

Derleme Makale

KİTLESEL FONLAMA BAĞLAMINDA ÜÇÜNCÜ SİNEMA KURAMINA BAKIŞ

Ramazan ÇELİK¹

Ferit ÇAĞIL²

ÖZ

Sinema işitsel ve görsel duylara aynı anda seslenebilen günümüzün en önemli sanat dalları arasındadır. Sinema ekonomik, ideolojik ve sosyolojik etki alanı ile günümüz dünya düzeninde diğer birçok alanda olduğu gibi bir değişim ve dönüşüm sürecinden geçmektedir. Kitlesele fonlama bağlamında sinemanın bu değişim ve dönüşümü üçüncü sinema kuramı bağlamında çalışmamızın ana eksenini oluşturmaktadır. Kitlesele fonlama, birçok küçük ekonomik iştirakin birleşerek bir projeye yatırım yapması, ar-ge için sipariş ya da bağış adı altında girişimcilere sermaye sağlamak için fon desteğinde bulunmasına denir. Üçüncü sinema kuramı ise kültür endüstrisine ve sömürgeciliğe karşı mücadelede rol oynayan ve halkı aydınlatmakla kalmayıp harekete geçirecek devrimci bir özellik taşıyan sinemadır. Yapısı gereği ticari bir faaliyet alanı olan sinema son zamanlarda kitlesele fonlama yöntemiyle bu yönünü bertaraf etmiş ve gerçek manada bağımsız yapımların çekilmesine vesile olmuştur. Son zamanlarda bu yöntem ile kitlesele fonlama sitelerini aktif olarak kullanan kişilerin sayısı ve buna paralel olarak film sayısı artmıştır. Bu çalışmada daha özgür ve parasal kaygıdan ziyade politik önemi olan üçüncü sinema için kitlesele fonlamanın ne gibi etkiler doğurduğu anlatılmaktadır. İçerik bakımından da üçüncü sinema kuramı, kitlesele fonlama üzerinden yeniden değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kitlesele fonlama, üçüncü sinema, üçüncü sinema kuramı, kitlesele fonlama siteleri, bağımsız sinema

Overview Of The Third Film Theory In The Context Of Crowdfunding

ABSTRACT

Cinema is among the most important branches of art today that can address auditory and visual senses at the same time. Cinema is going through a process of change and transformation with its economic, ideological and sociological domain as in many other fields in today's world order. This change and transformation of cinema in the context of crowdfunding constitutes the main axis of our study in the context of the third cinema theory. Crowdfunding refers to the fact that many small economic

¹Dr. Öğretim Üyesi, Trakya Üniversitesi Edirne Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu,, ramazancelik@trakya.edu.tr

² Araştırma Görevlisi, Bitlis Eren Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema ve Televizyon Bölümü, fcagil@beu.edu.tr

subsidiaries merge to invest in a project, to support funding for entrepreneurs under the name of order or donation for R&D. The third cinema theory is a revolutionary feature that plays a role in the fight against the cultural industry and colonialism, and which will not only enlighten the people but also activate them. Cinema which is a commercial activity area by its nature, has recently overcome this aspect with crowdfunding method and has been instrumental in attracting independent productions in real sense. Recently with this method, the number of people actively using crowdfunding web sites and the number of films increased in parallel. In this study, the effects of crowdfunding on the third cinema, which is of political importance rather than free and monetary anxiety, are explained. In terms of content, the third cinema theory is re-evaluated over crowdfunding.

Keywords: Crowdfunding, third film, third film theory, crowdfunding web sites, independent cinema

Giriş

Günümüz çalışma ortam ve yöntemleri teknoloji ile bağlantılı olarak her geçen gün yeni bir boyut kazanmaktadır. Teknolojinin gelişmesi temelde ekonomik birçok çarkın değişim ve dönüşümü ile boyut değiştirerek yeni yöntemlerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bilgisayarın ortaya çıkması akabinde internetin kullanılmaya başlanması devrim niteliğindeki birçok değişim ve dönüşüm temelinde yatan önemli iki faktördür.

