bu kültürler arası erişimin artışı, alt kültürlerin ya da kabile kültürlerinin de ortaya çıkmasına ve ilgi görmesine neden olsa da pek bilinmeyen ve küresel bir ağın oluşmasıyla keşfedilen bu kültürler, bir magazin ve merak odağı olmaktan öteye gidememektedir. Hatta bu etkileşim sonucunda pek çoğu tanıştığı Batılı kültürün etkisi altına girmektedir.

Dijitalleşmenin etkisiyle gelişen ve küreselleşme, yakınsama, mobilite gibi pek çok etkenle zamansal ve mekânsal sınırlılıkları yok eden sanal evren, kendi kültürünü var etmiştir. Siber kültür olarak tanımlanabilen bu kültür içerisinde bireyler birer kullanıcıya dönüşmüş ve bu siber uzamın dijital yerlileri olarak konumlanmışlardır (Ölçekçi 2020: 147). Kültür politikaları, geçmişte organizasyonlar, müze buluşmaları, sanatsal etkinlikler gibi birtakım toplaşmalarda yayılmaları için organize edilirken gelişen siber uzam, çok daha büyük yayılım kazandırabilecek bir alan sunmuştur. Bu nedenle kültür politikalarının gelinen noktada ilişki kurduğu en görünür alan yeni medya alanıdır.

Kültür, yeni medya araçlarıyla bir metaya dönüşmüş ve kültür endüstrilerinin oluşmasına da yol açmıştır. Beraberinde tüketim kültürünü de doğuran kültür politikaları ve yeni medya ilişkisi, nesiller arasında bir kültürel şok ve ayırım da yaratmıştır (Ölçekçi 2020: 150-151). Kitle kültürü, tüketim toplumu ve tüketim kültürü kavramları zaman içerisinde dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşümler yeni ekonomik yapılanmaların, yeni tüketim sınıflarının ve medyada ulus ötesi ve kültür ötesi ilişkilerin doğmasına neden olmuştur. Dönüşümlerin temelinde başta emek odaklı üretim yapısının bilgi odaklı

Üretim yapısına dönüşmesi, çok uluslu şirketlerin ve çok uluslu sermayelerin doğuşu ve çok uluslu bir kültürlenme yapısının oluşumu yatmaktadır (Kaymas 2001: 115-118). Kültürler arası dinamiklere bakıldığında ise kültürel küreselleşme etkisiyle kültürel sınırlar siliklemeye balamı, ortak kültürel kimlikler ve alışkanlıklar geliştirilmiştir. Kültürel küreselleşmenin kültürler arası yarattığı etkiler homojenleşme, kutuplama ve hibritleme şeklinde kategorize edilmiştir. Kültürlerin Amerikan kültürü ve Batı kültürü etkisine girmesi ve her kültürün egemen kültüre benzemesi homojenlemeyi, Batılı kültürler ile diğer kültürler arasında yaşanan çatışma kutuplamayı ve kültürlerin birbirleriyle etkileşiminden yeni melez kültürlerin doğması hibritlemeyi karşılamaktadır. Genel olarak kültürel çeşitlilik yerine daha kontrol edilebilir olması adına istenen ve uygulamaya koyulmaya çalışılan standartlaşma, kültürel homojenliğin egemen ideolojiler tarafından desteklenmesini beraberinde getirmektedir. Kültürel homojenleşme, evrenselliği yücelterek her kültürden insanların birbirleriyle anlaabilmesini ve her kültürden üretilen içeriği herkesin anlayabilmesini bir kamuflej olarak kullanarak yerel kültürlerin yok edilmesine alan açmaktadır. Amerikan kültürünün eğlence, moda, beslenme ve medya kültürleri aracılığıyla yaygınlaştırılması en görünür kültürel homojenleşme girişimidir. Bu durumun iler olmasının arka planında bahsi geçen kültürleri yaratan medya, oyun, etkinlik, gıda, giyim gibi sektörlerin Amerikan irketlerinin egemenliğinde olması yatmaktadır. Gelineen noktada, dijitalleşmenin medyada yarattığı dijital platformlarda yer alan tüm içeriklerde de benzer Amerikan kültürü etkisini görmek mümkündür. Bu etki, yerel kültürlerin siliklemesine ve bir bellek yitimine yol açmakta, direnen bir takım yerel kültürel ögelerin ise turistik ya da magazinel birer ilgi odağı olmasının otesine gidememesine neden olmaktadır (leki 2020: 152-158). Kültürün akışkanlığı, gelişen teknolojilere bağlı olarak yeni minör kültürlerin oluşması, bireylerin yeni kültürel alışkanlıklara verdiği tepkiler, çağın dinamikleri gibi pek çok faktör birleştiğinde, kültürün sabit bir olgu olmadığı, kültürlerarası bir yarıın sürdürüldüğü, kültür politikalarının gündelik yaşama sirayet ettiği, egemen kültür yaratma gayesine karşılık yerel ve alt kültürlerin bir mücadele alanı olarak yaratıldığı bir ortam oluşmuştur. Bu bakışla 21. yüzyılın kültürel soğuk savaşın baladığı ve sürdürüldüğü yüzyıl olarak anılacağı öngörülebilir.

Kültür politikaları, koruma, aktarma, yaygınlaştırma politikalarından oluşur. Koruma ve sürdürülebilirliğini sağlama noktasında ne çıkan kültürel miras ögeleri, nesilden nesile aktarımlarının sağlanabilmesi için yasal düzenlemelere de tabii tutulan ögelerdir. Kültürel mirasın muhafaza edilmesi ve sonraki kuşaklara aktarılabilmesi için arşiv, kütüphane, müze gibi kültürel bellek kurumları¹⁹ önem arz etmektedir. 1990'lı yıllarda, dijitalleşmenin etkisiyle bu gibi koruma meknlarında dijital koruma

¹⁹ Bellek kurumu kavramı, 1990'lı yıllardan itibaren Avrupa Birliği'nin stratejik amaçlarında yer almaya balamıtır. Birleşmiş Milletler, kütüphane, arşiv ve müzeleri bellek kurumları olarak kabul etmektedir (akmak, Yılmaz 2017: 52).

programları uygulanmaya başlamış; yeni dijital girişimler oluşturulmuştur. Kültürel bellek kurumları olarak da anılan kültürel mirası koruma alanları, dijitalleşmenin etkisiyle geliştirilen dijital koruma tekniklerinin kalıcı ve erişilebilir olması için birtakım dijitalleştirme politikaları geliştirmişlerdir (Çakmak 2016: 35).

Gelinen noktada, kültürün hem daha korunaklı olduğu hem daha müdahale edilebilir olduğu bir dönemden söz etmek mümkündür. Kültürün korunaklı yapısı, dijitalleşmenin etkisiyle her şeyin daha görülür, erişilebilir ve yaygınlaşabilir kılınmasıyla ilişkilidir. Müdahale edilebilir olması ise manipülatif etkilere, yok etme stratejilerine ve erişime kapatma kararlarına daha açık olmasıyla bağlantılıdır. Kültüre yapılan müdahaleler, doğrudan belleğe de yapılmış olmaktadır. Yirminci yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan bunalım, nostalji ve yas duygularının yoğunluğu, kültürel belleğin yitimiyle ilişkilendirilmiştir. Bellek yitimi ya da kültürel belleksizleştirme, Adorno tarafından, 1930'lu yılların sonlarında müzik üzerine yaptığı eleştirel çalışmada dile getirilmiştir. Kapitalist kültürün bir sonucu olarak değerlendirilen kültürel belleksizleştirme, gelinen noktada, Adorno'nun sözünü ettiği etkinin çok daha katmanlı bir versiyonunu karşılamaktadır. Huyssen, bellek yitimine ilişkin; gelişmiş teknolojinin hâkim olduğu ve olacağı geleceğe dair öngörüsünde anımsama eylemine gerek kalmayacağı ve böylece unutacak bir şeyin de olmayacağını ifade etmiştir. Ona göre bellek yitimi böylece fiziksel bir yitimi karşılıyor olacaktır (Huyssen 1999: 11-21). Gelinen noktada yeni medyanın olanaklarıyla unutmanın gün geçtikçe zorlaştığını söylemek mümkündür. Fakat ortaya çıkan yeni sorun, hatırlananların ne şekilde hatırlandığıyla ilişkilidir. Manipüle edilen, oynanan, değiştirilen geçmiş, gerçekliğini yitirmekle karşı karşıya kalabilmektedir. Gerçekliği bozulan geçmiş, yok olmuş bir geçmiş olarak değerlendirildiğinde bellek yitiminden farklı bir formda da olsa söz etmek hala mümkündür.

2.3.3.1. Kültür Endüstrisinin Yeni Belleksizleştirme Politikası

Endüstri, kelime karşılığı olarak, Endüstri Devrimi öncesinde beceri, azim, çalışkanlık anlamlarında kullanılırken devrim sonrasında üretim sektörünün ve üretim kurumlarının karşılığı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Sanat da endüstri kelimesiyle benzer kavramsal örüntüyü içermektedir. Beceri, yetenek anlamındaki kullanımından zamanla belirli bir takım faaliyetlerin kümesi haline gelerek kurumsallaşmıştır. Yine benzer şekilde kültür kavramı da aynı dönemlerde benzer kavramsal dönüşüme dâhil olmuştur. Doğal büyüme ve eğitim süreci anlamlarında kullanılan kavram, zamanla, bir toplumun genel gelişim durumunu karşılar olmuştur (Williams 1960). Kavramlar dönüşüm geçirdikçe kurumsallaşmış, iç içe geçmiş ve hepsi artık ayrı bir sistemi işaret eder olmuştur. Kültür bir endüstriye dönüşerek kültür endüstrisi adını almıştır. Bu başlıkta kültürün endüstri haline gelmesi, sanatın bu süreçte araç olarak kullanımı ve yaratılan kültür endüstrisinin sonuçları irdelenecektir.

Kültür endüstrisi kavram olarak, 1930'lu yıllarda iletişim çalışmaları üzerine yoğunlaşan ve kitle kültürü, medyanın ekonomi politiği, metinlerin kültürel analizleri üzerine çalışmalar yapan Frankfurt Okulu düşünürleri tarafından kullanılmıştır. Kültür endüstrisi, kültürün kitlesel olarak üretilmesiyle bir endüstriye dönüşmesini ve sistemin ticari boyutunun işleyişini karşılamaktadır. Metalaştırma, standartlaştırma ve kitleselleştirme şeklinde bir etki yaratan kültür endüstrisinin, bireyleri kitle kültürü içerisine dâhil etme ve kitle kültürünün ideolojik meşruluğunu yaratma gibi işlevleri de bulunmaktadır. Adorno'nun popüler müzik, Lowenthal'ın popüler edebi dergiler, Herzog'un pembe diziler çalışmaları popüler kültürün ve kültür endüstrisi yaklaşımının öncü çalışmalarıdır. Adorno ve Horkheimer'in 1947'de yayımladıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde ilk olarak kullanılan kültür endüstrisi kavramı, ilk etapta kitle kültürü olarak kullanılmış; sonraları kitle kültürü kavramının yanlış anlaşılacağı düşünülerek kültür endüstrisi şeklinde kullanılmıştır. Kitle kültürü kullanımıyla, sorunun kitleler eliyle çıktığı şeklinde bir yanlış anlaşılmanın ve sistemin göz ardı edilmesinin mümkün olduğunu fark ederek kültürün bir sistem ideolojisi olduğunu ifade edecek kültür endüstrisi kullanımını tercih etmişlerdir (Adorno 2003: 76).

Adorno, kültürü, toplumu oluşturan ekonomi, politika, sanat, din, ahlak gibi pek çok ögenin birleşimi olarak değerlendirmektedir. Kültür endüstrisi, bahsi geçen kültürü oluşturan her bir ögenin ticarileşmesini ve alınıp satılır birer meta haline gelmesini karşılamaktadır. Bu yolla bireyin, toplumun ve kültürün özü zarar görmekte, her biri sömürüye açık bir hale gelmektedir. Kapitalist sistemin etkisiyle çeşitlilikler yok edilmekte, her bir öz bir tür standartlaştırmaya maruz kalmaktadır (Çimen 2020: 2316). Teknoloji ve dijitalleşme de bu düzeni sürdürmek için kapitalist sistemler tarafından bir araç olarak kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçları, kapitalist sistemin kazananlarının, egemenlerin, tekeli elinde tutanların propagandasını yapma mecraları olarak konumlanmış; gelişen teknoloji bu propaganda olanağının bir noktada görünür ve fark edilir olmasına yol açarken diğer noktada da hızla ve kontrol edilemez, durdurulamaz bir şekilde yayılmasına neden olmuştur. Böylece geçmişte gazete, radyo, televizyon gibi araçlarla yayılan dezanformasyon artık bu kanallara ek olarak sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla da yayılır olmuş; kültür endüstrisinin yarattığı eşitlikçi olmayan, egemenin tarafında duran ve manipüle eden bakış, gündelik hayata hiç olmadığı kadar sirayet etmiştir. Tüm bu denklemde bireyler büyük bir aldanış içerisinde. Geçmişte gazete, radyo, televizyon gibi araçlarla yayılımı gerçekleştirilen kültürel manipülasyon, daha sınırlı bir manipülasyondur. Kitlelere kendi bölgelerine ve komşu bölgelere dair bilgiler sunan araçlar, toplumun sadece kendi içlerinde paylaşım yapabiliyor olmalarıyla da ilişkili olarak çok daha dar kapsamda bir başarı elde edebiliyorlardı. Dijitalleşmenin etkisiyle gelişen yeni medya ortamı, herkesin her şeyden, sadece kendi bölgesinin ya da komşu bölgelerin de ötesinde tüm dünyadan ve hatta evrenden haber alabilmesini ve farklı topluluklardan, kültürden, inançtan hiç tanımadığı pek çok kişiyle var olan bilgiyi paylaşabilmesini ve

tartışabilmesini mümkün kılmaktadır. Bu durum eskiden tek bir kanaldan tek bir bilgiye ulaşan ve bu bilgiye inanarak yüksek oranda manipüle edilebilen kitlelerin, alabildiğine veri akışının gerçekleştiği, sistemin sunduğu bilgilerin muhalif sistemlerce yalanlandığı dezanformasyon evreninde kafa karışıklığı içerisinde, neye inanacağını şaşırılmış bir halde yalnızca sorgulamadan içerik tükettikleri bir ortam yaratmıştır. Kültür endüstrisi için eskiden verileni doğrudan sorgulamadan alan ve kabul eden kitle, şekil değiştirmiş olsa da, şu anda verileni sorgulasa da sorgulamasa da gündemin hızlı sirkülasyonu içerisinde yalnızca tüketen ve böylece yine kolayca aldatılabilen kitleler olarak varlığını sürdürmektedir.

Adorno, kültür endüstrisinin kendini var etmesini ve sürdürülebilir kılmasını, kitlelerde yarattığı ihtiyaç döngüsüyle sağlayabileceğini ifade etmiştir. Adorno'ya göre “kültür endüstrisi durmadan vaat ettiği şeylerle tüketicisini durmadan aldatır.” Buna bağlı olarak, tüketicilerin reklamlarla kurduğu ilişkide, sahte olduğunu bildiği halde o ürünü almaya dair bir istek duymasını ve ürünü tüketmesini, kültür endüstrisinin zaferi olarak nitelemiştir (Adorno 2020: 72). Kültür endüstrisinin zaferi, dijitalleşme sonrasında, bireylerin tüketecekleri içerikleri kedilerinin seçtiği yanılığını yaratmasıyla ölçülebilir.

Kültür endüstrisi, bireylere tüketim arzularının ve ihtiyaçlarının giderileceği konusunda telkin sunar ve onları yönlendirir. Bu durumu bir doyum sağlama olarak lanse etse de tüketici, sunulanla yetinme konusunda terbiye edilir. Kültür endüstrisi bireye gündelik yaşamın sıkıntılarından uzak, dingin bir zaman dilimi vaat etmektedir. Burada da birey bir kaçış alanı olarak gördüğü vaat edilen eğlence anlayışının bir yerden sonra bağımlısı olur. Birey, kültür endüstrisi için bir müşteridir. Kültür endüstrisi bireye, kendisini seçimler yapabilen bir özne olarak hissettirse de aslında birey tüm bu denklemden bir nesnedir. Kültür endüstrisinin bu halini Adorno bir benzetmeyle özetler: “tıpkı bir Amerikan mizah dergisinde çıkan bir karikatürde olduğu gibi: Baba evinden kaçan kızın karanlıkta indiği merdiveni tutan kişi babasıdır.” (Adorno 2020: 75).

Kültür endüstrisi, 21. yüzyılda hiç olmadığı kadar gündelik hayata karışmıştır. 20. yüzyılda kültür endüstrisinin kitle iletişim araçları aracılığıyla bireylerin günlük yaşantısını etkilemesini, 19. yüzyıl sonrası örgütlü bir kapitalizm anlayışının çıkmasıyla yorumlayan düşünürler, bu durumdan sorumlu olarak medyayı işaret etmişlerdi. Jürgen Habermas'a göre medyanın yaydığı enformasyon, temel yaşamsal bilgi olarak kabul edilmeye başlanmıştı. Bireylerin sorgulamalarına alan tanımayacak bir kesinlikte enformasyon akışı sunan ve bir güven ortamı yaratan medya, bireyin arzularını ve isteklerini kontrol eder olmuş; bireye duymak istediği bilgileri vererek zihinleri uyuşturma ve sistemin işlerliğini sağlama noktasında önemli bir araç olmuştur (akt. Bennett 2013: 35). Medyanın ardından daha bağımsız bir alan olarak görülen sanat da teknolojiyle yakın ilişki kurduğu andan itibaren eleştirel tutumunu yitirmiş; tekelleşen anlayışa hizmet sunmaya başlamıştır (Çimen 2020: 2326). Adorno, kültürün bir sistem meydana getirdiğini, filmlerin, dergilerin, içeriklerin her birinin birbirine benzemeye başladığını ve tek

bir söz söylediğini işaret etmiştir (Adorno 2020: 47). Adorno'nun sözünü ettiği ve kültür endüstrisi ile ilişkilendirdiği sistemin tekelci anlayışı, içeriklerin birbirine benzemesi, tek bir ideolojinin yaygınlaştırılması, kitlelerin eleştirelliğe alan tanımadan uyuşturulması, sürekli tüketim ihtiyacının yaratılması ve böylece sistemin sürdürülebilirliğinin sağlanması gibi belli başlı adımlar, dijital platformların kültür endüstrisiyle olan ilişkisinde sürdürdükleri adımlardır. Dijital platformlar, yenilik, çeşitlilik ve özgünlük vurgusuyla, geleneksel medyanın artık fark edilen ve eleştirilegelen sistemelliğinin karşısında konumlanmış; buna rağmen kendi iç dinamiklerinde tekelci bir anlayış sürdürerek aynı ekiplerle, aynı tip projeler üretmeyi sürdürmüş, birbirine benzer olmasının yanı sıra geleneksel medyada yer alan içeriklere benzer içerikler piyasaya sürmüş, izleyicileri aktif kullanıcı oldukları yanılgısı içerisinde uyuşturmuş ve sürekli içerik tüketmelerini sağlayacak politikalar üreterek sistemin devamlılığını dijital ortamlarda da garanti altına almıştır. Bu denklemden bakıldığında, dijital platformların yayılcı politikaları, yayılma kapasiteleri ve algoritmalarla izleyicileri kontrol edebiliyor olmaları gibi geleneksel medya araçlarına ek gelişen imkânları da düşünüldüğünde dijital platformların sistemin sürdürülebilirliğini sağlaması noktasındaki gücü ve tehlikesi daha büyüktür.

Kültür endüstrisi, varlığını sürdürmek için büyük eforlar harcanmasına gerek olan bir endüstri değildir. Pek çok irili ufaklı endüstriye hali hazırda sızdığı ve her endüstri bazında tüketici olarak konumlanan bireyleri otomatikleştirdiği için artık bireylerin bilinçsizce kültür endüstrisi için çalıştığı bir çark dönmeye başlamıştır. Böylece artık sanat da bir endüstri olarak bir sanat eseri ürettiği iddiasıyla yola çıkmamakta herkes bir tüketim nesnesi yarattığının bilincinde hareket etmektedir (Çimen 2020: 2328).

Frankfurt Okulu düşünürlerinin kültür endüstrisini medya ve popüler kültürler üzerinden okumasının yanı sıra, İngiliz Kültürel Çalışmalar (Birmingham) Okulu düşünürleri de medyaya ve popüler kültüre en çok maruz kalan sınıfların sanıldığı kadar pasif olmadıklarını ortaya koymuş ve bir karşı kültür oluşturma potansiyeli taşıdıklarını işaret etmiştir. Frankfurt Okulu'nun egemen kültürü görerek hareket ettikleri çalışmalarda, İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu sömürülen kültürlerin mücadelelerini görmektedir (İliç 2022: 369). Bu alanda Raymond Williams, Stuart Hall, Richard Hoggart gibi düşünürlerin görüşleri öne çıkmış, popüler kültür ile kitle kültürü arasında ayrımı gittikleri çalışmaları, kültürel çalışmalar alanının doğmasına neden olmuştur. Popüler kültür kitle kültüründen ayırdıkları en temel nokta, popüler kültürün halkın gündelik yaşamından doğmasıdır. Kitle kültürünün gündelik yaşama hızla sirayet etmesiyle ayırt etmek zorlaşsa da popüler kültür, kitle kültürünün yüzeyselliğinden ayrı tutmuşlardır. Kitle iletişim araçlarının ideolojik alanı inşa etme ve sürdürme noktasında birer hizmet aracı olduklarını onlar da kabul etmişlerdir (Ay 2020: 327-328).

Douglas Kellner da Frankfurt Okulu'nun ortaya koyduğu görüşlere eleştirel bir tutumla yaklaşmıştır. Frankfurt Okulu'nun yüksek kültür – düşük kültür ayrımını, kitle kültürünü ideolojik olarak aşağıda görmesini eleştirmiş; kültürün tamamına eleştirel yaklaşmayı, sadece yüksek kültüre yönelik bir önyargı beslememeyi önermiştir (Kellner 1995: 29). Kellner, Frankfurt Okulu ve İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu'nun kültür, medya ve ideoloji ilişkisine yönelik çalışmaların tartışma kapsamını şu şekilde özetlemiştir: “Bu kültürel çalışmalar biçimi, kitle kültürünü ve toplumu genel olarak bireyleri egemen olarak gören manipülasyon teorisi ile bireylerin egemen kültüre karşı koyma, direnme ve mücadele etme gücünü vurgulayan popülist direniş teorisi arasındaki ayrımı müzakere etmeye çalışır.” (Kellner 1995: 40).

Kültür endüstrisi, sanatı ticari bir meta olarak nitelerken, bireylerin de sorgulama kabiliyetlerinin bastırıldığını, standartlaşmış kültürel ürünlerin insanların kapitalizmin neden olduğu sıkıntılarını görmemek için başvurdukları birer araç haline getirildiğini görmek gerekmektedir (İliç 2022: 370). Marx'ın, endüstriyel kapitalizm döneminde burjuvazinin gücünün işçi sınıfının yaşantısına kendi gerçekliğini dayatmasıyla oluştuğunu ileri sürdüğü görüşüyle, Frankfurt Okulu'nun geç kapitalizm döneminde kültür endüstrisinin gücünün kitlelerin yaşantısına sistemin gerçekliğini dayatmasıyla oluştuğunu ileri sürdüğü görüşü benzerdir (Bennett 2013: 33). Bu bağlamda Marksist yaklaşımın da kitle iletişim araçlarını eşitsiz toplumsallığın ve sistemin ideolojisinin yerleşmesine destek olan araçlar olarak görmesi ve kitle iletişim araçlarının ürettikleri ürünlerin kültürel içeriği ile mülkiyet meselesi arasında bir ilişki olduğunu ileri sürmesi, kültür endüstrisine daha bütüncül yaklaşılabilir yeni perspektifleri de sunmaktadır. Dallas Smythe, iletişim endüstrisinin ekonomik işlevinin işlerliğini işaret etmiş ve kapitalist kültürel sistemleri anlamak için ekonomik boyutun da incelenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Tekelci kapitalizmde üretim zamanı ile kitlelerin tüketim gerçekleştirebilecekleri boş zamanları arasındaki dinamik önem taşımaktadır. Özellikle de dijital platformların algoritmik kültüründe izleyicilerin kategorize edilmesi, izleyici tercihlerinin tüketici kapitalizmini sürdürecektir şekilde üretimin biçimlendirilmesinin yolunu açmaktadır (Stevenson 2015: 26-27). Eğlence, sistemin sürdürülebilirliği ve tüketicilerin zihnen uyuşturulması yönünde aranan bir kriterdir. Horkheimer ve Adorno'nun işaret ettiği üzere eğlence ile kitlelerin kontrol altında tutulması, sinema endüstrisinin doğasında olan bir durumdur. Filmlerin öngörülebilir anlatılarla oluşturulması, bireyin yaşamın rutininin dışına çıkmamasını ve sinemaya giderek dinlenmesini, gündelik hayatta sıkıştığı rutininin sinemada da sürmesini sağlamaktadır (Bennett 2013: 29-30).

Sinema, kültür endüstrisinin yayılım kazandığı sektörlerden biridir. Hollywood'un standartlaştırılmış seri üretim sistemi ile görünür olan kültür endüstrisi, sinemanın sanat statüsünden bir endüstri statüsüne geçmesine neden olacak ortamı hazırlamıştır. Filmler insanlara bir sorgulama alanı yaratmak yerine günlük hayatın bir benzerini sunarak her şeyin rutinde devam ettiğini ve rutinin iyi

olduğu ezberini yerleştirmektedirler. Sinemanın gücü kullanılan görsel ve işitsel dilin etkileyici olmasıyla da ilişkilidir. Kitlelerin bu görsellik ve işitsellik içerisinde büyülenerek tükettiği içerikler, toplumsal bir kontrol mekanizmasının ve sürekli tüketimin yolunu yapmaktadırlar (Durduran 2020: 29). Dijital platformların sunduğu içerikler de benzer ana akım sinema algısını sürdürmektedirler.

Kültürel çalışmaların ve özelde de kültür endüstrisinin odağına aldığı kitle iletişim araçları ve yine özelde de medya ve sinema, dijitalleşmeyle beraber dönüşüm geçirmiş; kültür endüstrisi bu dönüşüme ayak uydurmaya çalışmıştır. Dijitalleşmeyle birlikte her şey çok daha aleni bir şekilde yayılır olmuş; sanal uzamın getirdiği olanaklarla niteliği kontrol edilemeden pek çok içerik paylaşılmaya başlanmıştır. Bu durum kültür endüstrisinin hâkimiyetinde ve kontrolünde olan içerik üretimi ve tüketimi döngüsünün kontrolünü zorlaştırmış ve kitlelerin daha farkında hareket edebilmesi için alan oluşmuştur. Daha önce de bahsedildiği gibi geçmiş dönemde medyanın sunduğu içerikleri, tıpkı çok daha önceleri tarih yazımında olduğu gibi, sorgulayacak alana ve ilgili konulardaki farklı görüşlere ulaşamayan kitleler, üretilen içerikleri doğru kabul ederek tüketmekteydiler. Medyada çok sesliliğin oluşmasıyla, muhalif kesimlerin sesleri duyulmaya başlansa da ana akım medya kapsama alanının genişliğiyle kitlenin büyük bir kısmını elinde tutmaya devam etmiş ve propaganda yoluyla muhalefetin varlığını kendisi için bir güce çevirmiştir. Tüm bunlar olurken tüketicilerin bilinçliliğine ilişkin tartışmalar da gelişmeye başlamıştır. 1996 yılında, George Gerbner, Kültürel Çevre Hareketi adıyla bir girişimde bulunmuş; sadece tüketerek bir yere varılamayacağını ve tüketilen içeriğin sorgulanması gerektiğini işaret etmiştir. Kültürü standartlaştıran ve bir sistem şeklinde dayatan medya tekellerinden oluşan gizli kültür bakanlıklarının olduğunu ortaya koymuş; kültürel çeşitlilik vurgusuyla kültür politikalarında düzenlemelere gidilmesi gerektiğini ifade etmiştir (Çığ 2006: 70). Bu gibi girişimlerle başlayan ve medya kanallarının çeşitlenmesiyle yayılan kültürel bilinç, dijitalleşme sonrasında doğal yollarla ortaya çıkmıştır. Çünkü dijitalleşme, bireye hiç olmadığı kadar fazla çeşitlilikte bilgi ve içerik sunmuş; birey ister istemez tüketeceği içeriklerle alakalı bir tercih anında kalmıştır. Her ne kadar bireyin tercihi, reklamlar, kanaat önderleri denebilecek bir dönemin ünlü oyuncular, yeni medyanın fenomen isimleri gibi yönlendiriciler, sosyal medya kanalları, tüketim endüstrisi, algoritma ve öneri kültürü gibi pek çok etkenle şekillendirilse de birey kendini aktif bir alıcı olarak konumlandırmakta ve seçimlerinin kendisinin yaptığı yanılgısıyla yaşantısını sürdürmektedir.

Kültür endüstrisinin dünden bugüne var olan kitleleri kontrol etme hali, geçmişten bugüne bir kültürel belleksizleştirme etkisiyle bellek yitimine yol açsa da; bu durum dijitalleşme sonrasında daha belirgin bir hale bürünmüştür. Önceleri sayılı medya aracı ve kanalı aracılığıyla sistemin sunduğu kültürel öğelerin belleğe dâhil edilmesiyle yaratılan kültürel bellek, bugün geline nokta sayısız medya aracı ve sayısız kanal aracılığıyla sunulan içerikler karşısında bozuma uğramaktadır. Sistem her ne kadar öncesinde de kültürel belleği şekillendiriyor olsa da bunu bir topluluğun kendi kültürel

sınırlılıkları içerisinde geliştirebilmekteydi. Gelineen noktada, küreselleşmenin de etkisiyle, kültür endüstrisinin küresel bir pazara egemen olma çabası, pazarların ve doğal olarak kültürlerin iç içe geçmesine ve kültür karmaşasına yol açmaktadır. Kültür endüstrisinin yeni kültürel belleksizleştirme politikası, dijital medya kanalları aracılığıyla küresel pazarda sürmekte; kültür endüstrisi küçük ölçekli hegemonyalarını tek bir kültürel hegemonya altında birleştirmeye çalışmaktadır. Unutmaya ve unutturmaya yönelik kültür endüstrisinin yeni politikaları, toplumsal sorunlar karşısında verilen mücadelelerin içini boşaltarak sanal bir rahatlatma vaat etmektedir. Bu vaadi, küresel pazarda üretilen içeriklerde, yaşanan sorunlar küresel sorunlarmış gibi değil de hep öteki olanın sorunlarıymış gibi lanse ederek sunmaktadır. Böylece kültürel ve toplumsal bir sahiplenmeden bireyleri uzakta tutarak kimliksiz alıcılar yaratmayı hedeflemektedir.

2.3.3.2. Bellek ve Anlatı İlişkisinde Kültürel Belleğin Anlatıdaki Görünürlüğü

Anlatı, bir tür hikâyeleştirme eylemidir. Fulford, insanın anlatılar aracılığıyla kuşaklararası iletişim kurabildiğini ifade ederek anlatının bellekteki yerini de işaret etmiştir. Anlatı, yazılı kültür öncesi dönemlerde kulaktan kulağa aktarılırken ve böylece aktarım hızı ve eriştiği kitle kısıtlıyken gelinen noktada kitlesel bir aktarımın parçası olmuş ve artık bir anlatının kitleler üzerindeki etkisinden söz edilir olmuştur. Böylece anlatı da zamanla ticarileşmiş ve ticari amaçlarla üretilen anlatılar, imgelemi hemen herkesin hayatının bir yerinde olacak şekilde biçimlendirmiştir. Anlatının açıklığı önem kazanmış, dinleyicilerin ve seyircilerin merakta kalmadığı, her şeyi anladığı bir aktarım alanı yaratılmış; bu geniş kapsamlı aktarımla anlatı yeni bir bağlam kazanmıştır. Bu bağlam anlatının, çok sayıda aktarım içerisinde kıyasa maruz kaldığı bir bağlamdır: “Kendi hikâyelerimiz medyada rastladıklarımızla rekabet edebilir mi?” (Fulford 2014: 12, 26).

Anlatı ve bellek, her ikisi de birlikte inşa olurlar, bu nedenle birbirlerinden ayrılacak kavramlar değildirler. Psikoloji, dilbilim, iletişim, sosyoloji, tarih, edebiyat gibi pek çok alanda çeşitli tanımlara sahip olsalar ve günlük dilde de çok sık kullanılmalarından kaynaklı teknik tanımlarının dışında ele alınsalar da tüm bu kullanımlar içerisinde ortak olan şey anlatının da belleğin de bir kişi ya da grubun geçmişteki versiyonunu şimdide temsil etme niyetiyle ortaya çıkmasıdır. Bu nedenle bir filmin çok katmanlı sanatsal yapısı içerisinde en temelde anlatının incelenmesi, filmin özünü açığa çıkarmak için gereklidir. Diğer her şey bu özü destekleyecek unsurlardır. Bu öz, bellek ile ilişkilendirilmiş, kişinin ya da grubun deneyimi ile şekillendirilmiş birtakım olaylar dizisinden oluşmaktadır. Geçmişe dair bir anlatı bir izleyici kitlesi tarafından alımlandığında hatırlama eylemi gerçekleşir. Bu eylem, kişinin anlatıyı takibi esnasında doğrudan anlatıyla ya da anlatının kişisel deneyimlerinde yarattığı uyandırma ve açığa çıkarma etkisiyle gerçekleşir. Anlatı ve bellek her ikisi de toplumsal süreçlerdir. Hem anlatı hem de

bellek tüm kültürlerde meydana gelen bir insanın neticesinde oluşan aktarımın parçaları gibi görünse de, neyin unutulmaz, neyin anlatılmasının uygun olduğu ve kimin neyi nasıl anlatabileceği konusunda önemli kültürler arası farklılıklar vardır. Anlatı, bir izleyici ile buluştuğu ve izleyicinin yorumlamalarıyla şekillendiği için, anlatının sosyal bir olgu olduğu söylenebilir (Linde 2015).

Anlatı, yaşamın her anında ve iletişimin de temelinde yer almaktadır. Tüm toplumlar ve her kültürden insan günlük iletişim içerisinde dahi anlatılar üretmektedirler. İnsan anlatı oluştururken kendini ve ötekileri hatırlayarak bir anlatısal kimlik yaratır. Böylece bir anlatı hem kişinin kimliğini belleği aracılığıyla nasıl var ettiğini hem bu süreçte ne gibi değişimler geçirdiğini hem de ötekiler ile nasıl bir iletişim kurduğunu ve onlardan nasıl etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bireyin hem psikolojik bir varlık olarak bireysel belleği hem de toplumun bir parçası olarak kolektif belleği taşıdığı göz önünde bulundurulduğunda edindiği her bir deneyimi hikâyelerle, imgelerle, mitlerle soyut ya da somut bir şekilde aktarmaya başlamasıyla birey, kültürel belleğin de taşıyıcısı konumuna gelir. Bu noktada kültürel kodlar devreye girer. Deneyim aktarım esnasında “şekillendirilir, damıtılır ve yeniden düzenlenir”. Bu yolla anlatı, kültürel bir ürünü yeniden işlemiş olur (Çelik, Yıldırım 2021: 271-273).

Her bir deneyim, tekrar hatırlanmak üzere bellekte yer almaktadır. Bellekte yer alan hatıralar, bir uyaran aracılığıyla bulundukları yerden geri çağırılabilir. Pek çok olumsuz deneyimin olabildiğince geriye itildiği ve bir tür unutma baskısına maruz bırakıldığı söylenebilir. Genellikle travmalarla şekillenen bu olumsuz durumlar, çoğu zaman anlatımı ve aktarımı daha zor olan olaylardan oluşmaktadır. Hem bellekten geri çağırma süreci hem de hikâyeleştirme süreci ağır bir duygu yoğunluğu içeren bu tip aktarımlar genellikle doğrudan bir anlatımdansa dolaylı bir anlatım ile aktarılırlar. Burada da devreye sanat girmektedir ve sanatın açtığı alanla imgesel bir anlatı oluşturulmaktadır (Kapar 2023: 9853). Bellek politikaları da görsel olan anlatı ile karakterize edilir. Görsel kodlar birer uyaran olarak kabul edilir ve bu kodlar aracılığıyla egemen söylemin de aktarıldığı ve yeniden üretildiği üzerinde durulur. Böylece imgesel anlatımın egemen bakışın manipölasyon aracına dönmesi riski de işaret edilmiş olur (Susam 2015: 18). Belleğin aktarım esnasındaki hatırlatma işlevi, kendi içerisinde de kategorize edilmiştir. Bu doğrultuda izlenimlere, ihtiyaçlara ve arzulara göre şekil alan hatırlama eyleminin işlevleri, kurgusal, tematik ve betimsel işlev şeklinde üçe ayrılmıştır. Hatırlamanın kurgusal işlevi, bir mekânın ya da zamanın anlatıcı için uyaran olduğu anlatılarda ön plana çıkmaktadır. Tematik işlev, bir dönem anlatılarında ortaya çıkan ve tekrarlayan işlevle karakterize olur. Betimsel işlev ise görsel içerisindeki öğelerin tasviriyle aktarılan sembolik ve imgesel bir uyaran ile canlanan hatırlamalarla şekillenen anlatılarda ortaya çıkmaktadır (Çelik, Yıldırım 2020: 277-279). Bu anlamda bellek ve anlatı ilişkisinde, uyarının nasıl bir uyaran olduğu (mekânsal, zamansal, imgesel, tarihsel) etkilidir. Anlatının bellekle kurduğu ilişkide hangi tür bellek ile ilişkilendiği de (bireysel, kolektif, kültürel) önem taşımakla beraber bu durum yalnızca bir tanesiyle ilişkili olması ve diğerlerinin hiç

olmaması gibi bir durumla değil bir bellek türünün diğerlerine göre daha ön planda olmasıyla ilişkilidir. Anlatı, bir aktarım aracı olarak en temelde bir kültür taşıyıcısı da olduğundan, bireysel ve kolektif bellek anlatıları olay bazlı temellense de kültürel bellek anlatıları daha çok anlatının bütününe yayılan ve dolaylı bir şekilde aktarılan imgesel bir temele dayanır. Bu anlamda bireysel ve kolektif belleğin anlatıyla kurduğu ilişkiden farklı bir ilişki kuran kültürel belleğin anlatıda nasıl takip edilebileceği ayrıca incelenmelidir.

Sinemada anlatının aktarımı görsel bir dil ile sağlandığından hatırlamanın betimsel işlevi ve bu işlevin yarattığı sembolik ve imgesel anlatım, anlatıdaki kültürel bellek izlerini takip etmek için görsel kodlara yönlendirmektedir. Bu anlamda sinema anlatılarında dönem dönem öne çıkan belirli temalar olduğunda hatırlamanın tematik işlevinden söz etmekle beraber aynı zamanda tematik işlev neyin hatırlandığına veya hatırlatıldığına da işaret etmektedir. Bu anlamda medyada yer alan anlatıların sosyal ve politik birer inşa oldukları da göz önünde bulundurularak kimin hatırlamaları ve unutmaları üzerinden bu inşanın gerçekleştirildiği, neyin canlı tutulduğu ve neyin yok sayıldığı uzun vadede tematik işlevin sunduğu çıktılarla yorumlanabilir olmaktadır (Şahin Kaya 2011: 106). Yine bu noktada anlatıdaki kültürel belleğin izleri de hangi kültürün izlerini taşıdığı ve hangi kültürleri yok saydığı sorgulaması ile değerlendirildiğinde kurumların egemen kültürle ilişkisine ve bellek politikalarına dair de fazlaca veri sunmaktadır. Geçmiş metalaştırılırken kullanılan belleğin kime ait olduğu, nostalji nesnelerinin hangi duygulara yaslanarak metalaştırıldığı, kimlerin bu metalarla tüketim içerisine girdiği gibi pek çok soru, anlatının ve aktarımın politik inşa süreçlerinde sorgulanması gereken sorulardır. Kısacası kültürel belleği anlatıda takip ederken yalnızca görsel kodları takip etmek ve listelemek yeterli veri sunmayacaktır. Bu kodların neden ve kim tarafından anlatıya yerleştirildiği ve kim tarafından tüketildiği sorgulandığında kültürel belleğin anlatıda ne şekilde görüldüğü tarihsel, sosyopolitik ve sanatsal kısacası daha bütüncül bir bağlama yerleşecektir.

Sinema anlatısının, Metin Gönen'in ifade ettiği şekliyle sinemanın kendisinden, anlatım yönteminden ve anlatılan içerikten oluştuğunu göz önünde bulundurmak gerekir. Bu noktada anlatı yalnızca yazılı metinle şekillenmez, yazılı metni görselleştiren sinematografla, sinematografiye karar veren zihinle ve izleyiciyle var olur. Bu birleşimle sinema, bir yeniden temsil kurgulayarak geçmiş ile şimdi arasında bir köprü kurmaktadır. Bellek çalışmalarında filmler, belleğin temsili üzerinden değerlendirilmektedir. Bahsi geçen yeniden temsil sürecinde, kolektif bellekte yer etmiş ve böylece izleyicinin de aşına olduğu bir olayın bireysel bir belleğin yani yönetmenin deneyimlerinin süzgecinden geçerek inşa edilmesi de ayrıca önem taşıyan bir detaydır (akt. Sürar Oral 2018: 39). Anlatının bütüncül değerlendirmesinde, üreticinin (kurum ya da yaratıcı ekip), alıcının (izleyici), üretilen toplumun kültürü, içeriğin şekillenmesinde etkili olan ve yorumlama esnasında birbirlerinden ayrı değerlendirilmesi gereken öğelerdir. Anlatıdaki kültürel bellek etkisine ulaşmanın yolu, anlatıya etki eden farklı kültürel

faktörleri ayıklamaktır. Neticesinde üretilen ürün dahi, kültürel arşivin bir parçasıdır. Filmler, kültürel aktarımların sağlandığı, yeniden etkileşimlerle yeni kültürel tanımlamaların yaratıldığı estetik deneyimler olarak izleyici üzerinde kontrol sahibi birer kültürel güç olarak da konumlanırlar (Süar Oral 2018: 40).

Uzunca bir süre yalnızca sözlü aktarımlarla yayılan ve tek görselliğin anlatıcının bedensel hareketleri ve mimikleri olduğu dönemde, hikâyenin aktarılması sürecine tüm toplumun dâhil olmasıyla ortak kültür, Gerbner'in deyiimiyle "ön okuryazarlık günleri"nde yaratılmıştır (akt. Çığ 2006: 25). Geline nokta benzer dinamiklerle seyreden ortak kültür, hem doğal olarak anlatıda taşınmakta hem de anlatı tarafından üretilen yeni kültürlerle eklemlenerek sürekli bir inşa ve dönüşüm halini de sürdürmektedir (akt. Gündüz Özdemirci 2012: 175).

Kültürel belleğin biyolojik olarak devri söz konusu olmadığından kuşaklar boyu canlı tutmak için aktarımın gerçekleştirilmesi ve bu aktarımın kaydetme, canlandırma gibi birtakım yöntemlerle sürekliliğin sağlanması gerekmektedir. Bunun için yıllardır süre gelen mitler, danslar, resimler, büstler, anıtlar gibi pek çok sembolik öge inşa edilse de tüm bunların geniş kitlelere yayılımında sinema ve televizyon anlatıları önemli bir yer tutmaktadır (Süar Oral, 2018, s.51).

Çalışma odağına Türk filmlerini aldığından, Türk sinemasının dünden bugüne kitle kültürü ve bellekle nasıl bir ilişki kurduğuna bakmak, hem belleğin anlatıyla kurduğu ilişkiyi Türk sinemasının tarihselliğinde ortaya koymak hem de gelinen noktada dijital yayın platformlarında yer alan filmlerle kurulan ilişkiyi geçmişe yönelik kıyaslayabilmek adına önem taşımaktadır.

2.3.4. Dünden Bugüne Ana Hatlarıyla Türk Sinemasının Kitle Kültürü ve Bellekle İlişkisi

Dijital platformlarda yayınlanan Türk filmlerini irdelemeden önce dünden bugüne Türk sinemasının kitle kültürüyle ve bellekle nasıl bir ilişki kurduğunu ve bu ilişkinin anlatıyı nasıl şekillendirdiğini özetlemek bütüncül bir yaklaşım için gereklidir. Türk sinemasının kimliği, zaman içerisinde toplumsal gelişmelere bağlı olarak dönüşüm geçirmiş ve hem her dönemin kitle kültüründen etkilenmiş hem de her dönem kitle kültürünün şekillenmesinde etkili olmuştur.

Kitle kültürünün, endüstrileşmenin beraberinde getirdiği ve kitleler arasında yayılarak oluşan bir tür davranışlar bütünü olduğu göz önünde bulundurulduğunda sinemanın bu noktada kitle kültüründen bağımsız düşünölemeyeceğini en başta kabul etmek gerekir. Sinemanın bir endüstri haline gelmesi ve çok büyük izleyici kitlelerine erişme potansiyeli, ona kitleleri yönlendireceği ve yöneteceği gücü de

doğrudan bahsetmiştir. Kitle kültürü, “ekonomik ve ideolojik bir egemenlik aracıdır.” Bu egemenliği seri üretim yaparak kuran kitle kültürü, hızlı üretimi öncelediğinden genellikle basit, tüketimi kolay ürünler ortaya çıkarmaktadır. Kitleleri uyuşturarak toplumsal ve siyasal gündemlerden uzak tutmayı bir amaç olarak gören kitle kültürü, seçkin kültür ile halkın geleneklerinden oluşan kültürün arasında bir yerde konumlanmaktadır (Gönenç 2002: 129-135). Türk sinemasının kitle kültürü ve bellekle kurduğu ilişki, toplumsal değişimlere bağlı olarak her dönem bir başka yönüyle öne çıksa da bütüne baktığımızda Türk sinemasının karakterini oluşturan bir resim ortaya çıkmaktadır. Dijital yayın platformlarında yer alan Türk sineması örneklerinin söz konusu karakteri ne şekilde taşıdığı, bütüncül ve tarihsel bir açıdan kitle kültürü ile kurulan ilişki yorumlandıktan sonra ifade edilecektir.

Türk sinemasının ilk yılları, ekonomide yerel sanayileşme planlarının işlediği (Kaplan 2021: 59) bir döneme denk gelmiştir. İlk yıllar, kültürel alanda henüz sinemanın ne olduğu, ne işe yaradığı konusunda bir ilerlemenin kat edilemediği (Şentürk 2014: 69), izlenen politikaların bir neticesi olarak sinemanın bir sanayi ve ticaret alanı olarak görüldüğü dönemdir (Önder, Baydemir 2005: 119). Sinemanın ilk yıllarında kitle kültürü ve bellekle ilişkisi, bir yandan modern kültürel bir araç olarak görülmesi, öte yandan toplumdaki farklılıkları tekrar üreten bir etkinlik olarak kabul edilmesi ile doğrudan ilişkilidir. 1895’ten 1920’lere kadar olan dönemde, sinemanın ilk örneklerinin verildiği İstanbul’da, Müslüman ve gayrimüslim halk bir arada yaşamaktadır. Bu dönemde, Cumhuriyet gibi önemli bir dönüm noktasının ve bu süreçte yaşanan ideolojik yeniliklerin, bir arada yaşayan farklı inançlara ve kültürlere sahip halka aktarımında, sinemanın bir iletişim aracı olarak oldukça işlevsel olduğu fark edilmiştir (Gençoğlu, Öztürk 2023: 226). Türkiye’de ilk aşamada gösterim alanında kendini var eden sonraları yapım olarak canlanan sinema anlayışı, batılı ilk örnekleri izleyici ile buluşturmak üzerine şekillenmiştir. Böylece, doğu temelli bir kültürün batılı örneklerle buluşmasıyla, kültürel aktarımların sinema ile sağlanabildiği farkındalığı daha sinemanın ilk yıllarında yerleşmiştir. Devlet eliyle, propaganda gayesiyle desteklenen sinema, sonradan özel girişimler ile bir çeşitlilik sunsa da ilk yıllarda belge filmlerin ötesinde bir içeriğin olmadığını söylemek mümkündür.

1922-1940 yılları arasındaki dönemde, Türk sinemasında dönemi içerisinde tek adam olarak da bilinen Muhsin Ertuğrul hâkim isimdir. Ertuğrul’un filmlerinde esinlendiği batılı kaynakların etkisiyle dönemin anlatılarında aile temasının bozuma uğratıldığı gözlenir. Aile, Türk kültüründe kutsallık atfedilen bir olgudur ve Ertuğrul’un filmleri²⁰ bunu destekler nitelikte, yıkılan ailelerin mensuplarının mutsuzluk dolu hallerini aktarmaktadır. En küçük topluluk olarak kabul edilen ailenin anlatıda ele alınış şekli, dönemin kitle kültürünün ve toplumsal ilişkilerinin bir yansıması olarak okunabilir (Çetin Özkan, Öztük Bulut 2022: 153). Bu dönemde henüz sinemayla da yeni tanışmış olan kitlelerin bir talep döngüsü

²⁰ Örneğin; *İstanbul’da Bir Facia-i Aşk* (Muhsin Ertuğrul 1922) ve *İstanbul Sokaklarında* (Muhsin Ertuğrul 1931).

içerisine girmediği, kendisine sunulan ve çoğu batılı kaynaklardan veya tiyatro sanatından etkilenilerek oluşturulmuş içerikleri takip ettiği söylenebilir. Yine savaşın etkisiyle milli duyguları uyandıran filmler de dönem içerisinde üretilmiş; kitlelerle bu filmler aracılığıyla doğrudan bir ilişki kurulabilmiştir. Olabildiğince büyük çaplı bir kitleye erişme gayesinde olan sinema, basit ve anlaşılır bir dil kullanarak herkese hitap etme çabası içerisine girmiş; bu durum sonraları sinemanın Türkiye'deki gelişimini yavaşlattığı yönünde eleştirilmiştir (Kuyucak Esen 2010: 32).

1940-1950 arasındaki geçiş dönemi anlatılarında, Türk sinemasının karakteristik özelliği olarak da yerleşen melodram öne çıkmaktadır. Savaş sonrası Amerikan filmlerinin Mısır üzerinden pazara giriş yaptığı esnada beraberinde gelen Mısır filmlerinin ve kültürünün etkisiyle Türk sineması anlatısına yerleşen melodram, tüm anlatısını karakterler arası ilişkiler üzerinden kurmaktadır; bu da izleyiciyi doğrudan özdeşlik kurmaya davet eden ve onu filmin içine çeken bir zemini hazırlamaktadır. Karakterin bireysel belleğinin ön planda olduğu, zaman ve mekân öğelerinin geri planda kaldığı melodramatik anlatıların yoğunluğu, Türk sinemasında estetik arayışları da sınırlandırmıştır. Türk sinemasında mekânsal ve zamansal bir estetik arayışından ziyade, karakterlerin ön planda olduğu, örneğin diyalog veya aksiyon sahnelerinde açı – karşı açı çekimleri yerine, genel plan çekim açısının kullanılması, oyuncuların kameraya dönük bir şekilde oyun vermesi vb. gibi tiyatro sahnesine uygun tercihlerin takip edildiği söylenebilir. Bu aynı zamanda bir önceki dönemin tiyatro kökenli alışkanlıklarının da sürmesinin etkisidir. Fakat bu etki estetik anlamda sürse de filmlerin anlatım dilinde sinema anlatısına daha yakın olan denemeler yine bu dönemde ortaya çıkmış ve söz konusu denemeler, Türk sinemasını sinemacılar dönemine taşımıştır (Şentürk 2014: 108-109).

1950'li yıllara gelindiğinde, devlet politikalarından uzaklaşmış, özel sektör öncelenmiştir. Sanayiye geliştirmek niyetiyle ekonomik alanda yabancı sermayeye sağlanan kolaylıklar ve akabinde ihracat ve ithalat dengesinde yaşanan sorunlar, borçlanmayı beraberinde getirmiştir. Bu durum sanayisi daha gelişmiş olan bölgelere yönelik yoğun bir iç göç yaşanmasına da neden olmuştur (Kaplan 2021: 67). Dönemin filmlerinde modern kentler ve taşra ikiliğinde geleneksel ve modernlik çatışması yaşayan ailelerin düzeni anlatılmıştır (Çetin Özkan, Öztük Bulut 2022: 153). Sanayileşme ve göç etkisiyle kentin de çehresi değişmiş, filmlerde bir karakter olarak da yer almaya başlayan İstanbul, dönemin anlatılarında mutluluk vaatleri sunan bir cazibe merkezi olarak sunulmuştur. Bu cazibe merkezi, gecekondular, apartmanlar, villalar ve yalılardan oluşan bir kargaşa merkezidir esasında (Kaplan 2024: 24). Şehrin bu ikircikli hali dönemin toplumsal gerçekçi anlatılarında okunabilmektedir²¹ (Kaplan, 2019, s.246).

²¹ Örneğin; *Gecelerin Ötesi* (Metin Erksan 1960), *Otobüs Yolcuları* (Ertem Göreç 1961), *Acı Hayat* (Metin Erksan 1962), *Gurbet Kuşları* (Halit Refiğ 1964), *Karanlıkta Uyananlar* (Ertem Göreç 1964), *Suçlular Aramızda* (Metin Erksan 1964), *Bitmeyen Yol* (Duygu Sağıroğlu 1965), *Ah Güzel İstanbul* (Atuf Yılmaz 1966).

1960'lı yılların Türk sineması, Türkiye'nin modernleşme sürecini resmeden bir külliyat sunmaktadır. Göç, sanayileşme, sınıflar arası farkın açılması, sınıf çatışmaları, işçi sınıfı, kadın sorunları, mülkiyet kavramı, şehir planlaması gibi pek çok süreci dönemin kolektif bellek temelli anlatıları üzerinden okumak mümkündür (Kaplan 2021: 66). Döneme hâkim olan türlerin polisiyeler, yeniden çevirimler ve edebiyat uyarlamaları oldukları söylenebilir. Uyarlamaların çokluğu, dönemin sinemacılarının sinema kültüründen uzak olmaları ve dışa bağlı teknolojik ve kültürel yaklaşımların varlığı ile açıklanabilir. Batı'dan gelen yaklaşımlarla yerel yaklaşımların yer yer çatışması bir kimlik krizini de beraberinde getirmiştir. Tüm bunlar dönemin toplumsal gelişmeleriyle yakından ilişkilidir; Demokrat Parti iktidarının gelişiyile toplumsal ve kültürel yaşama etki eden yenilikler, yeni olan ile geleneksel olan arasında bir çatışma ortamı yaratmıştır. Bu çıkmaz, 1970'lere dek sürmüş ve 1970'lerin toplumsal arka planıyla birleşince seyircinin sinemadan uzaklaştığı ve endüstrinin sarsıldığı bir dönem yaşanmıştır (Pöstecki 2017: 77-79).

1950'den 1970'lere kadar geçen süreçte Türk sinemasının kitle kültürüyle ilişkisi, karşılıklı bir gelişim içerisinde. Bir yandan kitlelerin sürekli tükettiği dram ağırlıklı filmlere yönelik talepler karşılanmakta, hızlı tüketime karşılık hızlı üretim için uyarlamalara ağırlık verilmekte öte yandan kitlelere artık sinemanın kendi anlatım dili ile üretilen ve kitlelerin aktif katılımını talep eden içerikler sunulmaya başlanmaktadır. Bu anlamda sinemanın kitle kültürüyle ilk yıllarda kurduğu ilişkinin dönüşüm geçirdiği yorumu yapılabilir. Önceleri propaganda yoluyla kitleleri doğrudan etkileme amacıyla bir araç olarak kullanılan sinema, artık kitleler için doğrudan dikte edici değil daha davetkâr bir etkiye sahiptir. Bu yalnızca üreticilerin bir seçimi değil, kitlelerin sinema ile kurdukları ilişkinin ilk yıllardakine oranla daha gelişmiş olması ve alıcıların artık söz konusu yönlendirici yöntemleri ayırt edebilecek kapasitede olmalarının da bir sonucudur. Kısacası, Türk sinemasının bu döneminde, içeriklerin kitlelere sunulması noktasında farklı yöntemler geliştirildiği ve bunda hem üreticilerin sinema dilini kullanmada hem de alıcıların sinema dilini alımlamada daha yetkin olmalarının etkisi olduğu yorumu yapılabilir.

Ekonomik ve toplumsal çıkmazların tüm dünyada yankı uyandırdığı 1970'lere gelindiğinde ise Türkiye'de çatışmaların ve kutuplaşmaların gündeme geldiği söylenebilir. Bu dönemde televizyonun yaygınlaşmasıyla beraber aileler sinemadan uzaklaşmış; evde yeni izleme rutinleri geliştirmişlerdir. Yeşilçam sinemasının izleyici kitlesi olan ailelerin sinemadan uzaklaşmasıyla, 1960'lı yılların kolektif bellek temelli toplumsal gerçekçi, emek ve dayanışmayı merkeze alan filmleri, yerlerini cinsel içerikli ve arabesk filmlere bırakmıştır. Sinemada emek, yeni liberal politikaların bir sonucu olarak, arka planda kalmıştır. Doğrudan emeği mesele etmeyen anlatılar, kadın bedeninin bir sermayeye dönüşmesi ve cinsel içerikli anlatılarla izleyiciye sunulmasıyla emeğe ilişkin pek çok sorunu ifade eder olmuştur (Kaplan 2024: 23-25). Öte yandan 1970'lerde, petrol krizi, Kıbrıs Harekâtı ve ABD ambargosu gibi

gelişmelere bağlı olarak yaşanan döviz sıkıntısı nedeniyle yapımcılar zor zamanlar geçirmiş ve film maliyetlerinin yükselmesi sonucu şirketler birer birer kapanmaya başlamışlardır (Hıdıroğlu 2019: 94).

1960-1980 dönemleri arasında Türkiye’de serbest piyasa ekonomisine geçişin bunalımları yaşanmaktadır. 1970’lerdeki ekonomik ve siyasal istikrarsızlık, sektörel krizler, kıtlıklar, özelleştirmeler, işsizlik, terör gibi meselelerin gündemde yer etmesi, sinemada da bu bunalımın ve krizlerin yansımalarını doğurmuştur (Kaplan 2021: 59). 1980 öncesinde, Türk sinemasının bir endüstri olarak değerlendirilmediği, finansal çıkmazlar yaşandığı ve devlet politikalarında sinemaya yer verilmediği söylenebilir (Hıdıroğlu 2019: 83). Bu dönemde seyircinin salonlardan çekilmiş olması, salonların büyük bir kısmının kapanması veya kapanma ihtimaliyle yüz yüze gelmesi, televizyonun ve videonun izleyiciler tarafından tercih edilir olması ve ABD sinemasının diğer ülkelerin sinema endüstrilerinde hâkim konuma gelmek için çalışmalar yürütmesi (Hıdıroğlu 2019: 180), toplumsal düzende 12 Eylül askeri darbesinin depolitizasyonu meydana getiren sonuçları ve kültürü metalaştıran etkileri ile de birleştiğinde (Pösteği 2005: 18) bu yıllar, sinemada sansürün, sessizliğin, yok saymanın görüldüğü yıllar olarak nitelenebilir (Kaplan 2021: 76). Tüm bu yaşananlar, belleklerde ağır izler bırakmış; orta sınıfın güçlendiği, bankerler krizinin etkisiyle ekonominin bir kez daha sarsıldığı, özgürlüklerin kısıtlandığı, ideolojik kutuplaşmaların olduğu, farklı kültürlerin dışlandığı bir ortam oluşmuştur (Kaplan 2021: 58). Sinemadaki yansımaları toplumsal gerçekçiliğin izlerini taşısa da dönemin baskıcı anlayışından kaynaklı olarak döneme eleştirel yaklaşan anlatılar ancak 1990’larda görülmüştür (Pösteği 2017: 81).

1970’lerde televizyonun yaygınlaşması ve izleyicilerin sinemadan uzaklaşması, bugünün izleme pratikleriyle de ilişkilendirilebilecek pek çok unsurun temellerinin atıldığı bir olay olarak değerlendirilebilir. Televizyon ve sinema yapımlarının birbirinden farklılaşması, televizyonun hedef kitlesini kaybetmemek için reyting ve zaman kaygısıyla üretim gerçekleştirmesi ile ilişkilendirilebilir. İzleyiciyi her daim takipçi kılmak ve izleyicinin zamanını doldurarak boşluk yaratmayacak şekilde içerik sunmak hedefinde olan televizyon, dizilerle ön plana çıkmış; bu durum film ve dizi izleyicisi şeklinde ayrımlanan kategoriler yaratmıştır. Dizi üretiminin sürekliliğinin sağlanması, en temelde izleyiciyi aktif tutmak için bir gerekliliktir. Bu anlamda hızlı ve sürekli üretim için yapımcılar, sıklıkla uyarlamalara ve Yeşilçam filmlerinin anlatılarına başvurmuşlardır (Parsa, Akmeşe 2011: 5). Televizyonda, Yeşilçam izleğinin devam etmesinde, 1974’te TRT Genel Müdürü olan İsmail Cem’in dönemin önemli yönetmenleri olan Ömer Lütfi Akad, Metin Erksan, Halit Refiğ gibi isimlere dizi çekmeleri teklifinde bulunması da etkili olmuştur (Kesirli Unur 2018: 224).

1980’lere gelindiğinde, Türk sinemasının kitle kültürü ile kurduğu ilişki diziler üzerinden de şekillenmeye başlamıştır. TRT’nin Amerikan dizilerine de akışında yer vermesiyle Türk sinema

seyircisi, farklı kültürel kodlarla tanışmış ve “ortak bir yapı sunan halk kitlesi” formundan “çeşitli yaş ve sosyokültürel ölçülere bağlı gruplar” formuna geçiş yapmışlardır (Güngör 2021: 363). Bu kültürel kod geçişleri, tıpkı daha önceleri Osmanlı’da ve Cumhuriyet döneminde olduğu gibi batılılaşma etkisi ile iç içe geçmiş; yeni bir forma bürünen kitle kültürü, toplumun kültürel özüyle paralel gelişmediğinden, arabesk bir kültür formu meydana gelmiştir (Pösteği 2005: 17).

1980-1990 dönemleri arasında ekonomide yenilik yaklaşımıyla liberal politikalar uygulanmaya başlanmıştır. Küreselleşmenin ve liberalleşmenin etkileri, 1970’li yılların olumsuz yankılarıyla birleştiğinde toplumsal anlatılar gündemde kalmış ve içerikler giderek siyasallaşmıştır. Kadın sorunu ve göç olgusu hâkim konular olarak anlatılarda gözlenmeye devam etmektedir (Kaplan 2021: 60,75). Kadın karakterlerin, Yeşilçam dönemindeki yerinin aksine, cinselliklerini konuşan ve cinselliklerinin farkında olan kadınlar olması, daha önceleri bu tür karakterlere uygulanan kötü kadın yaftasının üzerlerine yapıştırılmaması ve fedakâr genç kız, vefakâr anne imajlarının dışında kendi isteklerinin bilincinde kadınların anlatıda yer alması dönemde etkili olan feminizmin bir sonucu olarak yorumlanabilir (Çetin Özkan, Öztük Bulut 2022: 154).

1987 yılına gelindiğinde, Yabancı Sermaye Kanunu’nda değişiklik yapılmış ve bu değişiklikle yabancı şirketler Türkiye’de şirket kurma, büro açma hakkını elde etmiş ve zaten yıpranmış olan endüstriye hızlı bir giriş yaparak bir nevi pazara hükmetmişlerdir (Hıdıroğlu 2019: 161). Böylece anlatılar yerel olana giderek yabancılaşmış, küreselleşmeyle beraber kültürel çatışmanın içerisine düşülmüş, yabancılaşma ve standartlaşma gündem olmuştur. Böylece Türk sineması endüstri görünümünden giderek uzaklaşmış; anlatılarda ise kültürel belleksizleşme etkisi görülmeye başlanmıştır (Pösteği 2017: 85).

Türk sineması söz konusu kısırlıktan ve sıkışmışlıktan Eurimages üyeliğinin kazanımlarıyla bir nebze de olsa kurtulmuş ve bu çıkmazdan büyük bir dönüşüm geçirerek çıkmıştır. Sanat sineması kavramının yerleştiği ve anlatıların da buna göre şekillendiği Türk sineması, kendi dilini kurma gayesini taşıyan sinemacılarla bir öz arayışına girmiştir (Hıdıroğlu 2019: 253). 1990’lı ve 2000’li yıllarda küreselleşmenin etkilerini yaşayan ve önemli bir dönüşüm geçiren Türk sineması, özgün dil arayışları ve minimalist anlatılarla popüler sinema anlayışından uzak üretimlerin gerçekleştirildiği yeni bir döneme girmiştir. Yeni Türk Sineması filmleri, bunalımı toplumsal olarak değil de daha bireysel boyutta ele alan anlatılar üretmiş; kimlik krizi, taşra-kent ikiliği, bireyin çıkmazları, yersiz yurtsuz bireylerin sorunları gibi ana temalar dönemde gözlenmiştir. Kent, yeni dönemin anlatılarında kaotik bir bakışla temsil edilmiş; kaybolan huzurun ve güzel duyguların arandığı bir nostalji atmosferi anlatılarda öne çıkmıştır (Kaplan 2019: 249). Nostalji, dönemin bellek kavramı çalışmalarının yanında yükselen bir alan olarak gündeme gelmiştir (Gündüz Özdemirci 2023). 2000’lere gelindiğinde anlatılarda aile

merkeze alınmaya başlanmış, ataerkil otorite, mutsuzluk, ihanet gibi kavramlar tekrarlamaya başlamıştır. Güvenilir ve huzurlu olarak kodlanan Yeşilçamın ev ve aile ortamı, giderek tekinsiz bir hale bürünmüş; aile, birbirine karşı duygusal bir yakınlık beslemekten uzak, bir görev olarak yürütülen ilişkiler bütünü olarak ele alınmıştır (Çetin Özkan, Öztük Bulut 2022: 154).

