

Atıf/Citation: Yıldırım, N. (2025). Frankenstein Osmanlı'da: Glokal hikâye anlatıcılığı bağlamında 'Yaratılan' dizisindeki Türk-kültür öğeleri üzerine bir analiz. *Uluslararası Dil, Edebiyat ve Kültür Araştırmaları Dergisi (UDEKAD)*, 8 (3), 1168-1184. DOI: <https://doi.org/10.37999/udekad.1703302>

Nisa YILDIRIM* 

FRANKENSTEIN OSMANLI'DA: GLOKAL HİKÂYE ANLATICILIĞI BAĞLAMINDA 'YARATILAN' DİZİSİNDEKİ TÜRK-KÜLTÜR ÖĞELERİ ÜZERİNE BİR ANALİZ

ÖZET

Uluslararası pazarda hizmet veren firmaların ürünlerini hedef kitlelerinin yerel kültürlerine uygun biçimde düzenlemeleri anlamına gelen glocalizasyon günümüzde medya şirketleri tarafından da tercih edilmesi gereken bir stratejiye dönüşmüştür. Dijital platformların sektör lideri olan Netflix'in farklı ülkelerce üretilmiş yapımlarında glokal hikâye anlatıcılığı yöntemi uygulanmaktadır. Bu sayede Hollywood'un kültürel hegemonyasının kırıldığı yönünde yorumlar bulunurken, evrensel olanın yerel olan üzerinde hâkimiyet kurmasının sağlandığı ve anlatıların 'Amerikanlaştırdığı' yönünde olumsuz eleştirilere de rastlanmaktadır. Netflix'in Türkçe orijinal yapımları arasında yerel kültür üzerine inşa edilen dizilerin büyük çoğunluğu için 'Amerikanlaştırılmış' yorumu yapmak mümkün görünmektedir. Platformun glokal hikâyeleri arasında sayabileceğimiz 2023 yılında yayınlanan *Yaratılan* adlı dizi ise diğerlerinden ayrılmaktadır. 19.yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nda geçen bir Frankenstein uyarlaması olan dizi, yerel kültürü kullanma biçimi ile otantikliğini korumayı ve tüm dünyaca bilinen bir eseri yepyeni bir anlatı gibi sunmayı başarmaktadır. Bu araştırma *Yaratılan* dizisindeki Türk-kültür öğelerini nitel içerik analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Osmanlı tarihine ait akademik kaynaklardan faydalanılarak değerlendirilen kültürel öğelerin başlıcalarını giyim kuşamda batılılaşma, tıp eğitiminde geleneksel ve modern yaklaşımdan kaynaklanan çatışmalar, kolera salgını ve cüzzam hastalığı, mesire yerlerinden sirklere sosyal hayatta eğlence mekânlarının oluşturduğu görülmüştür. Özetle, glokal hikâye anlatıcılığı örneği sunan *Yaratılan* dizisinin dönemin yerel kültürünü anlatının görsel atmosferini zenginleştirecek ve karakter derinliğini arttıracak şekilde gerçekçi bir yaklaşımla aktardığını söylemek mümkündür.

Anahtar kelimeler: Glocalizasyon, Netflix, Dizi, Yerli dizi, Hikâye anlatıcılığı

FRANKENSTEIN IN THE OTTOMAN EMPIRE: AN ANALYSIS OF TURKISH-CULTURAL ELEMENTS IN THE SERIES NAMED YARATILAN (CREATURE) IN THE CONTEXT OF GLOKAL STORY TELLING

ABSTRACT

Glocalization has become a strategy that should be preferred by media companies today. Netflix, the industry leader in streaming services, adopts a glokal storytelling approach in its productions, which are created in different countries. While there are comments that Hollywood's cultural hegemony has been broken thanks to this method, there are also negative criticisms that the narratives have been 'Americanized'. It is possible to evaluate most of Netflix's original Turkish productions as 'Americanized'. However, the series named *Yaratılan* (Creature), released in 2023, stands out from the others. As an adaptation of Frankenstein set in the Ottoman Empire, it successfully maintains its authenticity while presenting a brand-new narrative of a world-renowned work. This research aims to examine the Turkish cultural elements in the *Yaratılan* series using qualitative content analysis. Main cultural elements evaluated by using academic sources on Ottoman history can be categorized as westernization in clothing, conflicts arising from traditional and modern approaches in medical education, cholera epidemics and leprosy, and entertainment venues in social life, from recreation areas to circuses. In summary, the series conveys the local culture of the period with a realistic approach that enriches the visual atmosphere of the narrative and deepens the character development.

Keywords: Glocalization, Netflix, Series, Local Series, Storytelling

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İstanbul/Türkiye. E-posta: nyildirim@gelisim.edu.tr / Assist. Prof., İstanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, Department of Radio, Television and Cinema, İstanbul/Türkiye. E-mail: nyildirim@gelisim.edu.tr

Giriş

21.yüzyılda küreselleşmenin etkileri hemen her sektörde hissedilmektedir. Arzın ve rekabetin çokluğu hedef kitlenin beklentilerini karşılamayı zorunlu hale getirmiştir. Bu nedenle uluslararası pazarda varlık gösteren firmalar ürün veya hizmetlerini hedef kitlelerinin yerel kültürlerine uygun biçimde revize ederek her pazara farklılaştırılmış ürün ya da hizmet arz etmeye başlamışlardır. Glokalizasyon olarak tanımlanan bu strateji firmaların hem yerel pazarlarda güç kazanmalarını hem de rekabet ettikleri küresel pazarda kar oranlarını arttırmalarını sağlamaktadır.

Yerel pazarlara odaklı düzenlemelerin içinde bulunduğumuz dönemde medya şirketleri tarafından da hayata geçirildiği gözlenmektedir. Bunların arasında uluslararası pazarda hizmet veren Netflix, Disney Plus, Amazon Prime Video gibi Amerika menşei dijital platformlar, İngilizce'nin dışındaki dillerde üretilmiş yapımları da üyelerine sunmakta, farklı ülkelerden dizi ve filmleri tüm dünyada erişilebilir olacak şekilde kütüphanelerine eklemektedir. Netflix'in orijinal yapımlarını üretmeye başladığı ilk yıllarından bu yana İngilizce olmayan içerikleri için yerelden evrensele prensibi ile global üretim modelini benimsemiştir. Global anlatılar sayesinde tüm dünyadan izleyiciler hiç haberdar olmadıkları kültürler hakkında fikir sahibi olmakta, yapım şirketleri kendi ülkelerinin dışında bilinir olma şansına kavuşmakta, platformlar ise bu sayede üye sayılarını arttırmakta ve mevcut olanları korumaktadır. Netflix'in global hikâye anlatıcılığı ile ilgili olarak Hollywood'un kültürel hegemonyasını azalttığı yönünde değerlendirmeler bulunsa da yapımlarında evrensel olanın yerel olan üzerinde hâkimiyet kurduğu, yerel kültürlerin ana-akıma uygun biçimde standardize edildiği yönünde yorumlar da yapılmaktadır.

Netflix'in Türkçe orijinal yapımları incelendiğinde, platformun global hikâye anlatıcılığı stratejisine yöneltilen olumsuz eleştirilere daha yakın bir sonuca varmak mümkün görünmektedir. Özellikle *Hakan: Muhafız*, *Atiye*, *Pera Palas'ta Gece Yarısı*, *Şahmaran* gibi dizilerde anlatılar yerel kültüre ait unsurlar üzerine inşa edilmiş, fakat diziler evrensel bir pazara sunulacağı için 'herkese' hitap etmesi adına Amerikanlaştırılmış, inandırıcılıktan uzak yapımlara dönüştürülmüştür. Netflix'in Türk kültürüne ait unsurlara yer verilen yapımları arasında bir tanesi sözü edilen bu yapımlardan farklı olarak otantikliğini korumayı başarmıştır. 2023 yılında mini dizi olarak yayınlanan sekiz bölümlük *Yaratılan* adlı bu yapım 19.yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nda geçen bir Frankenstein hikayesi olarak karşımıza çıkmıştır. Bu araştırma global hikâye anlatıcılığı örneği olan *Yaratılan* dizindeki Türk-kültür öğelerini nitel içerik analizi yöntemi ile incelemeyi amaçlamaktadır. Öncesinde globalizasyon kavramına dair bir açıklama sunularak medya ile ilişkisinden bahsedilecektir. Araştırma bölümünde yapımda yer alan Türk-kültür öğeleri, Osmanlı tarihi hakkındaki akademik çalışmalardan faydalanılarak değerlendirilecektir.