İş yaşamında bilgisayarlaşma ve internetin yaygın kullanılması ile birlikte otonom sistemler (kendi kendine çalışan sistemler), robotik sistemler, yonga teknolojilerine sığdırılmış mikro teknolojiler, cep telefonu, tablet vb. önemli iletişim araçları ekseninde dijital bir dünyanın bu değişim temelinde yükselmeye başladığını ve teknolojik bir devrimin bizzat içinde yaşayan bireylere dönüştüğümüzü söylemek mümkündür.

Teknolojinin bu denli hızlı gelişmesi ekonomik açıdan sektörlerin çalışan çarklarının da boyut değiştirmesine sebep olmuş, kolaylıklar ve zorluklar listesi de buna istinaden değişmiştir. Yukarıda teknolojinin bu kadar hızlı değişmesi sonrası ortaya çıkan etkenler önemli bir iletişim aracı olan ve kitlesel gücü gün geçtikçe daha da önemli halen gelen sinema içinde geçerlidir. Örneğin sinema tarihine bakıldığında 1960'lı yıllara kadar film çekmenin hiç de kolay olmadığı görülmekte, 1960'lı yıllardan sonra sinema teknolojisinin gelişmesi ile birlikte sinema tekeli elinde bulunduranların teknolojiye yenildikleri görülmektedir. Sonrasında bilgisayarlaşma ekseninde internetin kullanımı ile birlikte sinema neredeyse bireyselleşerek herkesin uğraşı haline gelmesine sebep olmuştur. Zira sinema bir sanattır ve herkesin bir uğraş alanı olması haline elbette gelmeyecektir. Fakat burada ifade edilmesi gereken örneğin süper bilgisayarlara dönüşen ve cebimize sığan cep telefonu teknolojisi ile bile artık bir şeyler çekmenin çok kolay bir hal almasının mümkün olmasıdır.

Bu çalışmada teknoloji ile yaşanan değişim ve dönüşüm bağlamında kitlesel fonlama dediğimiz sistemin teknolojik bir ortamda sinema tekeli elinde bulunduranların aksine alternatif sinemaya nasıl katkıda bulunabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca bu sektöre bir anlam kazandırmaya çalışan sinema emekçilerinin üçüncü sinema kuramı bağlamında alana kitlesel fonlama ile nasıl bir katkı yaptığı tartışılmaktadır. Konu ile ilgili yapılan akademik çalışmalara bakıldığı zaman kitlesel fonlama ya da üçüncü sinema ile ilgili bu iki ana konuyu birlikte ele alan bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu nedenle çalışmamızda kitlesel fonlamanın ne olduğu, ne zaman çıktığı ve ne amaçla kullanıldığına kadar kapsamlı bir değerlendirme yapılmaktadır. Üçüncü sinema kuramının kitlesel fonlama ile nasıl gelişebileceği tartışılmaktadır.

Kitlesel Fonlama (Crowdfunding) Nedir?

Yeni nesil alternatif finansman yöntemi olarak ortaya çıkan “kitle fonlama”, “kitle fonlaması” ya da “kitlesel fonlama” olarak ifade edilen kelime İngilizce “crowdfunding” kelimesi ile literatüre giren yeni bir kelimedir. Çalışmamızda daha çok “kitlesel fonlama” anlamını Türkçe karşılık olarak kullanacağız.

Kitlesel fonlama, Cambridge Sözlük’e göre; “bir iş projesi için finans sağlamak amacıyla küçük miktarlarda para vererek insanlara (girişimci) kazanç sağlamak” (Cambridge Dictionary, 2020) anlamına gelmektedir. Literatüre bakıldığı zaman ise crowdfunding kavramının, kitlesel kaynaklardan faydalanma anlamına gelen crowdsourcing kavramıyla ilişkili olduğu görülmektedir (Fettahoğlu & Khusayan’dan akt. Çağlar, 2019, p. 20). İlk defa 2006 yılında Jeff Howe tarafından, ‘The Rise of Crowdsourcing’ başlıklı bir makalede bahsedilen crowdsourcing kavramı, herhangi bir kurumsal faaliyetin geliştirilmesi veya sorunun çözülmesi için kalabalıkların fikirlerinin alınması ve bu fikirlerin sorunların çözümünde kullanılması anlamına gelmektedir (Atsan & Erdoğan’dan akt. Çağlar, 2019, p. 20).