İşçiyi, işçi haklarını, işçi sendikalarını konu eden filmler 1990'lar itibariyle giderek azalmıştır. Bunda küreselleşmenin, yeni ekonomi politikalarının ve yaratılan tüketim yarışının etkisinin olduğu söylenebilir. Yeni üretilen tüketim toplumu, bireyleri sürekli tüketime teşvik etmektedir. Emek ucuzlamış; dayanışma, yerini işini kaybetme korkusuna bırakarak sönümlenmiştir. Sürekli tüketim için sürekli kazanmak bir gereklilik olarak gündeme gelmiştir. Söz konusu durum sinemaya iş güvencesi olmayan veya çalışmayan, örgütlenmek yerine giderek yalnızlaşan karakterlerle yansımıştır. Anlatı boyutunda hal böyleyken endüstriyel boyutta da filmlerin tüketiminin öncelendiği, çok uluslu yapımların sayıca arttığı, dijitalleşme ile beraber hızlı üretim hızlı tüketim olgusunun benimsendiği ve sinemadaki emeğin ve dayanışmanın göz ardı edildiği bir hız hâkim olmaya başlamıştır. Sinema endüstrisi için ki bu bağımsız sinemada da popüler sinemada da böyledir, tüketim esastır (Kaplan 2024: 28).

Sinemada hal böyleyken televizyonda da 1990'ların başlarında pek çok kanal, 1960-1975 yılları arasında sinemanın bir popüler kültür haline geldiği dönemin beğenilen filmlerini yayınlamaya başlamışlardır. Başta gündüz kuşağında yayınlanan filmlerin beklenenden fazla izleyici çekmesiyle prime-time kuşağına taşınması ve akabinde RTÜK'ün 1994'te kabul ettiği 3984 numaralı kanun gereğince kanallara yerli yayın zorunluluğu getirmesiyle filmler üzerinden kazanılan izleyici kitlesi kanal yöneticilerinin dikkatini çekmiştir. Yöneticiler, üretilen dizilerin yapımında yerli filmlerin kodlarını tekrarlamaya başlamışlardır (Güngör 2021: 364-365). Eleştirmenler, Yeşilçam dönemi filmlerini kalıplaşmış, seyirciye sürekli benzer şeyleri sunan bir sinema olarak eleştirmiş olsa da hem sinema hem de televizyon izleyicisinin söz konusu filmlerle bu denli alakadar olması, dönemin örneklerinin kültürel belleği taşıyan yerli sinema örnekleri olduğunu da göstermektedir (Güngör 2021: 359). Bu durum 1990'ların dizi üretimlerinde etkisini göstermekle kalmamıştır; gelinen noktada dijital platformlarda üretilen dizi ve filmlerin de benzer kodları takip ettiği görülmektedir. Dönemin filmlerinin görsellikten ziyade işitsellik üzerine temellenen anlatısı, seyirciyle kurduğu kolay anlaşılabilirlik temelli ilişki (Kesirli Unur 2018: 227), tekrarlayan masalsılık ve imkânsızlık temaları (Tanrıvermiş 2021: 559) 2000 sonrası üretimlerde ve yalnızca televizyon ya da sinemada değil, dijital platformların yapımlarında da karşılık bulmaktadır. Dönemin kodlarının sürdürülebilirliğinde, dönemde kullanılan melodrama özgü kodların Türk kültürü ile doğrudan ilişkili olması etkilidir (Parsa, Akmeşe 2011: 4). Burada endüstrinin ve üretimlerin her zaman tek boyutlu olmadığını belirtmek gerekir. Ağırlıklı olarak üretimler melodram kalıpları üzerinden şekillense de 1990'lı yılların ikinci yarısına gelindiğinde, oryantalist bir bakış

açısının üretimlere yerleştiğini de görmek gerekir (Pöstecki 2005: 64). Bu durumda etkili olan şey ise Türkiye’de değişime yönelik kutuplaşan bakış açılarıdır. Pöstecki’nin muhafazakârlar ve ilericiler şeklinde kategorize ettiği, ilki kültürel öğelerin yeniliklere ayak uydurma pahasına değiştirilmemesi gerektiğini, ikincisi kültürün de yeniliklere ayak uydurarak değişmesi gerektiğini savunanların ortak noktaları, yenilik kavramıyla batıyı özdeşleştirmiş olmalarıdır. Pöstecki, kültürün yeniliklere göre şekillendiğini ifade etmiş fakat doğrudan batının bir kopyası olmadığını da savunmuş; yaşanan bu tip ikiliklerin Türkiye’deki kültürel üretimin gelişimini olumsuz yönde etkilediğini ifade etmiştir (Pöstecki 2005: 20).

Türk sinemasının kitle kültürü ile ilişkisi dönem dönem değişik temalarla öne çıkmıştır. Anlatıda küresel ve yerel olanın çatışmasının doğurduğu birtakım zıtlıklar dönemler arasında anlatı dinamiklerinde belirgin farklılıkların oluşmasına neden olmuştur. Yaşanan küresellik ve yerellik çatışması, başlangıçta, anlatıda batının anlatı biçimini oluşturan yapıların yerleşmesiyle yaşanmıştır. Türk sinemasının anlatısı temelde göçebe Türklerin örf ve adetleri, Osmanlı’nın devlet sistemi ve İslam hukuku ile şekillenmektedir. Sonrasında, sinemanın da batılı bir sanat olmasının etkisiyle, batıya özgü değer yargılarının anlatıya sızması söz konusu olmuştur. Batının dramatik yapısı, kendi içerisindeki sosyal ve kültürel süreçlerin bir çıktısıdır. Olması gereken, söz konusu dramatik yapının kullanımını yerel ve kültürel öğelerle harmanlayarak yeni ve özgün bir anlatı yapısı kurmaktır, bunu başaran filmler başarılı filmler olarak öne çıkmakta, hem yerel izleyiciye hem de yurtdışı seyircisine hitap edebilmektedir. Batının tümevarım şeklinde kurgulanan düşünce biçimi, art zamanlı hikâye kurgusu, nedensellik temelli anlatısı; doğunun tüm dengelim şeklinde kurgulanan düşünce biçimi, eş zamanlı hikâye kurgusu ve mucize temelli anlatısı ile karşılanmaktadır. Türk sinemasının anlatısında da her iki kültürün etkisi ve izleri görülmekle birlikte, Türkiye’nin coğrafi konumu, tarihi geçmişi ve entelektüel yapısı göz önünde bulundurulduğunda bu kültürel çeşitlilik normal karşılanmalıdır. Ancak birinin diğerinin önüne geçmesi halinde Türk anlatısına özgü karakteristik öğeler sarsılmakta, bir taklit durumu ortaya çıkabilmektedir (Sözen 2009: 700-707). Türk sineması, Türk toplumunun kültürel çeşitliliğinden doğan, hem doğulu hem batılı özler barındıran kitle kültürünü yansıtmaktadır. Dönem dönem farklı politikalar nedeniyle birinin diğerine göre daha ağır bastığı durumlar olmuş olsa da geline nokta, 2010 sonrası üretimlere de bakıldığında, söz konusu çeşitliliğin sürdüğü görülmektedir. Dijital platformlar, hem yerel hem küresel izleyici kitlesine hitap etmeyi hedefleyen mecralar olarak, Türkiye özelinde söz konusu çeşitliliği bir tür politikaya dönüştürmüşlerdir. Türk sinemasının kitle kültürüyle kurduğu çift yönlü, doğrudan ve geniş kapsamlı ilişki, dijital platformların içerik politikaları için bir yandan olumlu bir yandan olumsuz bir tablo ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, anlatıların yerel ve küresel anlamda karşılık bulmasını kolaylaştırırken yine aynı perspektiften yerel boyutta bir reddedişe veya

küresel boyutta bir anlam karmaşasına yol açma riskini de beraberinde taşımaktadır. Söz konusu iki uç, örneklemdeki filmler incelenirken detaylandırılacaktır.

3. NETFLIX ORJİNAL YAPIMI TÜRK FİMLERİNİN KÜLTÜREL BELLEK BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Netflix orijinal yapımı Türk filmi olarak platformda yer alan -2024 yılı sonuna dek- 33 filmin künyesi ve temaları bu başlık altında tablollaştırılmış ve filmlerde tekrar eden biçimsel ortaklıklardan söz edilmiştir. Burada amaç, Netflix'in üretim politikalarının irdelendiği birinci bölümde sözü edilen Hodge ve Kress'in metin analiz kategorileri olan üreticilere yönelik üretim kurallarını, alıcılara yönelik alım kurallarını, metinlere yönelik kuralları, semiyotik kodları ve metin dışı kodları orijinal yapımlar özelinde bütüncül bir şekilde yorumlarken ihtiyaç duyulacak bilgilerin listelenmesidir.

3.1. Netflix Orijinal Yapımı Türk Filmlerinin Künyesi

Netflix'te 2024 yılı sonuna dek üretilmiş ve platformda yayına girmiş 33 orijinal yapım Türk filminin yıl, yapım şirketi, yönetmen, senarist ve oyuncu bilgileri Tablo 1'de verilmiştir:

Film	Yıl	Yapım Şirketi – Yapımcı	Yönetmen	Senarist	Oyuncular
Yarına Tek Bilet	2020	OGM Pictures, PTOT Film – Turay Vural, Şebnem Kitiş, Onur Güvenatam	Ozan Açıktan	Ozan Açıktan, Ali Faruk Özerten	Dilan Çiçek Deniz, Metin Akdülger
Dokuz Kere Leyla	2020	BKM Film - Necati Akpınar, Figen Ermek Özçorlu, Umut Özçorlu	Ezel Akay	Adnan Yıldırım, Uğur Saatçi, Özlem Lale, Ezel Akay	Demet Akbağ, Haluk Bilginer, Elçin Sangu, Fırat Tanış, Alican Yücesoy
Kâğıttan Hayatlar	2021	OGM Pictures – Onur Güvenatam, Çağatay Ulusoy	Can Ulkay	Ercan Mehmet Erdem	Çağatay Ulusoy, Emir Ali Doğrul, Selen Öztürk, Tomris Çetinel
Beni Çok Sev	2021	O3 Medya – Ömer Durak, Hakan Karamahmutoğlu, Saner Ayar	Mehmet Ada Öztekin	Mehmet Ada Öztekin	Sarp Akkaya, Songül Öden, Füsün Demirel, Aleyna Özgeçen, Ercan Kesal, Ali Seçkiner Alıcı
Kin	2021	Netflix – Necati Akpınar	Türkan Derya	Yılmaz Erdoğan	Yılmaz Erdoğan, Ahmet Mümtaz

					Taylan, Cem Yiğit Üzümoğlu, Duygu Sarışın
Sen Hiç Ateş Böceği Gördün mü?	2021	BKM – Necati Akpınar	Andaç Haznedaroğlu	Yılmaz Erdoğan	Ecem Erkek, Merve Dizdar, Ushan Çakır, Ahmet Rıfat, Bora Akkaş, Yılmaz Erdoğan, Beyti Engin
Azizler	2021	Taylan Biraderler	Taylan Biraderler	Yağmur Taylan, Durul Taylan, Berkun Oya	Haluk Bilginer, Engin Günaydın, Binnur Kaya, İrem Sak, Öner Erkan, Fatih Artman, İlker Aksum, Helin Kandemir
Geçen Yaz	2021	OGM Pictures – Onur Güvenatam	Ozan Açıktan	Ozan Açıktan, Sami Berat Marçalı	Fatih Şahin, Ece Çeşmioğlu, Halit Özgür Sarı, Aslıhan Malbora, Eray Ertüren
Cici	2022	Berkun Oya, Ali Farkhonde	Berkun Oya	Berkun Oya	Ayça Bingöl, Fatih Artman, Funda Eryiğit, Yılmaz Erdoğan, Olgun Şimşek, Okan Yalabık
Ufo	2022	Necati Akpınar	Onur Bilgetay	Meryem Gültabak	İpek Filiz Yazıcı, Mert Ramazan Demir, Ferit Aktuğ, Eda Akalın
Kal	2022	Onur Güvenatam	Ozan Açıktan	Sami Berat Marçalı	Dilan Çiçek Deniz, Burak Deniz, Ceyda Düvenci, Berrak Tüzünataç, Şükran Ovalı, Ersin Arıcı, Dolunay Soysert
Özel Ders	2022	Onur Güvenatam, Şebnem Kitiş, Tunay Vural	Kıvanç Baruönü	Murat Dışlı, Yasemin Erturan	Bensu Soral, Halit Özgür Sarı, Helin Kandemir, Rami Narin, Hatice Aslan, Murat Karasu
Gönül	2022	BKM – Necati Akpınar, Faruk Özerten	Soner Caner	Soner Caner	Erkan Kolçak Köstendil, Hazar Ergüçlü, Bülent Emin Yarar, Ali Seçkiner Alicı, Selim Bayraktar, Şevval Sam, Asiye Dinçsoy
Aşkın Kıyameti	2022	BKM – Necati Akpınar	Hilal Saral	Yılmaz Erdoğan	Boran Kuzum, Pınar Deniz, Yiğit Kirazcı, Seda Türkmen, Zeynep Tokuş
Aşk Taktikleri	2022	Saner Ayar	Emre Kabakuşak	Pelin Karamehm etoğlu	Demet Özdemir, Şükrü Özyıldız, Atakan Çelik, Doğukan Polat, Deniz Baydar, Hande Yılmaz

Babamın Kemanı	2022	BKM – Necati Akpınar	Andaç Haznedaroğlu	Palaspandır as, Murat Taşkent	Engin Altan Düzyatan, Belçim Bilgin, Gülizar Nisa Uray, Selim Erdoğan
Sen Yaşamaya Bak	2022	TAFF Pictures – Timur Savcı, Cemal Okan, Murat Dalkılıç	Ketche Hakan Kırvavaç	Hakan Bonomo	Aslı Enver, Kaan Urgancıoğlu, Mert Ege Ak, Ezgi Şenler
Yolun Açık Olsun	2022	Cengiz Çağatay	Mehmet Ada Öztekin	Hakan Evrensel, Mehmet Ada Öztekin	Engin Akyürek, Tolga Sarıtaş, Berfu Beniyan, Öykü Naz Altay
Âşıklar Bayramı	2022	OGM Pictures – Onur Güvenatam	Özcan Alper	Özcan Alper, Kemal Varol	Kıvanç Tatlıtuğ, Settar Tanrıöğen, Uğur Uzunel, Erkan Can, Pınar Göktaş
İyi Adamın On Günü	2023	Ay Yapım – Kerem Çatay	Uluç Bayraktar	Mehmet Eroğlu, Damla Serim	Nejat İşler, Nur Fettahoğlu, Şenay Gürler, İlayda Alişan, İlayda Akdoğan
Aşk Taktikleri 2	2023	Mine Yılmaz	Recai Karagöz	Pelin Karamehm etoğlu	Demet Özdemir, Şükrü Özyıldız, Atakan Çelik, Melisa Döngel, Bora Akkaş, Deniz Baydar, Hande Yılmaz
Boğa Boğa	2023	Ay Yapım – Kerem Çatay	Onur Saylak	Hakan Günday	Kıvanç Tatlıtuğ, Funda Eryiğit, Gürgen Öz, Kerem Arslanoğlu, Müge Bayramoğlu, Hayat Van Eck
Aah Belinda	2023	OGM Pictures	Deniz Yorulmazer	Hakan Bonomo	Neslihan Atagül Doğulu, Serkan Çayoğlu, Necip Memilli, Meral Çetinkaya
Merve Kült	2023	Mine Yılmaz	Cemal Alban	Ceylan Naz Baycan, Cemal Alban	Ahsen Eroğlu, Ozan Dolunay, Zuhall Olcay, Ferit Aktuğ, Mine Tugay, Levent Meşe
Kötü Adamın On Günü	2023	Ay Yapım	Uluç Bayraktar	Mehmet Eroğlu, Damla Serim	Nejat İşler, Rıza Kocaoğlu, Kadir Çermik, İlayda Akdoğan, Şenay Gürler, Hazal Subaşı, Hazal Filiz Küçüköke, Nur Sürer, İlayda Alişan
Sen İnandır	2023	TAFF Pictures – Cemal Okan, Timur Savcı	Murat Saraaçoğlu, Evren Karabıyık Günaydın	Selen Bağcı	Ayça Ayşin turan, Ekin Koç, Zerrin Sümer Tunçsav, Yıldız Kültür

Do Not Disturb	2023	CMYLMZ – Fikir Sanat – Cem Yılmaz	Cem Yılmaz	Cem Yılmaz	Cem Yılmaz, Ahsen Eroğlu, Celal Kadri Kınnoğlu, Özge Özberk, Bülent Şakrak, Nilperi Şahinkaya, Seren Şenay
İstanbul İçin Son Çağrı	2023	OGM Pictures, PTOT Film – Onur Güvenatam, Şebnem Kitiş, Tunay Vural	Gönenç Uyanık	Nuran Evren Şit	Kıvanç Tatlıtuğ, Beren Saat
Meraklı Adamın On Günü	2024	Ay Yapım	Uluç Bayraktar	Mehmet Eroğlu, Damla Serim	Nejat İşler, Rıza Kocaoğlu, Kadir Çermik, İlayda Akdoğan, Şenay Gürler, Cem Uslu, Hazal Subaşı
Kül	2024	Ay Yapım – Kerem Çatay	Erdem Tepegöz	Erdi Işık	Funda Eryiğit, Alperen Duymaz, Mehmet Günsür, Nur Sürer, Yıldırım Şahinler, Seda Türkmen
Sen Büyümeye Bak	2024	TAFF Pictures, GİG Productions – Timur Savcı, Cemal Okan, Murat Dalkılıç	Ketche Hakan Kırvavaç	Hakan Bonomo	Kaan Urgancıoğlu, Melisa Aslı Pamuk, Mert Ege Ak, Ezgi Şenler, Perihan Savaş
Tam Bir Centilmen	2024	OGM Pictures	Onur Bilgeatay	Deniz Madanoğlu	Çağatay Ulusoy, Ebru Şahin, Şenay Gürler, Nazlı Bulum, Selen Uçer
Romantik Hırsız	2024	Lanistar Media – Mine Yılmaz	Recai Karagöz	Pelin Karamehmetoğlu	Birkan Sokullu, Esra Bilgiç, Fırat Tanış, Ushan Çakır

Tablo 1: Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinin künyesi

2020-2024 yılları arasında Netflix orijinal Türk yapımı olarak üretilen 33 filmin yıl bazlı dağılımına bakıldığında, 2020 yılında 2, 2021 yılında 6, 2022 yılında 11, 2023 yılında 9 ve 2024 yılında 5 film üretildiği görülür. Netflix orijinal yapımı olarak üretilen Türk filmlerine bakıldığında, öncelikle film ekiplerinde popülerliğin ve tanınırlığın güvenli alanından yararlanıldığı söylenilebilir.

Üretilen 33 filmin yapım şirketlerine bakıldığında, 9 filmin yapım şirketi olarak OGM Medya (Onur Güvenatam), 7 filmin yapım şirketi olarak BKM (Necati Akpınar), 5 filmin yapım şirketi olarak Ay Yapım (Kerem Çatay), 3 filmin yapım şirketi olarak TAFF, 3 filmin yapım şirketi olarak Lanistar Medya (Mine Yılmaz) görülmektedir. Diğer filmlerde de yapımcılar birer kez yer almış olsa da yapım ekiplerinde diğer filmlerin yapım ekiplerindeki isimler (Saner Ayar, Hakan Karamahmutoğlu) tekrarlamaktadır.

Filmlerin yönetmenlerine bakıldığında genellikle geleneksel medyada ya da popüler sinemada yönetmenlik yapmış isimler görülür. Filmlerin 4 tanesini Ozan Açıktan, 3 tanesini Uluç Bayraktar, 2'ser tanesini Recai Karagöz, Onur Bilgeatay, Ketche Hakan Kırvavaç, Andaç Haznedaroğlu, Mehmet Ada Öztekin yönetmiştir. Cem Yılmaz, Onur Saylak, Hilal Saral, Taylan Biraderler, Ezel Akay, Özcan Alper, Kıvanç Baruönü gibi ünlü ve popüler yönetmenlerin de birer filmleri havuzda yer almaktadır.

Filmlerde yer alan oyunculara bakıldığında, tekrar eden isimler olarak Şenay Gürler, Nejat İşler, Funda Eryiğit, Kıvanç Tatlıtuğ, İlayda Akdoğan, Yılmaz Erdoğan, Ahsen Eroğlu, Çağatay Ulusoy, Fırat Tanış, Dilan Çiçek Deniz, Demet Özdemir, Şükrü Özyıldız gibi popüler dizi ve film oyuncularını öne çıkarmaktadır.

Ayrıca üretilen filmlerin senaryolarında uyarlamalara da rastlanmaktadır. Netflix, güvenli bir alan olarak, çok okunan kitap ve çok izlenen film uyarlamalarına da başvurmaktadır. Platformda yer alan *Kin* filmi, Güney Kore filmi olan *Chronicles of Evil*'in uyarlamasıyken *Aaah Belinda*, aynı isimli 1986 yapımı Atıf Yılmaz filminin uyarlamasıdır. *Yolun Açık Olsun*, Hakan Evrensel'in aynı adlı romanından uyarlamayken, *İyi Adamın On Günü*, *Kötü Adamın On Günü*, *Meraklı Adamın On Günü* üçlemesi, Mehmet Eroğlu'nun kitaplarından uyarlanmıştır. *Merve Kült*, Ceylan Naz Baycan'ın Merve Kült – Bir Çöküş ve Diriliş Öyküsü romanından uyarlamayken *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün mü?*, Yılmaz Erdoğan'ın aynı isimli tiyatro oyunundan ve *Aşıklar Bayramı* da Kemal Varol'un aynı isimli romanından uyarlanmıştır. Netflix, popüler konulara ve türlere ağırlık vererek popüler kültürü takip eden genç izleyici kitlesini, hedef kitlesi olarak konumlandırmış; politikalarının belirlenmesinde genç izleyici kitlesinin takip ettikleri ve zevkleri önceliklendirilmiştir.

3.2. Netflix Orijinal Yapımı Türk Filmlerinin Temaları

Netflix orijinal Türk yapımı olarak üretilen ilk film, 2020 yapımı Ozan Açıktan yönetmenliğinde çekilen *Yarına Tek Bilet*'tir. İlk orijinal yapımdan, 2024 yılı sonuna dek, toplam 33 orijinal Türk yapımı içerik üretilmiştir. Üretilen orijinal içeriklerin anlatılarında tekrarlanan öğelere ve kültürel bellekle kurulan ilişkiye bakmadan önce, her bir filmin mekân, zaman tercihlerine, tema ve tür bilgilerine bakılacaktır. Tablo 2'de yer alan söz konusu başlıklar aracılığıyla, Netflix'in orijinal yapımı olarak ürettiği Türk filmlerinde tekrarlayan zaman, mekân, tema ve tür bilgilerine ulaşılarak bu bilgiler aracılığıyla geliştirdiği içerik politikasına dair fikir elde edilebilecektir:

Film	Yılı	Yer, Mekân	Film Zamanı	Tema	Tür
Yarına Tek Bilet	2020	Tren, İstanbul- İzmir arası	2020, 14 saat	İlişkiler, aşk, sevgi	Romantik
Dokuz Kere Leyla	2020	İstanbul, Köşk	2020	İlişkiler, evlilik, Lilith efsanesi, toplumsal cinsiyet, erkeklik	Komedi
Kâğıttan Hayatlar	2021	İstanbul, Balat ve çevresi, Kâğıt deposu	2021	Şizofreni, sınıf farklılıkları, aile, geçmiş	Dram
Beni Çok Sev	2021	Konya, Antalya	2018	Suç, ilişkiler, pişmanlık, aile, gerçeklik, cinayet	Dram
Kin	2021	İstanbul, Emniyet Müdürlüğü	2021	Suç, geçmiş, travma, intikam	Polisiye
Sen Hiç Ateş Böceği Gördün mü?	2021	İstanbul	1950'li yıllar - 2000'ler	Aile, toplumsal meseleler, ilişkiler, geçmiş, hafıza	Komedi-Dram
Azizler	2021	İstanbul	2021	İlişkiler, bunalım, yalnızlık	Absürt komedi
Geçen Yaz	2021	Bodrum	1997	Gençlik, ilişkiler, aşk, yazlık kültürü	Romantik
Cici	2022	İç Anadolu, köy	1980'li yıllar – 2020 pandemi dönemi	Aile, travma, hafıza, geçmiş, ilişkiler, pişmanlıklar	Dram
Ufo	2022	Adana	2022	İlişkiler, aile, yarış, hırs, başarı	Romantik
Kal	2022	İstanbul	2022	İlişkiler, aşk, ayrılık, geçmiş	Romantik
Özel Ders	2022	İstanbul, Beyoğlu	2022	İlişkiler, gençlik	Romantik komedi
Gönül	2022	Doğu Anadolu	Belirsiz, Göçebe Yaşam	Aşk, ilişkiler, sınıf, Dom kültürü	Komedi - Dram
Aşkın Kıyameti	2022	İstanbul, Muğla, Ankara	2020'ler, pandemi dönemi	İlişkiler, aşk, müzik, yoga, arayış	Romantik komedi
Aşk Taktikleri	2022	İstanbul, Kapadokya	2022	İlişkiler, aşk, tesadüfler, oyun	Romantik komedi
Babamın Kemanı	2022	İstanbul	2022	Aile, müzik, geçmiş, sınıf farklılıkları	Dram

Sen Yaşamaya Bak	2022	İstanbul	2022	Aile, anne – çocuk ilişkisi, ilişkiler, ölüm	Dram
Yolun Açık Olsun	2022	Ankara, Muğla	2022	Şizofreni, askerlik, savaş, travma, geçmiş, aşk, psikoloji	Dram
Âşıklar Bayramı	2022	Kırşehir, Elazığ, Erzurum, Kars	2022	Geçmiş, hafıza, yüzleşme, ilişkiler, müzik, hastalık	Dram
İyi Adamın On Günü	2023	İstanbul	2023, 10 gün	Suç, ilişkiler, geçmiş, ayın, sır	Aksiyon
Aşk Taktikleri 2	2023	İstanbul	2023	Evlilik, aşk, ilişkiler, oyun	Romantik komedi
Boğa Boğa	2023	Çanakkale, Assos	2023	Yatırım, para, geçmiş, cinayet, intikam, suç	Gerilim
Aah Belinda	2023	İstanbul, Nişantaşı, Galata ve çevresi, Beylerbeyi	2023	Aile, sınıf farklılıkları, kültür, ilişkiler, oyunculuk sektörü	Absürt komedi
Merve Kült	2023	İstanbul	2023	Gençlik, intikam, girişimcilik, aşk	Komedi-Dram
Kötü Adamın On Günü	2023	İstanbul	2023, 10 gün	Suç, ilişkiler, sır, geçmiş	Aksiyon
Sen İnandır	2023	Çanakkale, Assos	2023	İlişkiler, geçmiş, aşk, oyun, başarı	Romantik
Do Not Disturb	2023	İstanbul	2020'ler, pandemi dönemi – 1 gece	Kimlik, aidiyet, varoluş, intihar, cinayet, bunalım	Komedi-Dram
İstanbul İçin Son Çağrı	2023	New York	2023	İlişkiler, evlilik, ayrılık, terapi, oyun	Romantik
Meraklı Adamın On Günü	2024	İstanbul, Balat	2020'ler – pandemi, 10 gün	Suç, ilişkiler, yazarlık, sır	Aksiyon
Kül	2024	İstanbul, Balat	2024	Sır, yazarlık, cinayet, ilişkiler	Romantik-Dram
Sen Büyümeye Bak	2024	İstanbul	2024	Aile, baba – çocuk ilişkisi, ilişkiler, geçmiş, yas, alkol bağımlılığı	Dram-Komedi
Tam Bir Centilmen	2024	İstanbul	2024	İlişkiler, aşk, uyuşturucu, bağıllık, cinsellik	Romantik-Dram
Romantik Hırsız	2024	Budapeşte, İstanbul, Prag	2024	Kültürel miras, soygun, İnterpol, suç	Romantik

Tablo 2: Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinin temaları

Tabloda görüldüğü üzere, 2020 yılından 2024 yılı sonuna dek üretilen toplam 33 orijinal Türk yapımı içeriğin 23'ü İstanbul'da geçmektedir. İstanbul'da geçen filmlerde sıklıkla Balat, Beyoğlu ve Galata çevresi semt olarak seçilmiş ve tren, köşk gibi nostaljik mekanlara yer verilmiştir. Söz konusu bölgelerin seçilmiş olması, İstanbul'un tarihini ve kültürlerarası kimliğini oldukça iyi yansıtan ve turistik olarak da tanınan mekânlar olmasıyla ilişkilendirilebilir. İstanbul dışında geçen filmler arasından yazlık bölgelerde geçen filmler için Çanakkale-Assos bölgesi ve Muğla ve ilçeleri tercih edilmiştir. Hikâye gereği mekân olarak İç Anadolu ve Doğu Anadolu bölgesinde ve yurtdışında geçen filmler de bulunmaktadır. Antalya, Kars, Kapadokya gibi Türkiye'nin turistik ve kültürel miras açısından zengin bölgelerinden de faydalandığı görülmektedir.

Yine tablodan okunabileceği üzere, filmlerin büyük bir çoğunluğu filmin çekildiği dönemin dinamiklerini yansıtmaktadır. Yalnızca *Yarına Tek Bilet*, *Do Not Disturb* filmlerinde ve *İyi – Kötü – Meraklı Adamın On Günü* üçlemesinde film zamanına dair net bir bilgi yer almakta; diğer filmler geniş bir zaman aralığını aktarmaktadır. Geçmiş üzerinden kurulan anlatıların sıklıkla kullanıldığı orijinal Türk yapımı filmlerde, flashback kullanımı da oldukça yaygın bir tekniktir. *Cici*, *Aşkın Kıyameti*, *Do Not Disturb* ve *Meraklı Adamın On Günü* filmlerinde de pandemi dönemine ilişkin açıkça referanslar bulunmaktadır. Bu filmler, pandemi döneminin izlerini taşıyan filmler olarak bir aktarım sağlayıcısı işlevi görmektedir.

Tablo üzerinden filmlerin öne çıkan temalarına bakıldığında, en yüksek oranda ilişkiler, aşk, sevgi temasının, ikinci sırada ise geçmiş, hafıza temasının yer aldığını söylemek mümkündür. Tekrarlayan diğer temalar arasında sınıf ve kültür farklılıkları, suç ve intikam temalarının yer aldığı görülür. Temaya bağlı olarak türler de şekillenmekte ve doğru orantılı olarak en çok romantik, dram, romantik – dram, romantik komedi, komedi türlerinde filmler üretilmektedir. Farklı tür olarak 3 aksiyon, 2 absürt komedi, 1 polisiye ve 1 gerilim filmi bulunmaktadır.

Tüm bunların ışığında, Netflix'in Türkiye'ye özgü içerik üretim politikalarında, bir önceki başlıkta da bahsi geçen ve üretimleri ağırlıklı olarak gerçekleştiren yapım şirketlerinin ve film ekiplerinin geleneksel medyaya içerik üreten şirket ve ekipler olmasından hareketle, izleyici hedef kitlesini geleneksel medya dizi izleyicisinin oluşturduğu ve hedef kitlenin beklentisini karşılamak adına aşına olduğu yüzlerle, alışkanlık geliştirdiği hikâye biçimlerini tekrar etmeyi tercih ettiği söylenebilir. Türk dizilerinden alışkanlık geliştirilen aile, sevgili ve dostluk alt temalarını barındıran ilişkiler temasını kullanan, yine dinamiğine aşına olunan dram ve romantik türlerinin matematiği takip edilerek oluşturulan anlatılar, Netflix orijinal yapımı Türk filmleri için tercih edilmiştir.

Bahsi geçen ilişkileri filmler üzerinden yorumlayabilmek ve örnekleme oluşturan filmlerin seçilmesindeki nedenleri sıralayabilmek adına Netflix orijinal Türk yapımı olarak 2020-2024 yılları boyunca üretilmiş 33 uzun metrajlı filmin kısa içerik özetleri sıralanmıştır:

Yarına Tek Bilet, Netflix orijinal yapımı ilk Türk filmidir. Drazen Kuljeni'in yönettiği, 2014 İsveç yapımı, *Hur Man Stoppar Ett Bröllop* filminden uyarlanmıştır. İzmir'e giden bir trende, aynı kompartımda karşılaşan ve birlikte 14 saatlik bir yolculuk gerçekleştirecek olan Ali ve Leyla'nın hikâyesi aktarılmaktadır. Başta zıt bir iletişim kuran iki yabancı, ilerleyen saatlerde aynı düğüne katılmak için İzmir'e yolculuk ettiklerini öğrenirler ve birbirlerinin eski sevgililerinin evlendikleri gerçeğiyle yüzleşirler. Yolculuk boyunca, ilişkilere dair sohbet eden ve yakınlaşan ikili, filmin sonunda İzmir'e ulaşırlar ve düğüne gitmekten vazgeçerler. Epizodik bir anlatım dilini benimseyen filmde, müzik kullanımı ön plana çıkmaktadır. Tercih edilen müzikler hem yabancı hem de yerli müziklerdir. Don Cavalli, James Warburton & Arthur Gallon, Sophie Hunger, Didier Squiban & Yann Fanch Kemener gibi müzisyenlerin şarkılarının yanı sıra Büyük Ev Ablukada, Nil Karaibrahimgil, Sena Şener, Ümit Besen, Ercan Saatçi gibi Türk müzisyenlerin de şarkıları yer almıştır. Bu anlamda hem yerli hem yabancı izleyicinin ilgisi anlatının akışında tutulmuştur. Filmin anlatısında Türk alışkanlıklarına ve kurallarına yönelik birkaç olgu da öne çıkmaktadır. Trenin restoranında alkol sipariş ettiklerinde garson, alkolün tren yolculuklarında yasaklandığını açıklar. Bunun üzerine ikili Türk kahvesi ister. Garsonun Türk kahvesinin de bulunmadığını iletmesi ve yalnızca hazır kahve bulunduğunu söylemesi üzerine Leyla, Türk kahvesi olmamasını ciddi bir şekilde yargılar. Benzer şekilde, trenden inip dışarıda büfeden alkol aldıkları sahnede de, satıcı saat akşam 10'u geçtiği için satış yapamadığını ifade eder. Buna karşın ısrarlar üzerine satış gerçekleşir. Bu iki sahnedeki kurallar ve yasaklar, Türk yaşam biçimine aittir; bu anlamda karakterlerin durumu diyalogla açıklaması küresel izleyici için bir anlam bütünlüğü sağlama noktasında kolaylaştırıcıdır. Bu gibi sahneler, küresel pazarda ilgili ülkenin yaşam biçimine dair yargılar oluşturmaktadır. Anlatıda Cemal Süreya, Turgut Uyar gibi Türk şairlerin isimlerine ve şiirlerine yer vermek de yine Türk edebiyatına ve kültürüne ilişkin çıktı sunmaktadır.

Dokuz Kere Leyla, Tayfun Türkili'nin Dokuz Canlı adlı oyunundan ilhamla, Ezel Akay tarafından yazılıp yönetilen Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Ezel Akay, filmin masalsı anlatısını desteklemek için filmin künyesinde "Anlatan: Ezop" tabirini kullanmayı tercih etmiştir. Lilith efsanesini anlatan film, finaldeki cinayet sahnesiyle açılmaktadır. Anlatıyı bir dış ses aracılığıyla girişte özetleyen filmde, Leyla, Âdem ve Nergis arasındaki ilişki üçgeni aktarılmaktadır. Leyla ve Âdem Evliyaoğlu çifti, evlilik terapisti Nergis'e başvururlar. Öte yandan Âdem ve Nergis'in bir ilişkisi de vardır ve Nergis, Âdem'in eşi Leyla'dan ayrılmasını istemektedir. Âdem ise kendisinden ayrılmayı kabul etmeyen Leyla'dan "kurtulmanın" tek yolu olarak onu öldürmeyi düşünür. Dokuz kere, farklı yollarla, Leyla'yı öldürmeyi dener fakat başarısız olur. Bir arkeolog ve aynı zamanda koleksiyoner olan Âdem'in evinde muhafaza

ettiği çok sayıda tablo, filmlerdeki sahnelerle referans kurularak kadrada yerini alır. Örneğin, Pieter Brueghel'in Ölümün Zaferi isimli tablosu, filmin girişinde de yer alan finaldeki kaotik sahneyi yansıtmaları açısından seçilmiştir ve ayrıntı planlarla tablodan detaylar izleyiciye sunulmuştur. Yine Nergis'in terapi odasında yer alan Elisabetta Sirani'nin Timoclea Kills the Captain of Alexander the Great isimli tablosu, kadın – erkek ilişkilerine dair Nergis'in duruşunu yansıtan bir tablodur. Filmde daha pek çok eser, anlatıyı destekleyecek şekilde yer almıştır. Anlatının merkezine yerleşen Lilith'in el yazması, filmin temellendiği efsaneyi desteklemektedir. Filmde Fırat Tanış'ın canlandırdığı koleksiyoner -Fırat Tanış bir başka Netflix orijinal yapımı olan *Romantik Hırsız* filminde de yine koleksiyoneri canlandırmıştır- Mahdun'un peşine düştüğü Lilith el yazması, tüm ilişkileri tek bir noktada birleştirir ve filmi finale taşır. Filmin anlatısındaki bir diğer unsur, Âdem'in travmasından yola çıkılarak eklenen ara sahnelerdir. Âdem bir yandan eşini öldürmeye çalışırken bir yandan her ölü veya baygın kişi gördüğünde tetiklenmektedir. Bu tetiklenme hali filmde, Âdem'in beyaz bir fonda diğer benlikleriyle karşılaştığı müzikal bir anlatı şeklinde sunulmaktadır. Müzikal sahnelerinde kadın erkek ilişkilerine yönelik kullanılan söylemler toplumsal cinsiyet üzerinden tartışma açılabilir bir alan sunmaktadır. Filmin anlatısının temellendiği Lilith efsanesi, filmde sıklıkla kullanılan tablolar, komedi unsuru olarak yer alan sanat öğeleri -soygun esnasında Mahdun'un Donald Trump maskesi kullanması gibi-, bilindik şarkıların anlatıya göre uyarlanması -Cem Karaca'nın Bu Son Olsun şarkısı gibi- kültürel kodlara örnek olarak verilebilir.

Kâğıttan Hayatlar, “sokakta kimsesiz büyüyen bütün çocuklara ithafen” ibaresi ile açılan Netflix orijinal Türk yapımı filmidir. Kâğıt toplayıcısı Mehmet ve arkadaşlarının hikâyesini anlatan film, İstanbul'un gökdelenlerinin ve şehir ışıklarının görüldüğü bir drone görüntüsü ile başlar. Kamera lüks bir mekânın önüne gelen marka bir arabayı takip eder. Vale, aracı alıp şehrin ara sokaklarına girdiğinde ise bambaşka bir İstanbul tablosu izleyiciyi karşılar. Şehrin her iki uç yaşam biçimini de henüz filmin girişinde izleyiciye sunan film, hiyerarşi, sınıf, kültür gibi kavramlar çevresinde gezineceğinin ipuçlarını daha baştan vermiştir. Mehmet, hasta olduğu için kâğıt toplamaya çıkmak yerine depoda kâğıt toplayan çocukların çuvallarını tartarak kâğıtların satış işleri ile uğraşmaktadır. Böbrek nakli olması gerektiği için para biriktiren Mehmet, Balat'ta, yıkık dökük bir evde yaşamaktadır. Filmdeki Balat görüntüsü -pek çok Netflix orijinal yapım filminde olduğu gibi- apartmanlar arası çamaşırların asılı olduğu, sokakta kadınların yün çırptığı, çocukların top oynadığı, artık olmayan fakat tipikleşmiş Balat algısı üzerinden sunulmuştur. Mehmet'in, arkadaşı Gonzi'nin çuvalından çıkan ve üvey babası onu dövdüğü için annesinin kendisini çuvala koyduğunu söyleyen Ali ile kurduğu ilişki, filmin merkezinde yer almaktadır. İzleyici, hikâye boyunca Ali'nin mutlu olması için her şeyi yapan Mehmet'in aslında şizofreni yaşadığını, Ali'nin kendi çocukluğu olduğunu filmin finalinde öğrenmektedir. Filmin temellendiği bu dramatik anlatı, çocuklarını terk eden anneler üzerinden pek çok yoruma yer verdiği ve sorunu her

zaman anneye, kadın olana yüklediği için eleştirilmiştir. Hikâyenin Umut Evirgen'in filmi *Ben Bir Denizim* ile taşıdığı benzerliklere yönelik de birtakım iddialar bulunmaktadır²². Tüm bunların yanı sıra filmde, İstanbul'a yönelik pek çok kültürel kod da yer almaktadır. İstanbul'un terasları, duvarları, sokakları filmde yan hikâyenin bir karakteri olarak var olur. Filmin müzikleri, dramatik anlatıyı kuvvetlendirecek şekilde seçilmiştir. Müslüm Gürses'ten İtirazım Var, Neşet Ertaş'tan Ah Yalan Dünya, Selda Bağcan'dan Ağlama Anne gibi arabesk müziklerin yanı sıra, Gazapizm'den Çöplük, Adamlar'dan Koca Yaşlı Şişko Dünya gibi filmin ritminin arttığı yerlerde sahneleri destekleyen şarkılar da tercih edilmiştir. Filmdeki hamam sahnesinde hem mekân, atmosfer ve oyun havası müziği; doğum günü sahnesinde teras, müzisyenler ve Romanların marş olarak da kabul ettiği Djelem Djelem şarkısının söylenmesi yine mekân ve müzik olarak filmin kültürel aktarımları arasında sayılabilir. Film, şehri, mekânı ve müziği birer araç olarak kullanarak Türk kültürüne ilişkin bir algı yaratmış; söylemini sınıf farklılıkları üzerinden kurmuştur.

Beni Çok Sev, Konya Kapalı Cezaevi'nde mahkûm olan Musa Solak'ın ve infaz memuru Sedat Yücel'in hikâyesini anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. On dört yıldır mahkûm olan Musa, tahliyesine üç yıl kala, bir günlüğüne kızını görmek için izin kullanacaktır ve izinde ona koruma infaz memuru Sedat eşlik eder. Musa, yıllar önce kızı küçükken, cinayet işlediği için hapse girmiştir ve sonrasında kızını hiç görememiştir. Musa ve Sedat'ın hikâyeleri paralel bir şekilde kurgulanmıştır. Sedat, emekliliğini istemiş olmasına rağmen gelen bu görevi son bir görev olarak kabul etmiştir. Konya'dan Antalya'ya Musa ile yolculuk yaparlar. Filmin kurgusunda ise zamansal bir paralellik tercih edilmiştir. Bir yandan Musa ve Sedat'ın yolculukları ile Antalya'da olanlar aktarılırken öte yandan Sedat'ın açılan soruşturma kapsamında sorgulanma süreci anlatılmaktadır. Antalya'nın yoksul bir semtine gittiklerinde, sokaklara girer girmez alt kültür öğeleri ile izleyiciye bir aktarım sağlanmaktadır. Kahvehane ve kahvehane önünde çalan Ali'yi Gördüm Ali'yi türküsü daha ilk girişte mahallenin kültürüne dair ipuçları sunmaktadır. Musa ve Sedat'ı, Musa'nın eskiden sevdiği ve cinayeti de onu kurtarmak için işlediği Nuriye, alzheimer annesi ve kızı karşılar. Evin prodüksiyon tasarımında kullanılan her öğe de ait oldukları sınıfa dair ipuçları sunmaktadır. Musa, bütün gece boyunca yıllardır göremediği kızıyla vakit geçirdiğini düşünürken annesinden kızı Yonca'nın vefat ettiğini öğrenir ve Nuriye'nin kurduğu oyun böylece ortaya çıkar. Nuriye, Musa bir yanlış yapmasın ve tahliye olabilsin diye her şeyi organize etmiş; uyuşturucudan ölen kızı Yonca'ya dair her şeyi gizleyerek Yonca'nın yerine bir başka arkadaşının kızı Leyla'yı koymuştur. Musa, tüm bu oyun içerisinde kandırıldığını anladığında, Sedat'la cezaevine dönmeyi reddeder. Sedat, başta engel olmak istese de, sorgu sahnelerinden de anladığımız gibi kendi kızıyla ilişkisini zihninde taşıyarak Musa ile yoğun bir empati

²² Çalıntı iddiası: <https://t24.com.tr/foto-haber/cagatay-ulusoy-un-basrolunde-oldugu-netflix-filmi-kagittan-hayatlar-in-calinti-oldugu-iddia-edildi.11531>
(Erişim Tarihi: 28.01.2025).

içerisine girer ve ona silahını verir. Finalde Musa, bir katliam gerçekleştirir; Sedat ise başta Nuriye'yle emeklilik ikramiyesi yanmasın diye ağız birliği yapıp sorunsuz bir sorgulama geçirse de, akabinde itiraf eder. Film, hikâyenin merkezine Musa'nın kızı ile olan ilişkisini yerleştirirken aynı zamanda kadın cinayetleri, şiddet olayları, uyuşturucu sorunları gibi toplumsal meselelere de yer vermektedir. *Beni Çok Sev*, paralel kurgu tekniğini kullanarak sağladığı ters köşe etkisi ile izleyiciyi hikâyenin içinde tutarken, mekânlar, müzikler, dekorlar ve kurulan mahalle ilişkileri ile bir alt kültür tablosu çizmektedir. Filmin jeneriğinde de bu tabloyu desteklemek için mahallede çekilmiş siyah beyaz fotoğraflara yer verilir.

Kin, Woon-hak Baek'in yönetmenliğinde çekilen Kore yapımı *Chronicles of Evil* filminden uyarlanan Netflix orijinal yapımı Türk polisiye filmidir. Film, alt sınıf bir mahallede açılır. Polisler bir adamı kahvehanedeki insanları zehirleyerek öldürdüğü gerekçesiyle tutuklamak için evinden çıkarırken küçük oğlunun babasının peşinden bağırdığı görülür. Filmin finaline ilişkin bir bağlantı sahnesi olarak yer alan bu giriş sahnesinin ardından, Emniyet Müdürlüğü'nün düzenlediği ödül törenine geçilir. Harun Çeliktan, en başarılı polis ödülünü alır. Harun, ekibiyle bir meyhanede kutlama yapar. Müzikleriyle, mezeleriyle bir meyhane kültürü aktarımı gerçekleşir. Harun, kutlama sonrası taksiye biner ve taksici tarafından uğradığı saldırı sonucu taksiciyi öldürür. Harun, taksiciyi öldürdükten sonra tüm parmak izlerini temizleyerek olay yerinden ayrılrsa da ertesi gün emniyet binasının karşısındaki inşaatın vincine taksicinin cesedinin asılı olduğunu öğrendiğinde meselenin doğrudan kendisiyle ilgili olduğunu anlar. Hikâye boyunca, Harun'un ekibinin en genç asistanı olan Tuncay'ın, hem takside Harun'un kravat iğnesini bulması hem de Harun'un kamera görüntülerinin olduğu flash belleği aldığını görmesi gibi durumlar üzerine izleyicinin dikkati Tuncay'a çevrilir. Aynı zamanda Harun'un oğluna ders de veren Tuncay'ın, en başından beri tüm bu olayları planladığı öğrenilir. Tuncay, filmin girişinde babası Harun tarafından tutuklanan çocuktur. Suçsuz yere tutuklanan babası için kız kardeşi ile beraber bir intikam planı yapmışlardır. Finalde, babasının tutuklanması sürecinde yer almış herkesi öldürerek intikam planını tamamlayan Tuncay, oğlunun önünde Harun'un tutuklandığını gördükten ve kendi yaşadığı şeyi Harun'a ve Harun'un oğluna yaşattıktan sonra intihar eder. Tüm bu olayların en temelinde sınıf farkı ve sınıf hiyerarşisi yatmaktadır. Filmin adı da sınıf kinini temsil etmektedir. Filmde, sınıflar arası kültür farkı, uyuşturucu, dövme ve suç öğeleri üzerinden aktarılmıştır. Çoğunluğu emniyette ve operasyonda geçen hikâyenin, uyarlama olmasının da bir katkısıyla, daha evrensel kodlara sahip olduğu söylenebilir. Fakat bu noktada, hikâyede işleyişe aykırı olabilecek -suçlunun sorgu esnasında kendisini dışarıdan duyan polislerden sesi kapatmasını istemesi ve baş komiserin de bunu uygulaması gibi- ve mantık hatasına yol açan birtakım durumlar barındırdığı da belirtilmelidir.

Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?, Yılmaz Erdoğan'ın 1999 yılında sahnelenmeye başlayan aynı isimli tiyatro oyununun uyarlamasıdır. Filmin başkarakteri Gülseren'in bir youtuber tarafından videoya alınmasıyla başlayan film, Gülseren'in fotoğraf albümünün sayfalarını çevirerek kendi hayat hikâyesini

anlatmasıyla devam eder. 1950’li yıllarda bir konakta doğduğu andan başlayan Gülseren’in hikâyesi, o anlattıkça izleyiciye sunulur. Filmde 1950’li yılların sağ – sol ikiliği, Gülseren’in dayısı ve amcası üzerinden izleyiciye aktarılmıştır. Halk Partili babası Nazif, annesi İclal Hanım, komünist amcası Hazım, dindar dayısı Kürşat ve halası İzzet ile aynı konakta yaşayan Gülseren’in anlatımı, paralel kurguyla verilen flashback görüntülerin üzerine dış sesle devam eder. Sokakta boydan boya yer alan, iplerle yolun bir ucundan diğer ucuna asılan *Lüküs Hayat*, *Hudutların Kanunu* gibi film afişleri aracılığıyla zaman geçişleri aksettirilmektedir. Dönemin siyaset gündemi, radyodan dinlenen haberlerle izleyiciye aktarılmaktadır. Celal Bayar’ın seyahatinden, Nazım Hikmet’in şiirlerinden, duvarlardaki devrim afişlerinden, yürüyüşlerde atılan sloganlardan dönemin siyasi ve sosyal atmosferinin iç içe geçmişliği okunabilir. Gülseren, lisede okuldan atılmasından, istemeye gelen insanları nasıl kaçırdığından, içine cin kaçtığı düşünüldüğü için hocaya götürüldüğünden, babasının ölümünden söz ederek 1970’li yıllara kadar gelir. Yaşadıkları mahallenin, konağın dönüşümü, sokak ortasında insanların öldürülmesi, amcasının kitapları bahçeye gömmesi gibi pek çok çalkantılı olayın ardından Gülseren evliliğini ve ayrılığını anlatır. 2000’lere geldiklerinde konağı otele çevirmek durumunda kaldıklarından söz eder. Şehrin yeni halinin tam ortasında bir yabancı gibi kalan konak, yanı başında açılan otoparkın mafyatik sahipleri, karşısında açılan barın alkol içen ve sokağa taşan gençleri arasında ayakta kalmaya çalışır. Gülseren, üstün zekâsı ve ateş böcekleri ile kurduğu ilişkiyle yalnızca babası ve Dünder tarafından anlaşılabilmiş; geri kalan herkes ve elbette toplum tarafından da dışlanmıştır. Film, 1950’li yıllardan 2000’lere dek Türk siyasi ve toplumsal kültürüne dair pek çok öge barındırmakla beraber, yaşanan kültürel dönüşümü de oldukça net bir şekilde somutlaştırmaktadır.

Azizler, bir depresyon hali içerisinde bulunan Aziz’in kendisiyle ve çevresiyle kurduğu ilişkilere odaklanan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Film, kız arkadaşı Burcu’ya yapacağı ayrılık konuşmasının hazırlığını yapan Aziz’in görüntüsüyle açılır. Kafede Burcu’yla buluştuğunda, hazırlığının aksine bir türlü konuya giremez ve akabinde Burcu, Aziz’in kolyesinin nerede olduğunu sorup cevap alamadığında filmin sonuna dek takılı kalır: “Hiç çıkarmıcam dedin e kolye nerede?” Böylece, filmin absürt komedi tarzı daha ilk sahneden başlamış olur. Aziz, iş arkadaşı Erbil, patronu Alp, yeğeni Caner ile kurduğu ilişkiler arasında savrulup durur film boyunca. Erbil’in vefat eden eşinin buzdolabında asılı olan fotoğrafı ile konuşmasına karşılık fotoğrafın Erbil’e yanıt vermesi filmin absürtlüğünü yansıtan bir diğer durumdur. Aziz gibi Erbil ve Alp de bir tür bunalım içerisinde. Alp, yalnızlığından bunalsa da herkese çok sosyal olduğunu ve çevresinde bir sürü insan olduğunu yansıttığı için sosyal görünmekte, esasında parayla çevresine insan toplamaktadır. Caner ise yaşının çok ötesinde bir performansla, annesini, babasını ve dayısı Aziz’i adeta dize getirmektedir. Aziz’in Caner’den kaçarak Alp’in evinde kalması ve kız arkadaşıyla kalacağını söylediği Alp’in kamerayla Aziz’i izlemesi sonucu tek başına kaldığını öğrenerek onun evdeki hallerini videoya alması Aziz’i ünlü etmiştir. Finalde

Erbil'in intiharı sonrası evini Aziz'e bırakması, filmin temellendiği yalnızlık, yersizyurtsuzluk, aidiyetsizlik temalarını birbirine bağlamaktadır. Öte yandan Caner'in doktora götürüldüğünde aldığı popüler kültüre fazla maruz kalmasına bağlı sahte bilgelik geliştirdiği teşhisi, bugünün yalnızlığını, yersizyurtsuzluğunu, aidiyetsizliğini karşılayan bir açıklama gibi yerleşmektedir filmin anlatısına. Finalde, Aziz, Erbil'in evinde bulduğu kolyeyi kafede takılı kalan Burcu'ya götürdüğünde bir düğümü çözer, öte yandan popüler kültürü temsilen bir sürü insan, kafenin camlarına yapışmış vaziyette çoktan internete düşen dans videolarıyla fenomen hale gelen Aziz'i seyretmektedir. Film, popüler kültürün yarattığı bunalımlara popüler kültürle yanıt veren bir finalle sonlanmaktadır.

Geçen Yaz, 1997 yılında Bodrum'da geçen bir yaz tatili boyunca, ergenliğe yeni girmiş Deniz'in kurduğu ilişkileri konu alan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Deniz, ablası Ebru'nun arkadaşı Aslı'dan hoşlanmaktadır. Aslı, Deniz'in çok büyümüş olduğunu birkaç kez dile getirerek kendi arkadaş gruplarına Deniz'i de dâhil eder. Deniz tüm yaz boyu Aslı'dan hoşlanır ama dile getiremez. Yazlık kültürü, bu deneyimi yaşamış kimseler için ortak kodlar ve duygu durumları barındıran bir kültür olarak tanımlanabilir. Yaz aşkları, yazlık arkadaşları gibi belirli bir döneme ait olan ilişkileri karşılayan tabirler de bu kültüre aittir. Deniz'in Aslı'ya yönelik duyguları da filmin finalinde, yaz tatilinin bitişiyle kendi içerisinde bir sona kavuşur. Film boyunca kurulan arkadaşlık ilişkileri, müzikli mekânlarda geçirilen vakitler, kumsalda ve havuzda oynanan oyunlar, geçmiş anlatısıyla da birleştiğinde nostaljik bir atmosferi doğrudan yansıtmaktadır. Radyodan istek parçaların istendiği, atari salonlarının olduğu, solo testin bir zaman geçirme aktivitesi olarak yer aldığı bir dönemde geçen film, nostalji duygusunu kültürel alışkanlıklarla birleştirerek sunmaktadır. Film, Netflix orijinal yapımı Türk filmleri içerisinde tekrar etmeyen oyuncu kadrosuyla ayrı bir yerde durmaktadır.

Cici, 1980'li yıllardan 2020'lere dek bir köy evi çevresinde bir ailenin yaşantısını anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Eski tip köy evi, filmin bir karakteri olarak da anlatıda yer aldığından, tüm detaylarıyla izleyiciye aksettirilir. Evin hem 1980'li yıllardaki hem de 2020'li yıllardaki hali, eski – modern ikiliği üzerinden yapılacak okumalara alan açmaktadır. Tüplü televizyon, televizyonda siyah beyaz TRT görüntüsü, duvarda asılı Türkiye haritası, nazar boncuğu, tespih, soba, eski model kamera, eski radyo, imbik gibi dekor öğeleri, çapraz bir kurguyla evin yeni halindeki modern ve İkea tipi dekorlarla kesiştiğinde kültürel dönüşümü gözler önüne sermektedir. Bekir, biri kız ikisi erkek üç çocuğuyla ve eşiyle bu köy evinde yaşamaktadır. Kamerayla videolar kaydeder, kendisi dışında kimse kameraya dokunamamaktadır. Ayağında Kundura türküsünü söylerken dinlediği yetim çoban Cemil'i çobanlık yapması için Bekir'e bırakırlar. Kızı Saliha ile Bekir arasındaki muhabbet ilerlediğinde oğlu Kadir, Cemil'le uğraşmaya başlar. Cemil'in canını sıktığını gören oğluna bir ders vermek amacıyla, Kadir'i hortumla ıslatırken videoya alan Bekir, o akşam hasta olan oğluna kıyamadığı için öfkelenen eşi Havva'nın camı açık bırakmasıyla zatürre olur. O günden sonra kötüleşen ve hayatını kaybeden Bekir'in

ardından zaman atlamasıyla, yıllar sonra Kadir'in yönetmen olduğu ve film çektiği döneme geçiş yapılır. Kadir, kendisine kamera ile oynama izni vermeyen babasının aksine yönetmen olmuş; babasının ona yaşattığı travmaları filme almaktadır. Alzheimer olan annesi Havva'yı da filmde oynatmak ister fakat bu durum Havva'nın kötüleşmesine yol açar. Finalde, artık Kadir'in modern stilde dekore ettiği evde tüm aile buluşur. Evin satılmasıyla ilgili görüşürlerken, babalarının ölümüne yol açan kişinin anneleri olduğunu öğrenen çocuklar ne yapacaklarını bilemezler. Film, geçmiş ve bugün arasında kurduğu ilişkide, alzheimer annenin varlığıyla hafızaya, Kadir'in ruh haliyle travmalara ve evin dönüşümüyle kültürel bir bozuma ve bellek yitimine ilişkin açtığı okuma alanıyla kuvvetli bir anlatıya sahiptir.

Ufo, Adana'da geçen ve yağ fabrikası sahibinin kızı Deniz ile motor yarışçısı Ese'nin ilişkisini ve birbirlerine verdikleri desteği anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Ese, Kartal Motor bünyesinde motor tamir eden aile tarafından evlat edinilmiştir. Girdikleri borçların altından kalkamayınca motor yarışlarına katılarak kazanç elde eden aile için tek çıkış yolu büyük yarışı Ese'nin kazanmasıdır. Deniz, Ese'yle tanıştığı ilk andan itibaren onu destekler; Ese de Deniz'i müzik sınavlarına girmesi yönünde teşvik eder. Film başından sonuna bir kültür çatışması aktarmaktadır. Deniz'in ailesi, Ese'nin içerisinde bulunduğu alt kültürü tasvip etmese de Deniz samimi ve güvenilir bulduğu Ese ve çevresiyle ilişki kurmaya devam eder. Film, Ese'nin motorla yaptığı antrenmanları videoya alan arkadaşının arabasında açılır. Arabada, daha sonra evde ve dükkânda da görülecek pek çok yerli öge gibi nazar boncuğu, besmele yazısı gibi kültürel ögeler yer almaktadır. Yerli ve yöresel müziklerin de sıklıkla kullanıldığı filmde, rap müzik öne çıkmaktadır. Uyuşturucu, horoz dövüşü, mangal, bağlama gibi alt sınıfa özgü yaşam biçimleri ve kültürel öğelerin yanında sadece Adana'ya özgü kültürel kodlar da sıklıkla kullanılmıştır. Dürüm, bici bici, içli köfte gibi Adana gastronomisine özgü tatlar, Adana şivesi, Adana Demirspor maçı ve taraftarları, Taş Köprü gibi yerli kodlardan faydalanılmıştır. Ese ve Deniz arasında kurulan alt ve üst kültür ilişkisi yapıcı bir ilişki olsa da çevrelerindeki insanlar bu konuda zorluk yaşamaktadırlar. Filmin adının Ufo olması, bir yandan Ese'nin motorunun adı öte yandan Deniz'in kurtarıcı olarak gördüğü ve beklediği varlıkları temsil ederken Ese ve Deniz arasındaki yapıcı ilişkiyi de karşılamaktadır. Filmin yerel kültürel kodlara bu denli yer vermesi, yerli izleyici için aşinalık duygusunu, yabancı izleyici için ise merak duygusunu uyandırması beklenen bir politikanın neticesi olarak yorumlanabilir.

Kal, paralel bir zaman kurgusuyla Defne ve Semih'in ilişkisini ve ayrılıklarını; ayrılık sonrası Semih'in içerisinde bulunduğu depresyon sürecini anlatmaktadır. Semih'in partide çalan bir müzik aletinden duyduğu tınıyla, evin duvarındaki çizimlerle, dövmelerle, gittikleri mekânlarla sürekli bir hatırlama etkisi içerisinde olması; hafızanın mekânla, müzikle, kokuyla ilişkisine dair çıktılar sunmaktadır. Semih'in çıplak bir şekilde sokağa çöp atmaya çıkması, uçaktayken uçağı düşürme şakası yapması, çiçekçi kapalı olduğu için odaya bir sürü kıvrıcık yağması gibi absürt ve mantık hatası da içeren

durumlar filmde sıklıkla çılgınlık ve gariplik vurgusuyla yer almaktadır. İlişkileri sürerken Defne'nin daha ciddi, sakin ve gelecek planlarıyla şekillendirdiği bir ilişki beklentisine karşılık veremeyen Semih, uzunca bir süre ayrılığın depresyonunu yaşar. Bu süreçte kurduğu her ilişki, fazlaca Avrupalı bir üslup taşımaktadır. Yerel ve kültürel kodlardan, alışkanlıklardan ve tanıdık insan ilişkilerinden uzak bir anlatıyı takip eden filmde, yıllar sonra tekrar karşılaşan ikilinin, Semih'in yeni yaptırdığı bir dövme üzerinden hatırlamaya dair kurdukları sohbet, filmin hafıza üzerine temellenen anlatısını desteklemektedir.

Özel Ders, gençlere “imaj maker” olarak kendilerini daha iyi hissedecekleri bir tarz sunan Azra ile yeni öğrencisi Hande'nin hikâyesini anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Hande, rektör teyzesiyle yaşayan edebiyata meraklı bir genç olarak yaşından oldukça büyük davranmaktadır ve tarz olarak da kendi yaşının çok üzerinde bir tarza sahiptir. Azra'nın yalnızca referans aracılığıyla tanışılan ve kişileri kendilerini daha özgüvenli hissettikleri bir moda yükselten biri olduğunu tesadüf eseri öğrenen Hande, teyzesine şikâyet etmek şartını öne sürerek Azra'yla tanışır ve kendisine yardımcı olmasını sağlar. Her bir aile için kendine başka bir kimlik belirleyen Azra, Hande'nin teyzesine kendisini oyunculuk hocası olarak tanıtır. Azra'nın apartmanına yeni taşınan Burak'la kurduğu ilişki ile Hande'ye öğrettiği kadın – erkek ilişkilerine dair dersler, paralel olarak yaşanır. Bir yandan Hande, üniversitenin popüler çocuğu Utku'nun kendini fark etmesi için Azra'dan ders alırken, Azra kendi ilişkisinde aynı dersleri uygulayamamaktadır. Sonraları Azra'nın, Burak'ın kardeşinin de hocası olduğu ortaya çıkınca araları bozulsa da öğrencilerinden birinin Utku tarafından elinde olan çıplak fotoğrafları aracılığıyla tehdit edilmesi ve Hande'nin de Utku'yla birlikte olması sebebiyle Azra ve Burak bir araya gelerek Utku'yu polislerin yakalamasını sağlarlar. Filmde kullanılan evlerin İkea tipi dekorları, ev partisi sahneleri ve kurulan ilişkiler yerel kültürün dışında tarza sahip olan öğelerdir. Filmde Türkçe şarkılar kullanılsa da sahneler arasında bir müzikal filme aitmişçesine yer alan şarkılı dans sahneleri tüm anlatının içerisinde alakasız kalmaktadır. Filmde yer alan Beyoğlu'ndaki kafe, Netflix orijinal Türk yapımı filmlerin çekimlerinde sıklıkla kullanılmaktadır.

Gönül, “Tanrı insanları yarattı, baktı; çok mutsuzlar, onlara Domları gönderdi. Konup göçtüler, çalıp söylediler; bir gönüle düşmek için.” yazısıyla açılan ve göçebe bir yaşam sürdüren Domları konu alan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Girişteki yazının hemen ardından Piroz'un ezgileri, genel görüntüde yerleştikleri bölgedeki çadırların ve hayvanların görüntülerine eşlik eder: “Na nigi nigi na nigi na na”. Sevdiği kadın Dilo'nun peşine düşen babası Mirze'nin hikâyesi ile Sümbül'ün peşine düşen Piroz'un hikâyesi birbirini besleyerek anlatı boyunca paralel bir şekilde süregider. Piroz, abisi ve kardeşiyle bir düğüne müzisyenlik yapmaya gittiğinde Sümbül ile tanışır. Evdeki duvar halıları, düğünde oynanan halaylar, çalınan müzik aletleri her biri bir çingene grubu olarak tanımlanan Domların ve yerleşik hayat olarak seçtikleri Türkiye'nin kültürel öğelerini taşımaktadır. Sümbül'ün “temiz

çıkmadığı” gerekçesiyle öldürülmesi için babasına ve abisine geri getirildiğini duyan Piroz, babasını ve abisini ikna eder ve istemeye giderler. İsteme töreninde müzikli bir konuşma ile dertlerini anlatmaları ayine yakın bir ortam yaratır. Konuştukları şive, kılık kıyafetleri, aksesuarları, keklik dövüşü, düğün, isteme gibi törenlerin tümü kültürel izler taşımaktadır. Piroz, Sümbül’ü babasının kilitlediği ahırdan kaçırmak için türlü oyunlara başvururken babaları Mirze’ye de bir kukla verir, hasta olduğu için uzakta durması gerektiğini söyleyerek onun Dilo olduğuna inandırırılar. Finalde Mirze, Piroz ve Sümbül’ün mutluluğu için kendini feda eder ve kendi dillerinde söyledikleri bir şarkı ile Mirze’ye veda ederler. Film, Türkiye’de yaşam sürdüren çingene grupları olarak bilinen Rom, Dom ve Lom topluluklarından Domların yaşam biçimini ve kültürlerini aksettirmektedir. Göçebe bir topluluk olarak yaşamlarını sürdürdüklerinden farklı pek çok kültürden etkilenecek ve pek çok kültürü etkileyerek yolculuklarına devam eden Domlar’ı ele alan film, yerli izleyici için daha az olmakla birlikte hem yerli hem yabancı izleyici için doğrudan anlaşılması zor birtakım kültürel kodlara sahiptir. Bu anlamda merak ve araştırma duygusunu uyandıran filmin anlatısı, ilgi çekici bir üsluba sahiptir.