1. Glokalizasyon ve Medya

Global (küresel) ve lokal (yerel) terimlerinin birleştirilmesiyle oluşturulan globalizasyon kavramı uluslararası ölçekte arza sahip ürün ya da hizmetlerin hedef kitlenin yerel kültürünün özelliklerine göre uyarlanması anlamına gelmektedir. Globalizasyonun yerelleştirme olarak tanımlandığına da rastlanmaktadır. Bilindiği gibi yerel bir firma ait olduğu coğrafyanın, ülkenin kültürel kodlarını içinde barındırır. Küreselleşen bir firma açıldığı yeni pazardaki hedef kitlenin kültürü ile uyum sağlamadığı takdirde kabul görmesi zorlaşmaktadır. Bu durum "küresel düşün, yerel hareket et" yaklaşımından yola çıkılan bir çeşit uyarlamaya ihtiyaç duyulmasına yol açmaktadır. Glokalizasyon olarak tanımlanan bu uyarlama firmalara uluslararasılaşmış dahi olsalar farklı ülkelerin kültürlerine uygun davranabilme fırsatı yaratmaktadır (Yılmaz, 2019,

s.130). Diğer bir deyişle, global bir markanın hedef kitlesinin kültürüne uyum sağlayabileceği bir stratejiye sahip olduğu takdirde söz konusu kitle tarafından 'içselleştirilir'. Arz olunan ürün ya da hizmetin öncelikle yabancılık duygusu yaratmasının önüne geçilerek, sonrasında ise hedef kitlenin gündelik hayatına, alışkanlıklarına ya da beğenilere uygun şekilde adapte edilerek markanın kalıcı olarak benimsenmesi sağlanabilir (Candan, 2020, s. 6).

Sinemanın sese kavuşması ve takip eden yıllarda televizyonun da evlere girmesiyle görsel-işitsel kurmaca anlatılar insanların boş zamanlarında hoşça vakit geçirmelerine aracılık etmiştir. Söz konusu iki mecranın bu işlevlerinin yanı sıra bir başka etkisi izleyiciyi farklı kültürlerden haberdar etmeleri olmuştur. İzleyicilerin her dönemde giyim kuşamdan dil kullanımına, ev dekorasyonundan kişilerarası iletişim biçimlerine kadar birçok konuda izledikleri içeriklerden fikirler almaları ve bunları günlük hayatlarında uygulayarak kendi kültürlerine eklemlenmeleri görsel-işitsel medyanın kültür aktarımı konusunda ne denli önemli bir konumda olduğunun kanıtıdır. Sinema ve televizyon içerikleri konusunda tüm dünyada ihracat liderliğini elinde bulunduran Amerika'nın diğer ülkelerce kültürel hegemonya bağlamında eleştirildiği bilinmektedir. Film, dizi hatta reklamlarla tüm dünyaya ulaşan Amerikan kültürünün neredeyse global bir kültür yarattığını, günümüzde farklı coğrafyalardaki kültürel benzeşmenin bir anlamda yaratıcısı olduğunu iddia etmek mümkündür. Fakat yakın zaman önce Amerika'nın kültürel hegemonya konusundaki gücü zayıflamaya başlamış, internet iletişiminin de etkisiyle kullanıcılar farklı kültürlerden kolayca ve hızla haberdar olduklarından ilgilerini başka ülkelerin kültürlerini yansıtan içeriklere de yöneltmeye başlamışlardır.

Bu noktada Uzak Doğu ülkelerin kendi kültürlerini yansıtan içerikleri tüm dünyaya pazarlamaları örneği verilebilir. Anime olarak isimlendirilen Japon animasyon filmleri ve Güney Kore'nin K-Pop ismi ile tanıttığı pop müziği bir anlamda global bir pazarlamanın sonucu olarak tüm dünyada popüler olmuş, dahası kendi hayran kitlelerini yaratmıştır. Bu türlerin elde ettiği popülarite bir anda olmamış, özellikle anime örneğinde olduğu gibi yıllara yayılan bir üretim ve dağıtım sürecine ihtiyaç duyulmuştur. 1990'lı yıllara kadar Japon kültürü dendiğinde akıllara ilk gelen zen felsefesi ya da judo, karate, aikido gibi savaş sanatları olmuş, bu durum manga olarak bilinen çizgi romanlar ve animelerin farklı coğrafyalardaki insanlar tarafından bilinir ve sevilir olması ile değişmiştir. Animelerin Amerikan izleyicisi tarafından tanınması kablolu televizyona geçildiği dönemde kanal sayısının artması ile artan içerik talebi ve hemen ardından video kasetlerin yaygınlaşmasıyla olmuştur. *Dragon-ball* ve *Pokemon* gibi çizgi filmler tüm dünyada en bilinen animasyonlar arasındadır. Anime türünün popülaritesine bir başka katkı da *Ruhların Kaçışı* (Spirited Away) filmi ile Oscar ödülü kazanan Japon anime ve manga sanatçısı, yönetmen Hayao Miyazaki tarafından yapılmıştır (Taş Alicenap, 2014, s. 31, 40-41). Miyazaki'nin doğduğu toprakların kültürünü yansıttığı filmleri tüm dünya izleyicinin de göz ardı edemeyeceği evrensel mesajlar barındırmaktadır. Bunların başında insanın doğa karşı düşmanca tavrına yönelik eleştiriler gelmektedir. Miyazaki ve bir diğer Japon anime yönetmeni Ghibli'nin ürettiği içerikler incelendiğinde Japon yemek kültürüne ait ürünlerin ve ünlü Japon bestecilerin müziklerine yer verildiği görülmektedir (Kamacioğlu, 2017, s. 8, 15).

Güney Kore'nin popüler kültür ürünlerini tüm dünyaya pazarlaması ile oluşan 'Kore dalgası' Hallyu olarak tanımlanmaktadır. 90'ların sonundan itibaren tüm dünyada yerel içeriklerine olan ilgiyi fark eden Güney Kore devletinin bunu ekonomik krizi geride bırakma sürecinde avantaja dönüştürme stratejisi günümüzde pop müzik ve televizyon draması konusunda elde ettikleri başarının çıkış noktası olmuştur. 1994 yılında "Kültür Endüstrisi" ismiyle bakanlık bünyesinde bir

birim kurularak “film ve video destekleme, yayım ve gazetecilik, oyun ve müzik, kültürel metalar” gibi kategoriler altında ülkedeki üreticilere kaynak sağlanmıştır. Ülkenin süregelen bu stratejisinin taşıyıcılarından biri de tüm dünyada K-Pop olarak tanımlanan Güney Kore’ye özgü pop müziğidir (Dinçer, 2023). Güney Kore kültür endüstrisi alanındaki yatırımlarının sonucunu olarak K-pop’un dışında sinema ve televizyon endüstrisinde de ön plana çıkmayı başarmıştır. Televizyon dizileri çeşitli ülkelere ihraç edilen ülke en etkili çıkışını 2020 yılında gerçekleştirilen 92. Akademi Ödüllerinde ‘en iyi film’ ödülünü alan *Parazit* (Parasite) filmi ile gerçekleştirmiştir. Film tüm dünyada izleyiciye ulaşmış ve ülkenin yaptığı yatırımın karşılığını misliyle geri almasını sağlamıştır. Fakat bu filmin elde ettiği başarının tek sebebinin kazanmış olduğu ödül olmadığını belirtmek gerekir. Film sınıflar arası mücadelenin iki aile üzerinden anlatıldığı bir kara komedi olup ‘yerelden evrensele’ modelinin bir karşılığıdır. Anlatılan hikâye ‘dünyanın herhangi bir ülkesinde’ yaşanabilecek bir hikâyedir. Bu durum izleyicinin her ne kadar yabancı olduğu bir kültürün içerisinden doğmuş hayatlar izliyor olsa da anlatı ile bağ kurmasını mümkün kılmaktadır.