Kitlesel fonlama; bir ürün, organizasyon ya da projenin dijital platformlar aracılığı ile tanıtılması ve gerçekleştirilmesi için gerekli olan fonun doğrudan bu platformlar üzerinden temin edilmeye çalışılmasıdır ve alternatif bir finansman yöntemi olarak bir ön talep oluşturma ve iş avansı toplama faaliyetidir (İstfonbul, 2020). Girişimcilerin, projelerini gerçekleştirmek için ihtiyaç duydukları finansmanı henüz başlangıç aşamasında, internet siteleri ve sosyal medya platformları aracılığıyla sağladığı fon toplama tekniğine kitlesel fonlama denmektedir (İzmirli Ata’dan akt. Çağlar, 2019, p. 20).

Kitlesel fonlama yöntemi ile girişimci, üretim gerçekleşmeden belirli bir kitleye satış sözleşmesi sunarak, üretilecek ürüne finansman sağlanması ile pazarlama

işlemini çok etkili bir şekilde birleştiren bir ön değerlendirme mekanizmasına sahip olur (Ellman & Hurkens'den akt. Çağlar, 2019, p. 20). Macht ve Chapman (aktaran, Çağlar, 2019, p. 21), Kickstarter platformundaki kullanıcı yorumlarını analiz ederek yaptıkları nitel çalışmada, kitlesel fonlamanın sadece fon toplama aracı olmadığını, girişimcilerin kullanıcı yorumlarını doğru bir şekilde analiz ederek ürünün geliştirilmesine dair geri dönüşleri alabileceğini ve ürüne yönelik olarak belli bir kesimde bağlılık sağlayabileceğini aktarmıştır. Miglo ve Miglo (aktaran, Çağlar, 2019, p. 21) ise kitlesel fonlamanın, piyasa aksaklıklarından birisi olan, alıcı ve satıcıların malların niteliği konusunda farklı bilgiye sahip olması anlamına gelen asimetrik bilgi durumunda, girişimciler açısından daha avantajlı bir finansman yöntemi olduğunu belirtmişlerdir. Mahmood, Luffarelli ve Mukesh ise (aktaran, Çağlar, 2019, p. 21) görsel işaretlerin kitlesel fonlama yatırımcılarının algılarındaki yerini araştırdıkları çalışmalarında, örnek olarak seçilen bir hisse bazlı kitlesel fonlama platformundaki yatırımcılara yapılan anket ve alan çalışması sonucu, daha kompleks logolara sahip olan firmaların yatırımcılar tarafından daha inovatif (yenilikçi) ve özgün firmalar olarak yorumlandığı şeklinde bir sonuca ulaşmışlardır.

Kitlesel fonlamada öncelikli olan ve ilk gerçekleşen durum ürün çıkmadan, üretim gerçekleşmeden pazarlama işlemini çok etkili yaparak fon elde etme isteğinin finansmanın sağlanacak kitle üzerindeki etkisini ölçme avantajıdır. Böylelikle ürün daha çıkmadan yapılacak olan tanıtım ürüne olan inancında ön değerlendirmeden geçmesi anlamına gelmektedir. Bu avantajın yanında kitlesel fonlama ile kitlelerde bir farkındalık yaratmanın ve aynı zamanda inovatif ve özgün çalışmalar ile üretime anlam katmanın daha mümkün olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Özellikle kitlesel fonlamayı çalışmamız kapsamında üçüncü sinema bağlamında değerlendirmek istememizin sebebi hizmetin sunulduğu kitleler üzerindeki farkındalık yaratma eylemi ve ortaya çıkan ürünün inovatif ve özgün olmasıdır.

Kitlesel Fonlama İlk Kez Ne Zaman Ortaya Çıktı ve Ne Amaçla Kullanıldı?

Kitlesel fonlama olarak geçmese bile bu fikir ilk kez Jonathan Swift'in İrlanda Kredi Fonu'na ve Dr. Muhammed Yunus'un mikro kredi finansman yöntemine dayanır. Özellikle Muhammed Yunus'un mikro kredi finansman yöntemini dünyada neredeyse bilmeyen yoktur ve bu yöntem girişimcilere ilham kaynağı olmuştur. Belirli platformlar aracılığı ile düzenlenen para toplama kampanyaları bile kitlesel fonlama öncesi bu işin temelini atan olaylardandır diyebiliriz.