Aşkın Kıyameti, reklam ve ilan bürosu olan Fırat’ın iflas etmesi sonrasında arkadaşının önerisiyle yoga kampına gitmesini ve orada tanıştığı Lidya ve Yusuf’la beraber çıktığı yolculuğu anlatmaktadır. Marmaris, Köyceğiz, Dalaman şeklinde izledikleri rota boyunca manzara görüntüleri drone çekimleri ile sunulurken turistik bir izlek de sunulmaktadır. Yoga kampında, yoga felsefesi, meditasyon, mantra, kirtan, inziva gibi Budizme özgü kavramlar ve bungalov gibi Asya tipi konaklama kültürüne dair öğeler barındıran film, yerel kültürel kodların etkileşimlerle dönüştüğü yeni formlara ilişkin bir kültürel okuma alanı açmaktadır. Lidya ve Yusuf, farklı organizasyonlarda şarkı söyleyerek geçinirken Fırat da onların müzik grubuna dâhil olur ve yolculuğa başlarlar. Bu yolculukta Yusuf’un vefat eden eşi Elif’le olan ilişkisi ve Lidya’nın ailesiyle olan ilişkisi paralel hikâyeler olarak öğrenilir. Asıl adı Banu olan Lidya’nın isim değiştirmesine babasının “Kendine ecnebi adı mı koydun?” şeklinde tepki vermesi, bir yandan Lidya’nın kimlik arayışını temsil ederken öte yandan babasının Lidya’nın yaşam biçimine ve kendine yeni bir kimlik ve kültür yaratma çabasına olan mesafesini de ortaya koymaktadır. Filmde ayrıca caretta caretta’lara yer verilirken Türkiye’de yaşamış aktivist June Haimoff’un da hikâyesi aktarılmaktadır. Yolculuk sırasında bir kaza gerçekleştirirler ve bu kazada Yusuf hayatını kaybeder. Uzun bir süre komada kalan Fırat uyandığında ise pandemi gerçekleşmiştir. Fırat uyandığında ailesinin ve arkadaşlarının ona pandemiği anlatmaları bir kolektif bellek ögesi olarak anlatıda yer almıştır. Finalde Fırat, Lidya ile buluşur ve birlikte yoga hocasına ulaşarak onun önderliğinde belirli bir ruhani hal içerisine girerek Yusuf ile görüşürler. Filmin finalinin, başlangıçtaki arayış teması ile tamamlanması, benzer arayışın Türk kültüründe farklı ifade şekilleri olduğu düşünüldüğünde, kültürel yabancılaşma üzerinden okumaya müsait bir alan sunmaktadır.

Aşk Taktikleri, bir yandan kostüm tasarımcısı bir yandan anonim bir blog yazarı olan Aslı'nın kadın erkek ilişkilerine dair okurlarına ve arkadaşlarına verdikleri taktikleri kendi yaşamında ne oranda gerçekleştirebildiğini anlatmaktadır. Film, gökdelen görüntülerine, lüks ve modern ofis -içerisinde basketbol oynama alanı olan- ve ev manzaralarına ve İkea tipi dekorasyon detaylarına sıklıkla yer vermektedir. Blog takipçilerine ve arkadaşlarına verdiği ilişki taktiklerini uygulamalı olarak anlatmak ve göstermek için bir erkeği kendine âşık edeceğini söyleyen Aslı, partide Kerem ile karşılaşır. Paralel bir kurguyla, Kerem'in de ofiste arkadaşlarına ilişki tavsiyeleri verdiği ve kadınların nasıl âşık edileceğine dair taktikler anlattığı aktarılır. Partide tanıştıklarında ve isimlerini öğrendiklerinde “Kerem ile Aslı geyiği” şeklinde ifade ettikleri bir denk gelişle karşılaşır. Birbirlerine birer proje gibi duygusuz bir şekilde yaklaşan Kerem ve Aslı, iş gereği katıldıkları bir sergi açılışında ve takside karşılaştıktan sonra birbirlerine vakit ayırmaya başlarlar. Bir iş gezisi gereği her ikisi de Kapadokya'ya gitmek üzere uçağa bindiklerinde uçakta da yan yana gelirler. Tüm bu aşırı tesadüfler hikâyenin basitleşmesine neden olmaktadır. Kapadokya'ya gittiklerinde şehir manzarası turistik bir izlekten sunulur. Peri bacaları, çömlek, testi gibi pek çok yerel ve kültürel öğeye anlatıda yer verilmiştir. Kerem'in Aslı'ya çömlek yapımı öğrettiği, balona bindikleri sahneler, Kapadokya'ya özgü kültürel kodlar olarak yer almakla birlikte; hem yerli hem yabancı izleyici için turistik aşinalıklar barındıran kodlardır.

Babamın Kemani, ünlü keman virtüözü Mehmet Mahir'in, yıllardır görüşmediği erkek kardeşi kemancı Ali Rıza'nın çıkagelmesiyle dönüşen hayatını anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Film, camii, vapur, Kız Kulesi, Hisar, Galata Kulesi, İstiklal Caddesi görüntülerinden oluşan bir sekansla açılır ve izleyiciye İstanbul manzaraları sunar. Kamera, İstiklal Caddesi'nin içerilerine doğru girer ve bir grup müzisyenin sokak müziği yaptığı alanda kalır. Sekiz yaşındaki Özlem, babası Ali Rıza ve babasının arkadaşlarıyla birlikte sokak müzisyenliği yapmakta, onlar çalarken dans etmekte ve bahşişleri şapkasında toplamaktadır. Sokakta, meyhanede müzik yaparak geçinen ve keman çalan Özlem'in babası hastadır ve bu hastalığını Özlem'den gizlemeye çalışır. Fakat durumunun kötülüğünü anlayınca ve gazetede ünlü keman virtüözü kardeşinin fotoğrafını görünce otuz iki yıl sonra kardeşinin karşısına çıkar. Kardeşi Mehmet Mahir, abisine kızgın olduğu için onu dinlemez fakat vefatının ardından abisinin arkadaşları Mehmet Mahir'i bulur ve yeğeni Özlem'in devlet koruması altına alındığını söyleyerek yardım isterler. Özlem'in babasının arkadaşları ile amcası Mehmet Mahir arasında sınıf ve kültür çatışması diyaloglarda kendini gösterir: Onlar kendilerini çalgıcı diye tanıtır Mehmet Mahir'e de aynı “yakıştırmayı” yapınca, Mehmet Mahir müzisyen şeklinde düzeltir. Aynı şekilde kemancı tabirini keman virtüözü şeklinde düzeltir. Yine Özlem'in Mehmet Mahir tarafından vasisi olarak alınması sonrasında, yemekte çatal bıçak kullanmak yerine eliyle yemesi, en sevdiği yemeğe “kuru pilav” demesi, şık bir konser salonunda para toplamak istemesi gibi kültürel çatışmalar yaşanır. Film, aynı ailede doğsa

da farklı koşullarda yaşamlarını sürdüren iki kardeşin kültür ve sınıf farklılıkları üzerinden kurduğu anlatıda, Mehmet Mahir ve Özlem arasındaki çatışmaları aktarmaktadır. Tüm bu çatışmalar, her ikisinin belirli oranlarda uyum sağlamasıyla ortadan kaldırılır. Kültürel etkileşimler açısından okuma yapmaya alan açan film, Mehmet Mahir'in Özlem'le birlikte aynı sahneyi paylaşmasıyla sona erer.

Sen Yaşamaya Bak, yıllardır çocuğunu tek başına büyüten Melisa'nın beş ay ömrünün kaldığını öğrenmesi ve çocuğunu emanet edebileceği bir baba figürü aramasının hikâyesini anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Melisa, altı yaşındaki oğlu Can'la birlikte yaşamaktadır. Sağlıksız denebilecek bir anne oğul ilişkisi kurmuşlardır. Melisa, altı yıldır kimseyle görüşmemiş ve Can da böyle bir fikre çok uzak yetişmiştir. Kendisinin olmadığı gibi Can'ın da arkadaşı ve sosyalleştiği bir çevre yoktur. Melisa, hastalığını öğrendikten sonra tesadüf eseri karşılaştığı çocuğunun babası Fırat Fırtına ile iletişime geçer. Netflix orijinal Türk yapımı filmlerde anlatıyı basitleştiren tesadüflere ve karşılaşmalara sıklıkla yer verilmektedir. Başta, Can'ın babası olduğunu bilmeden onlarla iletişim kuran Fırat, gerçeği öğrendiğinde Melisa hayatını kaybetmek üzeredir. Can da yıllarca annesi tarafından babasının öldüğü yalanıyla kandırıldığını, babası olarak gösterilen fotoğraflardaki kişinin annesinin eski bir arkadaşı olduğunu öğrenir. Bu yıkıcı bilgilerle baş başa kalan Can ve Fırat, ortak bir kayıpla birleşmiş olurlar. Film boyunca, sıklıkla kullanılan Türkçe şarkılar, boğaz manzarası olan mekânlar ve midye gibi Türk gastronomisine özgü kodlar yer almaktadır.

Yolun Açık Olsun, aynı bölükte yer alan yüzbaşı Salih ve asteğmen Kerim'in hikayesini anlatan Netflix orijinal Türk yapımı filmidir. Filmin kurgusu, filmin anlatısı açısından büyük önem taşımaktadır. Film, yüzbaşı Salih'in ayakkabısını temizleme detayıyla ve protez bacağını giydiği sahneyle açılır. Evden para ve silah alıp asteğmen Kerim ile beraber yola koyulan Salih, Ankara'dan Bodrum'a düğün basmaya gitmektedir. İzleyici yol boyu Salih ve Kerim'e eşlik etse de filmin finalinde, Salih'in şizofreni belirtileri gösterdiği ve aslında yolculuğu tek başına yaptığını öğrenir. Kerim, Salih'e, askerden döndüğünde Elif'le evleneceğini, Bodrum'da teknesi olduğunu anlatmıştır. Fakat bir çatışmada Kerim mayına basar ve yoğun bakıma kaldırılır. Salih de onun yanına koştuğunda patlayan bir başka mayınla bacağını kaybetmiştir. Psikolojik tedavi de gören Salih, Kerim'in vefat haberinin ardından cenazesinin olduğu gün Elif'in zorla evlendirildiğini öğrenir. Elif'in düğünde değil, Kerim'in cenazesinde olması gerektiğini düşünen Salih yola koyulur ve düğünü basarak Elif'i alır, cenazeye katılır. Film boyunca yer verilen kız isteme, asker uğurlama, zeybek dansı, kına, düğün gibi törenler Türk kültürüne özgü şekilde gerçekleşmektedir. Filmde tekrarlayan sek sek oyunu, flamingo ve keklik gibi imgeler de askerliği, mayın düzenini ve çatışmaları temsilen yer almaktadır. Kerim Kerimoğlu rolünü oynayan Tolga Sarıtaş'ın aynı zamanda geleneksel medyada yer alan *Söz* ve *Teşkilat* dizilerinde asker rolü oynaması, yerli izleyici özelindeki bir kabulün tekrarlanması durumudur. Filmin jeneriğinde, filmin çekimleri boyunca kaç askerin şehit olduğu bilgisi yazıyla verilmiştir. Film, tüm şehit ve gazilere adanmıştır.

Jenerikte, Keklik Gibi türküsünün seçilmesi, filmin göstergebilimsel dilini devam ettirmek için uygun bir seçimdir.

Âşıklar Bayramı, avukat Yusuf'un yirmi beş yıl sonra çıkagelen babasına, Kars yolculuğunda eşlik etmesinin hikâyesini anlatmaktadır. Yusuf'un babası aniden çıkagelmıştır. Yusuf'a annesinin mezarına uğradığını, gelmişken onu da görmek istediğini, sonrasında Kars'a doğru yola çıkacağını söyler. Karnında yarası olan babasına yıllardır onu arayıp sormadığı için kızgın olan Yusuf, başta yarayla ilgilenmese de sonra gizlice babasının cebindeki laboratuvar sonuçlarını alır ve doktor bir arkadaşına gösterir. Babasının tedavisini yarım bıraktığını ve hastalığın tüm vücuduna yayıldığını öğrenir. Aynı gün otobüsle yola çıkan babasının peşine düşer ve otobüsün önünü keserek babasını özel aracıyla götürmeyi teklif eder. Bir valiz ve bir bağlama ile yola koyulan babası, her yıl Kars'ta düzenlenen âşıklar bayramına katılmak için yoldadır. Yolculuk boyunca belirli duraklarda durup konaklarlar. Hamam, bağlama, türkü, kasket, yılık atları, Hz. Ali tablosu, yer sofrası, yer yatağı Hızır kömbesi, dua, semah, dövme, Âşık Veysel gibi pek çok Türk kültürüne ve Türk mezheplerine özgü kültürel bellek ögesi yolculuk boyunca konakladıkları yerlerde yer alan öğelerdir. Yusuf, Kars bölgesinde herkes tarafından tanınan ve saygı duyulan bir türkücü olan babası Heves Ali'yi, hastanede yatmasına rağmen, söz verdiği için âşıklar bayramına götürür. Yolculuk boyunca bir yandan babasına duyduğu öfke duygusuyla baş etmeye çalışan Yusuf, şahit olduğu sevgi, samimiyet ve saygı duyguları arasında babasıyla içsel bir barışma yaşar.

İyi Adamın On Günü, eski avukat Sadık'ın, bir arkadaşının yardım isteği üzerine kayıp bir genci arama süreçlerini anlatmaktadır. Mehmet Eroğlu'nun aynı adlı romanından uyarlanan film, aynı zamanda bir üçlemenin de ilk filmidir. On günlük bir süreci anlatan filmde günler geçtikçe sahneler üzerinde 1. Gün, 2. Gün şeklinde yazılar belirir. Gökdelenler, lüks mekânlar, partiler, ayinler gibi üst sınıfa özgü kültürel bir takım öğelere yer verilmiştir. Kendi halinde bir yaşam süren ve sürekli Philip Marlowe sahneleri izleyen Sadık, arkadaşının teklifiyle dedektif kimliğine bürünür. Tüm bu süreç aynı zamanda onu geçmiş hikâyesine de yer yer götürür; avukat olan eski eşinin işlediği bir usulsüzlüğü üstüne aldığı için hapse girmiştir. Flashback tekniğiyle geçmişten görüntülerin yer aldığı film, paralel bir hikâye olarak komşusu Seval ile olan ilişkisine de odaklanır. Para karşılığı erkeklerle birlikte olan ve Sadık'a abi diyerek hitap eden Seval'le yakınlaşmaları sonrasında, birlikte olmaları hem anlatıdaki yaş farkından hem de oyuncular arasındaki yaş farkından kaynaklı olarak eleştirilmiştir. Fakat bu durum tepkilere rağmen, bir uyarlama olmasının etkisiyle de, üç film boyunca sürdürülmüştür. Sadık, kayıp genci arama sürecinde, işkence sahnelerine, göçmenlerin durumlarına, fuhuş gibi sömürü sahnelerine şahitlik eder. Filmin anlatısı, kültürel kodların yabancılaşması üzerinden okuma alanı sunmakla birlikte, üst sınıf temelli bir anlatı olarak kurulmuştur.

Aşk Taktikleri 2, arkadaşlarına aşk taktikleri veren Kerem ile Aslı'nın hikâyesinin anlatıldığı *Aşk Taktikleri* filminin devam filmi olarak çekilmiştir. Bu filmde de Kerem ve Aslı, arkadaşlarına evlilik üzerine yorumlar yapmaktadır. Düğün hazırlıkları yapan arkadaşları Ezgi ve Tuna üzerinden evliliğe dair fikirlerini aktarır ve evliliğin gereksizliğinden konuşurlar. Bu fikirlerini birbirlerine açtıklarında Kerem'in evliliğe uzak olmalarından duyduğu rahatlığı fark eden Aslı, inatlaşır ve Kerem'i evliliğe ikna etmek üzere taktiklere başlar. Kerem de tam tersine Aslı'yı evlilikten soğutmak için taktikler uygular. Film boyunca, kızların topuklu ayakkabılar ve mini elbiselerle alışveriş merkezi içerisinde yürüdükleri, bekarlığa veda partisinde iç çamaşırı giyerek dans ettikleri sahnelerde reklam stilinde müzik altı çekimler kullanılması, bebeğin altını değiştirirken gaz maskesi takmaları ve ofisteki herkesin açıkça onları izlemesi, dans kursunda Ezgi ve Tuna'nın oldukça aşırı kabul edilebilecek bir dans performansı sergilemesi, helikopter sahnesinde pilotun ilk pilotluk deneyimi olduğunu belirterek helikopteri kullanırken bayılması ve Kerem'in helikopteri fırtınalı havada kullanması gibi fazlasıyla absürt sahnelere yer verilmesi hikayenin realitesini bozmaktadır. Filmin ağırlıklı olarak evrensel kodlar kullandığı, bu anlamda küresel pazardaki izleyiciyle açık bir ilişki kurduğu söylenebilir de bu durumun anlatıda bir basitliği doğurduğu yorumu yapılabilir.

Boğa Boğa, yatırım uzmanı Yalın'ın verdiği yatırım tavsiyeleriyle birçok insanı kayba uğratmasını, dolandırıcılık suçlamasıyla davası görüldüğü süreçte eşiyle Assos'a yerleşmesini ve burada yeni bir hayat kurma çabasını anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Yalın, kasabadaki pek çok insana da kayıp yaşattırıştır. Daha gelir gelmez önce bakkal sahibi ürün satmak istemez, sonra hediyeelik eşya dükkânında kendisine yönelik bir saldırı gerçekleşir ve Yalın kendini savunmak için adamı öldürmek zorunda kalır. Sonrasında adamın cesedini ormanlık bir alanda gizler. Akabinde jandarma tarafından da benzer yaptırımlara maruz kalan Yalın, bir başka mağdur köylü tarafından uğradığı kürekli saldırıda, aynı şekilde köylüyü öldürür ve onu da ormanlık alana götürür. Adamı gömerken insan kaçakçılığı yapan bir genç ve kaçırdığı insanlarla karşılaşır. İki suçlu birbirini görmezden gelir. Yalın için bu bir seçenektir ve ertesi gün gençle anlaşır ve eşi Beyza'ya Midilli'ye geçeceklerini söyler. Kaçarken ihtiyaç duyacakları parayı sakladığı yerden çıkardığında Beyza tarafından ağır ithamlarla karşılaşır. Kendisini ihbar eden kişinin eşi Beyza olduğunu öğrenen Yalın, sakladığı çantadaki paraları Beyza'nın alması üzerine onu da öldürür. Paraları küfe içerisinde köy meydanına bırakır. Paralarına kavuşan köylüler Yalın'a karşı tekrar samimi duygular beslemeye başlarlar. Yaşanan cinayetler konusunda Yalın'dan şüphelenen ve bunu alenen belli eden jandarmanın, para geldikten sonra, ölenlerin Yunanistan'a kaçtıklarını ima etmesi, daha önce yüzüne bakmayan tüm komşularının kahvaltıya Yalın'ın evine gelmesi ve ona ikramlar getirmeleri filmin anlatısını kuvvetlendirmektedir. Paranın birçok meselenin çözümü ve pek çok şeyin üzerini örtebilen bir güç olduğu söylemi Yalın'ın hikâyesi üzerinden kurulmaktadır. Filmde, mekân da bir karakter olarak yer almaktadır. Assos'un mekân olarak

seçilmesinin Aristoteles ile doğrudan bir ilişkisi bulunmaktadır. Aristoteles'in Assos'a gelmesinin, M.Ö. 4. yüzyılda yaşayan banker Eubulos ve Eubulos'un kölesi Hermias ile ilişkili olması, yatırımcı Yalın'ın hikâyesi ile ilişkilendirilebilmektedir. Ayrıca Assos'taki yılanlı heykel ile Yalın'ın isminin küfe üzerinde köylüler tarafından Yılan şeklinde değiştirilerek kelime oyunu yapılması arasında da ilişki kurulabilmektedir. Kapalı bir anlatıma sahip filmde, kültürel öğelere de sıklıkla yer verilmektedir.

Aaah Belinda, 1986 yapımı Atıf Yılmaz yönetmenliğinde çekilen aynı isimli Türk filminin uyarlamasıdır. Film, oyuncu Dilara Başaran'ın kendisini bir reklam filminde canlandırdığı karakterin dünyasında bulmasını anlatmaktadır. Dilara'nın renkli ışıklar içerisinde, Galata Köprüsü üzerinde dans ettiği müzikal bir girişle başlayan filmde, sahne için Sezen Aksu'dan Namus şarkısı seçilmiştir. Dilara'nın modern dekore edilmiş evi, Taksim Tiyatrosu, Salon Galata gibi lüks mekânlarda vakit geçirmesi yaşam tarzına ilişkin fikir vermektedir. Belinda markasının reklam filminde oynama teklifi geldiğinde ve bir ev hanımını canlandıracağı senaryoyu okuduğunda hiç rol almak istemese de anlaşıma gereği yer almak durumunda kalır. Oldukça isteksiz bir şekilde sete giden Dilara, tüm bu bunalmış ruh hali içerisinde defalarca tekrar vermek durumunda kalır. Bir tekrarında gözünü açtığında kendini birden reklamdaki karakteri Handan'ın hayatında bulur. Dilara ve Handan'ın dünyası birbirine zıt iki dünyadır. Dilara, lüks ve modern bir yaşam sürerken Handan kendi kültürel kodlarına uygun bir yaşamı takip etmektedir. Sınıf farkı çok açık okunabilmekle beraber kültürel alışkanlıklar da bambaşkadır. Dilara ilk önce evi terk edip eski yaşam alanlarına gitse de onu kimse tanımaz ve mecburen eve geri döner. Handan'ın eşi ve çocukları, Handan'ın Tarkan çalan telefon müziği, eşinin ailesiyle gittikleri piknik, çocukları uyutmak için söyledikleri Dunganga ninnisi, eniştesi ile kurdukları para aklama düzeneği gibi Dilara için oldukça yabancı olduğu kültürel kodları içeren pek çok sahne ve öğe bulunmaktadır. Finalde, tıpkı giriş sahnesinde olduğu gibi müzikalvari bir dans sergileyen Dilara, kendini bir anda sette bulmaktadır. Bir Türk filmi uyarlaması olması, Türk izleyici için hem bir aşinalık hem de bir önyargı durumunu doğrudan yaratabilme potansiyeli taşımaktadır.

Merve Kült, bir intikam hikâyesinin içerisinde gelişen bir aşk hikâyesini anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Film, yakın planda çekilen Kültür Apartmanı yazısıyla açılır. Bu açılış, apartmanın filmin anlatısında bir karakter olarak yer almasıyla birleştiğinde anlam kazanmaktadır. İkea stili dekore edilmiş bir evde, Pinterest tarzı giyinmiş Merve, iş görüşmesine gitmek için hazırlanmaktadır. Aslında kostüm tasarımcısı olmak isteyen Merve, yer yer kameraya bakarak konuşarak dördüncü duvarı kırmakta ve izleyiciyi kendisine arkadaş olarak konumlandırmaktadır. Merve, iş görüşmesinde kapitalist şirketlerden nefret ettiğini belirterek kötü bir görüşme geçirir ve bu durum birkaç iş görüşmesi boyunca sürer. Canlı yayın yapılan bir iş görüşmesinde izleyicilerin beğenme (like) oranlarına bağlı olarak işe alım yapmaları, geline nokta teknolojinin ve sosyal medyanın konumuna dair ipuçları vermektedir. İş görüşmelerinde başarısız olan Merve, Kamondo Merdivenleri'nde oturur ve merdivenleri kendisini

en rahat hissettiği yer olarak tanımlar. Turistik bir noktanın seçilmiş olması, hem ilgi çekici bir izlek yaratmak hem de aşinalık duygusundan faydalanmak için uygun bir yöntemdir. Merve ve arkadaş grubunun, tıpkı yeni nesil iş görüşmelerinin sosyal medya ortamından faydalanmaları gibi, bir girişim olarak yeni bir ilişki uygulaması geliştirme fikirleri vardır. Projeye sponsor arama süreçleri, eskiden Gürman Apartmanı olan Kültür Apartmanı'nın ve Merve'nin annesi eski gazeteci Nevra Kültür'ü izleyen Anıl Gürman'ın hikayesiyle paralel şekilde anlatılır. Merve'nin annesi Nevra Kültür'den intikam almak isteyen Anıl Gürman, start up fikir ekibinde Merve'nin adını görünce onları toplantıya çağırır. Buneki.co adlı e-ticaret firmasının sahibi olan Anıl bir yandan Merve ve arkadaşlarının projesine ortak olup Merve'yi de şirketinde işe alırken öte yandan apartmanı satın alıp herkese tebligat gönderir. Merve ise apartmanı satın alan kişinin Anıl olduğunu bilmeden çok çalışıp, uygulamanın yurtdışı satışını gerçekleştirip apartmanı tekrar almanın planlarını kurar. Anıl, gün geçtikçe Merve'den hoşlanır ve uygulamayı kullanarak iletişime geçer. Maskelerin kullanıldığı uygulamada Merve ceylan, Anıl ise kurt maskesi kullanır. Uygulamanın düzenlediği partide, maskelerin çıkarıldığı esnada Anıl ortalıktan kaybolur. Merve ise önce kurtun sonra da apartmanı satın alanın Anıl olduğunu öğrenir. Bir yandan paralel olarak Anıl, Nevra ile yüzleşir ve zamanında babasını şikâyet ederek apartmanı satmak zorunda kalmalarının sebebinin babasının hayali ihracat yapması ve Nevra'nın da mesleğini yaparak bu durumu ifşa etmesi olduğunu belgelerle öğrenir. Günün sonunda Anıl apartmanı yıkmaktan vazgeçer ve Merve ile barışır. Tüm bu hikaye boyunca, ev ve ofis dekorları, kostüm tercihleri, maskeler, partiler, kokoreç ve midye yeme sahneleri, Anıl'ın meditasyon yapması ve dağda bir bilge ile konuşması ve Kamondo Merdivenleri'nin mekan olarak tercihi gibi pek çok kültürel okuma ögesi bulunmaktadır.

Kötü Adamın On Günü, İyi Adamın On Günü ile başlayan üçlemenin ikinci filmidir. Mehmet Eroğlu'nun aynı isimli kitabından uyarlanan film, ilk filmde Sadık adını kullanırken ikinci filmde adını değiştirdiğini söyleyen Adil'in kaza yapmasıyla başlar. Hüso ve Zeynel'in kurtardığı Adil, kendini bir önceki filmde de yer alan mafyatik “abi”nin yanında bulur. Abi, Ferhat Gönen isimli kayıp bir genci bulması için ona ev, araba, telefon, para verir ve Hüso ve Zeynel'i de ekip olarak onunla gönderir. Biçimsel olarak ilk filmde de tercih edilen gün bilgilerinin sahne üzerine yazılmasıyla Adil'in on gününü anlatan film, bir yandan Ferhat'ın aranması öte yandan Maide'nin isteğiyle bir cinayetin sırrını çözmesi ile sürer. Tüm bu süreçte, Pınar'ın da olaya dâhil olması ve Adil'le yaklaşmasıyla hikâyenin ilk filmde bu zamana nasıl ilerlediği aktarılır. Pınar'la yaklaşması tıpkı bir önceki filmde Fatoş'la olduğu gibi yaş farkı nedeniyle eleştirilmiştir. Film, boğaz manzaralı lüks evler, Sherlock Holmes, Agatha Christie ve Kolombo referansları, özel tekne ve modern ofisler, uyuşturucu kullanımı gibi kültürel okumalara alan açan öğeler barındırmakla beraber, ilk filmin anlatı dinamiklerini tekrar etmektedir.

Sen İnandır, Sahra ve Deniz'in yazlıkta birbirine komşu olan babaannesi ve anneannesi tarafından bir oyun ile yazlığa çağırılması ile başlayan ve yıllar sonra yeniden karşılaşan ikilinin

yaşadıklarını anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Sahra, çalıştığı dergide, ya terfi alma ya da istifa etme noktasındadır. Bu durumu belirleyecek olan mesele ise kendini bir sır gibi saklayan dünyaca ünlü fotoğrafçı Deniz Tunalı ile röportaj yapmaktır. Sahra, aradığı Deniz Tunalı'nın eski yazlık arkadaşı Deniz olduğunu öğrendiğinde başından beri ters bir iletişim kurduğu Deniz'le iletişim kurmaya çalışır. Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinin anlatısında sıklıkla başvurulmuş tesadüf ve karşılaşmalar yöntemi filmde anlatının merkezine konumlandırılmıştır. Assos manzaralarının, Babakale'nin ve antik kentin mekân olarak yer aldığı filmde, geçmişten bugüne taşıdıkları tüm duyguları dile getiren ikilinin ilişkisi film boyunca odakta yer alır.

Do Not Disturb, pandemi döneminde, Komodor Otel'de çalışmaya başlayan Ayzek'in ilk gece başına gelenleri konu alan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Eski gemici olan Ayzek'in pandemi döneminde işsiz kalmasıyla otelde çalışmaya başlaması, sürekli takip ettiği kişisel gelişim uzmanı Peri Sönmez'in tavsiyeleri doğrultusunda harekete geçmesi ile gerçekleşir. BiCoverdim adında zihnini sakinleştirici bir ilaç alan Ayzek, annesinin evlenmeleri için ailesiyle görüştüğü Zuhal ile aynı otelde çalışmaya başlar. Otelin misafirlerinden edebiyat öğretmeni ve müzisyen Bahtiyar'ın intihar teşebbüsü, pandemi nedeniyle gelen aften yararlanarak hapisten çıkarılan Davut'un otelde çalışan eşi Hacer'i beklemesi ve finalde Hacer'i vurması, alkolik eczacı Saniye'nin Ayzek ile birlikte olmak istemesi ve sokakta takılan madde bağımlısı Çarli'nin Saniye'yi rahatsız etmesi gibi birçok yan hikâye, Ayzek'in hikâyesini beslemektedir. Ayzek'in hikâyesi, tüm bu süreçleri yönetmeye çalışırken ilacının bitmesiyle alt üst olur. İlacı alamadıkça sanrılar görmeye başlayan Ayzek, Peri Sönmez'in otele geldiğini görür ve Peri, Ayzek'e emirler verir. Saniye'den ilaç isteyen Ayzek'e reçeteli olduğu için ilacı vermeye yanaşmamasıyla kendini Çarli'nin pozisyonunda bulan ve Saniye'ye saldıran Ayzek, kendini kontrol edemediği olayların içerisinde bulur. Filmde kullanılan Türkçe müzikler, Ayzek'in kişisel gelişim ve sağlıklı yaşam mottosuyla benimsediği yaşam stili, matcha çayı, goji berry, kinoa salatası gibi öğeler kültürel bir okuma yapmaya alan açmaktadır.

İstanbul İçin Son Çağrı, evli bir çift olan Mehmet ve Serin'in evliliklerindeki çıkmazları çözmek adına gittikleri evlilik terapistinin verdiği tavsiye üzerine, birbirlerini hiç tanımıyorlarmışçasına bir yurtdışı gezisi planlamalarını ve bu gezide yaşadıklarını anlatır. Müzisyen Mehmet ve tasarımcı Serin, evlilikleri içerisinde zamanla birbirleriyle çok az şeyi paylaşır hale geldiklerinde, Serin'in yurtdışında bir iş teklifi almasıyla ve bu durumun yarattığı krizle ayrılma noktasına gelirler. Birbirlerini ne kadar sevdiklerini hatırlamak için terapistin önerisiyle çıktıkları tatil ise işe yarar ve ilişkilerini toparlarlar. Film animasyonlu bir introya sahiptir. Bir aşk filmi izleneceğinin işaretlerini daha en baştan vermektedir. Kurgu olarak iki yabancıнын yurt dışında karşılaşmalarıyla başlayan film, her ikisi de evli olan bu iki yabancıнын birbirlerine eşleri ile olan ilişkilerindeki mutsuzlukları anlatmaları ve yakınlaşmaları ile şekillenir. İzleyici, birbirlerinin eşleri olduklarını anladığında ise hikâye başka bir

anlam kazanır. Anlatım kurgusu yönünden farklı bir denemeye sahip olan film, New York'ta geçmektedir. Daha önce John Lennon ve Marilyn Monroe'nun kaldığı otelde konaklamaları, Amerikan kültürüne ve kültürel çeşitliliğine yer vererek bretzel, hot dog gibi yemekler yemeleri, Çin restoranı, caz bar, dans sahnesi, New York manzaraları ve ara sokakları gibi pek çok kültürel okuma alanı bulunmaktadır.

Meraklı Adamın On Günü, *İyi Adamın On Günü* ile başlayan ve *Kötü Adamın On Günü* ile devam eden üçlemenin son filmidir. Mehmet Eroğlu'nun aynı isimli kitabından uyarlanan filmde Sadık, ilk iki filmde başına gelen olayların ardından kendini yazarlığa vermiş, kitap yazmıştır. Yayınevinden aldığı olumsuz geri bildirimle beraber kendini dışarı atan Sadık, yaşadığı her olayda dış sesle yayınevine yanıt verir. Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinde mekân olarak sıklıkla kullanılan Balat ve çevresinde geçen hikâyede Sadık, mahallesindeki köpekleri besleyen kayıp kadının peşine düşer. Filmde mekân üzerine kültürel bir okuma yapmak mümkün olabilir. Kayıp kızı ararken uğradığı bakkalın, yol boyu akan küllü suya bakıp yine bir yerlerin yandığını, sit alanı diye çivi çaktırılmadığından böyle olduğu yorumuna ek kızın evine gittiğinde gördüğü manzarada Haliç ve çevresindeki otel projesinin görülmesi, kent ve rant ilişkisi üzerine bir yan hikayeyi de barındırmaktadır. Yine yanan evlere ilişkin muhtarın imara açmak için bu yola başvurulduğu söylemi ve bir TikTok fenomeni olan kayıp kızın tepki olarak sosyal medyada “Yansın Bu Dünya” ismini kullanması yan hikâyeleri birbirine eklemlenmektedir. Film, basit diyaloglar, üzerine düşünülmemiş dekorlar -market sahnesinde olduğu gibi- ve kurgusuyla ilk iki filmin gerisinde durmaktadır.

Kül, yayınevlerine değerlendirilmek üzere bırakılan *Kül* isimli romanı okuyan Gökçe'nin kendini kitaba fazlaca kaptırmasıyla yaşadığı ruhsal ve zihinsel bunalımı konu almaktadır. Film yayınevi sahibi çift Gökçe ve Kenan'ın evliliklerinin onuncu yılını kutladıkları Avrupai bir partide açılır. İkea tipi tasarlanmış evlerinde, Gökçe, taslak kitapları okuyarak yorum yapmakta, Kenan ile kitabın basılıp basılmaması süreçlerine karar vermektedirler. Kül adlı kitap dosyasını okumaya başlayan Gökçe, kitabı okumaya başlamasıyla birlikte bambaşka bir ruh hali içine girer. Hafızaya ve hatırlamaya ilişkin pek çok meseleyi düşünürken bir yandan kitabın anlattığı yerlere gitme isteğiyle dolan Gökçe, Balat'a gider. Burada kitapta anlatılan karakterin gezdiği pastane, marangozhane gibi mekânların peşine düşerek kitapta M. ismiyle anlatılan karakteri bulur. Metin Ali, marangozhanede çalışmaktadır ve Gökçe, onunla ilişki kurabilmek için Metin Ali'ye bir ayna siparişi verir. Bu şekilde Metin Ali ile iletişim kurarak kitaptaki hikâyeye dair daha çok bilgi almanın peşine düşen Gökçe'nin ruh hali, bir noktada Kenan'ın dikkatini çeker ve Kenan da Balat'a giderek Metin Ali'yle görüşür. Ona bir kitaplık siparişi vererek eve davet eden ve Metin Ali ile Gökçe'nin karşılaşmalarını sağlayan Kenan, kitapta işlenen cinayetten Metin Ali'yi sorumlu tutmaktadır. Kendi yaşadıklarının kitaplaştırıldığını ve Gökçe'nin bu nedenle peşine düştüğünü öğrenen Metin Ali'nin Kenan'ı öldürmesiyle sonlanan film, gerçek ve kurmaca arasındaki

ilişkiye dair bir sorgulama alanı açmaktadır. Gökçe'nin alzheimer annesi, mekânın geçmişle ilişkisi ve Metin Ali'nin hikâyesi çerçevesinde bir hafıza anlatısı da kurulan filmin Balat tasvirinin aşırı bir tasvir olduğu söylenebilir. Yine Büyük İstanbul Oteli'ne yer verilmesi ve müzik tercihleri kültürel bir okumaya alan açmaktadır.

Sen Büyümeye Bak, Sen Yaşamaya Bak filminin devam filmidir. İlk filmde annesi Melisa ile yaşarken Melisa'nın kaybıyla altı yıldır ölü sandığı babasıyla tanışan ve babasıyla yaşamaya başlayan Can'ın yas sürecini konu alan ikinci filmde, baba – çocuk ilişkisi hikâyenin merkezinde yer almaktadır. Babası Fırat, Melisa'nın kaybının ardından alkol bağımlılığı geliştirmiştir. İyi bir baba olma çabasına karşılık her geçen gün Can'ı daha çok üzdüğünü fark etmesi, doktor olan annesinin alkolü acilen bırakması telkini ile birleştğinde bir çıkmaza dönüşmüştür. Kafede karşılaştıkları mimar Sezen de yakın zamanda kardeşini kaybetmiş ve benzer bir yas sürecinin içinden geçmektedir. Can, ilk filmde Fırat'a yaklaştığı gibi başlangıçta Sezen'e de mesafeli yaklaşır. Sezen'in, Can'ın zaman makinesi yapma hayaline ilişkin yorumları ve akabinde okulda onu zorbalayan arkadaşlarını ıslatarak Can'ın yanında olmasıyla yakınlaşan ikili, Fırat'ın alkol bağımlılığıyla baş etmeye çalışırlar. Film, Can'ın arkadaşı Leyla'nın doğum gününde, babası Fırat'ın onu zorbalayan okul arkadaşının babasıyla herkesin içinde kavga etmesi, yıl sonu gösterisini bozarak ve sahneye çıkarak çocuklarla dans etmeleri gibi absürt anlara yer vermektedir. Bu absürt anlar, filmin alışılmış kodların dışına çıkarak realiteden kopmasına da yol açmaktadır.

Tam Bir Centilmen, çocukluk arkadaşları Kado ve Saygın'ın geçinmek için jigololuk yapmalarını ve bu durumun onların yaşamını ne şekilde etkilediğini anlatmaktadır. Saygın, kadınlarla kurduğu ilişkilerde centilmenliği kullanırken Kado ise ilişkilerini daha kaba bir düzlemde kurmaktadır. Saygın ve Kado, lüks mekânlarda, otellerde düzenlenen organizasyonlarda, partilerde zengin kadınlarla birlikte olmaktadır. Buradaki atmosferler olabildiğince Avrupai'dir ve aslında alt bir sınıftan ve kültürden gelen Kado ve Saygın için ayak uydurulması zor yerlerdir. Bu durumu Saygın daha profesyonel bir şekilde yürütmekte ve Kado'ya da taktikler vermektedir. Filmde, kadın karakterler özelinde mevsime zıt bir şekilde dekolteli kıyafetlerin tercih edilmesi realiteden ziyade estetiğin önemsendiğini göstermektedir. Geçmişle de sık sık iletişim kuran film, dövme, müzik, havai fişek, doğum günü pastası gibi görsel imgelerden karakterlerin tetiklenerek geçmişe döndükleri anlatıyı yer yer tekrarlamaktadır. Bir partide konservatuar öğrencisi Nehir ile tanışan Saygın, kendini bir aşk hikâyesinin içerisinde bulur. Kadınlara bağlanmayan Saygın, bir yandan yalnızca kendisiyle birlikte olması koşuluyla ona ev açan - Netflix orijinal Türk filmlerinde sıklıkla yer alan Şenay Gürler'in canlandığı- Serap ile ilişkisini yürütürken öte yandan gün geçtikçe Nehir'e bağlanır. Film, Serap'ın kızının Kado'yla, kızının arkadaşı Nehir'in ise Saygın'la ilişkisi olduğunu öğrenmesine paralel olarak Kado'nun vefatıyla üç yıl sonrasına atlamaktadır ve Saygın'ın mesleğini değiştirip makarnacı açtığı, Nehir'in de müzik grubuyla bu

makarnacıya uğradıkları bir yeniden karşılaşma ile sona ermektedir. Müzik altı hazırlanma sahneleri, fantezi eşyaları, karaoke bar sahnesi, uyuşturucu bağımlılığı, seks sahneleri, Saygın ve Nehir'in birlikte *Vesikalı Yârim* izlemeleri gibi kültürel okumalara alan açan sahneler yer almaktadır.

Romantik Hırsız, İnterpol'e bağlı sanat suçları biriminde çalışan Alin'in, ünlü ve yüksek güvenli müzelerden çalınan tablolara ilişkin görevlendirilmesi ve hırsız yakalama çabalarını anlatan Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Alin, soruşturmaya başladığında hırsızın daha önce evlilik planları yaptığı milyoner Güney Arat olduğundan şüphelenir ve şüphesini doğrular. Bu noktadan sonra, bir milyonerin hırsızlık yapmasına inanmayan İnterpol'ü ikna etmek için Güney'i suçüstünde yakalaması gerekmektedir. Film, Budapeşte'de açılır. Oradaki müzede gerçekleşen soygunun ardından soygun planının İstanbul'da devam edeceği düşüncesiyle İstanbul'a dönülür ve İstanbul'daki sahnelerde, Ortaköy Camii, boğaz hattı ve soygunun da gerçekleştiği Resim Heykel Müzesi turistik bir izlikle izleyiciye sunulur. Bir sonraki durak olan Prag'daki Novel Galerî sahnelerinde de benzer izleği görmek mümkündür. Film boyunca kaçış ve kovalama sahnelerinin bir reklam ya da klip estetiğinde çekilmiş olması, oyuncuların kıyafet ve aksesuarlarının lüks markaların reklamını yapmak için durumdan bağımsız bir estetikle kombinlenmiş olması gibi film estetiğine uzak tercihlerin varlığından söz edilebilir. İstanbul'da düzenlenen maskeli balo, -daha önce *Dokuz Kere Leyla* filminde yine koleksiyoner rolünü canlandıran- Fırat Tanış'ın rolü ve koleksiyonlarını sakladığı yer altı tünelini andıran bölme -ki yine *Dokuz Kere Leyla* filminde de kullanılan mekândır-, filmin yerel kültürden uzak atmosferini beslemektedir. Film, hem hikâyenin realiteden uzaklığı hem biçimsel olarak film estetiğinden uzaklığı hem de yerel kültürden uzaklığı ile bir arada düşünüldüğünde, kültürel yabancılaşma üzerinden okunabilecek bir form ve anlatı sunmaktadır.

Netflix orijinal yapımı Türk filmlerin bütününe bakıldığında, yerel ve evrensel kültürel kodlardan yararlandıkları; yerel kodlarla yerli izleyicinin alışkanlıklarına ve aşinalık duygusuna, yabancı izleyicilerin ise merak duygusuna hitap etmeyi hedefledikleri söylenebilir. Evrensel kodlar ise hem yerli hem yabancı izleyicilerin doğrudan alımlayabileceği kodlar olarak anlatının daha kolay yoldan aktarılmasına olanak sağlamakla beraber, yerel kodların bozuma uğratılmasına ve uzun vadede kültürel bir belleksizleşmeye yol açma potansiyelini taşımaktadır. Filmler, anlatıda yer verdikleri yerel ve evrensel kültürel kodları kullanma aralıklarına göre kategorilendirildiklerinde; ilişkiler temasıyla öne çıkan *Yarına Tek Bilet*, *Dokuz Kere Leyla*, *Beni Çok Sev*, *Azizler*, *Geçen Yaz*, *Kal*, *Özel Ders*, *Aşkın Kıyameti*, *Aşk Taktikleri*, *Sen Yaşamaya Bak*, *İyi Adamın On Günü*, *Aşk Taktikleri 2*, *Merve Kült*, *Kötü Adamın On Günü*, *Sen İnandır*, *İstanbul İçin Son Çağrı*, *Meraklı Adamın On Günü*, *Kül*, *Sen Büyümeye Bak*, *Tam Bir Centilmen* ve *Romantik Hırsız* filmleri evrensel kültürel kodları ağırlıklı olarak kullanan ve Netflix'in hızlı tüketim kültürü içerisinde süreleri ortalama 90 dakika olan, izleyiciyi ayrıca düşünmeye sevk etmeyen, seyirlik bir içerik sunan filmlerdir. Bu filmlerde yerel kültürel kodlar günlük

yaşama sirayet etmiş fakat çoktan evrenselleşmiş kodlardır. Türk kültürüne yönelik bir anlatım bulunmamakla beraber yerli izleyicinin hızla tükettiği bu içerikler, karakterleri ve karakterlerin yaşamlarını sunuş şekliyle izleyicinin de evrensel kültürel kodlara adapte olmasına yol açmaktadır. Bu yönüyle bir tür manipülasyon ve kültürel belleksizleşme gerçekleştirilen Netflix orijinal yapımı filmler içerisinde, yerel kültürel kodların anlatıyı şekillendirdiği filmler de vardır. Bu filmler, yerel kültüre dair söylemini sınıf farklılıkları üzerinden oluşturmuş filmlerdir. *Kâğıttan Hayatlar*, *Kin*, *Ufo*, *Gönül*, *Babamın Kemani*, *Yolun Açık Olsun*, *Boğa Boğa*, *Aaah Belinda*, *Do Not Disturb* filmleri, temelinde sınıf çatışmasının olduğu bir geçmiş hesaplaşması anlatısı sunmaktadır. Sınıf anlatısı, yerel kültürel değerlerle sonradan benimsenmiş evrensel kültürel değerlerin çatışmasını da somutlaştırmaktadır. Bu doğrultuda bu filmlerde yer alan yerel kültürel kodların evrensel kültürel kodlarla iç içe kullanıldıkları, anlatının geri planında yer verilen kültür çatışmasının bazen hiç sonuçlanmaması bazen de evrensel kültürel kodların artık kabul gördüğü yönünde bir söylemin yaratılması yine manipülatif bir durum yaratmaktadır. Anlatısında doğrudan yerel kültürel kodlara, Türk kültürünün (tarih, aile yaşamı, inanç) yaşanma biçimine yer veren *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?*, *Cici* ve *Aşıklar Bayramı* filmleri, bellek temelli anlatı kuran ve içerik anlamında diğer popüler anlatı dinamiklerini takip eden filmlerden ayrı tutulabilecek filmlerdir. Bu filmlerin anlatısında yerel kültürel kodları doğrudan aktarmasının yanında bütüncül bir anlatı incelemesiyle yine de Netflix'in ve evrensel kültürün hegemonyasının etkileri hissedilebilmektedir.

3.3. Netflix Orijinal Yapımı Türk Filmlerinin Biçimsel Özellikleri

Dijital yayın platformlarının ortaya çıkışında var olan yenilikçilik vurgusu, biçimsel anlamda filmlerde olmasa da orijinal dizi yapımlarında hissedilebilmektedir. Ancak içerik anlamında tam anlamıyla bir yenilikçilikten söz etmek pek mümkün değildir. Yine dizilerde en azından geleneksel medyaya kıyasla tür ve anlatı bağlamında daha özgür ve yeni denemelere açık bir alan olduğu kabul edilse de filmlere bakıldığında, ne biçimde ne de içerikte herhangi bir yenilik gözlenememektedir.

Netflix, orijinal yapım Türk filmlerinde anlatı boyutunda çoğunlukla ana akım sinemanın pratiklerini takip etmekte, klasik anlatı matematiğinin ve melodram izleğinin takip edildiği içeriklerde “kamusal alana ait cesur erkek” ile “özel alana ait fedakâr kadın” karakterleri görülmektedir. Karakterler arasında ekonomik ve sosyokültürel zıtlıklar kurulmakta, neden ve sonuç ilişkisi takip edilmemekte ve olaylar gelişigüzel yaşanmaktadır (Kayıtmazbatır, Yaşartürk 2023: 463).

Filmlerin biçimsel ortaklıklarına bakıldığında, Netflix orijinal yapımı olduklarını belirten bir açılış ile başlamaktadırlar. Netflix logosunun yer aldığı (N harfi) vurgulu intro öncelikli olarak yer

almakta ve peşinden “Netflix” ya da “Netflix Sunar” yazısı ile içeriğin orijinal yapım bir içerik olduğu ifade ekranda görülmektedir.

Filmler Netflix’in sağladığı bütçe ve olanaklarla çekildiğinden, prodüksiyon tasarımı konusunda zengin içerikler sunmaktadırlar. Genellikle zengin ve canlı renklerden oluşan bir renk paleti kullanılmaktadır. Mekân seçimleri ve sanat tasarımı konusunda, senaryoya uygunluğunun da ötesinde estetik olarak dikkat çeken ve göze çarpan mekânlardan ve dekor tasarımında üst segment ürünlerden faydalandıkları söylenebilir. Yine oyuncu kostümleri de aynı şekilde kaliteli parçalardan seçilmekte, genel görünüm reklam görüntüsü havası vermektedir.

90-110 dakika aralığında seyreden Netflix orijinal yapımı Türk filmleri, genellikle net bir türü odağına almaktansa hibrit bir türsel anlatıma yaslanmaktadır. Dram çerçevesinde gelişmekle beraber romantik-dram, komedi-dram gibi türsel karmalara sık rastlanmaktadır (Tablo 2).

Genellikle kontrollü kamera hareketlerinin kullanıldığı filmlerde sıklıkla anlatımın duygusallığını ön planda tutmak için yakın plan çekimlere başvurulmuştur. Böylece karakterin merkeze alındığı filmlerde izleyicinin karakterle özdeşlik kurması biçimsel tercihlerle de desteklenmiş olmaktadır. Yine alan derinliğinin kullanılması, uzun süreli hareketsiz planlara yer verilmesi gibi tercihler de izleyicilerin odağının anlatıda ve karakterde kalması için tercih edilen yöntemlerdir.

Sinema salonlarındaki ana akım filmlere kıyasla en belirgin farklılığın çerçeveleme oranında olduğu söylenebilir. İzleyicilerin içerikleri televizyon, bilgisayar, tablet, telefon gibi pek çok farklı araç üzerinden izleyebileceği göz önünde bulundurularak 2.35:1 formatı yerine 1.85:1 ya da 16:9 formatının tercih edildiği görülür.

Filmlerde genellikle dikkat çekmeyen, gün ışığı benzeri ışıklandırma stilleri tercih edilmiştir. İç mekân tasarımlarında güncel moda dekorasyon ürünlerinin kullanımı ön plana çıkmaktadır. Dış mekân tercihlerinde ise genellikle turistik mekânların ve manzaraların tercih edildiği söylenebilir.

Simetrik kadrajların ağırlıklı olarak tercih edildiği filmlerde, müzik kullanımı da sıklıkla görülür. Müzikler genellikle melodik ya da sözlü ise Türkçe popüler şarkılardan oluşmakta ve sahnelere eşlik eden dip bir eşlikçi olarak duyulmaktadır. Ağırlıklı olarak dram türüne yaslanan ve diğer türlerle hibrit bir form kazanan filmlerde, türlerin tarzıyla da ilişkili olarak, görsel efektlere çok yer verilmemiştir. Ses efektleri ise öne çıkacak ve hissedilecek şekilde değil de ses tasarımının bir parçası olarak yer almıştır.

Filmlerde ağırlıklı olarak geçmiş anlatısının öne çıktığı, geçmişte yarım kalan hikâyelerle kurulan birtakım hesaplaşma ve yüzleşme hikâyelerinin tekrarladığı söylenebilir. Bu bağlamda geriye dönüşler (flashback) sıklıkla tercih edilen bir yöntem olarak öne çıkmaktadır.

Netflix orijinal yapım filmleri, genel olarak ana akım sinema filmlerinin biçimsel tercihlerine yakın durmakta ve buna ek olarak platform filmi estetiği şeklinde ifade edilebilecek canlı renkler, klipvari çekimler ve reklam stili kostüm ve dekor tasarımı ile şekillenmektedir.

3.4. Örneklem Belirlenmesi

Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinin anlatısındaki kültürel bellek etkisini çözümlemeyi amaçlayan çalışma kapsamında örnekleme belirleyebilmek adına izlenen yol aşağıdaki gibidir:

Çalışmanın incelemek için ele aldığı veri Netflix orijinal yapımı Türk filmleridir. İlki 2020 yılına tarihlenen orijinal yapım Türk filminden başlamak üzere, 2024 yılı sonuna kadar üretilmiş tüm Netflix orijinal yapımı Türk filmleri, çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu evrene dâhil olan toplam 33 film, Netflix'in kültürel belleğe yönelik içerik politikalarını çözümleyebilmek adına hem endüstriyel hem anlatı hem de teknik boyutlarıyla ele alınmıştır. Bu doğrultuda, her bir filmin film ekipleri incelenmiş (yapım şirketi, yapımcı, yönetmen, oyuncular), akabinde her bir filmin anlatı özellikleri (mekân, zaman, tema, tür) listelenerek içerikleri yorumlanmış ve filmlerin biçimsel özellikleri ve kullandıkları teknik kodlar incelenmiştir. Araştırmanın sonucuna ulaşmak amacıyla gerekli olan göstergebilimsel inceleme yöntemini uygulamak için 33 filmde oluşan evren oldukça geniş bir evrendir. Bu nedenle, bütünden parçaya gidilerek evrenden seçilen bir örneklem grubuna göstergebilimsel inceleme yapmak uygun görülmüştür. Örneklem belirleme sürecine geçmeden önce, evren üzerinde gerçekleştirilen incelemeler ve yapılan tablolar, evrenin özelliklerini ortaya koymuş ve örneklem çerçevesini belirlemeye yardımcı olmuştur.

Örneklem belirleme aşamasına gelindiğinde, nitel araştırmalarda kullanılan amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Netflix orijinal Türk yapımı filmlerinden oluşan evren özelinde, kültürel bellek öğelerinin kullanılması bir ölçüt olarak belirlenmiş; bu doğrultuda evreni oluşturan 33 filmin izlemelerinin ve analizlerinin yapılması neticesinde en çok kültürel bellek ögesine yer veren üç filme ulaşılmıştır. Tablo 2'de yer alan temalara bağlı olarak ilişki temasıyla öne çıkan ve evrensel kültürel kodlara yaslanan filmler elenmiş (*Yarına Tek Bilet*, *Dokuz Kere Leyla*, *Beni Çok Sev*, *Azizler*, *Geçen Yaz*, *Kal*, *Özel Ders*, *Aşkın Kıyameti*, *Aşk Taktikleri*, *Sen Yaşamaya Bak*, *İyi Adamın On Günü*, *Aşk Taktikleri 2*, *Merve Kült*, *Kötü Adamın On Günü*, *Sen İnandır*, *İstanbul İçin Son Çağrı*, *Meraklı Adamın On Günü*, *Kül*, *Sen Büyümeye Bak*, *Tam Bir Centilmen* ve *Romantik Hırsız*); yerel kültürel kodlar kullanılsa da kodların anlatıda kültürel birer arka plan olarak yer aldığı ve sınıf farklılıklarını ifade etmek amacıyla bir araç olarak kullandığı filmler de çıkarılmıştır (*Kâğıttan Hayatlar*, *Kin*, *Ufo*, *Gönül*, *Babamın Kemani*, *Yolun Açık Olsun*, *Boğa Boğa*, *Aaah Belinda*, *Do Not Disturb*). Bu

doğrultuda geriye diğer filmlere kıyasla yerel kültürel kodları ve kültürel bellek anlatısını doğrudan yansıtan üç film, kültür ve bellek anlatısını ne şekilde sunduklarını ve diğer filmlerden hangi noktada ayrıldıklarını incelemek ve ortaya koymak için seçilmiştir. Bu üç film, Andaç Haznedaroğlu yönetmenliğinde çekilen *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?*, Berkun Oya tarafından yönetilen *Cici* ve Özcan Alper yönetmenliğinde çekimleri gerçekleşen *Aşıklar Bayramı*'dır.

Örneklem olarak belirlenen filmler, Christian Metz ve Juri Lotman'ın sinema göstergebilimi ve kültürel göstergebilim yaklaşımı doğrultusunda incelenmiş; filmlerin anlatısı içerisinde yer alan temel görsel ve işitsel öğeler tablolştırılmış, filmde yer alan her bir gösterge kültür ve bellek kavramlarıyla ilişkisi doğrultusunda yorumlanmış, göstergeler kültürel ve özgül kod olarak ayrımlanmış ve filmin anlatı yapısı ile anlatıdaki kültürel bellek etkisi analizlenmiştir. Anlatı yapısı ve kültürel bellek etkisi analizi sırasında, Robert Hodge ve Gunther Kress'in üretim kuralları, alım kuralları, metin kısıtlamaları, semiyotik kodlar ve metin dışı kodlar kategorizasyonu üzerinden yorum geliştirilmiştir.

3.4.1. Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?

Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?, Andaç Haznedaroğlu yönetmenliğinde çekilen, Yılmaz Erdoğan'ın 1999 yılında sahnelenmeye başlayan aynı isimli tiyatro oyununun uyarlamasıdır. Filmin başkarakteri Gülseren Biröz, bir içerik üreticisinin Yetenek Biz Miyiz? programına konuk olmuştur. Yaşlı bakım evinde kalan Gülseren, hesap makinesi gibi herhangi bir yardımcı araç kullanmadan, üstün sayısal zekâsıyla doğrudan zihninden zorlu matematik işlemlerini hızlı bir şekilde çözmesiyle dikkatleri üzerine çekmiştir. Kamera karşısında kendi hayat hikâyesini anlatmaya başlayan Gülseren, 1950'li yıllardan 2000'lere, kendi yaşamını anlatırken bir yandan bir Türkiye portresi de çizmektedir. Bu anlamda hem bireysel hem de kolektif bellek anlatısı sunan film, aynı zamanda bir dönem filmi de sayılabileceğinden çok fazla kültürel öge barındırmaktadır.

3.4.1.1. Filmin Anlatısı İçinde Yer Alan Temel Görsel ve İşitsel Öğelerin Tablosu

Film, 74 sahneden oluşmaktadır; sahneler arasındaki geçişlerde sıklıkla fotoğraf albümü ve gazete küpürleri geçiş ögesi olarak kullanılmış ve zaman geçişleri de izleyiciye bu yöntemle aksettirilmiştir. Film, programın çekimlerinin gerçekleştirildiği, Gülseren'in de konakladığı yaşlı bakım evinin uzun koridorunda açılır. Gülseren'in yanında taşıdığı fotoğraf albümünün sayfalarını çevirmesiyle, her bir sayfada yaşamının farklı bir dönemine ilişkin anılarını, albümde yer alan fotoğraflar ve gazete küpürleri aracılığıyla anımsayarak anlatmasıyla hikâye başlar. Fotoğraflar ve gazete küpürlerinden oluşan fotoğraf

albümü, filmin öne çıkan temel özgül kodlarından biridir. Evrensel bir kod olarak yer alan öge, hikâye gereği ve yönetmenin de seçimleriyle aynı zamanda biçimsel bir ögeye de dönüşmüştür.

Filmde öne çıkan gösteren ve gösterilenler Tablo 3'te listelenmiştir. Tabloda yer alan gösteren ve gösterilenlerin biçimsel ve içeriksel karşılıkları, bölümün sonraki alt başlıklarında detaylandırılacaktır. Tabloda yer verilen gösteren ve gösterilenler, filmin anlatısını destekleyen unsurlardır ve bu unsurlar, Juri Lotman'ın kültürel göstergebilim yaklaşımı doğrultusunda kültürel kodlar göz önünde bulundurularak ve Christian Metz'in sinema göstergebilimi yaklaşımı doğrultusunda sözünü ettiği görsel ve işitsel öğeler ön planda tutularak kategorize edilmiştir.

Sahne	Gösterge	Gösteren	Gösterilen
2-12-15-21-38-40-42-49-52-62	Nesne	Fotoğraf albümü	Bellek, geçmiş, tarih, anılar, geçiş
3-32	Mekân	Konak	Yaşam alanı, aile, aidiyet, tarih
3-18-31	Kişi	Sokak satıcıları	Dönem, tarih, geçmiş, iş kolu
3	Araç	Damalı taksi	Dönem, tarih, geçmiş
4-7-36-38-49	Nesne	Gazete	Dönem, tarih, haber
5-48	Nesne	Radyo	Dönem, tarih, haber
5	Müzik	Mezdeke	Arap müziği, kültür
5	Dil	Rusça	Sol, SSCB
5	Kişi	Stalin	Saygı, kutsal, eleştiri
5-22	Nesne	Ev dekoru (dekorasyon öğeleri)	Dönem, tarih, geçmiş
5	İdeoloji	Komünizm	Sol, gizlilik, dönem
5	İdeoloji	Halk Partisi	Siyaset, özgürlük, dönem
5	Kıyafet	Yakasız gömlek	Din, dindarlık
6-14	Kişi	Polis	Memur, gözaltı
10-28-35-61-74	Hayvan	Ateş böceği	Bağ, delilik, sevgi
12-13-14	Nesne	Fotoğraf	Anı, hatıra
14	Kıyafet	Takke	Din, dindarlık
14-27	Kıyafet	Parka	İdeoloji, solculuk
14-31	Nesne	Film afişi	Dönem, tarih
19	Nesne	Terlik	Anne, öfke, kızgınlık
26	Olay	Kız isteme	Görücü usulü, evlilik, aile
20-28-34-72-74	Nesne	Fener	Işık, aydınlatma, oyun
30	Ritüel	Hoca	Cin çıkarma
37-39-47	Yazı	Duvar yazıları	Sol, mücadele
37-39	Nesne	Afişler	İfade biçimi, sol
37	Nesne	Pankartlar	İfade biçimi, sol
39	Kişi	Ayhan Işık	Oyuncu, artist
39	Kişi	Yılmaz Güney	Oyuncu, dava adamı
43	İz	Morluk	Şiddet
44-46-47	Nesne	Kitap	Suç, ideoloji
48	Kişi	Asker	Cunta, gözaltı, darbe

56-57	Olay	Matematik hesaplamaları	Zekâ
63-64	Nesne	Süpürge	Zaman geçişi, teknoloji
62-64-65-69-70	Nesne	Televizyon	Zaman geçişi, teknoloji
66-70-72	Mekân	Sokak	Dönem, zaman
73-74	Program	Yetenek Biz Miyiz?	Yeni trendler, kuşak farkı

Tablo 3: *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* filminin anlatısında yer alan görsel ve işitsel öğeler

Filmin sahnelerinde ön plana çıkan ve tabloda gösteren ve gösterilenlerine ayrılan her bir görsel ve işitsel ögenin, kültürel ve özgül kod ayırımına geçmeden önce kültür ve bellek kavramlarıyla kurduğu ilişkiyi yorumlamak, anlatıyı evrensel kültürel değerlere mi yoksa yerel kültürel değerlere mi yaklaştırdığını tartışmak açısından önem taşımaktadır.

3.4.1.2. Filmde Yer Alan Göstergelerin Kültür ve Bellek Kavramlarıyla İlişkisi Bakımından Yorumlanması

Tabloda yer alan göstergelerin her biri kültürle doğrudan ilişkilidir. Göstergelerin kültürle olan bağlantısını evrensel ve yerel ikiliği üzerinden açığa çıkarmak, Netflix orijinal yapımı Türk filmi olarak üretilen *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün mü?* filminin anlatısındaki evrensel ve yerel kültürel kod okumalarını yapabilmeyi ve Netflix'in kültürel bellek politikaları içerisinde, filmin, nasıl ve nerede konumlandığını yorumlayabilmeyi de sağlayacaktır. Filmde yer alan göstergelerin kültür ve bellek kavramlarıyla ilişkisi aşağıda yorumlanmıştır:

Fotoğraf albümü, kültürel açıdan hem evrensel hem yerel bir kod olarak yorumlanabilir. Evrensel bir koddur çünkü işlevi gereği fotoğraf albümü, her kültürden insan için, fotoğrafların muhafaza edildiği bir tür nesnedir. Hemen hemen her kültürde, anıları depolama işleviyle öne çıkan fotoğraf albümü, geçmişi temsil eden ve aile belleğini yaratan bir öğedir. Yerel bir koddur çünkü içeriğindeki fotoğrafların ve diğer öğelerin ne şekilde kurgulandığı, neyi içerip neyi dışarıda bıraktığı gibi pek çok bireysel tercih albümü şekillendirmektedir. Burada da bireyin kültürel tercihleri devreye girmektedir. Yine de, içeriği kültürel olarak değişse ve içeriğinde yerellik barındırsa da fotoğraf albümünün bir nesne olarak evrensel kültürel kod olarak değerlendirilmesi daha uygundur.

Filmde fotoğraf albümü, Gülseren'in belleğinin bir sembolü olarak anlatıda yer almaktadır. Gülseren'in tüm yaşantısına dair fotoğraflar, albümde yer almakla beraber, anlatının seyri fotoğraf albümünün sayfalarının çevrilmesiyle şekillenmektedir. Gülseren'in kişisel tarihinin, bireysel belleğinin bir kanıtı ve arşivi niteliğinde olan fotoğraf albümü, biçimsel olarak da olaylar ve sahneler arasındaki

geçişi sağlayan bir araçtır. Böylece fotoğraf albümü filmin temel motifi olarak yönetmenin tercihi doğrultusunda hikâyede konumlanmıştır.



Görsel 21: Gülseren'in bireysel belleğinin aktarım aracı olarak fotoğraf albümü sahne geçişlerinde sıklıkla kullanılmıştır.

Konak, tıpkı fotoğraf albümü gibi, hem evrensel hem de yerel kültürel kodlar barındıran mekânsal bir öğedir. Bir barınma alanı olarak konak, dönemine göre bir tür statü göstergesi görevi de görmektedir. Geleneksel noktada sınıfsal olarak üst bir kademe ile ilişkilendirilse de konaklar, önceleri, orta sınıfın da barınabildiği daha erişilebilir mekânlardır. Müstakil yapılaşmanın hakim olduğu dönemlerde daha yaygın olmakla beraber dikey yapılaşmanın yaygınlaşmasıyla beraber sayıca azalan konaklar, artık neredeyse nostaljik birer öge olarak kalmışlardır denebilir. Konaklar kültürel olarak farklılıklar göstermektedir. Örneğin, Türk kültüründe ve Fransız kültüründe konaklar farklı işlevselliklere ve farklı sembollere sahiptirler. Bu bağlamda yine konumu, mimarisi ve içeriğiyle yerel kültürel kodlar barındırsa da işlevsel olarak konağın da evrensel kültürel kod kategorisine daha uygun olduğu söylenebilir.

