

Netflix Orjinal Türk Dizilerinin Dijital Kültür Diplomasisi Bağlamında Uluslararası Öğrenciler Tarafından Alımlanması Üzerine Bir Araştırma*



Muhammed
Ersin TOY¹

¹ Dr,
nehreyn@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4851-5321

Gönderilme / Received
09.02.2025

Kabul Tarihi / Accepted
27.03.2025

Yayın Tarihi / Published
31.03.2025

Öz

Dijital platformlar, günümüzde geleneksel televizyon yayıncılığının oluşturduğu popülaritenin ötesine geçerek, yalnızca bir eğlence aracı olmaktan çıkmış ve küresel ölçekte etkili bir endüstri haline gelmiştir. Uzun yıllar boyunca Hollywood'un egemenliğinde şekillenen bu sektör, dijital platformların yükselişiyle birlikte derin bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşümün en dikkat çekici aktörlerinden biri olan Netflix, aynı zamanda dijital kültür diplomasisinin en güçlü temsilcilerinden biri olarak öne çıkmaktadır.

Bu çalışma, Netflix'in orijinal yapımı olan 23 Türk dizisinin, dijital kültür diplomasisi bağlamında, Türkiye'de Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı bursuyla öğrenim gören 36 uluslararası öğrenci tarafından nasıl alımlandığını incelemektedir. Alımlama analizi kapsamında derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmış; yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır.

Bu çalışmanın bulguları, katılımcıların büyük bir kısmının Netflix'in Türk dizi içeriklerinde Türk kültürünü ve Türk imajını yeterince doğru bir şekilde yansıtmadığı yönünde bir algıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. İçeriklerde yerel unsurlar bulunsun da, bu unsurların çoğunlukla küresel bir anlatının Türkçe versiyonu olarak değerlendirildiği ifade edilmiştir. Katılımcılar, milli ve manevi değerlerin ya çarpıtılarak aktarıldığını ya da yalnızca yüzeysel biçimde, dekoratif bir popüler kültür öğesi olarak kullanıldığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda, Netflix'in sunduğu Türk toplumuna dair imajın çoğunlukla olumsuz bir anlatı içerdiğine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca, Netflix'in Türkiye'yi turizm destinasyonu olarak etkileyici biçimde tanıttığı kabul edilmekle birlikte, toplumsal ve sosyolojik bağlamda olumsuz bir dijital kültürel anlatı sunduğu vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Kültür Diplomasisi, Uluslararası Öğrenciler, Netflix, Netflix Türkiye, Dijital Platformlar, Soft Power.

* 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.

*** Bu makale "Netflix'teki Türk Dizilerinin Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyraklı Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

This article is derived from his doctoral dissertation titled "A Research on the Effects of Turkish TV Series on Netflix on Foreign University Students Studying in Turkey".

**** 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: Toy, M. E. (2025). Netflix Orjinal Türk Dizilerinin Uluslararası Öğrenciler Tarafından Alımlanması Üzerine bir Araştırma. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 5(1), 189-214. doi: 10.59534/jcss.1636430



Research on the Reception of Netflix Original Turkish Series by International Students A Research on the Reception of Netflix Original Turkish Series by International Students



Muhammed
Ersin TOY¹

¹ Dr,
nehreyn@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4851-5321

Gönderilme / Received

09.02.2025

Kabul Tarihi / Accepted

27.03.2025

Yayın Tarihi / Published

31.03.2025

Abstract

Digital platforms have surpassed traditional television broadcasting, evolving beyond mere entertainment tools to become a globally influential industry. Once dominated by Hollywood, this sector has undergone a profound transformation with the rise of digital platforms. Among the leading actors in this transformation, Netflix stands out as one of the most effective representatives of digital cultural diplomacy.

This study examines how 23 original Turkish series produced by Netflix are perceived in the context of digital cultural diplomacy by 36 international students studying in Turkey with scholarships from the Presidency for Turks Abroad and Related Communities (YTB). The study employs in-depth interview methods within the framework of reception analysis, utilizing a semi-structured interview technique to gather data.

The findings of this study indicate that a significant portion of the participants believe that Netflix's Turkish series do not accurately reflect Turkish culture and national identity. Although local elements are present in the content, they are often perceived as a localized version of a global narrative rather than a genuine representation of Turkish culture. Participants expressed concerns that national and spiritual values are either distorted or merely included as superficial, decorative elements of popular culture. Moreover, they highlighted that the image of Turkish society portrayed by Netflix carries a predominantly negative narrative.

Keywords: Digital Cultural Diplomacy, International Students, Netflix, Netflix Turkey, Digital Platforms, Soft Power.

Giriş

Bu çalışma, “Netflix Orjinal Türk Dizilerinin Uluslararası Öğrenciler Tarafından Alınlanması Üzerine bir Araştırma” başlığı altında, dijital kültür diplomasisi kavramını merkeze alarak, dijital TV platformlarının uluslararası alanda ülkelerin imajını kültürel unsurlar aracılığıyla nasıl inşa ettiğini incelemektedir. Özellikle kültürel aktarımda önemli bir araç olarak değerlendirilen diziler, hem kültürel hem de yaratıcı endüstri ürünleri arasında kritik bir yere sahiptir. Türk yapımı diziler, ihraç edildikleri ülkelerde Türk kültürüne, yaşam tarzına ve tüketim alışkanlıklarına yönelik bir cazibe ve ilgi uyandırmaktadır. Bu bağlamda, Netflix gibi küresel dijital platformlarda yayınlanan orijinal Türk yapımı dizilerin, Türkiye’nin kültürel kimliğini ve unsurlarını ne ölçüde ve nasıl yansıttığı, bu dizilerin izleyici kitleleri üzerinde nasıl bir etki yarattığı bu araştırmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Araştırma, kültürel diplomasi perspektifinden hareketle, bu dizilerin uluslararası alanda Türkiye imajına nasıl katkıda bulunduğunu ve Türkiye’de öğrenim gören yabancı öğrenciler üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde ele almaktadır.

Netflix, 2016 yılından itibaren 190’dan fazla ülkede içeriklerini izleyicilere sunan küresel bir medya devi olarak tanınmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri merkezli olan bu şirket, Amerika dışındaki ülkelerde de Netflix Original yapımlarıyla yerel içerikler üretmekte ve bu içerikleri küresel çapta pazarlamaktadır. Netflix’in ürettiği yerel içerikler, bulundukları bölgenin dilsel ve kültürel özelliklerini barındırır da, aslında evrensel bir “Netflix” estetiğine sahiptir. Bu içerikler, üretildikleri bölgelerin kültürel ve dilsel kodlarını kullanırken aynı zamanda “endüstrileşmiş ideolojik tüketim nesneleri” olarak kültür endüstrisine hizmet etmektedir. Bu yapımlar, tekdüze gerçeklik kalıplarının tekrarı niteliğinde olup, temelde Netflix’in küresel anlam ve örüntülerini vurgular . (Toy, 2024, s. 12)

Yerel içerik denildiğinde genellikle bir ülkenin yerel televizyon veya sinemasının yayınladığı dizi ya da filmler akla gelir. Ancak Netflix, yerel olarak ürettiği bir içeriği küresel çapta dağıtarak ve pazarlayarak bu anlayışı değiştirmiştir. Netflix, yerel dil ve kültürel öğeleri küresel pazarda bir pazarlama aracı olarak kullanmakta ve bu unsurları, küresel ölçekte izleyiciyi çekmek ve yerel pazarlarda kalıcı olmak için bir strateji olarak görmektedir. Lotz (2020, s.11), bu durumu şu şekilde ifade etmektedir: Netflix’in içerik üretiminde, yerel kültürlerin yalnızca belirleyici değil, aynı zamanda bu içeriklerin farklı pazarlarda ticari başarı sağlamasında da önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, “Bir Başkadır” (2020), “Fatma” (2021), “Terzi” (2023) ve “Kübra” (2024) gibi diziler, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgelerinde, yerel ve kültürel özellikleri ön planda olduğu için yayına alınmıştır. Bu tür yerel ve kültürel öğeleri barındıran içerikler, kültürel yakınlık bulunan ülkelerdeki Netflix platformlarında sergilenmekte ve bu içeriklerin hangi bölgelerde gösterileceğine dair kararlar Netflix tarafından verilmektedir. Bu durum, Netflix’in küresel çapta kültürel ürünlerin dolaşımını kontrol eden bir “eşik bekçisi” olarak hareket ettiğini göstermektedir. Böylece, içeriklerin platformun belirlediği sınırlar içinde dolaşması sağlanmakta ve bu sınırlar, içeriklerin hangi pazarlarda sunulacağını ve hangi kitlelere ulaşacağını belirlemektedir.

Netflix kendisini şu şekilde tanımlamaktadır: “Netflix, 190’dan fazla ülkede

300 milyon kullanıcıya farklı türlerde ve dillerde dizi, film, oyun ve çok daha fazlasını sunan dünyanın lider eğlence platformudur. Üyelerimiz, sunduğumuz sonsuz seçenek arasında arzu ettiklerini istedikleri zaman, istedikleri yerde, istedikleri kadar izlemenin, duraklatıp kaldıkları yerden devam etmenin keyfini çıkarır; gönüllerince oyun oynayabilir ve üyelik planlarını diledikleri zaman değiştirebilir”. (Toy,2024, s.13)

Netflix, 2016 yılında Türkiye pazarına giriş yapmış; ancak özgün içerik üretimine 2018 yılı itibarıyla başlamıştır. Bu tarihten itibaren Türkiye’de 24 dizi ve 23 filmin yapımcılığını üstlenerek, ülkeye verdiği stratejik önemi açıkça ortaya koymuştur. Son yıllarda Türkiye, “Türkiye Yüzyılı” vizyonu çerçevesinde, özellikle Orta Doğu ve Asya coğrafyasında en popüler ülkelerden biri haline gelmiştir. Bu bölgelerdeki izleyiciler, Türkiye’yi dizi ve filmler aracılığıyla yakından takip etmekte ve bu içeriklere yoğun ilgi göstermektedir. Netflix, bu algı ve popülerliği avantaja çevirerek, Türk dizilerini ve içeriklerini, Türkiye markasını ve imajını kullanarak bu pazarlarda yaygınlaştırmakta ve bu yolla önemli bir ekonomik kazanç elde etmektedir. Türkiye’nin kültürel kimliğini uluslararası izleyiciye adeta bir “meta” olarak sunan Netflix, içerik üretim sürecinde hedef ülke ve izleyici kitlesini dikkate alarak kapsamlı bir planlama yapmaktadır. Senaryo aşamasından mekân seçimine, sinematografiden oyuncu tercihlerine kadar birçok unsur, içeriğin pazarlanacağı coğrafyaya göre şekillendirilmektedir.

Netflix Türkiye, farklı ülkelerle ortak projeler geliştirerek kültürlerarası etkileşimi artırmayı hedeflemektedir. Örneğin, Almanya ile ortaklaşa çekilen “She Said Yes” filmi, büyük ölçüde Türkiye’de çekilmiş ve Türk ekiplerle hayata geçirilmiştir. Hamburg’dan İstanbul’a uzanan bu hikâye, hem Almanya’daki Türk izleyicilere hem de Türkiye’deki izleyicilere hitap etmektedir. Bu tür projelerle Netflix, kültürel farklılıkların bir arada nasıl yaşayabileceğini ve bu farklılıkların nasıl güçlendirici bir unsur olarak kullanılabileceğini vurgulayan toplumsal mesajlar vererek izleyici kitlesini etkilemeyi amaçlamaktadır.