Kitlesel fonlama 'Crowdfunding' teriminin ilk defa kullanılması 2006 senesinde Michael Sullivan isimli bir girişimcinin kurmuş olduğu 'Fundavlog' isimli bir çalışmada olmuştur. Her ne kadar bu çalışma başarılı olmamış olsa da daha sonra

kurulan Kiva, Indiegogo, Kickstarter, Microventures gibi platformlar, kitlesel fonlamanın dünyada yaygın olarak kullanılmasına ön ayak olmuşlardır. (İşler'den akt. Çağlar, 2019, p. 21).

Kitle fonlaması uygulamaları günümüzde en yaygın kullanıldığı Kuzey Amerika dışında, Latin Amerika, Avrupa, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya yayılmaktadır (Kırel & Aktaş, 2016, p. 108). Bugün sayısı 2000'in üzerinde olan kitlesel fonlama platformlarının önünü açan ve proje hacimlerinin gerçek anlamda artmasını sağlayan ana gelişme ise Amerika Birleşik Devletleri'nde 2012 senesinde çıkan 'JOBS (Jumpstart Our Business Startups)' kanunu olmuştur. Bu kanunun 3. bölümünde kitlesel fonlama ile ilgili yapılan düzenlemeye göre, 'bir şirket 12 ay boyunca fonlama sitesiyle toplamda 1 milyon ABD doları toplayabilir ve yatırımcılar için akreditasyon şartı gerekmez' (Ünsal'dan akt. Çağlar, 2019, p. 22).

İngiltere'de ise konuyla ilgili düzenlemeler 2011 yılında yapılmıştır ve yapılan düzenlemeler İngiltere'nin sermaye piyasası kurulu olan Financial Conduct Authority (FCA) tarafından onaylanmıştır. 2013 yılında ise İngiltere'nin ilk kitlesel fonlama platformu CrowdCube kurulmuştur ve FCA tarafından ruhsatlandırılmıştır (Ergen vd. akt. Çubukçu, 2017, p. 162).

Japonya'da kitlesel fonlama Mayıs 2014'te yapılan düzenleme ile mümkün hale getirilmiştir. Bu sayede 10-50 milyon Japon Yeni sermayeli şirketlere kitlesel fon sağlanması yasal olarak mümkün hale getirilmiştir (Atsan & Erdoğan'dan akt. Çubukçu, 2017, p. 162).

Türkiye'de ilk kitlesel fonlama uygulaması 2010 yılında www.projemefon.com adlı platform ile kurulmuştur.1 Dünyada çok hızlı gelişmesine rağmen bizde istenilen düzeye ulaşmamıştır. Bunun temel nedeni kitlesel fonlamanın hem kavram olarak hem de içerik olarak Türkiye'de tam olarak bilinmemesidir (İstfonbul, 2020). Ülkemizdeki duruma bakıldığında bu alanda uluslararası örneklerle nazaran çok etkin bir sürecin yaşanmadığı görülmektedir. Aralık 2016 tarihinde Türkiye'nin ilk kitlesel fonlama derneği kurulmuştur. Derneğin amacı çok az sayıda ve genellikle 'ödül' temelli olan kitlesel fonlama platformlarına yenilerinin eklenmesini sağlamaktır. Bu dernek, Türkiye'de kitlesel fonlamanın bilinirliğini arttırmanın yanı sıra hukuki çerçevesinin oluşturulmasına da katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Kitlesel Fonlama sistemi Türkiye'de Aralık 2017 tarihinde resmi gazetede yayınlanan yasa ile resmi bir yapıya kavuşmuştur (Ceylan, 2019). 2019 yılı sonuna doğru da fon sistemi üzerinden para toplama ile ilgili Resmi Gazete'de yasal düzenleme yayınlanmıştır. Yasal düzenlemelerin yapılması ile birlikte 2020 ve sonrasında Türkiye'de de kitlesel