Konak, filmde, Gülseren'in doğup büyüdüğü evdir ve bireysel belleğinin ana mekânıdır. Konak, Gülseren'in babası Nazif, annesi İclal, halası İzzet, amcası Hazım ve dayısı Kürşat'a ev sahipliği yapmış; yıllar içerisinde yaşanan kayıplarla nüfusu giderek azalan konak en sonunda bir pansiyona dönüşerek şekil değiştirmiştir. Gülseren'in kişisel tarihinin bir göstereni olduğu kadar, geçen zamanın, zamanla dönüşen mimarinin, farklılaşan sokağın ve yaşam alanlarının da bir simgesi haline gelen konak, aidiyeti ve bir noktada aileyi, kutsalı, birlikteliği de ifade etmektedir. Ekonomik olarak zorluk yaşadıkları dönemde, artık apartmanların da yaygınlaşmasıyla Gülseren'in babası bir apartman dairesine taşınma teklifinde bulunur fakat annesi kabul etmez. Yıllar geçer, çevredeki her şey değişir, gökdelenler

inşa edilir ve konak sokakta artık ayrıksı bir mimari olarak kalır fakat yine de yıkılmamıştır. Bu anlamda konak bir bağlılığın ve direnişin de sembolüdür.

Sokak satıcıları, gezici emeğin göstergesi olarak sabit bir yeri olmayan, ekonomisini sokakta yaptığı satışlar üzerinden kuran kimselerdir. Genellikle gastronomik anlamda hemen hemen her kültürde yer alan sokak satıcıları, Türkiye’de çok daha geniş bir kapsama sahip olmuştur. Gıda, organik ürünler, ev araç gereçleri, çocuklar için eğlence içerikli ürünler gibi pek çok skalada ürün satan sokak satıcıları, satışlarını, yüksek bir ses tonuyla ürünlerini tanıtarak ve sokak sokak gezerek gerçekleştirmektedirler. Bu bağlamda, sözel kodlarla da kendilerine bir kimlik yaratan sokak satıcıları, kamusal alanda bir ekonomik alan yaratmaktadırlar. Sokak satıcıları, sattıkları ürün ile ilişkilendirildikleri için yerel kültürel kodlar üzerinden değerlendirilmeleri daha makuldür. Türk kültüründe her dönem yeri olan sokak satıcıları, dijitalleşmenin etkisiyle alışveriş olanaklarının internete taşınmasıyla azalma gösterse de hala sokaklarda varlık göstermektedirler.

Filmde de sokak satıcıları sıklıkla yer almaktadır. Geri planda, döneme dair ipuçları veren sokak satıcıları, izleyici için belleğinde yer eden geçmiş anıları uyandıran nostaljik birer öge olarak da konumlanmaktadırlar. Macun satıcısı, bisikletle dağıtım yapan postacı, omzundaki sepetlerle meyve satan satıcı, süpürgeci, dondurma satıcısı, bıçak bileyici, lahmacuncu, turşucu gibi artık sokaklarda pek rastlanmayan satıcılar, sokağın birer simgesi olarak anlatıda yer almaktadırlar. Türk kültüründe sokak satıcılarının yerini bir arka plan bilgisi olarak sunan anlatıda, 1950’lerden 2000’lere doğru gelindikçe sokağın ritmi değişmeye ve buna bağlı olarak sokak satıcıları da yok olmaya başlar.

Damalı taksi, siyah beyaz dama desenlerinin bulunduğu, yurtdışında daha yaygın kullanılan bir taksi çeşididir. Taksi, hızlı ve geçici ulaşımı temsil eden bir araç olduğundan siyah beyaz dama deseni ile kullanıcıların bilinçaltına taksilerin dinamik ve hızlı birer araç olduğu bilgisinin yerleşmesi amaçlanmıştır. Damalı taksiler, yurtdışında doğrudan karşılık bulsa da Türk kültüründe taksi için yaygın olan kod sarı renktir. 1950’li ve 1970’li yıllar arasında damalı taksiler Türkiye’de de kullanılsa da günümüzde rastlanmamaktadır. Dönemin filmlerinde ve dizilerinde yer alan damalı taksiler, 1950’li ve 1970’li yılların modernleşme arzusuna denk düşmektedir. Bu bağlamda damalı taksilerin evrensel kültürel bir kod olduğu yorumunu yapmak daha uygundur.

Damalı taksi, filmde dönemi ifade eden bir araç olarak yer almaktadır. İzleyicinin belleğinde yer etmiş geçmiş dönem taksi motifi, o döneme ait atmosferi izleyicinin zihninde uyandırarak anlatıyı destekleyici bir rol oynamaktadır. Sokaktan geçen arabaların her biri, geçmiş dönem araçları olarak nostaljik atmosferi kuvvetlendirmektedir. Gülseren’in babası Nazif’in indiği Chevrolet marka damalı taksi de döneme dair fikir veren bir öge olarak kullanılmıştır. Damalı taksi kullanımı, hem tarihsel olarak

dönemi yansıtmakta hem de dönemin Türkiye'sinin modernleşme basamaklarını ve bu basamakları çıkarken aldığı referansları temsil etmektedir.

Gazete, biçimsel olarak evrensel kültürel bir öge olsa da içerik bağlamında son derece yerel bir koddur. Bir kitle iletişim aracı olarak gazete, her yerde haber yayma amacı güden araç olarak değerlendirilmektedir. Fakat taşıdığı anlam ve işlev açısından farklı topluluklarda farklı anlamlar yüklenebilir. Örneğin kimi toplumlarda özgür basınla ilişkilendirilebilen gazete, otoriter rejimlerde bir ideolojik aygıt olarak kabul edilir. Bu nedenle her ne kadar bir nesne olarak gazete her toplumda kabul görse de farklı şekilde alımlanmaktadır ve bu durum da gazeteyi yerel kültürel bir kod olarak değerlendirmeyi gerektirmektedir.

Filmde gazete içerikleri, tıpkı fotoğraf albümü gibi bir bellek görevi görmektedir. Albüm, Gülseren'in bireysel belleğinin bir aktarıcısı olarak yer alırken gazete, kolektif belleğin bir aktarıcısı olarak yer almaktadır. Gülseren kişisel hayat hikâyesini anlatırken sıklıkla dönemin toplumsal gelişmelerinden söz etmektedir. Bu, amcası Hazım'ın politik kimliğinin etkisiyle dönemin toplumsal olaylarının konağa doğrudan yansıması nedeniyle olsa da bir yandan da dönemin siyasi gelişmelerinin etkisinin doğrudan sokaklara yansımalarıyla da ilişkilidir. Gazete, yine albüm gibi, zamansal geçişleri aktarmak için de biçimsel anlamda sıklıkla başvurulmuş bir geçiş aracı olmuştur. Gülseren, 1950'li yıllara dair olanı biteni anlatırken gazetede “Celal Bayar'ın Seyahati” başlıklı dönemin cumhurbaşkanına atıf yapan bir haber başlığı görülür. “Atlantik Paktına İştirakimiz Katileşiyor”, “Ortadoğu Komutanlığı Hakkında Muhtıra”, “Komünist Partisi Tahkikatı”, “İzmir'den Kaçan Komünist Şehrimizde Tutuldu” gibi haber başlıklarıyla dönemin siyasi atmosferine ilişkin bilgiler izleyiciye aktarılır. 1970'li yıllara gelindiğinde kullanılan gazete geçişinde ise “Astronotlar Ay'a Ayak Bastı” gibi dönemin önemli gelişmelerini işaret eden başlıkların yanı sıra 12 Mart muhtırasını yansıtan “Demirel: Seçimle Gelen Seçimle Gitmeliydi”, “16 Askeri Tıp Öğrencisi İçin Tahkikat Açıldı”, “Hükümetin İstifası İçin Generallere Söz Verildi” gibi haber başlıkları da aksettirilmiştir. Yine benzer şekilde 1980'li yıllarda da 12 Eylül askeri darbesini ele alan “Ordu Yönetime El Koydu”, “Hükümet ve Parlamento Feshedildi”, “Solcular Hakkında Tahkikat Devam Ediyor”, “Sokağa Çıkma Yasağı Başladı” gibi haberler görülür. Gazete, Türk siyasi ve toplumsal tarihinin ve aynı zamanda Türk kolektif belleğinin bir simgesi olarak anlatıda yer almaktadır. Gazetede görülen haberlerin tamamı Türk toplumsal yaşamı ile ilişkili olduğundan Türk izleyici için detay gerektirmeyen pek çok başlık, yabancı izleyici de tam karşılığını bulamayacaktır. Yabancı izleyici için politik karşılıklarını alımlamaktan ziyade biçimsel anlamda bir geçiş aracı olarak kabul edilecek olan gazete geçişleri, Türk izleyici ile yabancı izleyicilerin ayrışacağı temel noktalardan birini oluşturmaktadır.



Görsel 22: Gazete küpürleri hareketli bir kullanımla sahneler arası geçiş aracı olarak kurgulanmıştır.

Radyo, görsel ve teknik olarak hemen her kültürde doğrudan tanınabilecek bir öğedir. Gazete gibi bir kitle iletişim aracı olan radyo, yine gazete gibi, toplumlar arasında farklı alımlama yöntemleriyle farklı anlamlar kazanabilmektedir. Propaganda amacıyla kullanım, eğlencelik kullanım, bilgilendirme amaçlı kullanım gibi pek çok farklı meseleye hizmet eden ve farklı çıktılar sunan radyo, yerel bilgi aktarımını sağlayan bir araç olarak her toplumda belirli dönemlerde öne çıkmıştır. Sonraları dijitalleşmenin etkisiyle şekil ve biçim değiştiren radyo artık telefonların ve diğer dijital aygıtların içerisine yerleşmiş bir araç olarak var olmaktadır. Herhangi bir aygıtta entegre olmamış radyolar artık birer nostaljik öğe konumundadır. Bu doğrultuda radyo da tıpkı gazete gibi her toplumda bilinen bir araç olsa da bağlamı üzerinden değerlendirildiğinden yerel kültürel kod olarak kabul edilmelidir.

Radyo, filmin anlatısında dönemin kitle iletişim aracı olarak yer almaktadır. Gülseren'in amcası Hazım, radyoda çeken bir sinyal bulmak için uğraşırken mezdeke çalan frekansları geçer ve “Her yer Arap radyosu” diyerek söylenir. **Mezdeke**, Arap kültüründen çıkan oryantal bir müzik türüdür ve yerel kültürel bir koddur. Hazım, “Yedinir tabi petrolü emperyalistlere, sonra böyle çakkıdı çakkıdı oynarsınız.” diyerek dönemin politikasına ilişkin görüşlerini beyan ederken öte yandan dönemin kitle iletişim aracı olan radyonun manipülatif ve propaganda eğilimli konumuna ilişkin de bilgi vermiş olur. Yine 1980’li yıllara gelindiğinde, Türk Silahlı Kuvvetleri’nin yönetime el koyduğuna ilişkin açıklamayı radyodan dinlerler. Gelineen noktada radyo, bir nostalji ögesine dönüşmüş olsa da dönemin kitle iletişim aracı olarak önemli bir noktada konumlanmaktadır.

Rusça, bir dil olarak anlam taşıyıcı bir görev üstlenmektedir ve yerel kültürel kod kategorisinde değerlendirilmelidir. Filmin anlatısında dil olarak dönemin toplumsal arka planının da etkisiyle ideolojik olarak sol tandanslı olarak kullanılmıştır. Gülseren’in amcası Hazım, radyoda SSCB ajans saatini açar. Rusça yayın yapan ajans saatini dinler ve Gülseren’in babası Nazif, Hazım Rusça bilmediği halde yayını dinlediği için bu durumu eleştirir. Hazım, “Yalanların Türkçesini duymaktansa gerçeklerin Rusçasını dinliyorum.” şeklinde yanıt verir. Böylece bir kez daha bir kitle iletişim aracı olan radyonun ideolojik konumuna atıfta bulunulmuş olur.

Stalin, 1920-1953 yılları arasında Sovyetler Birliği’nin liderliğini üstlenen siyasi figürdür. Stalin, toplumun farklı kesimleri için farklı anlamlar taşıyan bir figür olarak kimileri için bir direniş sembolüken kimileri için bir diktatör statüsündedir. Bu bağlamda her ne kadar tarih içerisindeki yeri pek çok farklı topluluğu etkilemiş olsa da kimileri için kahraman bir figür kimileri için işgalci bir rejimin simgesi olarak Stalin, farklı kültür, inanış ve yaklaşımlarda farklı yorumlanmakta; Stalin’e dair düşünceler, evrensel kabul görmüş bir ortak görüşte birleşmemektedir.

Stalin, filmin anlatısında dönemin sol ideolojileri için hayranlıkla ilişkilendirilerek sunulmuştur. Gülseren’in amcası Hazım, Rusça yayın yapan radyoda Stalin’in adını duyduğunda heyecanlanır ve “Ne şanslı adamlar var, mesela bu spiker büyük ihtimal Stalin’i canlı canlı görmüştür” diyerek hayranlığını ifade eder. Buna karşılık Nazif, “Görmemiş de olabilir, onu gören herkes öldü diye biliyorum” diyerek Stalin’i diktatör bir noktada konumlandırır ve karşıt görüştekilerin Stalin’e yaklaşımını işaret etmiş olur. Türk kültüründe ve siyasetinde de Stalin’e yönelik farklı bakış açılarının varlığı da böylece aktarılmıştır.

Ev dekoru, evin biçimine göre eşyaların yerleştirilme şeklini, eşyaların biçimsel tercihini, rengini, tarzını karşılayan ve orada yaşayan ailenin ekonomik durumuna, estetik tercihlerine, toplum içerisindeki sınıfsal konumuna ve kültürüne ilişkin pek çok mesajı ileten öğelerin birleşiminden oluşmaktadır. Döneme, sınıfa ve kültüre bağlı oldukça büyük farklılıklar gösterebilen ev dekoru, Türk kültürü içerisinde de çeşitlenmektedir.

Ev dekoru, filmin prodüksiyonel tasarımının önemli bir parçasıdır. Dekor, bir dönem filmi olduğu için özellikle öne çıkmakta, döneme, tarihe ve olaylara dair bilgileri izleyiciye doğrudan aktarmaktadır. Röportajın yapıldığı, Gülseren’in de konakladığı bakım evinde, eski tip ahşap kollu berjer, dantel örgülü yastık yüzleri, masada ve konsolun üzerinde örgü danteller kullanılması, bakım evinin yaşlılar için düzenlendiği göz önünde bulundurulduğunda uygun atmosferi karşılamaktadır. 1950’li yıllarda konağın dekorunda kullanılan kırmızı damalı perdeler, kristal avize, çerçevelenerek duvara asılmış etamin örnekleri, ahşap koltuk köşeleri, amber renkli şekerlik, ahşap masa sandalye, İran halısı gibi tercihler dönemin iç mimari modasını doğrudan yansıtmaktadır. 1960’lı yıllara gelindiğinde mutfakta emaye tencereler, emaye çaydanlık, davul fırın gibi dönemin öne çıkan mutfak eşyaları görülür. Yine kadınların

dönemlere göre değişiklik gösteren kostüm, saç tasarımları da prodüksiyon tasarımı içerisine dahil edilebilecek öğelerdir. 1960’larda Gülseren’in annesinin saçlarını sardığı demir bigudiler dönemin modasını izleyiciye aksettirmektedir. Dekoratif öğeler, Türk kültürüne ilişkin pek çok unsuru barındırmaktadır. Bu anlamda yerli izleyicinin kültürel belleğinde yer etmiş öğeler, nostaljik bir duygunun uyanmasına yol açacaktır.



Görsel 23: Evin dekoru, dönemlere göre değişiklikler göstererek içerisinde bulunulan zamanın iç mimari modasını gözler önüne sermektedir.

Komünizm, sınıflar arası eşitliğin sağlandığı kolektif bir düzen ve ortak mülkiyet anlayışı ile gelişen sosyal, politik ve ekonomik bir ideolojidir. Sovyetler Birliği, Çin, Küba gibi sol düşüncenin daha egemen olduğu dönemler yaşayan ülkelerde öne çıkan bir ideolojidir. Karl Marx ve Friedrich Engels’in *Komünist Manifesto*’sunda (1848) bahis edilen bir sınıf mücadelesidir ve bu mücadele, dünyanın hemen her yerinde yankı uyandırmış ve hala yankıları süren bir mücadele olarak artık yerleşik bir anlayışa dönüşmüştür. Bu bağlamda evrensel bir bilinirliği olsa da hem ortaya çıkışı hem de farklı topluluklarda farklı temeller üzerine inşa edilişi ve kavranışı dolayısıyla yerel kültürel kod olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır.

Komünizm, 1950’li yılların Türkiye’inde sol tandansta popüler iken karşı tarafta antikomünist hareketlerin de gelişmesiyle bir mücadele haline dönüşmüştür. Komünizmi savunan devrimci hareketlerin karşısında antikomünist bir yaklaşımla hareket eden muhafazakâr bir ideoloji doğmuştur. Filmde, Gülseren’in amcası Hazım, devrimci hareketi temsil ederken dayısı Kürşat ise muhafazakâr kesimi temsil etmektedir. Babası Nazif ise ılımlı bir siyaseti takip etmektedir. Bu durum, Hazım ve Nazif arasındaki komünizme dair diyaloglarda şekillenir. Nazif, Hazım’a komünistliği bırakmasını söylediğinde Hazım, her yerde muhbirler olduğunu söyleyerek susmasını ister. Komünistlerin fişlendiği, gözaltına alındığı bir dönemde, Nazif, “Banane oğlum, ben Halk Partiliyim, istediğim gibi

bağırabilirim.” diyerek kutuplaşan bir siyasetin ve ayrılmış toplumun özetini yapmış olur. Bu söylemiyle **Halk Partisi**’ni komünizmin karşısında daha resmi, makul ve demokratik bir noktaya konumlandırmıştır. Komünizmin anlatıda yer alması, yerli izleyiciye ilgili dönemin siyasi konjonktürünü hatırlatan bir yerde durmakta, yabancı izleyiciler için de kendi ülke siyasetlerindeki komünizmin yeriyle eşleyebilecekleri ya da karşılaştırabilecekleri bir içerik sunmaktadır.

Yakasız gömlek, farklı kültürlerde farklı karşılıklar bulabilen bir stildir. Bazı kültürlerde sadeleşmeyi ve gösteriştenden uzak olmayı karşılarken bazı kültürlerde gelenekselliği karşılamaktadır. Bu bağlamda yerel kültürel bir kod olan yakasız gömlek, Türk - İslam kültüründe, dini inanışa mensup kesimlerde tevazu ile de ilişkilendirilmektedir.

Filmde yakasız gömlek, Gülseren’in dayısı Kürşat’ın kostümü olarak tercih edilmiştir. Amcası Hazım’ın ağırlıklı olarak koyu yeşil tonları ile özdeşleştirilmesi gibi Kürşat da kahverengi ve sarıya yakın krem rengi ile özdeşleştirilmiştir. Yakasız gömlek, ağırlıklı olarak muhafazakâr kesimin tercih ettiği bir gömlek türü olarak bilinir ve Kürşat’ın da dindarlığı ile ilişkilendirilerek kullanılması, Kürşat’ın karakterine ve tercihlerine ilişkin bir yorumu doğrudan izleyicide canlandırmaktadır. **Takke** de benzer şekilde, namaz ibadetini yerine getiren ve sıklıkla camiye giden Kürşat’ın karakterine ve inancına yönelik bir temsil ögesidir. Farklı inanışlarda farklı isimlerle yer alan takke, dini ibadetle özdeşleşen bir kavram olarak yer aldığından, tıpkı yakasız gömlek gibi yerel kültürel bir koddur.

Polis, toplumun düzenini ve güvenliğini sağlamaktan sorumlu emniyet gücüdür. Belirli dönemlerde ve belirli kültürlerde farklı bağlamlarda değerlendirilerek farklı bakış açılarıyla yorumlanması mümkün olsa da polislik mesleği, evrensel kültürel bir koddur. Resmi polis kıyafeti, polis aracı, kullandıkları silahlar gibi öğelerde kültürler arasında birtakım farklılıklar olsa da bu farklılıklar, hemen her yerde her kültürden insan tarafından görüldüklerinde ayırt edilebilecek ve tanınabilecek denli küçük farklılıklardır.

Filmde polis, Gülseren’in amcası Hazım’ın gözüaltı sahnelerinde ve devrimci harekete mensup gençlerin polisle karşılıklı mücadelesinin gösterildiği sahnede yer alır. Dönemin emniyet mensuplarının, dönemin iktidarına, iktidarın ideolojisine ve şartlara bağlı olarak devrimci hareket üyelerini gözüaltına alması, tutuklaması, dönemin politik atmosferini izleyiciye sunmaktadır.

Ateş böceği, doğada bulunan ve ışık yayan bir böcek türü olarak evrensel bir karşılık taşımaktadır. Farklı kültürlerde birtakım farkı yorumlar atfedilmesi mümkün olsa da ateş böcekleri, genel olarak ışık yayması ile öne çıkmaktadır.

Filmde ateş böcekleri, Gülseren’in yaşamla arasında kurduğu bağı simgelemektedir. Ateş böcekleri, ilk olarak, Gülseren’in doğduğu gün halası İzzet tarafından görülür. Gülseren’in doğduğu

odanın camına doğru hareket eden ateş böcekleri, yıllar boyu Gülseren'i hiç bırakmazlar. Gülseren'in ateş böceklerini görmek ve onları harekete geçirmek için kullandığı **feneri** de yıllarca elinden bırakmadığı bir bağımlılık nesnesine dönüşür. Annesi tarafından ateş böcekleri ile kafayı bozduğu ve delirdiği düşünülen ve bu yüzden suçlanan Gülseren, kendini yalnız, mutlu, üzgün, çaresiz, gururlu hissettiği her anda tüm duygu durumlarını ateş böcekleri ile paylaşmayı tercih etmektedir. Filmin doğrudan adına da taşıdığı ateş böcekleri, filmde, Gülseren, babası Nazif, halası İzzet ve âşık olduğu tek adam Dünder hariç, başka kimse tarafından görülmez ve anlaşılmaz. Gülseren'in yaşamla kurduğu bağı, sevgiyi ve aidiyet duygusunu ifade eden ateş böcekleri, şehir geliştikçe çoğalan şehir ışıklarının varlığıyla giderek görünmez olurlar ve böylece anlatıda Gülseren'in şehir ışıklarına yönelik isyanıyla bir ekoeleştirir de yapılmış olur. Bu bağlamda ateş böcekleri, tıpkı fotoğraf albümü ve gazete küpürlerinde olduğu gibi yönetmenin biçimsel tercihi olarak da önem taşımakta ve sahneler arasında mola alanları yaratan, izleyiciye de nefes aldırان birer öge olarak yer almaktadır.

Fotoğraf, bellek ile doğrudan ilişkili olan bir ögedir. Anı belgelemek üzerine geliştirilen fotoğraf, geçmişini anımsamak için bir araç olarak da görev yapmaktadır. Fotoğraf evrensel kültürel bir kod olsa da bağlamına göre yerel kültürel bir koda da dönüşebilir. Roland Barthes, fotoğrafın ona yüklenen anlamlara göre farklı bağlamlarda değerlendirilebileceğini işaret etmiş; ya tekniğine ilişkin profesyonel ya da amatör olarak ya içeriğine ilişkin sözbilimsel olarak ya da estetiğine ilişkin gerçeklikle kurduğu ilişkiye bağlı olarak farklı alımlanabileceğini belirtmiştir (Barthes 1996: 17). Bu doğrultuda nesne olarak fotoğrafın evrensel olduğu ama bu durumun bağlama göre değişiklik gösterebileceği belirtilmelidir.

Filmde, geçmişte olan biteni anlatırken fotoğraf albümünde yer alan fotoğraflardan faydalanan Gülseren, her bir kareden o anın hikâyesine doğru yolculuk etmektedir. Belirli aralıklarla fotoğraf çekilen Gülseren'in ailesi, 1950'li yıllarda Gülseren doğduğunda, çekirdek aile fotoğrafı çekilirler. Çekim sonrası, halası İzzet ile annesi İclal arasında fotoğrafa dair gelişen sohbetle fotoğraf ile bellek arasındaki ilişkinin altı çizilir. Annesi, halası İzzet'e neden fotoğraf çekilmekten kaçtığını sorunca, İzzet de ona neden sürekli fotoğraf çekildiğini sorar. "Çünkü unutulmak istemiyorum" cevabı veren İclal'e karşılık İzzet de "Ben de hatırlanmak istemiyorum" yanıtını verir. Fotoğrafın belleği harekete geçiren mevcudiyeti bu diyaloglarla işaret edilmiş olur.

Parka, genellikle soğuk havalarda tercih edilen, uzun dış giyim kıyafetidir. Parkanın sembolik anlamını oluşturan gençlik kültürleri, parkayı, bağımsızlığın sembolü olarak değerlendirerek mücadelelerinin bir parçası haline getirmişlerdir. Özellikle sol mücadelenin sembolü olarak yer almaktadır. Bu bağlamda parkanın, sembolik bağlamda değerlendirildiğinde evrensel kültürel bir kod olmasından ziyade yerel kültürel kod olarak kabul edilmesi daha uygun görünmektedir.

Filmde de parka, Gülseren'in amcası Hazım, komşusu Veli ve sokaklarda görülen devrimci harekete mensup gençlerin üzerinde görülen, doğrudan sol hareket ile ilişkilendirilen kışlık dış giyim ögesi olarak yer almıştır.

Film afişi, filmin içeriğini temsil eden bir öge olarak bağlamına göre değerlendirilmesi gereken bir nesnedir. Amacı evrensel olsa da içeriğine ilişkin her bir film afişinin evrensel ya da yerel kültürel kodlara hitap etmesi durumu, film afişi özelinde değerlendirilmelidir.

Filmde afişler, anlatıdaki dönem geçişlerini aktarmak için bir araç olarak kullanılmıştır. 1950 yılında *Lüküs Hayat*, 1967 yılında *Hudutların Kanunu* film afişleri, sokağın bir ucundan diğer ucuna asılı bir şekilde yer almaktadır. Böylece anlatının zamanını referans filmler üzerinden çıkarmak dönemi takip etmek için bir seçenek olarak sunulmuş olur. Kullanılan filmler dönemin öne çıkan Türk filmleri olduğu için sahnedeki afiş detayları aracılığıyla verilen tarih bilgisi muhtemel ki yalnızca yerli izleyicide bir karşılık bulacaktır. Bu bağlamda anlatıda yer alan film afişlerini, özgül birer kod olmalarının yanı sıra, yerel kültürel kodlar kategorisinde değerlendirmek mümkündür.

Terlik, annelerin öfkesini dışavurma yöntemi olarak simgeleşmiş bir nesnedir. Gülseren'in annesi de benzer tepkiyi defalarca verir. Evrensel olup olmadığı tartışmalı bir konu olsa da bir öfkenin dışavurumu için Türk izleyicinin aşına olduğu bir ifade biçimidir.

Kız isteme, Türk kültüründe geçmiş yıllarda daha çok görücü usulüne dayanan zamanla görücü usulü ortadan kalksa da bir geleneği takip etmek maksadıyla gerçekleştirilen, ailelerin – ve bazen görücü usulünde eş adaylarının da o esnada – tanıştıkları törendir. Çekirdek aileler arasında gerçekleştirilen törende, damat adayı ve ailesi çiçek ve çikolata hediyesi ile gelmektedirler. Gelin adayı, misafirlere Türk kahvesi ikram eder ve damadın kahvesi diğerlerinden ayrı olarak tuzlu yapılır. Damadın aile büyüklerinden birisi -çoğu zaman babası- gelinin babasından “Allah'ın emri ve peygamberin kavliyle” kızını, oğluna eş olarak ister. Farklı detaylarla zenginleştirilen tüm bu ritüeller bir tören havasında gerçekleştirilmektedir. Zaman içerisinde isteme, verme, alma gibi ifade biçimleri şekil değiştirmiş; tören eril dilden olabildiğince uzaklaşarak modern bir hale evriltilmeye çalışılmıştır. Bu durum, kültürel geleneklerin, içerisinde bulunulan dönemin şartlarına bağlı olarak dönüşüm geçirebildiğini gözler önüne sermektedir. Farklı kültürlerde benzer evlilik öncesi ritüeller ve törenler olsa da kız isteme töreni, anlamsal açıdan Türk izleyiciler tarafından bütüncül bir şekilde yorumlanabileceğinden yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilmiştir.

Hikâyede, görücü usulü bir tanışma yolu ile gerçekleşen tören, Gülseren'in oyunları ile başarısız bir girişim olarak sonuçlanmaktadır. Yerli izleyici için kız isteme merasiminin tüm adımları herhangi bir açıklama gerektirmeden doğrudan kültürel bellek aracılığıyla alımlanabilirken yabancı izleyici için

farklılık barındıran pek çok noktası bulunması olasıdır. Bütünde anlaşılrsa da geleneğin kökenine ilişkin yabancı izleyicinin alımlamasında boşluklar kalması muhtemeldir.

Hoca, İslamiyet’te dini öğretileri aktaran kişiler için kullanılan bir tabirdir. Farklı kültürlerde farklı isimlerle aynı görevi üstlenen kişiler olsa da hoca, dini bağlamdaki temsili açısından Türk kültüründe ve İslami gelenekte karşılık bulabilmektedir.

Filmde, hoca, cin çıkarma ritüelini uygulayan kişi olarak yer almıştır. Dini duyguları kullanan ve bu yolla dolandırıcılık yapan bir kimse olarak çizilen hocaya, başta Gülseren’in halası İzzet, Kur’an-ı Kerim’de böyle şeylerin yer almadığını söyleyerek itiraz etse de dayısı Kürşat ve annesi İclal, ateş böceklerinin Gülseren’i delirttiğini ve görülmeyen zararlı bir takım varlıkların ateş böcekleri şeklinde Gülseren’e görüldüğünü iddia ederek zorla Gülseren’i ritüele götürürler. Gülseren hocanın talepleri ile dalga geçerek ritüeli bozar. Söz konusu cin çıkarma ritüeli, pek çok dinde karşılık bulunduğu hem yerli hem yabancı izleyici için bir anlam ifade etmekle beraber, kullanılan yöntemler, ortam ve ifade şekilleri kültürel farklılıklar barındırabilir.

Duvar yazıları, geçmişten bugüne yazılı kültürün bir simgesi olarak değerlendirilebilmektedir. Modern dönemde, sokağın bir mücadele ve protesto alanı olarak kabul görmesiyle duvar yazıları protest bir tutum kazanmış; ses duyurmak ve varlık göstermek için duvarlar birer alan kabul edilmiştir. Duvara yazı yazma eylemi evrensel bir nitelik taşıyabilecekken duvar yazıları, içeriğe ve bağlama göre değerlendirilmelidir.

Filmde duvar yazıları, 1970’li yıllara gelindiğinde sol mücadelenin sokaklarda daha görünür olmasıyla ilişkili olarak kullanılmıştır. Sokaklarda çeteleşmenin olduğu, fail-i meçhul cinayetlerin işlendiği dönemde halk tepkilerini yürüyüşlerle, duvar yazılarıyla gündeme getirir olmuştur. Gülseren, tüm bu olan biten karşısında apolitik bir duruş sergilese de yaşadıkları konak, üzerine yazılar yazılan, afişler asılan bir nokta haline gelmiştir. Mahalleden komşuları olan Veli’nin kız arkadaşı Nuran’la birlikte konağın duvarına yazı yazdıkları sahne, olan biteni özetleyen bir sahne olarak yer almaktadır. Veli, “Kahrolsun” yazmaya başlarken Gülseren pencereden “Bizim duvara yazınca kahroluyor mu Veli?” diye laf atar. “Bilmem ama yazmayınca hiçbir şey olmuyor.” yanıtını veren Veli, mücadelenin bir parçasının da sokakta ve duvar yazılarındaki ifadelerde olduğunu işaret eder. Bu bağlamda filmde Türk sol mücadelesinin duruşunu yansıtan duvar yazılarına yer verildiği için duvar yazılarını yerel kültürel bir kod olarak değerlendirmek mümkündür.

Afişler, duvar yazılarında olduğu gibi kamusal alanda bir ifadeyi yaygınlaştırmak amacıyla kullanılan, duvar yazılarından farklı olarak da tasarım içeren basılı bir içerikten oluşan öğedir. Afişler, etkinlik duyurularını içeren, politik mesaj aktaran, bilgi aktarımı yapan pek çok farklı içerikte aktarım

sunmaktadırlar. Tıpkı duvar yazılarında olduğu gibi evrensel ve yerel ikiliği, içeriğine göre değişiklik göstermektedir.

Filmde, duvarlara, evlerin dış cephelerine, direklere asılan afişlerde, “Bağımsız ve demokratik Türkiye’yi kuracağız.”, “Yaşasın bağımsızlık ve demokrasi mücadelemiz!” gibi ifadeler yer almakta ve dönemin sol mücadelesinin kimliğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Türk solunun mücadelesinin aktarıldığı filmde kullanılan afişler politik mesaj aktarma işleviyle ön plana çıkmakta ve yerel kültürel bir içeriği sunmaktadır.

Pankartlar ve pankart taşıma eylemi, toplumun protestolarda sesli olarak duyurduğu sloganlara ek olarak ifade etmek istediği politik mesajlarını duyurmak amacıyla yazının da gücünü kullandığı bir durumu ortaya koymaktadır. Kolektif kimliğin taleplerini dile getiren birer araç olan pankartlar, bu anlamda, evrensel bir nitelik taşımaktadır. İçeriği ve bağlamı her ne olursa olsun, evrensel olarak, bir mesaj iletildiği ve oradaki topluluğun kimliğini yansıttığı konusunda hemfikir olunabilecek pankartlar, genel kabul gören bir protesto yöntemidir.

Filmde yer alan pankartlar da yürüyüşler sırasında halk tarafından taşınan bir diğer ifade biçimidir. “Kanlı İktidar”, “Kahrolsun İşçi Düşmanları”, “Ulusal Demokratik Cephe Birleş!” gibi ifadelerin yazılı olduğu pankartlar da tıpkı afişler gibi dönemin taleplerini ve tepkilerini ifade eden araçlardır. Filmde, duvar yazıları ve afişler gibi içeriğinde Türk kolektif belleğine dair ifadeler barındırsa da sol mücadelenin evrenselliği içinde ve politik yürüyüşlerin bir simgesi olarak pankartlar, biçimsel olarak duvar yazıları ve afişe göre farklı bir mesaj da taşımaktadır. Pankartların biçimselliği ile topluluğun politik düşüncelerini ifade ediyor olması, her kültürde karşılık bulduğundan, evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilmesine olanak tanımaktadır.



Görsel 24: Pankartlar, afişler, duvar yazıları dönemin bir ifade biçimi olarak anlatıda yer almıştır.

Ayhan Işık ve Yılmaz Güney, her ikisi de Türk sinemasının önemli aktörleri olarak öne çıksa da iki ayrı temsilin ve ideolojinin karşılığı olarak ikonikleşmiş isimlerdir. Ayhan Işık, 1950’li ve 1960’lı yıllarda, Türk sineması içerisinde yakışıklılığı ve beyefendiliği ile öne çıkarılan, Hollywood’da kabul gören star arketipinin bir karşılığı olarak yaratılan bir oyuncudur. Yılmaz Güney ise oyuncu kimliğinin yanı sıra, yönetmen kimliğiyle, devrimci kişiliğiyle öne çıkan ve sinemasını devrimin aracı olarak gören ideolojik bir figürdür.

Filmin anlatısında Ayhan Işık ve Yılmaz Güney arasındaki ikilik, Veli ile Nuran arasındaki diyaloglarla yer alır. Sahne, dönemin ünlü oyuncularının arasındaki ilişkiye ve halk nezdindeki görüşlerine ilişkin fikir vermektedir. Sinemaya gitmekten bahseden Nuran, Ayhan Işık’ın filmine gitmekten söz ederken Veli, Yılmaz Güney’in filmine gitmeyi savunur ve aradaki farkı “Yılmaz Güney bir dava adamı, öbürü artist.” şeklinde ifade eder. Dönemin Taçsız Kral lakaplı sanatçısı Ayhan Işık ile Çirkin Kral lakaplı sanatçısı Yılmaz Güney arasındaki ikilik, Yılmaz Güney’in Ayhan Işık’a kıyasla oldukça politik olan devrimci sol kimliğiyle ilişkilidir. Dönemin politik atmosferinin sinemaya, sanatçılara dek uzanması da halkın içerisinde bulunduğu duygu durumunu gözler önüne sermektedir. Her ne kadar dünya sinemasında da ünlü ve popüler isimler olsalar da Ayhan Işık ve Yılmaz Güney’i tanımayan yabancı izleyici için doğrudan karşılık bulmayacak bir sahnedir.

Morluk, bir iz olarak anlatıda şiddeti işaret etmektedir. Gülseren’in evliliğinde maruz kaldığı şiddetin işareti olan göz çevresindeki morluk, eşinden ayrılmasıyla sonuçlanarak Gülseren’in şiddet

karşısındaki konumunu ve buna karşılık annesinin ayrılık için şiddeti yeterli bir sebep saymamasıyla da bir önceki neslin kadınlarının şiddet karşısındaki öğrenilmiş konumunu işaret etmektedir.

Kitap, işlevi itibariyle evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilecek fakat içeriğine bağlı olarak yerel kültürel kodların da taşıyıcısı olması muhtemel olan bir ögedir.

Kitap, filmde adeta bir silah gibi konumlandırılmıştır. Dönemin yaşanan siyasi olaylarının da etkisiyle kitapların saklandığı, kitapların birer suç delili sayıldığı atmosferi yansıtır şekilde, Gülseren amcası Hazım'ın kitaplarının içlerini dayısı Kürşat'ın din içerikli kitap kapaklarıyla değiştirip amcası tutukluken onun kitaplarının yok olmasının önüne geçmiştir. Yine de 1980 askeri müdahalesi yaşandığında kitaplar Hazım tarafından konağın bahçesine gömülecektir. Kitaplara düşman olan iktidar prototipi tüm dünyada tarih boyunca karşılaşmıştır. Bu bağlamda hem yerli izleyicide hem de yabancı izleyicide kitabın söz konusu kullanımı karşılık bulacaktır. Baskılama, belleği, tarihi ve kültürü yok etme, gözdağı verme gibi amaçlarla tarih boyunca pek çok toplumda gerçekleştirilen kitap yakma eylemi, evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Asker, devletin bir temsilcisi olarak güç, otorite, düzen gibi kavramlarla ilişkilendirilen, sistemin disiplinini sağlayan ve koruyan ordu gücünün bir üyesidir. Hemen her devletin askeri bir gücü bulunduğu ve küçük biçimsel farklılıklar dışında benzer tarzda üniformalara, araçlara, silahlara sahip olan askerler, evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Filmin anlatısında askerler, askeri müdahale sonrası Kürşat'ı tutuklamaya geldiklerinde görülür. Öncesinde 1980 askeri müdahalesinin Türk Silahlı Kuvvetleri'nce gerçekleştirilen açıklamasını radyodan dinlerken askerin yönetimi ele geçirmesini, güvenli ellere geçmek şeklinde yorumlayan ve durumdan memnun olan Kürşat, askerler tarafından evden alınır. Asker, polis gibi meslek mensupları üniformalarının varlığıyla her kesim izleyici tarafından rahatlıkla alımlanabilen karakterlerdir. Olay bağlamında Türk insanı için askerin tam olarak nasıl bir anlam taşıdığını yabancı izleyici doğrudan alımlamasa da hikâyenin akışını takip ederek oldukça yakın bir anlama ulaşması olasıdır. Türk siyasi tarihinde olduğu gibi, Şili, Yunanistan, Endonezya, Pakistan, Mısır, Brezilya, Portekiz, Tayland, İspanya gibi pek çok ülkede darbe veya darbe girişimi yaşanmıştır. Bu nedenle askeri müdahalelerin evrensel kültürel bir kod olarak karşılık bulması mümkün görünmektedir.

Matematik hesaplamaları, rakam ve sayıların kullanıldığı birtakım hesaplamaları karşılamaktadır. Küçük ölçekli matematik hesaplamalarını zihinden yapmak mümkünken büyük ölçekli matematik hesaplamalarını yapmak için hesap makinesi gibi birtakım yardımcı araçlara başvurulabilmektedir. Hesaplamalar kültürler açısından dilsel bir takım farklılıklar gözlenmesi dışında evrensel çıktılar sunan ölçütlere göre gerçekleştirilmektedir.

Filmde matematik hesaplamaları, Gülseren'in üstün zekâsını ve fizyolojik anlamda belleğinin de sağlıklı olduğunu işaret etmektedir. Gülseren, çok büyük rakamları zihninden herhangi bir hesaplama aracından da yardım almadan hızlı bir şekilde çarpabilmekte, toplayabilmekte ve diğer hesaplamaları yapabilmektedir. Bu durum Gülseren'in yaşlılarından ve diğer insanlardan ayrı düşünmesine neden olmuş ve beraberinde okuldan atılmasına, sürekliliği olan bir iş hayatının olmamasına, belirgin bir sosyal çevre geliştirememesine yol açmıştır.

Televizyon, haberler, diziler, filmler, yarışma programları, reklamlar gibi pek çok içerikten oluşan bir yayın akışına sahip olan ve 20. yüzyılın önemli buluşlarından biri olan bir kitle iletişim aracıdır. Televizyon bir araç olarak evrensel olsa da içeriği her kültürde değişiklik göstermektedir. Filmde televizyon bir araç oluşuyla ele alındığı için evrensel kültürel bir kategoriye dâhil edilmiştir.

Filmde televizyon ve **süpürge**, zamanın geçişiyle beraber gelişen teknolojik dönüşümü yansıtan araçlar olarak yer almıştır. Televizyonun icadıyla konakta bir anda kendine yer bulan ve başta siyah beyaz sonraları renkli televizyon derken her dönem şekil değiştiren televizyon vazgeçilmez bir öge haline gelir. Annesinin televizyona geliştirdiği bağımlılık, Gülseren'in sınırlarını bozmaya başlar. Televizyonun karşısında her bir sahnede biraz daha yaşlanan annesi ve sürekli televizyon önünde her birinde daha da gelişmiş model bir süpürgeyle evi süpüren Gülseren, bir zaman akışı içerisinde sunulur. Bu bağlamda yönetmenin zaman geçişini ifade etme yolunda biçimsel bir tercih olarak televizyon ve süpürge kullanıldığı söylenebilir.



Görsel 25: Televizyon ve süpürge teknolojisinin zamana bağlı değişimi hikâyede takip edilebilmektedir.

Sokak, kamusal bir alan olarak herkese ait olan yerdir. Aynı zamanda bir mücadele alanı olarak da kimlik kazanan sokak hemen her toplumda, evin ve diğer tüm özel mülklerin dışında kalan alandır. Bu bağlamda evrensel olarak değerlendirmek mümkünken sokaklar, her kültürde farklı sembollerle, farklı düzenlemelerle yer alır. Filmde de sokak kültürü, Türk kültürüne özgü ele alındığı için yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Sokak, anlatıda konakla beraber dönüşümü en belirgin şekilde aktaran yaşam alanıdır. 1950’lerde sokak satıcılarının yaygın olduğu, insanların dükkânların önlerinde tavla oynadıkları, yan yana geçerken selamlaştıkları, çocukların uçurtma uçurdıkları, top oynadıkları güvenli sokak imgesi, 1970’lerde faili meçhul cinayetlerin işlendiği, eylemlerin gerçekleştiği güvensiz sokaklara, 1980’lerde ise yasaklanan bir tabuya dönüşmüştür. 2000’lere gelindiğinde ise şehrin keşmekeşini taşıyan, kalabalıkların sokaklara taşıdığı bir sosyalleşme alanı olarak sunulmuştur. Yine yönetmenin özgül bir tercihi olarak sokağın dönüşümü anlatıya biçimsel bir destek sağlamaktadır.

Yetenek Biz Miyiz?, anlatıyı 2020 sonrasına taşıyan, sosyal medyanın varlığını işaret eden, bir içerik üreticisi tarafından kurgulanmış programdır. YouTube platformunun popüler olmasıyla üretilen içeriklerin bir prototipi olarak yer alan program, sosyal medyanın evrensel dili de göz önünde bulundurulduğunda herkes tarafından anlaşılabilir bir içerik sunmaktadır. Filmde programa konuk olan Gülseren, üstün sayısal zekâsıyla konu olsa da anlattığı yaşam hikâyesiyle hem içeriği üretenleri hem de izleyicileri derinden etkilemiştir.

Filmde yer alan göstergelerin kültürle ve bellekle kurduğu ilişki, evrensel ve yerel ikiliği üzerinden değerlendirilmiş; birtakım kodların evrensel kültürel değerler taşıdığı ve herkes tarafından anlaşılabilirliği, bazı kodların ise yerel kültürel değerler taşıdığı ve yalnızca o kültür içerisinde yetişen insanlar tarafından anlaşılabilirliği işaret edilmiştir. Küreselleşmenin de etkisiyle evrensel ve yerel değerler arasındaki sınırlar oldukça siliktir. Bu bağlamda Lotman’ın kültürün kendiliğinden semiyotik bir öge olduğu görüşü göz önünde bulundurulmuş; göstergebilimin bir toplumun deneyimlerinin bellekte yer etmiş kaydının kodlanması ve aktarılması olduğu yönündeki görüşü benimsenmiştir. Sinemanın evrensel bir dili olsa da bir filmin anlatısının hangi toplumun deneyimlerinin aktarımı olduğunun kültürel ayrımlar noktasında önemli bir etken olduğu farkındalığıyla hareket edilmiştir. Böylece çalışmada yürütülen bir kodun yerel mi yoksa evrensel mi olduğu yönündeki sorgulama, kesin ve net bir yanıt vermekten ziyade hangi koda daha yakın olduğunu ifade etmek doğrultusunda yürütülmüştür ve bu noktada filmin anlatısından faydalanılmıştır. Örneğin, kültürel anlamda evrensel bir karşılığı olan nesne, film içerisinde yalnızca Türk kültürü özelindeki karşılığı ile yer alıyor ve yalnızca Türk izleyici tarafından doğrudan kültürel anlamıyla alımlanacak durumda ise o nesne yerel kültürel karşılığı ile değerlendirilmiştir. Kültürel kodların yanı sıra, filmi üreten yaratıcı ekibin tercihleri

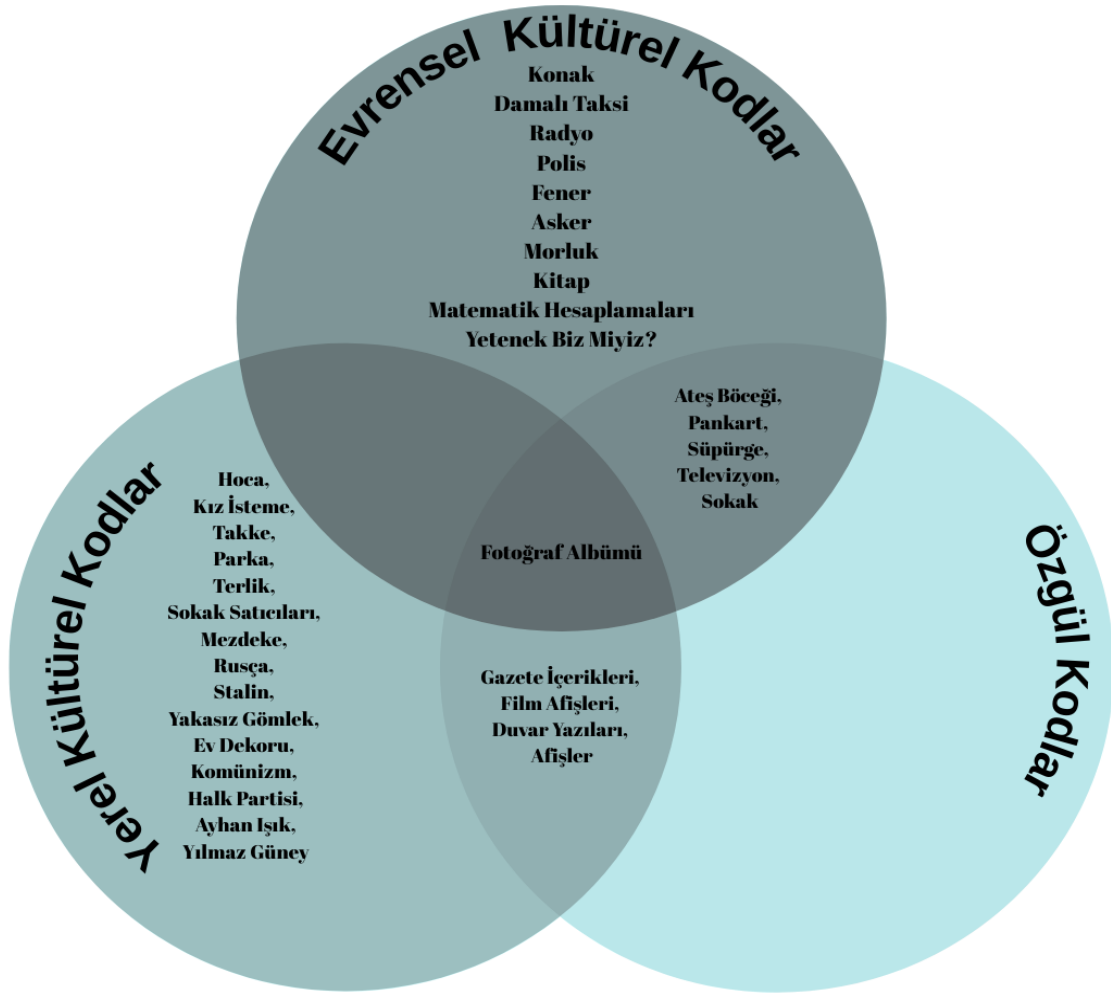
doğrultusunda anlatıda yer alan özgül kodlar da ifade edilmiş; bazı kültürel kodlara özgül kod misyonu da yüklenmiştir.

3.4.1.3. Kültürel ve Özgül Kodlar

Görüldüğü üzere, yukarıda listelenen göstergelerin bir kısmı evrensel kültürel, bir kısmı yerel kültürel karşılıkları olan göstergelerdir. Göstergelerin bir kısmı içeriğe ilişkin iken bir kısmı biçimsel öğeler olarak da yer almaktadırlar. Lotman ve Metz'in, birinin kültürden diğerinin sinemadan yola çıkarak geliştirdiği göstergebilim yaklaşımları, birbirini tamamlamaktadır. Lotman'ın kültürel göstergebilim yaklaşımıyla filmdeki anlamın üretimini, belleğin bu anlam üretimindeki kurgulayan görevini, tarihsel ve kültürel bağlamları görmek mümkünken Metz'in sinema göstergebilimi yaklaşımıyla da filmdeki görsel ve işitsel dili ve bu dilin metinle ilişkisini yorumlamak mümkün olmaktadır. Her iki yaklaşım birleştiğinde; Lotman'la içerik, Metz'le biçim göstergebilimsel açıdan analiz edilebilmektedir. Bu doğrultuda içerik ve biçim tercihlerini birleşik bir şekilde yorumlamadan önce, filmde yer alan gösterenlerin evrensel ve kültürel kod ayrımı ile aynı zamanda söz konusu kodların biçimsel bir araç olarak kullanımına ilişkin kesişimleri görmek faydalı olacaktır:

<i>Kesişim Kategorisi</i>	<i>Öğeler</i>
<i>Sadece Evrensel Kültürel</i>	Konak, Damalı Taksi, Radyo, Polis, Fener, Asker, Morluk, Kitap, Matematik Hesaplamaları, Yetenek Biz Miyiz?
<i>Sadece Yerel Kültürel</i>	Hoca, Kız İsteme, Takke, Parka, Terlik, Sokak Satıcıları, Mezdeke, Rusça, Stalin, Yakasız Gömlek, Ev Dekorü, Komünizm, Halk Partisi, Ayhan Işık, Yılmaz Güney
<i>Evrensel Kültürel + Özgül Kod</i>	Ateş Böceği, Pankart, Süpürge, Televizyon
<i>Yerel Kültürel + Özgül Kod</i>	Gazete İçerikleri, Film Afişleri, Duvar Yazıları, Afişler, Sokak
<i>Tüm Kategoriler (3'lü Kesişim)</i>	Fotoğraf Albümü

Tablo 4: *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* filminde yer alan kültürel öğelerin kategorizasyonu



Grafik 15: *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* filminde yer alan kültürel öğelerin kesişim grafiği

Filmde yer alan kodlar, daha önce de belirtildiği gibi kesin ve net ayrımlarla bölümlenmesi zor olsa da genel tabloyu görmek açısından görselleştirilmiştir. Filmi değerlendirirken, temel olarak göz önünde bulundurulacak nokta sinema dilinin en temelde evrensel bir dil olduğudur. Biçimsel tercihler bu evrensel dilin bir parçasıdır. Bir filmin üreticisi de izleyicisi de planları, sahneleri, plan sekansları, plan ölçeklerini ayırt edebilmektedir. Yönetmenin biçimsel tercihlerinin özgül bir koda dönüştüğü nokta, filmin içeriğinde yer alan birtakım kodların biçimsel birer görev de üstlendiği andır. Filmin içeriği söz konusu olduğunda, filmin kimliği önem taşımaktadır. Filmin hangi kültüre ait olduğunu söylemek, filmin üretildiği ülkeye, üreticisinin ülkesine, hedef izleyici kitlesinin kültürüne, hikâyenin geçtiği ülke kültürüne bakılarak; bunların farklı olması durumunda da hangisinin öne çıktığı değerlendirilerek mümkündür. Filmler, teknolojinin ve dijitalleşmenin getirileriyle artık yalnızca üretildiği ülke

izleyicisine hitap etmediği için, kültürel kodların yer alma dinamikleri de değişiklik göstermektedir. Dijital yayın platformu olan Netflix'te yer alan *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* filmi, Türkiye'de Türk bir yönetmen ve ekip tarafından üretilmiş, Türkçe bir oyundan uyarlanmış, Türkiye'nin belirli bir dönemini anlatan bir filmidir. Netflix'in, Türk izleyicinin, tiyatro oyunundan aşına olduğu ve bu nedenle kolaylıkla bağ kurabileceği bir içeriği kütüphaneye eklemeyi seçmesi, platformun Türkiye pazarında büyüme hedefi çerçevesinde değerlendirilebilir. Metnin, Türkiye'de yaşamış bir kuşağın belirli bir dönemini doğrudan yansıtmasıyla hemen hemen her yaştan yerli izleyici kitlesine temas edebilmesi, uyarlama olmasıyla tiyatro kültürüne sahip olan izleyici kitlesini de dijital platforma çekmesi, yerli metinleri küresel pazara taşıyarak kültürel bir sermaye yaratma gayesinde olan Netflix'in işini kolaylaştırmaktadır. Filmin platformda yer almasıyla hedef kitle izleyicisi hem küresel pazardaki yabancı izleyici hem de yerli pazardaki Türk izleyicidir. Filmin anlatısındaki kültürel kodların evrensel ve yerel ayrımı, bu bakış açısıyla gerçekleştirilmiştir. Film, yerel kültürel kodlardan epey faydalanmış görünse de bu yerel kodların bir kısmının – komünizm, Stalin, Rusça, mezdeke – gibi doğrudan Türkiye'nin yerelliğine hitap etmemesi nedeniyle, filmde yer alan kodların ağırlıklı olarak evrensel kültürel kodlar olduğu yorumu yapılabilir. Film, Türkiye'nin 1950-2000'ler arasındaki dönemini, bireysel bir yaşam öyküsünün arka planında sunsa da kodların kullanımında evrensel kültüre hitap edecek bir eğilim gözlenmektedir. Bu durum hem dijital yayın platformlarının küresel pazardaki izleyiciye hitap etme niyeti hem de Türkiye'nin de ayak uydurmaya çalıştığı bir tür modernleşme eğilimi ile karşılık bulabilir.

3.4.1.4. Anlatı Yapısı ve Anlatıdaki Kültürel Bellek Etkisi

Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?, bireysel ve toplumsal bellek üzerine kurulu anlatısını izleyiciye sunarken kültürel bellekten açıkça faydalanmıştır. Kültürel belleğin anlatıya olan etkisi, Hodge ve Kress'in, çalışmada da birinci bölümde Netflix'in içerik politikalarını incelerken takip edilen, üretim kuralları, alım kuralları, metin kısıtlamaları, semiyotik kodlar ve metin dışı kodlar kategorizasyonu üzerinden yorumlanmıştır.

Üretim kuralları bağlamında kim için, kim tarafından, hangi yollarla üretildiğine bakıldığında; *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?*, Netflix tarafından orijinal yapım olarak üretilmiş bir filmidir. Netflix'in Türk filmleri içerisinde platformda yer alan *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?*, Yılmaz Erdoğan'ın aynı isimli tiyatro metninden uyarlanmıştır. Tiyatro metni, doğrudan Türk izleyiciye hitaben yazılmış olsa da uyarlama esnasında, filmin küresel pazarda çok daha geniş bir izleyici kitlesiyle buluşacağı göz önünde bulundurulmuş olmalıdır. Bu doğrultuda filmin anlatısı, olabildiğince evrensel

kültürel kodlara yaklaştırılmış; hemen her izleyicinin alımlayabileceği açıklıkta bir metin oluşturulmuştur.

Filmin anlatısı, temelde bireysel bellek ve kolektif bellek ikiliği üzerine kurulmuştur. Bu ikilik Gülseren'in bireysel yaşam öyküsü ile Türkiye'nin toplumsal dönüşümünün öyküsü üzerinden oluşturulmuştur. Film, Gülseren'in 1950-2020 yılları arasındaki yaşamına odaklansa da bireyin toplumdan ayrılamayacağı kabulünü gözler önüne seren bir anlatı sunmaktadır. Gülseren'in yaşam öyküsüyle beraber izleyici, Türkiye'nin 1950-2020 yılları arasındaki sosyal ve politik tarihini de takip edebilmektedir. Türkiye 1950-2000 yılları arasına çok partili yaşama geçişle demokratikleşme adımlarını, askeri müdahalelerle anti demokratik adımları, modernleşmenin etkisiyle kentleşme ve dikey yapılaşmanın sonuçlarını, ideolojik kutuplaşmaları ve sosyal birçok dönüşümü sığdırmış; tüm bu dönüşümler, filmde Gülseren'in öz yaşam öyküsüyle paralel olarak aktarılmıştır. Kültürel bellek, anlatının görselleştirilmesi noktasında, neredeyse bireysel ve kolektif belleğin önüne geçmiş; anlatının temel aracı olarak yer almıştır. Türkiye'nin kolektif belleğiyle doğrudan ilişkili olan filmin anlatısında Türk tarihine ait pek çok dönüm noktası ve Türk kültürüne ait pek çok öge yer almaktadır. Lotman, kültürü, "toplumun deneyimlediği şeylerin hafızadaki bir kaydı" olarak tanımlamaktadır (Tamm 2019: 6). Film, Türk kültürünü bu doğrultuda toplumsal bellekle ilişkili olarak aktarmaktadır.

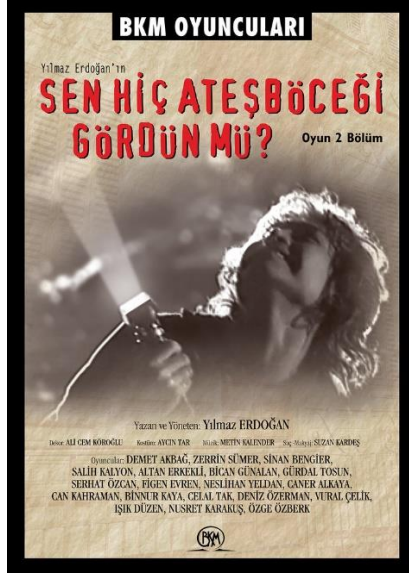
Alım kuralları doğrultusunda alımlayanın filmle kurduğu ilişki bağlamında bakıldığında; film, yerli izleyici için kolektif bellek yardımıyla çok daha anlaşılır bir zemin sunmaktadır. Özellikle gazete küpürleriyle aksettirilen Türk siyasi tarihine ilişkin gelişmeler, yabancı izleyici için yakalaması zor detaylar barındırmaktadır. Bunun dışında filmde yer alan pek çok kültürel öge yerli izleyicinin aşinalık duygusunu harekete geçirerek doğrudan anlam bulmaktadır. Yabancı izleyiciler için ise farklılık ve merak duygularını uyandırması olası olmakla beraber çoğu ögenin evrensel karşılıkları da bulunduğu en azından kategorik olarak doğru bir alımlama gerçekleşmesi beklenebilir.

Filmin temel çatışması, varoluşsalıdır. Gülseren'in üstün zekâsıyla toplum içerisinde kendisine kabul gören bir yer edinmemesi ile birey ve toplum ikiliği üzerine gelişen çatışma, Türk toplumsal tarihindeki sağ – sol çatışması ile kuvvetlendirilmiştir. Filmde, Gülseren'in amcası Hazım ve dayısı Kürşat üzerinden belirginleştirilen bu ayrım, filmde bir karakter olarak da yer eden sokakta da hissedilen bir ayrım olarak yer almıştır. Çatışma siyasi arenadan ziyade, gündelik yaşamdan, sokaktaki eylemlerden, televizyon ve radyodan aktarılmıştır. Lotman'ın metin analizlerinde kullandığı simetrik karşıtlık, bu çatışma üzerine temellenmiş ve Gülseren'in amcası ve dayısı arasında kurulmuştur. Dayısı, muhafazakâr kişiliğiyle mevcut kültürel kodların koruyucusu rolündeyken, amcası, yeni ve devrimci kodların savunucusu olarak konumlanmıştır. Bu konumlanışlar, yalnızca sözel ifadelerle değil kıyafetleriyle ve kitaplarla, insanlarla ve sokakla kurdukları ilişkilerle de somutlaştırılmıştır.

Filmin öne çıkan sembollerine ve semiyotik kodlarına bakıldığında; belleği doğrudan işaret eden fotoğraf, fotoğraf albümü, gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları ve arşiv görüntülerinin öne çıktığı söylenebilir. Filmin anlatısını sembolik kılan söz konusu öğeler aynı zamanda biçimsel birer öge olarak da kullanılmıştır. Bu öğeler, anlatıdaki zaman değişimlerini aktaran birer geçiş aracı olarak da öne çıkmaktadırlar. Filmin diyaloglara ek olarak gazete küpürleriyle, sokakta asılı olan film afişleriyle, pankartlarla, duvarlara yapıştırılmış sloganlı afişlerle dilsel ifade biçimine karşılık yazılı ifade biçimlerine de sıklıkla başvurduğu söylenebilir. Dönem filmi kategorisine dâhil edilebilecek film, prodüksiyonel tasarımın tüm unsurlarını zaman geçişlerini aksettirmek için birer özgül koda dönüştürmüştür.

Filmin karakterleri, hem filmin bireysel ve kolektif bellek temelli anlatısına hem de filmin varoluş temelli çatışmasına hizmet edecek şekilde uç karakterler olarak belirlenmiştir. Gülseren ve annesi arasındaki çatışma, ateş böcekleri ve televizyon ile ilişkilendirilerek sunulmuştur. Gülseren'in ateş böceklerine olan bağlılığını delilik olarak yorumlayan annesine karşılık Gülseren de annesinin zaman içerisinde televizyona geliştirdiği bağımlılığı bir delirme hali olarak yorumlamıştır. Gülseren'in babası, halası ve âşık olduğu Dünder'la kurduğu ilişkilerde kendini çok mutlu hissetmesine karşılık tüm bu kişileri zaman içerisinde kaybetmesi, kötümser bir kabul geliştirmesine yol açmış ve Gülseren'i yalnızlaştırmıştır. Gülseren'in şehir ışıklarının çoğalmasıyla ateş böceklerini de yitirmesine karşılık hikâyenin sonunda bir bakım evinde yaşlılığını geçiriyor olması, söz konusu yalnızlaşmanın bir diğer gösterenidir. Filmin ikincil çatışması olan sağ – sol çatışmasını görünür kılan Gülseren'in amcası Hazım ile dayısı Kürşat arasındaki diyaloglar, toplumsal ikiliği gözler önüne sermektedir. Hikâyenin sonunda her ikisinin de başından geçen tutukluluk süreçleri ve kendi ideolojilerini bulma, sorgulama, anlama yolculukları bir noktada her kutup için geçerli olan bireysel ve toplumsal döngüyü de işaret etmektedir.

Metin dışı kodlara bakıldığında; filmin fragmanı, Gülseren'in bireysel bellek anlatısı üzerine kurgulanmıştır. Kolektif belleğe ilişkin olaylar ve toplumsal dönüşümler, fragmanda – anlaşılır bir bağlamda – yer almamaktadır. Netflix'in filmi, fragmanda kültürel bellek anlatısının hakim olduğu bir içeriktense bir yaşam öyküsü olarak sunması, küresel pazarda da izleyici bulmasını kolaylaştıracak stratejik bir hamledir. Yılmaz Erdoğan'ın eserinin uyarlaması olduğu bilgisi fragmanda verilmiş aynı zamanda filmin afişi de oyun afişinin yeniden canlandırılması şeklinde tasarlanmıştır. Yine Türk izleyicinin belki oyunu da seyretmiş olan kesimi için merak unsurunu canlandıracak bir hamle olarak yorumlanabilir.



Görsel 26: *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* oyun afişi, 1999 (Soldaki), *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* film afişi, 2021 (Sağdaki)

Özetle film, bireysel ve toplumsal belleği kültürel bellek üzerinden anlatan bir dönem filmidir. Gülseren'in yaşam öyküsüyle Türkiye'nin 1950-2020 arasındaki siyasal ve sosyal dönüşümü iç içe geçmiştir. Film, sağ-sol çatışması, modernleşme, medya ve ideoloji gibi unsurları karakterler ve semboller aracılığıyla işlemiştir. Küresel izleyiciye ulaşmak için evrensel kodlarla inşa edilen film, yerli izleyiciye ise kültürel belleğin çağrışımlarıyla seslenmektedir. Filmin anlatısında, evrensel kültürel kodlara ağırlık verilerek yerel kültürel kodlar arka planda bırakılsa da majör bir bozumdan veya kısıtlamadan söz etmek pek mümkün değildir. Anlatının Türk kültürel belleğine özgü bir hikâyeye şekillenmesi, yerel kültürel kodların tamamıyla yok edilmesini engellemiş olsa da evrensel kültürel kodların öne çıkarılmasıyla kültüre belleğe ilişkin bir bastırma yönteminin varlığından söz edilebilir. Bu durumun küresel pazarın bir gerekliliği mi yoksa bir tektipleştirme çabası mı olduğu tartışılmalıdır.

