

NETFLIX FİLM JENERİKLERİNİN İDEOLOJİK KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ
BAĞLAMINDA BİR İNCELEME¹

Abduselam KAYA²

Tülay ÇELİK³

ÖZ

Araştırma Makalesi

Research Article

² Araştırma Görevlisi, Fırat
Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Elazığ, Türkiye

E-Posta
abduselam.kaya@firat.edu.tr
ORCID
0000-0002-5276-0824

³ Dr. Öğretim Üyesi
Sakarya Üniversitesi, Sanat
Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Sakarya, Türkiye

E-Posta
tcelik@sakarya.edu.tr
ORCID
0000-0002-8277-3386

Başvuru Tarihi / Received
01.07.2024

Kabul Tarihi / Accepted
17.08.2024

Dijital film platformlarının orijinal içerikleri, popüler sinema alanını şekillendiren kültür endüstrisi ürünleridir. Filmlerin önemli bir parçası olan jenerikler de biçim ve içerik düzeyinde endüstriyel üretimin temel niteliklerini taşımaktadır. Buradan hareketle çalışma dijital bir film platformu olan Netflix'in orijinal içeriği olarak sunulan film jeneriklerini Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer'in kültür endüstrisi yaklaşımı çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma perspektifinden yola çıkan çalışmada veriler, doküman incelemesi yoluyla toplanmıştır. Netflix'in yayımladığı istatistiklere göre 2021-2024 yılları arasında ilk doksana bir gün içinde en fazla izlenmiş olan Red Notice filminin jeneriği ölçüt örnekleme olarak seçilmiştir. Filmin jeneriği kültür endüstrisi kavramından hareketle temalara ayrılarak betimsel olarak çözümlenmiştir. İdeolojinin teknik ve estetik ile ilişkisini kavrayabilmek için grafik ve sinematografik öğelerden oluşan on sekiz analiz biriminden yararlanılmıştır. Bulgular standartlaşma, arzuyu kısırtma, hız, kolay anlaşılabilirlik, vaatler sunma, ipuçları verme, reklam üretme, gerçeklik yanılsaması yaratma ve tahmin edilebilirlik kategorileri altında yorumlanmıştır. Sonuç olarak, film jeneriklerinin kültür endüstrisinin ideolojik söyleminin önemli bir parçası olmasını sağlayan teknik ve estetik özellikler detaylı olarak ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kültür Endüstrisi, Film Jeneriği, Netflix, Red Notice

IDEOLOGY OF NETFLIX FILM CREDITS: A STUDY IN THE
CONTEXT OF THE CULTURE INDUSTRY

ABSTRACT

The original content of digital film platforms is a product of the culture industry that shapes the field of popular cinema. The credits, which are an important part of the films, carry the main characteristics of industrial production at both the form and content level. From this point of view, the study aims to analyse the film credits presented as the original content of Netflix, a digital film platform, within the framework of Theodor W. Adorno and Max Horkheimer's culture industry approach. Starting from a qualitative research perspective, the data were collected through

¹ Bu makale, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Görsel İletişim Tasarımı Anasanat Dalı'nda Dr. Öğr. Üyesi Tülay Çelik danışmanlığında Abduselam Kaya tarafından hazırlanan "Kültür Endüstrisi Bağlamında Netflix Film Jeneriklerinin İncelenmesi" (2023) başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

document analysis. According to the statistics published by Netflix, the credits of the Red Notice movie, which was watched the most in the first ninety-one days between 2021 and 2024, were selected as the criterion sample. The credits of the film were analyzed descriptively by dividing them into themes based on the culture industry. Eighteen units of analysis consisting of graphic and cinematographic elements were used to comprehend the relationship between technique, aesthetics and ideology. The findings were interpreted under the categories of standardization, provoking desire, speed, readability, offering promises, giving clues, producing advertisements, creating the illusion of reality and predictability. The technical and aesthetic features that make film credits a significant part of the ideological discourse of the culture industry have been revealed in detail.

Keywords: Culture Industry, Film Credits, Netflix, Red Notice

GİRİŞ

Jenerikler bir taraftan film anlatısına giriş yapılmasına imkân verirken (Abbott, 2015: 110) öte yandan oyuncular ve yapım ekibi konusunda izleyicilere bilgi verir (Sánchez-Galán, 2017: 868). Sinema tarihi boyunca jenerikler, biçim, içerik ve işlev açısından çeşitli değişiklikler geçirmiştir. Bu değişikliklerin, popüler sinema endüstrisindeki piyasa ilişkilerinin bir sonucu olarak eleştirel bir okumaya tabi tutulması önemlidir. Bu çerçevede çalışma, popüler dijital film platformlarının en önemlilerinden biri olan Netflix'in ürettiği film jeneriklerine odaklanmaktadır.

Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisinin toplumun kontrol altında tutulmasına ve düşüncenin sınırlandırılmasına nasıl aracılık ettiğini 1947 yılında yayımlanan "Aydınlanmanın Diyalektiği" isimli eserde ortaya koymuştur (Akt. Ay, 2020: 318). Kültürün ticarileşmesi, hayatın her alanının metalaşmasına ve egemen ideolojinin kitlelerin bilincinde yeniden üretilmesine neden olmaktadır (Kara, 2014: 52). Adorno'ya (2007: 51-110) göre endüstriyel kültür ilkesi hem tüketici ihtiyaçlarının giderilmesini hem de yeni ihtiyaçlar oluşturulmasını sağlayan bir mekanizmadır. Kültür endüstrisi içinde insan bir tüketici olarak sınıflandırılmakta ve kitlesel üretim kategorilerine sokulmaktadır. Bu sistemde klişeler ve formüllerle oluşturulan kültürel ürünler, özgün, kalıcı ve eleştirel eserlerin yerini almaya başlamıştır.

Sinema tarihi çalışmalarında eleştirel bakış açısının gelişimine katkı veren kültür endüstrisi kavramı, post-Fordist dönemdeki film üretim süreçlerinin kavranması

ve eleştirel perspektifin güçlendirilmesi açısından anahtar bir kavramdır. Bu çerçevede Netflix tarafından üretilen dizi ve filmleri, kültür endüstrisi bağlamında ele alan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar genellikle filmin anlatısına odaklanan çözümlenmelerdir (Öztürk, 2020; Alizade, 2021; Tanç, 2022; Akın, 2023). Bunlara izleyici araştırmalarını kapsayan çalışmalar da dâhil edilebilir (Pulurluoğlu, 2022; Saraç, 2021). Jenerikler kültür endüstrisinin ideolojisini, en az filmler kadar yansıttığı halde Netflix film jenerikleri üzerine çalışma yapılmamıştır. Literatür incelendiğinde jeneriklere odaklanan çalışmaların tasarım tarihi ve teknikleriyle sınırlı olduğu görülmüştür (Kaçar, 2020; Aydoğan, 2021; Saraç, 2022). Endüstriyel niteliklerin yoğunlaştığı anlatılar olarak jenerikler, eleştirel bir perspektifle incelenmemiştir (Inceer, 2007: 3). Bu yönüyle çalışmamız jenerikle ilgili çalışmalara yeni bir perspektif önermektedir.

Fordist üretim biçiminin kültür alanındaki etkilerini detaylı olarak ortaya koyan düşünürler, sinemanın ideolojik söylemi içerik ve biçim vasıtasıyla aktardığını ortaya koymuştur. Onların kurduğu izleği takip eden ve sinemayı kültür endüstrisi bağlamında ele alan çalışmalar, eleştirel sinema literatürünün temelini oluşturmaktadır. 1970'ten sonra post-Fordist üretim biçiminin ve küreselleşmenin endüstriyel kültür üretimini dönüştürdüğünü iddia eden bazı teorisyenler endüstriyel ürünlere ilişkin çalışmaları yeni bir bağlama taşımak ister. Cunningham (2002), Bazalgette (2017) ve Miller (2009) fikri mülkiyet haklarının önem kazanmasına ve ürünlerin yaratıcı süreçlerine vurgu yaparak yaratıcı endüstriler ve kültürel endüstriler kavramlarını kullanırlar. Bu makale ise sinema çalışmalarının bu yeni perspektifini sorgulayarak kültür endüstrisi eleştirisinin endüstriyel kültür ürünlerinin ideolojisini kavramak için halen çok önemli bir yöntem olduğu tezinden hareket eder. Bu çalışma Bustamante (2004), Raunig (2011) ve Kong'un (2014) çalışmaları üzerinden Netflix'i kültür endüstri olarak ele alır; orijinal içeriklere ait jenerikleri Adorno ve Horkheimer'in eleştirel yaklaşımından hareketle betimsel olarak inceler. Hollywood sineması ile Netflix arasında ideolojik boyutta bir ilişki kurarak jeneriklerin kültür endüstrisi ürünlerine hangi düzeyde benzediğini; içerik ve biçim açısından ideolojik söylemi nasıl inşa ettiğini araştırır.

Kültür endüstrisi ürünlerinin niteliklerini ortaya koyan ve Netflix jeneriklerini kültür endüstrisi kavramından hareketle anlamaya çalışan bu çalışmanın, yaratıcı endüstri ürünlerinin eleştirel olarak ele alınmasına ve kültürel üretim alanının güncel durumunu betimlemeye katkı vereceği düşünülmektedir.

1. Kültür Endüstrisi Eleştirisi

Frankfurt Okulu 1923 yılında Almanya’da kurulmuş; o dönemde hâkim olan pozitivist düşünce yapısına eleştirel yaklaşan bir düşünce okuludur (Cevizci, 2017: 831). Aydınlanmacı düşünce, süreç içinde aklın bir araç haline gelmesinin önüne geçememiştir. Araşsal akıl, teknik yararlılık ve kişisel çıkarları ön plana çıkarmış; bu durumda bilimin temel hedefi ekonomiye hizmet olmuştur (Larrain, 1995: 80). Bununla birlikte kapitalizmin ekonomi politik yönü dışında hegemonya ve iknayı da içeren kültürel boyutunun kültür endüstrisi eleştirisinin önemli bir parçası olduğu unutulmamalıdır (Şan ve Hira, 2007:324). Bu bağlamda Özek (2019: 1551) eleştirel teoriyi oluşturan en önemli unsurlardan birinin ideoloji eleştirisi olduğunun altını çizer. Oskay’a (1980: 199-229) göre ideoloji gerçeği gizleyen ve bireylerin etkileşimini düzenleyen bir anlam çerçevesine sahiptir. Frankfurt Okulu’na göre ideoloji sözde-gerçekçiliktir. Gerçekliğin yeniden üretimi olan bu olgu, bireyleri denetleyecek bir mekanizma kurmuş olur.

Larrain’e (1995: 76-83) göre kitle kültürü, seri üretimi referans alan kültür sanayi aracılığıyla üretilir. Bu durumda sanat ve kültür alanındaki her türlü üretim kalıplaşmaya başlar. Bu süreçte kitle iletişim araçları belirleyicidir. Kitlelerin tüketimine yönelik ürünlerin belirli bir plan dâhilinde üretildiğini belirten Adorno (2003: 76), kültür endüstrisinde tüm sektörlerin yapısal olarak benzer ürünler ürettiklerini ve böylece kusursuz bir sistem yarattıklarını söyler. Bu süreçte tüketimi hedefleyen sanat, kullanım değeriyle ölçülerek satılmaya uygun hale getirilir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 210-211). Mattelart ve Mattelart’a (2020: 62) göre Adorno ekonomik gücün, teknolojik gücü belirlediğini ortaya koyar. Ona göre bu güce sahip olanlar toplum üzerinde hâkimiyet kurar. Hall’un (2014: 140) Gramsci’nin kültürel hegemonya kavramına referansla dile getirdiği gibi, teknolojik anlamda etken kültür diğer kültürler üzerinde hâkimiyet sağlar. Bu bağlamda Batı, teknolojik hâkimiyetini kültürel hâkimiyete çevirmiştir.