2. Glokal Hikâye Anlatıcılığı

Söz konusu film ve dizi türündeki içerikler olduğunda, Amerika’nın kültürel hegemonyasının kırılmasına ön ayak olanlardan birinin sektör liderliğini bir Amerikan firması olan Netflix’in elinde bulundurduğu dijital platformlar olduğunu iddia etmek mümkündür. Ana dili İngilizce olmayan ülkelerde ortak yapım modeli ile ürettirdiği yapımları ‘Netflix Originals’ kategorisinde yayınlayan platformun web sitesinde “190 ülkede ve 50’yi aşkın dilde yarım milyarın üstünde insanı eğlendirirken her zevke ve her kültüre uygun içerikler üretiyoruz” (Netflix, 2025) ifadesi yer almaktadır. Bu ortak yapım modeli Netflix ile çalışan yapım şirketleri açısından tüm dünyada tanınma, kendi ülkelerinde bulunan zorlayıcı şartlardan bağımsız üretim yapabilmenin kapılarını açmaktadır (Kim, 2022, s. 12). On yılı aşkın süredir hayatımızda olan dijital platformlar sayesinde günümüz izleyicisi hiçbir kültürel ortaklığa sahip olmadığı ülkelere üretilmiş içeriklere ilgi gösterebilmektedir. Şüphesiz ki bu ilginin gerekçelerinin başında anlatıların söylem açısından evrensel özellikler barındırmasının yer aldığını belirtmeden geçmemek gereklidir. Fakat, izleyici ile ‘bağ’ kurulmasının kolaylaştıran bu evrenselliğin yanı sıra anlatının, diğer bir deyişle yapımın yerel unsurlar içermesi de ilgi çekici olmasını sağlamaktadır:

İngilizce olmayan dizilere yönelik küresel çaptaki iyi tepki, Netflix’in yerel hikâye anlatıcılığının çeşitli kitleleri tatmin etme ve Hollywood’la onlarca yıldır görsel-işitsel pazara hâkim olanlardan farklı anlatı kodlarıyla mücadele etme konusundaki muazzam potansiyelini bir kez daha doğrulamaktadır. (Neira vd., 2023, s. 12)

Netflix şirketi platform tarihinde en çok izlenen yapımı 2021 yılında ilk sezonu yayınlanan Güney Kore yapımı *Squid Game* adlı dizi olduğunu açıklamıştır. Dizi yayın gününden sonraki 28 gün boyunca toplam 1,65 milyar saatlik yayınlanma süresine ulaşmıştır. (Hayhurst, 2023) Yine şirketin paylaştığı verilere göre Haziran 2021 ve Aralık 2022 arasında en uzun süre izlenen dizilerin %38’ini İngilizce olmayan yapımlar oluşturmuştur. En çok izlenen İngilizce-dışı dizilerin ilk iki sırasındaki *Squid Game* ve *All of Us Are Dead* 94 ülkede, üçüncü sıradaki *Money Heist* ise 93 ülkede izlenmiştir. Aynı zaman aralığında tüm İngilizce olmayan yapımların dağıtıldığı ülke sayısı ortalaması ise 53.75 olarak hesaplanmıştır. Denilebilir ki “içeriğin gösterildiği ülke sayısı şirket için küresel popülerliğin bir ölçüsü ve en önemli tanıtım ögesi haline gelmiştir” (Neira vd., 2023, s. 9).

Netflix’in glokal hikâye anlatıcılığında elde ettiği başarıyı yaratan stratejileri arasında dublaj ve alt yazı çeşitliliği bulunmaktadır. Diğer uluslararası hizmet veren Disney Plus, Amazon Prime

Video gibi platformlar ile karşılaştırıldığında, Netflix'in dublaj ve alt yazıda dil seçenekleri gerçekten çok geniş olduğu görülmektedir. Örneğin, “Fransa, Almanya, İspanya ve İtalya'daki yabancı içeriğinin %60'ında” dublaj seçeneği bulunmaktadır (Hayhurst, 2023).

Söz konusu platformun farklı ülkelerde üretilmiş yerel hikayelerin evrensele uyarlanmış versiyonlarını yayınlamanın dışında yeni alt türlerin ortaya çıkmasını sağladığından da bahsetmek mümkündür. Buna örnek olarak Kuzey Avrupa ülkelerinde geçen polisiye hikayeleri tanımlamak için kullanılan ‘İskandinav noir’ ya da ‘Nordik noir’ alt türü verilebilir. Kuzey Avrupa’nın coğrafi ve iklimsel özellikleri onu özellikle gerilim türünün gerektirdiği sinematografi için cazip kılmaktadır.

Netflix'in farklı dil ve kültürden yapımları tüm dünyada erişilebilir kılıyor olmasına rağmen Amerika'nın kültürel hegemonyasını kırıyor olduğu yönündeki görüşlerin tam aksini iddia eden görüşler de yok değildir. Her ne kadar farklı ülkelerce, o ülkelerin ana dillerinde üretilmiş içerikler olsa da bu platformdaki içeriklerin ‘Amerikanlaşmış’ olduğu yorumları yapılmaktadır. 500 milyonun üzerinde abonesi olan Netflix'in üye sayısının Amerikan vatandaşları tarafından domine edildiğini ve tüm ülkelerdeki izleyicinin “Amerikan kültürüne diğer herhangi bir kültürden daha aşina olması” nedeniyle bu ülkeye üretilmiş yapımları evrensel olarak algıladığını vurgulayan Salsabila'ya göre (2021, s. 26) “Netflix'in gösterdiği gibi, kültürel çeşitlilik, kar amacı ile dünyanın dört bir yanından daha fazla kültürel grubu çekme girişimlerinde Amerikan izleyici kitlesinin lehine olduğu için kültürel emperyalizmin bir uygulamasıdır”. Benzer bir görüşe göre ise Netflix farklı farklı yerel kültürleri birer ana-akım yapıma entegre ederek onları metalaştırmakta, domine ettiği pazarı ayakta tutma açısından gücünü arttırırken bir yandan da otantik olanı standardize etmektedir. Glokal strateji ile üretim yapıyor olsa da gerçekte yapılan yerel kültürü olduğu gibi aktarmak değil, küresel kodların korunduğu bir anlatıda kısmen yerel unsurlara da değinmektedir. Her ne kadar yerel ve evrensel olan birleşiyor gibi görünse de evrensel olanın hakimiyeti göz ardı edilemez. Örneğin, Netflix'in Türkçe dilindeki ilk orijinal içeriği olan *Hakan: Muhafız* (2018) adlı dizi Türk kültürüne ait öğeler içerse de Hollywood'un tüm klişelerini içeren ana akım bir yapım olarak tasarlanmıştır (Kavi & Karaman, 2021, s. 62).

Hakan: Muhafız dizinde izlenen ana-akıma yaklaştırma stratejisinin çok benzeri platformun ikinci Türkçe orijinal içeriği olan *Atiye* (2019) dizisinde de görülmektedir. Dizi Türk mitolojisinden birçok öğeyi harmanlayarak fantastik bir anlatı üretmeyi hedeflese de evrensel seyircinin ilgisini hedeflediğini gizleyemeyen yapım hikâye ilerledikçe olay örgüsünde tutarsızlıklara yer vermekte, geçmiş ve günümüz arasında savrulan, bütünlükten yoksun bir anlatıya dönüşmektedir. Netflix'in Türkçe orijinal yapımları arasında glokal hikâye anlatımına bir başka örnek *Pera Palas'ta Gece Yarısı* (2022) olarak verilebilir. Popüler polisiye edebiyat yazarı Agatha Christie'nin izinde geçmişe yolculuk yapan genç bir gazetecinin fantastik hikayesinin anlatıldığı dizide Cumhuriyetin ilk yılları ve Osmanlı'nın son yılları arasında gidip gelen flash back sahneler yer almaktadır. Bu anlamda Türk kültürüne dair birçok öğeyi içeren yapımda hikâyeyi oluşturan olay örgüsü ve oyunculuklar yetersiz bulunmuş, hatta “müsamere gibi” (Aldoğan, 2022) yorumları yapılarak, yerli seyircinin beklentisini boşa çıkarıldığı iddia edilmiştir.

Netflix'in glokalizasyon stratejisi ile hayata geçirdiği Türkçe orijinal içeriklerin sonuncularından biri olan *Şahmaran* (2023) dizisi için de benzer olumsuz eleştirilere rastlanmaktadır. Türk mitolojisinin en bilinen kahramanlarından olan yarı insan yarı yılan Şahmaran'ın ruhunu taşıyan ana karaktere sahip dizinin, anlatmaya niyetlendiği hikâyenin altından

kalkamadığı yorumları yapılmakta, buna gerekçe olarak “motivasyonu belirsiz” ve derinliksiz ana karakterler, işlevsiz yan karakterler, aceleye getirilmiş gibi duran görsel evren tasarımı gibi nedenler gösterilmektedir. Türk yapımlarında fantastik türüne olan ilginin artıyor oluşunun ortaya çıkan yapımların niteliğini artırma adına bir katkı sunmadığının altını çizen Yiğit (2023) *Şahraman* dizisi hakkındaki eleştirilerinde Netflix’in “hedef kitlesinin kim olduğuna dair kafa karışıklığını düzeltmesi ve daha geniş bir izleyici kitlesi yakalama stratejisinin dijital platform mantığına uygun olmadığını hatırlaması gerekiyor” demektedir.