3.4.2. Cici

Cici, Berkun Oya yönetmenliğinde çekilen, bir ailenin 1980'li yıllardan 2020'li yıllara uzanan öyküsünü takip eden Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Ankara'nın bir köyünde yaşayan üç çocuklu bir ailenin, babanın kaybı sonrası yaşadıkları dönüşümü anlatan film, hem bireysel hem kolektif hem de kültürel bellek anlatısı üzerine inşa edilmiştir. Yılmaz Erdoğan, Nur Sürer, Ayça Bingöl, Fatih Artman, Funda Eryiğit, Okan Yalabık, Olgun Şimşek gibi deneyimli oyuncular kadrosunda bulunduran film, Berkun Oya'nın 2020 yapımı *Bir Başkadır* dizisiyle beraber Netflix'e orijinal yapım olarak ürettiği ikinci işidir. Film, Almanya'da işçi olarak çalışmış Bekir'in, Türkiye'ye döndüğünde eşi Havva ile

birlikte inşa ettikleri Ankara'nın bir köyünde yer alan evin hikâyesini de ailenin hikâyesiyle birlikte aktarmaktadır. En büyük çocukları Saliha, ortanca çocukları Kadir ve küçük çocukları Yusuf ile beraber bu köy evinde kurdukları yaşıntı, Bekir'in vefatıyla yön değiştirecek ve ev de bu değişime ortak olacaktır. Film, 1980'li yıllardan 2020'li yıllara, bir ailenin dönüşümünü geçmişle yüzleşme teması çerçevesinde sunan ve Havva'nın alzheimer hastalığıyla bireysel belleğe, ailenin ortaklık kurduğu geçmiş anlatısıyla kolektif belleğe ve evin dönüşümüyle kültürel belleğe dair söz söyleyen bir anlatı üzerine temellenmiştir.

3.4.2.1. Filmin Anlatısı İçinde Yer Alan Temel Görsel ve İşitsel Öğelerin Tablosu

Film, 82 sahneden oluşmaktadır; sahneler arasındaki geçişlerde tekrarlayan bir öge olarak zamansal sıçramalara başvurulmuştur. Bu zamansal sıçramalar, kurgu yoluyla, olayların öncesi ve sonrası arasındaki karelerin ani bir kesme ile iç içe geçmesiyle yaratılmıştır. Örneğin, Bekir'in evin bahçesine bir ağaç fidanı diktiği sahnede, aniden yıllar sonra büyümüş ağacın yanında durup ağaca bakan Kadir'in yetişkin haline bir kesme yapılır. Birkaç saniye kalan bu görüntünün ardından tekrar Bekir'in ağaç diktiği sahnenin aksiyonuna devam edilir. Bu teknik, filmde birkaç kez kullanılmış; bu yolla geçmiş ve gelecek arasında köprü kurulmuştur. Filmin seyri sırasında araya giren görüntüler, olayların sonrasına dair ipuçları taşımakta, filmin seyri tamamlandığında bu ipuçları bir bulmacayı tamamlamakta ve böylece bütüncül bir anlama ulaşılmaktadır.



Görsel 27: Filmin zamansal düzlemindeki ilk bölümünde, Bekir ağaç dikerken.



Görsel 28: Filmin zamansal düzlemindeki son bölümünde, Kadir, yıllar önce babasının diktiği ağacın önünde.

Film, Ankara'nın bir köyünde yer alan köy evinde ve evin bahçesinde geçmektedir. Birkaç sahne dışında filmin tamamının bu mekânda geçtiği, yani neredeyse tek mekân sayılabileceği ifade edilebilir. Filmi zamansal olarak üç bölümde incelemek mümkündür: İlki aile yaşamının anlatıldığı köy evindeki dönem, ikincisi babanın vefatından sonra film çekimi için köy evine gelindiği dönem, üçüncüsü de ailenin evin satışına ilişkin konuları da konuşmak için bir araya geldiği dönem.

Filmde öne çıkan gösteren ve gösterilenler Tablo 4'te listelenmiştir. Tabloda yer alan gösteren ve gösterilenlerin biçimsel ve içeriksel karşılıkları, bölümün sonraki alt başlıklarında detaylandırılacaktır. Tabloda yer verilen gösteren ve gösterilenler, filmin anlatısını destekleyen unsurlardır ve bu unsurlar, Juri Lotman'ın kültürel göstergebilim yaklaşımı doğrultusunda kültürel kodlar göz önünde bulundurularak ve Christian Metz'in sinema göstergebilimi yaklaşımı doğrultusunda sözünü ettiği görsel ve işitsel öğeler ön planda tutularak kategorize edilmiştir.

Sahne	Gösterge	Gösteren	Gösterilen
1-2-4-7-20-24	Nesne	Televizyon	Boş vakit geçirme aracı
1-2-4-7-24	Kanal	TRT	Tek kanal, resmiyet, milli birlik
3-9-17-18-22-23-27-32-33-60-63	Mekân	Köy Evi	Aidiyet, yurt, köklenme, aile
1-13-33-62-63	Meslek	Hemşire	İdealize etme, imrenme, sağlık, şifacı
1-2-8-11-27-46-51	Nesne	Ev dekoru (dekorasyon öğeleri)	Dönemler arasılık, geçmiş, tarih, kültür
1-3-7-17-29-33-64-65	Nesne	Kamera	Kayıt, geçmiş, bağımlılık, yasak, bellek
2-3-11-17-43-44-70-74	Müzik	Türkü/şarkı	An, duygu, acı, keder

3-79	Nesne	Sigara	Bağ, ilişki
3-21	Ülke	Almanya	İşçi, göç, emek, yurt, geçmiş
4-40-74-78	Nesne	Taş	Bağ, ilişki, duygu, ifade aracı
6-7	Marş	İstiklal Marşı	Coşku, duygu, saygı, resmiyet
9-72	Araç	Araba	Nostalji, dönem, geçmiş, bağ, kazanç, emek, yas, emanet
9-48	Bitki	Ağaç	Bağ, ilişki, aile, köklenme
11	Nesne	Radyo	Dönem, geçmiş, müzik
17-28-29-43-46-76-77	Nesne	Hortum	Travma, hesaplaşma, geçmiş, öfke, ceza
20	Film	Postacı filmi	Film, seyir, eğlence
28-29-30-35-36-37-38-43	Meslek	Set Ekibi	İşçi, görev, sorumluluk
29-56-57	Hastalık	Alzaymır	Bellek, unutma, geçmiş, yüzleşme, hatıra
36-51-60-63-69	Nesne	Hava Üfleyici	Bağlılık, geçmiş, imrenme
45-46-72	Hastalık	Covid-19	Pandemi, sağlık
72-74	Nesne	Maske	Pandemi, hastalık, önlem
59-75-80-2	Nesne	Kaset	Kayıt, geçmiş, hafıza, depolama, geri çağırma

Tablo 5: Cici filminin anlatısında yer alan görsel ve işitsel öğeler

Filmin sahnelerinde ön plana çıkan ve tabloda gösteren ve gösterilenlerine ayrılan her bir görsel ve işitsel ögenin, kültürel ve özgül kod ayırımına geçmeden önce kültür ve bellek kavramlarıyla kurduğu ilişkiyi yorumlamak, anlatıyı evrensel kültürel değerlere mi yoksa yerel kültürel değerlere mi yaklaştırdığını tartışmak açısından önem taşımaktadır.

3.4.2.2. Filmde Yer Alan Göstergelerin Kültür ve Bellek Kavramlarıyla İlişkisi Bakımından Yorumlanması

Tabloda yer alan göstergelerin her biri kültürle doğrudan ilişkilidir. Göstergelerin kültürle olan bağlantısını evrensel ve yerel ikiliği üzerinden açığa çıkarmak, Netflix orijinal yapımı Türk filmi olarak üretilen Cici filminin anlatısındaki evrensel ve yerel kültürel kod okumalarını yapabilmeyi ve Netflix'in kültürel bellek politikaları içerisinde, filmin, nasıl ve nerede konumlandığını yorumlayabilmeyi de sağlayacaktır. Filmde yer alan göstergelerin kültür ve bellek kavramlarıyla ilişkisi aşağıda yorumlanmıştır:

Televizyon, bir kitle iletişim aracı olarak öncelikli amacı bilgi iletmek ve toplumu bilgilendirmek olsa da başlangıçta eğlence aracı olarak benimsenmiştir. Sonraları televizyon sosyal bir araç olarak kabul edilmiş ve bilgi aktarma amacı ön plana çıkarılmıştır. İzleyicinin televizyonla kurduğu bağ dikkatleri çekmiş ve televizyon ideolojik bir aygıt olarak propaganda ve kitleleri yönlendirme amacıyla da

kullanılmıştır. Zamanla reklamlarla beraber tüketim kültürünün önemli aktarıcılarında ve yaygınlaştırıcılarında biri olan televizyon, boş vakit geçirme, eğlendirme gibi misyonlarla bireylere gündelik hayatın sorumluluklarından ve sorunlarından kaçış alanı sunmuştur ve sunmaktadır. Kitle iletişimini sağlayan ve yön veren bir araç olarak evrensel kültürel bir öge olan televizyon, bireylerin boş zamanlarını geçirmek için başvurdukları araç olmasıyla da evrenseldir.

Filmde televizyon, ilk olarak filmin açılış sahnesinde yer almıştır. Televizyon, filmin zamansal düzlemlerinden aile yaşamının anlatıldığı ilk bölümünde, belirli aralıklarla aile bireylerinin karşısında oturduğu ve boş vakit geçirdiği bir araç olarak konumlanmıştır. Tüplü televizyon salonun tam ortasında ve koltuğun karşısında konumlandırılmış; evin babası Bekir'in karşısında uyuyakaldığı, evin annesi Havva'nın karşısında fasulye ayıkladığı ve evin çocukları Saliha, Kadir ve Yusuf'un çizgi film seyrederak vakit geçirdikleri bir eşlikçi olarak yer almıştır. Ailenin tüm üyelerinin boş vakitlerini geçirdiği, spor programı, film, çizgi film, belgesel gibi içerikleri tükettiği televizyon, her ülke bazında kendi ülke izleyicisine içerik üretilen bir araç olduğu için, genelde evrensel kültürel bir araç olsa da içerikte yerel kültürel ögeler barındırmaktadır. Filmde televizyon, boş vakitlerin geçirildiği eşlikçi bir araç olmasıyla öne çıktığından ve dönemin tek kanalı olan TRT ayrı bir öge olarak konumlandığından, içerik ayrıca değerlendirilmiş; televizyon, evrensel kültürel bir kod olarak kabul edilmiştir.

TRT, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun kısaltması olarak kullanılmaktadır. 1964 yılında kurulan TRT, Türkiye'nin kamu yayıncılığı görevini üstlenen tek kanal olarak radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmektedir. 1968 yılında ilk televizyon yayınına gerçekleştiren TRT, 1986 yılına kadar Türk televizyonlarında tek kanal olarak faaliyet göstermiştir. 2025 yılına gelindiğinde, pek çok özel kanalla beraber Türk izleyicilerine içerik sunan TRT'nin artık kendisine bağlı 24 televizyon kanalı bulunmaktadır. Kanala ait pek çok içeriğin farklı dünya ülkelerine dağıtımını ve satışını gerçekleştiren ve dijital yayın platformu da kuran TRT, uluslararasılaşma yolunda önemli adımlar atsa da (TRT 2025), en nihayetinde ulusal bir kanal olarak öncelikli hedef kitlesi olan yerli izleyiciye, yerli içerik sunmaktadır. Bu doğrultuda TRT'nin yerel kültürel bir kod olarak anlatıda yer aldığı ifade edilebilir.

Filmde TRT, 1980'li yılların tek kanalı olduğundan, televizyonun açık olduğu her an aktif olan kanal olarak yer almıştır. Filmin açılış sahnesi, TRT'de yer alan bir kamu spotunu aktarmaktadır. Doğrudan kamu spotunun içeriğine açılan film, kamera hareketiyle televizyonun içerisinden çıkarcasına uzaklaştığında, Havva'nın kamu spotunu büyük bir merakla izlediği görülür. Siyah beyaz kamu spotunda, hemşirelerin sağlık sektöründeki önemli rolü anlatılmaktadır. Sonraları TRT, bu kez renkli bir görüntüde, bir müzik programıyla yer almıştır. Bekir, televizyonun karşısında, TRT'de Özyay Gönülüm'ün kendi buluşu olan ve Yaren adını verdiği, tambura, bağlama ve curadan oluşan sazıyla (TRT

Müzik 2022) türkü çaldığı programı izlemektedir. Özey Gönüm, şiveli konuşması, giyim tarzı ve sazıyla dönemin atmosferini doğrudan yansıtmaktadır.



Görsel 29: TRT’de Özey Gönüm kendi buluşu olan ve Yaren adını verdiği sazıyla.

TRT’nin açık olduğu bir diğer sahnede, kanalda bir spor programı yer almaktadır. Sunucunun resmi kıyafeti, Türkçe’yi oldukça güzel kullanışı ve hitabeti göz önünde bulundurulduğunda ve zamanla dönüşen kanal içerikleriyle kıyaslandığında, TRT’nin hem ulusal hem de tek kanal olmanın getirdiği sorumlulukları taşıdığı, resmiyetin ve izleyiciye saygının ön planda tutulduğu ve kültürel değerlerin görünür kılındığı bir kanal olduğu yorumu yapılabilir. Bu resmiyetin bir diğer karşılığı olarak, TRT’nin 7/24 yayın yapmadığı ilk dönemlerinde, gece yayını sona erdiğinde kapanışı İstiklal Marşı ile yapması da sayılabilir. Yine TRT’de yayınlanan, Türk halk masallarından esinlenerek oluşturulan *Az Gittik Uz Gittik* adlı yerli çizgi filmin ve Memduh Ün yönetmenliğinde çekilen *Postacı* (1984) filminin keyifli bir şekilde izlendiği filmde, yerli içerikler de böylece ön plana çıkarılmıştır. Bu bağlamda TRT’nin sadece ulusal kanal olmasıyla değil içerikleri de yerel kültürel değerler üzerine inşa eden bir kanal olarak anlatıda yer alması, TRT’nin yerel kültürel bir kod olarak değerlendirmesinde etkindir.

Köy evi, şehrin dışında konumlanan, doğa içerisinde, modern şehir yaşantısına kıyasla sakinlik, basitlik ve sadelik temelli bir yaşam kurgusuyla inşa edilen, genellikle az katlı ve bahçeli yapılardır. Köy evleri, modernleşmeyle birlikte şehirlerin oluşması ve köyden kente göçlerin yaşanması sonucunda ayrı bir tamlama haline gelmiştir. Öncesinde yaygın mesken türü olan köy evleri, geline nokta az nüfuslu köylerde görülen sürekli ikametgâhlar dışında yazlık olarak kullanılmaktadır. Covid-19 pandemisi sonrasında tekrar yaygınlık kazansa da köy evlerine, genelde yaşlı ve emekli nüfusun yaşadığı köyler dışında pek rastlanmamaktadır. Köy evi, şehirleşmenin dışında doğa içerisinde konumlanmasıyla evrensel kültürel bir değer taşısa da mimarisi, sosyal karşılığı ve yaygınlığı bağlamında kültürler arasında farklılık göstermektedir. Köy evlerinin mimarisi coğrafyanın şartlarına

bağlı olarak değişiklik göstermekte, kimi kültürlerde alt sınıfla ilişkilendirilirken kimi kültürlerde üst sınıfa özgü bir yapı olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda filmde de ana mekân olmasının yanı sıra bir karakter olarak yer alan köy evi, yerel kültürel bir kod olarak okunmaya daha uygundur.

Filmde köy evi, Almanya’da bir dönem işçi olarak çalışmış Bekir’in, Türkiye’ye geri döndüğünde eşi Havva ile beraber sıfırdan inşa ettikleri yer olarak konumlanmıştır. Ankara’nın bir köyünde oldukça geniş bir araziye inşa ettikleri ev, tarlaları, bahçesinde otlatılan hayvanları ile aynı zamanda ailenin geçim kaynağı için de bir alan sunmaktadır. Köy evi, filmin başından sonuna kadar hikâyenin aktığı mekân olmasının yanında, karakterlerle beraber dönüşen adeta canlı bir mekândır. Her bir karakterin bakış açısından ayrı yorumlanan ev, hem mutlu anlara hem travmatik anlara ev sahipliği yapmıştır ve karakterler bir yerlere dağılsa da bir noktada tekrar eve dönmüşlerdir. Bu anlamda bir aidiyet mekânı da olan evin, her ne olursa olsun karakterlerin yurdu olduğu gerçeği değişmemekte; bir bellek mekânı olarak ev, ailenin köklendiği yer olarak aynı yerinde hep onları beklemektedir. Bekir’in ölmeden önce vasiyet olarak Havva’ya bir gün çocuklar satmak istese dahi evi sattırmaması yönünde beyanda bulunması, Havva için evi, bir söze, sorumluluğa ve emanete dönüştürmüştür. Bekir’in ölümünden sonra şehre taşınmalar bile ev satılmamıştır. Sonraları Kadir’in film çekmek için geri döndüğü ve set kurduğu ev, travmalarını sağaltmak için yazdığı hikâyenin ve Hafıza adlı filminin de ana mekânı olmuştur. Bir anlamda film içinde film olarak yer alan sahneler, ana filmin kurgusu içerisinde yer almakta – siyah beyaz oluşlarıyla ana kurgudan ayırt edilir – ve böylece ev ve evde geçen sahneler yönetmenin tercihiyle birer özgül koda da dönüşmektedir. Kadir’in filminin adının Hafıza olması da yönetmenin hem yerel kültürel kod hem de özgül kod olarak anlatıda yer verdiği köy evinin, bellek, geçmiş, geri çağırma kavramlarıyla olan ilişkisini somutlaştırmaktadır. Kadir’in film çekmesi vesilesiyle köy evine gelen Saliha’nın evle kurduğu ilişki de geçmişte yarım kalan aşkın ve o dönemin duygularının gün yüzüne çıkmasıyla karşılık bulur. Yıllar önce Cemil’e duyduğu hislere, evin hemen bitişiğindeki ahır eşlik etmiş; geçen zamanın ardından hayat onları başka yerlere savursa da yine aynı evde buluşmuşlardır. Eve dair en az hatıraya sahip olan Yusuf olsa da, babası Bekir’in evin bahçesindeki ani ölümünde yanında olan Yusuf için ev bir kayıpla özdeşleşmiştir. Eve dair kurduğu bağın ablası Saliha ve abisi Kadir’e göre daha olumsuz çağrışımlarla şekillenmesi, Yusuf’un, evi satmayı düşünen tek kişi olmasıyla da ilişkilendirilebilir.

Filmin geçtiği üç ayrı zaman dilimi – aile yaşamının anlatıldığı köy evindeki dönem, babanın vefatından sonra film çekimi için köy evine gelindiği dönem, ailenin evin satışına ilişkin konuları da konuşmak için bir araya geldiği dönem – karakterlerle beraber evin dönüşümünü de ortaya koymaktadır. Evin ilk dönemdeki görüntüsü daha güneşli havalarda, bahçede Bekir’in arabasının yer aldığı daha canlı bir görüntüyle aksettirilirken, sonraları ev, bulutlu ve kapalı havalarda, bahçesinde hiçbir şeyin olmadığı, cansız bir görüntüyle sunulmuştur. Evin içerisindeki aile kalabalığının ve yaşam canlılığının

olduğu ilk dönem ile sonraları yalnızca Kadir'in mutsuz bir ruh hali içerisinde yaşadığı sonraki dönem evin hali, böylece biçimsel birtakım tercihlerle de karakterize edilerek aktarılmıştır. Yönetmenin film boyunca zamanlar arası farklılıklara dair yaptığı kesmelerden biri de evin bu iki farklı görüntüsü üzerine uygulanmıştır.

Köy evi, dönemin Türk evlerinin özelliklerini taşıması – simetrik cephenin kullanılması, çift girişli olması, avlu ve sofanın yer alması gibi (Yolcular 2023) -, Türk aile örf ve adetlerinin ve geleneksel yapısının doğrudan okunabildiği bir aileye yurt olması ve aileyle birlikte biçimsel bir dönüşüm geçirmesi gibi pek çok durum göz önünde bulundurularak yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilmiştir. Yönetmenin köy evini bir anlatı dili olarak kullanmasıyla aynı zamanda bir özgül kod olduğu da belirtilmelidir.

Hemşire, bir sağlık çalışanı olarak hastaya uygulanacak tedavi planını takip eden ve hastanın tıbbi süreçlerinde gerekli noktalarda müdahalede bulunan sağlık çalışanıdır. Doktorlara tedavinin uygulanması aşamasında yardımcı olan hemşireler, bakım, şefkat ve yardımseverlik kavramlarıyla ilişkilendirilmektedirler. Genellikle beyaz sade önlük ve hemşire şapkası ile ikonik bir görüntüsü olan ve diğer sağlık çalışanlarından ayrılan hemşireler, hemen her kültürde küçük birtakım farklılıklar dışında benzer bir görünüm sergilemektedirler. Bu anlamda hem mesleki tanımları hem de görünümleri gereği hemen her kültürde karşılık bulabilen hemşire kavramı, evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Filmde hemşire, Havva'nın idealize ettiği bir meslek olarak karşılık bulur. Filmin henüz açılış sahnesinde, televizyonda hemşireleri tanıtan bir kamu spotu izleyen Havva, çocukların eğitim alması üzerine konuştukları yemek masasında, Saliha'nın hemşire olmasını istediğini dile getirir. Saliha'nın okumak istemediğini söylemesi üzerine çok sinirlenen Havva için hemşirelik, kendi olmak istediği, kendisi olamadıysa da kızının olmasını istediği kutsal bir meslek olarak konumlanmıştır. Bekir'in hastalığında hastaneye gittiklerinde, Bekir'in tansiyonunu ölçmek için odaya gelen hemşireyi dikkatlice izleyen Havva, sonraları alzheimer olduğunda da sürekli hemşireyi anlatmaya başlar. Öyle ki hemşirenin tansiyon aletindeki hava pompası ile Kadir'in setinde kamera ekibinde çalışan asistanın lens temizlerken kullandığı hava üfleyici ile arasında ilişki kurmuş ve hava üfleyiciyi almıştır. Aldığı günden sonra hiç yanından ayırmadığı hava üfleyici ile torununun tansiyonunu ölçer gibi yaptığı sahne, Havva'nın günden güne hafızasını yitirdiği alzheimer hastalığının da etkisiyle kendini hemşire sandığını izleyiciye aktarmaktadır. Filmde hemşire, Havva'nın idealize ettiği ve imrendiği bir meslek olarak düz anlamıyla yer aldığından evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilmiştir.

Ev dekoru, bir evin iç ve dış dekorasyonunu karşılamakla beraber dekor öğeleri, evin düzenini kuran kişi veya kişilerin kültürel değerlerini ve yaşam tarzını karşılayan öğeler olduğundan yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilmektedir.

Filmde ev dekoru, filmin tek mekânı olan evin karakterlerle birlikte geçirdiği dönüşümü somutlaştıran ana öğedir. Filmin dönemleri arasında değişen hikâyeye birlikte ev ve evin dekoru da şekil değiştirmiştir. Filmin aile yaşamının anlatıldığı ilk etabında, ev dekoru 1980’li yılların modasına uygun ve Türk kültürüne özgü birtakım öğelerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur. Çift katlı evin giriş katında yer alan geniş sofa, salon ve yemek odasının birleşimi şeklinde kullanılmış; şöminenin bir yanında yemek masası diğer yanında koltuk ve karşısında da tüplü televizyon konumlandırılmıştır. Sofanın diğer yarısında yer alan mutfakla yemek masası arasındaki ahşap merdivenle üst kata çıkılmakta ve üst katta da evin diğer odaları bulunmaktadır. Duvar halılarının hemen her odada görüldüğü evde, Türkiye haritasından oluşan duvar halısı dikkat çekmektedir. Kameranın İç Anadolu bölgesinden açılarak haritanın tamamını gösterdiği kadrada, duvar halısının üzerine düşen tespihler ve nazar boncuğu, Türk kültürüne özgü öğeler olarak yer almaktadır.



Görsel 30: Türkiye haritası baskılı duvar halısı, üzerinde nazar boncuğu ve tespihler ile.

Gaz lambası, dantel işlemeli koltuk örtüleri, eski tip radyo ve televizyon gibi nesnelerin yanı sıra mutfakta, emaye tencereler, siniler, dolap yerine duvar rafları kullanılmış; balkondan aşağı kurutulmak amacıyla sarkıtılan biberler dönemin köy yaşamını simgeleyen öğeler olarak tercih edilmiştir. Evin ikinci dönemini oluşturan film çekiminin gerçekleştirildiği dönemde olduğu gibi korunan ev, üçüncü dönem olan Kadir’in eve yerleştiği ve kurgu yaptığı dönemde başka bir kimlik

kazanmıştır. Kadir evin dekorunu – Bekir ve Havva’nın yatak odası hariç – tamamen değiştirmiş; evin dekorundaki değişikliğin yanı sıra ahırını çalışma odası, depoyu da misafir odası yaparak evin işlevselliğinde de değişikliklere gitmiştir. 2020’li yılların ev dekorasyon modasının izlerini taşıyan ev, yerel kültürel değerlerden uzaklaşarak İskandinav modasına uygun bir formda dekore edilmiştir. İkea tipi dekorasyon şeklinde tanımlanabilecek ev için Yusuf, “Dergi evi gibi ev yapmışsın.” tabirini kullanarak değişimi ifade etmiştir. 1980’li yıllardan 2020’li yıllara ev dekorasyonunda yaşanan dönüşüm, bir noktada kültürel değerlerden uzaklaşmayı, modernleşme ve akabinde tüketim kültürünün etkisiyle başka kültürlerle ait değerlerin etkisi altında kalmayı simgelemekte; kültürel değerlerin ve kültürel belleğin yitimini somutlaştırmaktadır.



Görsel 31: Filmin ilk zamansal düzleminde ev, 1980’li yıllar



Görsel 32: Filmin son zamansal düzleminde ev, 2020’li yıllar

Kamera, teknik olarak bir anı kaydetmeye yarayan bir araçtır. Zamanla teknolojik gelişmeler doğrultusunda işlevleri ve biçimi çeşitlense de asıl kullanım amacı değişmemiştir ve bu doğrultuda evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Filmde kamera, tıpkı Havva'nın bağlılık geliştirdiği hemşirelik mesleği gibi, Bekir'in bağlılık geliştirdiği bir öge olarak yer almıştır. Bekir, Almanya'dan gelirken getirdiği merak saldıgı kamera ile ara ara çekimler yapmakta, yeni bir özelliğe sahip kamera çıktığında da giden arkadaşlarından getirtmektedir. Kamerasını salondaki bir dolapta muhafaza eden Bekir, kameraya dokunulmasını yasaklamıştır. Kadir de babası gibi kameraya ilgi duymaktadır fakat ne zaman kameraya dokunsa babasından dayak yemektedir. Havva'nın kendisinin sahip olamadığı hemşerilik hayalini kızına yöneltmesinin aksine, Bekir, oğlunun kamerayla vakit geçirmesine izin vermemektedir. Kendisinin kameraya bağlılığının bir karşılığı olarak bozacaklarından ya da düşürüp kıracaklarından korkan Bekir, Kadir'i hortumla ıslattığı sahnede, "Merak ediyordun ya hani" diyerek kamerayla Kadir'i kayda alırken kamerasının kurcalanmasının hıncını da almaktadır. Yıllar sonra yönetmen olan Kadir, köye dönüp kendi çocukluğunun geçtiği evde kendi başından geçenleri kameraya kaydederek kendi acısını sağaltmaya çalışmaktadır. Bu anlamda filmde kamera, Bekir için bir bağlılık, merak ve ilgi unsuruyken Kadir için yasak, yasağın bir travmaya dönüşmesi ve yasak olanın ortadan kalkması döngüsünde bir araç olmaktan çıkarak bir amaca dönüşmüştür. Bir travma anını kaydederek bellekte yer etmiş bir anı somut bir çıktı olarak sunan kamera, yıllar sonra, o travmanın yeniden çevirimini kaydetmektedir. Bu bağlamda gerçek ve gerçeğin taklidi arasında da kameranın kullanım amacına bağlı olarak bir dönüşüm gerçekleşmekte; bu noktada sinema da bir dil olarak ayrı bir rol oynamaktadır. Yönetmen Berkun Oya, hem kendi kamerasından gördüğü *Cici* filmine ait görüntüler hem Bekir'in kamerasının çektiği *Cici* filmini de oluşturan görüntüler hem de Kadir'in kamerasının çektiği Bekir'in kamerasının birer yeniden çevrimi olan görüntüler arasında bir kurgu takip ederek gerçek olanı bozuma uğratmaktadır. Böylece bir araç olarak kamerayı hem anlatı dışında hem de anlatı içinde ayrı misyonlar yükleyerek konumlandırmakta ve bir tür özgül koda dönüştürmektedir.

Türkü, bir ezgi içerisinde, genellikle duygusal ya da toplumsal meseleleri anlatan halk şarkılarıdır. Duygu yoğunluğu yüksek olan bir anlatım biçimidir. Bir toplumun yaşam biçiminin ve değerlerinin taşıyıcısı olarak türkü, yerel kültürel bir ögedir. Türküler içerisinde kodlanan kavram ve hikâyeler, yalnızca o kültürün bireyleri tarafından anlaşılır.

Filmde türkü, ilk olarak TRT'de Özay Gönlüm'ün sesinden duyulur. Bu sahnede Bekir, kendini türkünün ritmine kaptırır ve ayağa kalkarak oynamaya başlar. Neşeli bir aile portresi çizilir. Hemen peşindeki sahnede, evin bahçesinde Cemil'in amcası ve Bekir sohbet ederken arkada hayvanları otlatan Cemil'in sesinden bir türkü duyulur. Cemil, Şanlıurfa yöresine ait bir türkü olan Ayağında Kundura

türküsunü söylemektedir. Bekir türkünden etkilenir ve türküyü eş zamanlı Cemil'in hem annesini hem babasını kaybettiği hayat hikâyesini dinleyen Bekir, Cemil'i kendine benzetir. Filmde duyulan diğer şarkı, Ben Acılar Kadınıyım şarkısıdır. Cemil ile Saliha arasındaki duygusal yakınlaşmadan habersiz Bekir, Cemil'e kendisini baba, çocuklarını da kardeşi bilmesi yönünde öğüt verdiğinde, Bekir'in "Saliha senin neyinmiş?" sorusuna, Cemil "Kardeşim." yanıtını verdiği an müzik girer. Duygusal bir kırılmanın yaşandığı sahne, Saliha'nın evde Ben Acılar Kadınıyım şarkısı eşliğinde yarı kederli yarı eğlenerek dans ettiği ana kesilir. Havva, sinirle müziği kapatır ve acıklı şarkıda oynadığı için Saliha'ya kızar. "Ne yaşadın da bu şarkıyı dinliyon, bir de dans ediyon, bari neşeli şarkı aç." diye azarladığında Saliha bu şarkının da neşeli olduğunu söyler. Türkülerin ve acıklı şarkıların içinde yatan derin anlamı kavramak benzer acılardan geçmeyi gerektirmektedir. Havva'nın işaret etmeye çalıştığı da budur. Tüm ailenin travmasına dönüşen ve Bekir'in ölümüne yol açan olaylar silsilesinin de başlangıcı olan Kadir ve Cemil arasındaki şakalaşmada da türkünün yeri vardır. Bahçede, Cemil yine Ayağında Kundura türküsünü söylerken Bekir daha yüksek sesle söylemesini ister. Cemil, daha yüksek tondan söylediği türküyü Saliha'ya bakarak söyleyince durumu fark eden Kadir, bahçeyi suladığı hortumla Cemil'i ıslatır. Türkü, Cemil ve Saliha arasındaki bağı kuran bir araç olarak konumlanacakken bu durumu bozan Kadir, aynı zamanda Bekir'in keyfini de bozmuş olur ve cezasını çeker. Filmin ikinci zamansal düzlemi olan, evde film setinin kurulduğu dönemde, Kadir, Cemil'i de filminde oynatır ve en temelde Cemil'le yaşadığı hortumla ıslatma ve ıslatılma meselesi üzerine filmini inşa eden Kadir, Cemil'e Ayağında Kundura türküsünü söyler. Böylece türkü, hikâyeler arasında ve geçmişle şimdi arasında bir köprü kurar ve Kadir'in travmasını sağaltmak için bir araç olur. Aynı durum, yıllar önce Saliha'nın Ben Acılar Kadınıyım şarkısını dinlerken annesi tarafından azarlanmasına şahit olan Yusuf'un, bir akşam otururken ablası için şarkı açmak isteyip Ben Acılar Kadınıyım'ı açmasıyla benzerdir. Filmin üçüncü zamansal düzleminde, Cemil ve onunla özdeşleşen Ayağında Kundura türküsü tekrar yer alır. Cemil, kendini artık alzaymırı iyice ilerlemiş olan Havva'ya tanıtmak için türküyü söyler. Türkü, belleğin tetiklenmesini sağlar ve sonrasında Havva, Cemil'i hatırlar. Tüm bunlar birleştiğinde filmin anlatısında müzikal öğeler, geçmişle şimdi arasında bir köprü görevi gören, duyguları açığa çıkaran, unutulana hatırlatan bir öğe olarak yer almaktadır. Bu doğrultuda, filmde yer alan türkü ve şarkının, bellek işlevi yüklenmiş yerel kültürel birer öğe olarak konumlandığı söylenebilir.

Sigara, içeriğinde, tütün yapraklarına sarılı şekilde nikotin ve başka birtakım toksik maddeler bulunan ve yakılarak içilen bir bağımlılık ögesidir. Sigaranın bazen biçimi bazen de yüklenen anlamı kültürden kültüre değişse de temelde sigaranın ince uzun sarma şekli ve zararlı bir bağımlılık olduğu yönündeki kabulü evrenseldir. Bu bağlamda evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Filmde sigara, ilk olarak Cemil'in amcasıyla Bekir'in bahçede oturdukları sahnede görülür. Cemil'in amcası, Bekir'e, "Yak bir Alaman ciğarası" diyerek sigara uzatır. "Alaman değil Amerikandır

o” yanıtını veren Bekir, sigaraların cinsinin ve içeriğindeki maddelerin üretildiği yere göre farklılık gösterdiğini işaret eder. Bu anlamda hem biçimsel hem de taşıdığı sosyal anlam nedeniyle sigaranın farklı kültürlerde çeşitli karşılıkları olabileceğinin altı çizilmiştir. Filmde sigaranın esas öne çıktığı yer, Saliha ve Cemil arasındaki ilişkidir. Saliha ve Cemil’in gizli bir şekilde ahırda buluştukları çocukluk dönemlerinde, Bekir’in birbirlerinin kardeşi olduklarını ifade ettiği günün akşamı, Cemil sigara yakmıştır. Kederli bir şekilde sigarasını içen ve orada sözsüz bir şekilde Saliha’yla vedalaşan Cemil, yıllar sonra Saliha köye döndüğünde ona, onu görmek için Ankara’ya gittiğini ve onu bulduğunu söyler. Saliha neden yanına gelmediğini sorduğunda Cemil, Saliha’nın lise çıkışında arkadaşlarıyla vakit geçirdiğini, mutlu görüldüğünü, yanına bir başka çocuğun geldiğini ve bir sigara yaktığını anlatır. Yanına gidip o anını bozmak yerine uzaktan ona bakarak bir sigara da kendisinin yaktığını söyleyen Cemil, o günden sonra sigarayı bıraktığını, o sigaranın, üzerine sigara içilemeyecek kadar ağır bir duygu bıraktığını ifade eder. Böylece Cemil, yıllar sonra bir kez daha Saliha’ya sigara içerek veda etmiştir. Filmde sigaranın Cemil ve Saliha’nın ilişkisindeki yeri ve vedayla ilişkilendirilmesi, sigaranın kolektif kavranışından da öte bireysel bir anlam kazanmasını karşılamaktadır. Sigara, Cemil’in bireysel belleğinin bir temsili olarak hikâyede yer almış, evrensel kültürel bir öge olan sigaranın yerel kültürel değerler taşıdığı da böylece vurgulanmıştır.

Almanya, bir orta Avrupa ülkesi olarak hemen herkes tarafından bilinse de her kültür için aynı anlamlara ve karşılıklara sahip olmadığından yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilmelidir. Gelişmiş endüstrisiyle, Avrupa Birliği’nin merkez ülkesi olmasıyla ve II. Dünya Savaşı dönemindeki Nazizmin yayılmasıyla tarihte kendine yer edinen Almanya, Türkler için karşılıklı imzalanan iş gücü anlaşmasıyla ilişkili olarak iş, emek, işçi, göç, gurbet gibi kavramlarla ilişkilendirilebilir.

Benzer şekilde filmde de Almanya, Bekir’in bir dönem işçi olarak yaşadığı, “Keyfimizden gitmedik elin memleketine” diyerek anımsadığı bir ülke olarak konumlanmıştır. Almanya’nın Türkler için iş imkânı ve karşılığında da Türklerin Almanya’nın endüstrileşmesine katkı sağladığı denklemde, göçle beraber kültürel etkileşim kaçınılmaz olmuş; giden bir kesimin Almanya’ya yerleşerek kalıcı bir göç gerçekleştirmesiyle de Almanya’da Türk diasporası oluşmuştur. Bekir, ülkesine geri dönmüş ve döndüğünde eşi Havva ile Ankara’nın köyüne yerleşmiş, geniş bir arazi üstüne büyük bir ev inşa etmişlerdir. Kardeşlerin yıllar sonra mangal başında evin satış değerine dair konuştukları sahnede, Yusuf arazinin büyüklüğünden ve köyde başka kimsenin bu denli büyük arazisinin olmadığından söz ettiğinde Saliha, “Babacığım bir göz odada yaşayınca tabii garibim, Almanyalarda” diyerek Bekir’in Almanya’daki yaşam koşullarını işaret eder. Böylece Bekir’in Almanyadaki yıllarını anlatırken mücadelenin zorluğundan söz ettiği ve o yıllara dair anılarını bir kültürel bellek aktarımı ile sonraki kuşaklara aktardığı yorumu yapılabilir. Yine Bekir’in televizyon karşısında uyuduğu bir gün pencerenin aniden kapanmasıyla yerinden sıçradığında “Türken Raus!” (Türkler Dışarı) şeklinde bağırması, işçi

olarak Almanya’da çalıştığı dönemlerden kalma bir travmasını yansıtmaktadır. Filmde Almanya, Türkler için ifade ettiği anlamlarla şekillenmiş bir yerel kültürel öge olarak yer almıştır ve aynı zamanda özelde Bekir’in bireysel belleğini genelde de Almanya’ya göçmüş Türk işçilerin kolektif belleğini yansıtan kültürel bellek anlatısıyla şekillenmiştir.

Taş, doğal bir şekilde çok uzun bir sürecin sonucunda oluşmuş bir nesnedir ve asırlar boyu üzerine yazılar yazılan, bir inşa malzemesi olarak kullanılan ve bazen sembolik anlamlar da yüklenen bir nesnedir. Bu doğrultuda taşın varoluşu ve işlevsel kullanımı göz önünde bulundurularak evrensel kültürel bir kod olduğu yorumu yapılabilir. Buna karşın farklı kültürlerde farklı anlamlar yüklendiği durumunların olabileceğinin altı çizilmelidir.

Filmde taş, tıpkı sigara gibi, Saliha ve Cemil arasındaki ilişki özelinde sembolik bir anlam taşımaktadır. Henüz çocukken geceleri ahırda buluşan Saliha ve Cemil, Cemil’in geldiğini Saliha’nın anlaması için pencere önüne taş koymak gibi kendi aralarında anlamı olan bir dil oluşturmuşlardır. Bu dil, Bekir’in onların kardeş oldukları uyarısıyla engellense de yıllar sonra Cemil ve Saliha arasındaki ilişkiye “taş koyan” bir diğer kişinin de Havva olduğu anlaşılır. Havva yıllar sonra Cemil’i gördüğünde ve Cemil türkü söyleyerek kendisini hatırlattığında, Havva Cemil’in önce üzerine yürür, sonra öpmeye çalışır ve “Taş, taş” diyerek o günleri hatırladığını ve ikili arasındaki bu dili bildiğini ifade eder. Bir başka sahnede Saliha, Havva uyurken ona, terapistinin kendisine annesini affetmesi gerektiğini söylediğini ifade eder ve ona karşı duyduğu duygusal çelişkilerden bahseder. Onu hem suçladığını hem de onu çok iyi anladığını anlatan Saliha, “Pencereden aldın göğsüme koydun o taşı anne.” diyerek, Havva’nın, Saliha’nın pencereye bakıp taş bulamadığı günlerde taşı aldığını anladığını da itiraf etmiş olur. Böylece taş, Cemil ve Saliha arasında oluşan dili, bağı, ilişkiyi temsil ederek sembolik bir anlam kazanmış olur. Filmde yer alan bellekte yer etmiş travmanın izlerini taşıyan sigara, türkü, kamera gibi taş da geçmişle yüzleşmenin ve hesaplaşmanın somutlaştığı bir öge olarak anlatıda konumlanmıştır.

İstiklal Marşı, Türkiye’nin milli marşıdır. Mehmet Akif Ersoy tarafından yazılan marş, Türkiye’nin bağımsızlık ve ulusal direniş mücadelesini anlatmaktadır. Hem metinsel olarak hem de marşa yüklenen anlamlar bağlamında Türk insanı için doğrudan bir karşılığı olan marş, yerel kültürel bir kod olarak anlatıda yer almıştır.

Filmde İstiklal Marşı, dönemin tek kanalı olan TRT’nin gece yayınının bitiminin ardından yer almasıyla ilişkilendirilmiştir. Fakat marşa yüklenen anlam, biçimsel bir tercihle şekillenmiştir. Bir önceki sahnede Saliha ve Cemil, ilk kez ahırda buluşmuşlardır. Birbirlerine uzun uzun bakan Saliha ve Cemil karşılıklı otururlar ve Cemil, yavaşça elini Saliha’nın kalbine götürür. Elini kalbine koyduğu an İstiklal Marşı başlar. Birkaç saniye bu şekilde marş bu görüntü üstüne çalarken görüntü sabit kaldıktan sonra kesme ile TRT’de göndere çekilen Türk bayrağı görüntüsü görülür. Yönetmen bu kesme

tercihiyle, İstiklal Marşı'nın coşkulu, duygulu ve yüksek bağlılık içeren müziğini ve anlamını, Saliha ve Cemil arasındaki duygu yoğunluğu ile ilişkilendirmiştir. Bu anlamda yönetmen için bir ifade aracına da dönüşerek özgül bir kod olarak da yorumlanabilecek İstiklal Marşı, Türk ulusuna ait bir mücadeleyi anlattığı ve Türk milletinde benzer duygu durumunu yarattığı için yerel kültürel kod olarak yer almıştır. Yabancı izleyiciye kıyasla yerli izleyicinin, sahnenin duygu yoğunluğunu tam karşılığıyla içselleştirmesi beklenir. Aynı zamanda İstiklal Marşı, ulusun kolektif belleğinde yer alan bir mücadelenin de çıktısı olarak Türk izleyicinin doğrudan alımlayacağı bir koddur.



Görsel 33: Saliha ve Cemil ahırda, görüntü üzerine İstiklal Marşı çalar



Görsel 34: TRT gece yayınının sonu, İstiklal Marşı eşliğinde bayrak göndere çekilir.

Araba, bir taşıma aracı olarak biçimi ve formu değişse de her kültürde karşılık bulabilecek evrensel kültürel bir koddur. Filmde yer alan Mercedes marka otomobil ise Alman üretimi bir otomobil olarak her ne kadar yerli üretim olsa da klasikleşen bir marka olarak evrensel bir kabul kazanmıştır. Bu anlamda Mercedes markası da yerel kültürel bir kodun evrensel kültürel bir koda dönüştüğü bir örnek olarak yorumlanabilir. Mercedes, sembolik olarak zenginlik, güç, prestij ve siyasette bulunan kimseler tarafından da yaygın tercih edildiği için devlet gücü ile de ilişkilendirilebilen bir markadır. Hemen her kültürde yarattığı marka imajıyla benzer karşılıkları bulmaktadır.

Filmde araba, Bekir'in Almanya'dan dönerken getirdiği bir araç olarak konumlanmıştır. Evin bahçesindeki garajda duran araba, evle beraber Bekir'in Almanya'da çalıştığı yılların somut kazancı olarak yer almıştır. Bekir'in vefatının ardından araba en küçük oğlu Yusuf'ta kalır. Yusuf'un babasına büyüyünce arabacı olmak istediğini söylediği sahne, Yusuf'un arabalara olan ilgisini daha küçükken ortaya koymuş; babasının arabasını da sonraları Yusuf kullanmıştır. Hepsinin köy evinde bulunduğu filmin zamansal olarak 2020'leri karşılayan son döneminde Yusuf, Saliha'ya sürpriz yapmak için babasının arabasıyla köye gelmek istemiştir. Araba yolda arıza yapınca köyde tamirciye bırakmış, sonra arabayı tamirciden Cemil getirmiştir. Saliha için hem araba hem de Cemil'in arabadan çıkması sürpriz olmuş; filmde araba, kazancı, emeği, yası, emaneti, geçmişi, ilişkileri temsil eden bir araç olarak yer almıştır. Bu anlamda arabanın bir nostalji ve bellek ögesine dönüştüğü ve bir ailenin sahipliğinde, zaman içinde kendi içerisinde de anlam değiştirdiği söylenebilir.

Ağaç, hemen her kültür tarafından doğada yer alan bir bitki türü kabul edilmekle birlikte, farklı coğrafyalarda iklime bağlı olarak çok çeşitli türde ağaçlar yer alabilmektedir. Yine kültürel olarak ağaca farklı sembolik anlamlar yüklenebilse de temel anlamda ağacın karşılığı her kültür için aynıdır. Bu anlamda ağacın evrensel kültürel bir kod olarak yorumlanması mümkündür.

Filmde ağaç, Bekir'in bahçeye fidan halinde diktiği ve yıllar sonra her şey değişse de bahçede kalan ve büyüyen ve bir nevi her şeye şahit olan bir öge olarak karakterize edilmiştir. Bekir'in bahçede ağacı ilk diktiği an, yönetmen bir kesme ile yıllar sonra büyümüş ağacın başucunda duran Kadir'in olduğu sahneyi bir süreliğine izleyiciye gösterir. Böylece iki zamansallık arasında ilişki kurulmuş olur. Tıpkı babasından geriye kalan arabanın Yusuf'un yaşamında, Havva'nın da Saliha'nın yaşamında yer etmesi gibi babasından geriye kalan ev ve bahçedeki ağaç da Kadir'in yaşamında yer etmiştir. Bu anlamda aileyi ve köklenmeyi temsil eden ağaç, hikâye bazında ayrı bir anlam yüklense de işlevsel olarak evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilmiştir.

Radio, bir kitle iletişim aracı olarak sesi kullanarak bir aktarım sağlayan, dinleyicilere bilgi aktarma işlevi olan araçtır. İçeriğindeki yayınlar ve programlar kültürden kültüre farklılık gösterse ve

biçimsel olarak da geçmişten bugüne teknolojik gelişmelere bağlı olarak farklı versiyonları üretilse de işlevsel olarak herkes tarafından tanınan ve bilinen evrensel kültürel bir koddur.

Filmde radyo, hem evin genel dekoru olarak hem de Saliha'nın müzik dinlediği bir araç olarak yer almıştır. Filmde yer alan radyo 1980'li yılların kasetli radyolarından biridir ve zaman geçince de nostaljik bir öge olarak Kadir'in yeniden düzenlediği evde çalışma odasında kendine yer bulmuştur. Bu anlamda anlatıda da doğrudan evrensel işlevi ile yer alan radyo, geçmiş zamanı ve dönemi işaret eden bir araç olarak konumlanmıştır.

Hortum, suyu belirli bir doğrultuda akıtmak ve yönlendirmek için kullanılan, esnek plastik boru olarak tanımlanabilir. Form olarak farklı çeşitleri olsa da işlevi gereği evrenseldir.

Filmde hortum, ailenin tüm yaşamının şekillendiği ve her birinin ayrı bir noktadan travma olarak kodladığı Kadir'in Cemil'i ve sonrasında da Bekir'in Kadir'i su ile ıslattığı olayda araç olarak yer almıştır. Kadir'in Cemil'i, Saliha'ya baktığı için uyarmak maksadıyla ve Bekir'in Kadir'i, Cemil'i ıslattığı için cezalandırmak maksadıyla kullandığı hortum, bu travma anının ana nesnesidir. Her birinin bireysel belleğinde ve ailenin kolektif belleğinde yer ederek aile özelinde kültürel bir anlam kazanmıştır.

Postacı filmi, Memduh Ün yönetmenliğinde çekilen, Kemal Sunal, Fatma Girik ve Erdal Özyağcılar'ın oyuncular arasında yer aldığı 1984 yapımı Türk filmidir. Yerli bir film olması nedeniyle yerli izleyicide doğrudan karşılık bulması daha mümkün olan ve bu bağlamda yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilecek bir ögedir.

Filmde *Postacı* filmi, dönemin tek kanalı olan TRT'de akşam kuşağında yer almasıyla görünür olmuştur. Bekir, keyifle filmi izlemekte, Kemal Sunal'ın sahnelerinde gülerek tepki vermektedir. Bekir'in boş zamanını film izleyerek değerlendirmesiyle de ilişkili olarak dönemin çekilen filmlerinde izleyiciye keyifli bir zaman dilimi yaşatmak öncelenmektedir. *Postacı* filmi, anlatıda, hikâyenin geçtiği dönemi işaret etmek amacıyla da konumlandırılmıştır.

Set ekibi, dizi, reklam, klip, belgesel, film çekimlerinde, sette yer alan teknik ve yaratıcı ekibin tamamını karşılamaktadır. Bir sektörün çalışanları olarak emek gücünü ortaya koyan set ekibi, mesleki karşılıkları, giyim tarzları, görevlerini yerine getiriş şekilleri gibi pek çok faktörle yalnızca aynı ya da yakın sektör çalışanlarının anlayabileceği bir karşılık sunmaktadır. Bu bağlamda, evrensel bir karşılıklarının olduğunu söylemek pek mümkün olmasa da sinema dilinin evrenselliğiyle ilişkili olarak set ekibi, hemen her kültürde benzer iş tanımlarına sahiptir. Yine de sektörel güvence, yapım bütçesi gibi dış faktörlerle birbirinden farklılık gösterebilecek işleyişlerin de olduğunu söylemek gerekir.



Görsel 35: Kadir ve Hafıza filmi set ekibi köy evinde.

Filmde set ekibi, Kadir'in çektiği Hafıza filminin emekçileri olarak yer alırlar. Mekân olarak hikâyenin de geçtiği evin kullanıldığı filmde, kalabalık bir grup olan set ekibi, çekim anında görevini gerçekleştirmekte, çekim aralarında evin çevresinde vakit geçirmektedirler. Reji, kamera, ışık, ses, sanat, kostüm, saç-makyaj, yapım ve set ekibinden oluşan set ekibi, sayıca da kalabalık olduklarından hikâyenin geçtiği ikinci zaman diliminde büyük bir yer kaplamaktadırlar. Yerli ya da yabancı fark etmeksizin sektörü tanımayan, kamera arkası emeğini bilmeyen izleyici için tam anlamıyla, kimin ne yaptığı, hangi görevi yerine getirdiği karşılık bulmayabilir. Yine de hemen her izleyici filmi çeken ekip oldukları konusunda hemfikir olacaktır. Bu anlamıyla yüzeysel karşılığıyla evrensel bir kavrayışa da ulaşılabilecek olan set ekibi, Türkiye'de bir Türk filmi çeken ve Türkiye'nin sektörel şartlarına uygun çalışan bir ekip olarak kavrandığında yerel kültürel bir kod olarak yorumlamak daha makul görünmektedir. Aynı zamanda yönetmenin yarattığı film içinde film tekniğinin bir parçası olarak özgül bir kod olarak da değerlendirilebilir.

Alzaymır, beynin bilişsel fonksiyonlarını bozuma uğratarak hafıza yetisinin güçsüzleşmesi ve bazı durumlarda tamamen kaybıyla sonuçlanan bir hastalığın tıbbi karşılığıdır. Alzaymır tanısı ve teşhisi, bireyden bireye farklılık göstermekle birlikte, hastalık olarak hemen her kültürde karşılık bulabilmektedir. Bu anlamda birey bazındaki farklılıklar bir kenara koyulduğunda hastalığın unutma eylemiyle ilişkisi ve kapsamı anlamında evrensel kültürel bir kod olarak yorumlanması mümkündür.

Filmde alzaymır, Havva'nın hastalığı olarak, filmin zamansal olarak ikinci etabında kendini göstermeye başlar ve 2020'li yıllara denk düşen üçüncü etabında artık hastalığın iyice ilerlediği görülür.

Havva, ilk olarak Kadir'in film çekimi için eve geri döndüklerinde, Saliha'nın kızı Naz'ın kamera arkası çektiği anlarda, aniden anlattığı hemşireye dair hikâyelerle ve isimleri karıştırıp Naz'ı Saliha sanmasıyla hastalığın belirtilerini göstermiştir. Kadir'in film çekiminde babasının onu ıslattığı sahneyi tekrar çektiğini görmesi ve üstüne Bekir'in hasta olduğu ve ona çorba yedirdiği sahnede Kadir'in Havva'yı oynatması üzerine Havva rahatsızlanır. Film çekimlerindeki aynı anı tekrardan yaşama hali, Havva'ya ağır gelmiştir. Bu ağır gelişin arka planında Havva'nın, Bekir'in Kadir'i ıslattığı gün, ona ikram ettiği ıhlamura uyku ilacı atıp ve pencereyi de açıp gitmesiyle Bekir'in ölümüne yol açtığı bilgisi vardır. Havva için film çekimleri, vicdanıyla yüzleştiği bir meseleye dönüşmüş ve bu hesaplaşmayı kaldıramamıştır. Ailenin tekrar evde bulunduğu 2020'li yıllara gelindiğinde Havva, önceki zamana nazaran iyice belleğini yitirmiş; kendi çocuklarını tanımadığı, ihtiyaçlarını çoğu zaman desteksiz yerine getiremediği hastalığın çok daha ileri seviyesindedir. Havva için hafızasını tetikleyecek birkaç unsur – hemşire figürü, Cemil'in söylediği türkü, kamera kayıtları gibi – geçmişi hatırlatsa da rutinde geçmişe dair kişileri ve olayları hatırlamakta zorlanmaktadır. Filmin bellek temelli anlatısı içerisinde, Havva'nın hastalığı tamamlayıcı bir unsur olarak yer almıştır. Kadir'in Hafıza isimli filmiyle kendi travmalarını sağaltmak ve geçmişiyle hesaplaşmak için bulduğu yol, Havva'nın travmalarını kuvvetlendiren bir yola dönüşmüştür. Bu anlamda filmde, hem bireysel belleğin fizyolojik boyutuna hem kişiler arası etkileşimle belleğin form almasına ve böylece kolektif boyuta hem de geçmişten şimdiye aktarılan tüm bu deneyimlerin Naz'da bıraktığı etkiyle kültürel belleğin aktarım boyutuna ilişkin bir söz söylenmektedir.

Hava üfleyici, kamera ekipmanlarını temizlemek için kullanılan, küçük balon şeklindeki ve sıkıldığında hava üfleyen araçtır. Özellikle lensleri herhangi bir şey değdirmeden hava yoluyla temizlemek amacıyla kullanılan hava üfleyicilerin farklı formları farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Filmdeki karşılığıyla ekipman temizliği için kullanılan hava üfleyiciler, hemen her kültürde işlevsel olarak aynı karşılığı taşımaktadır. Bu anlamda evrensel kültürel bir öge olarak değerlendirilebilir.

Filmde hava üfleyici, Havva'nın hemşire olma hayalini somutlaştıran bir öge olarak yer almaktadır. Kamera asistanını hava üfleyici ile ekipmanları temizlerken gördüğünde bakakalan Havva, hava üfleyiciyi tansiyon ölçerken hemşirenin kullandığı hava pompasına benzetmiştir. Aldığı hava üfleyiciyi hiç elinden düşürmeyen Havva, Yusuf'un küçük oğlunu bahçede yakaladığı bir gün onun tansiyonunu ölçermiş gibi yapar ve kendini hemşire olarak konumlandırır. Havva'nın erişemediği bir hayale yönelik geliştirdiği bu reaksiyonun simgesi olan hava üfleyici, geçmişi ve geçmişe bağlılığı simgelemektedir.

Covid-19, küresel ölçekte yaşanan bir pandemi olarak hemen her yerde gündelik yaşamı dönüştüren, pek çok sektörü olumsuz yönde etkileyen ve maske, sosyal mesafe, karantina sembolleri,

dezenfektan, sokağa çıkma yasağı, virüs testi ve aşı gibi yönleriyle de ortak bir imge yaratan evrensel kültürel bir koddur. Resmi olarak üç yıl süren Covid-19 pandemisi, hemen her kültürden insanın kolektif belleğinde yer eden önemli bir olaydır.

Filmde Covid-19 pandemisi, halk arasındaki kullanımıyla korona virüsü, filmin zamansal olarak üçüncü etabını karşılayan 2020’li yıllara gelindiğinde anlatıda yerini alır. Köy evinde yaşayan Kadir, şehirden gelen kardeşlerine virüsün henüz köye gelmediğini rahat olabileceklerini söyler. Yine aynı şekilde köyde yaşayan Cemil de ara sıra şehre indiğinde maskesini taksa da köyde rahat olduklarını ifade eder. Onlara kıyasla şehirden gelen Yusuf ve ailesi, virüs konusunda daha endişeli bir portre çizer. Yine pandemi nedeniyle bakım evinde kalan Havva’nın çıkarıldığını söyleyen Yusuf, dikkat etmek gerektiğini ara ara vurgular. Filmde zamansal bir karşılığı olan Covid-19 pandemisi, üzerinden zaman geçtikçe, geçmiş bir dönemi işaret eden bir ögeye dönüşmüştür.

Maske, yüzün belirli bir kısmını kapatan ve medikal amaçlarla kullanıldığında kişiyi virüslerden koruyan önleyici bir araçtır. Maske kullanımı günlük hayatta Covid-19 pandemisiyle yaygınlaşmış olsa da bazı kültürlerde, özellikle de hava kirliliğinin yüksek oranda olduğu ülkelerde, günlük yaşamda daha yaygın kullanıldığı bilinmektedir. Buna karşın işlevsel bir ortaklık bulunduğundan evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Filmde maske, Covid-19 pandemisiyle ilişkili olarak kullanılmıştır. Köy evinde olmalarından dolayı diğer karakterlerde görülme de işleri için şehre gidip gelen ve aile üyelerinin dışında konumlanan Cemil’in maske taktığı görülür. Havva, Cemil’i tanımadığında, Cemil maskeden kaynaklı olduğunu düşünse de Yusuf maskeyi çıkarttırmaz. Havva’nın Cemil’e fazlaca yakınlaşmasının ardından, Cemil maskenin ardından türküyü mırıldanır. Görsel olarak maske görüntüsü, bir filmde, mekânın hastanede geçmediği ya da doğrudan hastalık öyküsünün anlatılmadığı durumlarda pek rastlanan bir görüntü değildir. Fakat pandemi sonrası gündelik yaşamın da bir gerçeği haline dönüşen maske, filmlerde de bir yansıma olarak karşılık bulmuştur.

Kaset, 1980-2000 yılları arasında çok yaygın olarak kullanılan, sonraları gelişen teknolojiyle cd/dvd çalarların ortaya çıkması ve daha da sonraları dijitalleşmeyle görüntü ve ses kaydetmeye yönelik tüm süreçlerin dijital medyaya taşınmasıyla artık nostaljik bir öge olarak anımsanan, üzerine görüntülü ve sesli kayıt eklenebilen ve bunların izlenmesi ve dinlenmesi için kullanılan bir araçtır. Yaygın olduğu dönemde daha çok tanınsa da bir nostalji ögesi olarak şimdilerde de kasetler ve bu kasetlerin oynatılabileceği eski tip radyo ya da eski tip kameralar, antika olarak bilinmektedir.

Filmde kaset, hem radyodan müzik dinlemeye yarayan ve yalnızca sesli kayıt yapılabilen kasetler olarak hem de Bekir’in ve sonraları Kadir’in el kameralarında görüntü ve ses kaydı yaptıkları kasetler

olarak yer almıştır. Kaset, içeriğindekiyle önem ve anlam kazanan bir obje olarak, filmde de Saliha'nın kızı Naz'ın, Kadir'in filminin kamera arkası görüntülerini kaydettiği araç olarak öne çıkmaktadır. Bu kasetin anlatının yapısını oluşturan olay örgüsündeki tek eksik parçayı içermesi ve yönetmenin bunu filmin finaline dek taşıyarak son anda izleyiciyle paylaşması, kaseti filmin anlatısının kilit ögesi konumuna getirmektedir. Naz'ın çektiği kamera arkası görüntülerinde, Havva'nın, Bekir'in ihlamurunun içerisine uyku hapi attığı ve pencereyi açık bıraktığı itirafı bulunmaktadır. Kayıt altına aldığı esnada Havva'nın dediklerini anlamlandıramayan ve üstünde durmayan Naz, yıllar sonra, Kadir'in çalışma odasında tüm aile bireylerinin ortak travması olan ve Bekir'in kaydettiği Kadir'in hortumla ıslandığı videoyu izlediğinde parçaları yerine yerleştirir. Naz'ın da aile üyelerinin ortak travmasına ve Havva'nın vicdani sorgulamasına ortak olduğu ve kültürel belleğin aktarım işlevinin ön plana çıktığı bu sahnede, Naz'ın kamera arkasını kaydettiği kasetteki Havva'nın itirafını izlemesiyle ve diğer aile üyelerinin de bu ana şahit olmasıyla düğüm çözülür. Bu bağlamda kaset, içine kaydedilenlerle bellek görevi görür. Kasetin depoladığı ve kimse ona ulaşmadığı sürece sakladığı veriler, bir geri çağırma yoluyla tekrar izlenir ve bağlantılar kurulur. Bu anlamda belleği temsil eden kaset, geçmiş ve şimdi arasında köprü gören önemli bir öge olarak hikâyede yer almıştır. Yönetmenin kurgusunda yarattığı geçmişle şimdi arasındaki çarpışık ilişkide, bir özgül kod olarak da anlatının şekillenmesine destek olmuştur.

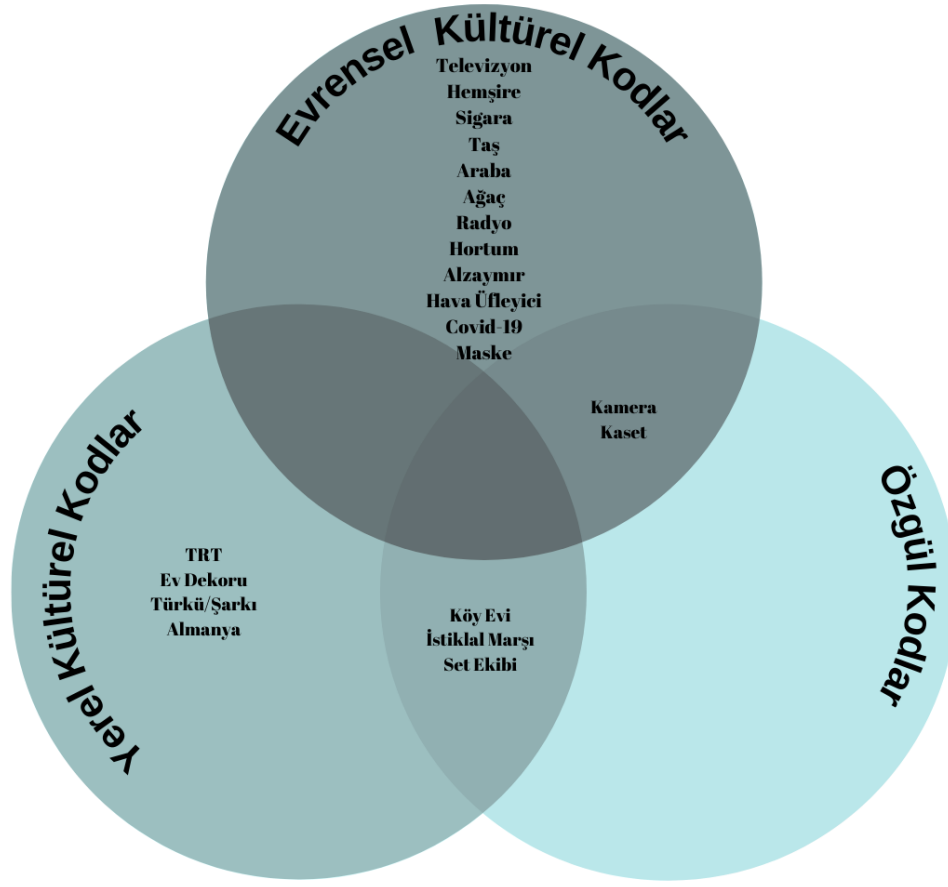
Filmde yer alan göstergelerin kültürle ve bellekle kurduğu ilişki, evrensel ve yerel ikiliği üzerinden değerlendirilmiş; birtakım kodların evrensel kültürel değerler taşıdığı ve herkes tarafından anlaşılabilmesi, bazı kodların ise yerel kültürel değerler taşıdığı ve yalnızca o kültür içerisinde yetişen insanlar tarafından anlaşılabilmesi işaret edilmiştir. Kültürel kodların yanı sıra, filmi üreten yaratıcı ekibin tercihleri doğrultusunda anlatıda yer alan özgül kodlar da ifade edilmiş; bazı kültürel kodlara özgül kod misyonu da yüklenmiştir. Filmin anlatısında temel bir unsur olan bellek anlatısı, hem bireysel hem kolektif hem de kültürel belleğe ait öne çıkan işlevleri barındırmaktadır. Bu bağlamda filmde yer alan her bir kod, bellekle de doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkilidir. Lotman'ın kültürün üç işlevi olarak değerlendirdiği mesajların aktarımını sağlayan iletişimsel işlev, yeni kodlar üreten yaratıcı işlev ve kodları kaydeden bellek işlevi, filmin anlatısında iç içe geçmiş bir şekilde kurgulanmıştır. Bu doğrultuda filmin anlatısının temellendiği aile içi ilişkilerle ve kuşaklar arası aktarımla iletişimsel işlevin, yönetmenin özgül kodları aracılığıyla yaratıcı işlevin ve anlatının üzerine kurulduğu hatırlama, unutma ve geçmişle hesaplaşma temalarıyla bellek işlevinin karşılandığı ve böylece filmle bir kültürel yansıma gerçekleştirildiği ifade edilebilir. Yönetmen, ailenin yaklaşık otuz yıllık bir dönemini ele alarak hem içerik hem de biçim öğelerinden faydalanarak kolektif ve kültürel bir dönüşümü ve aktarımı izleyicilere sunmuştur. Bu sunuş sırasında faydalanılan kodların kültürel ve özgül kod ayrımını bir şema içerisinde görmek daha bütüncül bakmayı kolaylaştıracaktır.