Adorno (2005: 210) “Minima Moralia” başlıklı eserinde sinema savunucularının sinemanın sanatsal açıdan soylulaştığı iddiasına karşılık kültür endüstrisinin en güçlü aracının sinema olduğunu belirtir. Filmler, sermayeye sahip olanların iktidarının devam ettirilmesini sağlar (Adorno ve Horkheimer, 2014: 167). Kırel (2010: 343-344) popüler sinemanın ticari, estetik ve ideolojik boyutuyla birlikte düşünülebileceğine dikkat çeker. Sermaye kâr oranını artırmak için sürekli yeni pazarlama stratejileri geliştirir. Yıldız oyuncuların yaratılması ve iktidarı onaylayan bir söylem üretilmesi bu sürecin sonucudur. Ryan ve Kellner de (2010: 17-18) benzer şekilde Hollywood filmlerinin sinematografik unsurlar aracılığıyla egemen söylemi kabul edilebilir kıldığını ekler.

Louw (2001: 19), kültür endüstrisinin endüstriyel mantığının post-Fordist süreçte de görüldüğünü belirtir. Küresel şirketlerin ortaya çıkışı kültür endüstrisinin ideolojisini yaygın hale getirir. Bu bağlamda Larrain (1995: 210), Amerika’nın belirleyici olduğu bir küresel kitle kültüründen bahsedebileceğini belirtir. Cunningham (2022), Bazalgette (2017) ve Miller (2009) yaratıcı süreçlere vurgu yaparak günümüz kültür endüstrilerinin yaratıcı endüstriler kavramıyla açıklanabileceğini dile getirirler ve yaratıcı süreçlere vurgu yaparlar. Öte yandan Kong (2014), Bustamante (2004), Raunig (2011), yaratıcı endüstrilerin kültürel değerler için bir tehdit olabileceğinin altını çizer. Bu çalışmalar, Adorno ve Horkheimer’in geliştirdiği kültür endüstrisi eleştirisinin kültürel üretim alanının dinamiklerini açıklayan geçerli bir kavram seti içerdiğini kanıtlar niteliktedir.

2. Film Jeneriklerinde Teknik ve Estetik

Jenerikler filme katkı verenler konusunda izleyicileri bilgilendirirken aynı zamanda seyircinin filme hazırlanmasına da imkân verir (Racioppi ve Tremonte, 2014: 16). Brandão ve diğerlerine (2020: 140–141) göre jenerikler izleyicilerin beklentilerini oluşturur. Jenerikler filmin başlangıcına, filmin giriş sekansının sonuna, filmin sonuna; durağan arka plan üzerine, akan görüntü üzerine yerleştirilebilir; animasyon, grafik ve tipografik öğeler ile kurgulanabilir (Acar, 2015; Bort Gual, 2011; Öz, 2006; Tuğan, 2012; Bednarek, 2014; Turgut, 2012; Stanitzek, 2009). Allison’a (2011) göre jenerik stili, filmin yapıldığı dönemin özelliklerini yansıtır. Film jenerikleri sinema tarihi boyunca düşünsel ve teknik değişimlerden etkilenmiştir. Allison’un yaklaşımı,

arz-talep ilişkisinin film içeriği ve biçiminde olduğu gibi jenerik tasarımında da belirleyici olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Netflix'in mirasçısı olduğu Hollywood'un estetik yaklaşımı kültür endüstrisiyle uyumludur. Atayman'a (2004: 13-14) göre temel estetik anlayışını yüz yıldır değiştirmeden devam ettiren Hollywood, açıklayıcı, belirgin ve karmaşıklık içermeyen bir anlatımı tercih eder. Göstergelerin evrensel olarak rahatça kavranabilecek düzeyde olmasını hedefler. Anlatı, düzenin yeniden kurulmasına aracılık eder. Bununla birlikte yıldız oyunculara yer verilmesi, izleyici araştırmalarıyla üretim yapılması ve teknolojik yeniliklerin kullanılması Hollywood'un stratejik hamlelerindedir.

Teknik ve ideoloji arasındaki bağlantıyı ele alan Comolli (1974: 9-28), film tekniklerinin ideoloji bağlamında değerlendirilmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Teknik gelişmeler ideolojik bir düşüncenin ve ekonomik kaygıların sonucudur. Bu yöndeki değişimlerin asıl amacı gerçekliğe ulaşmak değil onu temsil edebilecek görüntüler ortaya koymaktır. Comolli'nin düşüncesi Ryan ve Kellner (2010: 17-18) ile ortaklık taşır. Ryan ve Kellner, Hollywood'daki temsil göreneklerini içerik ve biçim açısından belirleyici bulur. Filmlerdeki sonlar, devamlılık, nedensellik, yönlendirme, açıklayıcı kamera gibi nitelikler ideolojinin yansıtılmasına katkıda bulunabilir. Biçimsel alışkanlıklar, film evreninin kurgusunu saklar; seyirciye belirli bir bakış açısı dayatır. Ryan ve Kellner'ın bu düşünceleri sinemada teknik ve estetik unsurların ideolojik süreçler ile etkileşimde olduğunu gösterir. Bu çalışmada Netflix jeneriklerin bir parçası olduğu ideolojik söylem, teknik ve estetik tercihler üzerinden betimlenmiştir. Kültürel alanı ve bireyleri biçimlendiren sistemin nasıl işlediği, kendini nasıl meşru kıldığı kavranmaya çalışılmıştır.

3. Yöntem

Bu çalışma nitel araştırma perspektifiyle yürütülmektedir. Veriler toplanırken doküman incelemesi yönteminden yararlanılmış, bulgular kültür endüstrisi bağlamında betimsel olarak yorumlanmıştır. Nitel araştırma, okuyucuya araştırılan konu hakkında betimsel ve gerçekçi bir resim sunmayı amaçlar (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 48). Creswell bu resmin, faktörlerin karmaşık etkileşimlerini de içeren kompleks bir yapıya sahip olabileceğinin altını çizer (2013: 47). Nitel bir araştırmada

varsayımlar ortaya atılır ve kuramsal çerçeve ortaya konur. Araştırma problemi veya konu vurgulandıktan sonra araştırmacı açık uçlu araştırma soruları sorar ve bu sorulara cevap vermek için çeşitli veri toplama yöntemleri kullanır. Toplanan veriler kodlanır; temalar halinde gruplandırılır ve yorumlanır (Creswell, 2013: 65). Aşağıda bu perspektif doğrultusunda çalışmaya özgü süreç tanımlanmıştır.

3.1. Amaç, Kapsam ve Araştırma Soruları

Çalışma dijital bir film platformu olan Netflix'in orijinal içeriği olarak sunulan film jeneriklerinin Adorno ve Horkheimer'in kültür endüstrisi yaklaşımı çerçevesinde analiz edilmesini amaçlar. Adorno ve Horkheimer'a göre kültür endüstrisi olarak sinema, içeriğe ve biçime ilişkin tercihler aracılığıyla egemen ideolojik söylemi aktaran ve toplumu kontrol eden önemli bir araçtır. Düşünürlerin ortaya attığı kültür endüstrisi kavramı günümüz dijital film platformlarının içeriklerini değerlendirebilmek ve eleştirel bir yaklaşım geliştirebilmek için de temel bir çerçeve sunmaktadır. Bu bağlamda film endüstrisinin bir parçası olan film jeneriklerinin derinlikli olarak incelenmesi, egemen söylemin nasıl ve ne şekilde aktarıldığının kavranmasına katkı vermektedir. Bu doğrultuda araştırma soruları şöyle sıralanabilir: Netflix jenerikleri, kültür endüstrisi ürünlerinin hangi niteliklerini, ne düzeyde taşır? Netflix jenerikleri, ideolojik söylemi içerik ve biçim düzeyinde nasıl inşa eder?

3.2. Verilerin Toplanması

Çalışmada veri toplama tekniği olarak doküman incelemesi yöntemi seçilmiştir. Karasar'a (2005) göre doküman incelemesi amaca yönelik olarak kaynakların bulunması ve değerlendirmesi süreçlerini içerir (Akt. Sak ve diğerleri, 2021: 230). Bir araştırma yöntemi olarak da kullanılan doküman analizinde kaynak olarak kullanılan dokümanlar kamuya açık olanlar, kişisel olanlar, popüler kültür dokümanları ve görsel dokümanlar gibi çok çeşitli kategorilere ayrılabilir (Sak ve diğerleri, 2021: 230-231). Bu makalede kültür endüstrisi ürünlerinin niteliklerini araştırmak için kaynak olarak ele alınan görsel doküman, film jeneriğidir.

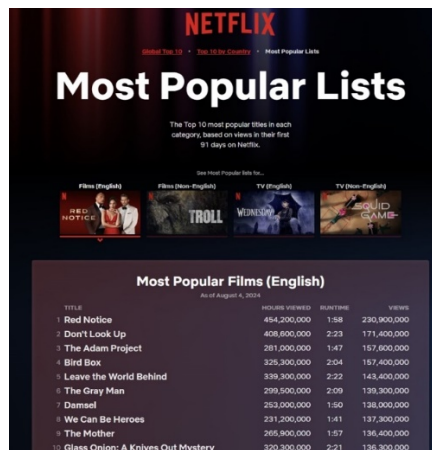
Doküman inceleme yöntemi malzeme üzerinde uzun süre çalışılmasına imkân vermektedir. Bu çalışma özelinde tekrar izleme yapabilmek, görüntüyü durdurmak, büyütme ve küçültme, ileri geri sarmak sinematografik ve grafik öğeleri detaylı

olarak analiz etmeye; sahnelerin, planların ve planlar arası ilişkilerin derinlemesine incelenmesine olanak sağlar. Kavramsal çerçeveden hareketle görüntüler üzerine kapsamlı olarak düşünmek ve yorumlamak için gerekli olan koşulları oluşturur.

3.2.1. Çalışmanın Evreni

Çalışmanın evrenini 2021-2024 yılları arasında ilk doksan bir günde en çok izlenen Netflix orijinal içeriği² olarak tanımlanan ve “English” kategorisinde yer alan filmler oluşturmaktadır (Netflix Tudum, 2024).³ En çok izlenen filmlerin ve Netflix’in kendi marka kimliğine uygun gördüğü orijinal içeriklerin, gösterimi yapılan diğer ürünlere göre platformun niteliğini daha fazla yansıtabileceği düşünülmüştür (Netflix, 2024a).

Şekil 1. Netflix’in En Popüler “Film (English)” Listesi



Kaynak: Netflix Tudum (E.T. 04/08/2024)

3.2.2. Örneklem Seçimi

Corbetta'ya (2003: 49) göre nitel araştırma derinlemesine araştırmayı gerektirdiğinden, çalışma yapılırken çok sayıda vaka yerine sınırlı sayıda vakaya odaklanmak tercih edilebilir. Bu çerçevede örneklem seçimi önemlidir. Çalışmada Netflix film jeneriklerinin kültür endüstrisi ürünlerinin niteliklerini ne oranda taşıdığı

² Netflix, birçok dizi veya filmin yapımını gerçekleştirip münhasır haklarını satın aldığını belirtir. Bu tür içerikleri orijinal içerik olarak tanımlar (Netflix, 2024b). Filmlerde yer alan N harfi, orijinal içeriğin göstergesidir.