2023 yılında *Yaratılan* ismi ile bir başka yerli fantastik dizi Netflix izleyicisi ile buluşmuştur. 19.yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu’nda geçen sekiz bölümlük bu yapım Frankenstein adlı romanın yerli uyarlaması olarak hayata geçirilmiştir. Edebiyat okurlarının yanı sıra, sinema tarihinde defalarca film uyarlamalarına konu olması nedeniyle tüm dünyada izleyicinin de iyi bildiği Frankenstein gibi bir eseri yepyeni bir anlatıya dönüştürmenin riskli bir tercih olduğu yorumu yapılabilir. Fakat *Yaratılan* dizisi Türk kültürüne ait öğeleri titizlikle kullanarak neredeyse ana metinden bağımsız bir anlatı ortaya koymuş, izleyicinin ilgisini devamlı olarak korumayı başaran tutarlı olay örgüsü ve derinlikli ana karakterleri ile nitelikli bir anlatı üretmeyi başarmıştır. Netflix’in yerel motifleri kullanarak inşa edilmiş diğer yapımları gibi olumsuz eleştiriler almayan bu eseri ‘yerelden evrensele’ formülünü doğru uygulayan global hikâye anlatımına bir örnek olarak sunmak mümkündür.

3. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Netflix’in Türkçe orijinal yapımları arasındaki *Yaratılan* (2023) dizisi, diğer Türkçe yapımlar arasında yabancı edebiyat uyarlaması olması ve Osmanlı dönemine ait bir anlatı içermesi nedeniyle ayrılmaktadır. Bu araştırma, Frankenstein uyarlaması olan *Yaratılan* dizisindeki Türk kültürüne ait öğeleri nitel içerik analizi yöntemiyle ortaya koymayı amaçlamaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizinde “benzer veriler belirli kavramlar ve temalar etrafında bir araya getirilir ve anlaşılır biçimde” sunulur (Doğanay vd., 2012, s.186). Metin karakteristiğinde verilerin kullanıldığı araştırmalarda en çok kullanılan yöntemlerden biri olan nitel içerik analizinde ölçüme değil içeriğin ayrıntılı ve derinlikli olarak incelenmesine odaklanılmaktadır (Forman & Damschroder, 2008, s.40, 41). Nitel veri ile çalışılan bu yöntemde tespit edilen örüntüler sayısal veri olarak aktarılmaz. Diğer bir deyişle “niceliksel değerlendirmeler yapmadan bağlama uygun metodolojik analiz yapılır” (Mayring, 2000, p.2). Dizide sunulan, Osmanlı’daki yaşam pratiklerine dair veriler Osmanlı tarihine ait akademik kaynaklardan yararlanılarak değerlendirilmiştir.

Dizinin açılış sahnesinde ‘Mary Shelley’nin Frankenstein adlı romanından esinlenilmiştir’ ifadesi yer almaktadır. Orijinal metne sadık kalınmadan yeniden yorumlama tekniği kullanılmış olması nedeniyle serbest uyarlama örneği olduğu görülmektedir. Dizinin senaristi ve yönetmeni Çağan Irmak’tır.

3.1. Bulgular

19.yüzyıl sonlarında Osmanlı İmparatorluğu’nda geçen *Yaratılan* dizisinde dönemin kültürel kodlarına dair birçok ayrıntı ekranlara getirilmiştir. Bunları giyim kuşam, sosyal hayat, eğitim ve sağlık gibi alt başlıklar altında sınıflandırmak mümkündür.

3.1.1. Giyim Kuşam

Dizinin ana karakterlerinin 19.yüzyıl Osmanlı Devleti'nde Türk ve Müslüman vatandaşların giyim kuşam özelliklerini yansıttıkları görülmektedir. Ana karakter Ziya gerek Bursa'da gerekse yüksek öğretim için gittiği İstanbul'da siyah renkte redingot takım ve fes giymektedir. “Diz kapağının altına kadar uzanan geniş etekli, arkası yırtmaçlı alafranga bir ceket olan redingot” dönemin üst orta sınıf kentli vatandaşlarının takip ettiği modayı yansıtmaktadır. Bu uzun ceket “yakası kolalı frenk gömleği, boyun bağı, yelek ve aynı kumaştan pantolon” ile tamamlanmaktadır (Koca, 2009, s. 70). Dizide de görüldüğü gibi dönemin erkek giyim kuşamının kodlarının değişiminde kadınlarınkine benzer şekilde Batı etkisi mevcuttur. Geleneksel biçiminden uzaklaşan giysiler “Avrupalı tarzı” yansıtmakta, bu tarz özellikle “devletin önde gelenleri ve memurlarıyla İstanbul elitleri” tarafından benimsenmektedir (Aydın, 2018, s. 58). Erkek giyimindeki değişimde 19.yüzyılda kurduğu “yeni askeri birliğe ve memurlara yeni kıyafet ve başlık giydiren II. Mahmut'un” etkisi de göz ardı edilmemelidir (Aysal, 2011, s. 7). Yine II. Mahmut 1829 yılında aldığı kararlar arasında yer alan kılık kıyafette modernleşme gereği devlet kademesinde görevli herkesin fes giymesi yer almaktadır (Koca, 2009, s. 69). Ziya ve babası Muzaffer redingot takımlarını her zaman fes ile tamamlamaktadır. Dizide yan karakterler ya da figüran olarak yer alan sıradan vatandaşın karakterlerin de dönemin kodlarına uygun olarak “şalvar, gömlek veya iç entarisi, kısa veya uzun kaftan” giydikleri görülmektedir” (a.g.e., s. 64)

Resim 1. Yaratılan 1. ve 3. Bölümlerde İç ve Dış Mekan Kostüm Örnekleri



Erkek giyimindeki tüm değişimlere rağmen Osmanlı'da giyim kuşamın geçirdiği en bariz dönüşüm dönemin kaynaklarında da görüldüğü gibi kadın kıyafetlerinde olmuştur. Öncesinin katı kurallarını esnetmeye başlayan akımların başında yaşmak göze çarpmaktadır. Kamusal alanlarda göz çarpmayacak kıyafetler giyilmesi tercih edilmeye devam etse de yalnızca gözleri dışarda bırakan opak kumaştan peçeler yerine genellikle tül kumaşın tercih edildiği peçe ve başörtüsünden oluşan yaşmak adındaki baş örtüleri kullanılmaya başlamıştır. İç mekanlarda ise kadınlar “şalvar ve gömlektan oluşan iç giyim üzerine etekleri yerlere kadar uzanan entariler” giymektedir (Atılğan, 2024, ss. 100-101). Kadın giyim kuşamının en çok etkileyen Fransız modası olsa da 1850'lerden itibaren Avrupa'daki moda anlayışı da benimsenmiştir. Yine bir dış giyim türü olan ferace de dönemin en yaygın kullanıla giysileri arasındandır. Genç kadınlar açık renkteki feraceler kullanırken orta yaş ve üzeri kadınlar daha koyu renkte feraceler giymektedir (Atalay, 2021, ss. 139-140).

Son olarak dizide yer alan düğün sekansı incelendiğinde Asiye'nin gelinliğinin beyaz olduğu göze çarpmaktadır. Osmanlı'da gelinliklerin renkli olduğu bilinmektedir. Fakat bu durum II. Abdülhamit döneminde değişmeye başlamış, geleneksel bindallılar yerini “tafta ve sim dokumalı ipekli kumaşlardan yapılan uzun, kloş etekli, korsajlı, balenli, vücudu saran” beyaz renkte gelinliklere bırakmıştır (Aktepe & Erol, 2018, s. 347-348). Tüm bunların ışığında dizideki

karakterlerin kadın ve erkek giyim kuşamı açısından dönemi doğru yansıttığı yorumunu yapmak mümkündür.

Resim 2. Yaratılan 7. Bölümdeki Düğünde Asiye'nin Gelinliği



3.1.2. Sosyal Hayat

Dizideki kadın ana karakterler için gündelik hayat çoğunlukla evde akarken, Doktor Muzaffer çoğunlukla muayenhanesinde, Ziya ise okul ve iş hayatının gereği olan çeşitli mekanlarda zaman geçirmektedir. Sosyal yaşama dair ayrıntılar genellikle eğlence ve yemek alt başlıkları altında değerlendirmeye uygundur. İlk bölümde ailece gidilen bir pikniğe yer verilmektedir. Göl kenarı açık bir arazide yere serili örtüler üzerinde oturan ailelerin yer aldığı bu sekansta gençler Ziya ve Asiye koşturarak oyun oynamakta, diğer yetişkinler çoğunlukla kendi aralarında sohbet etmektedir.