3.4.2.3. Kültürel ve Özgül Kodlar

Görüldüğü üzere, yukarıda listelenen göstergelerin bir kısmı evrensel kültürel, bir kısmı yerel kültürel karşılıkları olan göstergelerdir. Göstergelerin bir kısmı içeriğe ilişkin iken bir kısmı biçimsel öğeler olarak da yer almaktadırlar. Lotman'ın kültürel göstergebilim ve Metz'in sinema göstergebilimi yaklaşımı ile bütüncül bir yorumlama yapmadan önce bu ayrımı görmek önemlidir:

<i>Kesişim Kategorisi</i>	<i>Öğeler</i>
<i>Sadece Evrensel Kültürel</i>	Televizyon, Hemşire, Sigara, Taş, Araba, Ağaç, Radyo, Hortum, Alzaymır, Hava Üfleyici, Covid-19, Maske
<i>Sadece Yerel Kültürel</i>	TRT, Ev Dekorü, Türkü/Şarkı, Almanya
<i>Evrensel Kültürel + Özgül Kod</i>	Kamera, Kaset
<i>Yerel Kültürel + Özgül Kod</i>	Köy Evi, İstiklal Marşı, Set Ekibi

Tablo 6: Cici filminde yer alan kültürel öğelerin kategorizasyonu



Grafik 16: Cici filminde yer alan kültürel öğelerin kesişim grafiği

Filmde yer alan kodlar, daha önce de belirtildiği gibi, yerel ve evrensel ikiliği noktasında, kesin ve net ayrımlarla bölünmesi zor olsa da genel tabloyu görmek açısından görselleştirilmiştir. Filmi değerlendirirken, temel olarak göz önünde bulundurulacak nokta sinema dilinin en temelde evrensel bir dil olduğudur. Biçimsel tercihler bu evrensel dilin bir parçasıdır. Bir filmin üreticisi de izleyicisi de planları, sahneleri, plan sekansları, plan ölçeklerini ayırt edebilmektedir. Yönetmenin biçimsel tercihlerinin özgül bir koda dönüştüğü nokta, filmin içeriğinde yer alan birtakım kodların biçimsel birer görev de üstlendiği andır. Filmin içeriği söz konusu olduğunda, filmin kimliği önem taşımaktadır. Filmin hangi kültüre ait olduğunu söylemek, filmin üretildiği ülkeye, üreticisinin ülkesine, hedef izleyici kitlesinin kültürüne, hikâyenin geçtiği ülke kültürüne bakılarak; bunların farklı olması durumunda da hangisinin öne çıktığı değerlendirilerek mümkündür. Filmler, teknolojinin ve dijitalleşmenin getirileriyle artık yalnızca üretildiği ülke izleyicisine hitap etmediği için, kültürel kodların yer alma dinamikleri de değişiklik göstermektedir. Dijital yayın platformu olan Netflix'te yer alan *Cici* filmi, Türkiye'de Türk bir yönetmen ve ekip tarafından üretilmiş, Türk bir ailenin belirli bir dönemini anlatan bir filmidir. Platformda yer almasıyla, hedef kitle izleyicisi hem küresel pazardaki yabancı izleyici hem

de yerli pazardaki Türk izleyicidir. Filmin anlatısındaki kültürel kodların evrensel ve yerel ayrımı, bu bakış açısıyla gerçekleştirilmiştir. Filmde ağırlıklı olarak evrensel kültürel kodlar kullanılmış; bu kodlar anlatı içerisinde bellek işlevi ile yüklenerek yerel kültürel bağlama göre şekillenmiştir. Filmin yerel kültürel kodları çoğunlukla bir arka plan ögesi olarak ve anlaşılır düzlemde sunması, kullanılan kodların büyük çoğunluğunun evrensel karşılığının olması küresel pazardaki izleyicinin de gözlendiğini ifade etmektedir. Film üç zamansal düzlemde ele alındığında, yerel kültürel öğelerin ağırlıkta olduğu ilk dönem, aile yaşamının anlatıldığı dönemdir. Kolektif bir ortamda kültürel aktarım daha ön planda olmaktadır. Filmin ikinci zamansal düzlemi, film içinde filmin oluştuğu düzlemidir. Bu düzlemde yönetmenin biçimsel ve özellikle de film kurgusuna ilişkin tercihleri anlatıyı şekillendirmiştir; böylece bu düzlemi özgül kodların işlediği düzlem olarak nitelendirmek uygun görünmektedir. Filmin üçüncü zamansal düzlemi olan aile üyelerinin tekrar evde bulunduğu dönemde ise gerek evin biçimsel dönüşümü gerek aile üyelerinin karakter olarak dönüşümü, anlatıyı evrensel kültürel kodların yer aldığı bir forma sokmaktadır. Burada da yine, *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?* filminde olduğu gibi, 1980'li yıllardan 2020'li yıllara gelindiğinde, Türkiye'nin modernleşme eğilimini ve bu eğilimin bir çıktısı olarak yerel kültürel değerlerin arka planda kalması durumunu, evin ve karakterlerin dönüşümü üzerinden okumak mümkün olmaktadır. Böylece hem küresel pazardaki izleyicinin hedef kitlenin bir parçasını oluşturması hem de anlatının bir Türk ailenin portresini sunuyor olmasıyla yerelden evrensele dönüşen bir anlatı akışının takip edildiği ve evrensel kodların daha ön planda tutulduğu ifade edilebilir.

3.4.2.4. Anlatı Yapısı ve Anlatıdaki Kültürel Bellek Etkisi

Cici, anlatısı doğrudan bireysel, kolektif ve kültürel bellek üzerine inşa edilmiş bir filmidir. Filmde kültürel belleğin anlatıya olan etkisi, Hodge ve Kress'in, çalışmada da Netflix'in içerik politikalarını incelerken takip edilen, üretim kuralları, alım kuralları, metin kısıtlamaları, semiyotik kodlar ve metin dışı kodlar kategorizasyonu üzerinden yorumlanmıştır.

Üretim kuralları bağlamında bakıldığında, *Cici*, Netflix orijinal yapımı olarak üretilmiş bir filmidir. Bu doğrultuda hem küresel pazardaki yabancı izleyici için hem de yerli pazardaki Türk izleyiciler için üretilmiştir. Yönetmeni ve yazarı Berkun Oya'nın 2020 yılında yine Netflix orijinal yapımı olarak üretilen dizisi *Bir Başkadır*, Türk toplumunun çok katmanlı kültürel ve sınıfsal yapısını ortaya koyan bir içerik sunmaktadır. Bu anlamda, özellikle yabancı izleyici için bir merak ve ilgi unsuru olarak yer alan dizi, Türkiye'nin gerek coğrafi konumunun gerek tarihsel süreçlerinin bir sonucu olarak oluşan ve bu anlamda zengin bir malzeme de sunan çok kültürlü yapısını bir araç olarak kullanmıştır. Dizinin karakterleri arasında bir kültür çatışması kurgulanmıştır ve bu kültür çatışması, yerel ile evrensel kültürel kabuller arasındaki zıtlığı yansıtmaktadır (Dinar Dizdar 2021). Dizi, bu çatışma çerçevesinde

ilgi görmüş; sosyal medyada büyük yankı uyandırmıştır. Başörtüsü ile imgelenen muhafazakâr değerlere sahip karakter ile seküler bir anlayışla kurgulanmış karakter arasında gelişen yorumlar, toplumdaki pek çok ikiliğin konuşulmasına sebebiyet vermiştir (Öztürk, İlik 2021: 97). Dizinin yerli izleyicide gördüğü karşılık toplumsal ikiliklerin konuşulması yönünde olmuşken, yabancı izleyicinin de bu doğrultuda yönlendirildiği henüz dizinin adındaki çeviri tercihinin bakılarak söylenebilir. Dizi, yurtdışında *Ethos* adıyla yer almıştır. Ahlaki fitrat, inanç ve değer sistemi, dünya görüşü gibi anlamlara gelen ethos kavramını dizinin adında kullanarak, izleyiciler sorgulayacakları kavramsal çerçeveye yönlendirilmiştir. Hali hazırda anlatıdaki ikiliklere aşına olan yerli izleyici için bu yol tercih edilmemiş, *Bir Başkadır* ismi tercih edilerek Beraat Gökkuş’a göre Bir Başkadır Benim Memleketim parçası refere edilmiştir (Gökkuş 2020). Dizinin hem yerli hem küresel pazarda karşılık bulmasının ardından, Netflix’in aynı isimlerle çalışma stratejisinin de bir karşılığı olarak, Berkun Oya tarafından yazıp yönetilen *Cici* filmi içerik kütüphanesine eklenmiştir. *Cici*, hem yerli hem küresel pazarda aynı isimle karşılık bulmuştur. “Cici, cici” ifadesinin – ki filmin finalinde Havva’nın taşıdığı vicdani yükün açığa çıkmasıyla kendisine gösterdiği şefkatin bir ifadesi olarak yer almıştır – İngilizcede doğrudan bir karşılığı yoktur. Bu doğrultuda yabancı izleyicide bir merak uyandırmak adına da film, küresel pazarda orijinal adıyla yer almış olabilir. *Cici* filminde de *Bir Başkadır* dizisinde olduğu gibi, bireyin kimliğini oluşturan travmalar ön plandadır. Suskunlukların ve bastırılanların geri dönüşüyle şekillenen anlatıları bu anlamda ortaklık göstermekle beraber her iki yapımda da kültür bir çatışma ögesi olarak yer almıştır. Bu durum hem her iki içeriğin aynı yaratıcı zihinden doğmasıyla hem de Berkun Oya’nın Netflix’in yerli ve yabancı izleyicilerine yönelik içerik üretiminde karşılık bulan temaları *Cici* filminin üretiminde tekrarlamasıyla ilişkilendirilebilir.

Alım kuralları doğrultusunda filme bakıldığında ise film yerli izleyici tarafından doğrudan alımlanabilecek birtakım yerel kültürel kodları barındırmaktadır. Buna karşın evrensel kültürel kodların ağırlıkla kullanıldığı hikâyede, yabancı izleyicinin alımlamakta zorlanacağı ve hikâyenin bütününde kopukluk yaşaması muhtemel olan herhangi bir öge kullanılmamıştır. Filmin anlatısı, yerli izleyicinin aşına olduğu temalar üzerine şekillenirken yabancı izleyicinin merak unsuruna ve Türkiye algısına temas edecek şekilde kurgulanmıştır.

Filmin anlatı yapısı, klasik anlatı yapısını bozuma uğratan bir yapı üzerine kurulmuştur. Zaman imge sinemasına daha yakın bir anlatı yapısı sunan film, filmin bütününi oluşturan üç ayrı zaman dilimindeki olayları iç içe geçirerek ve zamansal kaymalar kullanarak izleyiciye adeta birtakım sürpriz bozan ipuçları (spoiler) vermektedir. Filmin bütünü izlendiğinde verilen ipuçlarını ilerleyen sahnelerde bulup parçaları birleştirebilen izleyici için alışılmışın dışında bir seyir deneyimi sunulmaktadır. Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinin geneline bakıldığında birçoğunun klasik anlatı yapısını kullanarak daha

kolay takip edilebilir bir çerçeveye yaslandıklarını söylemek mümkünken *Cici* bu noktada ayrıksı bir konumda durmaktadır.

Filmin temel çatışması, bir travma üzerine şekillendirilmiştir. Travmaya aile üyelerinin her birinin verdiği tepkiler ayrı çatışma öğeleri oluşturmuştur. Bu anlamda karakterlerin her birinin bir diğeriyle arasında kurduğu ilişki de bu çatışmalar çerçevesinde kurgulanmıştır. Havva'nın Bekir'in ölümüne yol açmasıyla yaşadığı vicdani çatışmanın, Kadir'in kendisini yaptığı bir hata sonucu ciddi bir travmaya yol açacak şekilde cezalandırdığı için affedemediği babasıyla çatışmasının, Saliha'nın babasının ölümüne sebep olan olaylar zinciri arasında yaşayamadığı ve sonrasında hiç kavuşamadığı Cemil'le ilişkisine dair suçladığı annesiyle çatışmasının ve Yusuf'un çocukluğunu yaşayamadığıyla suçladığı hemen hemen tüm aile üyeleriyle yaşadığı çatışmanın ortaklaştığı nokta, Bekir'in, sonrasında kendisinin de ölümüne yol açacak olan, Kadir'i cezalandırma kararıdır. Bir olayın yol açtığı ve kolektif bir grup içerisinde karşılıklı çatışmaların olduğu anlatıda, söz konusu çatışma, filmin tek mekânı sayılabilecek köy evi çevresinde kurgulanmıştır. Köy evinin zaman içerisinde yerel kültürel kodlarla bezeli dekorundan uzaklaşarak daha evrensel kabul edilebilecek kültürel kodlarla bezenmesi, geçen zamanı, çözülen çatışmaları ve dönüşen karakterleri sembolize etmektedir.

Filmin öne çıkan sembollerine ve semiyotik kodlarına bakıldığında; köy evi, kamera, set ekibi ve birer bellek ögesi olarak da sembolize olan hava üfleyici, ağaç, taş ve kaset sayılabilir. Bu öğelerden köy evi, anlatının dönüşümünü somutlaştıran bir öğe olarak; kamera, bir bellek temsili ve çatışmanın inşa edildiği araç olarak; set ekibi, film içinde filmin kurgulanmasının bir aracı olarak ve kaset, düğüm noktasını çözüme kavuşturan bir araç olarak aynı zamanda özgül birer kod şeklinde de anlatıda yer almıştır.

Metin dışı kodlara bakıldığında, filmin resmi fragmanında, film içinde film olgusunun, zamanlar arasındaki mekân ve karakter geçişlerinin ve özellikle yerel kültürel kodların yer aldığı ifade edilebilir. Anlatının içeriğine dair hiçbir ipucu barındırmayan fragmanın, yerel kültürel kodların yaratacağı merak ve ilgi unsuruna, zamansal geçişlerle yaratılan karışıklığın filmin izlenerek çözüme kavuşturulması arzusuna hitap edecek şekilde kurgulandığı söylenebilir.

Filmin afişinde, filmin adının da karşılık bulduğu, Havva'nın kendi yüzünü severek "Cici, cici" dediği sahneden bir görüntü yer almaktadır. Henüz filmi izleyen yerli veya yabancı izleyici için hiçbir karşılık sunmayan afiş, fragmanla birlikte değerlendirildiğinde, filmin uzun bir zaman dilimini izleyiciye aksettireceği ortak görüşü oluşması mümkündür.



Görsel 36: Cici film afişi (Cici 2022)

Özetle film, bellek temelli anlatısıyla ve hem karakterler hem de mekân özelinde aktardığı kültürel dönüşüm olgusuyla öne çıkmaktadır. Film, karakterlerin yaşadıkları çatışmaları bir travma ekseninde konumlandırmış; bu çatışmaları filmin mekânı da olan evi merkeze alarak yıllar boyu takip etmiştir. Ailenin 1980-2020 yılları arasındaki dönüşümünü aktaran film, biçimsel olarak bölümlediği zamansal düzlemleriyle, ilk önce 1980’li yıllarda Almanya’dan göç etmiş Türk bir ailenin inşa ettiği köy evini ve o evdeki çekirdek aile yaşantısını aktarmaktadır. Sonra aynı evde gerçekleşen ve o evdeki çekirdek ailenin yaşadıklarının yeniden çekildiği bir film setini yansıtmaktadır. 2020’li yıllarda ise evin satışının konuşulduğu bir dönemde, evin modern bir şekilde dekore edildiği ve özünden uzaklaştığı dönemini sunmaktadır. Bu anlamda evin de bir karakter olarak anlatıda yer aldığı film, geçmiş ve şimdi arasında kurduğu köprüyü ve çatışmayı ev üzerinden somutlaştırmıştır. Film, belleğe dair fizyolojik, sosyolojik ve kültürel üç bakış açısına da yer vermiş; belleği, travmayı, nostaljiyi, kültürü semboller aracılığıyla filmin görselliğine işlemiştir. Hem küresel pazardaki hem de yerel pazardaki izleyiciyi göz önünde bulundurarak ağırlıklı olarak evrensel kültürel kodların kullanımına yer veren film, dönemler arasında yarattığı evin ve karakterlerin dönüşümleriyle, ilk zamansal düzlemde son zamansal düzleme giderek evrensel bir kod diline daha da yaklaşmıştır. Filmin anlatısında, evrensel kültürel kodlara ağırlık verilerek yerel kültürel kodlar arka planda bırakılsa da majör bir bozumdan veya kısıtlamadan söz etmek pek mümkün değildir. Anlatının Türk bir ailenin yaşantısına geçmiş ve şimdi pencerelerinden ayrı ayrı bakan biçimsel dili, yenilikçi bir dil olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca bu dil, hikâyede sürekli geçmişi ve ilk zamansal düzlemi çağırdığından, ilk düzlemde daha sık yer alan yerel kültürel kodların tamamıyla yok edilmesini engellemiştir. Yine de anlatıda evrensel kültürel kodların yerleştiği dönüşüm sürecinin, doğal bir süreç olarak inşa edilmesi, yerellikten uzaklaşma gerekliliği yönünde yanlış bir algılayışın doğmasına sebebiyet vermesi mümkündür.

3.4.3. Âşıklar Bayramı

Âşıklar Bayramı, Özcan Alper yönetmenliğinde çekilen, yirmi beş yıllık ayrılığın ardından bir araya gelen baba oğulun geçmişle hesaplaşmasını aktaran Netflix orijinal yapımı Türk filmidir. Halk ozanı Heves Ali'nin ölümcül bir hastalığa yakalandığını öğrenmesi üzerine dostlarıyla vedalaşmak için çıktığı yolculukta oğlu Yusuf'a da uğraması ve babasının hastalığını öğrenen Yusuf'un ona yolculuğunda eşlik etmesiyle bir yol filmi olarak biçimlenen Âşıklar Bayramı, geçmişle yüzleşme ve hesaplaşma temaları üzerine kurgulanan anlatısıyla öne çıkmaktadır. Başrollerinde Kıvanç Tatlıtuğ ve Settar Tanrıöğen'in yer aldığı film, Kemal Varol'un aynı isimli romanından uyarlanmıştır. Kırşehir'den Kars'a baba ile oğlun yolculuğunu aktaran filmde yol, Heves Ali için bir helalleşme, Yusuf için ise bir hesaplaşma alanı sunmaktadır. Orta Anadolu'dan Doğu Anadolu'ya, yolculuk boyunca durakladıkları her bir noktada Türk kültürüne ve geleneklerine dair bir aktarım oluşturan film, âşıklık geleneği ve Alevi kültürü özelinde kültürel bellek üzerine temellenen bir anlatı kurmaktadır.

3.4.2.1. Filmin Anlatısı İçinde Yer Alan Temel Görsel ve İşitsel Öğelerin Tablosu

Âşıklar Bayramı, 120 sahneden oluşmaktadır. Bir yol filmi olarak hikâyenin aktarımında sık sık manzaralarla mola anları yaratılmakta, uzun süren yolculuktaki zaman akışı bu ara görüntülerle aktarılmaktadır. Türkiye'nin Orta Anadolu ve Doğu Anadolu hattındaki coğrafyasına dair de bir fikir veren ara görüntülerde, kimi zaman alabildiğine uzanan bozkır görüntüsü, kimi zaman fabrikalar, kimi zaman koyunlarıyla bir çoban, kimi zaman da antik kalıntılar yer almaktadır. Filmde öne çıkan bir diğer biçimsel tercih, doğanın bir karakter olarak filmin içine yerleşmesidir. Yine ara görüntülerde, bir hesaplaşmanın ağırlığını yüklenen izleyiciye nefes aldırان doğal yaşama ait sahneler bulunmaktadır. Koyun sürüleri, kaz sürüleri, göçmen kuşlar, atlar, yol boyu akan nehir ve bazen de yağmur, gök gürültüsü gibi görüntüler ve anlar, filmin dilini de oluşturmaktadır. Tüm bu sahnelerde, filmin bir diğer karakteri olarak sayılabilecek öğe olan müzik mutlaka duyulur. Bağlama tınlarının görüntülere eşlik etmesi, filmin temellendiği âşıklık geleneği anlatısının duygusunu da böylece hiç bölmeden sürdürmeyi başarmaktadır.



Görsel 37: Ara görüntülerde doğal manzaralar sıklıkla görülür.



Görsel 38: Antik kalıntılar, köy mimarileri ile Türkiye'nin zengin tarihi yansıtılır.



Görsel 39: Kaz, koyun, kuş sürüleri ile doğal yaşamdan görüntüler sunulur.

Filmin anlatısındaki aşıklık geleneği ve Alevi kültürü, kültürel belleğe dair çok sayıda öge içerdiğinden filmin dili büyük oranda sembolik bir anlatım oluşturmaktadır. Bu doğrultuda filmde öne çıkan gösteren ve gösterilenler Tablo 5’te listelenmiştir. Tabloda yer alan gösteren ve gösterilenlerin biçimsel ve içeriksel karşılıkları, bölümün sonraki alt başlıklarında detaylandırılacaktır. Tabloda yer verilen gösteren ve gösterilenler, filmin anlatısını destekleyen unsurlardır ve bu unsurlar, Juri Lotman’ın kültürel göstergebilim yaklaşımı doğrultusunda kültürel kodlar göz önünde bulundurularak ve Christian Metz’in sinema göstergebilimi yaklaşımı doğrultusunda sözünü ettiği görsel ve işitsel ögeler ön planda tutularak kategorize edilmiştir.

Sahne	Gösterge	Gösteren	Gösterilen
1-3-71-98-104-119	Nesne	Fotoğraf	Hatıra, anı, bellek, geçmiş, hasret, saygı, hürmet
1-3-39-104-119	Kıyafet	Kasket	Baba, otorite, köylü ve işçi sınıfı
2-101	Kıyafet	Cüppe	Meslek, avukat, adalet
2-63-65-67-87-89-94-95	Nesne	Ev dekoru (dekorasyon ögeleri)	Modernlik, doğallık, kültür, sınıf, aile
2-32-63-67-91-93-107-115	Ses	Müzik (Şarkı, Türkü)	Duygu, keder, pişmanlık, bağ, iletişim, ifade
3-85-98	Nesne	Bavul	Yük, taşınma, eşya, aidiyet
3-20-32-39-63-67-89-91-93-100-104-107-115-117-118	Nesne	Bağlama	Dil, müzik, baba, aidiyet, meslek, Alevi kültürü, ifade
4	Nesne	Bilet	Yol, yolculuk
4	Nesne	Rapor	Sağlık, hastalık, sonuç
6-7-8-9-11-12-15-17-19-21-30-33-36-43-44-69-82-86-98-119	Araç	Araba	Yol, mesafe, hesaplaşma, taşıma, ulaşım, mekân
25-109-115	Ritüel	Âşıklar Bayramı	Müzik, yarenlik, gelenek, ritüel, bağlama, aşıklık/abdallık, kolektif
37	Ritüel	Ezan	Müslümanlık, dua, ibadet çağrısı
38-40	Mekân	Hamam	Temizlik, arınma, ritüel
1-47-95	Nesne	Fotoğraf Makinesi	Çekim, saklama, hatıra, kaydetme
36-64	Medya	Instagram	İletişim, yeni medya, ilişki, sosyallik, paylaşım
63-89-91	Nesne	Sedir, yer	Oturma, toplaşma, birlik, kolektif, paylaşım
76	İz	Doğum lekesi	İşaret, hatıra, kimlik, benlik
89	Resim	Hz. Ali resmi	Peygamber, inanç, din, mezhep, Alevilik, adalet, direniş, kılıç
89	Yiyecek	Zerefet, Kömbe	Mutfak, yerel, gıda, Anadolu mutfacı, kültür

91	Söz	Gülbeng	İnanç, çağrı, dürüstlük, barış, eşitlik, rıza alma, helalleşme
91	Ritüel	Semah	Alevilik, ibadet, inanç, birlik, kolektif, cem, ritüel, kültür
95	İz	Dövme	İşaret, kimlik, kültür
98	Meslek	Asker, polis	Güvenlik, kontrol, asayiş
98	Nesne	Kefen	Ölüm, cenaze
110-115-117	Araç	Ambulans	Hastalık, acil durum
119	Nesne	Kaset	Müzik, dinleme, şarkı
100	Kişi	Âşık Veysel	Âşıklık geleneği, ozan, müzik, bağlama, türkü
100	Kişi	Neşet Ertaş	Abdallık geleneği, ozan, müzik, bağlama, türkü
91-100	Gelenek	Âşıklık & Abdallık	Kültür, aktarım, müzik, tasavvuf, bağlama, Anadolu

Tablo 7: *Âşıklar Bayramı* filminin anlatısında yer alan görsel ve işitsel öğeler

Filmin sahnelerinde ön plana çıkan ve tabloda gösteren ve gösterilenlerine ayrılan her bir görsel ve işitsel ögenin, kültürel ve özgül kod ayırımına geçmeden önce kültür ve bellek kavramlarıyla kurduğu ilişkiyi yorumlamak, anlatıyı evrensel kültürel değerlere mi yoksa yerel kültürel değerlere mi yaklaştırdığını tartışmak açısından önem taşımaktadır.

3.4.2.2. Filmde Yer Alan Göstergelerin Kültür ve Bellek Kavramlarıyla İlişkisi Bakımından Yorumlanışı

Tabloda yer alan göstergelerin her biri kültürle doğrudan ilişkilidir. Göstergelerin kültürle olan bağlantısını evrensel ve yerel ikiliği üzerinden açığa çıkarmak, Netflix orijinal yapımı Türk filmi olarak üretilen *Âşıklar Bayramı* filminin anlatısındaki evrensel ve yerel kültürel kod okumalarını yapabilmeyi ve Netflix'in kültürel bellek politikaları içerisinde, filmin, nasıl ve nerede konumlandığını yorumlayabilmeyi de sağlayacaktır. Filmde yer alan göstergelerin kültür ve bellek kavramlarıyla ilişkisi aşağıda yorumlanmıştır:

Fotoğraf, bellek ile doğrudan ilişkili olan bir öge olarak anı kaydetme amacıyla gerçekleştirilen bir eylemin sonucunda elde edilen çıktıdır. Bir hatıra olarak muhafaza edilen fotoğraf, geçmişte yaşanmış bir anı ölümsüz kılmaktadır. Basılı bir çıktı olarak da elde edilebilen fotoğraflar artık çoğunlukla dijital bir şekilde elde edilmekte ve saklanmaktadır. Fotoğraf bu anlamda hem işlevi hem muhafaza seçenekleri hem de anlamsal karşılığı ile evrensel kültürel bir kod olsa da fotoğrafın içeriğindeki an, olay ya da kişi/kişiler yerel kültürel öğeler barındırabilir.

Filmde fotoğraf, yirmi beş yıldır birbirlerini görmeyen Heves Ali ve oğlu Yusuf arasındaki yegâne somut bağ olarak yer almaktadır. Filmin açılış sahnesinde, Heves Ali'nin ve Yusuf'un, Yusuf

henüz çocukken birlikte bir fotoğrafçıda çektiydikleri fotoğraf, sonraları Heves Ali'nin kasketinin iç yüzüne yapıştırdığı ve hiç yanından ayırmadığı bir ögeye dönüşecektir. Kasketin içindeki fotoğrafı sonradan gören Yusuf için bu özel an, babasıyla kurduğu hesaplaşma ilişkisinde onun da kafasını karıştıran duygu yüklü bir yerde durmaktadır. Yusuf'un evinde ise siyah beyaz, annesiyle çekilmiş bir fotoğraf duvarda asılıdır. Heves Ali, geçmişiyile helalleştiği yolculuğunda, önce Yusuf'un annesinin mezarına akabinde Yusuf'a uğradığında, Yusuf'un evinde duvarda asılı duran fotoğrafa bakakalır. Yusuf için annesi ve babası ayrıldıktan ve babası ortadan kaybolduktan sonra duvara asılı kalacak ve her gördüğünde hatırlamak isteyeceği kişi konumunda annesi yer almaktadır. Fotoğrafın sürekli hatırlatan ve içeriğindeki anı canlı tutma özelliği bu sahneyle ortaya koyulmuşken bazen de saygı duyulan kişilerin fotoğraflarının asıldığı ve bir tür hürmet göstergesi olarak fotoğrafın kullanıldığı durumlar da vardır. Filmde bu durum, yolculuk esnasında durdukları ve âşıkların oturduğu kahvehanenin duvarlarında Âşık Veysel, Neşet Ertaş gibi saygı duyulan ozanların fotoğraflarının yer almasıyla ilişkili olarak kurulmuştur.

Âşık Veysel, Türk halk müziği ve âşıklık geleneği içerisinde ilk akla gelecek önemli bir halk ozanıdır. İnsanlık, doğa, ölüm, bilgelik gibi evrensel temalar çerçevesinde eser veren ve bu kavramlarla özdeşleşen Âşık Veysel, Türk sözlü kültürünün bir geleneği olarak gelişen âşıklık kültürünün önemli bir temsilcisidir.

Âşıklık geleneği, şiir, hikâye gibi sözlü kültür anlatılarının müzik ile icra edildiği, Türk kültürü içerisinde Sünni ve Alevi mezheplerinde ayrı formlarda gelişse de Alevi kültürü ile daha sık ilişkilendirilen gelenektir. Her şeyden öte sözlü kültürel aktarım ile şekillenen gelenek, en temel kültürel bellek ögesidir. Türk sözlü kültüründe yer alan kamlık mertebesine dayanan âşıklık, sözlü kültürün egemen olduğu dönemlerde gezgin birer kimliğe de sahip olan ve kültürel belleğin aktarım görevini üstlenen ozanları karşılamaktadır. Alevilik içerisinde gelişmesinin ve Alevilik mezhebiyle ilişkilendirilmesinin temel sebeplerinden biri, mezhep olarak Aleviliğin müziği dini ritüellerin de merkezine koyması ile ilişkilidir. Âşıklar, bağlama ile icra ettikleri müziği sözlü kültürün aktarımı için bir araç olarak kullandıklarından hem gelenek olarak âşıklık hem bağlama hem de müzik kültürel kodların taşıyıcısı misyonunu üstlenmektedir (Özdemir 2020). Âşıklık geleneği ve kimliği ile abdallık geleneği ve kimliği yer yer birbirinin yerine de kullanılabilecek kadar küçük birtakım farklılıklar barındırmaktadır.

Abdallık geleneği, halk kültürü temelli bir yaklaşımı olan âşıklık geleneğine göre daha tasavvufi kalmakta, âşıklık geleneğinin yaşam, ölüm, doğa temalarını inanç ve tasavvufla birleştirmektedir. Meclislerde ve meydanlarda gerçekleştirilen âşıklık geleneklerinin yanı sıra abdallık dini törenlerde ve ibadetlerde, cem ve dergâhlarda sergilenen bir gelenektir. Âşıklar, sözlü şiirlerini

bağlama eşliğinde icra eden ve halk hikâyeleri anlatmak misyonu ile yetişen halk şairleri ve ozanlar olarak karakterize edilirken abdallar, Türk tasavvufi mertebeleri içerisinde yer alan en üst mertebe olarak da yer aldığından inanç önderleri olarak kodlanırlar (Tekin Arıcı, Güray 2019). Yine de bu iki kullanım, âşık ve abdal kimselerin kimliğindeki geçişkenlikler de göz önünde bulundurulduğunda birbiri yerine de geçerli olabilmektedir. Filmde Yusuf'un ikamet ettiği ve yola çıkmadan önceki filmin konumu olarak yer alan Kırşehir, abdal topluluklarının ağırlıklı olarak yer aldığı lokasyonlardan biridir.

Kırşehir abdallarından biri olan ve kahvehanede fotoğrafı yer alan bir diğer ozan olan **Neşet Ertaş**, UNESCO tarafından abdallık geleneğinin temsilcisi olarak görülmüş ve “Yaşayan İnsan Hazinesi” unvanı verilmiştir. Bozkırın Tezenesi, Son Abdal, Bağlama Virtüözü, Son Şaman gibi ön sıfatlarla hatırlanan Neşet Ertaş (Bekki 2012), babası Muharrem Ertaş ile kurdukları, abdallık geleneğiyle de karakterize olan, usta-çırak ilişkisi ile kültürel belleğin önemli taşıyıcılarından (Keskin 2015). Bu anlamda filmde yer alan fotoğraflar aynı zamanda bir saygının ve hürmetin de sembolü olarak âşıklık ve abdallık geleneğinin temsilcilerini onurlandırmaktadır.

Fotoğrafın filmde öne çıktığı bir diğer nokta, Yusuf'un hastalığı iyice ilerlemiş ve ölümü bekleyen babasıyla fotoğraf çekirmek istediği sahnedir. Bu sahnede, ikilinin geçmiş yıllardaki fotoğrafçıda çektikleri ve basılı olarak teslim alıp sakladıkları fotoğrafın aksine, Yusuf telefonuyla özçekim (selfie) gerçekleştirmekte ve fotoğrafı dijital olarak muhafaza etmektedir. Böylece fotoğraf bir zaman geçişini ve iki zaman arasındaki teknolojik farklılıkları da simgelemiş olmaktadır.

Fotoğraf evrensel kültürel bir kod olarak konumlanırsa da içeriği bağlamında yerel kültürel kodları barındırabildiği görülmüştür. Yine de fotoğrafı kendi başına evrensel kültürel bir kod, içeriğinde yer alan Âşık Veysel, Neşet Ertaş gibi halk ozanlarını ve ait oldukları âşıklık ve abdallık geleneğini yerel kültürel birer kod olarak ayrıca değerlendirmek daha uygun görülmüştür.

Kasket, kafayı örtmeye ya da korumaya yarayan bir tür şapka biçimi olsa da şapka kadar evrenselleşmiş ve yerel karşılıklarından sıyrılmış bir kod değildir. Farklı kültürlerde kullanılmasıyla evrensel bir kod olarak değerlendirmeye yakın olsa da kültürel anlamsal karşılıkları daha ağır basmakta ve kasketi şekillendirmektedir. Türk kültüründe kasket halktan biri olmak ile ilişkilendirilirken genellikle köylü ve işçi sınıfı tarafından kullanılmaktadır. Anadolu taşra kimliği ile özdeşleşen kasket, benzer şekilde küresel düzeyde de emekçi kesim ile ilişkilidir. İşlevselliğiyle evrensel, bağlamı gereği yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilmesi olası görülmektedir.

Filmde kasket, Heves Ali ile ilişkilendirilmekle beraber aslında Anadolu kimliğiyle ve âşıklık geleneğiyle de ilişkilendirilmiştir. Takım elbise, yelek, gömlek, kasket ile yaptığı işe, kimliğine ve halka olan saygısını somutlaştıran bir ozan olarak Heves Ali, hiç yanından ayırmadığı kasketinin iç yüzüne

oğlu Yusuf’la onun çocukluğunda çektiği fotoğrafı yapıştırmıştır. Bu anlamda kasket, bir hatıra taşıyıcısı olarak da konumlanmıştır. Heves Ali’nin hiç unutmak istemediği o anı, başının üstüne yerleştirmesi, bir Türk deyimini de olan “Başımın üstünde yerin var” deyimini somutlaştırmakta ve Yusuf’un ve Yusuf’la geçirdiği o anın Heves Ali için olan kıymetini göstermektedir.



Görsel 40: Kasket, Anadolu kimliği ve âşık geleneği ile ilişkilendirilmiştir.

Cüppe, farklı toplumlarda biçimsel olarak farklılık gösterebilen, genellikle otoriteyi, statüyü, törenselliği çağrıştıran ve dini törenlerde, akademik alanda, siyasal temsillerde ve mesleki olarak adliyelerde kullanımı yaygın olan bir tür giysidir. Cüppenin kavramsal ve biçimsel çeşitliliği olsa da bir karakterin üzerinde görülen cüppenin, karakterin mesleğinin gerekliliği olduğu bilgisi doğrudan anlaşılacak bir sembolizmdir. Bu nedenle cüppe hem evrensel hem de yerel kültürel bir kod olarak okunabilir.

Filmde cüppe, avukat olan Yusuf’un elinde görülür. Adliyede görevi esnasında giydiği ve Türk toplumunda yakasında kırmızı yeşil bordürü olan siyah uzun bir şekilde biçim kazanan cüppe, Yusuf’un mesleğini simgelemek için yer almaktadır.

Ev dekoru, bir mekânın iç ve dış görünümünün tamamını kapsayan bu kavram, mekânda yaşayan kişi ve kişilerin kültürünü ve alışkanlıklarını temsil etmektedir. Bu anlamda yerel kültürel bir öge olan ev dekoru, filmde de farklı kültürden kişilerin evlerinin görülmesiyle kültürlerarası anlamda ne denli farklılık gösterebileceğini somutlaştırmaktadır.

Filmde ilk olarak görülen Yusuf’un evi, İkea tipi modern dekorasyon öğeleriyle bezenmiştir. Eşyaların konumlandırılmasından, renk ve biçimlendirmeye dek çalışılmış bir iç mimari dekorasyonu nizamında duran ev, Heves Ali’nin yol boyu uğradığı arkadaşlarının evleriyle tezatlık göstermektedir. Heves Ali’nin Elazığ’da durakladıklarında ziyaret ettiği arkadaşının konakladığı ev, sedirli, gaz lambalı, dokulu duvar kâğıdı ile çerçevelenmiş duvarları ile doğrudan kültürel bir alışkanlığın aktarımını

sağlamaktadır. Yusuf'un Elazığ'da konakladığı hemşirenin evi ise Yusuf'un evine daha yakın bir dekorasyona sahip bir ev olarak nitelenebilir. Bu anlamda genç neslin dekorasyon anlamında kültürel değerleri dışarıda bırakarak daha evrensel değerlerin modasını takip ettikleri bir iç dekorasyonu tercih ettikleri yorumu yapılabilir. Yolculuğun devamında konakladıkları diğer evlerde de, taştan köy evinin dış cephesinde asılı masa örtüleri ve çarşaflar, içeride duvar halıları, Hz. Ali tablosu, duvarda asılı bağlama, yer sofrası, lavabonun dış kısımda bahçede yer alması gibi kültürel pek çok değer ve alışkanlığın görülmesi kentten köylere doğru gidildikçe kültürel değerlerin daha görünür olduğunu somutlaştırmaktadır. Bu anlamda ev dekorasyonunun yerel kültürel bir kod olduğunu ve dönüşen bir çeşitliliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür.



Görsel 41: Ev dekorasyonu, kültürel değerleri ve alışkanlıkları yansıtmaktadır.

Müzik (şarkı/türkü), genellikle duygu yüklü, ritimli anlatılar olarak, toplumsal değerlerin taşıyıcısıdır. Müziğin bu misyonu evrensel olarak değişmese de içerisindeki kodlar o topluma ait olacağından müzik, hem evrensel hem yerel kültürel bir öge olarak değerlendirilmelidirler.

Filmde yer alan şarkılar ve türkülere ait ezgiler, filmin özellikle yol sahnelerinde anlatıyı takip eden birer eşlikçi olarak konumlandıklarından en temelde müziğin bir özgül kod olarak da yer aldığını söylemek mümkündür. Filmde yer alan Muhlis Akarsu'ya ait Gül Yüzlü Sevdiğim, Sadık Doğanay'a ait Yandı Ha Yandı, Sabri Yokuş'a ait Dert Oğlu Hayat ve halk türkülerinin genelinde öne çıkan bir özellik olarak yer alan anonim eserlerden Sultan Suyu, Nurhak Semahı, El Aziz Uzun Çarşı, Ben Meylimi Üç Güzele Düşürdüm ve bir ağıt olarak da değerlendirilebilecek olan Cansun Küçüktürk'ün bestesi Yakarış; her biri Türk kültürel değerlerini taşıyan birer sanat eseri olarak değerlendirilmelidir. Filmde özgül kod olarak yer almayan eserler, çoğunlukla Heves Ali tarafından ve bazen de arkadaşları olan diğer âşıklar tarafından seslendirilmektedir. Bu anlar, duygu yoğunluğu yüksek ve bir ortaklığın kurulduğu, müziğin birleştirici gücünün sembolize edildiği anlardır.

Bavul, bir yerden bir yere hareket ederken yolculukta ve varış noktasında ihtiyaç duyulacak eşyaların muhafaza edilmesini ve taşınmasını sağlayan araçtır. İşlevi gereği evrensel kültürel bir kod olan bavul, biçimi ve içindekiler ile farklılık gösterse de evrenselliği ağır basmaktadır.

Filmde bavul, Heves Ali'nin yolculuğu sırasında yanında taşıdığı bir öge olarak yer almaktadır. Bu anlamda anlatıda da evrensel karşılığı ile yer aldığını söylemek mümkündür.

Bağlama, bir müzik aleti olarak hem coğrafi sınırlılığı gereği hem de belirli geleneklerle özdeşleşmesiyle yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir. Bir saz türü olan bağlama, Türk halk müziği içerisinde önemli bir yer taşımakla beraber genelde âşıklık ve abdallık geleneğinin temel müzik aleti olarak konumlanmaktadır.

Filmde bağlama, başta Heves Ali ile ve sonrasında da onun tüm âşık arkadaşları ile ilişkilendirilen müzik aletidir. Heves Ali'in tüm icralarına bağlama eşlik etmekte, âşıkların evlerinin duvarlarında bağlama asılı durmakta, semah ibadetlerinde bağlama ile ritim tutmakta ve duygularını bağlama aracılığıyla ifade etmektedirler. Bu anlamda filmde de âşıklık geleneği ile ilişkilendirilen bağlama, yerel kültürel bir kod olarak konumlanmıştır.

Bilet, bir alana geçiş için ödenen ücretin ve edinilen hakkın göstergesi olarak, hemen her kültürde benzer bir işleve sahiptir. Filmde yer alan şekliyle otobüs bileti, bir otobüse binip bir yerden başka bir yere yolculuk edecek olmanın göstergesidir. Otobüs bileti, karakterin sosyal konumuna ilişkin de bir veri söylemekle beraber hem alternatif ulaşım ağları yerine otobüsün tercih edilmesi hem de dijital yerine basılı bir bilet temini, film özelinde, Heves Ali'nin yaşı ile ilişkilendirilebilir. Biletin hem film anlatısı içerisinde hem de kavramsal düzeyde evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilmesi uygundur.

Rapor, bir durumun sonuçlarını gösteren belge olarak filmde tıbbi bir rapor olarak tetkik sonuçlarını gösteren belge olarak kullanılmıştır. Tetkik raporlarında birtakım kan değerleri ve belirli aralıklara ilişkin sonuçları yer aldığından hemen her kültürde karşılık bulabilecek bir belgedir. Bu nedenle evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilmesi uygundur.

Araba, bir taşıt olarak evrensel kültürel bir koddur ve bir yol filmi olarak nitelenebilecek bu filmde, bir karakter olarak yer almaktadır. Bu durum arabayı aynı zamanda özgül bir kod olarak da nitelememizi gerektirmektedir.

Yusuf'un, babasının hasta olduğunu öğrendiğinde onun bindiği otobüsü yol üzerinde durdurarak Heves Ali'yi arabasına almasıyla birlikte yolculuk başlar. Yol boyu, araba, bir hesaplaşmaya ev sahipliği yapar. Filmin temel mekânlarından biri olarak da konumlanan araba, Yusuf'un babasıyla hesaplaştığı, Heves Ali'nin ise helalleşme duraklarına yol aldığı bir araçtır. Filmdeki baba oğul ilişkisine dair dönüşüm

noktaları genellikle araba çerçevesinde geliştirilmiştir. Yusuf'un babasının hastalığını öğrenip otobüsü durdurmak için arabayla yola çıktığı an, yolda babasının rahatsızlandığı sahneden hemen önce arabanın arızalandığı ve değiştirildiği an, babasına olan öfkesinin yükseldiği ve onu indirip bir otobüs durağına bıraktığı an, babasına yönelik nefretin karşılığı olarak rüyasında onu boğduğunu gördüğü an ve babasının kefeniyle birlikte yolculuk yaptığını öğrendiği çevirme anı gibi pek çok sahnede araba mekân görevi görmekte ve yer yer onlarla beraber reaksiyon göstermektedir. Bu doğrultuda arabanın hem filmin mekânı hem de filmin bir karakteri olarak konumlandırıldığı ve özgül bir kod olarak da biçimlendirildiği söylenebilir.

Âşıklar bayramı, âşıkların yılın belirli bir döneminde bir araya geldikleri ve müziklerini icra ettikleri kolektif bir buluşmadır. Kültürel belleğin aktarımı konusunda önem taşıyan ritüellerden biri olan âşıklar bayramı, Anadolu'da düzenlenen bir bayram olmasıyla yerel kültürel bir koddur. Filmde Kars'ta düzenlenen bayram, ağırlıklı olarak Konya ve Sivas'ta düzenlenmekle beraber çeşitli şehirlerde organize edilen, âşıkların bir araya gelmesini sağlayan, usta ile çırağı, âşık ile dinleyiciyi birleştiren kültürel bir buluşmadır. İlki 1931 yılında Sivas'ta düzenlenen bayram, aynı zamanda Âşık Veysel'in ve daha pek çok halk ozanının keşfedilmesine de olanak tanımıştır. Türklerin kültürel olarak taşıdıkları şölen kültürünün bir parçası olan âşıklar bayramı (Özdemir 2023), ustalık-çıraklık ilişkisi, mahlas takma, saz çalma, doğaçlama atışma gibi birtakım uygulamaları da barındırmaktadır (Çetinkol, Çetinkol 2023).



Görsel 42: Filmde yer alan Âşıklar Bayramı afişinde Âşık Veysel yer almaktadır.

Filmde âşıklar bayramı, Heves Ali'nin yolculuğunun son hedef noktası olarak yer almaktadır. Heves Ali, hastalığının ciddi olduğunu öğrendiğinde, geçmişten bugüne ardında yarım hikâyeler bıraktığı kadınlarla vedalaşmak, yirmi beş yıldır görmediği oğlunu görmek, yol boyu belirli duraklardaki dostlara uğramak ve en nihayetinde de Kars'a ulaşarak orada düzenlenecek âşıklar bayramında âşıklarla bir arada olmak üzere bir yolculuk kurgulamıştır. Yolculuk boyunca iyice güçten düşen Heves Ali,

hastanede iken Yusuf'tan kendisini âşıkklar bayramına götürmesini ister. Babasının kendisinden ilk ve son isteği olduğunu bilen Yusuf, doktor arkadaşı aracılığıyla özel bir ambulans ayarlayarak babasının son isteğini yerine getirir. Âşıkklar bayramı için bir alanda toplanan kalabalık, âşıkkların bağlama, tambur, kopuz, erbane gibi yerel kültürel müzik aletleri ile icra ettikleri müziği dinlemektedirler. Âşıkklar bayramı afişinde Âşık Veysel'e yer verilmiş ve bir selam durulmuştur. Ambulansla Heves Ali'nin geldiği sahnede, Heves Ali bağlamasını havaya kaldırarak kalabalığa son gücüyle selam verir ve helallik ister. Kalabalık da karşılık verdikten sonra bağlama çalarak Heves Ali'ye veda eder. Bu anlamda âşıkklar bayramı, Heves Ali'nin yaşam yolculuğunun önemli bir parçası, mesleki icrasının en önemli buluşması olarak anlatıda da yer almıştır ve âşıklık geleneğinin önemli bir temsili olarak sunulmuştur.

Ezan, İslami kültüre ait ve İslam dinine özgü bir ibadet çağrısıdır. Camilerden okunan ezan, Müslüman bir ülkede bulunulduğu bilgisini vermektedir. Dini bir ritüel çağrısı ve aynı zamanda da toplumsal bir çağrı olan ezan, topluluğu ibadete çağırarak bir vakit bilgisi de sunmuş olur. Filmde ezan bir sahnede arka planda duyulmaktadır. Bu anlamda yerel izleyici için olağan olan bu durum, yabancı izleyici için Müslüman bir ülkeye ait bir öge olarak tanıdığı bir kod olması mümkün olsa da ezan, yerel kültürel bir koddur.

Hamam, temizlik ve arınma gibi evrensel temaların bir karşılığı olsa da mekânsal olarak Akdeniz ve Asya kültüründe daha yaygın görülen, Osmanlı'dan bu yana Türk kültüründe öne çıkan hem fiziksel hem de ritüel bir arınmayı temsil eden yerel kültürel bir koddur. Bir sosyalleşme mekânı olarak da kullanılabilen hamam, kendi içerisinde bir kültür yaratmış; belirli aralıklarla toplanılan, yemeklerin getirildiği, müzik ve dans eşliğinde bir yandan vakit geçirilen öte yandan temizlenen bir ritüele dönüşmüştür.



Görsel 43: Hamam, Türk kültüründe bir arınma ritüeline ev sahipliği yapmaktadır.

Filmde hamam, Yusuf'un yola çıktıklarında babası Heves Ali'yi götürdüğü ve temizlenmesine destek olması için oradaki bir çalışana emanet ettiği mekândır. Temizlik ve arınma amacıyla bir durak olarak kullanılan hamam, mimari olarak da Türk kültüründeki mekânsal önemi yansıtacak şekilde inşa edilmiştir.

Fotoğraf makinesi, anı kaydeden bir araç olarak evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir. Filmde hem Heves Ali ve Yusuf'un tek fotoğrafının çekildiği sahnede fotoğraf makinesi karşısında poz verdiklerinde görülen hem de Yusuf'un hobi olarak fotoğraf çekimleri gerçekleştirirken kullandığı makine olarak karşılaşılır. Fotoğraf makinesi biçimsel farklılıklar gösterse de hemen her kültürde tanınabilecek bir araç olarak evrensel kültürel bir koddur.

Instagram, bir sosyal medya platformu olan ve kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşmasına olanak tanıyan mecradır. 200'den fazla ülkede çok sayıda kullanıcı tarafından aktif bir şekilde kullanılan platform, evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Dijital çağı ve oluşturulan yeni dijital kimlikleri sembolize eden Instagram, filmde de Yusuf'un hemşire ile iletişim kurmak için kullandığı bir mecra olarak yer alır. Hemşirenin paylaştığı fotoğrafları – ki aynı zamanda Instagram dijital bir fotoğraf albümü görevi de görmektedir – beğenen Yusuf, hemşire ile Instagram aracılığıyla iletişim kurar. Burada biçimsel olarak mesajların içeriğini ekran üzerine yazma tercihi yönetmenin biçimsel kararlarından biri olarak yer almaktadır. Günlük yaşamda iletişim alanında yaşanan sesli telefon konuşmalarından sessiz bir mesajlaşma pratiğine geçiş, sinemanın görsel diline bu şekilde yansımıştır.



Görsel 44: Mesajlaşma içeriklerinin ekran üzerine yazması, yönetmenin biçimsel tercihidir.

Sedir, ağırlıklı olarak Orta Doğu ve Akdeniz kültüründe, geleneksel evlerde tercih edilen duvar boyunca yerleştirilen yastıklı oturma düzenidir. Kalabalık ailelerin ve akrabalık ilişkilerinin kurulduğu

bu toplumlarda, sedir düzeni daha çok kişinin yerleşmesine olanak tanımaktadır. Bir sohbet kültürünü de temsil eden sedir, yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Filmde sedir, Heves Ali'nin arkadaşlarıyla buluştuğu Elazığ'da davet edildiği konakta, âşıkların müzik icra ettikleri alanda görülmektedir. Modern bir dekorasyon ögesi olarak değerlendirilemeyecek olan sedir, gelinen noktada genellikle sıra geceleri ile özdeşleşen bir ögedir.



Görsel 45: Sedir, sohbet kültürünü de temsil etmektedir.

Doğum lekesi, doğumla birlikte ciltte var olan birtakım renk farklılıklarıdır. Doğum lekesi tıbbi ve fiziksel gerçekliği bağlamında evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilse de kimi toplumlarda uğur, şans gibi bir pozitif yorumlama kimi toplumlarda ise uğursuzluk gibi negatif yorumlamalara maruz kalabilmektedir. Bu anlamda bir kod olarak izleyen kişinin kültürel yaklaşımıyla şekillenmesi mümkün olacağından hem evrensel hem yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Filmde doğum lekesi, Yusuf'un arabada üstünü değiştirdiği sahnede görülür. Babası oğlunun omzunda yer alan doğum lekesine dokunmak istemesine elini uzatır fakat dokunmadan geri çeker. Bu iz, oğlunu her zaman tanıyabileceği Yusuf'a özgü bir kimlik izi iken ize dokunmak isteyip dokunamayışıyla da Yusuf'la arasındaki bağ sembolize edilmiştir.

Hız. Ali resmi, İslam kültürü ve özellikle de bu kültür içerisinde yer alan Şii ve Alevi mezheplerine özgü bir inancın karşılığında duvarda asılı olarak yer almaktadır. Hız. Ali, İslam peygamberi Hız. Muhammed'in damadı olarak bilinmektedir. Şii ve Alevi inanışlarında direnişin simgesi ve adalet kavramıyla ilişkili olarak konumlandırılmıştır. İslam inanışında resmetmek pek tercih edilen bir yöntem olmasa da Alevi inancında Hız. Ali sıklıkla, kılıcı Zülfıkar ile resmedilmektedir. Bu anlamda yerel kültürel bir kod olan Hız. Ali'nin resmi, filmde Heves Ali'nin arkadaşının evinde duvarda asılı şekilde yer almaktadır. Bu göstergeyle Alevi bir ailenin evinde olduğu bilgisi, yalnızca Hız. Ali'yi tanıyan, Alevilik kültürünü bilen izleyicilerde karşılık bulacak bir bilgidir.

Zerefet ve kömbe, Türk mutfağına özgü kültürel yemeklerdir. Zerefet, etsiz bir tür mantı çeşidi iken kömbe bir tür börek çeşidi olarak İç Anadolu ve Doğu Anadolu mutfağında yer almaktadır. Bu anlamda yerel kültürel kod olarak değerlendirilmelidir.

Filmde zerefet ve kömbe, Heves Ali'nin Alevi arkadaşının sofrasında yer alır. Heves Ali, Yusuf'a zerefet ve kömbeyi tanıtip çok seveceğini söyler. Yusuf da tadım yaptıktan sonra epey beğendiğini belli eder. Bu anlamda yerel kültürel koda dair pozitif bir aktarım sağlanmış olur.

Gülbeng, Alevi inancına özgü bir ifade biçimidir. Semah ibadeti ve diğer dini ritüeller öncesinde, duaya benzeyen ritmik bir söyleyiş biçimi olan yakarışlardır. Hakk'a yönelişi, birliği, barışı, eşitliği çağıran sözlerden oluşmaktadır. Bu anlamıyla yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilmelidir.

Filmde gülbeng, Heves Ali'nin arkadaşının evinin bahçesinde düzenlenen semah ibadeti esnasında duyulur. “Yolumuz rızalık yoludur, aranızda dargın küskün varsa Hakk meydanına çıksın, yoksa Allah eyvallah deyin” diyerek cem ibadetini başlatan kişiye, kalabalık “Allah eyvallah” şeklinde karşılık verir. Çoğunlukla Alevi inancında dede olarak da adlandırılan, dini önderler tarafından söylenmektedir ve karşılığında kalabalık helalleşir (Coşkun 2018). Helalleşmenin ardından eller, önce dudağa götürülüp öpülür, ardından alna ve hemen ardından da göğse götürülür. Alevilikte elin dudağa ve ardından alna götürülmesi niyaz vermek şeklinde adlandırılan bir tür bedensel ifadedir. Sağ el işaret parmağının öpülmesi, alna ve akabinde göğse götürülmesi, inanca yönelik “dilimde, aklımda ve kalbimde” ifadesini karşılamaktadır. Yine Alevilikte deyişler esnasında Hakk'ın ya da peygamberlerin adı geçtiğinde el göğse konularak selam verilir. Bu selamda da her bir parmak ile Hz. Muhammed, Hz. Ali, Hz. Fatma, Hz. Hasan ve Hz. Hüseyin karşılık bulmaktadır (Akın 2020). Tüm bunlar yerel kültürel kod olmakla birlikte Alevilik kültürüne özgü kodlar olduğundan yerli izleyici için bile doğrudan karşılık bulması mümkün olmayabilir.

Semah, Alevilik inancına özgü Cem ibadetinin bir parçasıdır. Bu anlamda yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilmiştir. Cem ibadeti kolektif bir ibadettir. Kadın ve erkeğin bir arada yer aldığı, öncesinde abdest alınan, eli boş gidilmeyen, cem evinde halı üzerinde belirli bir düzende oturan ve on iki ayrı hizmetin gerçekleştiği ritüelin gerçekleştiği bir ibadettir. Semah da cem ibadeti içerisindeki on iki hizmetten biridir ve çoğu zaman bağlamanın eşlik ettiği belirli bir ritimde, kadın ve erkeklerin sıralı bir şekilde dizildiği ve dairesel hareketlerle dönerek gerçekleştirildikleri bir tür ritüeldir (Coşkun 2022).

Filmde semah, Heves Ali'nin arkadaşının evinin bahçesinde gerçekleşen cem ibadeti esnasında görülür. Yusuf için farklı bir ritüel olduğu gibi başta yabancı izleyici olmak üzere Alevi kültürüne uzak olan yerli izleyici için de farklılık taşıyan bir tür ibadet biçimi olarak yer almıştır. Filmin yönetmeni,

filmdeki cem ve semah sahnelerinde, filmin çekildiği köyde yaşayan Alevi inancına sahip kişilerin oynatıldığını ifade etmiş ve böylece Alevi kültürünün yerelliğini de vurgulamıştır (Piroğlu 2022).



Görsel 46: Semah, Alevi inancındaki bir ibadet hizmetidir.

Dövme, hemen her kültürde yer alan, bedende bir iz bırakma yoluyla oluşturulan ifade biçimidir. Bu anlamda evrensel kültürel bir kod olarak yorumlanması mümkün olsa da bağlamı ve içeriği yerel kültürel kodlar da barındırabileceğinden hem evrensel hem yerel kültürel bir kod olarak okunabilir.

Filmde dövme hem hemşire karakterinde hem de Heves Ali'nin geçmişte ilişki kurduğu bir kadın olan Zere Kadın'ın vücudunda görülür. Hemşire, boynundaki uçak dövmesini, bir başkaldırı anlatısı içerisinde sunar. Hastane başhekiminin ona biraz daha normal olmasını söylediğini ve o da bir başkaldırı olarak boynuna, olabildiğince görünen bir noktaya dövme yaptırarak yanıt verdiğini ifade eder. Bu anlamda uçak dövmesi, yaptırılış amacı ile birleştiğinde özgürlüğü ve asiliği de simgelemiş olur. Zere Kadın'ın dövmesi ise iki kaşının arasında yer alan ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki kadınlar arasında yaygın görülen bir tür güzellik dövmesidir (Milliyet 2015). Bu anlamda filmde yer alan dövmeler de hem yerel hem evrensel bir kod olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bir sembol olan dövmeler, kültürel bir taşıyıcı ifade olarak da konumlanabilir.



Görsel 47: Zere Kadın'ın dövmesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yaşayan kadınlar arasındaki kültürel bir etkileşimi işaret etmektedir.

Asker ve polis, devletin bir temsilcisi olarak güç, otorite, düzen gibi kavramlarla ilişkilendirilen, sistemin disiplinini ve toplumun düzenini sağlayan ordu ve emniyet gücünün karşılığıdır. Belirli dönemlerde ve belirli kültürlerde farklı bağlamlarda değerlendirilerek farklı bakış açılarıyla yorumlanması mümkün olsa da askerlik ve polislik mesleği, evrensel kültürel bir koddur. Resmi kıyafet, araç, mühimmat gibi öğelerde kültürler arasında birtakım farklılıklar olsa da bu farklılıklar, hemen her yerde her kültürden insan tarafından görüldüklerinde ayırt edilebilecek ve tanınabilecek denli küçük farklılıklardır.

Filmde asker ve polis, Heves Ali ve Yusuf'un yolculukları sırasında çevirmeye girdikleri sahnede yer almaktadırlar. Büyük kentlerde yalnızca polisin gerçekleştirdiği çevirme ve kontrol görevi, kırsal kesimlerde bazen asker ve polislerin bazen de sadece askerlerin gerçekleştirdiği bir görev olabilmektedir. Çevirme esnasında birtakım evrak, belge kontrolünün ardından bagaj ve araç içi kontrolü de gerçekleştiren asker, sonrasında aksi bir durum bulunmadığından yol geçişlerine izin verir. Bu anlamda filmin anlatısı ve bağlamı içerisinde de evrensel karşılığı ile yer aldıklarından evrensel kültürel bir kod olarak değerlendirilebilir.

Kefen, ölüm sonrası bedenin sarıldığı bez olarak işlevsel anlamda evrensel bir karşılık bulsa da biçimi ve uygulama şekli ile İslam geleneğine özgü bir uygulamadır. Bu anlamda hemen her kültürde ölü bedeni sarma eylemi olsa da gömme ve yakma gibi farklı ritüellerin olduğu ve kefenin bir uygulama olarak İslam inancına özgü olduğu göz önünde bulundurularak yerel kültürel bir kod olarak değerlendirilmiştir.

Filmde kefen, Heves Ali'nin hastalığının ciddi bir hastalık olduğunun bilincinde oluşuyla bavulunda taşınmasıyla somutlaşır. Çevirme esnasında askerin açtığı bavulda kefen ve üzerinde bir kalıp sabun görülür. Bu anlamda beklenen ölümle özdeşleşen kefen, genelde Türk kültüründe kişilerin

yaşlılıklarında kendi kefen paralarını hazır etmeleriyle de ilişkili olarak Müslüman kişilerin ölümle kurdukları ilişkiyi de işaret etmektedir.

Ambulans, acil sağlık desteğini, ilk tıbbi müdahaleyi karşılayan ve hastayı bulunduğu noktadan sağlık kuruluşuna ulaştırma görevi olan araç olarak evrensel bir koddur. Siren sesi ile hareket ederek aciliyeti bildiren ve yollarda öncelik hakkı bulunan ambulanslar şeklen farklılık gösterse de her kültürde işlevsel olarak aynı görevi görmektedir.

Filmde ambulans, ciddi bir rahatsızlık geçiren Heves Ali'yi son isteği olan âşıklar bayramına götürürken kullandıkları araçtır. Dönüş yolunda ambulanda vefat eden Heves Ali'nin şehirlerarası otobüsle başladığı yolculuğu, Yusuf'un arabasında devam etmiş ve sonrasında ambulanda son bulmuştur.

Kaset, 1980-2000 yılları arasında yaygın olarak kullanılan, sonraları gelişen teknolojiyle cd çalarların ortaya çıkması ve daha da sonraları dijitalleşmeyle ses kaydetmeye yönelik tüm süreçlerin dijital medyaya taşınmasıyla artık nostaljik bir öge olarak anımsanan, üzerine sesli kayıt eklenebilen ve kayıtların dinlenmesi için kullanılan bir araçtır. Yaygın olduğu dönemde daha çok tanınsa da bir nostalji ögesi olarak şimdilerde kasetler ve bu kasetlerin oynatılabileceği eski tip radyolar antika olarak bilinmektedir. İçeriği kültürel farklılıklar taşısa da işlevsel olarak evrensel kültürel bir koddur.

Filmde kaset, Yusuf'un yolculuğun sonunda babasının türkülerinden oluşan Heves Ali kasetini aracın radyosuna takması esnasında yer almıştır. İçeriğinde kayıtlı olan müziklerin yıllar boyu taşınmasıyla kaset, bir kültür taşıyıcısı ve aktarıcısı görevi de görmektedir.