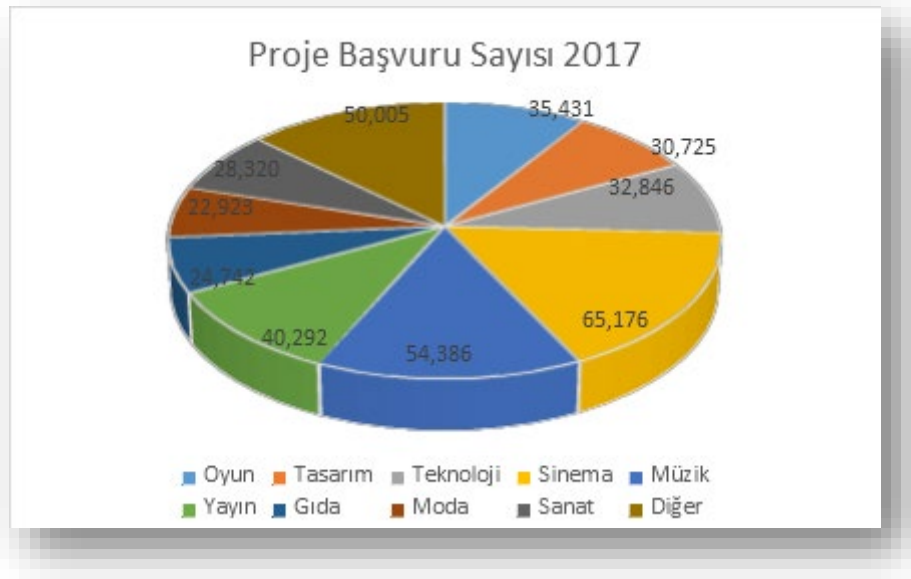
fonlama platformlarının ekonomik açıdan çok daha etkili olabileceği, pazar payını arttırabileceği ve girişimciler için etkili bir kaynak olacağı açıktır.

Kitlese Fonlamanın Pazar Gücü

Kitlese fonlama platformlarının dünyadaki hacminin 2015 yılı itibariyle 34 milyar dolara ulaştığı bilinmektedir. Ayrıca yine 2015 yılı itibariyle dünyada 2 bin 902 kitlese fonlama platformu mevcuttur (Çubukçu, 2017, p. 159). Kitlese fonlama teknolojinin de gelişmesine paralel olarak zamanla milyarlarca doların dolaşımında olduğu bir pazar haline gelmektedir.

Dünya ölçeğinde yıllara göre yaygın olarak hem platform sayısında hem de platformlarda gösterime giren proje sayısında ve projelere sağlanan fon miktarındaki artış, sistemin ciddi bir potansiyeli barındırdığını ortaya koymaktadır.

Statista.com'un yaptığı bir çalışmaya göre, 2017 yılında 14 milyar 560 milyon dolar değerinde olan kitlese fonlama platformlarından toplanan fon büyüklüğünün 2022 yılında 57 milyar dolara çıkacağı tahmin edilmektedir. Statista tarafından hazırlanan 2017 raporuna göre, 14 milyar 6 yüz milyon dolarlık kitlese fonlamanın, 6 milyar 580 milyon dolarlık kısmı Çin'de gerçekleşmiştir. Bu fonlamanın 4 milyar 920 milyon dolarlık kısmı ürün bazlı, 1 milyar 660 milyonluk kısmı ise hisse bazlı kitlese fonlamadır. 2017 yılında ABD'de ise 2 milyar 600 milyon dolarlık fonlama gerçekleşirken, Avrupa'da 1 milyar 910 milyon dolarlık fonlama gerçekleşmiştir. Ayrıca ABD'de 2017'deki başarı ile tamamlanmış proje sayısı, ürün bazlı kitle fonlamasında 177 bin adet iken, hisse bazlı kitle fonlaması 4 bin 300 adet olmuştur (İstfonbul, 2020).



Grafik 1: (İstfonbul, 2020).