³ Bu filmler Netflix tarafından da en popüler içerikler olarak izleyiciye sunulmuştur. Netflix, en çok izlenen filmleri “English” ve “Non-English” başlıkları altında iki kategoriye ayırır (Netflix Tudum, 2024). Bu çalışmada Netflix’in ideolojisini analiz etmek için daha fazla veri sunacağı düşünülen “English” kategorisindeki filmler içinden örneklem seçilmiştir.

ve söylemi nasıl inşa ettiği kavranmaya çalışıldığından amaca uygun bir örneklem seçilmesine özen gösterilmiştir. Amaçlı örneklem yöntemleri arasında ölçüt örnekleme tercih edilmiştir. Yıldırım ve Şimşek'e (2011: 112) göre bu örnekleme biçiminde önceden belirlenmiş bir ölçüt listesi kullanılarak belirli bir özellik veya niteliğe sahip durumlar tespit edilmektedir. Bu sayede çalışmanın varsayımını araştırmak için bilgi açısından zengin olma olasılığı yüksek vakalara ulaşılmaktadır (Patton, 2002: 238). Kültür endüstrisi bağlamında yürütülen bu çalışmada ölçüt, izlenme oranının yüksekliğidir. Ticari sinemanın temel hedefi daha fazla sayıda izleyiciye ulaşmak olduğu için İngilizce olarak üretilen en popüler içeriğin endüstriyel üretimin niteliğine dair daha fazla veri sunacağı düşünülmüştür. Bu çerçevede Netflix istatistiklerine göre "English" kategorisinde yer alan, 2021-2024 yılları arasında ilk doksan bir günde en çok izlenen Red Notice (2021) filmi jeneriği ölçüt örneklem olarak seçilmiştir (Şekil 1).

3.2.3. Analiz Birimlerinin Belirlenmesi

Jenerikler kuramsal kısımda ortaya konan kültür endüstrisi eleştirisi bağlamında incelenmiştir. Verilerin toplanması için analiz birimleri oluşturulmuştur. Yıldırım ve Şimşek'e (2011: 199) göre araştırmanın amacına bağlı olarak çeşitli analiz birimleri kullanılabilir. Yazılı malzeme üzerinde çalışıldığında kelimeler, cümle ve paragraflar, içerik ve tema analiz birimini oluşturabilir. Film jeneriği doküman olarak kabul edildiğinde bu birimler, sinematografik ve grafik unsurlardan oluşmak zorundadır. Çünkü film jeneriği, renk, tipografi, kompozisyon, aydınlatma, kamera hareketi, ses gibi görsel, mekânsal ve zamansal unsurları içeren sinematografik ve grafik faktörlerin bir araya gelmesiyle tasarlanmaktadır (Chen, s.83-88). Bu çerçevede sinematografik ve grafik öğeleri oluşturan alt birimler listelenmiştir. Bu unsurlar incelenerek jeneriğe ilişkin veriler toplanmıştır. Jeneriklerin çözümlenmesinde kullanılan analiz birimleri Tablo 1'de görülebilir.

Tablo 1: Analiz Birimleri

Sinematografik Öğeler	Grafik Öğeler
Çerçeve kompozisyonu	Hareketli grafik düzenlemeler
Mizansen	Görsel efektler
Kamera hareketi	Tipografi
Ölçek ve açılar	Renk
Ses ve müzik kullanımı	Sembol ve motifler

Kurgu	Animasyonlar
Işık	Yazı tipi
Metin ve konumu	İllüstratif öğeler
Ritim	Form

3.3. Verilerin Analizi

Yıldırım ve Şimşek'e (2011: 223) göre, "araştırmanın kavramsal yapısının önceden açık biçimde belirlendiği" çalışmalarda betimsel analiz yönteminin kullanılması uygun olur. Film çalışmaları alanında da kavramsal çerçeveyi çizdikten sonra, bu çerçeveye göre filmin tematik bir değerlendirmesini yapan birçok çalışma bulunmaktadır.⁴

Betimsel analiz yapılırken öncelikle araştırmanın kavramsal çerçevesinden hareketle bir çerçeve oluşturulur, verilerin hangi temalar altında organize edileceği belirlenir. Ardından kavramsal çerçeve ve temalar ile anlamlı ve uyumlu olabilecek veriler bir araya getirilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224). Bu süreçte araştırma soruları yönlendirici olur (Neuman, 2014: 316). Veriler tanımlandıktan sonra bulgular kavramsal çerçeveye ilişkilendirilerek anlamlandırılır ve neden-sonuç ilişkisi gözetilerek yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224). Kuramsal çerçevesi kültür endüstrisi kavramından hareketle çizilmiş olan bu çalışmada jeneriğin ideolojik bağlamını kavrayabilmek ve yorumlayabilmek için kültür endüstrisinin niteliklerini ortaya koyan dokuz tema belirlenmiştir. Bunlar; standartlaşma, arzuyu kışkırtma, hız, kolay anlaşılabilirlik, vaatler sunma, ipuçları verme, reklam üretme, gerçeklik yanılsaması yaratma, tahmin edilebilirlik olarak sıralanmıştır. Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi yaklaşımının yol göstericiliğinde verilerin çözümlenmesi, Netflix tarafından "orijinal içerik" olarak tanımlanan film jeneriğinin eleştirel bir perspektifle yorumlanabilmesine ve ideolojik bağlamdaki işlevinin kavranabilmesine imkân vermiştir.

3.4. Çalışmanın Sınırlılıkları

⁴ Veri analizi sürecinde betimsel analiz yönteminden yararlanan çalışmalardan bazıları şöyle sıralanabilir: Yalçın, 2021; Kavut, 2021; Konuk ve Alıcı; 2022; Çalışkan 2016; Thamrin ve Wargika, 2013; Gustafson, 2007; Ally ve Kasih, 2021; Hapsari ve Diğerleri, 2022; Rokhmania, 2012; Özdemir, 2022.

Çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak için çalışma izleğinin oluşturulmasında, veri toplama ve çözümlenmesi sürecinde yukarıda detaylı olarak açıklanan tutarlı bir yöntem izlenmiştir. Bununla birlikte çalışmanın sonuçlarının genellenebilirliğine etki edebilecek sınırlamaların altının çizilmesi önemlidir. Öncelikle nitel araştırma sınırlılıkları ve makalenin kelime sınırı göz önüne alınarak çalışmada en popüler olan örneklemin derinlemesine incelenmesi yoluna gidilmiştir. Kültür endüstrisi benzerlik ve standartlaşma temelinde ilerleyen bir niteliğe sahip olduğu için en çok izlenen film, kültür endüstrisi niteliklerini ortaya koymak için yeterli görülmüştür. Yine aynı gerekçeyle çalışma evreni, Netflix orijinal içeriklerinin “English” kategorisiyle sınırlanmıştır. Çalışmanın diğer bir sınırlılığı bulguların, Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi eleştirisi temelinde betimsel olarak yorumlanmasıdır. Makalede jenerikleri oluşturan teknik ve estetik unsurların ideolojik karşılıkları tespit edilmeye çalışıldığı için bu sınırlılığın bulguların anlaşılabilirliğini artıracığı düşünülmüştür.

4. Bulgular ve Yorum

Red Notice, Netflix'in ilk doksan bir günde en çok görüntüleme alan filmi olmuştur. Filmin bütçesi 200 milyon dolardır. Netflix filmi “Heyecanlı” sıfatıyla tanımlanmıştır.⁵ Filmin türünü “Aksiyon, Macera, Komedi” olarak belirlemiştir. Filmde akan görüntü üzerine yerleştirilen jenerik tipine yer verilmiştir. Jenerik, filmin başlangıcında ve sonunda konumlandırılmıştır.

Red Notice film jeneriği, kültür endüstrisi bağlamında incelenmiş; bulgular dokuz tema (standartlaşma, arzuyu kışkırtma, hız, kolay anlaşılabilirlik, vaatler sunma, ipuçları verme, reklam üretme, gerçeklik yanılması yaratma ve tahmin edilebilirlik) altında yorumlanmıştır. Kültür endüstrisi ürünlerinin niteliklerinden hareketle ortaya konan temaları birbirlerinden tamamen bağımsız unsurlar olarak düşünmek doğru

⁵ İki yüz milyondan fazla aboneye sahip Netflix, kârını artırmak için çeşitli stratejiler geliştirir. Bunlardan en önemlileri kullanıcı deneyiminin geliştirilmesi (Başer ve Akıncı, 2020: 868) ve kategorilendirme sistemidir (Şaki Aydın, 2019: 1170). Netflix'te sadece komedi, dram, korku ve aksiyon gibi kategoriler değil, platformun ürettiği “iyi hissettiren”, “muzip”, “samimi”, “sürükleyici”, “tehditkâr” ve “heyecanlı” gibi yeni kategoriler de yer almaktadır. Bu kategorilendirme, filmin yapısı üzerine etki edebileceği gibi Adorno ve Horkheimer'ın (2014: 165–166) ifadesiyle izleyicinin sınıflandırılması ve kayda geçirilmesine de hizmet etmektedir.

olmaz. Bu özellikler, çoğu zaman birbirleriyle kesişmekte ve birbirini tamamlamaktadır. Bu nedenle jenerikte ele alınan planlarda en yoğun olarak görülen nitelik ön plana çıkarılarak değerlendirme yapılmıştır. Bu değerlendirmenin jeneriğin çok yönlü bir analizini yapmamıza ve kültür endüstrisinin özelliklerini daha kapsamlı olarak anlamamıza imkân vereceği düşünülmüştür. Temalar ve analiz birimleri aracılığıyla elde edilen niteliklere ilişkin tespitler Tablo 2’de görülebilir.

Tablo 2: Red Notice Jeneriğinde Kültür Endüstrisi Nitelikleri

NİTELİKLER	RED NOTİCE FİLM JENERİĞİ	SAYI
Standartlaşma	Siyah arka plan ve koyu atmosfer	3
	Görüntü üzerine yerleştirilen başlıklar	
	Kameranın hareketliliği	
Arzuyu Kışkırtma	Merak yaratan sahneler	1
Hız	Filmin ilk görüntüsüne hızlıca geçiş	2
	Görüntüler arası hızlı geçiş	
Kolay Anlaşılabilirlik	Sans-serif yazı tipine sahip başlıklar	3
	Büyük boyutlu başlıklar	
	Başlıkların siyah veya koyu arka plan üzerinde kullanımı	
Vaatler Sunma	Yıldız oyuncu vaadi	2
	Semboller, işaretler ve ipuçları aracılığıyla vaatler sunulması	
İpuçları Verme	Yazı tipi dokusunun film temasıyla ilişkisi	4
	Yazı tipi renginin film temasıyla ilişkisi	
	Film temasına dair ipucu veren görsel öğeler, işaretler ve semboller	
	Jenerik başlıklarının üzerinde belirlediği arka planla analogik ilişkisi	
Reklam Üretme	Jenerik başlığında marka kimliğinin vurgulu verilmesi	1
Gerçeklik Yanılsaması Yaratma	Gerçeklik algısı yaratan veri yerleştirmeleri	1
Tahmin Edilebilirlik	Kameranın hareketliliği ile bir sonraki sahneye dair tahmin yürütme	2
	Semboller, işaretler ve görseller ile filme dair tahmin yürütme	

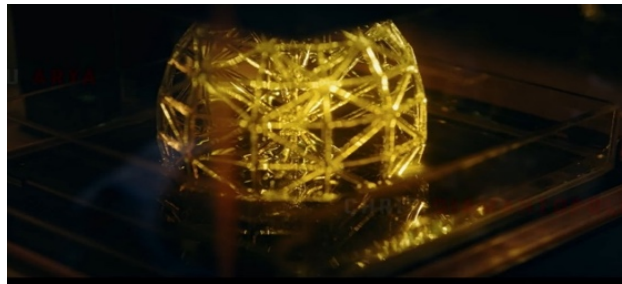
4.1. Standartlaşma

Standartlaşma teması, diğer temaların tamamını kapsayan bir niteliğe sahiptir. Çünkü kültür endüstrisindeki üretim biçiminin temel unsurudur. Bu başlık altında standartlaşma niteliğini iki yönlü olarak düşünebiliriz. İlki uzlaşım hale gelmiş standart anlatım biçimi ve standart jenerik formatı kullanılmasıdır. Bu süreçte sinematografik öğeler benzerliğin taşıyıcısı olur. İkincisi jenerik içinde sürekli tekrar eden kalıpların olmasıdır.

