

Kültür Emperyalizminin Netflix Üzerinden Okunmasına Yönelik Bir Araştırma*



Burcu Nur BURÇ¹



Emel TANYERİ MAZICI²

Öz

¹Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
ozsuveren.burcunur@gmail.com
ORCID:0000-0002-2031-6606

²Prof. Dr.,
Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
etanyeri@erciyes.edu.tr
ORCID:0000-0003-2731-5996

Gönderilme/ Received

12.01.2025

Kabul Tarihi/ Accepted

08.03.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Kültür emperyalizmi, ülkelerin kendi kültürel değerlerini, sembollerini ve fikirlerini başka ülkelere benimsetmesidir. Kültürel değerler ise dizi, film gibi araçlar üzerinden yaygın şekilde aktarılmaktadır. Bu aktarım önceden geleneksel mecralar üzerinden uygulansa da zaman içerisinde teknolojiye bağlı olarak kültür emperyalizmi faaliyetleri dijital alanlara da taşınmış ve dijital platformlara yönelim başlamıştır. Özellikle bir kültür taşıyıcısı olan televizyonun dijitalleşmesiyle birlikte dijital TV platformları kültür emperyalizminin önemli uygulayıcısı haline gelmiştir. Bilhassa bu platformların başında küresel çapta yayın yapan ve milyonlarca kullanıcı sayısına ulaşan Netflix gelmektedir. Bu bağlamda çalışmada kültür emperyalizmi faaliyetleri çerçevesinde Netflix kullanımını ortaya koymak ve kültür emperyalizminin dijital mecralara geçişiyle birlikte Netflix'in bu süreçteki işleyişini açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Literatürde bu konu hakkında sınırlı çalışma olması ve farklı bir bakış açısı ortaya konulması da araştırma için önem arz etmektedir. Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerle sınırlandırılan çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmış ve Amerika kültürüne ait öğeler analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular “güç sembolleri”, “bilim ve teknoloji”, “medya”, “Amerikan markaları”, “mimari”, “ekonomi”, “askeri”, “spor”, “eğitim”, “yeme-içme” ve “evrensel kelimeler” olarak 11 tema altında kodlanmıştır. Bulgular Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde Amerikan kültürel öğelerinin vurgulandığını göstermektedir. Amerika'nın bu filmler aracılığıyla kültür emperyalizmi faaliyetlerini Netflix üzerinden yürüttüğü sonucuna da ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür emperyalizmi, Amerikan emperyalizmi, Dijitalleşme ve dijital TV platformları, Netflix

* Bu çalışma, Prof. Dr. Emel Tanyeri Mazıcı danışmanlığında Burcu Nur Burç tarafından yürütülen yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

This study is derived from a master's thesis conducted by Burcu Nur Burç under the supervision of Prof. Dr. Emel Tanyeri Mazıcı.

**Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

*** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

**** Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Authors contribution rates in the study are equal.

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

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Burç, B. N., & Tanyeri Mazıcı, E. (2025). Kültür Emperyalizminin Netflix Üzerinden Okunmasına Yönelik Bir Araştırma. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 159-188. doi: 10.59534/jcss.1618374



A Study on Reading Cultural Imperialism on Netflix



Burcu Nur BURÇ¹



Emel TANYERİ MAZICI²

¹Erciyes University, Institute of Social Sciences,,
ozsuveren.burcunur@gmail.com
ORCID:0000-0002-2031-6606

²Prof. Dr.,
Erciyes University, Faculty of Communication,
etanyeri@erciyes.edu.tr
ORCID:0000-0003-2731-5996

Gönderilme/ Received

12.01.2025

Kabul Tarihi/ Accepted

08.03.2025

Yayın Tarihi/Published

27.03.2025

Abstract

Cultural imperialism is the practice of countries imposing their own cultural values, symbols and ideas on other countries. Cultural values are widely conveyed through tools such as TV series and movies. Although this transfer was previously implemented through traditional media, over time, due to technology, cultural imperialism activities have been transferred to digital areas and a tendency towards digital platforms has begun. With the digitalization of television, especially as a carrier of culture, digital TV platforms have become important implementers of cultural imperialism. Particularly at the forefront of these platforms is Netflix, which broadcasts globally and has millions of users.

In this context, the aim of this study is to reveal the use of Netflix within the framework of cultural imperialism activities and to reveal the functioning of Netflix in this process along with the transition of cultural imperialism to digital media. The fact that there are limited studies on this subject in the literature and that a different perspective is presented is also important for the research. In the study limited to American-made films on Netflix, the content analysis technique was used and elements of American culture were analyzed. The findings obtained as a result of the research were coded under 11 themes as “power symbols”, “science and technology”, “media”, “American brands”, “architecture”, “economy”, “military”, “sports”, “education”, “food and beverage” and “universal words”. Findings show that American cultural elements are emphasized in American-made films on Netflix. It has also been concluded that America carries out its cultural imperialism activities through Netflix through these films.

Keywords: Cultural imperialism, American imperialism, Digitalization and digital TV platforms, Netflix

Giriş

Emperyalizm, devletlerarasındaki egemenlik mücadelesi kadar eskiye dayanmış olsa da 19. yüzyılın ortalarından itibaren özellikle Avrupalı devletlerin yayılmacı politikalarından sonra ortaya çıkan bir kavram olmuştur (Wood, 2014, s. 141). Emperyalizm, bir devletin gücünü ve etkisini başka devletler ve toplumlar üzerinde genişletmesi, güçlü ülkelerin diğer ülkeler üzerinde onların rızası olmadan hâkimiyet kurma politikasıdır (“Collins Dictionary”, 2024). Dolaylı ya da doğrudan kurulan bu egemenlik siyasi, ekonomik ve kültürel faktörlere dayandırılabilir (Mohammadi, 1991, s. 324). Günümüz modern toplumlarında ise uluslararası arenada yaşanan güç çatışmaları askeri müdahale ve politik baskı kurmanın ötesine geçmiş, artık bireylerin düşüncelerini kontrol altına alma mücadelesi başlamıştır (Kocaoğlu, 1996, s. 42). Modernleşme adı altında yerel kültürlerin sömürülerek kültürlerin tek tipleşmesine neden olan bu süreç kültür emperyalizmi olarak adlandırılmaktadır (Özel, 2019, s. 77).

Kültür emperyalizmi, baskın kültürün normlarının ve değerlerinin diğer kültürler üzerindeki hâkimiyetidir. Herbert Schiller kültür emperyalizmini egemen kültürün kendi ideolojisini, değerlerini ve inançlarını baskı yoluyla ikincil kültürlerle dayatması olarak ifade etmektedir (Keser, 2024, s. 138-139). Özellikle yabancı ülkeler tarafından açılan okulların eğitimi ele geçirmesi, merkez ülkelerin tekelinde olan medya sektörünün spor, dizi, film gibi unsurları diğer ülkelere aktarması da kültür emperyalizminin araçları arasında yer almaktadır (Özçetin, 2018, ss. 217-218). Kültür emperyalizmi vasıtasıyla emperyalist politikalara maruz kalan toplumların gelenekleri, inançları, tüketim kalıpları ve davranış biçimleri istenilen yönde değiştirilebilmektedir (Yalçınkaya, 2019, s. 182). Bu durum yerel kültürlerde yıkıma neden olmaktadır (Sabuncuoğlu İnanç, Kaya, & Başoğlu, 2022, s. 133).

Geçmişte geleneksel mecralar üzerinden yürütülen kültür emperyalizmi faaliyetleri, teknolojiye yaşanan gelişmelerle birlikte dijital mecralarda da yer almaya başlamıştır. Hayatın hemen hemen her alanında yaşanan dijitalleşme süreci toplumların tüketim kültürüne ve ülkelerin emperyalizm faaliyetlerine de yansımış, böylece kültür emperyalizmi de dönüşüm geçirerek dijitalleşmeye başlamıştır. İzleyiciler artık dijital platformlara yönelmeye başlamıştır. Bu yönelimin başında ise dijital TV platformları gelmektedir. Kontrolün izleyicilerin elinde olması, etkileşim olanağı sağlaması, zaman ve mekân sınırının olmaması gibi sebepler izleyicilerin dijital TV platformlarına yönelmesindeki önemli etkenlerdendir.

İzleyicileri için geniş bir arşiv ve onlara özel profil oluşturma imkânı sunan dijital TV platformları, geleneksel televizyon yayıncılığı için önemli bir rakip olmuş ve geleneksel televizyonu gerisinde bırakmıştır. Bu sebeple başta Amerika olmak üzere Batılı ülkeler dijital TV platformlarında da kültür emperyalizmi faaliyetlerini uygulamaya başlamıştır. Bu platformların başında ise günümüzde yaygın olarak kullanılan ve Amerikan menşeli olan Netflix gelmektedir (Gümüş, 2021, s. 155). Özgün içerikler sunan Netflix, dünyanın birçok yerinde yayın yapmaktadır (Can, Koçer, & Hekimoğlu Toprak, 2021, s. 329).

Bu bilgiler kapsamında; Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde Amerika'nın kültür emperyalizmi faaliyetleri araştırılacaktır. Bu çalışmada

kültür emperyalizmi faaliyetleri çerçevesinde Netflix kullanımını ortaya koymak amaçlanmıştır. Yöntem kısmında ise kültür emperyalizmi faaliyetlerinin Netflix üzerinden nasıl yürütüldüğünü ve Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde hangi kültürel öğelerin ön plana çıkarıldığını ortaya koymak amacıyla filmleri incelemek için içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Filmler amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA programıyla analiz edilmiş, çıkan bulgular yorumlanarak değerlendirilmiştir.

1. Kültür Emperyalizmi

Latince “imperium” sözcüğüne dayanan emperyalizm; diktatörlük gücü, merkezi hükümet, keyfi yönetim metotları anlamına gelmektedir (Bagge, 2011, s. 65). Başka bir ifadeye göre emperyalizm, hegemonik gücün demokratikleştirme adı altında başka bir toplumu gerek dini ve kültürel açıdan gerek maddi açıdan sömürmesi ve kendine bağımlı hale getirmesi olarak da açıklanmaktadır (Genel, 2021, s. 4). Toplum hayatında önemli bir yer tutan kültür zamanla ülkeler arasındaki çıkar çatışmalarının artması sonucunda güçlü ve kalıcı olmanın da başlıca aracı haline gelmiştir. Bu faaliyetlerin bir sonucu olarak kültür emperyalizmi kavramı ortaya çıkmıştır.

Schiller'e göre başta ABD olmak üzere Batının çıkarlarını gözetken çok uluslu firmaların izledikleri politikalar diğer ülkelerin kültürel bağımsızlıklarına engel teşkil etmekte, bu durum da kültür emperyalizmine neden olmaktadır (Korkmaz, 2021, ss. 56;72). Kültür emperyalizmi; modern kültürel ürünlerin, imajların ve müzik, dil gibi popüler tarzların dünya genelinde yayılmasının ve kültürel baskının çağdaş hali olarak ifade edilmektedir (Lull, 2001, s. 242). Stevenson ise (2008, s. 364) bu kavramı geneli ABD menşeli çok uluslu örgütlerin küresel egemenliğinin daha az güç sahibi olan ülkelerdeki medya tüketimi üzerinde hâkimiyet kurması olarak açıklamaktadır. Başat kültürün artan hegemonyası Batı değerlerinin, tüketim kültürlerinin ve yaşam tarzlarının diğer kültürlerle iç içe geçerek yaygınlaşması kültür emperyalizmi olarak aktarılmaktadır (Taylan & Arklan, 2008, s. 91).

Kültür emperyalizmi, hâkim kültürün diğer kültürel formlar üzerinde kurduğu egemenliktir. Emperyalist ülkelerin kendilerine ait olan yaşam biçimlerini, bakış açılarını ve kültürlerini sömürgeleri altında olan ülkelere dayatması ve aşılmasıdır. Sömürgeci devletler bunu yaparken inanç, tutum, değerlerinin yanı sıra edebiyat, sanat ve düşüncelerini de empoze etmektedir (Kongar, 1997, s. 29).

Amerika'nın uluslararası arenada kültürünü nasıl konumlandığı ve diğer ülkelerin kültürleri üzerinde nasıl egemenlik kurduğu kültür emperyalizminin odak noktasını oluşturmaktadır (Schiller, 2018, s. 1-2). Schiller'e göre gelişmekte olan ülkeler ABD'den gelen teknoloji ve içerikler tarafından kuşatma altına alınmakta, yerel kültürleri tehditle karşı karşıya kalmakta ve gelişmiş ülkelerin sanayilerine olan bağımlılıklarında artışlar yaşanmaktadır (Schiller, 1992, s. 58). Batılı ülkeler az gelişmiş ülkeleri kendi ürettikleri teknoloji, platform ve içeriklere bağımlı hale getirerek onlar üzerinde denetim kurabilmektedir (Schiller, 1989).

Özü itibarıyla insanları yönlendiren bir sistem olan kültür emperyalizmi söylemleri, yönlendirme gücü en yüksek olan kitle iletişim araçları üzerine

yapılmaktadır. Medya, kültür emperyalizminin ana kaynağı olarak gösterilmektedir (Tomlinson, 2020, s. 21;45). Bu sebeple bazı kuramcılar kültür emperyalizmini, medya emperyalizmi olarak da adlandırmaktadır (Morley & Robins, 1997, s. 187). Bütün bunlara bağlı olarak, kültür emperyalizminin gelişmesinde, etki alanlarını genişletmesinde medya emperyalizminin aktif rol oynadığını söylemek mümkündür.

2. Medya Emperyalizmi

Gelişmiş ülkeler sahip oldukları teknolojik imkânlar sayesinde kitle iletişim araçlarını daha aktif ve etkin kullanmakta, kültürünü, ideolojisini ve mesajını daha kolay aktarmaktadır. Kitlelerin medya vasıtasıyla etkileşim içerisinde olması birbirlerinden etkilenmelerine ve yeni yaşam biçimlerinin tanınmasına imkân sağlamıştır. Bunun sonucunda toplumlara empoze edilen düşünce ise Batı gibi olmaları ve onun tükettiği ürünleri tüketmeleri gerektiği olmuştur. Paul Feyerabend ise Batı'nın dünya üzerindeki egemenliğini medyaya borçlu olduğunu söylemektedir (Yarimsakal, 2019, s. 102-103).