Netflix’in bu stratejisi, yalnızca Türkiye’nin değil, aynı zamanda Türkiye üzerinden tüm Orta Doğu ve Asya pazarlarının potansiyelini değerlendirmeye yöneliktir. Türkiye’nin kültürel zenginlikleri, tarihi ve modern yaşantısı, Netflix’in uluslararası izleyici kitlesi için büyük bir çekim noktası oluşturmaktadır. Netflix’in birçok içeriğinde yabancı uyruklu Türk vatandaşları ve farklı din mensupları yer almakta, bu sayede küresel piyasada dikkat çekici hikâyeler oluşturulmaya çalışılmaktadır. Örneğin, “Terzi” dizisinde Rum karakterler yer alırken, “Kulüp”, “Pera Palas’ta Gece Yarısı”, “Biz Kimden Kaçıyorduk Anne”, “Zeytin Ağacı” ve “Şahmaran” dizilerinde çeşitli etnik gruplardan Türk vatandaşlarının başrolleri üstlendiği görülmektedir. Bu tür yapımlar, Türkiye’nin uluslararası alandaki kültürel diplomasisine de katkıda bulunmakta ve Türk kültürünün küresel bir izleyici kitlesine ulaşmasını sağlamaktadır.

Gökler ve Burç (2021,s.105), Netflix’in içerik üretiminde ve dağıtımında izlediği stratejilerin, küresel ölçekte etkili bir “algı yönetimi” aracı olarak işlev gördüğünü ifade etmektedir. Netflix, ürettiği yapımlar aracılığıyla belirli mesajları

izleyicilerin bilinçaltına işleyerek veya doğrudan empoze ederek sunmaktadır. Bu doğrultuda, Netflix sadece bir eğlence platformu olmanın ötesine geçmekte, ülkelerin ve toplumların uluslararası arenadaki imajlarını şekillendirmede aktif bir rol oynamaktadır.

Netflix, ülkelerin kendine özgü yayınlarını küresel izleyici kitlesine sunarak, bu yayınlar aracılığıyla belirli algılar oluşturmakta ve izleyicilerin bakış açılarını değiştirmektedir. Dizi ve filmler, ülkelerin siyasi, sosyal veya kültürel mücadelelerini haklı ve meşru bir çerçevede sunarken, aynı zamanda bu ülkelerin estetik, tarihi ve turistik değerlerini öne çıkararak izleyicilerde merak ve seyahat arzusu uyandırmaktadır. Bu süreçte, ülkeler kendi markalaşma stratejilerini Netflix gibi küresel platformlar üzerinden yürütmekte ve uluslararası arenada konumlarını güçlendirmektedir. Ayrıca, Netflix, uluslararası ilişkilerde rekabet içinde olunan diğer ülkeleri olumsuz bir perspektifle sunarak izleyicilerin düşüncelerini ve algılarını etkilemekte ve bu yolla örtük bir “yumuşak güç” stratejisi uygulamaktadır.

Netflix’in, ülkeler, toplumlar ve sosyal ya da siyasi rol üstlenen kişi ve kurumlar üzerinde “algı yönetimi” oluşturabilecek derecede güçlü ve etkili bir platform olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, özellikle “Z kuşağı” olarak adlandırılan genç nesil için özel olarak üretilen içerikler, bu neslin sosyal sermayesini, gündelik ilişkilerini ve gerçeklik algısını yeniden şekillendirme amacı taşımaktadır. Netflix, genç izleyicilerin beğenilerine ve değerlerine hitap eden orijinal içerikler üreterek onların dünya görüşlerini ve davranışlarını yönlendirmekte; dolayısıyla, küresel kültürün ve ideolojilerin genç nesiller üzerindeki etkisini artırmaktadır.

Bu strateji, Netflix’in küresel içerik politikalarının ne kadar güçlü ve yaygın bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle Türkiye gibi kültürel açıdan zengin bir ülkede, Netflix’in yerel içerikleri küresel bir dilde sunarak hem yerel hem de uluslararası izleyicilere hitap etme çabası, dijital platformların gelecekteki kültürel etkilerini ve bu etkilerin toplumsal dinamikler üzerindeki yansımalarını anlamak açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Netflix’in tarihsel sürecine baktığımızda, telekomünikasyon, iletişim ve internet arasındaki yakınsamanın bir sonucu olarak dijital platformların tüm sektörleri dönüştürdüğü ve geliştirdiği görülmektedir. İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte, kitle iletişim araçlarının sayısallaşma süreci başlamış ve bu süreçten en çok etkilenen araç, geleneksel yayıncılığın amiral gemisi olan televizyon olmuştur. Televizyon yayıncılığının internete taşınması, yayıncılık ve izleme alışkanlıklarında büyük değişikliklere yol açmıştır. İnternet teknolojisinin büyük rol oynadığı bu değişim sürecinde, dijital platformların ortaya çıkışı, geleneksel yayıncılığın zayıflamasında önemli bir etken olmuştur. Günümüzde mobil cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte televizyon, yeni bir anlayışın ve dönüşümün merkezi haline gelmiştir.

İnternetin sunduğu imkânlar ve olanaklarla birlikte yeni bir izleyici kültürü oluşmuştur. Bu kitle, dijital platformları kullanarak internetin eriştiği her yerde, mobil cihazlar aracılığıyla istedikleri içerikleri tüketme imkânına sahip olmuştur. Yeni yayıncılık pratikleri sayesinde kullanıcılar, çift yönlü ve etkileşimli bir izleme

olanağına kavuşmuşlardır. Geleneksel televizyon izleme pratiği, artık araçsal bir tüketim ilişkisine dönüşmüştür. Günümüz izleyicisi, ne seyredeceğini bilerek ekran başına oturmakta ve bu nedenle televizyon izleme süreci araçsal bir tüketim ilişkisi şeklini almaktadır. Geleneksel televizyon yayıncılığında seyirciler mevcut içeriklere maruz kalırken, dijital platformların kullanıcıları, içerikleri kendileri seçerek ve talep ederek izleme imkânı bulmaktadır. Dijitalleşme sayesinde izleyiciler, izlemek istedikleri içeriği kolayca seçme ve dönüştürme yetisine sahip olmuştur.

Dünya genelinde ve Türkiye’de izleme alışkanlıkları, yeni bir izleyici kültürünün varlığını ortaya koymaktadır. Dijital teknolojinin ilerlemesi ve medyanın dönüşümü, izleyici kavramını yeniden tanımlamış ve bu süreç, IPTV (Internet Protocol Television) gibi yeni yayıncılık biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. İnternet protokolü üzerinden iletilen bu yayın türü, kişiselleştirilmiş ve bireye özel bir format sunarak, daha önce pasif bir rol üstlenen tüketiciyi içeriğin aktif bir bileşeni haline getirmiştir. Dijital dönüşümün bir başka önemli sonucu ise OTT (Over the Top) hizmetlerinin hayatımıza girmesidir. “Her zaman, her yerde ve her cihazda” ifadesiyle tüketicilere hitap eden bu sistem, herhangi bir operatöre ihtiyaç duymadan içeriklere doğrudan erişim imkânı sunmaktadır. IPTV ve Web TV gibi yayın teknolojilerini geniş bir kitleye ulaştıran OTT, Netflix gibi platformların yükselişine zemin hazırlamıştır.

OTT servis sağlayıcıları, PAY TV operatörlerine bağımlı olmaksızın internet üzerinden kullanıcıların içeriklere doğrudan ulaşmasını sağlamaktadır. “İçerik kraldır” prensibini benimseyen OTT, kullanıcılara yüksek kaliteli içerikler sunma olanağı tanımaktadır. Ayrıca, OTT sayesinde kullanıcılar, internet bağlantısına ihtiyaç duymadan mobil ve tablet cihazlarında içerik izleme imkânına erişmektedir. OTT servis sağlayıcıları, hizmetlerini geliştirirken içerik kalitesi, kullanıcı deneyiminin iyiliği ve dağıtım maliyetinin düşük olması gibi unsurlara öncelik vermektedir. Bu durum, kullanıcı taleplerini karşılamak, onlara en iyi deneyimi sunmak ve maliyetleri kontrol etmek açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, veri toplama tekniklerinden yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmış ve Netflix’in orijinal Türk dizilerini izleyen yabancı uyruklu üniversite öğrencilerine çeşitli sorular yöneltilmiştir. Her bir görüşme yaklaşık 120 ila 150 dakika sürmüş ve elde edilen veriler etnografik bir yaklaşımla analiz edilmiştir. Çalışmanın evrenini, Netflix’in genel yapısı ve özellikle Türkiye’de üretilen orijinal Türk dizileri oluşturmaktadır. Dünya genelinde 300 milyon abonesiyle en yaygın kullanılan dijital televizyon platformu olan Netflix, bu nedenle araştırma için tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini, 2018-2024 yılları arasında Netflix platformunda yayınlanan tüm Türk dizileri oluşturmaktadır. Görüşme yapılan öğrenciler arasında bu dizilerin tamamını izlemiş olanlar olduğu gibi, yalnızca bazılarını izlemiş olanlar da bulunmaktadır. Genel olarak, öğrencilerin büyük çoğunluğunun 23 diziden en az 8’inin tüm bölümlerini izlediği tespit edilmiştir.

Araştırmanın saha evrenini, Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı’nın burs verdiği 15 bini aşkın öğrenci grubu oluşturmaktadır. Bu geniş evrenden, amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak, farklı sınıf ve çeşitli uyruklardan 36 öğrenci örneklem olarak seçilmiştir. Bu öğrenciler, Netflix aboneliğine sahip ve

Türkiye’ye gelmeden önce Türkiye’ye yönelik bir ilgi geliştirmiş bireyler arasından tercih edilmiştir.

Toplam 36 katılımcıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, dizileri izleyen bireyler 19 ile 35 yaş aralığında olup, maksimum çeşitliliği sağlamak amacıyla seçilmiştir. Maksimum çeşitlilik stratejisi, nispeten küçük bir örneklem kullanarak, araştırılan probleme dair bireylerin geniş bir yelpazede farklılıklarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu yöntemin amacı, genelleme yapmak değil, farklı durumlar arasında ortak ya da paylaşılan olguların varlığını tespit etmek ve bu çeşitlilik üzerinden problemin çeşitli boyutlarını belirlemektir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.119). Bu sayede, farklı izleyici gruplarının diziyi alımlama düzeylerinde herhangi bir değişim veya dönüşüm olup olmadığı analiz edilmiştir.

Etnografik yaklaşım, tarihsel ve toplumsal koşulların bireysel deneyimlerle birlikte ele alınmasına imkân tanımaktadır. Bu yaklaşımla gerçekleştirilen alımlama çalışmalarında, ikili karşıtlıklar yerine etnografik verilerin de bir “metin” olarak değerlendirildiği bir inceleme yöntemi benimsenmiştir. Dolayısıyla, medya metinlerinin oluşturduğu özne konumlarına odaklanmak yerine, gerçek izleyicilerin ifadeleri birer “metin” olarak analiz edilmiştir.

Çalışmanın temel varsayımları şu şekilde sıralanabilir: Netflix, kültür endüstrisinin küresel ölçekte yayılımında etkili bir araç olarak, Amerikan yaşam tarzını ve Batı medeniyetinin kültürel değerlerini yaygınlaştırmayı hedeflemektedir. Bunun yanı sıra, platform, dijital bir diplomasi aracı olarak işlev görmek; ideolojik ve siyasi görüşleri kitlelere aktarmak, bu görüşleri meşrulaştırmak ve izleyicileri bu düşünceleri benimsemeye ikna etmek amacıyla bir soft power (yumuşak güç) mekanizması olarak kullanılmaktadır. Ticari bir yapıya sahip olmasına rağmen Netflix’in amacı yalnızca kâr elde etmekle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda dünya halklarının ve ülkelerinin marka değerlerini ve imajlarını şekillendirmeyi de hedeflemektedir.

Bu bağlamda, yabancı uyruklu öğrencilerin izledikleri Netflix yapımı Türk dizilerinin, içeriklerinde Türk kültürünü ve yaşam pratiğini tam anlamıyla yansıtmadığı öne sürülmektedir. Netflix’in yapımcılığını üstlendiği Türk dizileri, küresel normlara uygun içerikleri Türk kültürüne aitmiş gibi sunmakta ve bu yapımlarda Türk kültürüne özgü unsurların yalnızca sınırlı bir yer bulduğu ifade edilmektedir. Bu diziler, Türk kültürel öğelerini küresel bir anlatı diliyle ele almakta ve izleyicilere küreyerel (küresel ve yerel unsurların harmanlanması) bir yaklaşımla sunmaktadır. Sonuç olarak, Türk kültürüne ait özgün unsurlar, küresel normlara entegre edilmiş ve yerel özellikler büyük ölçüde küresel beklentilere uyum sağlayacak şekilde dönüştürülmüştür.