Resim 3. Yaratılan 1. Bölümdeki Mesire Alanı



Osmanlı'da kamusal alanda fazla yer almayan kadınlar için eğlence seçeneklerinin de kısıtlı olduğu bilinmektedir. Kadın ve erkeğin bir arada bulunabildiği mesire alanları kadınlar için hamamlardan sonra ev dışında sosyalleşme imkânı sağlayan mekânlardan biridir. Nehir, göl kenarı ya da yalnızca ağaçlık alanlardan oluşan mesire alanlarında açık havada yer sofralarında yenen yemeklere özellikle gençler arasında oyun amaçlı çeşitli aktivitelere eşlik etmekteydi (Harmandar, 2020, s. 116).

Dizide yer verilen bir başka eğlence ortamı ise sirk. İhsan öldükten ve tekrar dirildikten sonra deforme olmuş vücudu ve sahip olduğu insan üstü fiziksel kuvveti nedeniyle halkın korktuğu ve kaçtığı bir insana dönüşünce bir sirk yöneticisinin dikkatini çekmekte ve sirkteki cüceler, yapışık ikizler gibi 'tuhafliklarını' sergileyerek geçimlerini sağlayanların arasına katılmayı kabul etmektedir. Sirkte gösteri yapanlar gösterilerinin içeriğinde göre çeşitli isimler aldığı bilinmektedir. İhsan normal dışı kuvvetini kullanarak gösteri yaptığından sirkte fiziksel acıya dayanıklı anlamına gelen 'zorbaz' (Sekmen & Arık Ateş, 2014, s. 22) olarak çalışmaktadır. Dizide sirk her ne kadar olay örgüsünde toplumdan dışlananların birbirine sığındığı bir topluluk temsili olarak sunulsa da mekân ve karakter tasarımı bağlamında değerlendirildiğinde dönemin eğlence seçenekleri arasında yer alan çadır tiyatrosu formundaki sirk kavramı ile birebir örtüşmektedir.

Yönetmen Irmak dizideki sirk için bilinen büyük sirk çadırların aksinde daha küçük, çadır tiyatrosu gibi bir mekân tasarlamalarının sebebini “Osmanlı’da o yerel tiyatro, o iki kalas bir heves, o çadır estetiği... Hep onların gerçeğini koymaya çalıştık. O yoksulluğu da göstermeye çalıştık” diyerek açıklamaktadır (İldır, 2023).

Resim 4. Yaratılan 5. Bölümdeki Sirk Çadırı ve Gösteri Yapan Yapışık İkizler



İhsan’ı şehrin sokaklarında gezerken keşfeden sirkin yöneticisi Vasili (Durul Bazan) ve sevgilisi Alik’in Rum oldukları görülmektedir. Bilindiği gibi Osmanlı’da Müslüman kadınların sahneye çıkması yasaktır. 19.yüzyıldan itibaren yalnızca gayrimüslim kadınlar erkeklerle birlikte tiyatro sahnesine çıkabilmeye başlamıştır (Akansel, 2012, s. 169). Dizide yaşadığı zorluklardan kaçmak için sirktekilerin arasına katılan ve kimliğini gizlemeye çalışan Türk bir kadın, ihbar edildikten sonra polisler tarafından yakalanmaktadır.

Dizide sosyal hayat temsiline dair verilebilecek bir başka örnek Ziya’nın İstanbul’da maddi sıkıntı çektiği günlerde çalışmaya başladığı lokantadandır. Tesadüfen yolunun düştüğü lokantada mekân sahibi Ziya’ya çorba ikram etmek ister ve “kemik suyuna çorba, yoğurtlu, işkembe ve çeşmi nigar çorbası” seçeneklerini sayar. Osmanlı’da yemeğin aile sofralarında yenmesi tercih edildiğinden ev dışındaki mekanlarda satılan yemek çeşitlerinin kısıtlı olduğu görülmektedir. Çalışanlar arasında ‘sefer tası’ ile yemeklerini evden getirmeyi tercih edenler çoğunluktadır. Dışarıdan alınacak yemek için ise seçenekler “işkembeci, muhallebici, belirli türde ızgaralar yapan köfteci ve kebabçı, çörek, gevrek, simit, kurabiye yapan fırınlar, helva, baklava, lokma, gözleme, börek yapan tatlıcılardan” oluşmaktadır (Kurt, aktaran Çetin, 2013, s. 281).

Resim 5. Yaratılan 2. Bölümde Ziya’nın Çalıştığı Lokantadaki Malzemeler



19.yüzyıl öncesinde amacı yalnızca yemek satmak olan ve fiziksel ortam açısından göze hitap etmeyi öncelemeyen tek tip yemek satan mekanlar bulunurken bu yüzyıldan itibaren lokantaların açılmaya başladığı bilinmektedir. Bu sayede daha önce yerde ya da bir yükselti üzerine yerleştirilen büyük tepsilerde yemek yeme alışkanlığı terk edilmiş, etrafına sandalyeler dizilmiş masalar kullanılmaya başlanmıştır. 1800’lerin başlarından itibaren ise çatal, bıçak gibi malzemelerin kullanımı kalıcı hale gelmiştir (Harmandar, 2020, s. 127). Dizide sunulan lokantada masa ve sandalyeler bulunurken, çorba bakır tabakta ve tahta kaşıkla sunulmaktadır. Buradan

hareketle lokantanın dönemin muadillerine göre mütevazı bir mekân olarak tasarlandığı yorumu yapılabilir.

3.1.3. Eğitim

İlk bölümdeki geçmişe dönük sahnelerde Ziya'nın dönemin birinci basamak eğitim kurumu olarak kabul edebileceğimiz sıbyan mektebinde eğitim aldığı gösterilmektedir. Çoğunlukla bölgenin camisinde görevli imam ya da müezzinlerce eğitim verilen sıbyan mektepleri her mahalle bulunmakta olduğundan mahalle mektebi olarak da anılmıştır (Demirtaş, 2007, s. 182). Söz konusu sahnede Ziya sert bir üslupla ders anlatan orta yaşlı erkek bir öğretmeni dikkatle dinlemektedir. Sıbyan mekteplerinde öğretmenlere muallim dendiği ve bu görevlilerin disiplinli, sert mizaçlı kişiler oldukları bilinmektedir. Bu dönemde eğitim çoğunlukla geleneksel ve dini bir yaklaşıma sahip olduğundan muallimler mahallenin camisinde görev yapan imam ya da müezzinler arasından seçilmektedir.

Resim 6. Yaratılan 1. Bölümde Ziya'nın Öğrenim Gördüğü Sıbyan Mektebi



Sıbyan mektebi sahnesinde Ziya'nın çevresinde yer alan arkadaşlarının tamamının erkek öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Dizide aynı yaştaki bir başka çocuk Asiye'dir, fakat Asiye'nin ne çocukluk döneminde ne de gençlik döneminde eğitim aldığı dair bir görüntüye yer verilmemektedir. Halbuki Tanzimat döneminde ilk öğretim zorunlu hale getirilmesi gelmiştir (Akyüz, 2011, s. 9). 1869 yılında yayınlanan Maârif-i Umûmiyye Nizamnâmesi ile kız çocukları için 7-11 yaş erkek çocukları içinse 6-10 yaşları arasında sıbyan mektebine devam mecburiyeti getirilmiştir (Demirtaş, 2007, s. 178). Kız öğrencilerin ikinci kademe eğitimleri adına da atılımlar yapılmıştır. İlk orta okul 1859'da İstanbul'un Sultanahmet semtinde açılmış, 1870 yılına gelindiğinde ise öğretmen yetiştirme amaçlı Darülmuallimat ismiyle yeni bir okul kurulmuştur (Öztürk'ten aktaran Akyüz, 2011, s. 16).