Red Notice jeneriğinde sıklıkla kullanılan kamera hareketi dikkati yönlendirmeye yöneliktir ve genel planlar detay planların açıklayıcısı olarak işlev görür. Böylece seyirci sürekli filmin içinde tutulur. Örneğin geriye doğru açılan

kamera, programın sesi devam ederken laboratuvarda üretilen yumurtayı da kadraja alır. Dış ses şunları sorar: “Şimdi tam da bu soruya cevap arıyoruz. Kleopatra’nın kayıp yumurtasına ne oldu? Şu an kimin elinde olabilir?” Bunlar, Hollywood anlatısının yıllardır kullandığı bir anlatım tercihinin gözler önüne serer. Hollywood filmlerinin açılış sekansında genellikle dış ses, genel plan kent görüntüleri eşliğinde hikâyeyi özetler. Burada ise hikâyeye jenerikte özetlenir. Daha fazla bilgi içeren genel planların yerini analiz edilen sahnede bilgisayar monitörünün içinde bulunduğu laboratuvar mekânını gösteren orta ölçekli bir çerçeve alır. Hareketli kameranın bu planı hazne ile yumurtayı görüntüleyerek biter (Şekil 2). Bilgisayar monitöründen yumurtaya geçiş yaklaşık yedi saniye sürer. Kamera hareketiyle bakış sürekli yönlendirilirken dış sesin soruları laboratuvar ortamında yankılanır. Seyirci bu ilk saniyelerde kendisine tüm film boyunca yol gösterecek önemli ipuçlarını almış olur.

Şekil 2. Yumurta Detayı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 18/05/2024)

Genel planda alınan hazne ve yumurta görüntüsünden sonra açıklayıcı bir detay plana kesme ile geçilir (Şekil 2). Beş saniye süren bu plan da hareketlidir. Ayrıca yumurtanın etrafındaki ışık yansımalarının hareketi, kamera hareketine eklenmiş olur. Burada da seyircinin ilgisini canlı tutmak için iki hareket unsurunun bir araya getirildiği görülür. Adorno (2011: 56), kültür endüstrisinde izleyicinin düşünsel etkinliğinin azaltıldığını ve böylelikle sistemin devamlılığının sağlandığını belirtir. Tüm bu kamera hareketleri, ölçek boyutu ve kesme hızı gibi özellikler, izleyiciyi pasifleştirerek sistemin devamlılığına hizmet eden teknik tercihler olarak okunabilir.

Şekil 3. Sığ Alan Derinliği



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 18/05/2024)

Teknik tercihlere eklenebilecek diğer bir özellik yaygınlaşan ve odaklanılacak nesneyi ön plana çıkararak sığ alan derinliği kullanımınıdır. Özellikle yakın plan çekimlerde bu yönlendirme daha etkili hale gelir. Planın içerdiği bilgi azaltıldığı için seyircinin nereye odaklanması gerektiği açıktır. Bu tür planlara bir de kısa plan süreleri eklendiğinde ticari sinemanın standart anlatım biçimi kendini tekrar etmiş olur. Adorno ve Horkheimer (2014: 352) kültür endüstrisi ürünlerinde izleyicinin yabancılaşma çekmeyeceği içeriklerle karşılaşmasına dikkat edildiğini söyler. Hazır kalıplar birçok yerde kullanılabilir ve bu işlevsellik elzemdir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 168). Red Notice film jeneriğinde de sığ alan derinliği kullanımı, başlıkların yer aldığı planlar da dahil tüm planların temel özelliği olur. Söz gelimi “Music by Steve Jablonsky” başlığının belirlediği planda kamera, sahte yumurtanın süs detayıyla birlikte karakterin eline odaklanır. Sığ alan derinliği sayesinde görüntüde arka plan bulanıktır (Şekil 3). Net olmayan görüntü üzerinde görünen isimler rahatlıkla okunur. Seyirci filminden kopmadan filmin yaratıcı ekibinin isimlerini görür.

Jenerik süresince Kleopatra'nın yumurtasının kopyasını üreten kişinin sadece eli görülmektedir. Jeneriğin pek çok sahnesinde karakterin bu şekilde saklandığı görülür (Şekil 3). Bu görselleştirme biçimi, gizem yaratmak için kullanılan ve sıradanlaşan bir yöntemdir. Jenerikteki bu gizim, film içinde çözüleceği bilinir. Popüler anlatılar bu saklama- açıklama yöntemini özellikle polisiye macera türünde sıklıkla kullanır. Seyirci, daha önce izlediklerine benzer şekilde işleyecek bu sürecin farkındadır fakat bu endüstriyel ürün için olumlu bir niteliktir. Adorno'nun (2014: 352) da dile getirdiği gibi kültür endüstrisinde filmler, ilham aldıkları filmlere benzediklerini göstermekten mutluluk duyar.

Yukarı akan jenerik ve siyah renk kullanımı tüm filmlerde sıkça tekrarlanan standart uygulamalardır (Şekil 4). Siyah renk, üzerine eklenen yazının vurgusunu artırır. Bakan kişi kolayca yazıya konsantre olur. Film yapımcılarının bu seçiminde jenerik için küçük bir bütçe ayrılması da etkilidir.

Şekil 4. Siyah Arka Plan Kullanımı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 20/05/2024)

Adorno ve Horkheimer (2014: 165-166), kültür endüstrisine ait filmlerin benzerliğinden bahseder. İzleyici benzer formattaki ürünlerle tekrar tekrar karşılaşmaktadır. Kültür endüstrisi anlatı yapısında, temalarda, olayların sıralanışı ve diyalogların içeriğinde şablonların dışına çıkmamalıdır (Öztürk, 2020: 43). Adorno'ya göre bu ürünlerde detay değişse de temel yapı aynı kalır (Akt. Kuyucu, 2016: 192). Red Notice jeneriğinde de detaylar filmin hikayesine özgü olsa da tercih edilen sinematografi, ana akım film dilinin temel şablonlarını tekrarlar. Jenerikteki sinematografik ve anlatsal tekrarlar, seyirci için tanıdık bir evren yaratır. Bununla birlikte, Adorno ve Horkheimer'in (2014: 166) dikkat çektiği bir noktayı da hatırlamak önemlidir. Konu, oyuncular ve değişen mekânlar filmin ilk defa deneyimlendiği yanılımasını yaratmayı başarır. Ayrıca grafik ve animasyonların yoğun biçimde kullanılması da bu yanılımayı artırır.

4.2. Arzuyu Kışkırtma

Kültür endüstrisinde arzu, bireyi sisteme bağlayan bir unsur olur (Adorno, 2011: 64). Red Notice jeneriğinde arzu, merak duygusu aracılığıyla uyandırılmaya çalışılır. Karakterin yüzünün merak duygusu yaratmak için gizlendiği iki sahne vardır. Bunlardan ilkinde yumurtanın bulunduğu yere konumlanan kamera buradan dış mekâna doğru bakar (Şekil 5). Bu sırada sprey tutan kişi yumurtayı boyamaktadır. Kişi net bir şekilde görülmemektedir. Ayrıca yüzünde koruyucu bir maske vardır.

Şekil 5. Bakış açısı değişimi



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 18/05/2024)

Alizade (2022: 86), filmi izlerken duyulan heyecan düzeyinin kültür endüstrisi ürününün cazibesini ortaya koyduğunu söyler. Red Notice filminde heyecan, merak yaratılmasına bağlıdır. Jenerikte yüzü görünmeyen karakter, seyirciyi meraklandırır; cevaplara ulaşma arzusunu tetikler.

4.3. Hız

Adorno (2011: 56), hızın kültür endüstrisi ürünlerinin neredeyse temel bir koşulu olduğunu şu sözlerle açıklar: “Kültür endüstrisi ürünleri, kavranmaları çabukluk, gözlem gücü ve beceri gerektirecek, ama aynı zamanda (hızla akıp geçen olaylar kaçırılmak istenmiyorsa) düşünsel etkinliğe izin vermeyecek biçimde tasarlanmıştır”. Red Notice filminde jeneriğin ikinci görüntüsünden itibaren jeneriğe dâhil olan dış ses hikâyeyi aktarırken görsel malzemeler gösterilir. Sekiz saniyelik bir sürede bunlar arasında geçiş yapılırken hızı yansıtan bir efekt kullanılır (Şekil 6). Filmin hikayesi izleyiciden çaba beklemeden çabucak aktarılırken gerçekliğe dair bir sorgulama yapılmasının önü hızlı geçiş efektleri ve kısa planlarda gösterilen kanıtlarla engellenmiş olur.

Şekil 6. Görseller Arası Hızlı Geçiş



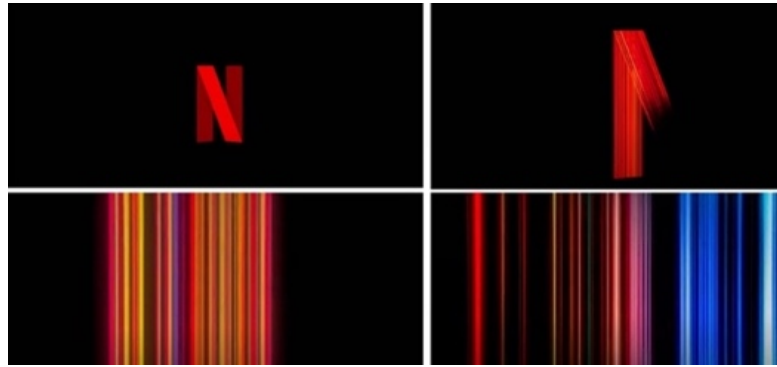
Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 18/05/2024)

“Netflix Sunar” başlığı ve ardından üç yapım sorumlusunun adı siyah üzerinde kırmızı ve beyaz harflerle, akışkan bir yaklaşma efekti aracılığıyla sekiz saniye gösterildikten sonra genel planda silüet halinde deve kfilesinin ilerlediği görülür. Film görüntüsü üzerinde yönetmenin adı dört saniye süreyle verilir. Ardından iki saniye süren kararmayla filmin ilk görüntülerine geçilir. Siyah ekran görülürken dış ses hikâyeyi anlatmaya başlamıştır. Bilgilerin verilmesi ve filme girilmesi çok hızlı gerçekleşir. Film ekibindeki diğer isimler film görüntüsü üzerinde ekrana gelmeye devam eder. Burada sürenin kısalığı, başlıkların ve seçilen görüntünün hareket içermesi dikkat çekicidir. Kadraj içindeki hareket hız etkisini güçlendirir.

Hızla ilgili bir diğer husus Netflix açılış jeneriğinin süresidir. Filmlerde açılış jeneriği (intro), film şirketi logolarının hareketli bir animasyon veya görüntüyle birlikte görüldüğü kısımlardır. Bunlar filmin niteliğine ilişkin bir öngörü de sunar (Allison, 2001: 139). Açılış jenerikleri süreleri günümüzde oldukça kısadır. Netflix’in N harfinin belirmesiyle açılan dört saniyelik jeneriği de bu eğilime uyar (Netflix, 2019). Kamera hızla harfe yaklaşır, kırmızı renkli harfi oluşturan renk skalası yayılarak tüm ekranı kaplar (Şekil 7).⁶ Açılış jeneriğinin kısalığı, endüstriyel ürünlerin hızla ilişkisine ve bu ilişkinin değişimine de örnektir.