Medya araçları toplumlara nüfuz edebilme ve Batı hayatını kapsama bakımından hızla büyümekte, bu bağlamda medya çağdaş Batı kapitalizminin merkezi olarak ele alınmaktadır (Tomlinson, 2020, s. 48-49). Kitle iletişim araçlarını aktif bir şekilde kullanan, hayatının hemen her alanına dâhil eden ve dünyanın her coğrafyasında yer alan bireyler Batı'nın medya üzerinden sunmuş olduğu ürünleri tüketerek medya emperyalizminin etkisi altına girmektedir (Yüksel, 2021, s. 151;154).

Medya emperyalizmi hegemonik devletlerin az gelişmiş ülkelere karşı teknolojik ve ekonomik üstünlüğünü kullanarak ürettikleri içeriklerle kendi kültürünü empoze etmesi, hedef kültüre zarar vermesi, yozlaştırması ve kitlelerin kendi kültürlerine yabancılaştırılması olarak da nitelendirilmektedir. Bir ülkenin medyası sahiplik ve yayınların içeriği bakımından başka bir ülkenin medya çıkarları için tahakküme maruz kalıyorsa bu durum medya emperyalizmi olduğunun göstergesidir. Medya emperyalizmi tüm dünyada Amerikan kökenli kabul edilmekte ve medya operasyonlarının, kültür üreticisinin ve aktarımının ana noktası olarak Amerika Birleşik Devletleri görülmektedir. Üretmiş olduğu içerikler vasıtasıyla dayattığı yapay kültürle toplumların dini, siyasi, ahlaki ve aile değerlerini yozlaştırdığını, yaşam tarzını derinden etkilediğini söylemek mümkündür (Genel, 2021, s. 1-2;11).

Ritzer, ABD öncülüğünde Batı medyasının emperyalist olduğunu, az gelişmiş ülkelere ve kültürlerine egemen olduğunu savunmaktadır. Ritzer'e göre ABD'de ortaya çıkan televizyon programları, Hollywood filmleri, Amerikalı yazarlar tarafından yazılan kitaplar, Fox gibi ABD medya şirketleri vasıtasıyla ideolojilerini, kültürlerini az gelişmiş uluslara yerleştirme fikri, hem medyalarını hem de kültürlerini şekillendirme konusunda önemli rol oynamaktadır (Ritzer, 2011, s. 114). Bu bağlamda kültür emperyalizminin Amerikan merkezli yürütüldüğünü söylemek mümkündür.

3. Amerikan Emperyalizmi

Amerika, ülkeler üzerinde emperyalist faaliyetlerini gerçekleştirirken egemenlik kurduğu ülkelerin yaşam tarzı, siyaseti, kültürü, medyası ve bilimsel

alanlarını kapsayan toplumsal düzene dâhil olmakta ve toplumun her birimine ulaşmaktadır (Gerger, 2011, s. 17). Teknolojinin gelişmesinin ardından Amerikan medya ürünleri tüm dünyada hâkimiyet kurmaya başlamış ve günümüzde de kültür pazarlamasında azalma olmamıştır (Schiller, 1992, s. 12).

ABD, kültürel öğeleri için piyasa bulmasının yanı sıra bireylerde bilinç oluşturarak egemenlik kurmayı amaçlamaktadır. Bu noktada eğlence ürünlerinin pazarlanması son derece önemli hale gelmektedir. Diğer yandan toplumları kültür emperyalizmi vasıtasıyla kendi benliklerinden ve kültürlerinden uzaklaştırmaktadır (Petras, 1994, s. 2070).

Amerika'nın var olan kültür emperyalizmi, ulus aşırı şirketlerin ekonomik ve kültürel egemenliğe dönüşmesinde başat rol oynamaktadır. Şirketlerin kontrolü altında politika ve teknolojinin birleşmesi sonucunda toplumların kültürleri ve dilleri geçmişe kıyasla daha büyük risk altında bulunmaktadır. Küresel pazarlar ve serbest ticaret kültürel bağımsızlığı set çekmektedir (Yaylagül, 2018, s. 18).

Amerikan iletişim teknolojileri, Amerikan endüstriyel kompleksinin dünya üzerindeki gücünü ve hâkimiyetini kolaylaştırmaktadır. Ekonomik olarak zayıf olan ülkeler Amerikan teknolojisinin gücü sayesinde Amerikan teknolojisine ve ekonomisine bağlanmaktadır. Bağımsızlığını kazanan Üçüncü Dünya Ülkeleri'nin çoğu eğlence, haber, kültürel ürünlerin aktarılması ve teknoloji konusunda Amerika'ya bağımlı olarak yaşamaktadır (Yaylagül, 2018, s. 14-15).

Amerika Birleşik Devletleri, kendi sömürsünden kurtulmak için bağımsızlık mücadelesi veren toplumlara, yardım etme ya da kurtarma vaadiyle müdahalede bulunarak hegemonyasını kurmaya başlamıştır (Güngör, 2021, s. 36-37). Ülke genelinde veya dış ülkelerde istedikleri etkiyi yaratabilmek için yoğun ve bilinçli şekilde stratejik hamleler yapan ABD medyası, Amerikan kültürünü dünyaya ihraç ederek hem ekonomik gücünü arttırmakta hem de kendi ideolojini pazarlamaktadır (Mora, 2008, s. 10). Günümüzde ise Amerika başta olmak üzere Batı ülkeleri içerisinde olduğumuz dijitalleşme sürecine paralel olarak kültür emperyalizmi faaliyetlerini dijital ortamlara taşımıştır.

4. Dijitalleşme ve Dijital TV Yayıncılığı

İnternetin icadıyla birlikte bilgi ve iletişim alanı yeniden inşa edilmiş, geleneksel medyanın kullanım yolları değişime uğramıştır (Özbaş Anbarlı, 2019, s. 80). İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, bilgisayar ve ağ teknolojilerinin kullanımı sonucunda dijital çağ dönemi başlamıştır (Bolat, 2021, s. 189). Analog bilgilerin sayısallaştırılması olarak belirtilen dijitalleşme, verilerin internet vasıtasıyla kullanılabilir hâle getirilerek analiz edilebildiği teknik bir süreçtir (Gray & Rumpe, 2015, s. 1319). Dijitalleşme, dijital teknolojilerin ve altyapıların politik, ekonomik ve sosyal alanlarda uygulanmasıdır. Veri ve enformasyonun analog formattan dijital formata aktarılmasıdır (Proksch, Rosin, Stubner, & Pinkwart, 2021, s. 5). Kısaca dijitalleşme, analog bilgi akışının dijital verilere dönüştürülmesinin maddi sürecidir (Beyaz Özbey, 2022, s. 146).

Dijitalleşme; gelenek ve göreneklerin aktarılması, çeşitli yollardan maddi ve manevi kazançlarla yararlılık sağlaması, eğitsel faaliyetlerin devam ettirilmesi, geçmiş ve bugünü ortak zamanda birleştirmesi açısından bütünleştirici işlevleri yerine getirmektedir (Özdemir, 2019, s. 40). Dijitalleşme; bilgi, ürün, hizmet, para

aktarımı gibi alanlarda insanlara kolaylık sağlamakta ve gün geçtikçe etkisini artırmaktadır. Dijitalleşmenin yaygınlaşmasının ardından veri ve bilgi akışında artış yaşanmış, küresel bilgiye erişim kolay hâle gelmiştir (Sözuer, 2019, s. 241). Günümüzde ise her türlü ihtiyaç dijital alandan karşılanmakta, bilgi paylaşımı, veri akışı, güncel olaylar dijital mecralar üzerinden takip edilmekte, hemen her alanda verimliliğin artması ve kolay erişim sağlanması adına dijitalleşmeye yönelim gerçekleşmektedir (Balci, 2019, s. 160). Bu yönelim doğrultusunda yayıncılık sektörü de dijital dönüşüm sürecine girmiştir.

Yeni iletişim teknolojilerindeki yenilikler ve beraberinde getirdiği dijital dönüşümle birlikte geleneksel medyada önemli bir kırılma yaşanmasına sebep olmuştur. Bunun sonucunda toplumların okuma, dinleme ve izleme alışkanlıkları da dijital hâle gelmiştir. Yayıncılık sektörünün dijitalleşmesiyle birlikte gazete, radyo ve televizyon gibi konvansiyonel iletişim mecraları da dijital yayıncılığa geçiş yapmıştır (Çaycı & Karagülle, 2016, s. 573). Televizyon kanalları yarışma, program, dizi gibi içerikleri kendi internet siteleri üzerinden izleyiciyle buluşturarak internet teknolojisine eklemlenmeye başlamıştır. Yeni medya teknolojilerinin gelişim göstermesi sonucunda meydana gelen dijital platformlar ile birlikte zaman içerisinde televizyonlar ve televizyon kullanıcılarının izleme alışkanlıklarında değişimler meydana gelmiştir (Er, 2022, s. 118). Televizyon ve sinema gibi alanlarda üretilen kültürel ürünler yerini dijital mecralarda üretilen kültürel ürünlere bırakmış ve kitleler dijital yayın platformlarına yönelmeye başlamıştır. Bu durum sonucunda geleneksel televizyonlara nazaran dijital televizyonlar rağbet görmeye başlamıştır (Burç & Tanyeri Mazıcı, 2023, s. 135). Günümüzde ise Netflix gibi dijital TV platformları televizyon yayıncılığını farklı bir boyuta taşımıştır (Kırık, 2024, s. 582).

4.1. Netflix

Netflix, aylık ücret ödemesi karşılığında dizi, film, belgesel, çocuklara yönelik programlar gibi birçok içerik sunan ve dünyada tercih edilenlerin başında gelen OTT sistemli televizyon platformudur (Söğüt, 2020, s. 412). Bir başka deyişle Netflix, internet bağlantısı olan cihazlar üzerinden birçok film, dizi, belgesel gibi içerikler sunan abonelik sistemine dayanan yayın hizmetidir (Aytekin, 2021, s. 86). 1997 yılında Reed Hasting tarafından kurulan ve posta yoluyla DVD kiralama şirketi olarak piyasaya giriş yaşan Netflix, 1998 yılında bu işi internet sitesi üzerinden yürütmeye başlamıştır. 2007 yılına gelindiğinde Netflix üyelerinin dizi ve filmleri anlık olarak izleyebilecekleri bir yayın sistemine geçiş yapmıştır ("Netflix", 2024).

Netflix kullanıcılarının inceleyerek seçebileceği, tür bakımından kategorilendirilmiş çok sayıda dizi, film içerikleri sunmaktadır. Bunun yanı sıra izleyicilerine platformu kişiselleştirme imkânı sunarak spesifik bir öneri sistemini hayata geçirmiştir. Kullanıcıların platform ile olan etkileşimi üzerinden değerlendirme yaparak izledikleri içerikler çerçevesinde öneriler sunmakta ve onları kişisel zevklerine uygun içeriklerle buluşturmaktadır (Gökler & Burç, 2021, s. 83).

Kişiselleştirmeye ve mobil teknolojilere uygun tasarımı, kullanıcıların bir hesap üyeliği üzerinden birçok profil oluşturabiliyor olması, tablet, televizyon, telefon, bilgisayar gibi cihazların hepsinden erişim sağlanabilmesi ve oluşturulan

profiller üzerinden yapay zeka algoritması sayesinde kullanıcı beğenileri ekseninde içerik önerileri sunulması, Netflix'in küresel arenada hızla yükselmesinin başlıca nedenleri arasındadır (Baloğlu & Birincioğlu, 2021, s. 552). Netflix'in küresel alanda bilinen ve tanınan bir marka haline gelmesi, güçlü teknolojik alt yapıya sahip olması, reklamsız akış hizmeti ve orijinal içerikler sunması, kullanıcılarına küresel çapta içerik sağlamayı taahhüt etmesi gibi özellikleri onun büyümesini ve şu anda bulunduğu konuma gelmesini sağlamıştır (Mavnacıoğlu, 2022, ss. 266-267).

5. Kültür Emperyalizminin Dijitalleşmesi

Toplumsal değişim ve gelişimlerle birlikte gelişen ve dönüşen medya sektörü, kapitalist ekonominin güçlenmesi neticesinde ekonomik çıkarları ön planda tutmaya başlayan bir yapıya bürünmüştür. Önceden devletin kontrolü altında olan ve kamu hizmeti amacı güden televizyonlar, özel kanalların ortaya çıkışıyla birlikte ticarileşmeye başlamış, bu süreç internetin yayılmasının ardından hız kazanmıştır. Bunun sonucunda farklı endüstriler medya aracılığıyla ilişki içerisine girmiş, medyanın siyasi güç olarak kullanılması dijital ortamlara doğru ilerlemeye başlamıştır. Bu durum siyaset, eğlence gibi sektörlerin kültür emperyalizmine hizmet etmesine neden olmuştur (Sayar, 2021, s. 123).

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler mesafeleri ortadan kaldırmış, kültürler arasındaki teması kolay hâle getirmiş ve toplumsal yapılarda dönüşümler yaşanmasına neden olmuştur (Akgül, 2020, s. 72). 20. yüzyılın sonundan itibaren iletişimin dijitalleşmesi ve son dönemlerde revaçta olan mobil iletişim teknolojileri sayesinde bireylerin hareketliliği artmış, toplumlar ve bilhassa kültürler arasındaki etkileşim yoğunlaşmaya başlamıştır (Çaycı & Karagülle, 2016, s. 572).