1. Uluslararası Öğrenciler ve Netflix’in Türk Orjinal İçerikleri

Bu çalışma, Netflix’in Türkiye pazarındaki stratejik hamlelerinin uluslararası öğrenciler/izleyiciler üzerindeki etkilerini ve bu stratejilerin toplumsal yansımalarını derinlemesine incelemektedir. Araştırmanın temel amacı, Netflix’in dijital kültür üzerindeki etkilerini ve platformun yerel ile küresel dinamiklere nasıl uyum sağladığını anlamaktır. Aynı zamanda bu stratejilerin izleyici davranışlarına olan

yansımalarını analiz etmek de çalışmanın odak noktalarından biridir. Araştırma, özellikle Netflix'in Türkiye'ye özgü olarak uyguladığı stratejilerin kültürel temsiller üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, çalışma, dijital platformların toplumsal yapılar ve kültürel kimlikler üzerindeki dönüştürücü etkilerine dair önemli bulgular sunmayı hedeflemektedir.

Tablo 1: Netflix Originals Türk Filmleri

1: Kül	2024
2: Hazine	2022
3: Do Not Disturb	2023
4: Bana Karanlığımı Anlat	2022
5: Müstakbel Damat	2022
6: İyi Adamın 10 Günü	2023
7: Kim Bu Aile?	2022
8: Sofra Sırları	2017
9: Sen Yaşamaya Bak	2022
11: Sen, Ben, Lenin	2021
11: Aykut Enişte	2019
12: Azizler	2021
13: Kağıttan Hayatlar	2021
14: Nuh Tepesi	2020
15: Kin	2021
16: Sen Hiç Ateş Böceği Gördün mü?	2021
17: Aaahh Belinda	2023
18: Tamirhane	2022
19: İllegal Hayatlar	2023
20: Sarmaşık	2015
21: Cici	2022
22: Tam Bir Centilmen	2024

Netflix'in Türkiye pazarına girişi, yerel izleyici alışkanlıklarını ve dijital içerik tüketimini önemli ölçüde etkilemiştir. Yerel platformlarla yapılan iş birlikleri ve altyazılı içerik sunumu, Netflix'in Türkiye'deki kullanıcı tabanını genişletme ve yerel pazara uyum sağlama çabasının bir göstergesidir. Ayrıca, Netflix'in küresel içeriklerini Türkiye'de sunma konusundaki tartışmalar, platformun uluslararası yayın hakları ve yerel düzenlemelerle nasıl başa çıktığını göstermektedir.

Netflix'in Türkiye pazarında başarılı olmasının arkasında, yerel kültüre uyum sağlama çabaları ve kullanıcı deneyimini artırma stratejileri bulunmaktadır. Platform, kullanıcıların izleme alışkanlıklarını analiz ederek, izleyicilerin ilgisini çekecek içerikler üretmeye devam etmektedir. Bu yaklaşım, Netflix'in küresel pazardaki rekabet gücünü artırmakta ve kullanıcı memnuniyetini sağlamaktadır. Netflix'in, yerel ve küresel stratejilerini başarılı bir şekilde entegre etmesi, platformun dünya çapındaki popüleritesini korumasına yardımcı olmaktadır.

Tablo 2: Netflix Originals Türk Dizileri

1: Atiye	2019-2021
2: Şahmaran	2023
3: Fatma	2021
4: Bir Başkadır	2022
5: Yakamoz S245	2023
6: Kulüp	2021
7: Hakan: Muhafız	2018-2020
8: Kuş Uçuşu	2022
9: Sıcak Kafa	2022
10: Andropoz	2022
11: Zeytin Ağacı	2022
12: Erşan Kurneri	2021
13: Biz Kimden Kaçıyorduk Anne	2023
14: Pera Palas'ta Gece Yarısı	2022
15: Uysallar	2022
16: Aşk 101	2020-2021
17: Rise of Empires: Ottoman	2020
18: 50M2	2021
19: Terzi	2023
20: Kübra	2014
21: Kuvvetli Bir Alkış	2024
22: Kimler Geldi Kimler Geçti	2024
23: Mezarlık	2022

2. Netflix'in Türkiye'deki Yerelleşme Stratejileri: Küresel Temalar ve Yerel Kültürel Üretim Üzerine Bir İnceleme

Netflix'in Türkiye'de ürettiği yapımları değerlendirirken, platformun karakteristik özellikleri ve tematik yaklaşımları çerçevesinde bir analiz yapmak önemlidir. Netflix orijinal içerikleri, platformu diğerlerinden ayıran belirgin özelliklere sahiptir. Bu içerikler, gişe rekorları kıran Hollywood filmlerine kıyasla daha makul bütçelerle üretilmekte olup, genellikle evrensel temalar ve hikâye anlatımları içermektedir. Aynı zamanda, platformun dezavantajlı gruplara, özellikle LGBTQ+ bireyler ve etnik azınlıklar gibi kesimlere pozitif ayrımcılık yaptığı gözlemlenmektedir. Bu içeriklerde, karakterlerin yaşadığı olaylar genellikle siyasi ve politik uzantılar taşımakta olup, bu uzantılar aracılığıyla sistem eleştirileri yapılmakta; ancak, temelde egemen anlatıları destekleyen bir yapı sürdürülmektedir. Sonuç olarak, bu içerikler mevcut sistemi sorgulamak yerine, sistemin sınırları içinde alternatif bakış açıları sunmayı tercih etmektedir. Bu durum, Netflix'in geniş kitlelere hitap eden ve kültürü şekillendiren bir platform olarak konumunu daha da pekiştirmektedir (Yaman, 2023, s. 71).

Netflix tarafından sunulan lisanslı ve orijinal Türk yapımlarının en çok izlendiği 20 ülke arasında Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya, Arjantin, Brezilya, Birleşik Krallık, Hindistan, Fransa, İtalya, İspanya, Kolombiya, Kanada, Polonya, Meksika, Şili ve Suudi Arabistan gibi ülkeler bulunmaktadır (Bamboo, 2020). Netflix, Türkiye'ye yönelik yapımlarında yerel kültürü yansıtmayı ve Türkiye'nin zengin tarihini ve kültürel mirasını ön plana çıkarmayı stratejik bir hedef olarak benimsemiştir. İlk Türk orijinal yapımı olan "Hakan: Muhafız"ın ardından, "Atiye" (The Gift) gibi yapımlarla Türkiye'nin kültürel ve tarihi zenginlikleri uluslararası izleyici kitlesine tanıtılmıştır. "Atiye" dizisi, Göbeklitepe ve Anadolu'nun mistik unsurlarını merkezine alarak geniş bir izleyici kitlesine ulaşmıştır.

2022 yılında, Netflix Türkiye, "Aşk 101" (Love 101) ve "Bir Başkadır" (Ethos) gibi yapımlarla genç neslin ve farklı sosyal katmanların hikayelerini izleyiciyle buluşturmuştur. "Aşk 101", 1990'lar Türkiye'sinde geçen bir gençlik hikayesiyle nostaljik bir atmosfer yaratırken, "Bir Başkadır" farklı sosyoekonomik ve kültürel geçmişlerden gelen karakterlerin İstanbul'da kesişen hayatlarını anlatmış ve geniş yankı uyandırmıştır. Bunun yanı sıra, Netflix Türkiye, komedi ve dram türlerinde de dikkat çekici yapımlar üretmiştir. "50m2" adlı kara komedi dizisi ve "Kulüp" (The Club) adlı dönem dizisi, izleyiciler tarafından beğeniyle karşılanmıştır.

Netflix'in Türkiye stratejisi, ürettiği 23 dizi üzerinden değerlendirildiğinde, belirli kritik noktalar öne çıkmaktadır. Netflix'in Türkiye'den ve Türk halkından kabul görmeyi hedeflediği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, platform, içeriklerini ve temalarını, toplumsal bilinçaltında yer eden meseleler üzerinden şekillendirmektedir. Örneğin, "Atiye" dizisi, Göbeklitepe'yi merkezine alarak oluşturulmuş bir yapım olup, 2019 yılında turizmde "Göbeklitepe Yılı" ilan edilmesiyle birlikte yayınlanmıştır. Bu dizi, yalnızca Göbeklitepe ile sınırlı kalmayarak Mardin, Şanlıurfa ve İstanbul'un tarihi ve kültürel mekânlarını seyirciyle buluşturarak Türkiye'nin tanıtımına katkıda bulunmuştur. Netflix'in sunduğu diğer yapımlar da, "Bir Başkadır," "Fatma," "Aşk 101," "Kübra," "Andropoz" ve "Kimler Geldi Kimler Geçti," "50m2" gibi, toplumsal hayata doğrudan temas eden içeriklerdir.

Bu diziler, Türkiye'nin gündelik yaşamına ve kültürel meselelerine değinerek "yerel bir ses" olma iddiası taşımakta; ancak esas itibarıyla dikkat çekici unsurları ön plana çıkarmayı amaçlamaktadır. Örneğin, Pera Palas'ta Gece Yarısı dizisi, Türkiye'nin tarihini ve önemli kültürel figürlerini odağına alarak hem Türk izleyicisini hem de Türkiye'ye ilgi duyan küresel izleyiciyi cezbetmeyi hedeflemektedir. Charles King'in Midnight at the Pera Palace adlı eserinden uyarlanan bu dizi, Batı dünyasının popüler yapımlarından Doctor Who'nun zaman yolculuğu temasını Türk tarihine adapte ederek, izleyiciyi Batı perspektifinden şekillendirilmiş bir tarih anlatısını kabullenmeye teşvik etmektedir. Bu tür yapımlar, tarihsel olayları ve figürleri Batı merkezli bir bakış açısıyla ele alarak izleyiciye belirli bir ideolojik çerçeve sunmakta ve bu çerçeveyi izleyiciye dayatmaktadır.

Bu noktada, filmlerin ve dizilerin içerik ve temaları üzerinden yapılan değerlendirmeler, Netflix'in küresel stratejisinin yerel kültürel normlara ne denli uyum sağladığı ya da bu normları nasıl şekillendirdiği tartışmasına katkı

sağlamaktadır. Netflix'in Türkiye'deki üretimleri, yerel dinamiklere hitap ederken aynı zamanda uluslararası bir izleyici kitlesine ulaşmayı amaçlayan bir içerik stratejisinin parçası olarak değerlendirilebilir. Ancak bu strateji, zaman zaman kültürel değerlerin yozlaşması ve Batılı bakış açısının hakimiyeti gibi eleştirileri de beraberinde getirmektedir.

Sonuç olarak, Netflix, yalnızca bir eğlence ve yaratıcı kültür ürünü sunan bir platform olmanın ötesinde, ideoloji ve sistemlerin meşrulaştırılmasında da etkin bir rol oynamaktadır. Neoliberal ve tüketim kültürü ideolojisini yansıtan içerikler üreten Netflix, Türkiye'de de benzer bir politika izlemektedir. Her ne kadar özgürlük ve çeşitliliği ön plana çıkaran bir anlayış sergilese de, gerçekte postmodernitenin kültürel etkisiyle yoğrulmuş bir zeminde, neoliberalizmin yalnızca sınırlı ürünlerini değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, ifade tarzlarını ve geniş bir kültürel pratikler seçkisini, tüketici tercih özgürlüğünü vurgulayan stratejik bir yaklaşımla desteklediği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, Netflix, kapitalist sınıfın çıkarlarını savunmakta ve bu çıkarları geliştirmektedir; çünkü platform, yalnızca içerik değil, aynı zamanda bir yaşam kültürü de pazarlamaktadır. Netflix, neoliberal stratejiler doğrultusunda yapımlar üretmekte ve bu üretimini bireysel özgürlük, farklılaşmış tüketicilik ve niş tüketici tercihlerini beslemeye yönelik, daha incelikli ve stratejik bir sistemle sürdürmektedir (Maden, 2020, s.60).