Şekil 7. Netflix Açılış Jeneriği

⁶ Paramount Pictures’in açılış jeneriği, on dokuz saniye, 20th Century Fox şirketin açılış jeneriği yirmi saniye, Warner Bros. Pictures açılış jeneriği yaklaşık on iki saniye sürer.



Kaynak: Netflix (2019, 6 Şubat). <https://www.youtube.com/watch?v=GV3HUDMQ-F8>
(E.T. 15/05/2024)

Red Notice’ın film jeneriğinde (Şekil 8) sans-serif yazı tipi kullanılır. Az detay içerdiği için serifli karakterlere göre piksel yoğunluğu düşük ekranda bile daha temiz görünür (Josephson, 2008: 68). “Netflix Presents” başlığı bu nedenle rahat seçilir ve kolay okunur. Siyah arka planın kırmızı ve beyaz ile uyumu bunu destekler. Başlık belirdikten sonra dört saniye boyunca büyür ve silinerek kaybolur. Bu hızlı geçiş, yazı tipi tercihiyle birleşince akışkanlığı sağlayarak süreci kesintisiz devam ettirir.

Şekil 8. “Netflix Presents” Başlığı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 15/05/2024)

Jenerikte hikâyeye hızlı geçiş, doğu coğrafyasını çağrıştıran efektleriyle hikâyenin gizemli havasını destekleyen ve daha anlaşılır kılan müzik, hızlı kamera hareketleri ve geçiş efektleri gibi teknik özellikler endüstrinin bu hızlı temposu ile uyum içindedir.

4.4. Kolay Anlaşılabilirlik

Adorno’ya (2011: 103) göre kültür endüstrisi ürünleri bireyleri etkilemek için hafif, akılda kalıcı ve basit olmalıdır. Kolay kavranması gereken bu ürünler, seyirciyi düşünmeye zorlamamalıdır. Bu bağlamda incelediğimiz jenerik, seyirci için kolaylaştırıcıdır. Jenerik başlıkları, gökyüzünün kapladığı büyük alan nedeniyle kolay

görünebilir (Şekil 9). Bu görüntü beş saniye sürer. “A Film By Rawson Marshall Thurber” başlığının hacmi giderek büyür. Bu akışkanlık dikkati çeker, başlığın rahat okunabilmesini sağlar.

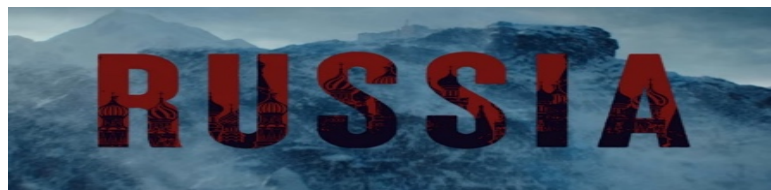
Şekil 9. “A Film By Rawson Marshall Thurber” Başlığı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 15/05/2024)

Rusya'da geçen sahnenin başlangıcında, kadrajın neredeyse tamamını kaplayacak büyüklükte olan “RUSSIA” başlığı yaklaşık beş saniye boyunca akan görüntü üzerine yerleştirilir. Başlığı oluşturan harfler, Rusya ile özdeşleşen semboller (tarihi mimari yapılar) içerir (Şekil 10). Bu semboller ve arka plandaki soğuk ve karlı atmosfer birbirini destekleyerek filmin geçeceği ülkeyi betimler. Bu bilgi hikâyenin akışını destekler. Benzer bir örneğe, filmin Mısır'ın başkenti Kahire'de geçeceği sahneden önce de rastlanmaktadır.

Şekil 10. “RUSSIA” Başlığı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 17/05/2024)

Jeneriğin ilk sahnesinde dış ses, “Antonius ile Kleopatra'nın trajik aşk hikâyesini pek çok kişi bilir” sözlerini dile getirmiştir. Bu dış ses ile birlikte Antik Mısır döneminden bir kabartmaya yer verilir. Hemen ardından görüntü detay plana geçer, ayrıntılar izleyicilere sunulur (Şekil 11).

Şekil 11. Antik Mısır'a Ait Öğeler, Antonius ve Kleopatra Detayı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 15/05/2024)

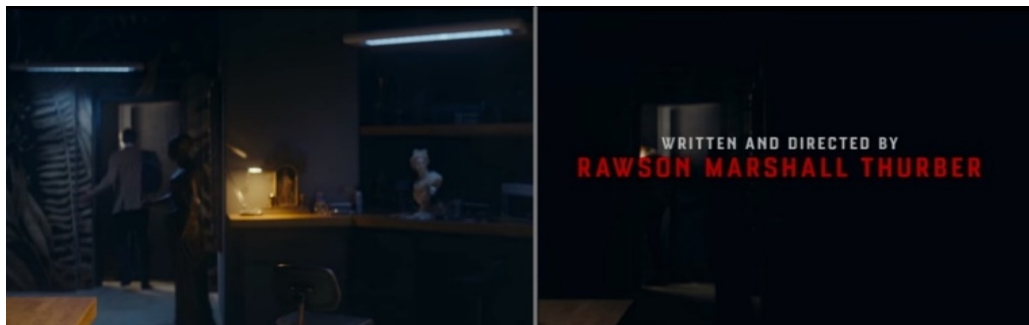
Bir sonraki sahnede dış ses, “Gözü kara Romalı general, büyüleyici Mısır kraliçesine deli gibi âşık olur” cümlesini söylerken Antonius ve Kleopatra’nın resmedildiği tablo görülür. Dış ses, “Mısır kraliçesi” ifadesini kullandığı anda, görsel efektler aracılığıyla Kleopatra ismi iki saniye kadar vurgulanır. Dış sesin açıklamalarının görsel materyaller (fotoğraf, video, tarihi tablolar, gazete kupürleri vs.) ile desteklenmesi seyircinin konunun içine çekilmesini kolaylaştırır. Arka planda önce duygusal sonra hafif ürkütücü ve üzücü bir etki yaratan müzik eş zamanlı olarak görüntüye dâhil olarak bu etkiyi güçlendirir. Aynı zamanda burada gösterilen illüstrasyon ve çizimler üzerinde hareket eden kamera da karakterlerle özdeşleşme etkisi yaratarak duygusal yoğunlaşmayı artırır. Berger’in (1986: 25-26) dile getirdiği gibi burada kullanılan yöntemler yeni bir bilgi oluşturur. Bu bilgi, filmin iletmek istediği mesajın niteliğine göre belirlenir. Sinematografi, üreten kişinin savını doğrular, seyirciyi resmin içinden geçirerek film yapımcısının istediği sonuçlara götürür.

4.5. Vaatler Sunma

Jenerik semboller, işaretler ve ipuçları aracılığıyla filmin türüne ve akışına yönelik beklenti yaratır. Thurber’in ismi filmde üç kez üstlendiği farklı unvanlar eşliğinde gösterilir. Thruber’in isminin kullanıldığı arka planlar, ismin vurgusunu daha da artırır. Örneğin başlıklardan biri piramit, deve ve çöl öğelerinin görüldüğü sahne üzerinde belirir. Bu sahnede “A Film By Rawson Marshall Thurber” başlığıyla “auteur” niteliklerine sahip bir yönetmenin filminin seyredileceği vaat edilir. Genişleyen başlıkta kırmızı renk ile vurgulanan Thurber’in ismi oldukça net okunmaktadır. Aynı sahne kervanın önündeki devenin üstündeki kişinin kervanın kılavuzu olduğunu düşündürür (Şekil 9). Bu kompozisyon ile seyirci derinlik gerektirmeyen bir çıkarım yapmış olur.

Yazar ve yönetmen olarak Thurber'in isminin verildiği görüntüde yüzü görünmeyen kişi işini bitirir ve ışıkları kapatarak odadan çıkar. Kararan görüntü üzerinde Thurber'in ismi yer alır (Şekil 12). Başlık, yaklaşık üç saniyede kaybolur. Bu sahne yazar ve yönetmen olarak filmi tamamlayan Thurber'in filmi izleyiciye bıraktığına dair bir mesaj içerir.

Şekil 12. Laboratuvardan Çıkış



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 20/05/2024)

Yönetmenler, kendilerine has üsluplarıyla sadık bir izleyici kitlesi oluşturabilirler (Şahin, 2021: 361). Burada filmin yazarı, yönetmeni ve yapımcılarından olan “Rawson Marshall Thurber” isminin aksiyon veya macera türleriyle birlikte akla geldiği söylenebilir. Çünkü 2016 yılı Central Intelligence ve 2018 yılı Skyscraper filmleri aksiyon türündedir. Her iki filmde de başrolde “Dwayne Johnson” oynamaktadır. Dolayısıyla bu filmde de yine bir yıldız oyuncu hatta aynı oyuncunun yer alabileceği düşünülebilir. Nitekim Red Notice filminin üç önemli yıldız oyuncusu olan Dwayne Johnson, Ryan Reynolds ve Gal Gadot’un ismi jenerikte ön plana çıkarılır. Dış ses Antonius ile Kleopatra arasındaki aşkın hikayesini anlatırken Dwayne Johnson’ın ismi, kırmızı ve beyaz bir başlıkla siyah arka plan üzerinde belirip büyümeye başlar. Yaklaşık üç saniyelik hızlı bir geçişle başlık kaybolur ve siyah arka plan yerini tekrar film görüntüsüne bırakmaya başlar (Şekil 13). Ryan Reynolds’ın ve Gal Gadot’un isimleri de benzer bir düzenlemeyle ön plana çıkarılır. Yıldız oyuncuların yarattığı beklenti, filmin pazarlanması için elzemdir. Bu isimleri ön plana çıkararak izleyici çekmek ticari başarı için önemlidir.

Şekil 13. "Dwayne Johnson" Başlığı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 15/05/2024)

4.6. İpuçları Verme

Jeneriğinin pek çok sahnesine hikâye, karakter ve atmosferle ilgili ipuçları yerleştirilir. Bunlar basit analogilere dayanır. İpuçlarının seyirciye bir yandan özel hissettirmesi, bir sırrı çözdüğü yanılsaması yaratması gerekirken öte yandan onu zorlamayacak düzeyde olması önemlidir. Film jeneriğinde yer alan başlıkların yazı tipinde kırmızı rengin tercih edilmesi bu bağlamda yorumlanabilir (Şekil 14). Kırmızı hem dikkat çekici hem harekete geçiricidir. Siyahla birlikte kullanılması şiddeti vurgular (Ceylan, 2016: 322). Özdemir (2005:392), kırmızı rengin hırsı, tutkuyu, kaosu ve kızgınlığı da simgelediğini belirtir. Nitekim Red Notice'da kişisel hırs ve tutkuları yüzünden sanat eserlerini çalan ve kaos yaratan oyuncular bulunmaktadır. Bu ipuçları aynı zamanda filme dair vaatlerdir.

Şekil 14. Başlıklarda Kullanılan Renklerin Bütünü



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 20/05/2024)

Filmin kurgu yönetmenlerinin isminin görüldüğü sahnede görüntüler basit çağrışımlar içerir (Şekil 15). Kamera, cımbızla tutulan taşı odağına alır. Taşın daha büyük olan parça üzerine titizlikle yerleştirildiği görülür. Filmin montajının gerektirdiği özen ile bu işlem arasında bir benzerlik ilişkisi kurulur. Titizlik filmin vaadi haline gelir.