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle beraber kültürler birbirleriyle yakından temas etmeye başlamış ve sınırların ortadan kalktığı dünyada ulusal ölçekte üretilen ürün, hizmet ve fikirler yerini küresel çapta üretilen ürün, hizmet ve fikirlere devretmiştir (İldeş, 2022, s. 154). İnternet üzerinden iletilen mesajlar milyonlarca kişiye hızlı bir şekilde ulaşmaktadır. Bu sebeple tüketim kültürü, yaşam tarzları ve kültürel değerler toplumlar arasında hızla yayılmaktadır (Taylan & Arklan, 2008, s. 93).

Dijitalleşme modern emperyalizmin bir yolu olarak yeni bir işgal alanı oluşturmaktadır. Dijital işgal, devletlerin siber coğrafyasının internet ve dijital mecralar aracılığıyla işgal edilmesidir. Ülkeleri sanal olarak himaye altına alması ve kitlelerin zihinlerini sömürgeleştirilmesidir. İnsanların zihnine ve algısına bu kadar güçlü şekilde işleyen, insanları istediği yöne doğru sevk eden bu süreç zihinsel işgal olarak adlandırılmaktadır. Dijital işgal, zihinsel işgali de beraberinde getirmektedir. Teknolojiyi elinde bulunduran ve kullananlar aynı zamanda gücü de elinde bulundurmakta, sömürgeciliğin en güçlü belirleyicisi ve sahibi olmaktadır. Çünkü zihinsel işgal bilgisayar oyunları, diziler, sinema, eğlence programları, haberler ve edebi metinler gibi günlük hayatta sık kullanılan mecralar üzerinden gerçekleşmektedir (Genel, 2021, s. 21-25).

Kullanıcıların bilgilere erişimini hızlandıran yeni medya, kültür emperyalizminin yayılmasına öncülük etmektedir. Toplumun tamamına ulaşımı kolaylaştıran yeni medya kültürel açıdan toplumların yıpranmasına neden

olmaktadır. Medya ürünlerinin etkisiyle ulusal kültürlerin yerel kültürler üzerinde hâkimiyet kurması kültür emperyalizminin yayılmasını da beraberinde getirmektedir (Özdemir & Akpınar, 2022, s. 24-25).

6. Netflix'te Amerikan Emperyalizmi Yansımaları

Dijital platformların kültür yayma aracı olarak kullanılma potansiyelleri önemli bir silah haline gelmiştir. Kitleye ulaşmak için herhangi bir sınırlarının olmaması, bu platformların içerik üreticileri tarafından aktarılacak istenen mesajın ötesinde propaganda, algı oluşturma ve kitleleri yönlendirme açısından da fonksiyonel yapıda olduğunu göstermektedir. Dijital platformların sahip olduğu algoritmalar sayesinde kullanıcılar hakkında detaylı bilgiye ulaşım sağlanabilmektedir. Bu sayede onların isteklerine uygun, tüketebilecekleri ve etkilenebilecekleri içerikler tespit edilebilmektedir. Kullanıcı profiline uygun içerik listeleri ve önerilerle zamanla bilinçaltına yapılan göndermeler aracılığıyla düşüncelerin değişmesini sağlamak muhtemeldir (Aytekin, 2021, s. 84).

Dijital platformların ortaya çıkmasıyla birlikte küreselleşmenin etkilerinin en fazla sirayet ettiği alanlardan biri de medya içerikleri olmuştur. Meta haline gelen medya, standart hâle getirilen homojen kültürün aktarıcısı konumuna gelmiştir (Aydın, 2023, s. 737). Bilhassa Amerika etkisiyle oluşturulan popüler kültür öğeleri, küresel dünyadaki en önemli kültür aktarıcısı olarak kabul gören televizyonun mühim kaynaklarından biridir. Geleneksel televizyon yayınları ve dijital platformlar içerik üretimi yaparken başta popüler kültür öğeleri olmak üzere birçok kültürel öğeye yer vermekte, ağırlıklı olarak yerel ve küresel unsurları kullanmaktadır. Bunların başında gelen dijital platformlar yoğun bir şekilde küresel kültür öğelerinden yararlanmaktadır (Sarı & Türker, 2021, s. 74).

Günümüzde yerel kültürler, başka kültürlerin etkisi altında kalmakta ve tahrip edilmektedir. Özellikle Netflix gibi dijital yayın platformları ve sosyal medya, kültürler arasındaki etkileşimi artırmakta ve popüler olan kültürün yerel kültürü ekarte etmesine zemin hazırlamaktadır. Amerikan kökenli olan bu yeni medya araçları kendi kültürlerini tanıtmayı amaçlamaktadır (Özdemir & Akpınar, 2022, s. 23). Siyasi arenada sahip olunan gücün kültürel alana da doğrudan tesir etmesi, dijital teknolojiler sayesinde küresel kültürün ABD egemenliğinde olduğunun göstergesidir. ABD'nin teknoloji ve küresel kültüre hükmeden taraf olması dijital kültürün başrolünde yer aldığını göstermektedir. Bunun sonucunda kültürel akışın ABD'den dünyaya doğru gerçekleştiğini söylemek mümkündür (Aslan, 2020, s. 57).

Geçmişte Batılı olmayan ülkeleri askeri gücü ve sermayesiyle kontrol altına alan Amerika günümüzde Netflix gibi piyasaya sürdüğü dijital platformlarla kontrol etmektedir (Jin, 2013, s. 145). Amerikan propagandası yapan, siyasi söylemler üreten ve Batı kültürünü diğer kültürlerle benimseten içerikler, izleyicilerini etki altına alabilmektedir (Yüksel, 2021, s. 179). Günümüzde Amerikan kültürünün taşıyıcılarından olan Netflix, yayılmak istenen inanç ve değerler için bir araç olarak kullanılmakta, bu sayede yerel dil ve kültürel unsurları baskı altına alınabilmektedir. Böylece hâkim kültürün medya vasıtasıyla kültürel öğeleri aktarmak ve Amerika'nın kültürel alanda üstünlük sağlaması adına zemin oluşturmaktadır (Aydın, 2023, s. 729).

Egemen kültür olan Amerikan kültürü yerel kültürü markajı altına almış, yerel kültürlerin küreselleşme çabalarının önüne set çekmiştir. İçerisinde belgesel, çizgi film, dizi, film gibi çeşitli içerikleri bulunduran Netflix ise bu egemen kültürün baskınlığını devam ettirebilmesi için önemli bir araç haline gelmiştir (Aydın, 2023, s. 715).

7. Metodoloji

7.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde kültür emperyalizmi, klasik emperyalizm faaliyetlerinin aksine baskı ve güç kullanmadan daha çok rıza yönetimine dayalı olarak uygulanmaktadır. Ülkeler bunu sağlamak için kitle iletişim araçlarının gücünden faydalanmaktadır. Özellikle bu araçlar içerisinde televizyon adeta bir kültür yayma aygıtı olarak ön plana çıkmıştır. 2000'li yıllardan sonra ise teknolojinin hızla gelişmesi ve hayatın odak noktası haline gelmesiyle yaşamın nerdeyse her alanı dijital dönüşüm süreci içerisine girmiştir. Televizyon sektörü de bu dönüşümden fazlasıyla etkilenecek yayıncılık serüvenini dijital mecralar üzerinden icra etmeye başlamıştır. Yaşanan gelişmelere paralel olarak başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere ülkeler de kültür emperyalizmi faaliyetlerini dijital TV platformları üzerinden yürütmektedir. Bilhassa Netflix, diğer dijital platformlar içerisinden sıyrılarak çok kısa sürede küresel bir etki yaratmış ve dünyanın birçok yerinde milyonlarca üyeye ulaşmıştır. Bu bağlamda kültür emperyalizmi faaliyetleri çerçevesinde Netflix kullanımını ortaya koymak çalışmanın genel amacını kapsamaktadır. Ayrıca kültür emperyalizminin dijital mecralara geçişiyle birlikte Netflix'in bu çalışmalardaki etkisini açığa çıkarmak amaçlanmıştır.

Kültür emperyalizminin günümüz işleyişine uygunluğu açısından Netflix ile bağdaştırılarak bu platformda yer alan filmler üzerindeki yansımalarını tespit etmek, kültür emperyalizminin öncüsü ve uygulayıcısı olan Amerika'nın Netflix üzerinden kültürünü nasıl ve ne yönde yaydığını belirlemek araştırmanın önemini yansıtmaktadır. Ek olarak literatürde bu konu hakkında sınırlı çalışma olması ve farklı bir bakış açısı ortaya konulması da araştırma için önem arz etmektedir.

7.2. Araştırma Soruları

Araştırmanın genel perspektifi doğrultusunda hazırlanan araştırma soruları şu şekildedir:

S.1) İncelenen filmlerde Amerikan kültürel öğelerinin dağılımı nasıldır? Amerika'nın hangi kültürel değer ve sembolleri ön plana çıkarılmıştır?

S.2) Kültür emperyalizmi faaliyetleri Netflix üzerinden nasıl yürütülmektedir? Netflix'in kültürel yayılcılıkta yeri ve işlevi nedir?

7.3. Araştırma Yöntemi

Çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Sosyal bilimler alanında sık kullanılan tekniklerden birisi olan içerik analizi, belirli kurallar çerçevesinde yapılan kodlamalarla bir içeriğin kategoriler oluşturularak incelendiği sistematik ve yenilenebilir bir tekniktir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2016, s. 250). İçerik analizi; nesnel, ölçülebilir, doğrulanabilir bilgilere ulaşabilmek için metin, televizyon programı, doküman gibi farklı alanlardaki

materyalleri belli kurallar çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır (Metin & Ünal, 2022, s. 273). Temel amaç ise toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ulaşmaktır. Bu amaç doğrultusunda toplanan veriler önce kavramsallaştırılır. Ardından ortaya çıkan kavramlar doğrultusunda veriler düzenlenerek verileri açıklayan temalar oluşturulur. Birbiri ile benzer olan veriler belirli kavram ve temalar altında toplanarak okuyucuların anlayabileceği şekilde düzenlenir ve yorumlanır. Bu kapsamda içerik analizi ile verileri tanımlayarak verilerin içerisinde yer alan doğrudan görülemeyen gerçekler ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 242). Çalışmada içerik analizi tekniğiyle toplanan veriler MAXQDA programıyla analiz edilmiştir.

7.4. Evren ve Örneklem

Dijital çağda kültür emperyalizmi çalışmalarının incelendiği bu araştırmanın evrenini, Netflix bünyesi içerisinde yer alan filmler kapsamaktadır. Evreni temsil etmesi için amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklem, araştırmacının bireysel değerlendirmelerinden yola çıkarak, araştırma sorularına cevap verebileceğini düşündüğü belirli nitelikleri barındıran deneklerin seçildiği örneklem türüdür (Gürbüz & Şahin, 2018, s. 132). Bu çalışmada örneklem olarak Netflix'te yayınlanan Amerikan yapımı filmler seçilmiştir. Abone sayısı verileri baz alındığında pazar payında Netflix'in öne çıkması, küresel çapta yayın yapması, yüksek oranda hedef kitleye hitap etmesi, izlenme sıklığı ve oldukça geniş bir film yelpazesi barındırması gibi hususlar örneklem seçiminde belirleyici olmuştur. Ayrıca kültür emperyalizminin Amerikan emperyalizmi ile eş değer tutulması ve Netflix'in Amerikan menşeli olması da örneklem tercihindeki diğer kriterleri oluşturmaktadır.

İncelemeler neticesinde çeşitli kültürel değerleri yansıtan ve bunları izleyiciye aktaran dolayısıyla da örneklemini temsil edebileceği düşünülen dört film seçilmiştir. Çalışmaya dâhil edilen filmler F1, F2, F3, F4 şeklinde kodlanarak kültürle ilişkili kategoriler oluşturulmuştur. Filmler haricinde belgesel, dizi vb. yapımlar örnekleme alınmamıştır. Araştırma tekniğini daha doğru uygulayabilmek için örneklem olarak seçilen filmler analiz edilmeden önce pilot filmler incelenmiştir. Bu filmlerden ulaşılan veriler ön test niteliği taşıdığı için bulgulara yansıtılmamıştır.

7.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılığı

Araştırmanın kapsamını kültür emperyalizmi ve Netflix ilişkisi oluşturmaktadır. Araştırmaya getirilen sınırlılıklar ise şu şekildedir.

- Literatürde kültür emperyalizminin doğrudan Amerika ile ilişkilendirilmesi, Amerikan kültürünün benimsenmesi sebebiyle araştırma Amerika'nın kültür emperyalizmi faaliyetleri ile sınırlı tutulmuştur.
- Araştırma dijital TV platformları içerisinde sadece Netflix bazında hazırlanmıştır.
- Analizlerde sadece filmler incelenmiş, dizi, belgesel vb. içerikler çalışmaya dâhil edilmemiştir.
- Çalışmada yer alan kodlar sadece Amerika'ya özgü ve Amerikan menşeli kültürel öğeler çerçevesinde oluşturulmuştur.

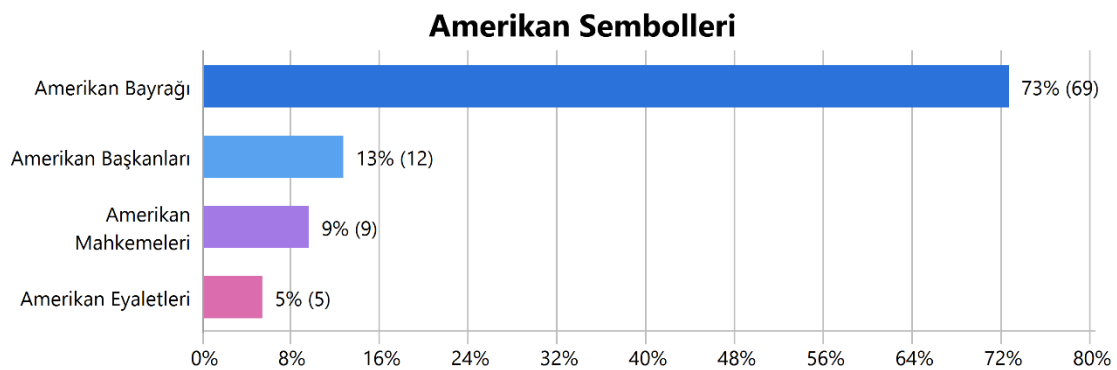
- Filmlerin sürelerinin uzun olması ve incelenen filmlerden yeterli verilerin elde edilmesi neticesinde gerekli doygunluğa ulaşıldığı ön görülerek örneklem sayısı dört filmle sınırlı tutulmuştur.
- Örneklem olarak seçilen filmler farklı konularda ele alınmış, birçok perspektiften Amerika kültürünü yansıtan, beş üzeri IMDb puanına sahip, Netflix verilerinde dönem dönem en çok izlenen yapımlar kategorisinde yer alan filmlerden seçilmiştir. Ayrıca örneklem olarak ele alınan filmler pilot incelemeler neticesinde Amerikan kültürü açısından gerekli veri doygunluğuna ulaşılabilceği düşünülen yapımlardan seçilmiştir.
- Çalışmada gerek literatür gerek yöntem kısmında sunulan veriler araştırmannın başlandığı ve teslim edildiği zaman aralığında sınırlı tutulmuştur.