Netflix'in bu stratejik hamleleri, Türkiye'deki dijital içerik tüketim alışkanlıklarını da önemli ölçüde etkilemiştir. Yerel yapımların platforma dahil edilmesi, Türkiye'deki kullanıcı tabanını genişletmeye yönelik bir girişimdir. Ayrıca, bu yapımların uluslararası alanda izlenmesi, Türk kültürünün ve sanatının dünya genelinde tanınmasına katkıda bulunmaktadır. Netflix'in bu yerelleştirme politikası, Türk yapımcılarına ve senaristlerine küresel bir platformda kendilerini ifade etme fırsatı sunmakta ve bu da Türk yapımlarının uluslararası arenada daha görünür hale gelmesini sağlamaktadır.

3. Araştırma Süreci ve Yöntem

Bu araştırma kapsamında, çeşitli etnik, ekonomik, sosyal ve kültürel sermayelere sahip 36 katılımcı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan tüm görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiş olup, ihtiyaç duyulduğunda ses ve video kayıtları alınmıştır. Görüşmelere başlamadan önce, katılımcılara bilgilendirme metni okunmuş, ses ve görüntü kaydı yapılacağı belirtilmiş ve araştırmaya katılım onamları alınmıştır. Görüşmeler ve veri toplama 1 Haziran 2024 ve 1 Eylül 2024 arasında gerçekleştirilmiştir.

Katılımcılar, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) tarafından burs verilen ve farklı etnisitelere sahip 19-35 yaş aralığındaki 36 öğrenciden oluşmaktadır. Bu öğrenciler, amaçlı örneklem yöntemiyle maksimum çeşitlilik örnekleme türüne göre seçilmiştir. Netflix aboneliği bulunan ve Türkiye'ye gelmeden önce de Netflix'ten Türk içeriği izleyen öğrenciler arasından seçilmişlerdir. Araştırmanın evreni ve örnekleminin Yurt Dışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı'ndan seçilme nedeni, bu başkanlığın öğrenci seçme sürecindeki kültürel ve tarihi meraklarına dayanmaktadır. YTB, Türk kültürüne

ilgi duyan ve Türkiye ile ilgilenen öğrencilere burs vermektedir. Bu öğrenciler, burs sonrası Türkçe ve Türk kültürünü öğrenmektedirler. Dolayısıyla, Türkiye ve Türk kültürüne ilgi ve merak duyan öğrenciler, araştırmanın sağlıklı ve verimli sonuçlanabilmesi için önemli bir kriteri yerine getirmektedir.

Çalışmada maksimum çeşitlilik örnekleme sisteminin uygulanmasındaki ana amaç, göreceli olarak küçük bir örneklem oluşturup bu örnekleme yer alan profillerin dağılımını ve niteliğini maksimum düzeyde yansıtmaktır. Bu nedenle, genellemelere başvurmak yerine, çeşitliliği açığa çıkaran durumlar arasındaki ortaklıkların, benzerliklerin veya farklılıkların tespit edilmesine çalışılmıştır. Örneklem seçiminde yaş, cinsiyet, uyruk ve eğitim gibi kriterlerin önemli olduğuna karar verilmiş; 1989-2005 yılları arasında doğan, 19-35 yaş arası 20 kadın ve 16 erkek olmak üzere toplam 36 görüşmeci seçilmiştir. Olabildiğince çeşitli ve farklı niteliklerin görüşlerini almaya çalışan bu çalışmada, 19 farklı ülkeden seçilen öğrencilerin eğitim durumu da çeşitlendirilmiştir. Öğrencilerin 20'si yüksek lisans öğrencisi, 8'i doktora öğrencisi ve 8'i lisans öğrencisidir.

Nitel veri toplamak için kullanılan görüşme yöntemi, disiplinler arası farklılıklar nedeniyle çeşitli yaklaşımlarla entegre edilebilmektedir. Derinlemesine görüşmeler, katılımcıların cevaplandırması istenen açık uçlu sorularla yapılandırılmıştır. Bu teknik, genellikle keşif odaklı bir yaklaşımı benimsemekte olup, katılımcıların kendi görüşlerini ifade etmesine olanak tanır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, anahtar soruların önceden planlanmasıyla birlikte, görüşme esnasında yeni soruların eklenmesine ve daha fazla veri elde edilmesine imkân tanır. Görüşme süreci boyunca katılımcıya aktif olarak dinlendiği ve görüşlerinin dikkate alındığı izleniminin verilmesi önemlidir. Elde edilen veriler, uluslararası öğrencilerin yorumları, analizleri ve bakış açıları ile etnografik analiz yoluyla yorumlanmıştır.

Bu araştırmanın kuramsal çerçevesi, doküman incelemesi yöntemiyle oluşturulmuştur. Bu yöntemin tercih edilmesinin temel nedeni, analiz aşamasında yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinin kullanılacak olmasıdır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, katılımcılara ifade özgürlüğü tanınması ve derinlemesine veri sağlama potansiyeli nedeniyle uygun görülmüştür. Bu doğrultuda, Netflix Orijinal Türk dizilerini izleyen yabancı uyruklu öğrencilere çeşitli sorular yöneltilmiş; her bir görüşme yaklaşık 120 ila 150 dakika sürmüştür. Netflix aboneliğine sahip ve platformda Türk yapımı orijinal dizileri izleyen 36 uluslararası öğrenciyle gerçekleştirilen bu görüşmelerden elde edilen veriler, söz konusu dizilerin Türkiye'de öğrenim gören yabancı öğrenciler tarafından nasıl alımlandığını; ayrıca Türk kültürü ve Türkiye markası algılarını nasıl şekillendirdiğini anlamak amacıyla değerlendirilmiştir.

Katılımcıların fikirlerini rahat ve samimi bir şekilde ifade edebilmeleri için görüşmeler sırasında ses ve görüntü kaydı alınmamıştır. Her bir katılımcıyla ortalama 2,5 saat süren birebir sohbet ortamında görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerde, önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formu (EK-1) kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle elde edilen veriler, nitel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmaya katılan 36 katılımcı, 19 ile 35 yaş aralığındaki izleyicilerden, amaçsal örneklem tekniğinin maksimum çeşitlilik örnekleme türüne göre seçilmiştir. Bu yöntem, çalışılan probleme taraf olabilecek

bireylerin çeşitliliğini maksimum düzeyde yansıtmak amacıyla küçük bir örneklem oluşturulmasını sağlar. Maksimum çeşitlilik örneklemesi, genelleme yapmak yerine, farklı durumlar arasındaki ortak veya paylaşılan olguları ortaya çıkarmayı ve problemi farklı boyutlarıyla incelemeyi hedefler (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.119). Bu sayede, farklı izleyici gruplarının filmi alımlama düzeyinde herhangi bir dönüşümün gerçekleşip gerçekleşmediği araştırılmıştır.

Toplumsal araştırma yöntemleri genel olarak niceliksel ve niteliksel olmak üzere iki ana gruba ayrılır. Ackland, araştırma türlerini dört başlık altında toplar: deneyler, anketler, görüşmeler ve odak grupları, saha araştırmaları ve örtülü gözlemler (Alyanak, 2018, s.127). Bu araştırma, Türkiye’de öğrenim gören ve Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluğu Başkanlığı tarafından burs verilen öğrenciler üzerinde bir alımlama çalışması olarak planlanmıştır. Türkiye Bursları alan öğrencilerin seçilme nedeni, bu öğrencilerin Türk kültürünü ve Türkçeyi öğrenmek durumunda olmalarıdır. Türkiye Bursları öğrencileri, bir yıl Türkçe eğitimi almakta ve Türk kültürüne yönelik çeşitli seminer ve programları takip etmektedirler. Bu nedenle, bu uluslararası öğrenciler hem Türk kültürünü bilmekte hem de yabancı bir kültürden geldikleri için yerel içeriğin küresel izleklerini daha kolay fark edebilmektedirler.

Araştırma, Netflix içeriklerinin (yerel kültürel metinler) yabancı izleyiciler üzerindeki kültürlerarası alımlama sürecini incelemektedir. Dolayısıyla, çalışmanın örneklem grubuna dahil edilen uluslararası izleyiciler, kendi kültürel birikimleriyle küresel bir şirketin yerel temelli yapımlarını yorumlamışlardır. Bu çalışma, yarı yapılandırılmış soruların sorulduğu görüşmeleri kapsamaktadır (Açiler, 2020). Uluslararası öğrencilerin, Netflix’in ürettiği orijinal içerikleri nasıl alımladıkları, bu içerikleri nasıl algıladıkları ve bu algıların gerçekte ne kadar örtüştüğü araştırma konusu olarak ele alınmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakatlarla yapılan görüşmelerde, katılımcıların konuya ilişkin algıları, tanımlamaları ve ifadeleri aracılığıyla ortaya konulmuştur (Punch, 2016).

Yarı yapılandırılmış görüşme, araştırma sorusuna bağlı olarak açık uçlu sorularla görüşmecilerin düşüncelerini serbestçe ifade etmelerini sağlayan bir veri toplama tekniğidir (Mayring, 2011: 7375). Derinlemesine görüşmeler, soruların önceden belirlenmiş olup olmamasına göre “enformel sohbet tarzı görüşme,” “rehber bir görüşme formu ışığında yapılan görüşme” ve “standartlaştırılmış açık uçlu görüşme” şeklinde sınıflandırılır (Kümbetoğlu, 2015: 7378). Yarı yapılandırılmış görüşmeler, nitel araştırmalarda sıkça tercih edilen bir yöntem olup, araştırmacının belirleyici rolü büyük bir önem taşır (Brinkmann, 2013: 21). Etnografik görüşme, genellikle uzun saha araştırmaları boyunca kullanılan nitel bir araştırma tekniğidir (Heyl, 2007, s. 369).

Bu çalışma, hem kültürlerarası iletişim hem de küreselleşme ve yerelleşme dinamiklerini kapsamlı bir şekilde ele alarak, bu alanlardaki literatüre katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Türkiye’de öğrenim gören ve Türkiye Bursları kapsamında desteklenen uluslararası öğrenciler, Türk kültürünü ve dilini öğrenme süreçlerinin bir parçası olarak, Netflix’in Türk yapımlarını nasıl algıladıklarını değerlendireceklerdir. Bu öğrenciler, kendi kültürel birikimleri ve Türkiye’deki deneyimleri doğrultusunda, bu içeriklerin kendi kültürel perspektifleriyle nasıl örtüştüğünü veya çatıştığını analiz edeceklerdir. Bu bağlamda, çalışma, Netflix’in

küresel bir platform olarak yerel içerik üretimi ve bu içeriklerin uluslararası izleyiciler tarafından alınılması konusundaki mevcut bilgi birikimine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

4. Bulgular

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde, katılımcıların bakış açılarını ve konuyu derinlemesine anlamayı mümkün kılan çoktan seçmeli ve açık uçlu sorular tercih edilmiştir (Patton, 2018, s.21). Bu teknik, medya araştırmalarında yaygın olarak kullanılmakta olup, katılımcıların duygu, düşünce ve davranışlarını özgürce ifade etmelerine olanak tanıyarak zengin ve detaylı verilerin elde edilmesini sağlar. Araştırmanın temel amacı, Türkiye’de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Netflix’in Türkçe ürettiği orijinal içerikleri nasıl alımladıklarını incelemektir.