Dizide babası doktor olan Ziya'nın çocukluğundan itibaren bilime ve doğaya fazlasıyla meraklı bir karakter olduğu vurgulanmaktadır. Ziya ikinci bölümde tıp eğitimi almak üzere Bursa'dan İstanbul'a gelir ve o dönemki ismi Mektebi Tıbbiye'ye olan tıp fakültesine kaydını yaptırır. Dizide ismi geçen kurumun gerçeği yansıttığı görülmektedir. Osmanlı'da ilk tıp eğitimi 1827 yılında kurulan Mektebi Tıbbiye ile başlamıştır (Karataş, 2003, s. 278). Mektebi Tıbbiye açılmadan kısa süre önce yeniçeri ocağı kapatılmış, bu nedenle yeni kurulacak orduda askerlerin sağlığından sorumlu doktor ihtiyacı yaşanacağı gerekçesiyle bu kuruma ihtiyaç ortaya çıkmıştır.

Resim 7. Yaratılan 2. Bölümde Mektebi Tıbbiye'deki Dersten Kareler

Ziya, Mektebi Tıbbiye'ye adım attığı ilk gün arkadaşları ile iyi ilişkiler kursa da derse girdiğinde hocasından duyduğu geleneksel bakış açısını yansıtan ifadelerden hoşlanmaz ve bunlara karşı çıkar. Hocanın “İbn-i Sina'dan beri var olanın üzerine ilim koyamazsınız” demesi üzerine “İslam'da hastalıklarının nedeninin araştırılması konusunda teşvik vardır. Allah derdi ve dermanı birlikte verir. O halde dermanı arayın” şeklinde bir hadisten rivayet olunduğunu söyleyerek kendi düşüncelerini ortaya koyar. Bunun üzerinde hocası Ziya'yı önüne katarak kurumun yöneticisine gider ve öğrencisinin saygısız üslubunu gerekçe göstererek okuldan uzaklaştırılmasını sağlar. Dizinin bu sekansında Osmanlı'da yüksek öğretimde yaşanan geleneksel ve modern karşıtlığı tıp bilimi üzerinden örneklendirilmektedir. Ziya'nın dışında dizinin diğer ana karakteri olan İhsan aslında bir doktordur. Geçmişe dönük sahnelerde Paris'te eğitim alıp ülkesine dönen İhsan'ın yıllar önce aynı kurumda ders verdiği, Ziya'nın okuldan atılmasını sağlayan kişi ile de fikir ayrılıkları ve tartışmalar yaşadığı gösterilmektedir. Söz konusu dönemde öğrencilerinin eğitimciler ile bu gibi çatışmalar yaşandığına dair bilgiler bulunmaktadır. Bunun gerekçesi olarak Avrupa'da yaygınlaşmaya başlayan pozitif bilimlerin yarattığı etki öne sürülmektedir. Osmanlı'da kimi aydın ve eğitimciler bu konudaki gelişmeleri heyecanla karşılayıp takip ederken kimilerinin geleneksel yöntemlerden vazgeçmemesi özellikle öğrenciler açısından kafa karıştırıcı sonuçlar yaratmıştır (Akyüz, 2011, s. 16).

Yaratılan dizisinde eğitim konusunda orijinal metinde yer almayan bir ekleme bulunduğu söylenebilir. Bu ayrıntılar ile hem anlatının derinlikli bir yapıya sahip olması, hem de odak aldığı dönemin gerçeklerinin doğru biçimde yansıtılmasının sağlandığı görülmektedir.

3.1.4. Sağlık

Osmanlı Devleti tüm dünyada olduğu çeşitli dönemlerde tüm ülkeyi etkisi altına alan veba, kolera, çiçek, verem, cüzzam gibi salgınlarla mücadele etmek zorunda kalmıştır. Bu salgınların ülkeye giriş nedenlerinin başında diğer ülkelerle olan ticaretler gelmektedir (Aybar, 2018, s.505). Sınır ülkeleri ile karadan, diğer ülkeler ile ise deniz yoluyla gerçekleşen insan etkileşimi çeşitli virüs ve bakterin ülkeye taşınmasını kaçınılmaz kılmıştır.

Yaratılan dizisinde kolera ve cüzzam salgınlarından bahsedilmektedir. İlk bölümde Ziya'nın ailesinin eski bir tanıdığı olan cüzzam hastası bir kadın ekrana gelir. Kadın cüzzamlıların kapatıldığı bir tekkede yaşam mücadelesi vermekte, Ziya'nın annesi zaman zaman onu ziyaret etmektedir. Lepra olarak da bilinen cüzzam hastalığının başlangıcı orta çağa dayanmaktadır. Ciltte ve sinir hücrelerinde hasar ortaya çıkaran hastalık zamanla başta yüz olmak üzere tüm vücuda etki etmekte ve uzuv kaybı ile dahi sonuçlanabilmektedir. Bu hastalığın diğer tüm salgın hastalıklara göre her dönemde halkın üzerinde korkutucu bir etkisi bulunmuştur. Bunun nedeni hastaların fiziksel görüntülerinin ciltlerine yerleşen derin yaralar nedeniyle tedirgin edici bir hal almasıdır

(Billur, 202, s. 223). Dizinin yönetmeni Çağan Irmak, İhsan karakterinin öldükten sonra tekrar dirilmesi sırasında yaşadığı yıldırım çarpmasının da etkisiyle yüzünün deforme olmasını kastederek “Farkındaysanız yoğun bir cüzzam durumu var yüzde. Başta çözümü olmayan bir hastalıktan gelen korku da gerekiyordu. O yüzden bir cüzzam yarasına benzettim, ondan bir korkuyor insanlar” demektedir (İldır, 2023).

Resim 8. Yaratılan 3. Bölümde Cüzzam Hastaları ve 6. Bölümde İhsan’ın Yüzündeki Yara



Osmanlı Devleti cüzzam hastalığının yayılımını önlemek adına hastaların halka kapalı alanlarda tecrit edilmesi yoluna gitmiştir. Bu mekânların en bilineni “İstanbul’dan ve taşradan getirilen cüzzamlıların tutulduğu Üsküdar Miskinler Tekkesi”dir. Hastalığa yakalananların fiziksel sağlıklarını yitirmiş olmaları nedeniyle çalışamamaları onları da bakıma muhtaç hale getirmektedir. Tecrit altına alınmamış olan hastalar arasında dilencilik yapmak zorunda kalanlar da olmuştur (Yolun, 2024, s. 145).

Dizide bahsi geçen bir diğer salgın olan kolera da ilk bölümde ekrana gelmektedir. Ziya’nın annesi bir mesire alanında yaptıkları piknikte yanlarında getirdikleri suyun bitmesi üzerine sakanın sattığı sudan içmek zorunda kalmakta, kısa süre içinde hastalığın belirtilerini göstererek hayatını kaybetmektedir. Hastalık aynı zamanda halkı da etkilemekte, Doktor Muzaffer kısıtlı imkanlarla halka yardım etmeye çalışsa da fazla etkili olamamaktadır. Hastalığın belirtilerinin ortaya çıkmaya başladığı gün Ziya’nın sokaklarda “Ahali suları kaynatmadan içmeyin. Kuvvetle muhtemel ki bu kolera salgınıdır. Çok hızlı bulaşır. Çok hızlı yayılır. Emareleri karın ağrısı, bulantı, amel ve istifradır” diyerek bağırdığı görülmektedir. Latince ismi *Vibrio cholerae* olan koleranın Hindistan’da ortaya çıkan bakteri kaynaklı epidemik bir hastalık olduğu, cüzzama göre çok daha kolay bulaşması nedeniyle kısa sürede tüm dünyaya yayıldığı bilinmektedir (Billur, 202, s. 228). Kolera, Osmanlı’da ilk kez 1822’de görülmüştür. Öncelikle Anadolu’da rastlanan hastalığın İstanbul’a Trabzon’dan gelen gemilerle taşındığı söylenmektedir. Salgın 19.yüzyıl boyunca zaman zaman tekrar ederek varlığını sürdürmüş, binlerce vatandaşın hayatını kaybetmesine sebep olmuştur. Hekim sayısının azlığı ve yeterli ilaç bulunmaması nedeniyle mücadelesinde zorlanan kolera salgınının bazı illeri çok daha fazla etkilediği bilinmektedir. Bu illerden biri de dizide de bahsedildiği gibi Bursa’dır (Yılmaz, 2017, s. 42, 50). Dizinin anlatısının temelini oluşturan, Ziya’nın ölüme karşı koyma güdüsünü tetikleyenlerin başında kolera salgını nedeniyle annesini kaybetmesinin geldiği söylenebilir.