7.6. Analiz ve Bulgular

Bulgularda elde edilen temalar literatür taramasında ulaşılan verilere göre oluşturulmuştur. Literatürde yer alan Amerika'nın kültür emperyalizmi faaliyetleri kapsamında filmlerde işlenen Amerikan kültürel öğeleri tespit edilmiştir. Bu öğeler türlerine göre alt başlıklar halinde kategorilendirilmiştir. Örneklem olarak incelenen filmlerde vurgulanan Amerika'ya has kültürel değerler göz önünde bulundurularak ilgili temalar ortaya konmuştur. Çalışma 11 tema üzerinden kodlanmıştır. Bunlar; güç sembolleri, bilim ve teknoloji, medya, Amerikan markaları, mimari, ekonomi, askeri, spor, eğitim, yeme-içme ve evrensel kelimelerdir.

7.6.1. Güç Sembolleri Kategorisine İlişkin Bulgular

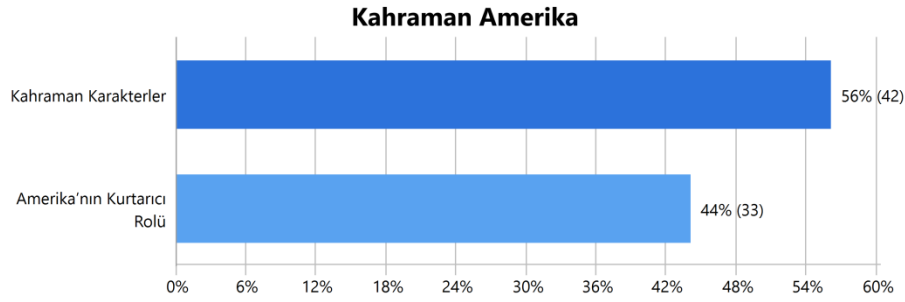
Güç sembolleri teması kendi içerisinde Amerikan Sembolleri, Kahraman Amerika ve Lider Amerika alt başlıklarında kodlanmıştır.



Şekil 1: Amerikan Sembolleri

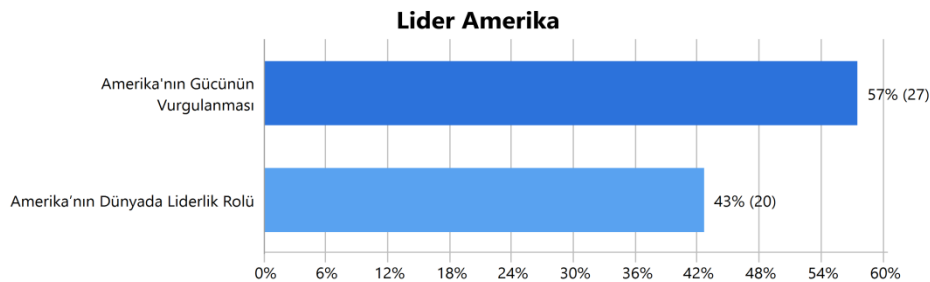
Grafikte görüldüğü üzere; filmlerde Amerikan bayrağı, en çok vurgulanan sembol olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, bayrağın Amerika'nın ulusal kimliği ve gücünün bir simgesi olarak algılandığını göstermektedir. Amerikan başkanları, ikinci sırada yer alarak liderlik figürlerinin güçlü bir sembolik değere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Başkanlar, Amerikan tarihi ve siyasetinin temel

bir parçası olmaktadır. Dünyanın en gelişmiş yargı sistemlerinden birine sahip olan Amerikan mahkemeleri, üçüncü sırada yer alırken, adalet sistemi ve hukuk kültürüyle ilişkilendirilmektedir. Amerikan eyaletleri ise diğer sembollere nazaran daha az dikkat çekerek son sırada yer almaktadır. Amerikan sembolleri adı altında toplanan temalarda görüldüğü üzere Amerika kendi ülke kimliğini ve kültürünü yansıtan bu sembollere filmlerde sıkça vurgu yapmış ve tüm dünyaya benimsetmeye çalışmıştır.



Şekil 2: Kahraman Amerika

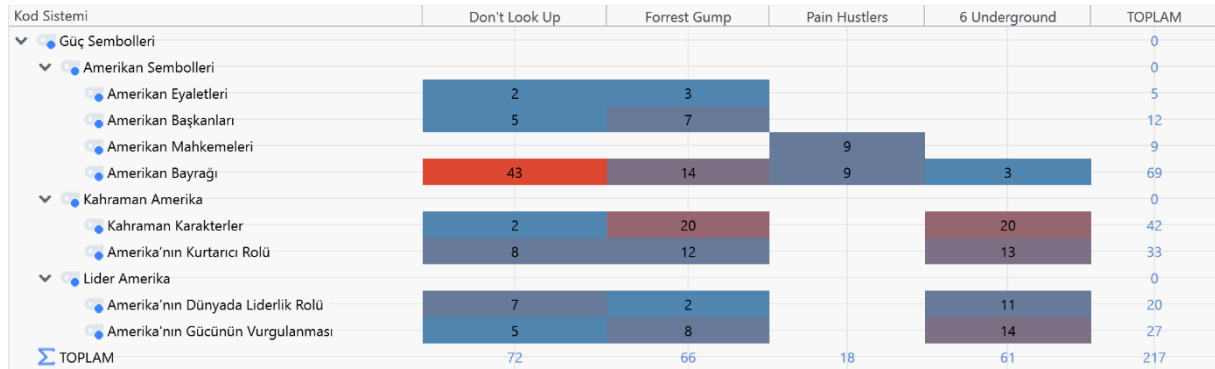
Kahraman karakterler, bu kategoride öne çıkan unsur olmuştur. Amerikan kültüründe kahraman figürlerinin sıkça yer alması, özellikle medya ve sinemada güçlü bir şekilde temsil edilmesi, öne çıkmasında önemli bir etken olmuştur. Amerika'nın kurtarıcı rolü, ikinci sırada yer almakta ve Amerika'nın küresel olaylardaki rolüne yönelik algıları yansıtmaktadır. Bu sonuç, Amerika'nın uluslararası krizlerde "kurtarıcı" bir aktör olarak konumlandırıldığının göstergesidir. Bu bağlamda Amerika'nın dünya siyasetinde kendisini kurtarıcı ve kahraman gösterme çabalarının filmlerde oldukça fazla işlendiği tespit edilmiştir. Amerikan emperyalizmi çalışmalarının temel dayanağını oluşturan "Kurtarıcı ve Kahraman Amerika" konuları filmlerde işlenen temel öğelerin başında gelmiş, bu yönde rıza yönetimi ve olumlu bir imaj oluşturulmaya çalışılmıştır.



Şekil 3: Lider Amerika

Amerika'nın gücünün vurgulanması, liderlik teması içerisinde en fazla dikkat çeken unsur olmaktadır. Bu durum, Amerika'nın askeri, ekonomik ve kültürel gücünün küresel arenada yansıtıldığını göstermektedir. Amerika'nın dünyada liderlik rolü, ikinci sırada yer almakta ve Amerika'nın uluslararası ilişkilerde üstlendiği lider konumunu desteklemektedir. Bu sonuç, Amerika'nın dünya

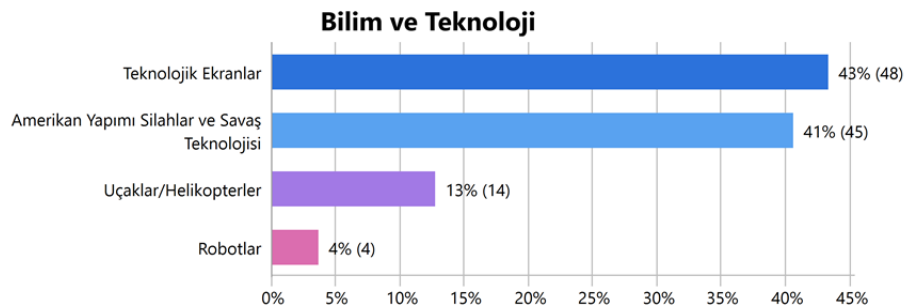
siyaseti ve ekonomisinde baskın bir aktör olarak kabul edildiğini göstermektedir. Filmlerde Amerika'nın dünyaya yön veren misyonunu üstlenmesi, uluslararası sorunlara çözüm üreten ve ülkelerin refahı için çalışmalar yapan ülke konumunda yer alması, Amerika'nın dünyaya liderlik yaptığı algısını yaratmaktadır. Bu sonuç, Amerika'nın dünya arenasında kendisini etkin bir aktör olarak kabul ettirmeye çalıştığını göstermektedir.



Şekil 4: Güç Sembolleri

Amerikan bayrağı, bütün filmlerde yer alsa da Don't Look Up filminde milliyetçilik ve gücün sembolü olarak sıkça kullanılmıştır. Forrest Gump ve 6 Underground filmlerinde Amerikan kahramanlığı, kurtarıcı bir rol ile güçlü bir şekilde işlenmiştir. Don't Look Up Amerikan bayrağına odaklanırken, Forrest Gump ve 6 Underground kahramanlık ve kurtarıcı rol üzerinden Amerika'nın küresel alandaki etkisini ve gücünü vurgulamıştır. Pain Hustlers filminde ise Amerikan mahkemeleri üzerinden Amerika'nın adalet sistemine vurgu yapılmıştır.

7.6.2. Bilim ve Teknoloji Kategorisine İlişkin Bulgular

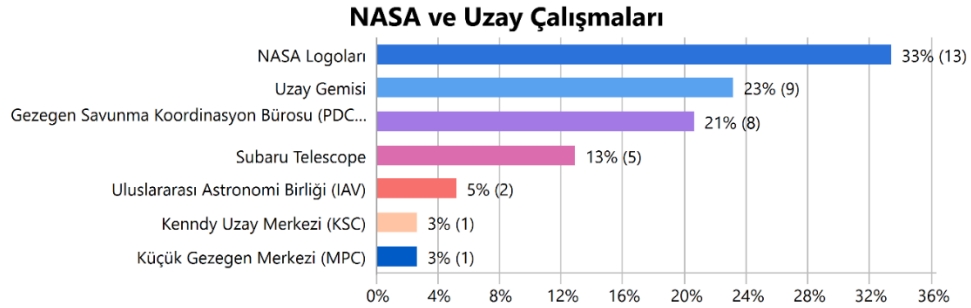


Şekil 5: Bilim ve Teknoloji

Bu kategoride teknolojik ekranlar, en çok dikkat çeken unsur olmaktadır. Teknolojinin günlük hayatta yaygın kullanımı ve ekranların artık hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi, filmlerde de teknolojik ekranların sık vurgulanmasında büyük bir öneme sahiptir. Amerikan yapımı silahlar ve savaş teknolojisi, ikinci sırada yer alarak önemli bir ilgi toplamaktadır. Bu durum Amerika'nın askeri gücü ve savaş teknolojisinin küresel anlamda büyük bir etkiye sahip olmasıyla ilişkilidir. Uçaklar/helikopterler, üçüncü sırada yer almaktadır. Uçak ve helikopterler, hem sivil havacılık hem de askeri amaçlarla büyük önem

taşıyan unsurlar olarak dikkat çekmektedir. Filmlerde robotlar, en az dikkat çeken kategori olmaktadır. Bu durum, robot teknolojisinin henüz yaygın olarak günlük hayatta kullanılmamasıyla açıklanabilir.

Bilim ve Teknoloji teması altında kodlanan NASA ve Uzay Çalışmalarına ait veriler ise şu şekildedir:



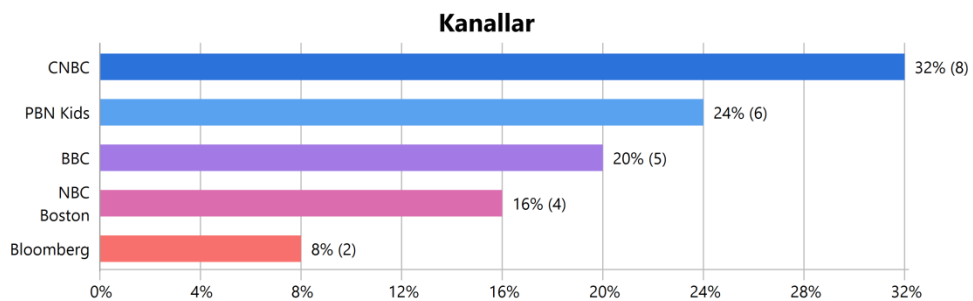
Şekil 6: NASA ve Uzay Çalışmaları

NASA ve uzay çalışmaları kategorisinde NASA logoları filmlerde en çok geçen unsur olmaktadır. Amerika, filmlerde de NASA'ya verdiği önemi vurgulamıştır. Bu durum, NASA'nın güçlü bir marka değeri ve görsel imajının küresel ölçekte tanınırlığını yansıtmaktadır. İkinci sırada yer alan uzay gemisi ise NASA'nın uzay araştırmalarında önemli bir temsilci olduğunu göstermektedir. Gezegen Savunma Koordinasyon Bürosu (PDC) üçüncü sırayı almaktadır. Bu unsur, dünya dışı tehditlere karşı geliştirilen savunma stratejilerinin popülerlik kazandığını göstermektedir. Subaru Telescope, Uluslararası Astronomi Birliği (IAV), Kennedy Uzay Merkezi (KSC) ve Küçük Gezegen Merkezi (MPC) daha düşük oranlarda yer almakta, bu yapılar diğer unsurlara kıyasla daha düşük bir görünürlük sergilemektedir.