2024 yılı Kasım ayı itibarıyla Netflix Türkiye, toplamda 23 yerli diziyi “Netflix Orijinal” olarak yayınlamıştır. İlk orijinal dizi “Hakan: Muhafız”dan (2018) başlayarak, çeşitli türlerde toplam 36 sezon dizi yayınlanmıştır. Bu diziler arasında “Atiye” (3 sezon), “Rise of Empires: Ottoman” (2 sezon), “Aşk 101” (2 sezon), “Bir Başkadır”, “Fatma”, “Kulüp” (2 sezon), “Pera Palas’ta Gece Yarısı”, “Erşan Kurneri”, “Kuş Uçuşu” (3 sezon), “Zeytin Ağacı” (2 sezon), “Şahmaran” (2 sezon) ve “Terzi” (3 sezon) gibi yapımlar bulunmaktadır. Diziler, 12 farklı yapıım şirketi tarafından üretilmiştir ve bu çeşitlilik, araştırmanın kapsamını genişletmiştir (Gazete Duvar, 2024).

Araştırma evrenini, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) tarafından burs verilen 15 bini aşkın öğrenci oluşturmakta olup, araştırmanın örnekleme, maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği ile seçilen 36 öğrenciden oluşmaktadır. Bu öğrenciler, Netflix aboneliği bulunan ve Türkiye’ye gelmeden önce de Netflix’ten Türk içerikleri izleyen bireyler arasından seçilmiştir. YTB’nin öğrenci seçim sürecindeki kültürel ve tarihî merakları göz önünde bulundurulmuş; bu öğrencilerin Türk kültürünü öğrenme süreçleri ve kendi kültürleriyle kıyaslamaları, araştırmanın sağlıklı sonuçlar elde etmesi açısından önemli bir kriter olarak kabul edilmiştir.

Çalışmada maksimum çeşitlilik örnekleme, göreceli olarak küçük bir örneklem oluşturarak bu örnekleme yer alan profillerin dağılımını ve niteliğini maksimum düzeyde yansıtmayı amaçlamıştır. Bu nedenle, genellemelere başvurmak yerine, farklı durumlar arasındaki ortaklıklar, benzerlikler ve farklılıklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Örneklem seçiminde yaş, cinsiyet, uyruk ve eğitim gibi kriterlerin önemi dikkate alınarak, 1989-2005 yılları arasında doğan, 19-35 yaş arası 20 kadın ve 16 erkek olmak üzere toplam 36 görüşmeci seçilmiştir. Bu görüşmeciler, 19 farklı ülkeden gelen yüksek lisans, doktora ve lisans öğrencilerinden oluşmaktadır.

Araştırma kapsamında, izleyici odaklı kitle iletişimi çalışmalarına yer verilmiş ve analiz süreci için Netflix’in Orijinal yapımı olan 23 Türk dizisi seçilmiştir. Ancak, çalışmaya katılan 36 öğrencinin tamamı bu dizilerin hepsini izlememiştir. Buna rağmen, her katılımcı en az 8 Türk dizisini izlediğini beyan etmiştir. Bu nedenle,

çeşitliliği ve farklılıkları gözeterek genel bir sonuca ulaşabilmek amacıyla tüm 23 dizi çalışma örneklemini olarak kabul edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle yürütülen çalışmada, katılımcılara Netflix Orijinal Türk dizilerine ilişkin çeşitli sorular yöneltilmiştir. Her bir derinlemesine görüşme yaklaşık 120 ila 150 dakika sürmüştür; elde edilen veriler etnografik bir yaklaşımla analiz edilmiştir. Bu yöntem, tarihsel ve toplumsal bağlamları bireysel deneyimlerle birlikte ele alarak, alımlama çalışmalarını yalnızca metin analizine indirgemeksizin daha geniş bir perspektifte değerlendirmeye olanak tanımaktadır. Bu bağlamda çalışmada, dizilerin kurguladığı özne konumları yerine, gerçek izleyicilerin deneyim ve yorumları “metin” olarak ele alınmıştır (Karabağ Sarı, 2013, s. 2021).

Bu araştırma, uluslararası öğrencilerin Netflix'in Türkçe içeriklerini nasıl algıladığını anlamak için kapsamlı bir veri toplama süreci gerçekleştirmiştir. Çalışmanın bulguları, kültürlerarası etkileşim, küresel kültür, küyerelleşme ve kültürel diplomasi gibi kavramlar etrafında değerlendirilecek ve bu kavramların Türkiye'de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Netflix içeriklerini alımlama süreçlerindeki yansımaları ortaya konulacaktır.

Tablo 3: Katılımcıların Cinsiyetleri

Katılımcıların cinsiyetleri:
20 Kadın- 16 Erkek öğrenci katılmıştır mülakatımıza.
Cinsiyet Dağılımı:
Kız katılımcılar: 20
Erkek katılımcılar: 16
Yaş İstatistikleri:
Ortalama yaş: Yaklaşık 26.3
Standart sapma: 3.91
Minimum yaş: 19
Maksimum yaş: 35
Medyan yaş: 26

Tablo 4: Katılımcıların Eğitim Durumu

Yüksek Lisans (Master's): 20 katılımcı
Doktora (PhD): 8 katılımcı
Lisans (Bachelor's): 8 katılımcı
Mülakata Katılan Öğrencilerin Ülke Dağılımı:
Mısır, Kazakistan ve Sudan'dan 4'er katılımcı
İran, Tunus ve Azerbaycan'dan 3'er katılımcı
Filistin ve Arnavutluk'tan 2'şer katılımcı
Diğer ülkelerden (Kırgızistan, Macaristan, Özbekistan, Kosova, Endonezya, Bangladeş, Somali, Nijerya, Bosna Hersek, Cezayir, Suriye) 1'er katılımcı

Netflix, dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya sahip bir dijital platform olarak, medya endüstrisinde kendine sağlam bir yer edinmiştir. Türkiye, Netflix için önemli bir pazar haline gelmiş ve platform, Türkiye'deki izleyici yapısını ve geleneksel izleyici kültürünü dönüştürerek yeni bir izleyici kitlesinin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Netflix'in Türkiye'de yerel içerikler üretmeye başlaması, izleyici kitlesini genişletme stratejilerinin bir parçası olarak öne çıkmıştır. Bu strateji kapsamında tanınmış ve sevilen oyuncuların platforma dahil edilmesi, özellikle genç izleyicilerin dikkatini çekmiştir. İlk orijinal içeriklerin diğer içeriklere göre daha fazla ilgi çekme potansiyeli, bu içeriklerin izlenme motivasyonunu da artırmıştır. Z kuşağının ilgisini çekmek amacıyla popüler oyuncuların tercih edilmesi, Netflix'in Türkiye'deki pazarlama stratejilerinin önemli bir unsuru olmuştur. Bu stratejiler sayesinde, Netflix'in Türkiye pazarındaki varlığı ve yerel orijinal içerik üretimi, özellikle genç izleyiciler üzerinde olumlu bir etki yaratmıştır. Netflix, yerel pazarlama stratejileriyle Türkiye'ye özgü içeriklerini artırarak, izleyicilerin kültürel, ekonomik, sosyal ve sembolik sermayelerine hitap etmiş ve bu sayede dijital platformlarda içeriklerin daha fazla konuşulmasını sağlamıştır. Türkiye'ye yönelik yerelleştirilmiş reklam kampanyaları da büyük ilgi görmüş ve özellikle Z kuşağı tarafından beğeni kazanmıştır (Söğütöller, 2022, s.108).

Netflix'in orijinal içerikleri, belirli karakteristik özelliklere sahiptir. Bu içerikler, genellikle Hollywood yapımlarına kıyasla daha makul bütçelerle üretilmekte ve evrensel temalar ile hikâyeler içermektedir. Ayrıca, Netflix'in içerikleri, pozitif ayrımcılık yaparak dikkat çeken unsurlar barındırmakta ve karakterlerin yaşadığı olayların siyasi ve politik uzantılarını işlemektedir. Bu durum, Netflix'in geniş kitlelere hitap eden ve kültürü şekillendiren bir platform olarak konumunu pekiştirmektedir (Yaman, 2023, s.71). Netflix, küresel bir firma olarak faaliyet gösterdiği ülkelerde yerel içerikler üretmeye başlamış, Türkiye'de ise yerli yapımlarla dijital yayın haklarına sahip projeleri sunmuştur. Türkiye'deki ilk orijinal içerik olan "Hakan: Muhafız" (The Protector), Türkçe olarak kayda geçen ilk Netflix yapıımıdır. 2018-2024 yılları arasında Netflix, Türkiye'de toplam 23 orijinal dizinin yapımcılığını üstlenmiştir. Bu dönemde, Netflix'in kütüphanesinde 70'in üzerinde yerli proje, 1000'i aşkın bölümden oluşan diziler ve 50'den fazla Türk yapıımı film yer almıştır. Netflix Türkiye'nin en önemli dönüm noktalarından biri, ilk orijinal yerli içerik olan "Hakan: Muhafız" dizisinin yayınlanmasıdır. Netflix tarafından sunulan lisanslı ve orijinal Türk yapımlarının en çok izlendiği 20 ülke arasında ABD, Avustralya, Arjantin, Brezilya, Birleşik Krallık, Hindistan, Fransa, İtalya, İspanya, Kolombiya, Kanada, Polonya, Meksika, Şili ve Suudi Arabistan bulunmaktadır (Bamboo, 2020).

Netflix'in Türkiye yapımları incelendiğinde, belirli yapım şirketleri ve yönetmenlerin sıkça tercih edildiği görülmektedir. Toplamda 12 farklı yapım şirketi bulunmakla birlikte, yapımların yarısını OGM Yapım üstlenmiştir. Örneğin, BKM (Beşiktaş Kültür Merkezi) ve Yılmaz Erdoğan'ın yapımcısı, oyuncusu ve yönetmeni olduğu projeler, diğer yapımlardan daha fazla öne çıkmaktadır. Yılmaz Erdoğan gibi bazı yönetmenler, diğerlerine kıyasla daha fazla yer bulmaktadır. Bu durum, yapımların ele aldığı konuların nasıl işlendiği ve hangi boyutların öne çıkarıldığı incelendiğinde belirgin bir ideolojik yönelimin olabileceğini düşündürmektedir (Özışık, 2023, s.83).

Sinemanın yaratıcı bir kültür ürünü olarak sanatsal bir kaygıyla yorumlanmasının yanı sıra, ideolojik, politik ve sosyal bir yapıyı da barındırdığı bilinmektedir. Netflix Türkiye’deki içeriklerin yapımcı ve senaristlerinin belirli bir gruptan yoğun olarak seçilmesi, Netflix’in içeriklerini bu kişilerin perspektifleri doğrultusunda inşa etmesine neden olmaktadır. Sinematografik olarak içerikte yer alan sahneler, mekânlar, dil, senaryo ve oyuncu seçimi kadar dekor, müzik ve figüranlar gibi unsurlar da alt metinler halinde birçok şeyi temsil etmektedir. Her bir yapımda izleyicinin önceden planlanmış bir kurgunun içine çekilmesi, film hakkında düşünmeye sevk edilmesi ve duygusal bir bağ kurması amaçlanmaktadır. Bu tercihlerin arkasında yer alan yönetmen, yapımcı ve senaristlerin de kendi değer sistemlerine, ideolojik yönelimlerine ve yaşam tarzlarına sahip oldukları unutulmamalıdır. Netflix’in Türk içeriklerinde en dikkat çeken hususlardan biri, geleneksel, milliyetçi ve İslami değerlerin neredeyse tamamen göz ardı edilmesidir (Özışık, 2023, s.84).

Bu çalışma, Netflix’in Türkiye için ürettiği içeriklerde Türkiye ve Türk algısının, Türk toplumunun milli değer ve geleneklerinden uzak bir zihinsel süreçle ortaya konulduğunu göstermektedir. Netflix’in yerel içerik stratejileri ve bu stratejilerin Türk izleyiciler üzerindeki etkileri, dijital medya platformlarının kültürel ve sosyal dinamikler üzerindeki rolünü anlamak açısından önemli veriler sunmaktadır. Bu bulgular, Netflix’in Türkiye’deki izleyici kitlesi üzerindeki etkisinin, kültürel ve sosyal bağlamda nasıl şekillendiğini anlamamıza yardımcı olacaktır.