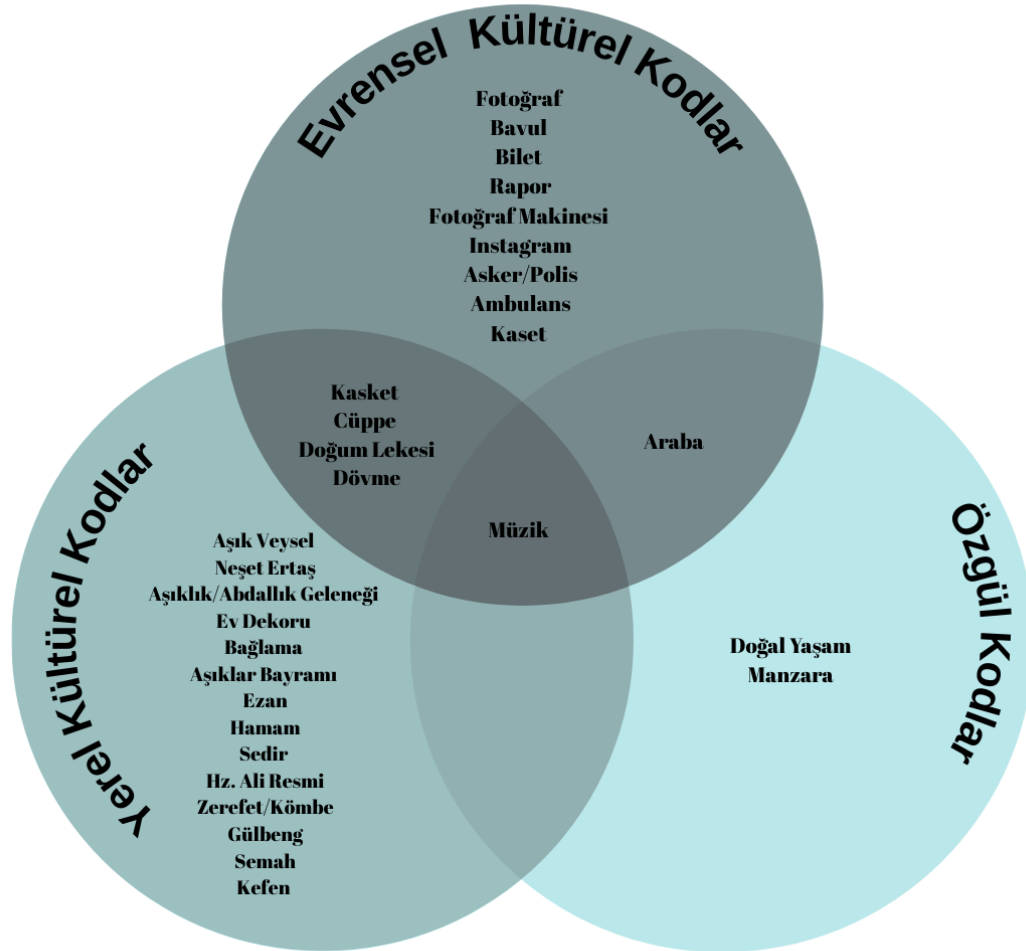
3.4.2.3. Kültürel ve Özgül Kodlar

Görüldüğü üzere, yukarıda listelenen göstergelerin bir kısmı evrensel kültürel, bir kısmı yerel kültürel karşılıkları olan göstergelerdir. Göstergelerin bir kısmı içeriğe ilişkin iken bir kısmı biçimsel öğeler olarak da yer almaktadırlar. Lotman ve Metz'in, birinin kültürden diğerinin sinemadan yola çıkarak geliştirdiği göstergebilim yaklaşımları, birbirini tamamlamaktadır. Lotman'ın kültürel göstergebilim yaklaşımıyla filmdeki anlamın üretimini, belleğin bu anlam üretimindeki kurgulayan görevini, tarihsel ve kültürel bağlamları görmek mümkünken Metz'in sinema göstergebilimi yaklaşımıyla da filmdeki görsel ve işitsel dili ve bu dilin metinle ilişkisini yorumlamak mümkün olmaktadır. Her iki yaklaşım birleştiğinde; Lotman'la içerik, Metz'le biçim göstergebilimsel açıdan analiz edilebilmektedir. Bu doğrultuda içerik ve biçim tercihlerini birleşik bir şekilde yorumlamadan

önce, filmde yer alan gösterenlerin evrensel ve kültürel kod ayrımı ile aynı zamanda söz konusu kodların biçimsel bir araç olarak kullanımına ilişkin kesişimleri görmek faydalı olacaktır:

<i>Kesişim Kategorisi</i>	<i>Öğeler</i>
<i>Sadece Evrensel Kültürel</i>	Fotoğraf, Bavul, Bilet, Rapor, Fotoğraf Makinesi, Instagram, Asker/Polis, Ambulans, Kaset
<i>Sadece Yerel Kültürel</i>	Âşık Veysel, Neşet Ertaş, Âşıklık/Abdallık Geleneği, Ev Dekorü, Bağlama, Âşıklar Bayramı, Ezan, Hamam, Sedir, Hz. Ali Resmi, Zerefet/Kömbe, Gülbeng, Semah, Kefen
<i>Evrensel + Yerel Kültürel</i>	Kasket, Cüppe, Doğum Lekesi, Dövme
<i>Evrensel Kültürel + Özgül Kod</i>	Araba
<i>Tüm Kategoriler (3'lü Kesişim)</i>	Müzik

Tablo 8: *Âşıklar Bayramı* filminde yer alan kültürel öğelerin kategorizasyonu



Grafik 17: *Âşıklar Bayramı* filminde yer alan kültürel öğelerin kesişim grafiği

Film, Heves Ali'nin ölümcül bir hastalığa yakalandığını öğrenmesiyle geçmişiyile hesaplaşmak ve geride bıraktığı insanlardan helallik almak niyetiyle yola çıkışını aktarmaktadır. Bu anlamda Heves Ali'nin bireysel belleği ve geçmişi üzerine kurulan anlatıda, Yusuf'un bireysel belleğindeki mücadeleler ve hesaplaşmalar ile bir kesişim kurulmuştur. Film, Yusuf'un perspektifinden bakıldığında, babasının yokluğuyla mücadelesini ve babasının gelişiyile de onunla hesaplaşmasını aktarmakta ve böylece anlatısında aynı zamanda Yusuf'un bireysel belleğinin etkileri de yer almaktadır. Öte yandan film her ne kadar ikilinin yolculuğuyla şekillense de sembolik düzeyde bir kültürel bellek aktarımı gerçekleştirmektedir. Yolculuk boyunca durdukları hemen her durakta, Türk kültürüne ve aynı zamanda bir alt kültür olarak Alevi kültürüne ve bu kültür içerisinde gelişen âşıklık geleneğine ait öğeleri aktaran filmin kültürel bellek temelli anlatısı, yer yer bireysel bellek temelli hikâyenin önüne geçmektedir. Esasında anlatıdaki belleğe ilişkin öğeler noktasında kesin bir ayırım yapmak hiçbir zaman mümkün olmasa da Âşıklar Bayramı özelinde, bir baba oğulun hikâyesini anlatmak için başvurulacak sayısız çerçeve içinde, Alevi kültürünün ve âşıklık geleneğinin seçilmesi kültürel belleğin hikâyenin önüne geçtiği yorumunun yapılmasına fırsat vermektedir. Bu doğrultuda filmde yerel kültürel kodların sayıca fazla olması da kaçınılmazdır. Filmde Alevi inancı ve âşıklık/abdallık geleneğine ait pek çok ritüelin aktarımı sağlanmıştır. Cem ibadeti, semah hizmeti, Âşıklar Bayramı geleneği, bağlama çalınması, gülbeng çağrısı, Hz. Ali'nin resmi, Âşık Veysel ve Neşet Ertaş gibi ozanların fotoğraflarının yer alması gibi öğeler birer kod olarak anlatıda yer almıştır. Filmde yolculuk yapan baba oğulun Orta Anadolu'dan Doğu Anadolu'ya yaptıkları yolculukta, Türkiye coğrafyası manzaralarla, doğal yaşam kültürüyle, köy yaşantısıyla yolculuklarına eşlik etmekte, bağlama ile icra edilen müzik bir özgül kod olarak hemen her sahnede duyulmaktadır. Bu anlamda anlatıda kültürel bellekle kurulan ilişkinin oldukça kuvvetli bir ilişki olduğu yorumu yapılabilir. Bu noktada yerli izleyiciler içerisinde dahi Alevi kültürüyle yetişmiş ya da bu kültüre yönelik bilgisi olan izleyiciler dışında doğrudan karşılık bulmayacak birtakım kodların yer aldığını söylemek mümkündür. Kullanılan kodların bir alt kültürle ilişkilendirilmiş olması, hedef izleyici kitlesinin de kapsamını daraltmaktadır. Netflix orijinal yapımı olarak üretilen film, küresel ve yerel pazardaki hedef kitle için kültürel belleği bir merak ve ilgi unsuru olarak konumlandırmış; bir yandan somut olmayan bir kültürel mirasın korunması ve görünür kılınmasının sağlanması öte yandan kültürel ötekinin tüketilmesi ve sömürülmesi perspektifinden değerlendirmek mümkündür. Alevilik kültürünün ve âşıklık geleneğinin ana hikâyeye eşlik eden temel unsur olarak belirlenmesi, Türk kültürü içerisinde yer alan bu alt kültürün yerel ve küresel pazarda aşına olmayan izleyiciye tanıtılması ve aktarılması ile kültürel bir aktarım ve sunuş gerçekleştirilmiştir. Öte yandan bu tercihin filmin anlatısı içerisinde yalnızca birer öge olarak konumlanması ve kültüre özgü ritüellerin hikâyenin akışına etki etmemesi ticari birtakım kaygıların varlığını düşündürmektedir. Bu anlamda yerel kültürel kodlara

ağırlık verilse de anlatıda spesifik bir kültürel aktarım sağlandığından, kültürel öğelerin metalaştırıldığı ve stratejik bir şekilde kullanıldığı yorumu yapılabilir.

3.4.2.4. Anlatı Yapısı ve Anlatıdaki Kültürel Bellek Etkisi

Âşıkklar Bayramı, bireysel bellek ve geçmişle hesaplaşma teması üzerine kurulu anlatısını izleyiciye sunarken kültürel bellekten açıkça faydalanmıştır. Kültürel belleğin anlatıya olan etkisi, Hodge ve Kress'in, çalışmada da birinci bölümde Netflix'in içerik politikalarını incelerken takip edilen, üretim kuralları, alım kuralları, metin kısıtlamaları, semiyotik kodlar ve metin dışı kodlar kategorizasyonu üzerinden yorumlanmıştır.

Üretim kuralları bağlamında bakıldığında Âşıkklar Bayramı, Netflix tarafından orijinal yapım olarak üretilmiş bir filmidir. Genellikle bağımsız film üretimleriyle ön plana çıkan yönetmen Özcan Alper'in rejisiyle çekilmiş film, Türk yazar Kemal Varol'un aynı isimli romanından uyarlanmıştır. Âşıklık ve abdallık geleneği ile temellenen ve hem romanın hem filmin adına taşınan Âşıkklar Bayramı ritüelini de aktaran anlatıda, yirmi beş yıldır görüşmeyen baba ile oğlun hikâyesi anlatılmaktadır. Bir yol filmi olarak nitelenebilecek film, Kırşehir, Elazığ, Erzurum, Kars rotasını takip ederek Türkiye coğrafyasına dair bir görsellik sunmaktadır. Bu anlamda Netflix'te hem yerli hem yabancı izleyicinin hedef kitle olarak belirlendiği göz önünde bulundurulduğunda, Âşıkklar Bayramı'nın anlatısının yerel kültürel kodlarla bezendiği ve bu anlamda yerli izleyici ile iletişim kurmasının daha mümkün olduğu söylenebilir. Yerli izleyici kitlesi içinde dahi, Alevilik kültürüne özgü öğelerin ağır bastığı anlatının, Türk kültürünün kültürel çeşitliliği içerisinde aynı ya da yakın kültüre sahip olmayan izleyicilerde karşılık bulması zor olabilir. Bu anlamda Netflix'in tercihen Âşıkklar Bayramı gibi bir anlatıyı orijinal yapım kütüphanesine eklemesi, kültürel belleği bir araç olarak kullanarak ve yerli izleyicide aşinalık, yerli ama aktarılan kültüre uzak ve yabancı izleyicide ise merak ve ilgi duygularının uyanmasını sağlamak gibi bir misyonla gerçekleşmiş olabilir. Yönetmen Özcan Alper verdiği bir röportajda filmin ilk etapta dijital platformlarda yer alması gibi bir durumun olmadığından söz etmesiyle (Piroğlu 2022), hedef kitlenin küresel pazar doğrultusunda oluşturulmadığını ve en azından ilk etapta hedef kitleyi yerli izleyicinin oluşturduğu yorumu yapılabilir:

Filmi ilk başta dijital platforma çekmeyi planlamamıştık. Ancak hem pandemi sürecinin uzaması hem de sinema salonlarının geleceğinin belirsizliği nedeniyle dijital platforma yapmaya karar verdik. Bu tabii ki filmin bütçesini karşılama ve farklı olanaklar yaratma anlamında ciddi bir imkân yaratıyor ve

yaptığınız şeyin öyle ya da böyle çok ciddi bir seyirciye ulaşacağını bilmek de bir avantaj ve yeni bir olanak sanırım. Benim önemsedğim ve tereddüt ettiğim tek şey yapım sürecinde senaryoya karışılıp karışılmayacağı meselesiydi. Bu konuda hem şanslı, hem de çok özgürdüm. Senaryoya hiç karışılmaması tüm kaygılarımı yok etti.

Dijital yayın platformlarının pandemi sürecinde bir alternatif olarak doğduğuna da işaret eden Alper, platformun metin kısıtlamaları ve sansür noktasında senaryoya müdahale edeceğinden endişelendiğini fakat endişelerinin boşa çıktığını ifade etmiştir. Dijital yayın platformların sinema ile kurduğu ilişkiye ve yarattığı kültüre ilişkin ise alanda bir tekelleşme yaratacakları riskini işaret etmiştir (Piroğlu 2022):

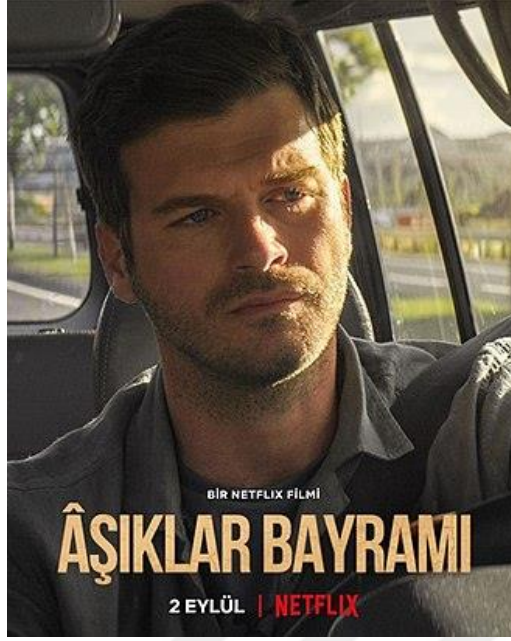
Dijitallerin sinemanın yerini alıp almayacağını sanırım önümüzdeki sonbahar ve kış daha net anlayacağız. Çünkü insanlar pandeminin olumsuz etkisinden kurtulup yeniden sinema salonlarına dönecekler mi? Ve aynı şekilde evlerde tek başına değil, sinema salonlarında hep birlikte film izlemenin keyfini yeniden hatırlayacaklar mı? Umarım düşlediğimiz gibi sinema salonlarına döner seyirciler. Yoksa başka türlü bir sinema bizi bekliyor olacak. Ama teknolojideki gelişmeler ve dijital platformların yarattığı gerek izleme alışkanlıkları gerekse film yapım biçimlerinin ciddi bir tekelleşme yaratacağı da çok açık ortada.

Bu noktada filmin dijital platformlarda Netflix'in orijinal yapımı olarak üretilmesi kararının sonradan verildiği, hedef kitlenin küresel pazara dönmesiyle değişmesi beklenen birtakım dinamiklerin değişmediği ve senaryoya müdahale edilmediği göz önünde bulundurulduğunda Netflix'in üretim politikaları bağlamında bu denli kültürel bir anlatıya yer vermesi, bir deneme olarak da yorumlanabilir. Netflix içeriklerinin mümkün oldukça küresel pazara hitap etmesi yönünde egemen kültür anlayışları ile şekillenmesinin yanında Âşıklar Bayramı filminin alt kültür anlatısı, egemen kültürel anlayışlara uzak bir noktada durmaktadır. Burada yerel kültürün anlatı içerisindeki konumunun bir sergileme halinde kurgulanmış olması ve böylece Netflix'in politikalarına aykırı bir durum yaratmamasının altı çizilmelidir. Bu haliyle de içeriğin hem yerli hem yabancı izleyicide merak ve ilgi uyandıracağını beklendiği ve metalaştırılarak sunulan Türkiye görselinin ve Türk kültürünün kültürel bir turizme kapı aralayacak şekilde tüketim unsuru olarak aktarıldığı yorumu yapılabilir.

Alım kuralları bağlamında bakıldığında, yabancı izleyicinin seyri ile yerli izleyicinin seyri arasında belirgin bir alımlama farklılığı olması beklenmektedir. Yerli izleyici kitlesi içerisinde dahi Alevilik kültürüne ve âşıklık geleneğine ilişkin bilgi sahibi olmamak birtakım kodların doğrudan karşılığıyla alımlanmasının önüne geçebilir. Bu noktada seyir sonrasında araştırmak ve filmin kültürel aktarımına dair bilgi sahibi olmak mümkün olsa da seyir esnasında genel bir yaklaşımla ve anlatının takibiyle birtakım ilişkiler kurulsa da bütüncül bir alımlama gerçekleşmeyebilir. Bu noktada, kültürel bellek temelli anlatının, bireysel bellek temelli anlatının önüne geçer gibi dursa da esasında hikâyenin akışının baba ve oğulun yolculuğu üzerinden aktığı ve söz konusu kültürel aktarımların birer unsur olarak yer almasıyla; bir başka deyişle kültürel aktarımların yoğun olduğu sahnelerin çıkmasıyla hikâyenin akışında bir kopukluğun yaşanmayacak olmasıyla, alımlama noktasındaki bahsi geçen eksikliğin izleyicide seyir esnasında önemli bir etki yaratmayacağı söylenebilir. Bu bağlamda kültürel aktarımlar çok yoğun görünse de hikâyede birer meta olarak yer almakta ve ana meselenin dışarısında konumlanmaktadır.

Filmin semiyotik kodları içerisinde yerel kültürel kodların ağırlıklı olarak yer alması da benzer şekilde kültürel bellek temelli anlatının hikâye içerisinde önemli bir yer kaplamasıyla ilişkilidir. Kültürel kodların hikâye içerisindeki önemi, bireysel bellek anlatısına eşlik edecek anlatının kurulumunda, kültürel bellek öğelerinin metalaştırılması noktasında karşılık bulur. Alevi kültürüne ve âşıklık geleneğine ilişkin yerel kodların bu anlamda filmde öne çıktığı, benzer şekilde yönetmenin biçimsel tercihlerine de etki ettiği yorumu yapılabilir. Yolculuk boyunca aktarılan Türkiye coğrafyasına ait görüntülere eşlik eden bağlama ile icra edilen müzik, bir özgül kod olarak anlatının kültürel aktarımında duygusal bir arka planın oluşmasını da desteklemekte; bireysel bellek anlatısı ile kültürel bellek anlatısı arasında bir köprü görevi görmektedir.

Filmin resmi fragmanında, anlatının temellendiği yirmi beş yıl sonra buluşan baba ve oğulun ilişkisine, Heves Ali'nin hastalığına, Âşıklar Bayramı'na gitme niyetine dair bilgiler doğrudan aktarılmaktadır. Bu anlamda aktarılan bireysel bellek anlatısının bir özetini sunan fragmanda Türkiye coğrafyasına ait filmde de bir özgül kod olarak yer alan ara görüntüler kullanılmış, filmin kültürel bellek anlatısıyla öne çıkan Alevi kültürü ve âşıklık geleneğine ilişkin kodlar yer almamıştır. Bu noktada, bir pazarlama stratejisi olarak, izleyicinin film seçimleri sırasında karşılaşacağı fragman içeriği ile hem küresel pazarda hem yerel pazarda doğrudan karşılık bulacak hikayenin fragmana taşındığı söylenebilir.



Görsel 48: Âşıklar Bayramı film afişi (Âşıklar Bayramı 2025)

Filmin afişi, filmin başrol oyuncusu Kivanç Tatlıtuğ'un araba içerisindeki fotoğrafından oluşmuştur. Afişte Heves Ali'ye ait bir görselin kullanılmaması, kültürel herhangi bir koda yer verilmemesi ve popüler bir oyuncu olan Kivanç Tatlıtuğ'un kullanılması tıpkı fragmanda olduğu gibi küresel ve yerel pazarda izleyicide doğrudan karşılık bulacak bir seçimin sonucudur. Kivanç Tatlıtuğ'un performansının bir referans olarak sunulduğu afiş, bu noktada yerel kültürel bellek anlatısına dair bir ipucu sunmamıştır.

Özetle, Âşıklar Bayramı, üreticinin üretim kuralları bağlamında kültürel belleği bir araç olarak kullanma ve böylece küresel ve yerel pazarda etki uyandırma potansiyeli doğrultusunda orijinal yapım bir içerik olarak platform havuzuna eklenmiştir. Küresel pazardaki yabancı izleyici ve yerel pazardaki yerli izleyicinin hemen hemen aynı kümede yer alması, anlatıda kullanılan kültürel bellek öğelerinin bir alt kültüre ait öğeler olmasıyla ilişkilidir. Anlatı yapısında âşıklık geleneğine ve Alevi kültürüne dair kültürel kodların birer meta şeklinde yer alması, filmin anlatısındaki kültürel bellek etkisinin stratejik bir etki olduğunu düşündürmektedir. Filmin tanıtımlarında, söz konusu kültürel bellek etkisinin arka planda bırakılarak popüler oyuncuların ön plana çıkarılması da yine platformun görünürlük ve öneri sistemleri politikasının bir parçasıdır. Bu doğrultuda Âşıklar Bayramı filminin anlatısında baba ve oğul hikâyesinin yer yer önüne geçen kültürel bellek anlatısı, bireysel bellek anlatısına eşlik etmek için kurgulanmış olsa da sunuluş biçimi olarak hikâyeye bağlantısı kopuk bir şekilde aktarılmıştır. Bu durum da kültürel bellek öğelerini ilgi çekici birtakım unsur olmaktan öteye götürmemekte ve içini boşaltmaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Netflix orijinal yapımı Türk filmlerinde kültürel belleğin anlatıdaki etkisini yorumlamak amacıyla hazırlanan çalışmada, ilk olarak, bir dijital yayın platformu olan Netflix'in çalışma prensipleri ve üretim politikaları ile bir bellek türü olan kültürel belleğin bellek çalışmaları içerisindeki yeri ve bireysel ve kolektif bellekle ilişkisi derlenmiştir. Bu derleme doğrultusunda hem küresel hem yerel pazara hitap eden dijital yayın platformlarında filmlerin yeri ve platformların filmlerin anlatısında nasıl stratejiler takip ettiği ortaya koyulmuş; bu noktada kültürel belleğin bir araç olarak konumlandığı ifade edilmiştir. Çalışma, literatüre Netflix'in kültürel belleği anlatılarda bir araç olarak kullandığı önermesiyle, orijinal yapım Türk filmlerini analizleyen örneklemiyle, Netflix'in yerel ve küresel pazardaki dengeyi kurma çabasının kültürel belleksizleşmeye yol açtığı iddiasıyla katkı sağlamaktadır.

Başlıca gösterim mecraları olan televizyon ve sinema alanlarında dijitalleşme etkisi ile yaşanan teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan dijital yayın platformları, yeni içerik üretim ve tüketim anlayışını doğurmuş, televizyon ve sinemada yer alan geleneksel anlatım tercihlerinden uzaklaşarak izleyiciyle yeni bir ilişki yaratmışlardır. İzleyiciye mekânsal ve zamansal bir özgürlük sunan dijital yayın platformları, yeni medyanın modüler yapısını ve melez karakterini (Thorburn, Jenkins 2003: 3) temsil etmektedir. Yeni medya içerisinde gelişen dijital yayın platformları, izleyicinin verdiği geribildirimlere ve izleyicinin dijital ayak izine bağlı olarak bir üretim döngüsünün yaratıldığı ve izleyicinin de bu döngüyü sürekli tüketerek aktif kıldığı bir işbirliği sürdürmektedir. Böylece izleyiciler dijital yayın platformlarının varlığıyla, dijital birer üretüketici olarak konumlanmışlardır.

Dijital yayın platformlarının izleyici nezdinde yarattığı dönüşüm, seyir kültüründeki farklılaşmayı beraberinde getirmiştir. İzleyicilerin her an her yerde portatif bir seyir gerçekleştirebiliyor olması (Medin 2018: 147), kontrolü izleyicinin elinde hissettiren bir ortam yaratmıştır. Oluşturulan ne zaman, nerede, neyi izleyeceği kararını ve hatta neyin üretileceği kararını izleyicinin kendisinin verdiği yanılgısı, medya emperyalizminin işlerliği için uygun bir alan yaratmaktadır. Yine dijital yayın platformlarının küresel bir pazara hizmet veriyor olması, kültürün dijitalleştiği, sanal mekânların ve sanal kimliklerin yaratıldığı (Koç Akgül, Pazarbaşı 2018: 15), küreselleşmenin hiç olmadığı kadar yayılım kazandığı bir ortam yaratmış; bu ortam yerel kültürler için bir mücadele alanına dönüşmüştür.

Platformlar için izleyiciler aynı zamanda birer müşteridir ve bu doğrultuda öncelikleri müşteriyi memnun etmektir. Algoritma kullanımı ile izleyicinin/müşterinin platformu kullandığı her an her davranışı kayıt altına alınmakta ve dijital ayak izi tutulmaktadır. Böylece izleyicileri kategorize edebilen platformlar, her bir izleyici özelinde o izleyici için önerilen içeriklerden oluşan kişiselleştirilmiş bir arayüz sunmaktadır. Bu durum, egemen kültürün ve ideolojinin yaygınlaştırmak istediği mesajları içeren

içerikleri, algoritma kisvesi altında, izleyicilerin arayüzüne yerleştirmek şeklinde uygulanan birtakım stratejiler yaratmakta ve platformlar bu yolla algoritmaları “ideolojik bir yumuşak güç unsuru” olarak kullanabilmektedir (Toy 2024: 138).

Geleneksel medyanın karşısına yenilikçilik ve çeşitlilik iddiasıyla çıkan dijital yayın platformları, içerikte ve türde yeni denemeler yaratmaya çalışmış olsa da bir noktadan sonra benzer kalıpları tekrar etmeye başlamışlardır. Çeşitliliğin niteliği tartışmalı olsa da niceliksel anlamda bir çeşitlilik yakalandığını söylemek mümkündür. Bu çeşitlilik beraberinde aşırı izleme kültürünü bir kültürel deneyim olarak yerleştirmiş; platformlar da bu durumu yaygınlaştırmak adına içeriklerin sunumunu aşırı izlemeyi teşvik edecek şekilde biçimlendirmişlerdir.

Dijital yayın platformları dünyada yaygınlaşmış ve hemen her ülkede yerli platformlar da geliştirilmeye başlamıştır; bu anlamda sayıca çoklukları göz önünde bulundurulduğunda çalışmada Türkiye’den aktif erişime açık dijital yayın platformları içerisinde Netflix’e ve Netflix’in içerik politikalarına yer verilmiştir. Netflix, dijital yayın platformlarının üretim politikalarını da oluşturan pek çok özelliği yaratan ve hatta dijital yayın platformlarıyla oluşan kültüre de adını veren bir platform olarak çalışmanın dijital yayın platformlarını kapsayan en geniş evreni içerisinde seçilmiştir. Aynı zamanda Netflix, Türkiye’de yayına başlayan ilk uluslararası dijital yayın platformu olması, dünyada en büyük orijinal yapım çeşitliliğine ve abone sayısına sahip olması nedeniyle de ele alınmıştır.

Netflix, geleneksel seyir dinamiklerinin dışına çıkan tutumuyla yeni bir kültürle beraber yeni bir izleyici modeli yaratmıştır. Netflix kültürü ile gelişen yeni seyir biçimi, Francesco Casatti ve Mariagrazia Fanchi’nin televizyon karşı yoğun bağlılık geliştirilen seyir biçimini tanımladığı telefili ve sinema filminin niteliği üzerinde durulan seyir biçimini tanımladığı sinefili ayırımına referansla tanımlanmıştır. Dijital yayın platformları özelinde aşırı izleme kültürüyle de gelişen seyir biçimine ve bu kültürü yaratan Netflix’e atfen netfili kavramı, gelişen yeni seyir bağlılığını karşılayacak kavram olarak önerilmiştir.

Netflix’in yarattığı yeni seyir kültürünün etkilerinin yanı sıra, sektörel konumu ile de ekonomi-politik bir hegemonya gerçekleştirdiği ve bu bağlamda platform emperyalizmine hizmet ettiği söylenebilir. Netflix yarattığı kültürel hegemonyayı, içerik politikaları doğrultusunda şekillendirmektedir. Bu bağlamda Netflix şablonu olarak tanımlanabilecek, Netflix kültüründen doğan ve artık hemen her platformda etkileri görülen belli başlı kurallar sıralanmıştır. İzleyici için her adımı kolaylaştırmak ve izleyicinin uzun süreli ve kalıcı abonelik geliştirmesini sağlamak hedefiyle, tüketici merkezilik birinci kuraldır. İzleyicinin platformda erişme arzusu duyacağı her türden içeriğin platformda bulunması hedefiyle, yenilik ikinci kuraldır. Yerel ve küresel pazar dengesini bularak hem yerli hem yabancı izleyiciyi platformda tutmak hedefiyle, orijinal içerik üretimi üçüncü kuraldır. Her

izleyicinin keyif alacağı çeşitlilikte, her türden içeriği bulundurmak ve içerik kütüphanesini orijinal içeriklerle seyri ise aşırı izleme kültürüyle desteklemek hedefiyle, çeşitlilik dördüncü kuraldır. Ülkeler bazında yerel içerik üretimi yaparken yerel içeriklerin küresel pazarda da yer alacağı bilgisiyle hareket etmek ve kültürel kodların iç içe geçişini sağlamak hedefiyle, küresellik ve yerellik dengesi beşinci kuraldır.

Netflix'in geliştirdiği içerik politikaları, Robert Hodge ve Gunther Kress'in sözünü ettiği metinlerin nasıl işlediğini anlamak için bakılması gereken kodlar doğrultusunda yorumlanmıştır. Netflix'in endüstriyel boyutu, üreticilere yönelik üretim kuralları bağlamında göz önünde bulundurulmuştur. Yapım kanalında Netflix, orijinal içerik üretirken her bir ülkenin yapım ekipleriyle çalışmayı tercih etmiştir. Öncelikli hedef yerli izleyici olmakla beraber, üretilen içeriklerde, küresel pazarda erişilecek yabancı izleyiciler de hedeflendiğinden, kültürel kodlar olabildiğince açıklamalı sunulmakta, ülkenin popüler oyuncularına yer verilmekte, çekimler turistik ve kültürel miras niteliği taşıyan mekânlarda gerçekleştirilmektedir. Bu yapılaşma, bir yandan sektörel bir tekelleşmeye öte yandan içeriklerde tekrara ve standartlaşmaya yol açmaktadır. Dağıtım ve gösterim kanallarında ise filmlerin sinemada ve/veya Netflix'te gösterime girmesine ilişkin öncelik tartışmaları doğmuş; Netflix, dijital yayın platformlarının bir gösterim mecrası olarak kabul edilmesine ve Netflix'te gösterim yapan bir filmin sinemada gösterim yapan filmlerle eşdeğer tutulmasına yönelik bir mücadele içerisine girmiştir.

Netflix izleyici ile kurduğu iletişimde, izleyicinin sürekli içerik tüketmesini teşvik etmektedir. Çok sayıda içeriğin hızlı tüketimi, içeriklerin gündemde çok kısa süreli kalmasına, hızlıca unutulmasına ve bazen yok olmasına yol açmakta; izleyicilerin tüketim halinden duydukları hazzın bir bağımlılığa dönüşmesine neden olmaktadır. Netflix'in kültüre bağlı olarak geliştirdiği yerel – küresel ikiliğini dengede tutmak, sürekli tüketimi teşvik etmek ve kültürel kodları biçimden anlatıya ve tanıtım öğelerine dek içeriğin her bir çıktısına dâhil etmek stratejileri, izleyiciyi eylemsel açıdan doğrudan yönlendiren stratejiler olarak nitelenebilir.

Netflix'in, hem yerli hem küresel pazara içeriklerini sunan bir platform olarak yerel ve evrensel kodları belirli bir denge içerisinde tutmaya çalışırken faydalandığı semiyotik kodlar, egemen kültürün yaygınlaştırılması ve yerel kültürler üzerinde bir kültürel belleksizleşme etkisi yaratılması için araç olarak kullanılmaktadır. Netflix, yerel olana imkân tanıyıcı gibi görünürken ve ideolojik mesajlarla her bir ülke izleyicisinin ideolojisinin yanındaymış gibi bir tavır takınarak manipülatif bir ilişki yürütürken en çok yerel olana zarar vermektedir. İzleyiciler kendilerine kültürel olarak en yakın olan içeriği izleme eğilimiyle hareket ederek yerli içerikleri tüketmekte, yerli içeriklere sızmış olan Amerikan kültürüne özgü öğeleri farkında olmadan içselleştirmektedir. Bu gibi içeriklerde, modern ve geleneksel

çatışmasıyla biçimlenen tercihlerle, Türkiye algısının oryantalist bir perspektiften sunulduğu söylenebilir.

Netflix'in metin dışında kalan ve kültür endüstrisine hizmet eden kodlarla ilişkisine bakıldığında, içeriklerin tüketimi için izleyicilerin belirli bir ücret ödemesi, tüketimin her an her yerde sağlanabilmesi, daha çok içerik daha fazla tüketim döngüsüyle sayısız içerik üretilmesi gibi bir hız, tüketim ve yerine koyma döngüsünün varlığından söz edilebilmektedir. Netflix, izleyicileri sürekli eğlendiren ve rahatlatan, kaçırdıkları anda sosyal gündemlerden uzak kalacakları endişesi yaratan içerikleriyle sürekli tüketimi sağlamak ve bunun sonucunda karını artırmakta, egemen ideolojileri çok geniş kitlelere benimsetmeyi başarmaktadır.

Netflix, kültür endüstrisinin nitelikleri ile doğrudan ilişki içerisindedir. Standartlaşan, birbirinin benzeri dinamikleri takip eden, geleneksel medya dinamiklerinden de farklılığı tartışmalı olan içerikleriyle, izleyicinin bağımlılığını sağlaması ve sürekli tüketim halini yaratmasıyla ve tahmin edilebilir bir üretim döngüsünü takip etmesiyle Netflix'in kültür endüstrisinin dijital taşıyıcısı olduğu yorumu yapılabilir.

Netflix'in endüstriyi ve seyir dinamiklerini üretici ve alıcı boyutunda dönüştüren stratejileri, platformu egemen ideolojilerin ve kültür endüstrisinin birer taşıyıcısı kılan kaygan zemini oluşturmuş; yaratılan dönüşümle üretici, üretilen söylem ve alıcı arasındaki ilişkiler iç içe geçmiştir. Kontrolü zor bir alana hizmet sunan Netflix, yerel ölçekte de küresel ölçekte de egemen olanın tarafında konumlanmaktadır. Bu bağlamda küyerelleşmeye alan açan bu tutum, yerel olanın bozuma uğramasıyla, egemen olanın kültürel bir tektipleştirme yaratmasıyla sonuçlanmaktadır. Çalışmanın ana sorusu olan, Netflix'in yerel ve evrensel kültür dengesini içeriklerinde ne şekilde sağladığı sorgulaması da Netflix'in orijinal yapım içeriklerinde nasıl bir kültürel etki yarattığını anlamak amacıyla doğmuştur. Bu doğrultuda Netflix'in yarattığı yerel ve evrensel etkiyi yorumlayabilmek adına, Netflix orijinal yapımı Türk filmleri, anlatılarındaki kültürel bellek etkisi üzerinden değerlendirilmiş; bu bağlamda yerel ve evrensel kültür dengesinin filmlerin anlatısında ne şekilde sağlandığı yorumlanmıştır.

Anlatıdaki kültürel bellek etkisinin izlerini sürmek söz konusu olduğunda, belleğin, sonradan edinilen deneyimlerle ve olgunlaşan düşünce süreçleriyle yeniden şekillendirilebilir bir olgu olduğunu temel almak gerekmektedir. Belleğin etkiye açık bir olgu olduğunun bilincinde olan ideolojiler, belleği çarpıtarak ve gerçekliği bozuma uğratarak kendi lehlerine kullanımlar yaratabilmektedirler (Şahin Kaya 2011). Belleğin çarpıtılması hem bireysel hem kolektif hem de kültürel düzlemde farklı sonuçlara yol açmaktadır. Hatırlamanın yalnızca zihinsel boyutuna odaklanılan bireysel bellekte hafıza kaybı, perde anılar, zihinsel çarpıtmalar, travmalar gibi durumlar gündeme gelmektedir. Bireylerin bir araya gelmesi ve bir grup halini almalarıyla oluşan, grubun üyelerine biraradalık hissini vermek için anlatılarla kurulan

ve toplumsal bir çerçevesi olan kolektif bellekte ise genellikle tarih yazımı noktasında birtakım çarpıtmalar gündeme gelmektedir. Bu noktada bir aktarım krizi doğmakta, aktarım söz konusu olduğunda ise kültürel bellek ortaya çıkmaktadır.

Kültürel bellek doğrudan gelenekle ilişkili olan “bir tür kült belleğidir.” (Abensour 2022). Geçmiş kaydederken sıklıkla sembolleri kullanan kültürel bellek, anlatılarda sembolik okumalar yoluyla ortaya çıkarılabilmektedir. İnsan ile ortaya çıkan, insanın olduğu yerde oluşan ve insana özgü olan her şeyi barındıran kültür kavramı, bu geniş kapsamı nedeniyle iktidarların işini kolaylaştıracak bir durum yaratmaktadır; her bir şeyin tek bir sözcükle niteleniyor oluşu tüm bunların yukarıdan bir bakışla bir araya toplandığını ve organize edildiğini düşündürmektedir (Adorno 2020). Bu doğrultuda kültürlerarasılığın ve transkültürelliğin yaygınlaştığı, egemen kültürün karşısında alt kültürlerin doğduğu, egemen kültürün bir araç olarak popüler kültürü yarattığı ve kullandığı, küreselleşme etkisiyle kültürel kimliklerin bozuma uğratıldığı, kültürün metalaştığı ve bir endüstri haline geldiği düzende, kültürel emperyalizmin doğması kaçınılmaz olmuştur. Yerel kültürler için bir tehdit olarak da algılanabilecek olan kültürel emperyalizm, en açık şekilde, kitle iletişim araçları aracılığıyla kurulmaktadır. Geleneksel kitle iletişim araçlarından dijital medya teknolojilerine kültürel emperyalizm sürmekte; ayrıca dijital medya teknolojileri, belleği taklit eden depolama alanları sunmasıyla bir yandan belleği canlı tutarken bir yandan da sürekli yeni veri girişiyle unutma döngüsünü hızlandırmaktadır. Bu durum kültürel belleğin aktarımı noktasında çok geniş bir alan sunmakta ve böylece kültürler arası geçişliliğin, yerel kültürün özüne zarar verecek şekilde artmasına yol açmaktadır. Dijitalleşmeyle kültürel bellek alanında da bir dönüşüm gerçekleşmiş; dijitalleşme kültür politikalarının yayılma hızını ve kapasitesini artırmıştır. Kültür politikaları yeni medya araçlarıyla bir metaya dönüşmüş; beraberinde tüketim kültürünü de doğuran kültür politikaları ve yeni medya ilişkisi, kuşaklar arası bir kültürel şok ve ayrım da yaratmıştır (Ölçekçi 2020). Kültür endüstrisinin dünden bugüne var olan kitleleri kontrol etme hali, geçmişten bugüne bir kültürel belleksizleştirme etkisiyle bellek yitimine yol açsa da bu durum dijitalleşme sonrasında daha belirgin bir hale bürünmüştür.

Çalışmada incelenen Netflix platformunda yer alan orijinal yapım Türk filmleri, Türk sinemasının dünden bugüne kitle kültürü ile kurduğu ilişkiyi sürdürmektedir. Türkiye’nin coğrafi konumu, politik duruşu ve tarihi göz önünde bulundurulduğunda anlatılarda da kültürel çeşitlilik ve yerel ve küresel olanın çatışması her daim gözlenen olgular olmuştur. Dijital yayın platformları söz konusu çeşitliliği Türkiye özelinde bir tür politikaya dönüştürmüşlerdir. Bu durum Türk filmlerinin anlatısının yerel ve küresel anlamda karşılık bulmasını kolaylaştırırken öte yandan yerelde bir reddedişe veya küreselde bir anlam karmaşasına yol açma riskini de beraberinde getirmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, Netflix orijinal yapımı olarak üretilmiş -2016’dan 2025 yılı başlangıcına dek- 33 Türk filmi incelenmiştir.

Netflix orijinal yapım olarak üretilen filmlerin, film ekiplerinde popülerlik ve tanınırlık kıstasının arandığı görülmüştür. Ağırlıklı olarak OGM Medya, BKM, Ay Yapım, TAFF ve Lanistar Medya gibi, televizyonda dizileriyle ve sinemada ana akım filmleriyle ön plana çıkan yapım şirketleri ile çalışıldığı görülmüştür. Bu durum tekrarlayan yapısı göz önünde bulundurulduğunda, Netflix orijinal yapımlarında bir tekelleşmenin var olduğunu ortaya koymaktadır. Bağımsız üretim yapan yapımcıların filmlerine yer verilmemekle birlikte bu durum yalnızca yapım ekiplerinde değil yönetmen ve oyuncu tercihlerinde de gözlemlenmektedir. Yönetmenler de genellikle geleneksel medyada ve popüler sinemada yönetmenlik yapmış Ozan Açıktan, Uluç Bayraktar, Ketche Hakan Kırvavaç, Mehmet Ada Öztekin gibi isimlerden oluşmaktadır. Oyuncular, filmler arası sıklıkla tekrar etmekte; Şenay Gürler, Nejat İşler, Funda Eryiğit, Kıvanç Tatlıtuğ, İlayda Akdoğan, Yılmaz Erdoğan, Dilan Çiçek Deniz gibi isimler öne çıkmaktadır. Filmlerin senaryolarında ise uyarlamaların ağırlık gösterdiği bir diğer bulgudur. Bu doğrultuda Netflix'in popüler konulara ve türlere eğildiğini, hedef kitlesi olarak genç izleyici kitlesini belirlediğini ve onların sevdiği oyunculara yer verdiğini, uyarlama senaryolarla risk almadan hâlihazırda Türk okur tarafından okunmuş ve beğenilmiş içeriklere yöneldiğini söylemek mümkündür.

Netflix orijinal yapım olarak üretilen filmlerin tema ve tür eğilimlerine bakıldığında, en yüksek oranda ilişki, aşk temasının işlendiği görülmüştür. Ayrıca geçmiş ve geçmişle kurulan ilişki teması da ağırlık gösteren bir diğer temadır. Tür dağılımında ise en çok dram ile hibrit şekilde romantik-dram, komedi-dram türlerinin öne çıktığı söylenebilir. Filmlerin geçtiği mekânlar çok yüksek oranda İstanbul'da; Balat, Beyoğlu ve Galata çevresinde konumlanmıştır. Söz konusu bölgelerin seçilmiş olması, İstanbul'un tarihini ve kültürlerarası kimliğini oldukça iyi yansıtan ve turistik olarak da tanınan mekânlar olmasıyla ilişkilendirilebilir.

Netflix'in Türkiye'ye özgü içerik üretim politikalarında, bir önceki paragrafta da bahsi geçen ve üretimleri ağırlıklı olarak gerçekleştiren yapım şirketlerinin ve film ekiplerinin geleneksel medyaya içerik üreten şirket ve ekipler olmasından hareketle, izleyici hedef kitlesini geleneksel medya dizi izleyicisinin oluşturduğu ve hedef kitlenin beklentisini karşılamak adına aşına olduğu yüzlerle, alışkanlık geliştirdiği hikâye biçimlerini tekrar etmeyi tercih ettiği söylenebilir.

İncelenen 33 film arasından, anlatının kültürel bellek temelli bir anlatı olması ve yerel kültürel kodlara yer vermesi ölçütüne en çok uyan üç film olan, Andaç Haznedaroğlu yönetmenliğinde çekilen *Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?*, Berkun Oya tarafından yönetilen *Cici* ve Özcan Alper yönetmenliğinde çekilen *Aşıklar Bayramı* filmleri göstergebilim yöntemiyle analiz edilmiştir. Analizler yapılırken yararlanılan Juri Lotman'ın kültürel göstergebilim yaklaşımı, kültürel kavramların karşılıklarının, her ne kadar metin içerisinde statik bir karşılığı olsa da alımlama aşamasında dinamik bir forma büründüğünü işaret etmesi açısından önem taşımaktadır. Çözümlenen kodların anlam karşılığı,

yönetmenin özgül tercihleriyle şekillenen metin içerisindeki anlamı ile statik olarak sunulmuş olsa da kültürün sürekliliği göz önünde bulundurularak söz konusu anlam karşılıklarının farklı anlatı yapıları ve farklı kültürel yorumlamalar içerisinde birebir aynı karşılığı taşıması beklenmemelidir. Analiz sırasında, Türk yapımı orijinal içeriklerin anlatısındaki Türk kültürel belleğine ilişkin kodların ilgili anlatı çerçevesindeki statik karşılıkları yorumlanmıştır.

Sen Hiç Ateş Böceği Gördün Mü?, bireysel ve toplumsal belleği kültürel bellek üzerinden anlatan bir dönem filmidir. Film, sağ-sol çatışması, modernleşme, medya ve ideoloji gibi unsurları karakterler ve semboller aracılığıyla işlemiştir. Küresel izleyiciye ulaşmak için evrensel kodlarla inşa edilen film, yerli izleyiciye ise kültürel belleğin çağrışımlarıyla seslenmektedir. Filmin anlatısında, evrensel kültürel kodlara ağırlık verilerek yerel kültürel kodlar arka planda bırakılsa da majör bir bozumdan veya kısıtlamadan söz etmek pek mümkün değildir. Anlatının Türk kültürel belleğine özgü bir hikâyeye şekillenmesi, yerel kültürel kodların tamamıyla yok edilmesini engellemiş olsa da evrensel kültürel kodların öne çıkarılmasıyla kültüre belleğe ilişkin bir bastırma yönteminin varlığından söz edilebilir. Bu durum bir yandan küresel pazarın bir gerekliliği gibi pozitif bir bakış açısıyla yorumlansa da öte yandan egemen kültürlerin tektipleştirme çabasının da bir adımı olarak yorumlanabilir. Egemen ideolojilerin yayılcı ve kontrolcü yapıları göz önünde bulundurulduğunda bu durumu küresel pazarın gerekliliği şeklinde yorumlamak egemen ideolojilerin yönlendirdiği bir bakış açısı olarak konumlanmaktadır. Eleştirel bir yaklaşımla, evrensel kültürel öğelerin ağırlık kazanmasının günlük yaşamın bir realitesi olması ve filmin de bu realiteyi aktarması dahi egemen olanın yerel olan üzerindeki tahakkümünün boyutlarını göstermektedir.

Cici, bellek temelli anlatısıyla ve hem karakterler hem de mekân özelinde aktardığı kültürel dönüşüm olgusuyla öne çıkmaktadır. Film, karakterlerin yaşadıkları çatışmaları bir travma ekseninde konumlandırmış; bu çatışmaları filmin mekânı da olan evi merkeze alarak yıllar boyu takip etmiştir. Film, belleğe dair fizyolojik, sosyolojik ve kültürel üç bakış açısına da yer vermiş; belleği, travmayı, nostaljiyi, kültürü semboller aracılığıyla filmin görselliğine işlemiştir. Hem küresel pazardaki hem de yerel pazardaki izleyiciyi göz önünde bulundurarak ağırlıklı olarak evrensel kültürel kodların kullanımına yer veren film, dönemler arasında yarattığı evin ve karakterlerin dönüşümleriyle, ilk zamansal düzlemde son zamansal düzleme giderek evrensel bir kod diline daha da yaklaşmıştır. Filmin anlatısında, evrensel kültürel kodlara ağırlık verilerek yerel kültürel kodlar arka planda bırakılsa da majör bir bozumdan veya kısıtlamadan söz etmek pek mümkün değildir. Yine de anlatıda evrensel kültürel kodların yerleştiği dönüşüm sürecinin doğal bir süreç olarak inşa edilmesi, yerellikten uzaklaşma gerekliliği yönünde yanlış bir algılayışın doğmasına sebebiyet vermesi mümkündür.

Âşıklar Bayramı, kültürel belleği bir araç olarak kullanma ve böylece küresel ve yerel pazarda etki uyandırma potansiyeli doğrultusunda orijinal yapım bir içerik olarak platform havuzuna eklenmiştir. Küresel pazardaki yabancı izleyici ve yerel pazardaki yerli izleyicinin film özelinde hemen hemen aynı kümede yer alması, anlatıda kullanılan kültürel bellek öğelerinin bir alt kültüre ait öğeler olmasıyla ilişkilidir. Anlatı yapısında âşıklık geleneğine ve Alevi kültürüne dair kültürel kodların birer meta şeklinde yer alması, filmin anlatısındaki kültürel bellek etkisinin stratejik bir etki olduğunu düşündürmektedir. Filmin tanıtımlarında, söz konusu kültürel bellek etkisinin arka planda bırakılarak popüler oyuncuların ön plana çıkarılması da yine platformun görünürlük ve öneri sistemleri politikasının bir parçasıdır. Bu doğrultuda *Âşıklar Bayramı* filminin anlatısında baba ve oğul hikâyesinin yer yer önüne geçen kültürel bellek anlatısı, bireysel bellek anlatısına eşlik etmek için kurgulanmış olsa da sunulmuş biçimi olarak hikâyeye bağlantısı kopuk bir şekilde aktarılmıştır. Bu durum da kültürel bellek öğelerini ilgi çekici birtakım unsur olmaktan öteye götürmemekte ve içini boşaltmaktadır.

Üç film özelinde yapılmış derinlemesine analizlerle beraber, Netflix orijinal yapım Türk filmlerinin endüstriyel, tematik ve biçimsel eğilimleri bir arada düşünüldüğünde; Netflix'in, Türkiye özelinde, endüstriyel boyutta platform emperyalizmini geliştirdiği, izleyicinin seyir pratiklerinde ise kültürel bir hegemonya kurduğu söylenebilir. Filmlerde görülen tekrarlayan film ekipleri ve yerli izleyicinin geleneksel medyadan aşına olduğu anlatı kalıpları ile izleyicinin popüler kültür bağımlılığı, ticari kârın sürekliliği için kullanılmaktadır. Yine tekrarlayan endüstriyel dinamikler ve biçimsel pratiklerle, bir yandan geleneksel medyayla öte yandan da zaman içerisinde sayıca artan rakip dijital yayın platformlarıyla mücadelede sektörel egemenliği elde tutmak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda Netflix'in, Türk filmleri özelinde, endüstriyel boyutta bir tekelleşmeye, izleyici boyutunda bir tüketim bağımlılığına, içerik boyutunda standartlaşmaya, semiyotik kodlarla kurduğu ilişkide kültürel belleksizleşmeye yol açtığı; böylece kültür endüstrisiyle kurduğu ilişkiyi her açıdan sağlamlaştırdığı yorumu yapılabilir.

Sonuç olarak, dijital yayın platformlarının ve özelde de Netflix'in, küresel pazarda içerik dağıtan platformlar olarak, orijinal yapım üretimlerde yapım koşulları bağlamında yerel izleyici nezdinde içerikleri takip edilen yapım şirketleri, yönetmenler ve oyuncular ile çalışma prensibini benimsediği, yerli izleyici tarafından yine sıklıkla alınılan ve bir çeşit konfor alanına da dönüşen dram ve romantik komedi türlerindeki içerikleri üretmeyi tercih ettiği söylenebilir. Yerli izleyicinin beğenileriyle şekillendirdiği çerçevenin içi, yabancı izleyicide ilgi uyandıracak turistik mekânların anlatılarda tercih edilmesiyle doldurulmaktadır. Bu anlamda bir yerel ve evrensel kültür dengesi yaratmaya çalışan Netflix için Türkiye'nin çok kültürlü yapısı zengin bir alan sunmaktadır. Netflix'in orijinal yapım olarak ürettiği Türk filmlerinin anlatısında kültürel bellek, anlatının temellendiği hikâyede yer alsa da sunuş şekli ile bir araca dönüşmekte; kültürel bellek öğeleri bir ilgi unsuru olarak

konumlandırılmaktadır. Bu doğrultuda filmlerde yer alan yerel kültürel öğeler ve evrensel kültürel öğeler arasındaki dengede, yerel kültürel öğeler anlatıya daha çok hizmet eder görünse dahi evrensel kültürel öğelerin sayıca çokluğuyla anlatıya hükmetmektedir. Ayrıca anlatılarda zamansal olarak yerel kültürel öğelerin geçmiş zamanla, evrensel kültürel öğelerin ise şimdiyle karakterize edildiği söylenebilir. Bu bakışla, yerel kültürel öğelerin geçmişte kalan, yer yer demode öğeler olduğu, zamanın ritmini yakalamak için evrensel kültürel öğeleri benimsemek gerektiği gibi bir anlam yaratılmaktadır. Netflix içerik politikalarıyla da evrensel kültürel öğelerin yaygınlaşmasını sağlamakta ve böylece yerel kültürel öğeleri bir araç olarak kullanarak temelde onları evrenselleştirmekte ve özgünlüklerini aşındırmaktadır. Orijinal yapım Türk filmlerinin anlatısında ağırlıklı olarak Amerikan kültürünün etkisi görülmekte; Doğu ve Batı arasındaki bir köprü olarak konumlanan Türkiye'nin hâlihazırda pek çok kültürün etkisini barındıran yapısı, alt kültürlerin bir ilgi ve merak unsuru olarak kullanıldığı Netflix politikalarına zemin sunmaktadır. Orijinal yapım Türk filmlerinde, yerel kültürel öğelerin bir araç olarak kullanılmasıyla yerel kimlik de bir dönüşüm içerisinde verilmiş; karakterler bu dönüşüme travma tepkisi ile karşılık göstermişlerdir. Anlatılarda sıklıkla geçmişle hesaplaşma ve yüzleşme temalarının var olması da bu durumla ilişkilidir. Özetle, Netflix orijinal yapım Türk filmlerinin anlatısında yerel kültür ve kültürel belleğe ait öğeler, yerli izleyicinin aşinalık duygusu ve konfor alanı kullanılarak tercih edilse de yabancı izleyiciler için bir ilgi ve merak unsur olarak konumlandırılmıştır. Bu durum hem bellek turizmine hem kültürün metalaşmasına hem de kültürel belleksizleşmeye yol açarak kapitalist kültür endüstrisi dinamiklerinin işlemesine neden olmaktadır.

Bu tezin ortaya koyduğu; Netflix'in, küresel pazardaki yabancı izleyici ile yerli izleyiciyi ortak kümede buluşturabilmek için kültürel belleği anlatılarda bir araç olarak kullandığı ve özellikle orijinal yapım üretimlerde kültürel bellek etkisinin yerel ve evrensel kodlar üzerinden analizlenebildiği bilgisi farklı örneklem grupları ile geliştirilebilir durumdadır. Netflix'in orijinal yapım Türk dizilerinin anlatısı kültürel bellek etkisi üzerinden yorumlanarak dizi ve film anlatısındaki benzer veya farklı içerik politikaları analizlenebilir. Aynı şekilde, Netflix'in üretim yaptığı farklı ülke pazarlarındaki üretimler ile Türkiye pazarındaki üretimler karşılaştırmalı olarak incelenerek anlatılarda yer alan kodlar üzerinden kültürel etkileşim okumaları yapmak mümkündür. Tezin, kendinden sonraki çalışmalar için kaynak görevi görmesi umut edilmektedir.

KAYNAKLAR

Aba, A. (2024), “Dijital dizi ve film platformlarının çetelesi”, *NewsLab*, <https://www.newslabturkey.org/2024/05/29/dijital-dizi-ve-film-platformlari-cetelesi/> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

Aka, M. C. (2024), “Apple TV+: Orijinal içeriklerle dolu bir platform”, *Sihirli Elma*, <https://www.sihirlielma.com/2024/10/10/apple-tv-orijinal-iceriklerle-dolu-bir-platform/> (Erişim tarihi: 07 Mart 2025).

Abensour, A. (Ed.), (2022), *Bellek*, (Çev. G. K. Rocheman), Ankara: Fol.

Aboudou, I. (2023), Leveraging big data analysis to enhance customer experience: A comparative study of Apple, Airbnb, Starbucks, Netflix, and Amazon, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Adanır, O. (2003), *Sinemada Anlam ve Anlatım* (2. Baskı), Bursa: Alfa.

Adhikari, V. K., Guo, Y., Hao, F., Varvello, M., Hilt, V., Steiner, M., Zhang, Z. (2012), “Unreeling Netflix: Understanding and Improving Multi-CDN Movie Delivery”, *IEEE Infocom*, 1620-1628.

Adıgüzel Özbek, D. (2015), “Şiirsel İmgelem Olarak Mekânı Düşlemek: Gaston Bachelard’ın Mekân Düşüncesi”, *4. İç Mimarlık Sempozyumu, 6-7-8 Mayıs 2015*, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.

Adorno, T. W. (2003), “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, (Çev. B. O. Doğan), *Cogito*, 36: 76-83.

Adorno, T. W. (2020), *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi* (11. Baskı), (Çev. N. Ülner & M. Tüzel, E. Gen), İstanbul: İletişim.

Akbaba, N. (2021), Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde İnternet Dizi İzleyicileri Üzerine Bir İnceleme: Netflix, PuhuTV, BluTV Örneğinde, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akbaş, Y. (2023), “Yerli dijital içerik platformu GAIN, Rams Türkiye'ye satıldı”, *Donanim Haber*, <https://www.donanimhaber.com/yerli-icerik-platformu-gain-rams-turkiye-ye-satildi-162984> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

Akbaş, Y. (2025), “Paramount+ içerikleri beIN iş birliği ile Türkiye’de yayınlanacak”, *Donanım Haber*, <https://www.donanimhaber.com/paramount-icerikleri-bein-is-birligi-ile-turkiye-de-yayinlanacak--188275> (Erişim tarihi: 16 Mart 2025).

Akbayır, A. (2024), Netflix Orijinal İçeriklerdeki Türk Dizilerinde Postmodern Bireyin İnşası: Göstergebilimsel Bir Analiz, Doktora Tezi, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akçay, N. (2020), “Son günlerdeki Netflix ve sansür tartışmaları üzerine”, *Independent Türkçe*, <https://www.indyrturk.com/node/214336/t%C3%BCrkiyeden-sesler/son-g%C3%BCnlerdeki-netflix-ve-sans%C3%BCr-tart%C4%B1%C5%9Fmalar%C4%B1-%C3%BCzerine> (Erişim tarihi: 16 Mart 2025).

Akgün, S. (2024), Sosyal Medyanın Marka Bilinirliğine Etkisi: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Akın, B. (2018), “Kültürel Bellek ve Müzik”, *Eurasian Journal of Music and Dance*, 13: 101-117.

Akın, B. (2020), “Alevilikte “Niyaz” Kavramı Ve Niyaz Merkezli Ritüeller”, *Türk Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 8 (22): 98-116.

Akın, D. (2020), Yaratıcı Endüstrilerin Küresel Kültür Politikalarına Yansıması: Netflix Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, Adana, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akpınar, M. (2024), “Netflix interaktif içeriklerini kaldırıyor: Yenileri de yapılmayacak”, *Donanım Haber*, <https://www.donanimhaber.com/netflix-interaktif-iceriklerini-kaldirmaya-basladi--183849> (Erişim Tarihi: 12 Mart 2025).

Akyapı, N. (2023), Kullanımlar Ve Doyumlar Bağlamında Yeni Medya Platformlarından “Netflix” Uygulamasının Dizi Film Tüketiminde Kullanıcı Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Albal, E. (2019), “Geçmişin Hakikati ve Hatırlamanın Özgürlüğü: Kolektif Bellek, Hukuk ve İnsan Hakları”, *İnsan Hakları Yıllığı*, 37: 67-103.

Algın, G., Satıcı, B., (2022), “Bellek ve Mekânın İlişkisinde Ev Olgusu Üzerine Bir Araştırma”, *Journal of Technology and Applied Sciences*, 4(2): 14-20.

Algül, M. (2021), Queer medyayı alımlamak: Bir queer televizyon çalışması olarak Netflix televizyon içeriklerinin incelenmesi, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Altunbey, T., Yağbasan, M. (2020), “Kültürlerarası Çalışmalarda Yöntemler, Yaklaşımlar ve Kuramlar Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, *Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10 (2): 182-200.

Alver, K. (2010), “Emile Durkheim ve Kültür Sosyolojisi”, *Sosyoloji Dergisi*, 3 (21): 199-210.

Amazon Prime Video Türkiye (2025), Anasayfa, <https://www.primevideo.com> (Erişim tarihi: 27 Şubat 2025).

ANCA (2023), Anca_Dc, X, https://x.com/ANCA_DC/status/1674459393952186368 (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Anghelcev, G., Sar, S., Martin, J. D., Moultrie, J. L. (2021), “Binge-Watching Serial Video Content: Exploring the Subjective Phenomenology of the Binge-Watching Experience”, *Mass Communication and Society*, 24(1): 130-154.

Anık Gök, S. (2021), “Kültürel Bellek Bağlamında Fotoğrafın Gösterdikleri”, *AART Uluslararası Anadolu Sanat Sempozyumu Tam Bildiri Kitabı*, 683-694.

Appadurai, A. (1995), “The Production of Locality”, R. Fardon (Ed.), *Counterworks: Managing the Diversity of Knowledge*, New York: Routledge: 204-225.

Arda Kına, G. (2023), Netflix Algoritmasının “Güçlü Kadın Karakterleri”: Yabancı Polisiye Diziler Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mardin, Mardin Artuklu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Arık, B. (2006), “Raymond Williams”, Çoban, B. (Ed.), *Kadife Karanlık 2: Ayna Şövalyeleri*, İstanbul: Su Yayınları: 117-139.

Arıkan, H. (2020), “Kitle Kültürü ve Metalaşan Sanat”, *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 6 (2): 149-157.

Aslan, A. (2025), “Türkiye’de en çok izlenen platform belli oldu!”, *ShiftDelete*, <https://shiftdelete.net/turkiye-en-cok-izlenen-platform-belli-oldu> (Erişim tarihi: 26 Şubat 2025).

Assmann, A. (2011), *Cultural Memory and Western Civilization: Functions, Media, Archives*, New York: Cambridge University Press.

Assmann, J. (2008), “Communicative and Cultural Memory”, Erll, A., Nünning, A. (Eds.), *Cultural Memory Studies. An International and Interdisciplinary Handbook*, Berlin, New York: De Gruyter: 109-118.

Assmann, J. (2022), *Kültürel Bellek: Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik* (4. Baskı), (Çev. A. Tekin), İstanbul: Ayrıntı.

Aşıloğlu, E. (2024), “Thematic Analysis of Turkish Short Films Released on MUBI”. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 14 (4): 1060-1075.

Ateşçi, E. (2017), “Ruha Dokunan Bellek Aracı: Müzik”, Pösteki, N. (Ed.) *Bellek Tazeler Yanlıları*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları: 125-154.

Atasoy Aktaş, A. D. (2021), Dijital Platformlarda Kullanılan Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kullanıcı Motivasyonları Üzerinden İncelenmesi: Netflix Örneği, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ay, A. (2020), “Medya ve Kültür Endüstrisi Eleştirisinin Yeniden Üretimi”, *Selçuk İletişim*, 13(1): 314-337.

Aydemir, M. (2023), “Dijital platformlarda içerik mülkiyeti stratejileri: “Sadece” modeli üzerine bir inceleme”, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(3): 1457-1478.

Aydın, D. (2023), “Yerel Kültürün Küreselleşmesi Hala Mümkün Mü?: Netflix Türkiye ve Egemen Kültür Üzerine Bir İnceleme”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 11 (1): 715-743.

Aydın, E. Ş. (2022), Covid-19 Pandemisi Döneminde Türkiye’de Dönüşen Sinema İzleyicisi: Netflix Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aydınlı, E. B. (2017), “Jacques Derrida’da Yazı ve Anlam Oyunu”, *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* (38): 151-160.

Aydınhan, G. (2021), Toplumsal Cinsiyet Kalıplarının Dijital Platformlarda İşlenmesi Konusunda Nitel Bir Araştırma: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Bachelard, G. (1996), *Mekânın Poetikası*, (Çev. A. Derman), İstanbul: Kesit Yayıncılık.

Bahadır, M. (2016), Theodor W. Adorno’da Kültürün Metalaşması, Doktora Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bakiner-Çekin, A., Çalışkan, H. (2020), “Language and Culture”, *Language Teaching and Educational Research (LATER)*, 3(1): 163-175.

Baltacı, P. (2024), Netflix Yapımlarında Seküler ve Muhafazakâr Kimlik Analizi: Bir Başkadır ve Fatma Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Barfield, C. (2018, 23 Mart), “Steven Spielberg Thinks Netflix Films Are ‘TV Movies’ And Shouldn’t Compete For Oscars”, *The Playlist*, <https://theplaylist.net/steven-spielberg-netflix-oscars-20180323/> adresinden alındı.

Başaran İnce, G. (2010), “Medya ve Toplumsal Hafıza”, *Kültür ve İletişim*, 13 (1): 9-30.

Başer, E., Akıncı, S. (2020), “Kullanıcı Deneyimi ve Kişiselleştirme Bağlamında Bir Dijital Platform İncelemesi”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 13 (2): 866-897.

Başer, E., Söğütlüler, T. (2023), “Değişen İzleme Eğilimleri Çerçevesinde Dijital Platformlar ve İçerik Reklamları Üzerine Bir İnceleme”, *Akdeniz İletişim*, (41): 1-26.

Bauman, Z. (2017), *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları* (7. Baskı), (Çev. A. Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı.

Bauman, Z. (2023), *Tüketici Hayat*. (1. Baskı), (Çev. K. Oğuz), İstanbul: Tellekt.

Barthes, R. (1993), *Göstergebilimsel Serüven*, (Çev. M. Rifat & S. Rifat), İstanbul: YKY.

Barthes, R. (1996), *Camera Lucida: Fotoğraf Üzerine Düşünceler*, (Çev. R. Akçakaya), İstanbul: Altıkırkbeş Yayın.

BBC News (2020), “Dijital platformlar sinemaları öldürüyor mu? MUBI’nin kurucusu Efe Çakarel yanıtlıyor”, *BBC News Türkçe Youtube*, <https://www.youtube.com/watch?v=WPkzfTR6ugU&t=436s> (Erişim tarihi: 27 Şubat 2025).

BBC News (2024), “MUBİ gösterim yasağı nedeniyle film festivalini iptal etti, tepkiler ne oldu?”, *BBC News Türkçe*, <https://www.bbc.com/turkce/articles/c937d1gn4n1o> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

beIN Connect TOD (2025), TOD Studios, <https://www.beinconnect.com.tr/tod-studios> (Erişim tarihi: 06 Mart 2025).

Bekki, S. (2012), “Abdallık Geleneği ve Neşet Ertaş”. *Ahi Evran Aktüel, Bilim Kültür ve Sanat Dergisi*, 3: 10-13.

Bel, G., Calzada, J., Insa, R., (2007), “Access Pricing to a Digital Broadcasting Platform”, *Journal of Media Economics*, 20 (1): 29-53.

Belhadj, M. (2022), Pazarlama Hizmetinde Yapay Zekâ: Netflix Öneri Sistemi Örneği Yüksek Lisans Tezi, Konya, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Benessaieh, A. (2015), “Multiculturalism, Interculturality, Transculturality”, Benessaieh, A. (Ed.), *Transcultural America/ Amériques Transculturelles*, Kanada: University of Ottawa Press: 11-38.

Benjamin, W. (2012), *Son Bakışta Aşk*, (6. Baskı), (Çev. A. Doğukan), İstanbul: Metis.

Benlevi, M. (2017), The Impacts Of Customer Relationship Marketing On Customer Loyalty: The Case Of Non-Material Subscription Business Models: Netflix And Spotify, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Benli, İ. B. (2023), The Reproduction Of Self-Made Man Myth Through Netflix: A Comparative Analysis On Netflix's Original Series, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bennett, A. (2013), *Kültür ve Gündelik Hayat*, (Çev. N. Tokdoğan, B. Şenel, U. Y. Kara), Ankara: Phoenix Yayınevi.

Berger, A. A. (2019), *Medya Çözümleme Teknikleri* (5. Baskı), (Çev. N. Pembecioğlu), Ankara: Nobel.

Bergson, H. (2022), *Madde ve Bellek* (2. Baskı), (Çev. I. Ergüden), Ankara: Fol.

Berntsen, D., Bohn, A. (2021), “Kültürel Yaşam Senaryoları ve Bireysel Yaşam Öyküleri”, Boyer, P. Wertsch, J. V. (Eds.), *Zihinde ve Kültürde Bellek* (2. Baskı), (Çev. Y. Aşçı Dalar), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: 79-105.