NASA logoları Amerikan uzay programının güçlü bir kültürel ve bilimsel sembolü olarak kullanılmıştır. NASA ve uzay çalışmaları, bilim ve teknolojinin Amerikan kültüründeki önemini yansıtmıştır.

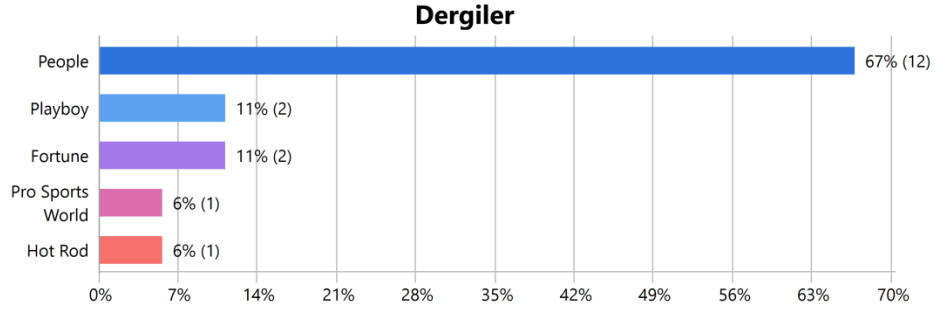
7.6.3. Medya Kategorisine İlişkin Bulgular

Medya kategorisinde kanallar, dergiler, sosyal mecralar ve popüler karakterler alt kategoride kodlanmıştır.



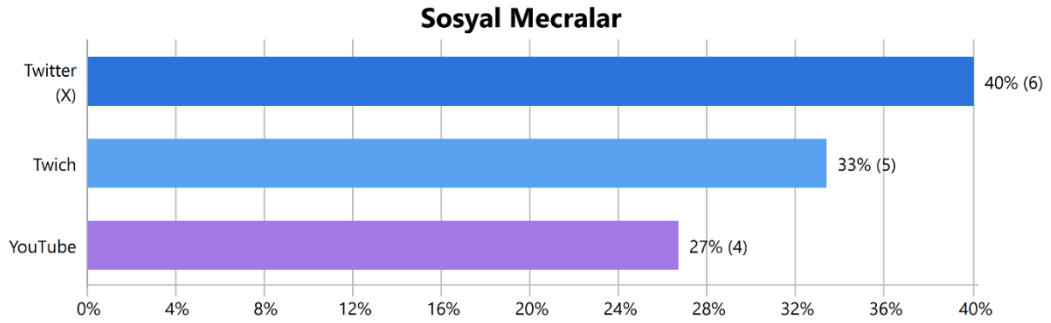
Şekil 7: Amerikan Kanalları

CNBC'nin ekonomi ve finans alanındaki içerikleri dikkat çekmiş, böylece filmlerde bu unsurlara sıkça yer verilmiştir. PBN Kids, ikinci sırada yer almaktadır. Filmlerde çocuklara yönelik içerikler de önemli bir yer tutmaktadır. Uluslararası haber kanalı olan, bilinirliği ve güvenilirliğiyle filmlerde de yer alan BBC Amerika, üçüncü sırada bulunmaktadır. NBC Boston ve Bloomberg ise diğer kanallara kıyasla filmlerde daha sınırlı bir alan bulmuştur.



Şekil 8: Amerikan Dergileri

People dergisi, %67 ile en fazla dikkat çeken dergi olmaktadır. Bu durum, derginin popüler kültür ve ünlüler dünyasına odaklanarak geniş bir kitleye hitap etmesinden kaynaklanmaktadır. Playboy ve Fortune dergileri, %11 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Playboy, eğlence kültürü ve yaşam tarzı temalarıyla bilinirken; Fortune, iş dünyası ve finans alanında saygın bir yere sahiptir. Pro Sports World ve Hot Rod dergileri daha sınırlı bir ilgi görmektedir. Spor ve otomotiv temalarının belirli bir kitleye hitap etmesi nedeniyle filmlerde diğer dergilere oranla daha az yer verilmiştir.



Şekil 9: Sosyal Mecralar

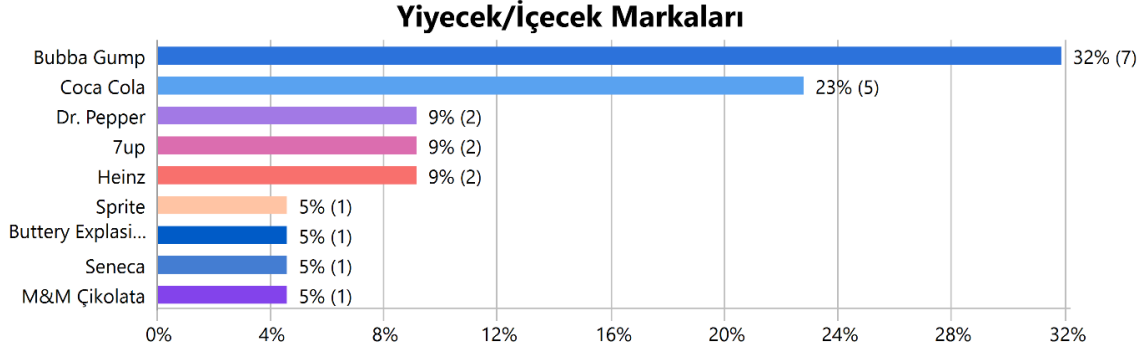
Tüm dünyada yaygın olarak kullanılan Twitter (X), filmlerde en fazla geçen sosyal medya platformudur. Bu durum, Twitter'ın hızlı bilgi akışı ve gündem takibi için etkili bir platform olarak kabul edilmesini yansıtmaktadır. Twitch, ikinci sırada yer alarak özellikle oyun ve canlı yayın kültürünün popülerliğini ortaya koymaktadır. YouTube ise üçüncü sırada bulunmakta ve video içerik platformlarının geniş bir kullanıcı kitlesine hitap ettiğini göstermektedir.

Bir ülkenin kültür emperyalizmi faaliyetleri oluşturma ve yayma araçlarının mihenk taşlarından birisi de medyadır. Filmlerde geçen Amerikan kanallarının dünya çapındaki bilinirliği ve sosyal medya platformlarının da yine tüm dünya

tarafından kullanılması, Amerika'nın emperyalizm faaliyetlerinde medyanın işlerliğinin ne derece önemli olduğunu göstermiştir.

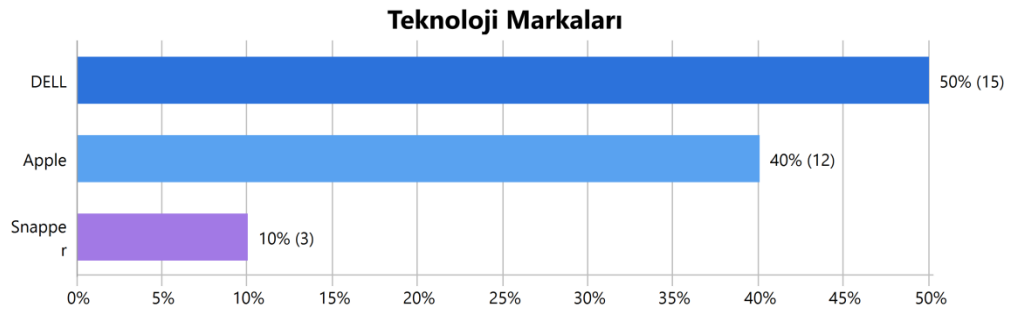
7.6.4. Amerikan Markaları Kategorisine İlişkin Bulgular

Amerikan markaları kategorisi yiyecek/içecek markaları, teknoloji markaları, giyim markaları, araba markaları, tütün ve alkol markaları olmak üzere 5 alt kategoride kodlanmıştır.



Şekil 10: Amerikan Yiyecek/İçecek Markaları

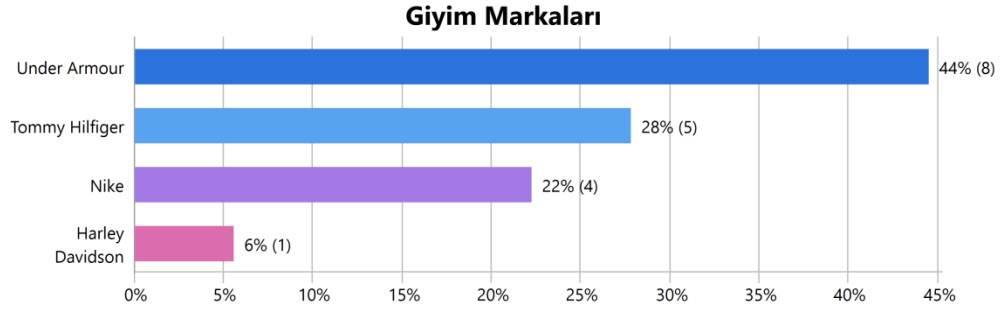
Amerikan deniz ürünleri restoran zinciri olan Bubba Gump, bu kategoride en fazla yer alan marka olarak öne çıkmaktadır. Özellikle karidesle temeli atılan bu restoran tüketiciler tarafından benimsenmiş, bu sebeple filmlerde de değinilen bir marka haline gelmiştir. Coca Cola ikinci sırada yer almaktadır. Dünya genelinde güçlü bir konuma ve pazar payına sahip olan Coca Cola Amerika'nın en önemli markalarından biri olarak filmlerde de yer almaktadır. Meşrubat markası olan Dr. Pepper ve 7up; ketçap, mayonez, hardal gibi sos üreticisi olan Heinz, eşit oranlarla üçüncü sırada yer almaktadır. Global olarak bilinen ve tüketiciler tarafından tercih edilen bu markalara Amerika'nın filmlerinde yer verdiği görülmektedir. Diğer markalar olan Sprite, Buttery Explosion, Seneca ve M&M Çikolata daha düşük oranlara sahip olmaktadır. Filmlerde bu markalara daha az yer verilmiştir.



Şekil 11: Amerikan Teknoloji Markaları

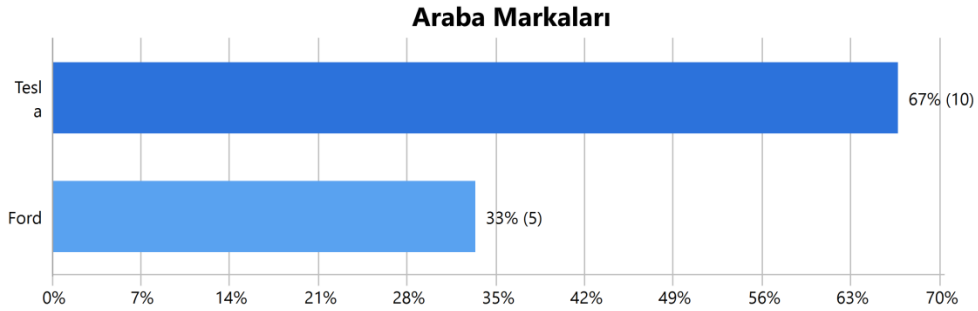
DELL, teknoloji kategorisinde lider konumdadır. Bu durum, markanın geniş bir kitleye hitap ettiğini göstermektedir. Apple, ikinci sırada yer alarak güçlü bir rekabet ortaya koymaktadır. Apple'ın yüksek payı, markanın güçlü imajını ve popülerliğini desteklemektedir. DELL ve Apple markalarının dünya genelinde bilinen ve yaygın olarak kullanılan markalar olması, bu markaların filmlerde teknoloji alanında dikkatleri üzerlerine çektiğini göstermektedir. Snapper ise

daha düşük orana sahiptir. Bu durum, markanın daha az bilinirliğe sahip olduğunu göstermektedir.



Şekil 12: Amerikan Giyim Markaları

Under Armour, filmlerde en çok yer verilen marka olarak öne çıkmaktadır. Tüketiciler tarafından tercih edilen markalardan olan Under Armour filmlerde de sıkça yer almıştır. Tommy Hilfiger ikinci sırada yer alırken, klasik ve güvenilir bir marka olması sebebiyle filmlerde yer alan bir diğer marka olmuştur. Nike ise az bir farkla üçüncü sırada yer almaktadır. Dünya genelinde bilinen ve geniş bir kitleye sahip olan spor markası, Amerika'nın giyim sektöründe büyük bir paya sahiptir. Harley Davidson, diğer markalara göre daha düşük bir orana sahiptir.

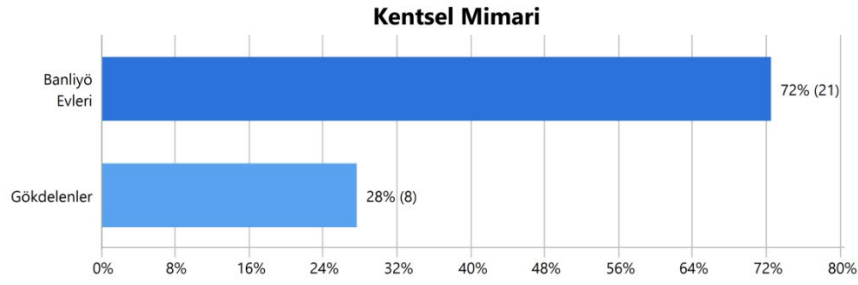


Şekil 13: Amerikan Araba Markaları

Tesla, açık ara önde olan bir marka olarak dikkat çekmektedir. Yenilikçi ve teknoloji odaklı imajı, günümüzde insanların tercihlerini etkileyen unsurlardan olması filmlerde de sık geçmesinde etkili olmaktadır. Ford ise ikinci sırada yer almaktadır. Ford daha düşük bir orana sahip olsa da köklü bir firma olarak filmlerde yer almaktadır. Tesla gibi daha yeni ve yenilikçi markalarla rekabet ettiğini göstermektedir.