İlk olarak, katılımcılara “Netflix’teki Türk dizilerinde Türk kadınlarının nasıl aktarıldığı” sorulmuştur. 36 katılımcıdan 5’i, Türk kadınlarının narin, savunmasız ve çaresiz olarak tasvir edildiğini belirtmiştir. Buna karşılık, 17 katılımcı, Türk kadınlarının kendi ayakları üzerinde duran, güçlü ve otoriter karakterler olarak sunulduğunu ifade etmiştir. Katılımcılar ayrıca, Türk kadınlarının annelik rolünün “Türk kadını” kimliğinin önemli bir unsuru olarak öne çıktığını vurgulamışlardır.

Bunun yanı sıra, 14 katılımcı, Türk kadınlarının “feminist” özellikler sergilediğini belirtirken, bazıları bu kadınların “aşırı” seküler ve bağımsız kişilik özelliklerine sahip olduğunu ifade etmiştir. Dindar kadın temsili ise genellikle anne veya eş rolleriyle sınırlı kalmakta ve toplumun en alt düzeydeki görevlerinde yer aldığı belirtilmektedir. Katılımcılar, Türk kadınının “anne” ve aile içindeki temsiliyetini olumlu değerlendirirken, feminist ve daha bağımsız, özgür karakterler üzerinden yapılan temsiliyeti olumsuz fakat gerçekçi bulmuşlardır. Türkiye’nin giderek daha seküler bir yapıya büründüğünü gözlemleyen katılımcılar, bu sekülerleşmenin özellikle “kadın” üzerinden okunabilir hale geldiğini vurgulamışlardır. Dizilerde özellikle “Z kuşağına” hitap eden kadın karakterlerin, sıkça “özgür olun, bağımsız olun, güçlü olun ve kendi ayaklarınızın üzerinde durun” mesajları vererek kadınlara rol model olma çabası içinde olduğu da gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, katılımcıların büyük bir kısmı, Netflix’teki Türk dizilerinde kadın karakterlerin genellikle güçlü, bağımsız ve kararlı olarak tasvir edildiğini belirtmiştir. Bu karakterler, kendi hayatlarını yönlendiren, kararlarını kendileri alan ve zorluklarla başa çıkabilen figürler olarak sunulmaktadır. Bununla birlikte, bazı katılımcılar, kadın karakterlerin zaman zaman zayıf, çaresiz ve itaatkâr olarak gösterildiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, kadınların sadakatsiz, kurnaz

veya baskın ebeveynler olarak yansıtıldığı da belirtilmiştir. Geleneksel rollerin ve toplumsal beklentilerin etkisiyle, kadın karakterlerin daha muhafazakâr ve aile odaklı olarak gösterildiği de gözlemlenmiştir.

Katılımcılara bu sorunun ardından, ikinci soru olarak “Netflix’teki Türk dizilerinde Türk erkeklerin nasıl aktarıldığı” sorusu yöneltilmiştir. 36 katılımcıdan 18’i, Türk erkeğinin temsili konusunda olumlu görüş bildirmiştir. Bu katılımcılara göre, Türk erkeği güçlü, sevecen ve yardımsever olarak tanımlanmaktadır. Ancak, 10 katılımcı, Türk erkeklerinin özellikle şiddet, cinayet ve kabalık ile özdeşleştirildiğini ve bunun da güvensizlik ve rahatsızlık verici bir algıya neden olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, 8 katılımcı, erkeğin baba rolünün ya çok az vurgulandığını ya da oldukça pasif bir şekilde sunulduğunu belirtmiştir. Bu katılımcılar, Türk toplumunun geleneklerine bağlı bir toplum olduğunu ve bu nedenle erkeğin aile içindeki temsilinin olumsuz olarak algılandığını ifade etmişlerdir. Sonuç olarak, katılımcıların görüşlerine göre, Türk erkeği dizilerde güçlü ve yardımsever olarak olumlu bir şekilde temsil edilirken, şiddet, alkol kullanımı ve aile içindeki rolünden dolayı olumsuz bir şekilde de değerlendirilmektedir. Geleneksel rol modeli olarak “baba” figürünün oldukça az ve pasif bir karakter olarak sunulması, Netflix’in küresel anlatısı bağlamında ailesiz toplum projesine işaret ettiği yönünde katılımcıların zihninde soru işaretleri yaratmıştır.

Sonuç olarak, katılımcılar, dizilerdeki erkek karakterlerin genellikle evrensel bir imaja sahip olduğunu, Türk kültürünü tam olarak yansıtmadığını belirtmişlerdir. Buna rağmen, hegemonik bir okuma gerçekleştiren katılımcılar, Türk toplumunun en değerli özelliklerinden biri olan yardımseverlik, sıcakkanlılık ve misafirperverlik gibi niteliklerin Netflix’in sunduğu Türk erkek karakterlerinde yer aldığını ifade etmişlerdir. Bu katılımcılar, Netflix’in ortaya koyduğu Türk erkeğini olumlu bir şekilde değerlendirmişlerdir. Buna karşılık, müzakereci bir okuma gerçekleştiren bazı katılımcılar, dizilerdeki erkek karakterlerin fiziksel ve sosyal olarak abartılı temsillerinin Türkiye’deki gerçek hayattan uzak olduğunu belirtmişlerdir.

Muhafif bir okuma yapan katılımcılar ise Z kuşağının daha seküler bir hayat yaşadığını kabul etmekle birlikte, gençlerin ahlaken bu kadar dejenere olmadığını vurgulamışlardır. Katılımcılar, Netflix’in gerçekçi bir yaşantı sunmaya çalıştığını kabul etmekle birlikte, bunu milli ve manevi değerlerden tamamen soyutlayarak, inançsız, değersiz ve ideolojisiz bir hikâyeye örgüsüyle gerçekleştirdiğini eleştirmişlerdir. Ayrıca, Netflix’in aile konusundaki tutumu da katılımcılar tarafından eleştirilmiştir. Muhafif okuma yapan katılımcılar, dizilerde erkek karakterlerin baba figürü içerisinde yeterince gösterilmediğini ya da baba figürünün olumsuz özelliklerle inşa edildiğini vurgulamışlardır.

Araştırmada, katılımcılara sosyal yaşantıya dair sorular yöneltilerek, Netflix’in Türk dizilerinde sunduğu ilişkisel temsillerin gerçek hayattaki Türk ilişkileriyle ne ölçüde örtüştüğü değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, üçüncü soru olarak katılımcılara, “Netflix’in Türk dizilerini izlediğinizde, arkadaşlık, evlilik gibi ilişkiler gerçek Türk yaşamındaki ilişkilerle aynı mı?” sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcıların verdikleri yanıtlar, bu dizilerin toplumsal ilişkiler açısından nasıl algılandığına dair önemli bulgular ortaya koymuştur.

Toplam 36 katılımcının 23'ü, Netflix'in arkadaşlık, evlilik ve genel ilişkiler konusunda yanlış ve yanıltıcı bir temsil sunduğunu belirtmiştir. Bu katılımcılar, dizilerdeki ilişki dinamiklerinin gerçek Türk yaşamından uzak olduğunu ve bu temsillerin izleyicilerin Türkiye'ye dair algılarını olumsuz yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Özellikle Türkiye'nin geleneksel sosyal yapısı ve aile değerlerine dair beklentilerle çelişen bu temsillerin, olumsuz algılara yol açtığı vurgulanmıştır.

Öte yandan, 12 katılımcı ise Netflix'in sunduğu temsillerin gerçeği yansıttığını savunmuştur. Bu katılımcılar, Türkiye'nin son yıllarda giderek sekülerleştiğini ve Batı tarzı bir yaşam biçiminin benimsendiğini belirterek, dizilerdeki ilişkilerin bu toplumsal dönüşümün bir yansıması olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu bağlamda, Netflix'in sunduğu temsillerin, mevcut gerçeklikten sapmadığını, aksine bu toplumsal değişimi doğru bir şekilde aktardığını ifade etmişlerdir. Ayrıca, bu katılımcılar, Netflix dizilerindeki anlatım tarzının yer yer abartılı olabileceğini kabul etmekle birlikte, bu abartıların olayların "gerçekliğini" ortadan kaldırmadığını, aksine mevcut sosyokültürel eğilimleri vurgulamak için kullanılan bir yöntem olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcılara dördüncü soru olarak, "Netflix'in Türk dizilerinde yer verilen dini ve İslami öğeler, gerçekçi ve doğru bir şekilde aktarılıyor mu?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların 35'i Müslüman, 1'i ise Hristiyan'dır. İslam kültürünü ve dinini kendi ülkelerindeki yaşam pratikleri ve uygulamalar üzerinden deneyimleyen bu katılımcılardan bazıları, Netflix'in Türk dizilerindeki dini temsilleri gerçekçi bulmadıklarını ifade etmiştir.

Özellikle "Terzi" ve "Kübra" dizileri üzerinden değerlendirmede bulunan katılımcılar, bu yapımlarda dinin eksik ve zaman zaman hatalı bir biçimde temsil edildiğini ifade etmişlerdir. Bazı katılımcılar, "Kübra" dizisinde dinin, yapay zeka benzeri bir yapı üzerinden kurgulanarak, seküler bir inanç sistemi ve seküler bir ibadet pratiği olarak sunulduğunu vurgulamışlardır. Bu durumun, İslam'ın özüne ve geleneksel dini değerlere uzak bir anlatı biçimi sunduğu ifade edilmiştir.

Öte yandan, "Şahmaran", "Atiye" ve "Yaratılan" dizilerinde ise dini değerlerin ve inançların, mitolojik unsurlar ve tarih öncesi inanışlarla harmanlanarak işlendiği gözlemlenmiştir. Katılımcılar, bu tür anlatıların uluslararası izleyiciler açısından zaman zaman kafa karıştırıcı olabildiğini belirtmiş; ancak aynı zamanda estetik, merak uyandırıcı ve dikkat çekici bulunduğunu da dile getirmişlerdir.

Buna karşın, bazı katılımcılar ise bu temsilleri oldukça gerçekçi bulmuş ve Bir Başkadır ve Fatma dizisindeki dini öğeleri örnek göstermişlerdir. Bazı katılımcılar, dinin hassas bir alanı temsil ettiğini belirterek, Netflix içeriklerinde dinin camiler veya başörtülü bireyler üzerinden yalnızca kültürel bir unsur olarak temsil edildiğini ifade etmişlerdir. Dini temsilleri olumlu ve gerçekçi bulan katılımcıların çoğu, bu kültürel boyutun gösterilmesini kültürel çeşitlilik unsuru olarak değerlendirmiştir.

Öte yandan, olumsuz görüş bildiren katılımcılar, dindar kişilerin yaşamlarında dinin yalnızca “kötü” ve sorunlu bir şekilde temsil edilmesini eleştirmişlerdir. Ayrıca, bazı katılımcılar, Türkiye’de dinin yalnızca İslam ile özdeşleşmediğini fark etmelerinin Türkiye algılarını değiştirdiğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde, Netflix’in Mevleviliği ve tasavvufi öğeleri İslam’ın kendisi gibi sunmasını ve anlatmasını da garipsemiş, ancak bunu dinin kültürel bir görünümü olarak değerlendirmişlerdir. Morley’in alımlama çalışmalarında vurguladığı üzere, bireylerin anlam kodlarını çözme süreçlerinde, kültürel değerler ve yakınlık noktaları başat unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır (Akova, 2014, s.128).

Katılımcılara yöneltilen beşinci soru, “Netflix’in Türk dizilerinde Türk ailesi genel olarak nasıl gösteriliyor?” olmuştur. Bu soruya 36 katılımcıdan 22’si, Türk ailesinin içeriklerde büyük bir önem atfedilerek yer aldığını ifade etmiştir. Katılımcılara göre, Türk ailesi genellikle iyiliğin, güzelliğin, birliğin ve beraberliğin temsili olarak sunulmakta ve kahramanın zor bir duruma düşmesi halinde bile ailesinin ona doğru yolu göstermeye çalıştığı vurgulanmaktadır. Aile, bir sığınak olarak temsil edilmekte ve bu bağlamda dizilerde ana kahraman, örtük bir biçimde ailenin kendisi olmaktadır. Bu çerçevede, aile, Türk toplumunun yapı taşlarının en önemli unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, Netflix içeriklerinde aile, genellikle olumlu bir algıyla temsil edilmektedir.