Şekil 15. Kurgu Yönetmenlerinin İsmi Verildiği Planlar



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 15/05/2024)

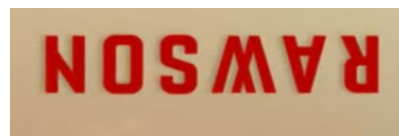
Film Kleopatra'nın kayıp üçüncü yumurtasının gizemi üzerine kurgulanmıştır. Jeneriğin öğeleri bu içeriği vaat edecek şekilde düzenlenir. Bir piramidin yamacında hareket eden devenin görüldüğü sahne, Mısır'ı ve yıllardır çözülemeyen piramitlerin gizemini akla getirir (Şekil 9).

“Rawson” isminde bulunan “W” harfi ortadan ikiye ayrılarak iki adet “V” haline getirilmiş ve iç içe geçirilmiştir (Şekil 16). Harf ters çevrildiğinde, bu iki parça piramidin şeklini çağrıştırır (Şekil 17). Filmin sonunda siyah arka planda yukarı doğru akan jenerik dışında, filmin devamında kullanılacak başlıkların tamamında “W” harfi, yukarıda betimlenen tarzda kullanılmaktadır. Bu bağlamda “W” harfinin kullanım biçimi bir ipucudur.

Şekil 16. “Rawson” Başlığı



Şekil 17. Ters Çevrilmiş “Rawson” Başlığı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 15/05/2024)

Filmin isminin görüldüğü sahnede, laboratuvarın ışığı ve kapısı kapatılınca mekân kararır ve siyah ekranda filmin ismi belirmeye başlar. Grafik öğelerle düzenlenen görüntü yaklaşık on üç saniye sürer (Şekil 18). Parmak izi sembolünü içeren tasarım, kırmızı ve siyah renk ile kurgulanınca filmin polisiye yönü belirginleşir. Güvenlik güçlerinin kullandığına benzer bir arayüz ekranında, konuyu daha anlaşılır kılmak için “Red Notice” başlığı açıklanır (Şekil 18). Bu sırada “Arres Warrant” (tutuklama kararı) ve “World’s Most Wanted Criminals” (dünyanın en çok aranan suçluları) kelimelerin arka planının kırmızı renk ile vurgulandığı görülür. Tüm bu unsurlar, filme dair beklenti oluşturmayı sürdürür.

Şekil 18. “Red Notice” Başlığı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 20/05/2024)

İpuçları izleyicilerin dikkatini çeker, merak duygusu yaratarak filmi izlemeye teşvik eder. Bu bağlamda Adorno (2011: 70-71), izleyiciye filmin ilk sahnesinde malzeme verildiğini ve filmin devamında bu malzemenin izleyiciler eşliğinde çözüldüğünü belirtir. İzleyici filmle beraber bu ipuçlarını çözdüğünü düşünerek mutlu olur. Bu geçici tatmin, sistemin devamı için önemlidir.

4.7. Reklam Üretme

Adorno’ya (2011: 101-103) göre, kültür endüstrisinde ürünler kendi reklamını üretecek potansiyel simgelere dönüşür. Sözgelimi bir şarkının melodisi duyulduğunda o şarkının reklamı, bir aktörün yakın çekimi görüldüğünde o aktörün reklamı yapılmış

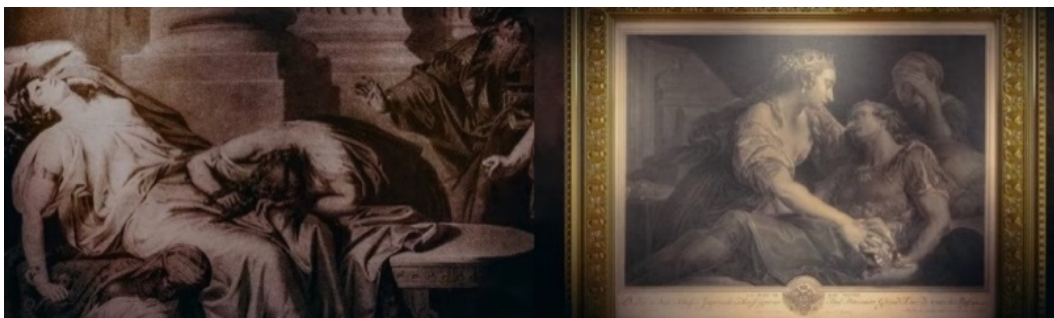
olur. Kültür endüstrisini yaşatan en önemli güç reklamdır. Reklamlar sayesinde ürünler fark edilir ve geniş kitlelere yayılabilir. Şirketlerin hem kendilerinin hem ürünlerinin izleyicinin zihninde yer bulması önemlidir. Bu bağlamda jenerikteki “Netflix Presents” başlığı bir reklam olarak değerlendirilebilir. Başlığın bulunduğu sahnede “Netflix” kelimesi için daha büyük bir yazı boyutu tercih edilmiştir (Şekil 8). Bu vurguyla izleyiciye “Netflix” filmi izleyeceği hatırlatılırken, Netflix markası kendini de yeniden görünür kılmaktadır.

4.8. Gerçeklik Yanılsaması Yaratma

Adorno'ya (2011: 55) göre kültür endüstrisinde izleyici filmin gündelik yaşamın devamı olduğu yanılsamasına sürüklenir. Seyirci düşünce ve hayal gücüne yer bırakmayacak olgular ile kuşatılır. Kurulan illüzyon seyirciyi içine çeker. Comolli'ye (1974: 9-29) göre alan derinliği, ses ve ışık gibi unsurlar bu illüzyonun yaratılmasında belirleyicidir. Bu nedenle Comolli (1974: 13), sinemada tekniğin ideolojik bir unsur olduğundan söz etmektedir.

Film jeneriğinde, filmin hikâyesini anlatan dış ses görseller ile desteklenir. Hikâyenin gerçekte yaşanmış olduğuna dair güçlü bir izlenim oluşturulur. Sözelimi dış ses, Romalı generalin Mısır kraliçesine deli gibi âşık olduğunu dile getirirken kamera, Romalı generalin tablosuna yaklaşarak açıklayıcı bir pozisyon edinir. Görüntüde Antonius ve Kleopatra'ya gönderme yapan bir çizim varken dış ses her ikisinin de birbirlerinden ayrı kalmaktansa ölmeyi tercih ettiklerini ifade eder. Kleopatra ve Antonius'un ölümünün resmedildiği tablolar sırasıyla gösterilir (Şekil 19).

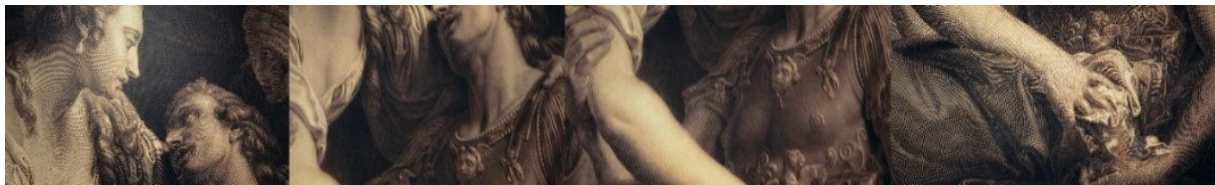
Şekil 19. Kleopatra'nın Ölümü İsimli Tablo



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 16/05/2024)

Dış ses “yumurta” kelimesini kullandığı an kamera Antonius’un ölümünü resmeden tablonun sağ alt köşesindeki yumurtaya odaklanır (Şekil 20). Görüntüde kullanılan tablonun orijinali, 1778 yılında Jean Georges Wille’nin La mort de Marc-Antoine de Pompeo Batoni isimli tablosudur (Campbell, 2021). Ancak orijinal tabloda bezin altında yumurta yoktur. Filmin gerçek yaşam referansı kazanması amacıyla, tablo üzerinde değişiklik yapılmıştır. Senaryonun gerçek bir hikâyeden yola çıktığı yanlışması filmin gerçeklik izlenimini artırarak izleyiciyi meraklandırır ve filme dâhil eder.

Şekil 20. Antonius’un Ölümünü Resmeden Tablonun Detayı



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 16/05/2024)

4.9. Tahmin Edilebilirlik

Adorno ve Horkheimer (2014), kültür endüstrisinde izlenen süreci şu sözlerle açıklar: “Güven verici biçimde bir çoksatanı temel almayan her senaryo taslağına filmciler kuşkuyla bakar. Durmadan idea [fikir], novelty [yenilik] ve surprise'dan [sürpriz], yani herkesçe bilinip hiç var olmamış şeylerden söz edilmesinin nedeni budur” (179-180). Sahte yumurtanın hazırlanışı sırasında detaylar, seyircinin bakışlarını tatmin etmek üzere sunulur. Kısa detay planların birbirini takip edişi ve ardından bir orta ölçek plan ile sahnenin betimlenmesi seyircinin alışık olduğu bir görme edimidir. Filmin jeneriği, filmin anlatım dilini ortaya koymuş olur. Bu stratejiyle, seyircilere alışık oldukları izleme deneyimi sunulur ve beklentilerinin karşılanacağı mesajı verilir.

Kap ve içinde bulunan sıvının üst açıdan gösterildiği sahne dört saniye boyunca devam eder. Sıvının dokusu ışığın da yardımıyla net olarak görülür. Sıvı başka bir yere dökülürken alt açığa geçilir, kamera dökülen sıvı yönünde hareket eder (Şekil 21). Yaklaşık iki saniye süren bu görüntüde, izleyici sıvının döküleceği yeri görmek ister. Üst açığa geçildiğinde görüntü açıklığa kavuşur. Yumurtanın dış tabakası

kaplanmaktadır (Şekil 21). Planların sıralaması, izleyicinin alışık olduğu izleme deneyimleriyle uyumludur.

Şekil 21. İçi Sıvı Dolu Kabın Döküldüğü Sahne



Kaynak: <https://www.netflix.com> (E.T. 15/05/2024)

Adorno ve Horkheimer'a (2014: 168) göre kültür endüstrisinde filmin nasıl biteceğini tahmin etmek zor değildir. Bununla birlikte bu tür ürünlere alıştırılmış izleyici tahmininin doğru çıkmasına sevinir. Bu jenerikte de dış sesin filme dair sorduğu sorular, filmin hangi soruları cevaplayacağını ilk dakikalarda dile getirmiştir. Seyirci bu bilgiyle filmi izlemeye hazırlanmıştır. Bununla birlikte yukarıda sıralanan anlatım biçimine dair teknik özellikler de seyircinin sahne ve planları tahmin etmesine imkân vermektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, Netflix film jeneriklerinin ideolojik bağlamını kültür endüstrisi eleştirisinden hareketle teknik ve estetik tercihler odağında ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaçla çalışmada, Red Notice film jeneriği betimsel olarak analiz edilmiş; bulgular standartlaşma, arzuyu kışkırtma, hız, kolay anlaşılabilirlik, vaatler sunma, ipuçları verme, reklam üretme, gerçeklik yanılsaması yaratma ve tahmin edilebilirlik başlıklarıyla dokuz tema altında yorumlanmıştır.