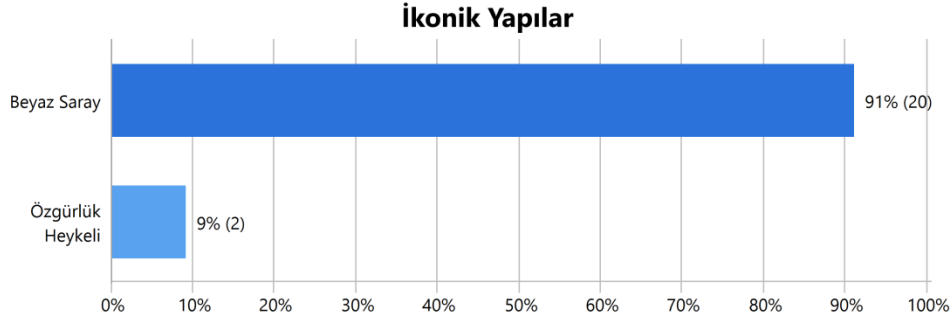
Amerikan markaları teması altında filmlerde tespit edilen markaların tüm dünya pazarına açılan, küresel çapta dünyanın dört bir yanında hedef kitlelere ulaşan, uluslararası işletmeler olduğu görülmektedir. Bu durum Amerika'nın kendi ürünlerinin yaygın şekilde kullanıldığını tüm dünyaya göstermektedir.

7.6.5. Mimari Kategorisine İlişkin Bulgular



Şekil 14: Amerikan Kentsel Mimari

Kentsel mimari kategorisinde banliyö evleri %72 ile en dikkat çeken unsurdur. Amerikan yaşam tarzında banliyö kültürünün güçlü bir yer tutması filmlere de yansımıştır. Gökdelenler, %28 ile ikinci sırada yer alarak kentsel modernleşmenin bir yansıması olarak filmlerde yer almıştır. Filmlerde yer alan bu unsurlar Amerika'nın mimari çeşitliliğinde hem geleneksel banliyö evlerinin hem de modern şehir yapılaşmasının önemli olduğunu göstermektedir.

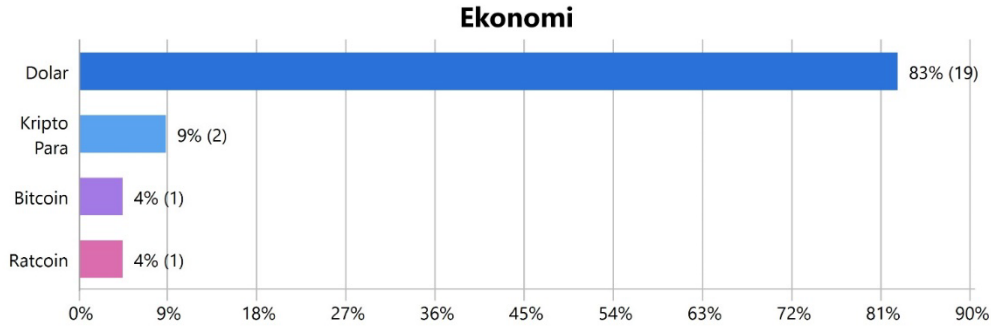


Şekil 15: Amerikan İkonik Yapıları

İkonik yapılar başlığında Beyaz Saray büyük bir ağırlık taşımaktadır. Beyaz Saray'ın %91 oranında vurgulanması, Amerika'nın siyasi gücünü ve sembolik önemini ön plana çıkarmaktadır. Özgürlük Heykeli ise %9 oranında bir temsil ile yer almaktadır. Amerika'nın özgürlük ve demokrasi ideallerinin sembolü olan Özgürlük Heykeli popüler kültürde sıkça yer almakta; adalet, barış ve eşitlik vurgusu yapmaktadır. Bu sebepten ötürü her iki yapı da filmlerde sıkça vurgulanmıştır.

Ülkelerin kültürel yapısını ve yaşam tarzını gösteren en önemli ikonlardan birisi de mimari yapılardır. Filmlerde de görüldüğü üzere Amerika'nın hem iç hem dış mimari yapısı izleyiciye sıklıkla gösterilmiştir. Amerika'nın son derece konforlu, lüks ve gösterişli yapılarla inşa edildiği aktarılmıştır. Ülkenin yönetim merkezi olan Beyaz Saray'ın ülke yönetiminde kilit konumda olduğu ve orada alınan kararların tüm dünyayı ilgilendirdiği konu edinmiştir.

7.6.6. Ekonomi Kategorisine İlişkin Bulgular

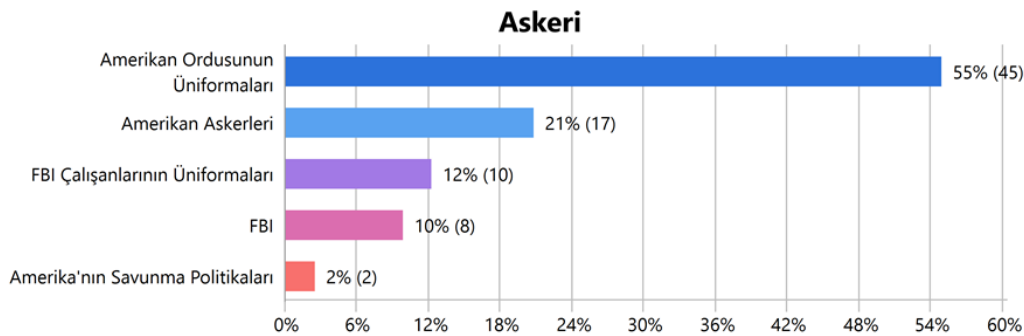


Şekil 16: Amerikan Ekonomisi

Amerikan ekonomisinin en önemli sembolü olan dolar, en fazla dikkat çeken ekonomik unsur olmaktadır. Doların küresel ekonomideki baskın rolü ve Amerikan para birimi olarak uluslararası ticaretteki yaygın kullanımı filmlerde de sık yer almasında önemli rol oynamaktadır. Kripto Para, ikinci sırada yer almaktadır. Dijital varlıkların son yıllarda popülerliğinin ve alternatif bir yatırım aracı olarak görülmesi sebebiyle filmlerde yer alan bir diğer ekonomik unsur olmuştur. Bitcoin ve Ratcoin ise diğer öğelere göre filmlerde daha az yer almıştır.

Amerika'nın emperyalist çalışmalarının bu denli başarılı olmasının arkasındaki temel güç ekonomidir. Tüm dünya piyasasına yön veren ve kendi para birimini uluslararası para birimi haline getiren Amerika filmlerde de doları sıkça göstermiştir. Ayrıca kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşan kripto paralar da sahnelerde geçmektedir. Bu durum ekonomik yayılcılığın göstergesidir. Amerika, filmlerde yer verdiği bu tarz sahnelerle dünya ekonomisinin temel belirleyicilerinden biri olduğunu, ülkesinin dünya para ve borsa piyasasında önemli bir aktör olduğunu vurgulamaktadır.

7.6.7. Askeri Kategorisine İlişkin Bulgular



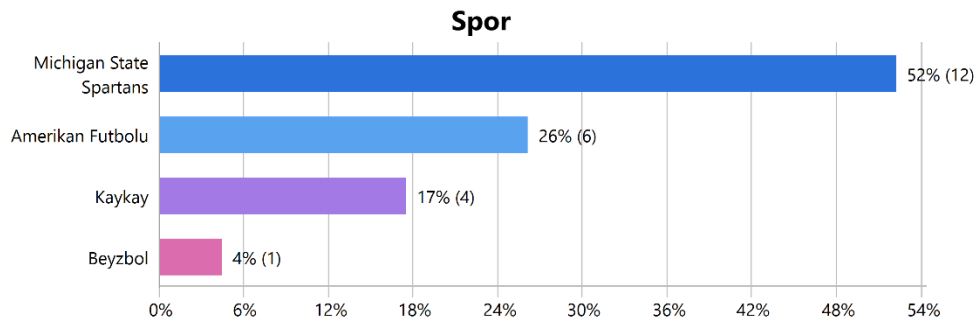
Şekil 17: Amerikan Askeri Unsurları

Amerikan ordusunun üniformaları en fazla dikkat çeken unsur olmaktadır. Birçok farklı çeşidi bulunan Amerikan ordusunun üniformaları global olarak tanınması ve gücü temsil etmesi sebebiyle filmlerde sıkça yer almaktadır. Amerikan askerleri, ikinci sırada bulunmaktadır. Amerikan askerlerinin hem küresel güvenlikteki rolü hem de kültürel temsillerdeki önemi filmlerde ön plana çıkarılmıştır. FBI çalışanlarının üniformaları, üçüncü sırada yer alırken FBI ise

dördüncü sırada yer almaktadır. Amerika'nın iç istihbarat ve güvenlik gücü olan FBI resmi görünümü, federal kuvvetler arasındaki etkinliği ve gücü nedeniyle filmlerde vurgulanan unsurlar arasında yer almaktadır. Amerika'nın savunma politikaları, bu kategoride en az vurgulanan unsur olmuştur. Bu durum savunma politikalarının daha soyut ve görsel olmayan bir alan olmasıyla ifade edilebilir.

Amerikan filmlerinde askeri ve güvenlik sahnelerinin oldukça fazla işlendiği görülmektedir. Gerek askeri gücünü gerekse de federal güvenliklerin eğitilmiş, başarılı ve yenilmez olduğunu kitlelere benimsetmeye çalışmış ve askeri yapılanmalarını tanıtmıştır. Filmlerde çatısı altındaki güvenlik güçlerinin tamamen iyi niyetli, barışçıl ve ülke güvenliği uğruna mücadele eden insanlar olarak lanse edildiği görülmüştür.

7.6.8. Spor Kategorisine İlişkin Bulgular



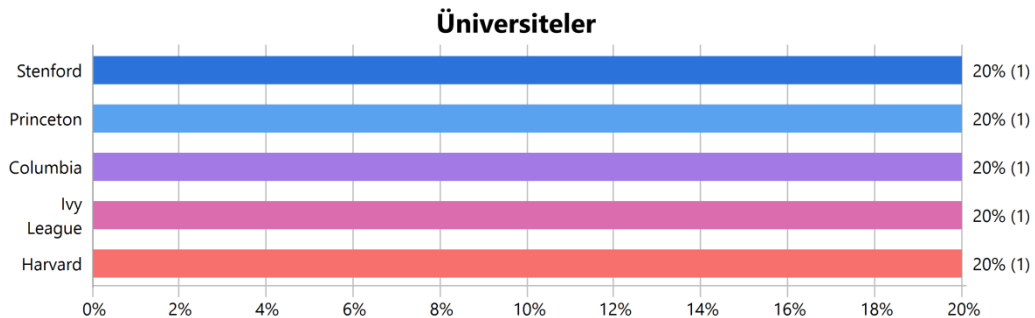
Şekil 18: Amerikan Sporları

Spor kategorisinde Michigan State Spartans en fazla dikkat çeken unsur olmaktadır. Amerikan üniversite spor kültürünün ve kolej takımlarının popülerliği filmlerde de yansıtılmıştır. Amerikan Futbolu ise ikinci sırada yer alarak, Amerika'da spor kültürünün en belirgin öğelerinden biri olmaya devam etmektedir. Gençlik kültürüyle ilişkilendirilen kaykay, %17 oranıyla filmlerde yer alan bir diğer spor dalı olmuştur. Beyzbol ise filmlerde en az vurgulanan spor dalı olmuştur.

Spor ülke tanıtımında ve kültüründe önemli yer tutmaktadır. Spor teması kapsamında elde edilen verilerde görüldüğü üzere Amerika'ya has spor faaliyetlerinin filmlerle ülke sınırları dışında gösterilmesi, Amerika'nın spor kültürünün dünyanın birçok yerine tanıtılma çabasının göstergesidir.

7.6.9. Eğitim Kategorisine İlişkin Bulgular

Eğitim kategorisinin alt başlığında kodlanan Üniversiteler kategorisine ilişkin veriler şu şekildedir:



Şekil 19: Amerikan Üniversiteleri

Bu kategoride Stanford, Princeton, Columbia, Ivy League ve Harvard üniversiteleri filmlerde eşit oranlarda yer almaktadır. Her biri %20 oranında dikkat çekmiş ve birbirinden ayrıışmamıştır. Dünya genelinde bilinen ve prestijli olan bu üniversiteler filmler aracılığıyla da izleyicilere tanıtılmıştır. Özellikle Harvard ve Stanford, akademik başarıları ve dünya çapındaki bilinirlikleriyle ön plana çıkmaktadır. Ivy League, tek bir üniversite yerine Ivy League'e dâhil olan üniversitelerin genel bir temsilini yansıtmaktadır. Princeton ve Columbia ise akademik başarı ve köklü geçmişleriyle tanınan okullar olarak yer almaktadır. Filmlerde ilgi çekici kampüs alanları ve eğitim sistemleri vurgulanmıştır.

Amerika dünyaca ünlü okullarını film sahnelerinde göstermeyi ihmal etmemiştir. Her biri en başarılı öğrencileri kabul eden ve dünyanın en donanımlı üniversiteleri arasında gösterilen bu okullar sahnelerde yer bularak Amerika'da eğitimin çekiciliği ve kalitesi pekiştirilmeye çalışılmıştır.