Buna ek olarak, 14 katılımcı, dizilerde temsil edilen aile yapısının modern ve çekirdek bir aile modelini yansıttığını; eğitilmiş ve seküler bir duruş sergilediğini belirtmiştir. Bu yapının, geleneksel değerlerin olumsuzlandığı bir yaklaşımı içerdiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte, Terzi, Fatma, Kübra ve Andropoz gibi dizilerde aile yapısının milli ve manevi değerler açısından olumsuz bir şekilde ele alındığını düşünen katılımcılar da bulunmaktadır. Ancak, bu eleştirilere rağmen, aile teması içeriklerde güçlü ve iyiliğin temsilcisi olarak yer almaktadır.

Ayrıca, kalabalık ailelerin daha doğu ve muhafazakâr bir yaşam tarzını simgelediği vurgulanmakta, ancak içeriklerde çoğunlukla çekirdek aile yapısının ön plana çıkarıldığı ifade edilmektedir. Katılımcılar, evlenmeden birlikte yaşamının sıkça gösterilmesinin, ailenin kutsallığına zarar verdiğini de belirtmişlerdir.

Katılımcılara yöneltilen altıncı soru, “Netflix’in Türk dizilerinde sizi en çok rahatsız eden temsiller ve unsurlar nelerdir?” olmuştur. Bu soruya 36 katılımcıdan 25’i, dizilerde aile içi şiddetin sıkça vurgulanmasının önemli bir rahatsızlık kaynağı olduğunu ifade etmiştir. Şiddet sahnelerinin aşırı dramatize edilmesi, izleyiciler üzerinde olumsuz etkiler bıraktığı şeklinde değerlendirilmiştir. Ayrıca, 11 katılımcı, dizilerde ihanet temalarının yoğun bir şekilde işlenmesini eleştirmiş ve bu tür davranışların Türk toplumunda yaygın olmayan bir durum olmasına rağmen, normalleştirilmesine neden olduğu gerekçesiyle endişelerini dile getirmiştir.

Katılımcılar, erkek karakterlerin agresif, baskıcı ve duygusuz bir şekilde tasvir edilmesinin toplumsal cinsiyet normlarını olumsuz yönde pekiştirdiğini belirtmektedir. Kadınların genellikle pasif ya da erkeklere itaatkâr olarak gösterilmesi, kadınların toplumsal rollerinin çeşitliliğini ve karmaşıklığını yansıtmadığı için rahatsızlık uyandırmaktadır.

Ayrıca, dizilerin Türk toplumunu ve kültürünü Avrupalılaştırarak temsil etmesi, gerçekçi olmayan bir Türkiye imajı yaratmaktadır. Katılımcılar, Türk karakterlerin Avrupalı karakterler gibi yazıldığını ve bu durumun gerçekliği saptırdığını ifade etmektedir. Dizilerdeki olayların aşırı dramatize edilmesi ve gerçek hayatta mümkün olmayan olayların yer alması da izleyicileri rahatsız etmektedir. Özellikle şiddet içeren sahnelerin gereğinden fazla kullanılması ve kadına yönelik şiddet sahnelerinin abartılı bir şekilde sunulması dikkat çekmektedir. Bu tür sahneler, farkındalık yaratma amacı taşısa da izleyiciler tarafından rahatsız edici bulunmakta; cinsel içerikli sahnelerin gereğinden fazla ve açık bir şekilde gösterilmesi ise hikâye ile bağlantılı görülmemektedir.

Dindar karakterlerin kötü davranışlar (cinayet, ihanet, zina) sergilemesi ve bu şekilde temsil edilmesi, izleyicilerde olumsuz bir etki yaratmaktadır. Katılımcılar, manevi değerlere sahip karakterlerin bu şekilde sunulmasından rahatsızlık duyduklarını ifade etmektedir. Türk toplumunun değer verdiği kişiliklerin olumsuz davranışlarla temsil edilmesi, izleyicilerin milli duygularını zedelemektedir.

Katılımcılara, dokuzuncu soru olarak “Gerçek hayattaki Türk kültürü ile Netflix Türk dizilerinde gösterilen Türk kültürünü karşılaştırırsanız neler söylersiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların 30’u, dizilerde gösterilen Türk kültürünün aşırı derecede Batıcı ve modernist bir görünüme sahip olduğunu ve bu temsillerin gerçekçi olmadığını dile getirmiştir. Buna karşılık, 6 katılımcı, bu temsillerin Türkiye’nin çeşitliliğini ve derinliğini yansıttığını ve bu nedenle gerçekçi olduğunu savunmuştur.

Bazı katılımcılar, dizilerdeki kültürel öğelerin yerel ve mahallî renkler taşıdığını, bu sayede izleyiciler üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Ancak, milli ve kültürel değerlerin Netflix tarafından bilinçli bir şekilde manipüle edilerek dekoratif bir malzeme olarak kullanıldığı ve bu durumun Türk kültürünün tahrif edilmesine yol açtığı vurgulanmıştır. Katılımcılar, kısa süreli Türkiye deneyimlerine rağmen, Türk insanının yaşamında ahlak, namus, milli değerler ve örfün önemli bir yer tuttuğunu gözlemlemiş; buna karşın Netflix’in bu unsurları ters bir şekilde göstermeye çalıştığını ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak, birçok katılımcı, dizilerde aşırı şiddet ve dramatizasyonun varlığından rahatsız olduklarını belirtmiştir. Şiddet içeren sahnelerin gereğinden fazla kullanılması, izleyicilerde olumsuz bir izlenim yaratmaktadır. Bazı katılımcılar, dizilerin aşırı Batılı yaşam tarzlarını yansıttığını ve gerçek Türk kültüründen uzaklaştığını ifade etmişlerdir. Özellikle açık ilişki tarzları, içki kullanımı ve Batılı değerlerin öne çıkması eleştirilmiştir.

Katılımcılar, dizilerde sıkça tekrarlanan klişe ve stereotipik karakterlerin varlığından rahatsızlık duymaktadır. Fakir erkek-zengin kız hikâyesi gibi tekrar eden temaların izleyicilerde sıradanlık hissi yarattığı belirtilmiştir. Ahlaki ve dini değerlere saygısızlık olarak görülen sahneler, bazı izleyicilerde rahatsızlık yaratmıştır. Özellikle cinsel içerikli sahnelerin fazlalığı ve dindar karakterlerin negatif temsilleri eleştirilmiştir.

Ekonomik sıkıntılar, toplumsal eşitsizlikler ve göç gibi konuların ele alınması,

bazı katılımcıların Türkiye algısını değiştirmiştir. Bu temalar, Türkiye'nin iç yüzünü daha iyi anlamalarını sağlamıştır. Dizilerin Türkiye'nin kültürel ve tarihi zenginliklerini yansıtmaları, katılımcıların Türkiye hakkındaki bilgilerini ve algılarını derinleştirmiştir. Göbeklitepe, Kapadokya gibi tarihi mekânların dizilerde yer alması, Türkiye'yi daha çekici kılmaktadır.

Bazı dizilerde Türkiye'nin modernleşme süreci ve toplumsal değişimlerin ele alınması, katılımcıların Türkiye'yi daha modern ve çeşitli bir toplum olarak görmelerine neden olmuştur. Katılımcılar, Netflix dizilerinde gösterilen Türk insanı ile gerçek hayattaki Türk insanı arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir. Dizilerdeki karakterlerin genellikle dramatize edildiği, ancak bazı yönleriyle gerçek hayattaki Türk insanını yansıttığı ifade edilmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada, Netflix'in Türkiye için ürettiği ve "Netflix Original" etiketiyle yayımlanan 23 dizi, araştırma örnekleme olarak seçilmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu bu 23 diziden yalnızca 8'ini izlemiş olup, dizilerin tamamını izleyen 4 katılımcı, 13 diziyi izleyen ise 9 katılımcı bulunmaktadır. Geriye kalan 23 katılımcı ise 8 diziyi izlemiştir. Araştırma, 36 uluslararası öğrenciyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış mülakatlar ve etnografik bir yöntem kullanılarak yürütülmüştür. Bu bağlamda, öğrencilerin Netflix'in orijinal Türk dizilerine yönelik bakış açıları ve yorumları detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Netflix, içeriklerini 300 milyon abonesine ulaştırarak, bu abonelere orijinal içerik ürettiği ülkeler, toplumlar ve kültürler hakkında bilgi aktarmakta ve bu bağlamda "dijital kültür diplomasisi" faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu durum, Netflix'i yalnızca bir yayın platformu olmanın ötesine taşıyarak, bir "diplomasi kurumu" ve aynı zamanda "dijital kültür" ile "dijital baskı ve algı" aracı haline getirmektedir.

Platform, toplumlar ve halklar arasında etkileşim yaratarak, üretilen içeriklerin ait olduğu ülkelerin yaşam biçimlerini küresel bir değere dönüştürmektedir. Üretilen içeriklerin farklı kültürler ve yaşam pratikleri üzerindeki alımlanmasının önemli olduğu kadar, bu içeriklerin ülke imajı üzerinde de önemli bir etkiye sahip olduğu açıktır.

Tarihsel olarak, Hollywood, Batı dünyasının ve Batı merkezli insan anlayışının ideolojik ve kültürel savunuculuğunu sinema endüstrisi aracılığıyla yürütmüştür. Günümüzde bu misyonun dijital platformlar üzerinden sürdürüldüğü ve bu bağlamda Netflix'in ön plana çıktığı görülmektedir.

Netflix, ulusal ve bölgesel pazarlar için içerik üreten küresel bir şirket olarak, küresel dolaşımı mümkün kılmak amacıyla kültürel özgünlük ve yerel motifler temelinde çeşitli türlerde içerik üretmektedir. Türkiye'de üretilen içerikler, genel olarak küresel hegemonik kültür endüstrisinin anlatısını yansıtırken, aynı zamanda yerel ve geleneksel kültürel kodları da bünyesinde barındırmaktadır. Bu strateji, literatürde yaygın olarak ele alınan "glokalizasyon" (küreyerelleşme) kavramıyla açıklanmaktadır. Küreyerelleşme, küresel ürünlerin yerel bağlamlara

uyum sağlaması ve yerel unsurların küresel etkilerle etkileşim içine girmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. Netflix, Türk içeriklerinde bu stratejiyi benimsemekte ve yerel ile küresel öğeleri bir arada kullanmaktadır.

Katılımcılardan elde edilen bulgular, Netflix'in Orijinal Türk dizilerinde Türk kültürel dokularının ve motiflerinin genellikle yalnızca dekoratif unsurlar olarak kullanıldığını göstermektedir. Hikâye ve senaryoların işleyişi, Netflix'in genel küresel stereotipleri tarafından şekillenirken, Türkiye'ye dair mekânlar ve Türk insanına ilişkin sahneler, genellikle "doğum, ölüm, düğün ve evlilik" gibi basmakalıp temalarla sınırlı kalmaktadır. Bu yaklaşım, Türk kültürünün çok boyutlu ve derinlikli yapısını yansıtmak yerine, daha yüzeysel bir temsil ortaya koymaktadır. Türk kültürünün, bir ticari emtia olarak batı anlatısının kıyafetlerinin giydirilmiş hali olarak değerlendirilmektedir.