Sonuç

21.yüzyılda küreselleşmenin geldiği son noktada uluslararası şirketlerin yerel pazarlardaki hakimiyetlerini arttırmalarının yolu globalizasyondan geçmektedir. Ürün ya da hizmetlerin hedef kitlenin kültürel kodlarına uyacak şekilde düzenlenmesi anlamına gelen globalizasyon içinde bulunduğumuz dönemde medya şirketleri tarafından da benimsenen stratejilerin arasında yer

almaktadır. İnternetin kitle iletişim araçları arasındaki hakimiyetinin giderek artması sinema ve televizyon endüstrilerini de etkilemiş, dijital platformların hizmete girmesiyle film ve dizi türündeki içerikler için yeni bir dağıtım mecrası ortaya çıkmıştır. Üyelerine neredeyse sınırsız içerik sunan bu platformlar arasında uluslararası erişime açık olan Netflix, Disney Plus, Amazon Prime Video gibi örneklerin farklı ülkelerde kendi şirketleri adına İngilizce dışındaki dillerde çeşitli yapımların hayata geçmesini sağladıkları bilinmektedir. Platformların 'originals' kategorileri altında dublajlı ya da altyazılı dil seçenekleri ile yayınladıkları bu içerikler sayesinde izleyiciler yabancıları oldukları kültürlerin anlatılarına ulaşabilmektedir. Bu içerikler arasında yüksek izlenme sürelerine sahip yapımların sayısı az değildir. Örneğin, İngilizce dışındaki dillerde üretilen Netflix yapımları arasındaki *Squid Game* adlı dizinin platformun tüm zamanların en uzun süre izlenen yapımları arasında ilk sırada yer aldığı açıklanmıştır. Buradan hareketle, Netflix'in uluslararası pazarda global hikâye anlatımı ile varlık gösterdiğini söylemek mümkündür.

Başta Netflix olmak üzere dijital platformların farklı dillerdeki içeriklerin üretilmesine olan katkısı Hollywood'un kültürel hegemonyasını azaltma yönünde bir etki yarattığı yorumlarının yapılmasına neden olmaktadır. Bu görüşe karşı çıkanlar ise Netflix'in İngilizce dışındaki dillerde üretilen anlatılarının yerel olanın üzerinde evrenselin hakimiyetinin hissedildiği, bir anlamda 'Amerikanlaşmış' yapımlar olduğunu iddia etmektedir.

Netflix 2016 yılında Türkiye de dahil olmak üzere birçok ülkeye açılmış ve hemen ardından bu ülkelerde ürettiği film ve dizileri kütüphanesine eklemeye başlamıştır. Netflix Türkiye'nin ilk iki yapımı anlatılarını Türk-kültür öğeleri üzerine inşa eden fantastik türdeki *Hakan: Muhafız* ve *Atiye* isimli diziler olmuştur. Bunları *Pera Palas'ta Gece Yarısı* ve *Şahmaran* gibi yine global hikâyeler olarak sayabileceğimiz yapımlar izlemiştir. Tüm bu yapımlar Türk mitolojisi ya da Türk tarihinden unsurlar içeriyor olsalar da başta Türk izleyicisi tarafından yetersiz bulunmuş, anlatmaya niyetlendikleri hikâye ya da kültürel öğeyi aktarmayı başaramadıkları yorumları yapılmıştır. Bu durumu tersine çeviren ise 2023 yılında yayınlanan, tüm dünyada gotik edebiyat türünün en bilinen eseri olan Mary Shelley'in kaleme aldığı Frankenstein ya da Modern Prometheus adlı romandan uyarlanan *Yaratılan (Creature)* adlı dizi olmuştur. 19.yüzyılda Osmanlı Devleti'nin, İstanbul ve Bursa illerinde geçen dizide Türk-kültür öğelerinin gerçeğe uygun biçimde yansıtıldığı söylenebilir. 19.yüzyıl Avrupa'sının kültürel kodlarını içeren bilimkurgu türündeki edebiyat eserini aynı dönemin Osmanlı kültürü üzerinden yorumlayarak bambaşka bir anlatı ortaya koyan *Yaratılan* adlı dizi hem uluslararası pazara sunulabilecek nitelikte bir yapıma dönüşmüş, hem de global hikâye örnekleri arasında otantikliğini korumayı başaran örnekler arasına girmiştir.

Yaratılan adlı dizideki Türk-kültür öğelerini nitel içerik analizi yöntemiyle inceleyen ve Osmanlı tarihine dair akademik çalışmalardan yararlanarak yorumlayan bu araştırmanın elde ettiği sonuç yapının söz konusu öğeleri aslına uygun biçimde yansıttığı yönündedir. Dizideki karakterlerin giysileri dönemin giyim kuşamındaki batılılaşmayı ortaya koymaktadır. Kadın kıyafetlerinde opak peçelerin yerini tül peçelerin aldığı, dış giyim için ise yaşa uygun renkte ferace kullanımının yaygın olduğu, kentli erkeklerin dönemin yeni uygulamalarından olan fes zorunluluğuna uydukları, yarı sıra redingot denilen uzun ceketleri tercih ettikleri görülmektedir. Söz konusu dönemde tıp eğitiminde yaşandığı bilinen geleneksel ve modern yaklaşımdan kaynaklanan çatışmalar dizinin ana karakterlerin eğitim aldıkları veya çalıştıkları kurumlarda yaşadıkları sorunlar üzerinden aktarılmıştır. Bununla birlikte, dönemin sosyal hayatında büyük etkileri olduğu bilinen kolera salgını ve cüzzam hastalığı da anlatıda ayrıntılarıyla yer almaktadır.

Son olarak, dizide sosyal hayatın süregeldiği mekanlardan olan mesire yeri, lokanta, sirk gibi alanların dizinin yaratıcıları tarafından tarihi kaynaklara başvurularak tasarlandıkları anlaşılmaktadır. Özetle, *Yaratılan* dizisinin dönemin yerel kültürünü anlatının görsel atmosferini zenginleştirecek ve karakter derinliğini arttıracak şekilde aktardığını söylemek mümkündür.

Extended Abstract

Glocalization, as a term, formed by combining the words ‘global’ and ‘local’, refers to the adaptation of internationally supplied products or services to the specific cultural traits of a target audience. This strategy enables companies to establish a presence in local markets while also enhancing their profitability in the global market. Today, glocalization has also become a vital strategy for media companies. Thanks to digital platforms that operate globally, audiences can now reach content produced by nations with which they have no cultural connection. Netflix, the industry leader of digital platforms, is known for its use of glocal storytelling in productions from various countries. The platform, accessible in 190 countries, is often cited as a pioneer in breaking American cultural hegemony. For instance, the South Korean series *Squid Game*, which was released in 2021, became the most-watched production in Netflix's history. Among the strategies that have contributed to Netflix's success in glocal storytelling is its wide variety of dubbing and subtitle options. When compared to other international services like Disney Plus and Amazon Prime Video, Netflix offers a genuinely broader range of language choices. For example, "60% of its foreign content in France, Germany, Spain, and Italy" has a dubbing option (Hayhurst, 2023).

While Netflix makes productions from different languages and cultures accessible worldwide, some argue that this is the exact opposite of the idea about breaking America's cultural hegemony. Although the content on this platform is produced in different countries and non-English languages, it is often commented that the content has been "Americanized." It can be said that Netflix 'commodifies' different local cultures by integrating them into mainstream productions. While this increases its power in the market, it also standardizes what is authentic. Even though it is produced with a glocal strategy, what is actually being done is not a direct transfer of local culture, but a partial inclusion of local elements in a narrative that preserves global codes. While the local and universal may seem to be merging, the dominance of the universal cannot be ignored. For example, Netflix's first original Turkish-language content, *The Protector* (2018), contains elements of Turkish culture but was designed as a mainstream production with all the clichés of Hollywood. Subsequent series also have similar characteristics. *The Gift* (2019), which aimed to produce a fantasy narrative by blending many elements of Turkish mythology, *Midnight at the Pera Palace* (2022), which tells the fantastical story of a young journalist who travels to the Ottoman Period in the footsteps of the popular crime fiction writer Agatha Christie and *Shahmaran* (2023), inspired by the story of Shahmaran, the very well-known a half-human, half-snake figure in Turkish mythology, are all examples of productions where American clichés overshadow local culture. In contrast, the Netflix series *Creature*, released in 2023, stands out from these examples due to its realistic representation of local culture. This series, adapted from the novel *Frankenstein; or, The Modern Prometheus* and set in the 19th-century Ottoman Empire, in Istanbul and Bursa, manages to maintain its authenticity and present a world-renowned work as a brand-new narrative.

This research aims to identify elements of Turkish culture in the Netflix series *Creature* through qualitative content analysis. Content analysis, a qualitative research method, “gathers similar data around specific concepts and themes and presents it understandably” (Doğanay et al.,

2012, p. 186). The representation of Ottoman life practices in the series is compared with data from academic sources on Ottoman history.