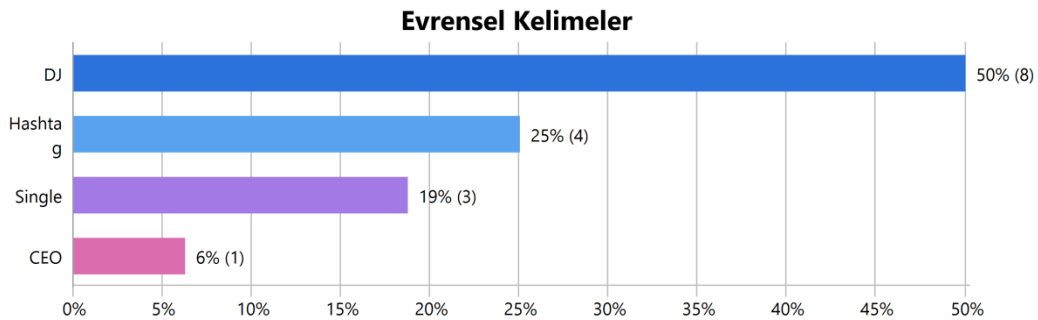
7.6.10. Yeme-İçme Kategorisine İlişkin Bulgular

Kod Sistemi	Don't Look Up	Forrest Gump	Pain Hustlers	6 Underground	TOPLAM
Yeme-İçme					0
> Karides	1	4			5
Σ TOPLAM	1	4	0	0	5

Şekil 20: Amerika'ya Özgü Yemekler

Bu kategoride Amerika'ya özgü yiyecek olan karides kodlanmıştır. Forrest Gump ve Don't Look Up filmlerinde toplamda 5 kez geçmiştir. Amerika'ya özgü olan ve Kuzey Amerika kıyılarında bulunan karides aynı zamanda yiyecek/içecek markaları kategorisinde yer alan Bubba Gump restoran zincirinin ana ürünü olarak dikkat çekmektedir.

7.6.11. Evrensel Kelimeler Kategorisine İlişkin Bulgular

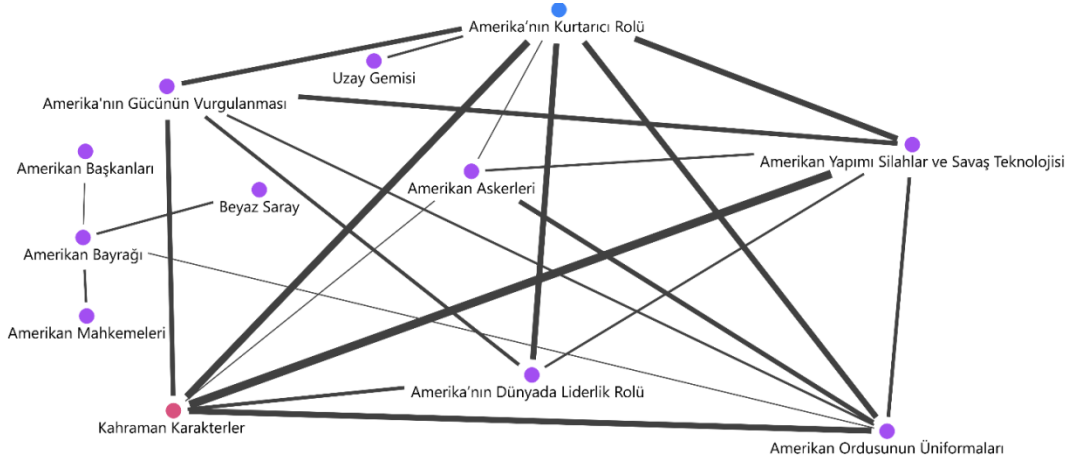


Şekil 21: Evrensel Kelimeler

DJ, en fazla dikkat çeken kelime olmaktadır. Bu durum, DJ'lerin popüler kültürde geniş yer tutması ve müzik dünyasında küresel bir figür haline gelmesiyle açıklanabilir. Hashtag, ikinci sırada yer almakta ve sosyal medya kullanımının küresel etkisini göstermektedir. Hashtag'ler, bilgi paylaşımı ve etkileşim için evrensel bir araç haline gelmiştir. Single, üçüncü sırada yer alarak,

müzik dünyasında tekli parçaların popülerliğini yansıtmaktadır. CEO, ise dördüncü sırada yer almaktadır.

Elde edilen tüm bulgular kapsamında filmlerde sıkça yer alan alt kodlar için kod haritası çizilerek şekil 22’de gösterilmiştir.



Şekil 22: Amerikan Kültürel Ögeleri Kod Haritası

Kod haritası, filmlerde Amerikan kültürünün kahramanlık, askeri güç ve küresel liderlik temaları etrafında şekillendiğini ortaya koymuştur. Kahraman karakterler, dünya liderliği ve kurtarıcı rol gibi kavramlarla sıkı bir bağ kurmuşlardır. Amerikan ordusu, teknolojisi ve sembolleri, ülkenin gücünü vurgulayan unsurlar olarak birbirlerini desteklemişlerdir. Sonuç olarak, Amerikan kültüründe gücün sembolleri (bayrak, Beyaz Saray, askerler), kahramanlık ve küresel liderlik anlatıları ile özdeşleşmiş ve güçlü bir şekilde yansıtılmıştır.



Şekil 23: Amerikan Kültürel Ögeleri Kelime Bulutu

Bu görselde, Amerikan kültürü ve sembollerine dair kavramlar farklı boyut ve renklerde sıralanmış, öne çıkan temaların yoğunluğu yansıtılmıştır. Büyük puntolu kavramlar, filmlerde daha sık vurgulanan veya öne çıkan unsurları

göstermiştir. Amerikan ordusunun üniformaları, Amerikan askerleri ve Amerikan yapımı silahlar ve savaş teknolojisi kavramları güçlü bir şekilde vurgulanmıştır. Bu durum, Amerikan kültüründe askeri güç ve savaş teknolojilerinin önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Amerikan bayrağı, kahraman karakterler, Amerika'nın dünyada liderlik rolü ve Amerikan başkanları gibi kavramlar, Amerika'nın küresel liderlik ve kahramanlık anlatılarındaki sembolik unsurlarını yansıtmıştır. Teknolojik ekranlar, Apple, DELL, NASA logoları gibi unsurlar, Amerikan kültürünün teknolojik ilerlemeye verdiği önemi vurgulamıştır. Dolar kavramının vurgulanması, Amerikan ekonomisinin küresel ölçekteki etkisini göstermiştir.

Sonuç

Kültür emperyalizmi, teknolojinin ve internetin gelişmesiyle birlikte faaliyetlerini dijital ortamlara da taşımaya başlamış, geleneksel mecraların yanı sıra dijital mecralarda da kendisine yer edinmiştir. Dijital yayıncılığın yaygınlaşmasıyla birlikte erişim sağlanan tüketici kitlesi genişlemiş, böylece kültürel etkileşim de artış göstermiştir. Özellikle televizyon yayıncılığının dijitalleşmesiyle birlikte kültür yayma aracı olarak önemli bir silah haline gelen dijital TV platformları kültür emperyalizminin uygulayıcısı haline gelmiştir. Bilhassa Netflix kültürler arasındaki etkileşimi artırmakta, egemen kültürün yerel kültürleri baskılamasında başat rol oynamaktadır. Amerikan menşeli olan Netflix, Amerikan kültürünü tüm dünyaya tanıtmaktadır. Hâkim kültür olan Amerikan kültürü ise yerel kültürleri etkisi altına alarak, yerel kültürlerin küreselleşmesinin önündeki en büyük engellerden biri olmaktadır.

Çalışma kapsamında incelenen, Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde ise Amerika'nın kültürel öğeleri eğitim, spor, güç, liderlik, kahramanlık, bilim ve teknoloji, askeri, ekonomi, mimari, medya, Amerikan markaları, Amerika'ya özgü yiyecekler ve evrensel kelimeler gibi temalarda görülmüştür. Kültür emperyalizmi için önemli bir araç olan eğitim temasında üniversiteler dikkat çekmiş, dünya genelinde bilinen üniversitelere yer verilmiştir. Amerika filmlerde eğitime vurgu yaparak ve küresel alanda kendi bünyesindeki üniversiteleri, eğitim kalitesini ve göz alıcı kampüslerini tanıtmaktadır. Spor kategorisinde ise birçok spor dalını bünyesinde bulunduran, köklü bir spor kulübü olan Michigan State Spartans Amerika'nın spor kültürünü vurgulamaktadır. Amerika'da yaygın olmasının yanı sıra dünya genelinde de ilgi gören Amerikan futbolu, özellikle gençlerle özdeşleşen kaykay ve tarihi çok eskilere dayanan beyzbol Amerika'nın spor alanında küresel bazda kendisine pazar yaratmasında önemli rol oynamaktadır. Bir diğer kategori ise güç sembolleri kategorisidir. Bu kategoride Amerika'yı yansıtan bayrak, eyaletler, başkanlar, mahkemeler, Amerika'nın kahramanlık, liderlik ve kurtarıcı rolleri üzerinde durulmuştur. Amerika için son derece önemli olan bu kültürel öğelerle Amerikan ulusal gücüne, kimliğine, hukuk sistemine, küresel olaylardaki etkisine ve rolüne dikkat çekilmiştir. Bilim ve teknoloji kategorisinde özellikle Amerika'ya ait olan silah ve savaş teknolojileri, uçaklar ve helikopterler sıkça yer almıştır. Ayrıca teknolojik ekranlar, robotlar, NASA gibi alanlar da bu kategorideki önemli unsurlardandır. Askeri kategorisine ilişkin verilerde ise Amerikan askerleri, FBI çalışanları ve Amerika'nın savunma politikaları ele alınmıştır. Amerika filmlerinde bu öğelerle güvenlik güçlerine ve politikalarına dikkat çekerken bu alandaki gücünü ulusal arenada sergilemektedir. Ekonomi

kategorisinde Amerikan para birimi olan dolar ve kripto para birimleri dikkat çekmiştir. Amerika'nın özellikle kendi para birimine yer vermesi küresel ekonomideki ve borsadaki varlığını vurguladığını göstermektedir. Mimari kategorisinde ise ikonik yapılardan özgürlük heykeli ve Beyaz Saray, kentsel mimariden banliyö evleri ve gökdelenler gözlemlenmiştir. Özellikle Beyaz Saray ile uluslararası alanda siyasi gücüne dikkat çekerken, geleneksel banliyö kültürünün devam etmesinin yanı sıra gökdelenler vasıtasıyla da modern kentleşmenin gerçekleştiği görülmektedir. Kültür emperyalizminin en önemli aktarıcısı olan medya kategorisinde kanallar, dergiler ve sosyal mecralar işlenmiştir. Amerika'ya ait uluslararası kanalların, dergilerin ve tüm dünyada yaygın olarak kullanılan sosyal mecraların filmlerde kendine yer bulması, Amerika'nın küresel medya alanındaki gücünü gözler önüne serdiğini göstermektedir. Amerikan markaları kategorisinde ise giyim, araba, teknoloji ve yiyecek/içecek markaları yer almaktadır. Her biri küresel hale gelen bu markalar filmler aracılığıyla da bireylerin zihinlerinde yer edinmektedir. Yeme-içme kategorisinde ise Amerika'ya özgü yemeklerden olan karides dikkat çekmektedir. Amerika kendi yemek kültürüne ait olan karidese filmlerinde yer vermiş, tüm dünyada yaygın olarak tüketilen bu ürünün kendilerine ait olduğunu vurgulamıştır. Kültür emperyalizminin bir diğer aktarım aracı dildir. Bu filmlerde de İngilizce olan fakat dünya genelinde sıkça kullanılan kelimeler ele alınmıştır. Evrensel kelimeler kategorisinde verilen bu kelimeler farklı dile sahip ülkeler tarafından da kullanılmaktadır.

Filmlerde kültürel değer ve semboller arasında özellikle Amerikan bayrağı ön plana çıkmaktadır. Bu durum Amerika'nın bağımsızlığını, gücünü ve milli değerlerini vurguladığını göstermektedir. Ayrıca Amerika'nın kahramanlık ve liderlik özellikleri filmlerde sık sık yer almıştır. Bu sayede güçlü Amerika, dünyada krizlerde öncü olan, ülkelere bağımsızlık, demokrasi getirme vaadiyle müdahalelerde bulunan ve kurtarıcı rolü üstlenen bir imaj yaratmaktadır. Filmlerde dolar sıkça geçmektedir. Evrensel para birimi olan ve tüm dünyada kullanılan dolar, Amerika'nın ekonomik gücünü yansıtmaktadır. Bunun yanı sıra Amerika'nın askeri gücü de ön plana çıkarılmıştır. Özellikle Amerikan ordusunun küresel alandaki başarıları, korkusuzluğu ve bağımsızlık mücadelesi üzerinde durulmuştur. Bilim ve teknolojiyi de filmlerinde sıkça işleyen Amerika, NASA çalışmaları, teknolojik ekranlar, robotlar ve savaş teknolojisindeki gücünü tüm dünyaya resmetmektedir. Tüm dünyada bilinen ve tüketiciler tarafından tercih edilen Apple, Dell, Nike, Tommy Hilfiger, Under Armour, Coca Cola, Heinz, Sprite gibi küresel markalar filmlerde dikkat çekmiştir. Bu durum Amerika'nın markalarıyla pazarda geniş bir paya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca medya da ön plana çıkan bir diğer alan olmuştur. CNBC, BBC gibi kanallar; People, Playboy dergileri ve Twitter (X), YouTube gibi sosyal mecralar filmlerde dikkat çeken unsurlar olmuştur. Küresel alanda da tanınan kanal, dergi ve sosyal mecralar Amerika'nın uluslararası alanda sağladığı medya gücünün göstergesidir.