Katılımcılar, dizilerde Türk kültürü ve yaşam pratiklerinin oldukça seküler ve Batı tarzı modern bir Türkiye'nin temsili olarak sunulduğunu ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, dizilerde Türkiye'nin modern ve çağdaş yüzünün ön plana çıkarıldığı gözlemlenmiştir. Katılımcılar ayrıca, Türkiye'de bulundukları süre zarfında, özellikle Z Kuşağı olarak adlandırılan genç nüfus arasında seküler yaşam tarzının giderek daha yaygın hale geldiğini gözlemlediklerini belirtmişlerdir. Ancak, Netflix'in içeriklerinde seküler temaların genellikle ahlaksızlık, fuhuş, cinayet, şiddet ve kuralsızlık gibi olumsuz unsurlar üzerinden işlendiği yönünde eleştiriler dile getirilmiştir.

Katılımcılar, bu tür temaların Türkiye'yi ve Türk insanını olumsuz bir şekilde yansıttığını vurgulamış; Netflix'in seküler yaşamı ahlaki değerlerden yoksun bir biçimde tasvir etmesinin, Türkiye'nin toplumsal gerçekliğini tam olarak yansıtmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcılara göre, Türkiye'deki seküler yaşam, ahlaki ve geleneksel değerlerle çatışmak zorunda değildir; aksine, modern yaşamla uyum içinde var olabilmektedir. Ayrıca, dizilerin senaryolarının sıklıkla tekdüze olması ve sürekli aynı oyuncuların tercih edilmesi, bu içeriklerin ideolojik bir pekiştirme aracı olarak kullanıldığı yönünde değerlendirilmiştir. Netflix'in Türk içeriklerinde sıklıkla, aldatma, cinayet, ihanet, güvensizlik ve kadına şiddet gibi temaların yer almasının da aynı şekilde bilinçli bir strateji olarak görmüşlerdir.

Bazı katılımcılar, özellikle sabah kuşağında izledikleri kadın programları ve haberlerde sıkça işlenen "cinayet, aldatma, ihanet ve ahlaki yozlaşma" temalarının zihinlerinde bir karmaşa yarattığını ifade etmişlerdir. Katılımcılar, bu tür olayların gerçek hayatta varlığını kabul etmekle birlikte, Netflix içeriklerinde sunulan ahlaki yozlaşmanın, gerçek yaşamdaki durumlara kıyasla daha abartılı bir şekilde yansıtıldığını dile getirmişlerdir. Ayrıca, Türkiye'de yayıncılık anlayışı ve reyting sisteminin, bu tür içeriklerin popülaritesini artıran bir dinamik yarattığı göz önüne alındığında, Netflix'in Türkiye için ürettiği içerik politikasının izleyici çekme açısından başarılı bir strateji olduğu öne sürülmüştür.

Katılımcılar, bu tür içeriklerin geniş bir izleyici kitlesine hitap etmesinin, Netflix'in izleyici ilgisini çekme potansiyelini ortaya koyduğunu belirtmişlerdir. Ancak, sunulan olayların genellikle istisnai vakalar olmasına rağmen izleyicilerden yoğun bir ilgi görmesinin kendilerini şaşırttığını da ifade etmişlerdir. Bu durum,

Netflix'in Türkiye'deki genel yayıncılık eğilimlerine uyum sağladığını ve yerel izleyici kitlesinin beklentilerini dikkate aldığını göstermektedir. Netflix'in hikâye, tema ve içeriklerinde seküler bir dindarlık ve yaşam anlayışını işleyerek, geleneksel değerleri ve kültürel unsurları yozlaştırarak kafa karışıklığı yarattığı iddia edilmiştir. Özellikle Terzi dizisinde, başkahramanın hem "semazen ve neyzen" kimliğiyle tasvir edilmesi hem de ihanet, zina, şiddet ve seküler yaşam biçimleriyle ilişkilendirilmesi, bu tür eleştirilerin temelini oluşturmuştur. Ayrıca, cami gibi dini mekânlarda "günah çıkarma" temalı sahneler, Yunan mitolojisiyle bağlantılı olay örgüleri ve spiritüel-seküler bir din anlayışı gibi unsurlar, katılımcılar tarafından kafa karışıklığını artıran ve tartışmalı bulunan detaylar olarak değerlendirilmiştir.

Netflix'in, mitolojik ve spiritüel temaları işleyen içeriklerinde küresel izleyici kitlesine ulaşma hedefi güttüğü görülmekle birlikte, bu süreçte Türk kültürü ve değerlerini tahrip ettiği yönünde eleştiriler dile getirilmiştir. Katılımcılara göre, bu tür içerikler Türkiye ve Türk toplumu hakkında yanlış ve olumsuz algılar oluşturma potansiyeline sahiptir.

Katılımcılar, Netflix'in Türkiye'yi ve Türk insanını daha gerçekçi ve dengeli bir şekilde yansıtmayı gerektiğini vurgulamışlardır. Özellikle, kültürel ve yerel unsurların yalnızca dekoratif öğeler olarak değil, hikâye ve karakterlerin derinliğine katkıda bulunacak şekilde ele alınmasının önemine dikkat çekmişlerdir. Bu, izleyicilerin kültürel ve toplumsal gerçekliği daha iyi anlamalarına olanak sağlayacak ve Türkiye'nin zengin kültürel mirasının daha doğru bir şekilde aktarılmasına katkı sunacaktır.

Sonuç olarak, dijital kültür diplomasisi perspektifinden değerlendirildiğinde, ülkelerin ve toplumların birbirlerini tanımalarının giderek dijital platformlar üzerinden gerçekleştiği yeni bir durum ortaya çıkmaktadır. Özellikle dünya çapında 300 milyondan fazla aboneli bulunan Netflix'in, içeriklerini diğer sosyal medya platformlarında da dolaşıma sokarak potansiyel olarak yaklaşık 5 milyar kişilik küresel bir izleyici kitlesine ulaşabildiği gözlemlenmektedir. Bu durum, dijital platformların yürüttüğü kültürel diplomasi faaliyetlerinin, devletler ve toplumlar arasındaki ilişkileri, karşılıklı algıyı ve tanınırlığı, algı yönetimini ve ulusal marka değerini şekillendirmede önemli bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, bugüne dek Türkiye'de 23 orijinal dizi üreten Netflix, Türkiye'nin kültürel anlatılarını ve toplumsal deneyimlerini küresel izleyiciyle buluşturmaktadır. Söz konusu yapımlar, yalnızca eğlence temelli içerikler olmanın ötesinde, Türkiye'nin kültürel, sembolik ve temsili değerlerini yansıtan ve ülkenin uluslararası marka değerine katkı sağlayan anlatılar olarak değerlendirilebilir. Bu içeriklerde kurgulanan temsiller, küresel kamuoyunda Türkiye algısının inşasında işlevsel bir rol oynamakta; dolayısıyla dijital kültür endüstrisinin, Türkiye'nin yumuşak güç (soft power) stratejileriyle olan etkileşimi giderek belirginleşmektedir.

"Türkiye Yüzyılı" vizyonunun uluslararası düzlemde görünür kılınmasında, dijital platformlarda üretilen içeriklerin bu vizyonu yansıtabilecek temsil kapasitesine sahip olması kritik bir eşik olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede,

Netflix'in Türk yapımları yalnızca Türkiye'nin küresel imajını ve marka değerini dönüştürme potansiyeli taşımakla kalmamakta; aynı zamanda dünya kamuoyunun Türkiye'nin geleceğe yönelik stratejik vizyonuna ilişkin algılarını biçimlendirme gücüne de sahiptir.

Her ne kadar Netflix'in Türkiye merkezli içerik üretiminde temel motivasyonu ticari kazanç elde etmek olsa da, bu içerikler aynı zamanda Türkiye'yi ve Türk toplumunu uluslararası düzeyde temsil eden kültürel araçlara dönüşmektedir. Bu nedenle, dijital platformlar üzerinden yürütülen kültürel üretim süreçleri, günümüzün dönüşen diplomasi pratikleri bağlamında dijital kültür diplomasisi olarak tanımlanmakta; ulusların, toplumsal grupların ve ideolojik yapıların küresel düzeyde temsili için yeni bir mecra sunmaktadır.

Kaynakça

- Akova, S. (2020). Kültürlerarası iletişim bağlamında ötekileştirme olgusunun dijital taşıyıcılığına dair Netflix dijital televizyonu üzerinden bir bakış: 13 Commandments (13 Emir) dizisi üzerinden göstergebilimsel analizi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(15), 4479-4516.
- Alyanak, B. Z. (2018). Etnografi ve çevrimiçi etnografi. İçinde M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri* (ss. xx-xx). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Başlar, G. (2021). Yerel içeriğin küresel dolaşımı bağlamında Netflix: "Hakan Muhafız" izleyici yorumlarının analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (36), 415-435.
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2018). *Doing interviews*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Burç, M. (2023). *Kültür endüstrisi çerçevesinde dijital TV platformlarının kullanımı üzerine bir inceleme*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Carr, C. T., & Hayes, A. R. (2015). Social media: Defining, developing and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Dönmez, E. (2022). Türkiye'de yeni nesil televizyon yayıncılığı: Netflix serüveni. İçinde K. Duman (Ed.), *Netflix etkisi dijital çağda ekran kültürü içinde* (ss. 55-74). İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Erdoğan, M. (2023). Türkiye'de dijital film platformlarının sinema sektörüne etkileri: Netflix üzerine bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 5(9), 725-748.
- Heyl, B. S. (2007). Ethnographic interviewing. İçinde P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J. Lofland, & L. Lofland (Eds.), *Handbook of ethnography* (ss. 369-383). Sage.
- Karabağ Sarı, Ç. (2019). 12 Eylül filmleri ve üniversite gençliği: Politik söylemler bağlamında 12 Eylül filmlerinin alımlanması. *Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 9-39.
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemi* (36. baskı). Ankara: Nobel

Yayınları.

- Keskin, E. K. (2023). Eleştirel algoritma çalışmaları perspektifinde dijital platformlarda öneri sistemleri: Kullanıcı motivasyonlarına yönelik bir araştırma. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Kümbetoğlu, B. (2015). Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Maden, A. (2020). Postmodern bağlamda Netflix'te LGBTQ+ söylemler. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul.
- Mayring, P. (2011). Nitel sosyal araştırmaya giriş (A. Gücüş & M. S. Durgun, Çev.). Ankara: Bilgesu Yayınları.
- Netflix Türkiye. (2024). Netflix Türkiye YouTube kanalı. <https://www.youtube.com/channel/UCeZOywU-zg9j3SxYG0FdLtw>
- Patton, M. Q. (2018). Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri (M. Bütün & S. B. Demir, Çev.). Ankara: Pegem Akademi.
- Punch, K. F. (2016). Sosyal araştırmalara giriş: Nicel ve nitel yaklaşımlar (4. baskı, D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Söğütlüler, Z. (2022). Z kuşağının Netflix yerel içeriklerini alımlama biçimleri. (Basılmamış doktora tezi). Aydın.
- Tekin, H. H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, 3(13), 101-116.
- Temelli Çoşgun, A. (2022). Kültür endüstrisi bağlamında dijital seyir platformu Netflix'e yönelik eleştirel bir analiz. İçinde K. Duman (Ed.), Netflix etkisi dijital çağda ekran kültürü içinde (ss. 245-264). İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Türker, O., Alizadehfanaeloo, P., & Demir, H. H. (2021). Medya sektöründe marka mimarisi: Netflix örneği. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(2), 1264-1280. <https://doi.org/10.33206/mjss.846541>
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 24, 543-559.
- Toy, Muhammed Ersin, (2024) Netflix ve Türkiye, Çizgi Yayınevi, Konya,
- Yaman, E. (2023). Netflix'te oryantalizm: Orta Doğu konulu dizilerde emperyal izler. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoo, E., & Buzinde, C. (2012). Gazing upon the kingdom: An audience reception analysis of a televised travelogue. Annals of Tourism Research, 39(1), 221-242.
- Özışık, F. U. (2023). Dijital platformlarda Türk sineması, Türkiye temsilleri ve Türkiye'nin kültürel tanıtımı: Netflix içerikleri üzerinden bir değerlendirme. İçinde Türk sineması Türkiye'nin yumuşak gücü (ss. 79-95). İstanbul: Diplomasi Vakfı Yayınları.