The cultural codes of the period presented in the series can be classified as clothing, social life, education, and health. The characters' outfits reflect the Westernization of fashion during that era. For women, opaque veils were replaced with tulle veils, and the use of the 'ferace' (a long, flowing cloak) in age-appropriate colours for outerwear was everyday. Urban men are shown to have complied with the new requirement to wear the fez and preferred long jackets called 'redingot'. Conflicts in medical education during that period, known to have arisen from clashes between traditional and modern approaches, are conveyed through the problems the main characters faced at their educational or professional institutions. Additionally, the narrative includes detailed accounts of the cholera epidemic and leprosy, which are known to have had significant impacts on social life at the time. Ultimately, it's evident that the series' creators drew inspiration from historical sources to design social spaces, including picnic areas, restaurants, and circuses. In conclusion, the series *Creature* portrays the local culture of the period in a way that enriches the visual atmosphere and deepens character development. By reinterpreting a science fiction novel from 19th-century Europe through the lens of Ottoman culture from the same period, *Creature* creates a very extraordinary narrative. The series has evolved into a high-quality production suitable for the international market and serves as an example of glocal storytelling that has successfully maintained its authenticity.

Kaynakça

- Akansel, İ. (2012). Osmanlı Dönemindeki Batı Tipi Sanat Dallarının Osmanlı Modernleşmesine Etkisinin Yapısal Bir Bakışla Değerlendirilmesi. *Atatürk İletişim Dergisi*, 2, 159-175.
- Aktepe, Ş. & Erol, E. (2019). Osmanlı Dönemi Gelinlikleri ve Gelin Başlıkları. *The Journal of Social Science*, 3 (5), 339-349. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.516782>
- Akyüz, Y. (2011). Osmanlı Döneminden Cumhuriyete Geçilirken Eğitim-Öğretim Alanında Yaşanan Dönüşümler. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1, 2.
- Aldoğan, Y. (2022). *Netflix'in merakla beklenen tarihi dizisi Pera Palas, ne yazık ki bekleneni vermiyor*. <https://www.cumhuriyet.com.tr/kultur-sanat/netflixin-merakla-beklenen-tarihi-dizisi-ne-yazik-ki-bekleneni-vermiyor-1913300> (Erişim Tarihi: 10.02.2025).
- Atalay, E. (2021). 19. Yüzyıl Osmanlı İstanbul'unda Kadın Kıyafetinin Evrimi. *ETÜT Dergisi*, 1 (2), 129-162.
- Atılğan, D. K. (2024). Batılılaşma Döneminden Cumhuriyet'e Osmanlı Kadın Giyim Kuşamında Yasaklar. *Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM)*, 6 (2), 97-120, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1373124>
- Aybar, M. (2018). İlet-i Cüzzam: Osmanlı Dağılıma Dönemi. *Tarih Okulu Dergisi*, 11(33), 503-517. [doi.org/doi.org/10.14225/Joh1160](https://doi.org/10.14225/Joh1160)
- Aydın, R. (2018). Türk Modernleşmesinde Bir Görünüm ve Değişim Temsili Olarak Kıyafet. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3 (6), 48-70

- Aysal, N. (2011). Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Giyim ve Kuşamda Çağdaşlaşma Hareketleri. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 10, 3-32.
- Billur, D. (2020). İstanbul'da Bulaşıcı Hastalık Tarihinden Kesitler: Şahsiyetler, İmgeler ve Mekânlar Üzerinden Bir İnceleme. *MSGSÜ Sosyal Bilimler*, 2 (22), 218-237.
- Candan, G. (2020). Glokalizasyon Bağlamında Netflix Reklamları: Göstergebilimsel Bir Analiz. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2 (1), 3-15.
- Çetin, E. (2012). Osmanlı'da Gündelik Hayata Sosyolojik Bir Bakış. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 7, 277-294
- Demirtaş, Z. (2007). Osmanlı'da Sıbyan Mektepleri ve İlköğretim Örgütlenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (1), 173-183
- Dinçer, S. D. (2023). Güney Kore'nin mali krizde araladığı çıkış kapısı: "Hallyu Politikası". <https://www.aa.com.tr/tr/dosya-haber/guney-korenin-mali-krizde-araladigi-cikis-kapisi-hallyu-politikasi/2971958> (Erişim Tarihi: 29.02.2025).
- Doğanay, A., Ataizi, M., Şimşek, A., Balaban Salı, J., & Akbulut, Y. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Forman, J. & Damschroder, L. (2008) Qualitative Content Analysis in Liva Jacoby & Laura A. Siminoff (Eds) *Empirical Methods for Bioethic: A Prime*, 39-62, Amsterdam: Elsevier JAI
- Harmandar, S. (2020). 19.Yüzyılda İstanbul'da Değişen Eğlence Anlayışı ve Yeni Eğlence Mekânları. *ETÜT Dergisi*, 1 (1), 114-117.
- Hayhurst, M. (2023). *Netflix's 9 Step Localization Strategy for International Streaming Success*. <https://www.getblend.com/blog/localization-strategies-for-international-streaming-success/> (Erişim Tarihi: 26.01.2025).
- Ildır, A. (2023). Çagan Irmak ile Yaratılan Üzerine Söyleşi: 'İnsanın Kibri, Canavarın Kalbi'. <https://altyazi.net/soylesiler/cagan-irmakla-yaratilan-uzerine-soylesi/> (Erişim Tarihi: 07.03.2025).
- Kamacioğlu, B. (2017). Çizgi Filmlerin Kültür Aktarımındaki Rolü ve Hayao Miyazaki Çizgi Filmleri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7 (2), 1-18. <https://doi.org/10.20488/www-std-anadolu-edu-tr.393478>
- Karataş, S. (2003). Osmanlı Eğitim Sisteminde Batılılaşma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 231-242
- Kavi, M. & Karaman, M. K. (2021). İnternet Dizilerinin Glokalleşmesi Üzerine Bir İnceleme: Hakan: Muhafız Örneği. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 61-79.
- Kim, T (2022). Critical Interpretations of Global-Local Co-Productions in Subscription Video-on-Demand Platforms: A Case Study of Netflix's YG Future Strategy Office, *Television & New Media*, 23(4), 405-421. <https://doi.org/10.1177/1527476421999437>
- Koca, E. (2009). 18. ve 19. Yüzyıl Osmanlı Erkek Modası. *Türk İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, 7, 63-81
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2)

- Neira, E., Clares-Gavilán, J. & Sánchez-Navarro, J. (2023). Standing up to Hollywood: the Netflix glocal strategy for popularising non-English-language series worldwide. *Profesional de la Información*, 32 (4). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.09>
- Salsabila, K. (2021). Netflix: Cultural Diversity or Cultural Imperialism? *Journal of Transnational American Studies*, 8 (1), 15-27 <https://doi.org/10.22146/rubikon.v8i1.65480>
- Sekmen, M. & Arık Ateş, P. (2014). Türk Gösterim Sanatlarında Sirk. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7 (7), 19-30.
- Taş Alicenap, Ç. (2014). Yerelden Evrensele Japon Anime ve Manga Sanatı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7 (7), 31-60. <https://doi.org/10.20488/austd.97233>
- Yılmaz, Ö. (2017). 1847-1848 Kolera Salgını ve Osmanlı Coğrafyasındaki Etkileri. *Avrasya İncelemeleri Dergisi*, 6 (1), 23-55.
- Yılmaz, S. (2019). Sosyal Medyada Glokal Yaklaşım Örneği Olarak “McDonalds” Analizi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3 (2), 127-145.
- Yiğit, Z. (2023). *Netflix Türkiye Yapımlarındaki Sorun: Şahmaran*. <https://www.otekisinema.com/netflix-turkiye-yapimlarindaki-sorun-sahmaran> (Erişim Tarihi: 22.03.2025).
- Yolun, M. (2024). Hastalık, Stigmatizasyon ve Yoksulluk: Osmanlı'dan Erken Cumhuriyet'e Cüzzamlı Dilenciler. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36, 136-148. <https://doi.org/10.15182/diclesosbed.1415315>

Etik Beyan/Ethical Statement: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur. / It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Çatışma Beyanı/Declaration of Conflict: Çalışmada kişi ya da kurumlar arası çıkar çatışmasının olmadığı beyan olunur. / It is declared that there is no conflict of interest between individuals or institutions in the study.

Telif Hakkı&Lisans/Copyright&License: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır. / Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0