Kültür endüstrisi ürünlerinin niteliklerinden hareketle ortaya konan bu temalar birbirleriyle kesişmekte ve birbirini tamamlamaktadır. Bu nedenle, incelenen planlarda en yoğun olarak görülen nitelik ön plana çıkarılarak değerlendirme yapılmıştır. Standartlaşma teması, diğer temaların tamamını kapsayan bir niteliğe sahiptir. Çalışma açısından standartlaşma niteliğinin iki yönü önemlidir. İlki uzlaşım hale gelmiş standart anlatım biçimi ve standart jenerik formatı kullanılmasıdır. Bu süreçte sinematografik öğeler benzerliğin taşıyıcısı olur. İkincisi

jeneriklerde sürekli tekrar eden kalıpların varlığıdır. Kültür endüstrisi tekrar eden ve standartlaşan öğelere ihtiyaç duyar. İzleyicinin aşına olduğu formlarla karşılaşması riski azaltarak sistemin devamlılığını sağlar. Bu kapsamda, kameranın açıklayıcı hareketi, planlar arası ilişkinin nedenselliği, detay plan kullanımı, kesme hızı, müziğin duygusal etkiyi artırması, dış sesin betimleyici ve yönlendirici kullanımı, kısa alan derinliği tanıdık bir evren yaratır. Benzerlikler evreni, izleyiciyi pasifleştirerek sistemin devamlılığına hizmet eder. Stratejik bir tercih olarak yukarı akan jenerik, siyah arka plan kullanımı ve filmin isminin grafik öğelerle görselleştirilmesi de bu benzerliklere eklenebilir.

Jenerik filme dair merakı tetikleyecek unsurları kullanır. Kültür endüstrisinde izleyicinin arzusu diri tutulmalı ve bir sonraki ürünün tüketimi için gerekli merak ve istek uyandırılmalıdır. Bu deneyim, izleyicinin endüstriye bağlılığını güçlendirir. Red Notice jeneriğinde izleyici ipuçları üzerine düşünür ve meraklanır. Cevapların film tarafından verileceğinin farkındadır fakat zorlanmadan çözebileceği ipuçları haz vericidir. Bu bağlamda, kullanılan detay planlar, bireyleri hipnotize ederek sürekli bir tüketim döngüsüne sokma isteğinin mikro düzeydeki karşılığı olarak okunabilir. Kültür endüstrisi ürünleri izleyicinin düşünmeye fırsat bulamayacağı bir hız talep eder. Hikâyeye hızlıca giriş, müziklerin anlatıyı desteklemesi ve duygusal etkiyi artırarak algılamayı hızlandırması, hızlı kamera hareketleri, geçiş efektleri ve kısa kesmeler incelenen jenerikte karşılaşılan unsurlardır. Hız ile ilgili diğer önemli öğe, Netflix'in açılış jeneriğidir. Yıllar içinde yapım şirketlerinin kullandığı açılış jeneriklerinin dört saniyeye kadar düşmüş olması, endüstriyel ürünlerin zamanı kullanma biçimini örneklerken endüstrinin hıza olan eğilimini de ortaya koymaktadır.

Kolay tüketilemeyen bir içeriğe veya biçime sahip bir film izleyici uzaklaştırır. Dolayısıyla film basit, akılda kalıcı olmalı ve izleyicinin az bir düşünsel çabayla film deneyimini kesintisiz sürdürebilmesine izin vermelidir. Bu kapsamda incelenen film jeneriğinde en fazla rastlanan unsur sans-serif yazı tipinin kullanılmasıdır. Sans-serif yazı tipleri izleyici tarafından kolayca seçilebilir. Ayrıca film jeneriklerinde siyah ya da koyu arka planların yoğun olarak tercih edilmesi, beyaz renkte yazı tipinin kullanılması, şehir isimlerinin büyük boyutlu başlıklarla verilmesi, şehre ve ülkeye ilişkin semboller ve imajlarla harfler için doku ve arka plan oluşturulması, basit

analojilerden yararlanılması kolay anlaşılır bir kompozisyonun ortaya çıkmasına imkân verir. Böylece filmin kesintisiz anlatısına zarar vermeden seyirci için küçük oyun alanları oluşturulur. Müzik, dış ses, illüstrasyon kullanımı ve görsel malzemeler üzerinde hareket eden kamera duygusal etkiyi artırır. Seyirci film yapımıcısının hedeflediği sonuçlara yönlendirilmeye hazır hale gelir.

Kültür endüstrisinde ürünler aracılığıyla tüketiciye vaatler sunulması pazarlama sürecinde kullanılan önemli bir stratejidir. İncelenen jenerikte filmin türüne, yönetmenine, hikayesine ve yıldız oyuncu kadrosuna yönelik verilen vaatlerin endüstrinin işleyişin bir parçası olduğu söylenebilir. Filmin jeneriğinde yönetmenin ismi, basit analogiler aracılığıyla sunulur. Bunlar yönetmene dair beklentilerin altını çizer. Öte yandan semboller ve işaretler filmin türüne ve içeriğine dair ipuçları verir, beklenti oluşturur.

Endüstriyel kültür ürünlerinde izleyici, ipuçları ile karşılaşır ve bunlar aracılığıyla filme dair öngörülerde bulunur. Bunlar gerçekleştiğinde kendini başarılı addeder. İpuçlarının izleyiciye bir yandan özel hissettirmesi, bir sırrı çözdüğü yansaması yaratması gerekirken öte yandan onu zorlamayacak düzeyde olması önemlidir. Bu kapsamda yazı tipi türü, yazı tipi dokusu, renk, sembol, işaret ve motifler filme dair ipuçları taşır. Sembol, işaret veya motifler aracılığıyla da filmin temasına yönelik ipuçları verilir. Ayrıca arka plan ile başlıklar arasında kurulan analogilerin kolay anlaşılabilir olduğunun altı çizilmelidir. Kültür endüstrisinde reklamlar sayesinde, ürünler fark edilir ve geniş kitlelere yayılabilir. Şirketlerin hem kendilerinin hem ürünlerinin izleyicinin zihninde yer bulması önemlidir. Bu kapsamda “Netflix Presents” başlığı örnek olarak verilebilir. Bu vurguyla izleyiciye “Netflix” filmi izleyeceği hatırlatılırken, marka kendini de yeniden görünür kılmaktadır. Kültür endüstrisinde izleyicinin filmin içinde tutulması ve karakterlerle özdeşleşmesi önemlidir. Red Notice filminin başlangıç jeneriğinde dış ses izleyiciye kurmaca bir hikâyeyi gerçek hayatta yaşanmış gibi aktarır. Kamera hareketi ve detay plan kullanımı sayesinde görseller, bu gerçeklik izlenimini güçlendirir. Yeninden canlandırılmış ve manipüle edilmiş görsellerle seyirci biraz daha büyülenmiş şekilde filme dahil edilir.

Kültür endüstrisinde ürünlerin belli kalıpları içerdiği ve bunların tekrar ettiği görülür. Bu bağlamda bir filmin nasıl sonlanacağı ya da izleyiciyi nelerin beklediği

tahmin edilebilmektedir. Red Notice filminin jeneriğinde kameranın takip halindeki açıklayıcı hareketi, kesme süresi ve ölçekler arası geçişler kabul görmüş bir anlatım biçimini ortaya koyar. Bu durum filmdeki planlara ve sahnelere ilişkin tahmin yürütmeye imkân verir. Ayrıca jenerikte kullanılan sembol ve işaretler filmin içeriğine dair fikir verir.

Sonuç olarak, Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisine ve sinemaya yönelik eleştirilerini temel alan bu çalışma, jeneriklerin tematik analizi aracılığıyla Netflix film jeneriklerinin kültür endüstrisi ürünleriyle benzer nitelikler taşıdığını ortaya koymuştur. Bu çerçevede aşağıdaki şu sonuçlara ulaşılmıştır: Film jenerikleri teknik ve estetik düzeyde kültür endüstrisi tarafından oluşturulan belirli kalıplar ve standartları referans alır. Film jenerikleri tüketicilere egemen ideolojinin aktarılmasına hizmet eder; sistemin kültürel hegemonyasını pekiştirmeye katkı sağlar.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu bulgulardan yola çıkarak tasarlanacak yeni bir araştırmanın örneklem sayısı artırılarak ve farklı ülke yapımlarına yer verilerek yapılmasının, kültürel alanın güncel durumunun betimlenmesine; yerel kültürel özellikler ve endüstriyel ürünler arasındaki ilişkinin araştırılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte film jeneriklerin özgün ve yaratıcı kullanımı üzerine yapılacak farklı bir araştırma, bu çalışmada ortaya koyduğumuz ideolojik bağlamın nasıl dönüştürülebileceğini göstermek açısından anlamlı olacaktır.

KAYNAKÇA

ABBOTT, Stacey (2015). "I Want to Do Bad Things with You", The Television Horror Title Sequence, (Editör), Lincoln Geraghty. Popular Media Cultures: Fans, Audiences and Paratext, London: Palgrave Macmillan, s. 110–126.

ACAR, Ayşegül (2015). "Bir Görsel İletişim Alanı Olarak Film Jeneriği", Yedi, 14, s. 11–21.

ADORNO, Theodor W. (2003). "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken", Cogito, 36, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s.76–83.

ADORNO, Theodor W. (2005). Minima Moralia, (Çev: Orhan Koçak, Ahmet Doğukan), İstanbul: Metis Yayınları.

ADORNO, Theodor W. (2011). Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, (Çev: Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen), İstanbul: İletişim Yayınları.

KAYA, Abdulsalam ve ÇELİK, Tülay (2024). Netflix Film Jeneriklerinin İdeolojisi: Kültür Endüstrisi Bağlamında Bir İnceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1588-1623.

ADORNO, Theodor W. (2007). Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, (Çev: Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen), İstanbul: İletişim Yayınları.

ADORNO, Theodor W., HORKHEİMER, Max (2014). Aydınlanmanın Diyalektiği, (Çev: Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

AKIN, Damla (2023). “Yaratıcı Endüstriler, Birey Ve Toplum: Netflix Üzerine Bir İnceleme”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32(2), s. 473-484.

ALİZADE, Bike (2022). Bir Kültür Endüstrisi Olarak Netflix ve İçerikleri: Platformun Endüstri ve İçerik Boyutuna İlişkin Bir İnceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.

ALLISON, Deborah (2001). Promises in the Dark: Opening Title Sequences in American Feature Films of the Sound Period, University of East Anglia Yayınlanmamış Doktora Tezi, Norwich.

ALLISON, Deborah (2011). Beyond Saul Bass: A Century of American Film Title Sequences, Filmint, <https://filmint.nu/beyond-saul-bass-a-century-of-american-film-title-sequences>, Erişim Tarihi: 15.05.2024.

ALLY, Rizal Rachman ve KASİH, N.E.W. (2021). “The Representation Of Class Struggle in Detroit Film”, Linguistics and Literature Journal, 2 (2), s. 108-114.

AY, Aysel (2020). “Medya Ve Kültür Endüstrisi Eleştirisinin Yeniden Üretimi”, Selçuk İletişim, 13(1), s. 314-337.

AYDOĞAN, Ayça (2021). Film jeneriklerinde tipografinin kullanımı, İstanbul Arel Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

ATAYMAN, Veysel (2004). Üçüncü Baskıya Önsöz, Mutlu Parkan. Brecht Estetiği ve Sinema, İstanbul: Don Kişot yayınları, s. 11-18.

BAŞER, Emrah ve AKINCI, Semra (2020). “Kullanıcı Deneyimi ve Kişiselleştirme Bağlamında Bir Dijital Platform İncelemesi”, Selçuk İletişim, 13(2), s. 866–897.

BAZALGETTE, Peter (2017). Independent Review of the Creative Industries, United Kingdom: Department for Digital, Culture, Media and Sport.

BEDNAREK, Monika (2014). “‘And they all look just the same’? A quantitative survey of television title sequences”, Visual Communication, 13(2), s. 125–145.

BERGER, John (1986). Görme Biçimleri, (Çev: Yurdanur Salman), İstanbul: Metis Yayınları.