Bıktım, E. (2020), “Covid-19 Salgınının En Büyük Kazananı Netflix”, *CNN Türk*, <https://www.cnnturk.com/teknoloji/covid-19-salgininin-en-buyuk-kazanani-netflix-1514579> (Erişim tarihi: 20 Şubat 2025).

Bilge, U. (2018), Aristoteles’in Bellek Kavramı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bitirim Okmeydan, S. (2020), “Dijital Yayın Platformlarının Sosyal Medya Analizi: Netflix, BluTV ve PuhuTV Youtube Kanalı Örneği”, *International Asian Congress On Contemporary Sciences-Iv Proceedings Book*, 3-23.

BluTV X (2025), X, <https://x.com/BluTV/status/1864656059408810493> (Erişim tarihi: 28 Şubat 2025).

- Bosch, TE. (2016), “Memory Studies, A brief concept paper”. Working Paper. *MeCoDEM*.
- Bostan, M. (2021), “Dijital Diziler, Nitelik Meselesi ve Türk Sineması”, *Cins Dergi*, 75: 42-43.
- Bourse, M., Yucel, H. (2023), “Kültürel Çalışmalar ve Eleştirel Kuram”. 4. *Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 22: 49-64.
- Boyer, P. (2021), “Anılar Ne İşe Yarar? Hatırlamanın Biliş ve Kültürle İlgili İşlevleri”, Boyer, P. Wertsch, J. V. (Eds.), *Zihinde ve Kültürde Bellek (2. Baskı)*, (Çev. Y. Aşçı Dalar), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: 5-35.
- Burç, B. N. (2025), Kültür Emperyalizminin Netflix Üzerinden Okunmasına Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Burç, M., Tanyeri Mazıcı, E., (2023), “Kültür Endüstrisi Aracı Olarak Dijital Yayıncılık: Dijital Tv Platformları Üzerine Durum Çalışması”, *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 133-166.
- Burroughs, B. (2018), House of Netflix: Streaming Media and Digital Lore, *Popular Communication*, 1-17.
- Butgel Tunalı, S. (2022), “Disney+ Markasının Uyguladığı Pazarlama Stratejisine Yönelik Bir İnceleme”, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 9(88): 1943-1950.
- Büker, S. (1985), *Sinemada Anlam Yaratma*, Eskişehir: Milliyet Yayınları.
- Büyükbaykal, C. I. (2014), *Küreselleşme ve Küresel Çağda Medya*, İstanbul: Derin Yayınları.
- Büyükelikok, T. Ö. (2024), Dijital Yayın Platformu Özelliklerinin Kullanıcı Deneyimine Etkisi: Netflix Örneği, Doktora Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyükelikok, T. Ö., Dilmen N, E. (2024), “Dijital Yayın Platformları Teknik Özelliklerinin Kullanılabilirliğinin Kullanıcı Deneyimine Etkisi: Netflix Örneği”, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 10 (3): 359-372.
- Can, E. N., Koçer, M., Hekimoğlu Toprak, H., (2021), “Tüketicilerin Netflix Kullanımları Üzerine Bir Araştırma”, *Erciyes Akademi*, 35 (1): 323-344.
- Can, K. K. (2024), Netflix Freud Dizisi Bağlamında Postmodernite ve Sigmund Freud’un Psikanalitik Kuramı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Candan, G. (2020), “Glokalizasyon Bağlamında Netflix Reklamları: Göstergebilimsel Bir Analiz”, *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2 (1): 3-15.

Cangöz, B. (2005), “Geçmişten Günümüze Belleği Açıklamaya Yönelik Yaklaşımlara Kısa Bir Bakış”, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 22 (1): 51-62.

Castells, M. (2013), *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür / Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi (3. Baskı)*, (Çev. E. Kılıç), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cevher, M. F., Çubuk, M. (2023), “Tüketicilerin Dijital Yayın Platformu Tercihlerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile İncelenmesi”, *Malatya Turgut Özal Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2): 177-189.

Ceylan Apaydın, Ş. (2023), “Dijital Yayın Platformları ve Değişim Geçiren Diziler: On Bin Adım Dizisi Örneği”, *Akdeniz İletişim*, (40): 1-22.

Ceylan, G. E. E. (2024), *Dijital Platformlarda Pagan Sembolleri: Netflix’in Hakan: Muhafız ve Atiye Dizileri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Ceylan, Ö. (2022), *Dijital Platformları İzleme Motivasyonlarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Netflix Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Cici (2022), Netflix, <https://www.netflix.com/title/81465128> (Erişim tarihi: 06 Mayıs 2025).

Coleman, C. (1992), *Ancient and Medieval Memories*, New York: Cambridge University Press.

Confino, A. (1997), “Collective Memory and Cultural History: Problems of Method”, *The American Historical Review*, 102(5): 1386–1403.

Congar, K. (2020), “Netflix dizisi 'Designated Survivor'a RTÜK'ten 15 Temmuz sansürü”, *Euronews*, <https://tr.euronews.com/2020/05/01/netflix-dizisi-designated-survivor-a-rtuk-ten-15-temmuz-sansuru> (Erişim tarihi: 16 Mart 2025).

Connerton, P. (1999), *Toplumlar Nasıl Anımsar?*, (Çev. A. Şenel), İstanbul: Ayrıntı.

Conwey, M. A., Howe, M. L. (2022), “Memory Construction: A Brief and Selective History”, *Routledge*, 30 (1): 2-4.

Coruh İleri, E. (2023), *Kullanıcı Deneyimi Tasarımı ve Kullanıcıların Netflix Ve Disney+ Platformlarına Yönelik Kullanıcı Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Coşkun, G. (2022), “Alevilikte Cem ve Semah’ın Kaynağı Olarak Görülen Miraç Hadisesi ve Kırklar Cemi”, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 103: 187-203.

Coşkun, H. (2018), “Alevi/Bektaşî Geleneğinde Dedelik Kurumu “Sivas Kangal Türkmen Alevileri Örneği””, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi* 85: 43-62. Curiosity Stream (2025), Stream Smarter, <https://curiositystream.com/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Çağlar, M. N. (2018), “Belleğin Politik Söylem Uzamı Olarak İnşası: 1453 “Fetih” Kamyonunun “Ruh” Gösterisi”, Pazarcı, N. G. (der.), *Kültürel Belleğe Yolculuk*, Ankara: Epos: 15-96.

Çakmak, T. (2016), Türkiye’de Kültürel Bellek Kurumlarında Dijitalleştirme ve Dijital Koruma Politikaları: Bir Model Önerisi, Doktora Tezi, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çakmak, T., Yılmaz, B. (2017), “Bellek Kurumlarında Dijitalleştirme ve Dijital Koruma: Türkiye’deki Uygulamaların Analizi”, *Bilgi Dünyası*, 18 (1): 49-91.

Çalışkan, K. (2017), “Siyasal Kültür Teorisi: ‘The Civic Culture’ ve Eleştirisi”, *Amme İdaresi Dergisi*, 50 (1): 27-66.

Çamur, M. (2020), Yeni Medya ve İdeoloji: Netflix Yapımı Dizilere Althusser’ci Bir Yaklaşım (Messiah ve Designated Survivor Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çaycı, B. (2021), “Aşırı İzlemeyle Değişen Dizi İzleme Biçimlerinin İzleyiciler Üzerindeki Etkileri”, *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11 (2): 403-423.

Çelik, G. E. (2023), “Kolektif Belleğin Modern ve Postmodern Fazları: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *Akademik Açı*, 3(2): 5-30.

Çelik, K. (2024), “The Potential Place of Tabii in Global Competition: What Do Story Structures Tell Us?”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(1): 35-59.

Çelik, Y., Yıldırım, B. (2021), “Anlatısal Bellek: Tanzimat Dönemi Romanlarında Hatırlama”, *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi- Journal of Turkish Researches Institute*, 70: 271-282.

Çetin, B. N. (2019), “Üretüketim Olgusu Bağlamında Örtülü Emek Olarak Dijital Üretüketici Emeği”, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 77: 349-382.

Çetin Özkan, Z., Öztürk Bulut, Ö. (2022), “Geçmişten Günümüze Türkiye Sineması’nda Sosyo-Kültürel Değişim Sürecinde Aile Olgusuna Genel Bir Bakış”, *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1 (2): 149-159.

Çetinkol, M., Çetinkol, M. (2023), “Âşıklar Bayramı Geleneği ve Kemal Varol’un Âşıklar Bayramı Romanında Yapı – İzlek”, *Hafıza*, 5(2): 115-139.

Çığ, Ü. (2006), “George Gerbner”, Çoban, B. (Ed.), *Kadife Karanlık 2: Ayna Şövalyeleri*, İstanbul: Su Yayınları: 11-88.

Çınar, A. H. (2021), Din ve Terör: Netflix Dijital Platformundaki İçerikler Üzerinde Bir Din Sosyolojisi Araştırması, Yüksek Lisans Tezi, Konya, Necmettin Erbakan Üniversitesi Felsefe ve Din Bilimleri Enstitüsü.

Çınar, E. (2022), “Kültürel Bellek-Edebiyat İlişkisi Çerçevesinde İskele Gazinosu İsimli Esere Bir Bakış”, *Kültür Araştırmaları Dergisi* (15): 30-52.

Çiftçi, D., Agocuk, P. (2020), “Kültürel Bellek Mekân Olarak Belgesel Sinema: Kayıp Otobüs (2007) Belgeseli Örneği”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 8 (2): 1179-1199.

Çimen, Ş. T. (2020), Türkiye’nin İlk Netflix Dizisi “Hakan: Muhafız” ile Yabancı Uyruklu Öğrencilere Kültür Aktarımı, Yüksek Lisans Tezi, Erzincan, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çimen, Ü. (2020), “Kültür endüstrisinin yeniden üretiminde kitle iletişim araçlarının görevleri: Theodor W. Adorno değerlendirmesi”, *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(29): 2316-2345.

Dağ, M. (2022), Dijital Platformlar Sonrası Dizi İzleme Alışkanlığının Değişimi: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dalbay, R. S. (2024), “‘Kültürel Kimlik’ Kavramı ve Kimliğin Tanımlanmasında Temel Yaklaşımlar”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (49): 325-356.

Deledalle, G. (2000), *Charles S. Peirce’s Philosophy of Signs: Essays in Semiotics*, Bloomington: Indiana University Press.

Demir, A. (2017), “Siber Kültür ve Hiper Gerçeklikte Değişen Yaşam”, *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 8(29): 87-96.

Demir, M. C. (2023), “Netflix’ten Kültürel Yakınlık Araştırması: Yerli Yapımlar Sayesinde Türkiye’ye Olan İlgi Artıyor”, *ListeList*, <https://listelist.com/netflix-kulturel-yakinlik-arastirmasi-sonuclari/> (Erişim tarihi: 14 Mart 2025).

Demir, S. T. (2023), “Yerel Kültürün Çevrimiçi Yükselişi: Dijital Yayın Platformu Tabii Üzerine Bir Araştırma”, *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2): 150-158.

Demircan, M. (2021), Dijital Kùltürde Sinema İzleme Edimi: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dikkol, S. (2020), “Türkiye’de Blu Tv Deneyimini Ekonomik ve Sembolik Sermaye Bağlamında Okumak”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakùltesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 8 (1): 478-502.

Dinar Dizdar, T. (2021), “İç Göç ve Kùltürler Arası İletişimde Çatışma; Bir Başkadır Dizisi Göstergebilimsel Analizi”, *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakùltesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (8): 48-71.

Disney+ (2025), Disney+ Türkiye ile Tanışın, <https://www.disney.com.tr/disney-plusla-tanisin> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

Draaisma, D. (2004), *Why Life Speeds Up As You Get Older: How Memory Shapes Our Past*, New York: Cambridge University Press.

Durduran, E. (2020), Kùltür Politikaları Bağlamında Kùltür Endüstrilerinin Mekânsal Etkisi: Kadıköy Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Durkheim, E. (2005), *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*, (Çev. F. Aydın), İstanbul: Ataç Yayınları.

Eagleton, T. (2022), *Kùltür Yorumları* (4. Baskı), (Çev. Ö. Çelik), İstanbul: Ayrıntı.

Eco, U. (1987), “İşlev ve Gösterge Göstergebilim Açısından Mimari”, *Göstergebilime Giriş*. (Çev. Fatma Erkman), İstanbul: Alan Yayıncılık.

Eker, C., Aktaş, Ö. (2023), “Kentsel Bellek Unsurları Olarak Görsel İletişim Ögeleri”, *Kent Akademisi Dergisi*, 16(3): 1983-1998.

Eldiven, A. (2018), “Nereye Aidiz? ‘Oryantalizm’”, Koç Akgöl, S., Pazarbaşı, B. (Eds.), *Küresel Ağlar Odağında Kùltür, Kimlik ve Mekân Tartışmaları*, İstanbul: Hiperyayın: 143-156.

Er, H. E. (2022), Dijital İletişim Çağında Değışen İzleyici Alışkanlıkları: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü.

Erdem, A., Kara, M. A. ve Dumlu, H. (2023), “Dijital Platform Tercihlerinin SWARA ve Gri İlişkisel Analiz Yöntemleri ile Değeriendirilmesi”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 41: 91-106.

Erdem, P. (2019), “Dijital Kùltür Ortamında Belleğin Durumu”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 48: 529-545.

Erdoğan, İ. (2014), *Medya Teori ve Araştırmaları*, Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, S. (2010), “İleriye Dönük Bellek Bozukluğu”, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches In Psychiatry*, 2 (2): 174-189.

Erdoğan, S. (2021), Kültürlerarası İletişim Bağlamında Netflix: Türk Yapımı Orijinal Dizilerin Kültürel Kodlarının İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Giresun, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ergüney, M. (2020), “RTÜK’ün İnternet Denetimi: İlgili Mevzuat Üzerine Bir Değerlendirme”, *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11 (41): 96-122.

Erkek, R. (2019), Yeni Medya Teknolojilerinin Film Endüstrisine Etkileri: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Erkılıç, H. (2017), “Dijital Sinema Teorisi Üzerine: Akışkan Sinema ve Akışkan Sinema Teorisi”, *SineFilozofi*, 2(4): 56-72.

Erkılıç, H., Duruel Erkılıç, S. (2021), “Covid-19 Pandemisi Sürecinde Dijital Platformların Yükselişi: Sinema Değer Zincirindeki Değişim Sinema Endüstrisini Nasıl Etkiler?”, *ilef Dergisi*, Özel Sayı: 99-126.

Erkman, F. (1987), *Göstergebilime Giriş*, İstanbul: Alan Yayıncılık.

Erll, A. (2008), “Literature, Film and the Mediality of Cultural Memory”, Erll, A., Nünning A. (Eds.), *Cultural memory studies: An international and interdisciplinary handbook*, Berlin & New York: Walter de Gruyter: 389-398.

Erll, A. (2011), *Memory in Culture*, Çev. Sara B. Young, London: Palgrave Macmillan.

Ersin, N. (2023), “Türkiye’de Netflix Dizilerini Aşırı İzleme [BingeWatching] Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (61): 41-64.

Eskici, U. (2021), “Laflama: Emre Gökşin – puhutv Pazarlama Müdürü”, *Kriko Blog*, <https://kriko.blog/kesfet/laflama/emre-goksin-puhutv-pazarlama-muduru> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Euronews (2023), “Disney+’ın Atatürk dizisini iptal etmesine Türkiye’den tepki geldi”, *Euronews*, <https://tr.euronews.com/2023/08/02/disneyin-ataturk-dizisini-iptal-etmesine-turkiyeden-tepki-geldi> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

Exxen (2025), Anasayfa, <https://www.exxen.com/> (Erişim tarihi: 06 Mart 2025).

Evciman, S. (2022), “Hafıza Mekânlarının ve “Hafıza-Bireylerin” “Bir Aradalığı” ve Hafıza-Kimliğin Sürekliliği: Türkiye Caferileri Örneği”. *Ege Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1): 1-33.

Evrensel (2019), “Organize İşler: Sazan Sarmalı, vizyondan kalkmadan Netflix'e geldi”, *Evrensel*, <https://www.evrensel.net/haber/373761/organize-isler-sazan-sarmali-vizyondan-kalkmadan-netflix-e-geldi> (Erişim tarihi: 13 Mart 2025).

Eyrek, A. (2019), *Kültür Endüstrisinde Bellek Yitimi: Ekran Belleği*, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Faigov, O. (2017), “Toplum Belleğinde Heykeller, Toplumsal Bellek Oluşumunda Heykelin Rolü”, Pösteği, N. (Ed.), *Bellek Tazeler Yanlışıları*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları: 53-81.

Film Box (2025), Select Your Region, <https://play.filmboxplus.com/authentication> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Fiske, J. (2003), *İletişim Çalışmalarına Giriş (2. Baskı)*, (Çev. S. İrvan), Ankara: Bilim Sanat.

Fulford, R. (2014), *Anlatının Gücü: Kitle Kültürü Çağında Hikâyecilik*, (Çev. E. Kardelen), İstanbul: Kolektif.

Gain (2025), Anasayfa, <https://www.gain.tv/> (Erişim tarihi: 06 Mart 2025).

Gaines, B. (2025), “Amazon Prime Statistics 2025 – Subscribers & Revenue”, *evoca.tv*, <https://evoca.tv/amazon-prime-statistics/> (Erişim tarihi: 26 Şubat 2025).

Genç Erdem, S. (2021), *İnternet Televizyonlarında Toplumsal Cinsiyet Temsilleri: Netflix'in İlk Türk Dizisi “Hakan: Muhafız” Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gençoğlu, A., Öztürk, E. (2023), “Erken Cumhuriyet Döneminde Türk Sinemasının Serüveni: Miras ve Devamlılık”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 65: 223-238.

Gerbner, G. (2014), *Medyaya Karşı*, (Çev. G. Ayas, V. Batmaz, İ. Kovacı), İstanbul: Ayrıntı.

Globoplay (2025), Globoplay Home, <https://globoplay.globo.com/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Göğercin Toker, H. (2017), *İletişimsel Bellekten Toplumsal Belleğe Yazılı Tanıklıklar: 12 Eylül ile Yüzleşmek*, Doktora Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gökkuş, B. (2020), “Ethos ‘Bir Başka’ Mıdır?”, *ArtDog İstanbul*, <https://artdogistanbul.com/ethos-bir-baska-midir/> (Erişim tarihi: 06 Mayıs 2025).

Gökmen, A. M. (2022), “Strategic Approach on Digital Platforms: The Cases of Netflix, Amazon, HBO”, *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2 (2): 201-206.

Gönenç, E. Ö. (2002), “Kitle Kültürü ve Kitle İletişimi”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 13: 129-138.

Greene, L. (2016), “Pricking the Monster: Netflix and the modification of how and what we watch”, *Senior Seminar in Film Studies*, Columbia University.

Gülmez, E. (2019), “Netflix’in Türkiye’ye Özgü Reklam Filmlerinin Küresel Markaların Yerel Reklam Stratejileri Bağlamında Değerlendirilmesi”, *Erciyes İletişim Dergisi Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı*, (1): 157-178.

Gümüş, İ. (2022), Dijital Diplomasi Bağlamında Yaratıcı Kültür Endüstrisinin Ülkelerin İmaj İnşasındaki Rolü: Netflix Türkiye Örneği, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü.

Günay, V. D. (2008), “Görsel Okuryazarlık ve İmgenin Anlamlandırılması”, *ART-E*, 1: 1-29.

Gündüz Özdemirci, E. (2012), Ortak Bellek ve Sinema: 1990 Sonrası Fransız ve Amerikan Sinemasında 68 Kuşağı Nostaljisi, Doktora Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güngör, F. Ş. (2015), “Marcel Proust’un Kayıp Zamanın İzinde Adlı Romanında Belleğin Kurgulayıcı Rolü Üzerine Bir Değerlendirme”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 55 (2): 59-74.

Güngör, N. (2018), *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar (4. Baskı)*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güngör, N. (2022), “Kültürel Çalışmalar: Görmezden Gelinenin Görünür Kılınması”. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 1: 91–109.

Güngör, A. C. (2021), “Türk Sineması ve Yerli Dizi İlişkisi”, *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, 14(86): 357-372.

Gürbüz, O. G. (2022). Nöropazarlamada Enneagram Kişilik Modelinin Karar Verme Sürecine Etkisi Üzerine Bir Göz Takibi Çalışması: Tip 4, 7 ve 8 için Netflix örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürkan, C. G. (2022), Netflix Orijinal İçeriklerinde Görsel Efekt Kullanımının İzleyici Alımlamasına Etkisi: Hakan: Muhafız (The Protector) ve The Witcher Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürmeriç, C. (2019), Behavioral Changes Of The Audience By The Algorithmic Recommendation Systems Inside Video-On-Demand Platforms Considering The Example Of Netflix, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Halbwachs, M. (2019), *Hafızanın Toplumsal Çerçevesi* (2. Baskı), (Çev. B. Uçar), Ankara: Heretik.

Harries, D. M. (1996), “The Semi-Semiotics of Film”, *Film Criticism*, 20 (1/2): 39-54.

Hastings, R. (2018), “Netflix eğlence sektörünü nasıl değiştirdi ve nereye doğru gidiyor, TED (Chris Anderson ile Röportaj)”, (Çev. S. Şenocak), (Erişim tarihi: 10 Ekim 2024), https://www.ted.com/talks/reed_hastings_how_netflix_changed_entertainment_and_where_it_s_headed?subtitle=tr adresinden alındı.

Hatıplı, M. (2017), “Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya”, *Bilgi*, (34): 32-50.

Hıdıroğlu, İ. (2019), *Türkiye’de Sinema Politikaları*, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınevi.

Hodge, R., Kress, G. (1988), *Social Semiotics*. Cambridge, United Kingdom: Polity Press.

Hulu (2025), Welcome, https://www.hulu.com/welcome?orig_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Hutcheon, L. (2004), *A Poetics of Postmodernism: History, Theory, Fiction*, New York: Routledge.

Hutcheon, L., Valdes, M. J. (2000), “Irony, Nostalgia, and the Postmodern: A Dialogue”, *Poligraphias* 3 (1998-2000): 18-41.

Huyssen, A. (1999), *Alacakaranlık Anıları: Bellek Yitimi Kültüründe Zamanı Belirlemek*, (Çev. K. Atakay), İstanbul: Metis Yayınları.

Irak, M. (2008), “İnsanların Bellek Hakkındaki İnançları Araştırma Sonuçlarıyla Tutarlı mıdır?”, *Türk Psikoloji Dergisi*, 23 (62): 17-33.

Issa-Abdo Darar, H. (2024), A Study On The Impact Of Digital Marketing Strategies On Brand Success: The Example Of Netflix, Yüksek Lisans Tezi, Çankırı, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İçözü, T. (2019), “Netflix, Masum'dan sonra Fİ'yi de satın aldı!”, *Webrazzi*, <https://webrazzi.com/2019/05/02/netflix-fi-masum/> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

İflix (2025), iflix Home, <https://www.iflix.com/en> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

İlhan, M. E. (2015), “Gelenek ve Hatırlama: Belleğin Kültürel Olarak Yeniden İnşası Üzerine Bir Tartışma”, *Turkish Studies*, 10 (8): 1398-1408.

İlhan, M. E. (2016), Yazılı Kültür Bağlamında Hatırlama ve Kültürel Bellek: Örnek Bir Okuma Olarak Ahmet Hamdi Tanpınar, Doktora Tezi, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İliç, D. T. (2022), “Frankfurt Okulu ve İngiliz Kültürel Çalışmalar Yaklaşımı Çerçevesinde Kültürü Yeniden Okumak”, *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 14: 368-378.

İliç, E., İliç, D. T. (2023), “Kültür Endüstrisinde Neoliberal Akıl: Dijital Yayın Platform İçeriklerinde Yeni Öznenin Normatif Kuruluşu”, *Mülkiye Dergisi*, 47(2): 713-738.

iQIYI (2025), iQIYI Home, <https://www.iq.com/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

İslamoğlu, G. (2017), “Belleğin Kırmızı Perdedeki Yansımaları”, Pösteki, N. (Ed.), *Bellek Tazeler Yanlıları*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları: 21-50.

İvi TV (2025), ivi TV Home, <https://www.ivi.tv/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Jameson, F. (2011), *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiğı*, (1. Baskı), (Çev. N. Plümer, A. Gölcü), Ankara: Nirengi Kitap.

Jenner, M. (2015), “Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom”, *International Journal of Cultural Studies*, 20 (3): 1-28.

Juffer, K. A. (1985), "Researching Culture Shock: The Culture Shock Adaptation Inventory", *International Studies Association National Convention*, 2-13.

Jullier, L., Leveratto, J. (2012), “Cinephilia in the Digital Age, Audiences, The Key Debates”, *Mutations and Appropriations in European Film Studies, Vol III*, (Ed. Ian Christie), Amsterdam: Amsterdam University Press, 143-154.

Kalfaoğlu, S. (2024), “Can Evrenol’un Damağı”, *Medium*, <https://sarpkalfaoğlu.medium.com/can-evrenolun-dama%C4%9F%C4%B1-d63d1b41fb02> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

Kanburoğlu, S. (2022), Netflix Yapımlarında Transhümanizm ve Gelecek Tasarımı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karabağ, M. (2021), Dijital Televizyon Platformlarında Yayınlanan Bilim Kurgu Dizilerinde Yapay Zekâ Olgusu: Netflix Örneği, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karaduman S., Ünlü Karataş N. (2022), “Dijital Yayıncılık ve İzleme Pratikleri: “Gain” Üzerine Bir Analiz”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45): 982-1007.

Kapar, S. (2023), “Bellek ve Anı Bağlamında Ortaya Çıkan Travmanın Sanatçı İçin Esere Dönüşme Koşulları”, *International Social Sciences Studies Journal*, 9(118): 9853-9860.

Kaplan, F. N. (2019), “Şehrin ve Kültürün Belleği Olarak Türk Sinemasında İstanbul”, Kaplan, F. N. (Ed.), *Film Okumaları*, İstanbul: Parşömen: 239-259.

Kaplan, F. N. (2021), “Türkiye’nin Ekonomik Sorunlarının Sinemada Temsili: Bankerler Krizi ve Faize Hücum Filmi Örneği”, Kaplan, F. N., Lülecı, Y. (Eds.), *Sinemada Temsil ve Gerçeklik*, İstanbul: Çizgi Kitabevi: 57-116.

Kaplan, F. N. (2024), “Türk Sinemasında Sınıf Temsiline İhtiyaç Var”, (Söyleşi: Tuğçe Çelik), *Psikesinema*, 55: 22-29.

Karaduman, A. (2022), The Effect Of Netflix -As Media Service Provider And Producer- Entry Into Turkey Market On Local Content Production Processes: Case Study Netflix Original Series 50 M2, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü.

Karagöz, S. (2022), Toplumsal Cinsiyet Rollerı Ve Beden İmajının Medya Aracılığıyla Çocuklara Sunumu: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mersin, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karakoç Keskin, E. (2023), Eleştirel Algoritma Çalışmaları Perspektifinde Dijital Platformlarda Öneri Sistemleri: Kullanıcı Motivasyonlarına Yönelik Bir Araştırma, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karaman, H., Ayhan, H. (2023), “Modern Çağın Bellek Problemi: Dijital Amnezi”, *IX. ULUSLARASI TURKCESS Eğitim ve Sosyal Bilimler Kongresi*, İstanbul.

Karataş, S. (2023), Dijital Platformların Belgesel Üretim, Dağıtım, Tüketim İlişkileri Üzerine Etkileri: Netflix Belgeselleri, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Karşal, C. (2022), Kültür Endüstrisi Kuramı Bağlamında Netflix Dizilerinin İçerik Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Aydın, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kavak, K. K. (2022), Çevrecilik Bağlamında Halkla İlişkiler Aracı Olarak Belgesellerin Rolü: Netflix Belgeselleri Üzerine İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kavi, M. (2021), İnternet Dizileri Üzerine Bir İnceleme: Netflix, Hakan: Muhafız Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Uşak, Uşak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Kaya, A., Çelik, T. (2024), “Netflix Film Jeneriklerinin İdeolojisi: Kültür Endüstrisi Bağlamında Bir İnceleme”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 12 (3): 1588-1623.

Kayhan, S. (2023), “Changing Dynamics of Series Production in Turkey from Television to Digital Broadcasting Platforms”, Göngen, M. A. (Ed.), *Digital Media Studies*. Özgür Publications.

Kayıtmazbatır, G., & Yaşartürk, G. (2023), “Netflix’in Yerli Yapım Filmlerinde Melodram ve Ödipal Yörünge: Beni Çok Sev, Babamın Kemanı ve Cici”, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(2): 463-494.

Kayıtmazbatır, G. (2025), Netflix’in Yerli Yapım Dizilerinde Erkeklik Biçimleri ve Temsillerinin Göstergebilimsel Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Antalya, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaymas, S. (2001), “Tüketimde Haz ve Kimlik: Kültür Endüstrisinin, Yeni Tüketim Kültürüne Etkileri Üzerine Bir Tartışma”, *Selçuk İletişim*, 2 (1): 114-123.

Kellner, D. (1995), *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between The Modern and Postmodern*, London: Routledge.

Kesirli Unur, A. (2018), “Yeşilçam Sineması ve Yerli Televizyon Dizileri İlişkisi: Cesur ve Güzel Örneği”, Bayrakdar, D. (Haz.), *Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler*, İstanbul: Bağlam: 223-240.

Keskin, A. (2015), “Geleneksel Abdal Müziğinin Temsili ve Neşet Ertaş”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (34): 99-112.

Keskin, N. (2014), “Kentlerde Yeni Bellek Mekânları: Kent Müzeleri”, *Folklor/Edebiyat*, 20 (79): 25-39.

Kılınç, Ş. (2019), “Rekabet Kurumu’ndan ‘Sazan Sarmalı’ İçeren Netflix Açıklaması”, *WebTekno*, <https://www.webtekno.com/rekabet-kurumu-ndan-sazan-sarmali-iceren-netflix-aciklamasi-h63848.html> (Erişim tarihi: 13 Mart 2025).

Kılınç, Ş. (2023), “Yakında Netflix de Disney+ Gibi Türk Dizi ve Filmlerini Yayından Kaldırabilir: Peki Neden?”, <https://www.webtekno.com/netflix-turk-dizi-filmlerini-kaldirabilir-h135682.html> (Erişim tarihi: 11 Mayıs 2025).

Kırçuval, Y. (2022), *Netflix Consumption During The Covid-19 Pandemici*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kırık, A. M. (2024), “Türkiye’de Dijital Yayıncılığın Gelişim Süreci ve Fırsatları”, *TRT Akademi Dergisi*, 9 (21): 579-591.

Kısakürek, Ş, Bayazıt, E., (2021), “Kolektif Bellek Kentsel Bellek Ve Mekânsal Bileşenlerin Kent Kimliğindeki Yeri: Kahramanmaraş Kenti Örneği”, *Journal of Environmental and Natural Studies*, 3 (1): 1-21.

Kinopoisk (2025), Kinopoisk Home, <https://hd.kinopoisk.ru/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Kireççi, M. A. (2015), *2023’e Doğru Kültür Politikaları, Müsiad Araştırma Raporları*, İstanbul: MÜSİAD.

Klein, K. L. (2000), “On the Emergence of Memory in Historical Discourse”, *Representations*, 69: 127-150.

Kocagür, S. C. (2022), “Türkiye’deki Dijital Platformlar ve Değişen İçerik Biçimi: Tek Sezonluk Diziler”, *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi* (20):70-91.

Koç Akgül, S., Pazarbaşı, B. (2018), “Küresel Dünyanın Kültürel Kimlik Karmaşası”, Koç Akgül, S., Pazarbaşı, B. (Eds.), *Küresel Ağlar Odağında Kültür, Kimlik ve Mekan Tartışmaları*, İstanbul: Hiperyayın: 13-34.

Kopuz, S. (2019), *Reklamcılıkta Global Stratejiler: Netflix Türkiye Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Yalova, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Köker, E. (2010), *Kitapta Kurutulmuş Çiçekler ya da Sözlü Kültür Üzerine Düşünmek*, (2. Baskı), Ankara: Dipnot Yayınları.

Kucur, F. Z. (2018), “Günümüz Görsel Kültür Fenomeni Instagram’da Öz Kimlik ve Kolektif Kimlik Temsili”, Koç Akgül, S., Pazarbaşı, B. (Eds.), *Küresel Ağlar Odağında Kültür, Kimlik ve Mekan Tartışmaları*, İstanbul: Hiperyayın: 97-141.

Kurtuldu, İ. (2023), Televizyon ve Netflix Yerli Dizi Karakterlerinin Değişimi ile İzleyicilerin Parasosyal Etkileşimi, Doktora Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kuyucak Esen, Ş. (2010), *Türk Sinemasının Kilometre Taşları*, (2. Baskı), İstanbul: Agora.

Kuyucu. M. (2021), “Küresel Rekabette Türkiye’nin Dijital Televizyon Platformları: EXXEN Örneğine Yönelik Bir SWOT Analizi”, *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Konferansı 5-6 Temmuz 2021, Bildiri Kitabı*, 247-257.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019), “Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik”, *Teftiş Kurulu Başkanlığı*, <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-14493/sinema-filmlerinin-degerlendirilmesi-ve-siniflandirilmasina-iliskin-usul-ve-esaslar-hakkinda-yonetmelik.html> (Erişim tarihi: 13 Mart 2025).

Kütük, İ. (2024), Marka Kişiliği ile Marka Sadakati Arasındaki İlişkide Marka Aşkının Rolü: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Landsberg, A. (2003), *Prosthetic Memory: The Ethics and Politics of Memory in An Age Of Mass Culture*, Memory and Popular Film, Grainge, P. (Ed.), England: Manchester University Press: 144-161.

Leon, C. (2016), “An Architecture of Narrative Memory”, *Biologically Inspired Cognitive Architectures*, 16: 19-33.

Linde, C. (2015), “Memory in Narrative”, *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction*, Tracy, K. (Ed.), John Wiley & Sons: 1-9.

Lobato, R. (2019), *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*, New York: New York University Press.

Locke, J. (1992), *İnsan Anlığı Üzerine Bir Deneme* (Çev. V. Hacıkadiroğlu), İstanbul: Ara Yayıncılık.

Lotman, J. (1978), “The Phonemon of Culture”, Tamm, M. (Ed.), *Juri Lotman - Culture, Memory and History*, 33-48.

Maden, A. (2020), Postmodern Bağlamda Netflix’te LGBTIQ+ Söylemleri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İbn Haldun Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Maigret, E. (2014), *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (4. Baskı), (Çev. H. Yücel), İstanbul: İletişim.

Manovich, L. (2001), *The Language of New Media*, Cambridge: MIT Press.

Marketcap Amazon (2025), Amazon, <https://companiesmarketcap.com/amazon/revenue/> (Erişim tarihi: 26 şubat 2025).

MarketCapOf (2025), Netflix, Inc. <https://marketcapof.com/tr/stocks/nflx.us/> (Erişim tarihi: 12 Mart 2025).

Mcdade, A. (2025), “Disney's Q1 Earnings, Revenue Top Estimates as Streaming Profits Grow”, *Investopedia*, <https://www.investopedia.com/disney-stock-rises-as-q1-profit-revenue-top-estimates-8784800> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

McLuhan, M. (2017), *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*, (Çev. G. Çağalı Güven), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

McLuhan, M. Fiore, Q. (2006), *Yaradığımız Medya: Medyanın Etkileri Üzerine Bir Keşif Yolculuğu*, (Çev. Ü. Oskay), İstanbul: Turkuvaz Kitap.

McLuhan, M. Powers, B. R. (2001), *Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*, (Çev. B. Öcal Düzgören), İstanbul: Scala.

Meckien, R. (2013), “Cultural Memory: The Link Between Past, Present and Future”, *Institute of Advanced Studies of the University of São Paulo News*, <https://www.iea.usp.br/en/news/cultural-memory-the-link-between-past-present-and-future> (Erişim tarihi: 20 Nisan 2025).

MediaCat (2024), “Dijital yayın platformları RTÜK’e ödeme yapacak”, *MediaCat*, <https://mediacat.com/dijital-yayin-platformlari-rtuke-odeme-yapacak/> (Erişim tarihi: 14 Mart 2025).

Medin, B. (2018), “Dijital Kültür, Dijital Yerliler ve Günümüzdeki Yeni Film Seyir Deneyimleri”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (3): 142-158.

Medin, B. Kaymak, A. (2022), *Sinema ve Dijital Platformlar*, İstanbul: Doruk Yayınları.

Mert Ağar, N. (2016), *Kültürel Bellek ile Oluşan Estetik Kültürün Kent Mekânına Yansımaları*, Doktora Tezi, İstanbul, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Metz, C. (1991), *Film Language: A Semiotics of the Cinema*, (Çev. M. Taylor), Chicago: University of Chicago Press.

Milliyet (2015), Güneydoğu kadınının mistik dövmesi, <https://www.milliyet.com.tr/galeri/guneydogu-kadininin-mistik-dovmesi-51968/1> (Erişim tarihi: 11 Mayıs 2025).

Mollon, P. (2000), *Freud and False Memory Syndrome*, Cambridge: Icon Books.

- Mubi Türkiye (2025), Anasayfa, <https://mubi.com/tr/tr> (Erişim tarihi: 28 Şubat 2025).
- Münüsoğlu, H. (2017), Kültürel Bellek Bağlamında İmrozlu Kimliği Üzerine Etnografik Bir İnceleme, Doktora Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Naghizada, S. (2023), Türk Dizilerinde Algı Yönetimi ve Ürün Yerleştirmesinin İncelenmesi: Netflix Platformu Erşan Kureri Dizisi Örneği, Doktora Tezi, İstanbul, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Nar, M. Ş. (2019), “Kültürel Kimlik Sorunsalı: Görecelik mi Evrenselcilik mi? Yoksa Uzlaşımı?”, *Antropoloji*, 37: 72-80.
- Nas, U. (2024), Netflix Bağlamında Dijital Platformlar, Kültür Endüstrisi ve İzleme Deneyimi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Netflix (2025), Anasayfa, <https://www.netflix.com/browse> (Erişim tarihi: 16 Mart 2025).
- Neyzi, L. (2014), *Nasıl Hatırlıyoruz? Türkiye’de Bellek Çalışmaları*, (2. Baskı), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Nora, P. (1986), “Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire”, *Representations*, 26: 7–24.
- Nora, P. (2006), *Hafıza Mekânları*, (Çev. Mehmet Emin Özcan), Ankara: Dost Kitabevi.
- Nural, Y. (2021), “Sansür İlticası: ‘Şimdiki Aklım Olsaydı’ İspanya’da”, *Altyazı Fasikül*, <https://fasikul.altyazi.net/pano/sansur-ilticasi-simdiki-aklim-olsaydi-ispanyada/> (Erişim tarihi: 16 Mart 2025).
- Olick, J. K. (2014), “Kolektif Bellek: İki Farklı Kültür”, (Çev. M. Güneşdoğmuş), *Moment Dergi*, 1 (2): 175-211.
- Osor, L. (2016), “Netflix and the Development of the Internet Television Network”, *Dissertations – ALL*, Syracuse University.
- Ölçekçi, H. (2020), “Dijital İletişim ve Küresel Kültürel Etkileşimin Homojenleşme, Kutuplaşma ve Melezleşme Süreçleri”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (50): 146-163.
- Önder, S., Baydemir, A. (2005), “Türk Sinemasının Gelişimi (1895-1939)”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2): 113-135.
- Öner, S. (2021), “Duygu Yoğunluğu ve Duygu Değerliğinin Otobiyografik Hatırlamadaki Rolü”, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 13(3): 605-618.

Öner, Y. (2023), Sinemada Dini Sembolizm: Netflix Filmlerinde Hristiyanlık, Doktora Tezi, Diyarbakır, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öymen Özak, N. (2008), Bellek ve Mimarlık İlişkisi: Kalıcı Bellekte Mekânsal Ögeler, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Özcan, S. (2022), Netflix'in Kültürel Yeniden Üretimin Bir Aracı Olarak Kullanılması, "Hakan: Muhafız" Dizisi Üzerinden Göstergebilimsel Bir İnceleme, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü.

Özçetin, B. (2020), *Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar, Modeller* (4. Baskı), İstanbul: İletişim.

Özdemir, E. (2020), "Âşıklık Geleneği, Âşık Müziği ve Alevilik", *Uluslararası Halk Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 3 (4): 195-215.

Özdemir, M. (2023), "Bir Kültürel Yaratım Alanı Olarak Âşıklar Bayramı ve İşlevleri: Bir Çırağ Yandı Karanlık Veysel Oldu", *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(29): 737-757.

Özdemir, Ö. (2024), "BluTV 2025'te HBO Max'e dönüşüyor, platformda hangi diziler olacak?", *BBC Türkçe*, <https://www.bbc.com/turkce/articles/cq62le9drjvo> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Özdemir, N., Akpınar, B. (2022), "Kültürel Emperyalizm ve 'Yeni Medya': Türk Toplumunda Kore Kültürü Örneği", *Olgu Sosyoloji Dergisi*, 1(1): 20-26.

Özdiker, K. S. (2024), Yayın Akışı Hizmetleri ve Netflix Türkiye Orijinal Yapımlarının İzleyicilerin Tercih ve İzleme Alışkanlıkları Üzerine Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özkar, M. (2024), Belgesel Film Estetiğinde Dijitalleşmenin Estetik Yönü: Netflix Belgeselleri Örneği, Doktora Tezi, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özkoç, G., Pakyürek, G. (2021), Aleksitimi Düzeyi Farklılaşan Üniversite Öğrencilerinde Duygu Yüklü Kelimelerin Açık ve Örtük Bellek Üzerindeki Etkileri, *Klinik Psikoloji Dergisi*, 5(1): 27-38.

Özmen, İ. (2020), Dijital Platformların Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Alınlanması Netflix ve BluTV Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Elazığ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özsöz Aslan, M. (2022), Yayıncılık Ekosisteminde Dönüşüm: Netflix Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Adana, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öztep, M. (2024). The İmpact of Customer-Based Brand Equity On Repurchase İntention: A Study On Netflix, Yüksek Lisans Tezi, Afyon, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öztin Bağder, D. (1999), “Sinema Göstergebilimi”, *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 143-152.

Öztürk, B., İlik, G. (2021), Dijital Çağın Aktif İzleyicisinin Gözünden “Bir Başkadır”, Öztürk, B., Yetkiner, B. (Eds.), *Kavram ve Kuramlarla Bir Başkadır*, Adana: Nobel Akademik Yayıncılık: 79-116.

Özyürek, İ. (2023), Netflix Belgesellerinde Latin Amerika Siyasi Tarihi, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Parsa, A. F., Akmeşe, Z. (2011), “Yeşilçam Sinemasından Günümüz Dizilerine Dönüşüm Örnek Çalışma: Selvi Boylum Al Yazmalım”, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Paramount Plus (2025), Paramount+ Home, <https://www.paramountplus.com/intl/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Peacock (2025), Peacock for customers, <https://www.peacocktv.com/unavailable> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Pelister, T.G. (2022), “Gelecek İçin Belleği Korumak: Tiyatro Arşivi Oluşturma Gerekliği”. *Konservatoryum - Conservatorium*, 9(1): 109-124.

Piroğlu, E. (2022), “Bir baba-oğul hesaplaşması, Alevi kültürüne saygı duruşu: Âşıklar Bayramı”, *Diken*, <https://www.diken.com.tr/asiklar-bayrami-basladi-alevi-kulturune-saygi-durusu-baba-ogul-hesaplamasi-yol-hikayesi/> (Erişim tarihi: 11 Mayıs 2025).

Postman, N. (2017), *Televizyon: Öldüren Eğlence*, (7. Baskı), (Çev. O. Akınhay), İstanbul: Ayrıntı.

Pösteği, N. (2005), *1990 Sonrası Türk Sineması*, (2. Baskı), İstanbul: Es Yayınları.

Pösteği, N. (2017), *Bellek Tazeler Yanlışları*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Prime Bi’ Kapışma (2025), Amazon Prime Video Türkiye, https://www.youtube.com/watch?v=RbSEeuxuocc&ab_channel=AmazonPrimeVideoT%C3%BCrkiye (Erişim tarihi: 27 Şubat 2025).

Propp, V. (1985), *Masalın Biçimbilimi*, (Çev. M. Rifat & S. Rifat), İstanbul: Bilim Felsefe Sanat Yayınları.

PuhuTV (2025), Anasayfa, <https://puhutv.com/> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

Resmi Gazete (2019), “Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik”, *Resmi Gazete*, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/08/20190801-5.htm> (Erişim tarihi: 14 Mart 2025).

Rifat, M. (1998), *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları I – Tarihçe ve Eleştirel Düşünceler*, İstanbul: YKY.

Rigel, N. (2012), “Zihnin Yüreği Nasıl Susuyor?”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 10.

Ritzer, G. (2011), *Toplumun McDonaldlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme* (2. Baskı), (Çev. Ş. S. Kaya), İstanbul: Ayrıntı.

Ritzer, G. (2019), *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek: Tüketim Katedrallerindeki Süreklilik ve Değişim* (4. Baskı), (Çev. F. Payzın), İstanbul: Ayrıntı.

Robertson, R. (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage Publications.

Rounds, J. (2024), “From HBO MAX to MAX: A Surprising Success Story”, *BavGroup*, <https://www.bavgroup.com/brands-culture/hbo-max-max-surprising-success-story> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

RTÜK (2022), “RTÜK Başkanı Şahin "Gelenekselden Dijitale Medya Ve Gençlik Zirvesi"nde Konuştu”, *RTÜK*, <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-baskani-sahin-gelenekselden-dijitale-medya-ve-genclik-zirvesi-nde-konustu/4418> (Erişim tarihi: 14 Mart 2025).

Rubin, A. M. Windahl, S. (1986), “The Uses and Dependency Model of Mass Communication”, *Critical Studies in Mass Communication*, 3 (2): 184-199.

Rubin, D. C. (2021), “Kolektif Anılar Olarak Sözlü Gelenekler”, Boyer, P. Wertsch, J. V. (Eds.), *Zihinde ve Kültürde Bellek* (2. Baskı), (Çev. Y. Aşçı Dalar), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: 349-369.

Rudy, R. (2024), “Reading Signs in Film Through Barthes’ Semiotics”, *Jolali: Journal of Language and Literature*, 2 (1): 5-11.

Sağlam, M. F. (2019), “Apple Tv Plus Tüm Yönleriyle Tanıtıldı”, *Branding Türkiye*, <https://www.brandingturkiye.com/apple-tv-plus-tum-yonleriyle-tanitildi/> (Erişim tarihi: 07 Mart 2025).

Sarı, Ü., Sancaklı, P. (2020), “Küyerelleşmenin Dijital Platformların İçerik Tanıtımına Etkisi: Netflix Örneği”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (1): 243-260.

Sarı, Ü. ve Türker, H. (2021), “Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1): 59-80.

Sarıkaya Levent, Y. (2023), “Hatırlama ve Unutma Aracı Olarak Bellek Mekânları”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (85): 328-339.

Sarlo, B. (2022), *Geçmiş Zaman: Bellek Kültürü ve Özneye Dönüş Üzerine Bir Tartışma* (2. Baskı), (Çev. P. B. Charum, D. Ekinci), İstanbul: Metis.

Sarp, N., Tosun, A. (2011), “Duygu ve Otobiyografik Bellek”, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 3 (3): 446-465.

Sarsılmaz, Y. (2024), Gösterişçi Tüketimde Gençlik Dizilerinin Rolü: Netflix İzleyicileri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Sakarya, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Saussure, F. (1998), *Genel Dilbilim Dersleri*, (Çev. B. Vardar), İstanbul: Multilingual.

Sayar, F. (2012), “Otobiyografik Bellek ve Otobiyografik Belleği Etkileyen Değişkenler / Autobiographical Memory and Variables Affecting Autobiographical Memory”, *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35 (2): 19-33.

Schudson, M. (2007), “Kolektif Bellekte Çarpıtma Dinamikleri”, (Çev. B. Kovulmaz), *Cogito - Bellek: Öncesiz, Sonrasız*, 50: 179-199.

Seçilmiş, E. (2022), Pazarlama İletişiminde Dijital Platform Stratejileri Üzerine Netnografik Bir İnceleme: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Semiz, C. (2024), Marka Kimliği Kişiliği ve İmajı: Netflix Ve BluTV Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Serdaroğlu, C. (2022), Farklı Türdeki Yabancı Dizilerde Antisosyallerin Temsili: Netflix Dizilerinin Analizi, Doktora Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sezer, M. (2022). Netflix Türkiye’de Yayınlanan Jenerik Tasarımlarının Kinetik Tipografi Ekseninde İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Shahid (2025), Shahid Home, <https://shahid.mbc.net/en> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Showmax (2025), Where can i stream, <https://www.showmax.com/where-can-i-stream> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Shumway, D. R. (1999), “Rock 'n' Roll Sound Tracks and the Production of Nostalgia”, *Cinema Journal*, 38 (2): 36-51.

Sivas, A. (2012), “Göstergebilim ve Sinema İlişkisi Üzerine Bir Deneme”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (21): 527-538.

Sling Tv (2025), Sling Tv Availability, <https://www.sling.com/geo-block/index.html> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Smits, R., Nikdel, E.W. (2019), “Beyond Netflix and Amazon: MUBI and the curation of on-demand film”, *Studies in European Cinema*, 16 (1): 22-37.

Sohtorik, S. (2022), Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Sadakat Niyetine Etkisinde Marka İlişki Kalitesinin ve Marka Güveninin Rolü: Netflix Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Söğütlüler, T. (2022), Z Kuşağının Netflix Yerel İçeriklerini Alımlama Biçimleri, Doktora Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Söğütlüler, T. ve Başer, E. (2023), “Reklam Unsuru Olarak Fragmanlar: Dijital Platformlarla Birlikte Fragmanların Değişen Yapısı”, *KİLAD*, (22): 171-190.

Sönmez, S. (2012), Toplumsal Bellek ve Sinema: Türkiye Sinemasında Travmatik Temsiller, Doktora Tezi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Statista (2025), “Number of HBO Max viewers worldwide from 2021 to 2025”, *Statista*, <https://www.statista.com/statistics/1272744/number-hbo-max-viewers-worldwide/> (Erişim tarihi: 06 Mart 2025).

Statistics report about Amazon Prime Video (2025), “Amazon Prime Video”, *Statista*, <https://www.statista.com/study/56290/amazon-prime-video/> (Erişim tarihi: 06 Mart 2025).

Statistics report on Netflix (2025), “Netflix”, *Statista*, <https://www.statista.com/study/15313/netflix-statista-dossier/> (Erişim tarihi: 06 Mart 2025).

Stevenson, N. (2015), *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi* (2. Baskı), (Çev. G. Orhon, B. E. Aksoy), Ankara: Ütopya.

Stoll, J. (2024), “Content spending of Netflix worldwide from 2012 to 2025”, *Statista*, <https://www.statista.com/statistics/964789/netflix-content-spend-worldwide/> (Erişim tarihi: 13 Mart 2025).

Stoll, J. (2025), “Number of Disney Plus subscribers worldwide from 1st quarter 2020 to 1st quarter 2024”, *Statista*, <https://www.statista.com/statistics/1095372/disney-plus-number-of-subscribers-us/> (Erişim tarihi: 06 Mart 2025).

Susam, A. (2013), 2000 Sonrası Türk Belgesellerinde Toplumsal Bellek ve Gerçeğin Temsili, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Susam, A. (2015), *Toplumsal Bellek ve Belgesel Sinema*, İstanbul: Ayrıntı.

Süar Oral, S. (2018), Handan İpekçi Sinemasında Kolektif Bellek, Doktora Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şahin, G. (2017), “Bellekte Uyma Davranışı”, *Psikoloji Çalışmaları*, 37 (1): 1-33.

Şahin, R. N. (2024), Dijital Platformlarda Kullanıcı Motivasyonu: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Şahin Kaya, Ş. (2011), “Televizyon, Tarih ve Toplumsal Bellek”, *Sosyoloji Dergisi*, 25: 103-123.

Şahin, M. (2024), “A Study on MUBI’s Economic and Symbolic Capital as a New Cinephile Space in the Digital Age”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(1): 385-403.

Şakı Aydın, O. (2019), “Yeni İzleme Biçimleri ve Netflix İçerikleri: Ritzer’in Mcdonaldlaşma Tezi Ekseninde Bir Değerlendirme”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (63): 1167-1172.

Şar, G. (2013), Dissoi Logoi Üzerine Bir İnceleme, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şentürk, R. (2014), *Türk Sinemasının Durum Analizi (2005-2010)*, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

Şimşek, C. (2024), Türkiye’deki Belgesel Profesyonellerinin Gözünden Dijital Platformlarda Yayınlanan Belgesel Yapımlar Üzerine Bir Alımlama Analizi: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Tamm, M. (2019), *Juri Lotman - Culture, Memory and History*, (Çev. B. J. Baer), London: Palgrave Macmillan.

Tanç, C. E. (2022), Kültür Endüstrisi Bağlamında Netflix’in Yerli Dizilerinin İncelenmesi, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tanyaş, H., Mısırlıoğlu, M. (2018), “Kaynak Belleği: Derleme Çalışması”, *DTCF Dergisi*, 58 (2): 1436-1457.

Tanrıvermiş, Ş. (2021), “Yeşilçam Kodlarını Kullanarak Yeşilçam Geleneğini Eleştiren “Yeşilçam Dizisi””, *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (25): 555-563.

Tarasti, E. (2017), “The Semiotics of A. J. Greimas: A European Intellectual Heritage Seen From The Inside and The Outside”, *Sign Systems Studies*, 45 (1/2): 33-53.

Tay, B. (2022), Audience Culture and TV Series: Netflix as a Popular Cultural Practice Yüksek Lisans Tezi, İzmir, İzmir Ekonomi Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Tecimer Özüberk, T. (2023), “Anca’nın Nefret Söylemleri ile Disney Plus’a Baskı Yapması”, *Avrasya İncelemeleri Merkezi*, <https://avim.org.tr/Blog/ANCA-NIN-NEFRET-SOYLEMLERI-ILE-DISNEY-PLUS-A-BASKI-YAPMASI> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Tekin Arıcı, E. Güray, C. (2019), “Anadolu’da Abdallık Geleneğinin Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Tasavvufi Ve Dini Yapılanmalar İle Abdalların Müzikle İlişkisinde Bu Yapıların Etkisi”, 9. *Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi*, 273-292.

Tencent Video (2025), Tencent Video Home, <https://v.qq.com/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Thorburn, D., Jenkins, H. (2003), *Introduction: Toward an Aesthetics of Transition*, in *Rethinking Media Change* (Ed. David Thorburn & Hanry Jenkins), s.1-18, Combridge: MIT Press.

Toffler, A. (2018), *Üçüncü Dalga: Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı*, Çev. Selim Yeniçeri, İstanbul: Koridor.

Tok, D. (2020). Gamechangers in New Media: Streaming Culture Practices Among a group of Netflix Turkey Users, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü.

Tomaselli, K. G. (1981), “Semiotics, Semiology and Film”, *Communicare*, 2 (1): 42-61.

Toptaş, H., Erdal, B., Kindap Tepe, Y., Çiğdem, B., Topaktaş, S. (2021). “Hüzünlü ve Neşeli Müziklerin Kısa Süreli Bellek Üzerine Etkisi”, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (9): 63-79.

Torun, A. (2021), “Sinemada veya Netflix’te Dijital İzleme Ortamları ve Yeni Alışkanlıklar: Bir Sosyal Ortam Olarak Sinema ve Film İzleme Pratiklerindeki Dijital Dönüşüm”, *SineFilozofi Dergisi*, 6 (11): 370-387.

Toy, M. E. (2024), *Netflix ve Türkiye: Kültürel Yansımalar, Dijital Diplomasi ve Küresel Etkiler*, Konya: Çizgi Kitabevi.

Traverso, E. (2020), *Geçmiş Kullanma Kılavuzu: Tarih, Bellek, Politika* (2. Baskı), (Çev. I. Ergüden), İstanbul: İletişim.

Tryon, C. (2013), *On-Demand Culture: Digital Delivery and the Future of Movies*, United States: Rutgers University Press.

Tufan, S. (2024), “Disney Plus’ın yayınlamadığı Atatürk filmini Prime Video yayınlayacak!”, *Marketing Türkiye*, <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/disney-plusin-yayinlamadigi-ataturk-filmini-prime-video-yayinlayacak/#:~:text=Disney%20Plus%2C%202023%20y%C4%B1l%C4%B1nda%20Ara,dizisine%20de%20yer%20vermeyece%C4%9Fini%20duyurmu%C5%9Ftu> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

Tuğrul, S. (2021), *Yitik Bellek: Yas, Kimlik, Yüzleşme*, Ankara: Dipnot.

Turanlı, E. (2018), “Ulus Kimliğinin Oluşumu ve Türk Ulusu Tasarımı: Vatanım Sensin Dizisi”, Koç Akgül, S. Pazarbaşı, B. (Eds.), *Küresel Ağlar Odağında Kültür, Kimlik ve Mekan Tartışmaları*, İstanbul: Hiperyayın: 157-180.

Türkyılmaz, T. (2023), “Dijital Film Platformlarına Kategorik Bir Yaklaşım: Film Festivallerinin Genel Özellikleri Üzerinden Mubi Dijital Film Platformunun İncelenmesi”, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 16 (44): 1985-2011.

Tüzün Ateşalp, S., Başlar, G. (2020), “İnternette Dizi İzleme Pratiklerinin Dönüşümü: Aşırı İzleme (Bingewatching) Üzerine Bir Araştırma”, *İleti-ş-im*, 32: 108-136.

TRT (2025), Tarihçe, <https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce> (Erişim tarihi: 05 Mayıs 2025).

TRT Müzik (2022), “Özay Gönlüm | Kendi Tasarladığı Yaren Çalgısını Anlatıyor”, *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=VN9t50Z6b-M> (Erişim tarihi: 05 Mayıs 2025).

Uçar Boyraz, F., Er, N. (2007), “Alzheimer ve Depresyon Tanılı Gruplar ile Normal Örneklemde, Kişisel ve Toplumsal Olaylara İlişkin Otobiyografik Bellek Özellikleri”, *Türk Psikoloji Dergisi*, 22 (60): 45-64.

Uğurlu, E. K. (2014), “Kültürel Bellek Aktarıcısı Olarak Ninni”, *Milli Folklor*, 26 (102): 43-52.

Ulukan, G. (2019), “Discovery’nin Eğlence ve Yaşam Tarzı Kanallarındaki İçerikler Artık Puhutv’de Yayınlanacak”, *Webrazzi*, <https://webrazzi.com/2019/05/03/discoverynin-eglence-ve-yasam-tarzi-kanallarindaki-icerikler-artik-puhutvde-yayinlanacak/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Ulukan, G. (2019a), “Dijital yayıncılığa getirilen RTÜK denetimiyle ilgili yönetmelik Resmi Gazete’de yayınlandı”, *Webrazzi*, <https://webrazzi.com/2019/08/01/dijital-yayincilik-rtuk-denetimi-yonetmelik-resmi-gazete/> (Erişim tarihi: 14 Mart 2025).

Ulukan, G. (2021), “Discovery, online video platformu BluTV’nin yüzde 35 hissedarı oldu”, *Webrazzi*, <https://webrazzi.com/2021/01/19/discovery-online-video-platformu-blutvnin-yuzde-35-hissedari-oldu/> (Erişim tarihi: 03 Mart 2025).

Ulusal, D. (2018), *Bellek Bağlamında İran Sineması’nda Kadın*, Doktora Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ulusal, D., Doğan, M. C. (2018), “Sinemada Protez Belleğin Oluşumu: “Border Cafe” Filmi Üzerinden Bir İnceleme”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (61): 1039-1054.

Uyanık, G. (2023), “Dijital Medya Platformlarını Henry Jenkins’in Kavramları Üzerinden Okumak”, *Etkileşim*, 11: 432-444.

Uygur, N. (1984), *Kültür Kuramı*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Uzun, B. (2023), “Kolektif Bellek ve Medya ile İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analizi”, *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 12: 1518-1532.

Ün, H. (2024), “Oryantalizm Perspektifinden Mubi’nin Editoryal Film Yorumları Üzerine Bir İnceleme”, Tam Bildiri Metni, *Sakarya, Türkiye Film Araştırmaları Derneği 3. Uluslararası Film Araştırmaları Sempozyumu*, 139-156.

Varelci, İ. (2024), *Netflix Dizilerinde Dinî, Kültürel, İdeolojik İnanç ve Uygulamalarıyla Yahudilik: Fauda Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Rize, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Viu (2025), About Viu, <https://www.hq.viu.com/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Wang, K., Shi, X. (2022), “Investigation on Competitive Dynamics in Video Streaming Market Taking Netflix and Amazon Prime Video as Analysis Cases”, *Advances in Economics, Business and Management Research*, 652: 1987-1991.

WatchIT (2025), WatchIT Home, <https://www.watchit.com/#/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Wertsch, J. V. (2021), “Kolektif Bellek”, Boyer, P. Wertsch, J. V. (Eds.), *Zihinde ve Kültürde Bellek* (2. Baskı), (Çev. Y. Aşçı Dalar), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: 149-174.

Williams, R. (1960), *Culture & Society: 1780-1950*, New York: Columbia University Press.

- Williams, R. (1993), *Kültür*, (Çev. S. Aydın), Ankara: İmge.
- Williams, H., Conway M. A. (2021), Otobiyografik Anı Ağları, içinde Zihinde ve Kültürde Bellek (2. Baskı), Boyer, P. Wertsch, J. V. (Eds.), *Zihinde ve Kültürde Bellek* (2. Baskı), (Çev. Y. Aşçı Dalar), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: 43-77.
- Wollen, P. (2004), *Sinemada Göstergeler ve Anlam* (2. Baskı), (Çev. Z. Aracagök & B. Doğan), İstanbul: Metis.
- Yahşi, E. (2021), “Elit sinema değil, herkes için iyi sinema”, *Oksijen*, <https://gazeteoksijen.com/yazarlar/elcin-yahsi/elit-sinema-degil-herkes-icin-iyi-sinema-19515> (Erişim tarihi: 27 Şubat 2025).
- Yalçın, F. (2013), “Postmodern Dünyada Geleneğin Yeniden İnşası ya da Ticari Bir Meta Olarak Keşfi ve Çağdaş Türk Romanında Gelenek Sorunu”, *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 49: 171-184.
- Yaman, E. (2023), Netflix’te Oryantalizm: Orta Doğu Konulu Dizilerde Emperyal İzler, Yüksek Lisans Tezi, Antalya, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yanık, M., Özmen, M. (2001), “Amnezi, Bastırılmış Bellek (Repressed Memory) ve Unutulmuş Anıların Yeniden Hatırlanması (Recovered Memory)”, *Yeni Symposium*, 39 (2): 74-78.
- Yavuz, G. (2024), Sayısal Yayın Platformlarında Belgesel Sinemanın Dönüşen Anlatı Yapısı: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yazıcı, F. (2020), “Dönüşen Sinema Sektörü ve Değişen İzleyici Alışkanlıkları: 7163 Sayılı Kanun’un Değerlendirilmesi”, *OPUS - Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (22): 1435-1459.
- Yenigün Altın, Ş. (2024), Kültürel Hegemonya Tartışmaları Çerçevesinde Netflix Türkiye Yerli Dizileri İncelemesi ve İzleyici Deneyimi, Doktora Tezi, Elazığ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yenigün Altın, Ş., Demirci, K. (2024), “Kültürel Hegemonya Tartışmaları Çerçevesinde Netflix Türkiye Yerli Dizileri İncelemesi ve İzleyici Deneyimi”, *TRT Akademi*, 9(22): 724-751.
- Yıldırım, İ. K. (2024), Küresel Dijital Platformlar ve Yerelleşme: Netflix’in Sosyal Medya Mecralarındaki Pazarlama Stratejileri, Yüksek Lisans Tezi, Elazığ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım N. (2021), “Jeneriği Atla: Dijital Çağda Değişen Zaman ve İzleyici İlişkisi”, *Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3: 71-83.

Yılmaz, E. S., Erdem, A. (2022), “Dijital Platform Üyeliklerinin Devamlılığına Etki Eden Faktörler: Netflix Örneği”, *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 7(17): 47-67.

Yolcular, E. (2023), ““Cici” Film Mekân Analizi”, *Medium*, <https://medium.com/@esinyolcular/cici-film-mekan-analizi-ae19386e1e76> (Erişim tarihi: 05 Mayıs 2025).

Youku (2025), Youku Home, <https://youku.tv/> (Erişim tarihi: 24 Şubat 2025).

Yumrutepe, B. C. (2019), “BKM, Organize İşler Netflix tepkilerine cevap verdi!”, *ShiftDelete*, <https://shiftdelete.net/bkm-organize-isler-netflix-tepkilerine-cevap-verdi> (Erişim tarihi: 13 Mart 2025).

Yücel, F. (2020), “Bakanlık ve RTÜK’ten Sansür, Netflix’ten İptal Kararı”, *Altyazı Fasikül*, <https://fasikul.altyazi.net/pano/bakanlik-ve-rtukten-sansur-netflixten-iptal-karari/> (Erişim Tarihi: 17 Şubat 2025).

Yüksel, H. (2022), “Dijitalleşme Bağlamında Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Dönüşümü: Disney Plus Platformu”, *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (2): 523-538.

Yüksel, S. E. (2018), “Küreselleşmenin Sinema Endüstrisine Etkileri: Türkiye’de Üretim-Dağıtım-Gösterim İlişkileri Üzerine Bir İnceleme”, *Selçuk İletişim*, 11(1): 331-348.

Yüncüoğlu, B. (2019), Dijital Platformların Pazarlanmasında Sosyal Medya Stratejileri: Netflix Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yünkül, K. (2024), 2020-2022 Yılları Arasında Dijital Platformlarda Yayınlanan Dizilerde Güçlü Kadın Olgusu: Netflix Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Malatya, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zararsız, Y. G. (2022), The Changes In The Language Of Cinema Within The Context Of Netflix, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, Yaşar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Zengin, F. (2022), “Dijital Akış Platformlarının “Yıkıcı” Etkisi: Sinemanın Geleceğine Dair Güncel Tartışmalar ve Bir Değerlendirme”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 47: 194-210.

Zhang, Y., Şahin Kütük, B. (2020), “Türkiye’deki Çinli Öğrencilerin Kültürel, Sosyal ve Akademik Entegrasyon Süreçlerinde Dijital Platformların Yeri”, *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8 (Özel Sayı): 96-118.

Zlotnik, G., Vansintjan, A. (2019), “Memory: An Extended Definition”, *Frontiers in Psychology*, 10: 1-5.