Netflix, başta Amerikan kültürü olmak üzere dünya genelinde kültür emperyalizminin taşıyıcısı konumuna gelmiştir. Ülkelerin kendine has kültürel öğeleri, milli değerleri, güç sembolleri, ekonomik yapısı ve gücü, eğitim sektörü, sağlık ve spor gibi kendileri ile özdeşleşmiş ideolojilerini Netflix'te yer alan filmlerde geniş bir şekilde işlediği görülmüştür. Böylece küresel alanda ilgi gören

ve dünyanın hemen her yerinde izleyici kitlesi olan Netflix, kültürler arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmıştır. Bu durum ise egemen kültürün yayılmasına ve kültürlerin tek tipleşmesine neden olmaktadır. Netflix'in Amerikan menşeli olması ise Amerikan kültürel öğelerini izleyicilere aktarmasında önemli bir araç olmaktadır. Amerika'nın kendi ideolojisini ve kültürel değerlerini Netflix'te yer alan Amerikan yapımı filmlerde işlediği ve önem verdiği hususları filmlerde sık sık vurguladığı görülmüştür.

Netflix'te birçok ülke kendi yapımları olan dizi ve filmleri sunarak dünyada çok sayıda insana kültürlerini tanıtabilmektedir. Geniş izleyici kitlesine sahip olması ve küresel alanda hizmet vermesi içerik üreticilerinin de Netflix'e yönelmesinde başat rol oynamaktadır. Buradaki içeriklerde ülkeler kendi ideolojilerine, kültürel değerlerine, ülkeye has öğelere sıkça yer vermektedir. İzleyiciler ise Netflix'te yayınlanan dizi/filmlerde kendilerine aktarılan kültürel öğelerden etkilenmektedir. Filmlerde ülkelerin kültürlerinin kusursuz ve ilgi çekici olarak aktarılması, insanların o kültüre olan ilgisini de artırmaktadır. Bu durum hayran kültürü oluşmasında önemli bir paya sahiptir.

Başta Netflix olmak üzere, dijital TV platformları kültür emperyalizmi için yeni bir aktarıcı haline gelmiştir. Bu platformlar ülkelerin kültürlerini yayma, ideolojilerini aktarma konusunda önemli yer tutmaktadır. Bilhassa iletişim teknolojilerinin hâkimiyetini elinde bulunduran Batı ülkelerinin kültürel alanda yayılmasına hizmet etmektedir. Bu platformların geniş kitleler tarafından benimsenmesi uluslararası alanda kültürün yeniden yapılanmasına olanak sağlamaktadır. Hemen hemen dünyanın her yerine ulaşan bu platformlar kültür emperyalizmi için yeni alanlar oluşturmaktadır. Kitlelere empoze edilen kültürel değer ve öğeler, geleneksel mecralara kıyasla Netflix gibi platformlarda daha yoğun şekilde işlenmektedir. Ayrıca hedef kitleye erişim ve öğelerin aktarımı daha kolay olmaktadır. Sonuç olarak Netflix başta olmak üzere dijital TV platformları, temel amaçları çerçevesinde yayınladıkları içeriklerle hâkim kültür olan Amerikan kültürünü tüm dünyaya yayarak yerel kültürleri baskı altına almaktadır. Bu kapsamda Netflix, kültür emperyalizminin ve Amerikan emperyalizminin yayılmasında, etki alanını genişletmesinde ve kültüre yön vermesinde önemli rol oynamaktadır.

Kaynakça

- Akgül, M. (2020). Kimlik Mekânı Olarak Ağ Grupları: Facebook'ta Giritli Kimliğinin Yeniden İnşası. İçinde O. Önürmen (Ed.), *Yeni Medya Yeni Mekân Yeni Mesaj* (ss. 67-86). Konya: Palet Yayınları.
- Aslan, P. (2020). *Dijitalleşme ve İletişim* (1. bs). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Aydın, D. (2023). Yerel Kültürün Küreselleşmesi Hala Mümkün Mü?: Netflix Türkiye ve Egemen Kültür Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 11(1), 715-743. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1189664>
- Aytekin, M. (2021). Dijital Platformlar ve Sinema: Netflix'in Sinema Stratejisi Üzerine Bir Değerlendirme. İçinde H. Semiz Türkoğlu (Ed.), *Dijitalleşme Çağında Değişen İletişim Dinamikleri* (1. bs, ss. 79-115). İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Bagge, H. E. (2011). Emperyalizm Kuramları ve Amerikan Kamu Diplomasisi. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi*, (28), 63-79.
- Balcı, F. (2019). Dijital Kültürde Siyaset ve Halkbilimi İlişkisi. İçinde M. Özdemir (Ed.), *Dijital Kültür* (1. bs, ss. 269-284). İstanbul: Arı Sanat Yayınları.
- Baloğlu, U., & Birincioğlu, Y. D. (2021). Bir Kültürel Tüketim Pratiği Olarak Netflix Dizileri. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 5(2), 547-570. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.821572>
- Beyaz Özbey, İ. (2022). Dijitalleşme, Sosyal Medya Ve Risk Toplumu. *İmgelem*, 6(10), 141-158. <https://doi.org/10.53791/imgelem.1053815>
- Bolat, N. (2021). Televizyon Yayıncılığında Dijital Platformlarla Dönüşen İzleyici. İçinde İ. H. Yaşar (Ed.), *Dijitalleşme Ekseninde İletişim, Kültür ve Medya* (ss. 187-207). Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- 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. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785622>
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (22. bs). Ankara: Pegem Akademi.
- Can, E. N., Koçer, M., & Hekimoğlu Toprak, H. (2021). Tüketicilerin Netflix Kullanımları Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Akademi*, 35(1), 323-344.
- Collins Dictionary. (2024). Geliş tarihi 04 Kasım 2024, gönderen <https://www.collinsdictionary.com/> website: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/imperialism>
- Çaycı, B., & Karagülle, A. E. (2016). İletişimin Dijitalleşmesi ve Kültürel Melezleşme. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 570-586.
- Er, H. E. (2022). Dijital Platformların İzleyici Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi: Netflix Örneği. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 117-142. <https://doi.org/10.34086/rteusbe.1114260>
- Genel, M. G. (2021). Medya Emperyalizmi, Şirketlerin İdeolojik Aygıtları (ŞİA) ve Sömürü Stratejileri. İçinde M. G. Genel (Ed.), *Medya Emperyalizmi* (1. bs, ss. 1-56). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Gerger, H. (2011). Amerikan Emperyalizminin Ayırdedici Özellikleri. Geliş tarihi 05 Şubat 2024, gönderen [Www.praksis.org](http://www.praksis.org) website: <https://www.praksis.org/wp-content/uploads/2011/07/011-01.pdf>
- Gökler, K., & Burç, M. (2021). Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinin Dijital TV Platformları Üzerinden Uygulanmasına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. İçinde M. Temel & Ö. F. Koçak (Ed.), *Dijital Çağda İletişim, Kültür ve Medya I* (ss. 71-110). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gray, J., & Rumpe, B. (2015). Models for Digitalization. *Software & Systems Modeling*, 14(4), 1319-1320. <https://doi.org/10.1007/s10270-015-0494-9>

- Gümüş, B. (2021). Maraton İzleyiciliğinden Aşırı İzlemeye: Netflix'in İzleme Alışkanlıklarına Etkisi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (37), 147-169. <https://doi.org/10.17829/turcom.862011>
- Güngör, G. (2021). *Amerikan Emperyalizmi Yeni Sömürgecilik* (1. bs). İstanbul: Cinius Yayınları.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (5. bs). Ankara: Seçkin Yayınları.
- İltaş, G. (2022). Netflix'in Ülkelere Göre Farklılaşan İletişim Stratejisi Üzerine Bir İçerik Analizi: Amerika ve Türkiye Örnekleri. İçinde K. Duman (Ed.), *Netflix Etkisi: Dijital Çağda Ekran Kültürü* (ss. 153-171). İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Jin, D. Y. (2013). The Construction of Platform Imperialism in the Globalization Era. *tripleC*, 11(1), 145-172.
- Keser, E. (2024). Kültürel Emperyalizm Bağlamında Yeni Dijital Sömürgecilik Uygulamaları: GeForce NOW ve Game Pass. *Bılar: Bilim Armonisi Dergisi*, 7(1), 135-153. <https://doi.org/10.37215/bilar.1487367>
- Kırık, A. M. (2024). Türkiye'de Dijital Yayıncılığın Gelişim Süreci ve Fırsatları. *TRT Akademi Dergisi*, 9(21), 579-591. <https://doi.org/10.37679/trta.1493621>
- Kocaoğlu, A. M. (1996). Rusya'nın Tarihe Düşen Emperyalist Gölgesi. *Bilig*, (3), 39-52.
- Kongar, E. (1997). *Kültür Üzerine*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Korkmaz, A. (2021). *Medya ve Kültür Emperyalizmi Küreselleşmenin Yerel Kültüre Etkisi*. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Lull, J. (2001). *Medya İletişim Kültür* (N. Güngör, Çev.). Ankara: Vadi Yayınları.
- Mavnacıoğlu, K. (2022). Covid-19 Pandemi Sürecinde Netflix'in İletişim Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi. İçinde K. Duman (Ed.), *Netflix Etkisi: Dijital Çağda Ekran Kültürü* (ss. 265-278). İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Metin, O., & Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Mohammadi, A. (1991). Kültür Emperyalizmi ve Kimlik Sorunu. İçinde Y. Kaplan (Ed.), *Enformasyon Devrimi Efsanesi* (ss. 323-343). Kayseri: Rey Yayıncılık.
- Mora, N. (2008). Medya ve Kültürel Kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14.
- Morley, D., & Robins, K. (1997). *Kimlik Mekânları Küresel Medya, Elektronik Ortamlar Ve Kültürel Sınırlar* (1. bs; E. Zeybekoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Netflix. (2024). Geliş tarihi 06 Haziran 2024, gönderen <https://about.netflix.com/tr> website: <https://about.netflix.com/tr>

- Özbaş Anbarlı, Z. (2019). Dijital Kültür. İçinde M. Küçük (Ed.), *Çevrimiçi İletişim ve Yansımaları* (1. bs, ss. 76-90). Ankara: Gece Akademi.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller* (1. bs). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Özdemir, M. (2019). Kültürün Dönüşümü veya Dijitalleşme. İçinde M. Özdemir (Ed.), *Dijital Kültür* (1. bs, ss. 17-49). İstanbul: Arı Sanat Yayınları.
- Özdemir, N., & Akpınar, B. (2022). Kültürel Emperyalizm ve Yeni medya: Türk Toplumunda Kore Kültürü Örneği. *Olgu Sosyoloji Dergisi*, 1(1), 20-26.
- Özel, M. (2019). Kültür Emperyalizmi Bağlamında Türkiye’de Cadılar Bayramı. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(54), 75-92.
- Petras, J. (1994). Cultural Imperialism in Late 20th Century. *Economic and Political Weekly*, 29(32), 2070-2073.
- Proksch, D., Rosin, A. F., Stubner, S., & Pinkwart, A. (2021). The Influence of a Digital Strategy on The Digitalization of New Ventures: The Mediating Effect of Digital Capabilities and a Digital Culture. *Journal of Small Business Management*, 62(1), 1-29. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1883036>
- Ritzer, G. (2011). *Küresel Dünya* (1. bs; M. Pekdemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sabuncuoğlu İnanc, A., Kaya, B. S., & Başoğlu, B. (2022). Kültür Emperyalizmi Bağlamında Black Friday İndirim Dönemi: Hepsiburada ve Trendyol E-Pazaryeri Sitelerinin Reklam Mesajlarının Analizi. İçinde A. İşman, A. Z. Özgür, Y. Adıgüzel, N. Akıncı Çötök, D. Çiftçi, & M. Öztunç (Ed.), *İletişim Çalışmaları 2022* (1. bs, ss. 131-158). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Sarı, Ü., & Türker, H. (2021). Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59-80. <https://doi.org/10.18037/ausbd.902558>
- Sayar, T. E. (2021). Dijital Oyunlar Medya Emperyalizmi İlişkisi Üzerine Eleştirel Bir İnceleme. İçinde M. G. Genel (Ed.), *Medya Emperyalizmi* (1. bs, ss. 123-146). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Schiller, H. (1989). *Culture Inc. The Corporate Take Over of Public Expression*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Schiller, H. (1992). *Mass Communications and American Empire* (2. bs). Amerika: Westview Press.
- Schiller, H. (2018). *Communication And Cultural Domination*. London: Routledge.
- Söğüt, F. (2020). Blu Tv Netflix’e Karşı: İçeriklere Yönelik Bir Karşılaştırma. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 10(4), 408-422.
- Sözüer, A. (2019). İşletmelerin Uluslararasılaşması ve Dijital Dönüşüm. İçinde I. Mendes Pekdemir (Ed.), *İşletmelerin Kaçınılmaz Yolculuğu: Dijital Dönüşüm* (1. bs, ss. 235-258). İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Stevenson, N. (2008). *Medya Kùltürleri, Sosyal Teori ve Kitle İletişimi* (G. Orhon & B. E. Aksoy, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Taylan, H. H., & Arklan, Ü. (2008). Medya ve Kùltür: Kùltürün Medya Aracılığıyla Kùreselleşmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85-97.
- Tomlinson, J. (2020). *Kùltürel Emperyalizm Eleştirel Bir Giriş* (2. bs; E. Zeybekoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Wood, E. M. (2014). *Sermaye İmparatorluğu* (O. Köymen, Çev.). İstanbul: Yordam Kitap.
- Yalçınkaya, A. (2019). Arap Baharı ve Kùltürel Emperyalizm. *Emperyalizm, Hegemonya ve İstihbarat Faaliyetleri*, 175-208. Giresun: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Yarımsakal, G. (2019). Kùreselleşme, Reklamlar ve Kùltürel Emperyalizmin Etkileri. *Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 101-118.
- Yaylagül, L. (2018). Herbert Schiller'in İletişim Kuram Ve Araştırmalarına Katkısı. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakùltesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26(2), 11-23.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11. bs). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yüksel, H. (2021). Medya Emperyalizminin Taşıyıcı Gücü Olarak Televizyon Dizileri "The Walking Dead" Örneği. İçinde M. G. Genel (Ed.), *Medya Emperyalizmi* (1. bs, ss. 147-186). Ankara: Berikan Yayınevi.