KAYA, Abdulsalam ve ÇELİK, Tülay (2024). Netflix Film Jeneriklerinin İdeolojisi: Kültür Endüstrisi Bağlamında Bir İnceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1588-1623.

BORT GUAL, Iván (2011). "Pull Curtain Before Titles!": por una definición y categorización tipológica de las secuencias de títulos de crédito cinematográficas, (Editörler), I. Bort Gual, S. García Catalán, M. Martín Núñez. Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea, IV. Uluslararası Film Analizi Kongresi Bildiri Kitabı, Universitat Jaume I, Castellón: Ciencias Sociales, s. 1101–1117.

BRANDÃO, João; PESTANA, Ricardo Maia; RAPOSO, Daniel (2020). Brand Identity in Motion. Structural Models of Brand Identity on TV Opening Credits, (Editörler), Francisco Rebelo, Marcelo M. Soares. Advances in Ergonomics in Design Proceedings of the AHFE 2020 Virtual Conference on Ergonomics in Design, Washington D.C.: Springer International Publishing, s. 136–146.

BUSTAMANTE, Enrique (2004). "Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions", Media, Culture & Society, 26(6), s. 803–820.

CAMPBELL, Hank (2021). Cleopatra Had No Eggs, But She Had Pearls, Science 2.0, https://www.science20.com/content/cleopatra_had_no_eggs_but_she_had_pearls, Erişim Tarihi: 15.03.2024.

CEVİZCİ, Ahmet (2017). Büyük Felsefe Sözlüğü, İstanbul: Say Yayınları.

CEYLAN, İbrahim (2016). "Amblem ve Logo Tasarımlarında Renklerin Dili", Art-E Sanat Dergisi, 8(16), s. 314–330.

CHEN, Bo (2015). Effective movie title sequence: A challenge to Chinese designers, Iowa State University Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ames.

COMOLLİ, Jean Louis (1974). "Teknik ve İdeoloji", Çağdaş Sinema Dergisi, 1, s. 9-29.

CORBETTA, Piergiorgio (2003). Social Research: Theory, Methods and Techniques, London: SAGE Publications.

CRESWELL, John W. (2013). Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni, (Çev: Mesut Bütün; Selçuk Beşir Demir), Ankara: Siyasal Kitabevi.

CUNNINGHAM, Stuart (2002). "From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry And Policy Implications", Media International Australia, 102(1), s. 54–65.

ÇALIŞKAN, Özgür (2016). "Bilim- Kurgu Film Türünde İdeoloji Örneği: TRON Efsanesi", Kurgu, 24 (1), s. 86-110.

GUSTAFSON, Joseph L. (2007). "A Descriptive Analysis of Police Corruption in Film", Journal of Criminal Justice and Popular Culture, 14 (2), s. 161-175.

KAYA, Abdulsalam ve ÇELİK, Tülay (2024). Netflix Film Jeneriklerinin İdeolojisi: Kültür Endüstrisi Bağlamında Bir İnceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1588-1623.

HALL, Stuart (2014). “Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik”, (Çev: Hakan Tuncel), Mülkiye Dergisi, 38(2), s. 133–150.

HAPSARİ, Atika; ROSNİJA, Eni; WARDAH, Wardah (2022). “An analysis on the Characterization of the main Character in the Phantom of the Opera’s Film”, Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, 11 (1), s. 92-100.

İNCEER, Melis (2007). An Analysis of the Opening Credit Sequence in Film, University of Pennsylvania Bitirme Tezi, Philadelphia.

JOSEPHSON, Sheree (2008). “Keeping Your Readers' Eyes on the Screen: An Eye-Tracking Study Comparing Sans Serif and Serif Typefaces”, Visual Communication Quarterly, 15(1-2), s. 67–79.

KAÇAR, Gülhan (2020). Sinemada hareketli grafikler ve film jenerikleri, Beykent Üniversitesi Lisansüstü eğitim EnstitüsüYayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

KARA, Tolga (2014). “Kültür Endüstrisi Kavramı Çerçevesinde Medya Ürünleri: Eleştirel Yaklaşım”, Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 4 (1), s. 51–60.

KAVUT, Sevgi (2021). “Dijital Kimliklerin ve The Circle Filminin Goffman’ın Benlik Sunumu Kuramı Bağlamında Analizi”, Erciyes İletişim Dergisi, Özel 2, s. 63-80.

KIREL, Serpil (2010). Kültürel Çalışmalar ve Sinema, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

KONG, Lily (2014). “From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy”, Inter-Asia Cultural Studies, 15(4), s. 593–607.

KONUK, Nebiye ve ALICI, Birgül (2022). “Ekonomik Şiddetin Toplumsal Yansımalarına Türk Sinemasından Bakış: Nefesim Kesilene Kadar Örneği”, Öneri Dergisi, 17(57), s. 365-385.

KUYUCU, Michael (2016). “Theodor W. Adorno’nun Perspektifinden Popüler Türk Müziğinde Standartlaşma Sorunsalı”, TRT Akademi, 1(1), s. 188–208.

LARRAİN, Jorge (1995). İdeoloji ve Kültürel Kimlik, (Çev: Neşe Nur Domaniç), İstanbul: Sarmal Yayınevi.

LOUW, Eric (2001). The Media and Cultural Production, London: SAGE Publications.

MATTELART, Armand ve MATTELART, Michèle (2020). İletişim Kuramları Tarihi, (Çev: Merih Zıllıoğlu), İstanbul: İletişim Yayınları.

KAYA, Abdulsalam ve ÇELİK, Tülay (2024). Netflix Film Jeneriklerinin İdeolojisi: Kültür Endüstrisi Bağlamında Bir İnceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1588-1623.

MİLLER, Toby (2009). "From Creative to Cultural Industries", Cultural Studies, 23(1), s. 88-99.

NETFLİX; (2024a), <https://www.netflix.com>, Erişim Tarihi: 20.05.2024.

NETFLİX; (2024b), "Netflix'in dizi ve filmleri lisanslaması", <https://help.netflix.com/tr/node/4976>, Erişim Tarihi: 20.05.2024.

NETFLİX TUDUM; (2024), "Global Top 10", <https://top10.netflix.com/>, Erişim Tarihi: 20.05.2024.

NEUMAN, W. Lawrence (2014). Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar 2.Cilt, (Çev: Sedef Özge), Ankara: Yayın Odası.

OSKAY, Ünsal (1980). "Popüler Kültür Açısından 'İdeoloji' Kavramına İlişkin Yeni Yaklaşımlar", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 35 (1), s. 197-253.

ÖZ, Hatice (2006). Sinema Jeneriklerinde Görsel Tasarım Açısından Grafik Öğelerin Kullanımı, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanatta Yeterlik Tezi, Ankara.

ÖZDEMİR, M. Burak (2022). "Gerçeklik Terapisi açısından Gelecek Günler filminin Analizi", Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi, 6 (12), s. 93-110.

ÖZDEMİR, Tülay (2005). "Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(2), s. 391-401.

ÖZTÜRK, Nedim (2020). Kültür Endüstrisi Bağlamında Glow Dizisi Üzerine Nitel Bir Çözümleme, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.

PULURLUOĞLU, Tarık (2022). "Sosyal Medyaya Eleştirel Bir Bakış: Sosyal İkilem (Social Dilemma) Netflix Belgesel Filminin Analizi", Aksaray İletişim Dergisi, 4(1), s. 21-45.

PATTON, Michael Quinn (2002). Qualitative Research and Evaluation Methods, London: Sage Publications.

RACIOPPI, Linda ve TREMONTE, Colleen (2014). "Geopolitics, Gender, and Genre: The Work of Pre-Title/Title Sequences in James Bond Films", Journal of Film and Video, 66(2), s. 15-25.

RAUNIG, Gerald; RAY, Gene; WUGGENIG, Ulf (2011). Critique of Creativity: Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries', London: MayFlyBooks.

ROKHMANNIA, Nastiti (2012). "Descriptive Analysis on Flouting and Hedging of Conversational Maxims in the "Post Grad" Movie", Register Journal, 5 (2), s. 275-294.

KAYA, Abdulsalam ve ÇELİK, Tülay (2024). Netflix Film Jeneriklerinin İdeolojisi: Kültür Endüstrisi Bağlamında Bir İnceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1588-1623.

RYAN, Michael ve KELLNER, Douglas (2010). Politik Kamera: Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası, (Çev: Elif Özsayar), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

SAK, Ramazan; ŞAHİN SAK, İkbâl Tuba; ÖNEREN ŞENDİL, Çağla; NAS, Eşref (2021). “Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi”, Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi, 4 (1), s. 227-256.

SÁNCHEZ-GALÁN, María Begoña (2017). Ramón de Baños y la versión española de los títulos de crédito de La corona de hierro (1941) de Alessandro Blasetti, (Editörler), Gloria Camarero ve Francesc Sánchez Barba. V. Uluslararası Tarih ve Sinema Kongresi Bildiri Kitabı, s.865-883.

SARAÇ, Fatih (2021). “Kişiselleştirme İllüzyonu ve Özgürlük Yanılsaması: Kültür Endüstrisi Bağlamında Talebe Bağlı Video Platformlarının İncelemesi”, Medya Ve Kültür, 1(1), s. 88-109.

SARAÇ, Sedef (2022). Fantastik sinemada görsel efekt kullanımı ve alternatif bir jenerik tasarımı uygulaması, İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

STANİTZEK, Georg (2009). “Reading the Title Sequence (Vorspann, Générique)”, Society for Cinema & Media Studies, 48(4), s. 44–58.

ŞAHİN, Ali (2021). “Kültür Endüstrisi Bağlamında Sinema ve Amerikan Sineması”, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 11(2), s. 349–364.

ŞAKI AYDIN, Oya (2019). “Yeni İzleme Biçimleri Ve Netflix İçerikleri: Ritzer’in Mcdonaldlaşma Tezi Ekseninde Bir Değerlendirme”, Journal of International Social Research, 12(63), s. 1164–1172.

ŞAN, Mustafa Kemal ve HİRA, İsmail (1986). Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi, (Editör) Mustafa Kemal Şan. Sosyoloji Yazıları I: Sakarya Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Ortak Çalışması, İstanbul: Kızılelma Yayıncılık, s. 324-340.

TANÇ, Cihan Emre (2022). Kültür Endüstrisi Bağlamında Netflix’in Yerli Dizilerinin İncelenmesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

THAMRİN, Nani Rosnani ve WARGİKA, Baran (2013). “The character analysis of glen hansard in once film”, English Review: Journal of English Education, 2(1), s. 37-48.

THURBER, Rawson Marshall (Yönetmen). (2021). *Red Notice* [Film]. Seven Bucks Production, Flynn Picture Company (FPC), Bad Version Production; Netflix.

KAYA, Abdulsalam ve ÇELİK, Tülay (2024). Netflix Film Jeneriklerinin İdeolojisi: Kültür Endüstrisi Bağlamında Bir İnceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1588-1623.

TUĞAN, Ayşegül Pınar (2012). Bir Görsel İletişim Alanı Olarak Film Jenerikleri Ve Grafik Tasarımcı Saul Bass'ın Yaklaşımı, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

TURGUT, Ozden Pektas (2012). "Kinetic Typography in Movie Title Sequences", Procedia-Social and Behavioral Sciences, 51, s. 583–588.

YAKUT ÖZEK, Bahar (2019). "Eleştirel Kuram (Frankfurt Okulu) Bağlamında İdeoloji ve Eğitim İlişkisinin Çözümlemesi", Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 39 (3), s. 1535-1557.

YALÇIN, İrfan (2021). "Albert Camus'nun Absürd Kavramı Bağlamında Sen Aydınlatırsın Geceyi Filminin Analizi", Düşünce Ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 4, s. 85-112.

YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK, Hasan (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.