Statista.com'un yaptığı araştırma raporunda 2017 yılındaki proje başvuru sayıları kitlesel fonlamanın hemen her sektör için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Yüzdelik dilime göre değerlendirildiğinde; sinema sektörü olarak başı çekmektedir. Sinemayı müzik, yayıncılık, sanat, gıda, oyun ve tasarım gibi alanlar takip etmektedir. Grafikte de görüldüğü gibi girişimciler kitlesel fonlama sistemi üzerinden kaynak elde etmenin önemini kavramış bulunmaktadır. Özellikle konumuz açısından yapılan başvuru sayılarında, sinema ve sanat alanları ile ilgili başvuru sayılarının yüksek olması, kitlesel fonlama ve üçüncü sinema bağlamında konunun incelenmesinin gerekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Dünyada ve Türkiye'de kitlesel fonlamanın durumu ile ilgili daha güncel verileri Sakarya ve Bezirgan'ın (2018), "Kitlesel Fonlama Platformları: Türkiye ve Yurtdışı Karşılaştırması" adlı makalesinde görmek mümkündür. Sakarya ve Bezirgan'a göre dünyada kitlesel fonlamanın durumuna bakıldığında kickstarter ile crowdfon, fonlabeni ve fongogo gibi kitlesel fonlama internet sitelerine ilişkin içerik analizi bulgularında şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre Türkiye'de bugüne kadar 103 proje başarıyla tamamlanmıştır. Yurtdışı örnek sitesinde ise bugüne kadar 138 bin 823 proje tamamlanmıştır. Türkiye'de başarılı proje başına düşen ortalama tutar 144 dolar iken yurtdışı örneğinde bu tutar 7 bin 967 dolardır (Sakarya & Bezirgan, 2018, p. 18). Dünyada 2018 verilerine göre fonlamaya açılan proje sayısı bakımından en yüksek payı 73 bin 965 proje ile kültür ve sanat kategorisinin aldığı görülmektedir. Aynı zamanda fonlamaya açılan kültür ve sanat projeleri yüzde 45 oranında fon sağlayıcılar tarafından destek görmüştür. Buna karşın en düşük sayıda fonlamaya açılan kategori 23 bin 117 proje sayısı ile moda kategorisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun sebebini, düşük oranda başarı oranına sahip bir kategori olması sebebiyle proje sahiplerinin çekimser yaklaştığı şeklinde yorumlayabiliriz. Kickstarter sitesinde bugüne kadar fon çağrısı başlatılan projelerin ortalama değeri 8 bin 976 dolardır. Bu projelerin başarı oranı yüzde 35.91'dir. Aynı zamanda başarısız projelerin tutarı ile başarılı projelerin tutarı karşılaştırıldığında başarılı proje oranı toplamda yüzde 35 iken başarılı projelerin değerinin toplam projelerin değerine oranı yüzde 89 olarak karşımıza çıkmaktadır (Sakarya & Bezirgan, 2018, p. 28).

Türkiye'de faaliyet gösteren fongogo, crowdfon ve fonlabeni web sitelerinden elde edilen verilerin ortalamaları alınarak elde edilen sonuçlara bakıldığında ise; Türkiye'de kitlesel fonlama platformlarında fonlamaya açılan proje sayısı bakımından en yüksek payı 124 proje ile film ve video kategorisinin aldığı görülmektedir. Aynı zamanda fonlamaya açılan film ve video projeleri yüzde 50 oranında fon sağlayıcılar

tarafından en çok destek gören projedir. Fonlama başarısındaki oranın yüksekliği proje sahiplerinin motivasyonunu artırması sebebiyle yüksek sayıda projenin var olduğunu söylememiz mümkündür (Sakarya & Bezirgan, 2018, pp. 29-30).

Dünya’da en çok kullanılan kitlesele fonlama platformları; kickstarter.com, indiegogo.com, patreon.com, gofundme.com, crowdrise.com pledgemusic.com, razoo.com, rockethub.com crowdfunder.com olarak sıralanırken ülkemizde ise crowdfon.com, fongogo.com, fonlabeni.com, bulusum.com, arikovani.com, ideanest.org, fonbulucu.com (İstfonbul, 2020) en çok bilinen platformlardır.

Üçüncü Sinema Kuramı

Üçüncü Dünya Sineması olarak da adlandırılan Üçüncü Sinema, Hollywood’a (Birinci Sinema) ve estetik yönelimli Avrupa filmlerine (İkinci Sinema) bir alternatif olarak Üçüncü Dünya ülkelerinde (çoğunlukla Latin Amerika ve Afrika’da) estetik ve politik sinematik harekettir. Üçüncü Sinema filmleri, yaşamın sosyal olarak gerçekçi tasvirleri olmayı ve yoksulluk, ulusal ve kişisel kimlik, zulüm ve devrim, sömürgecilik, sınıf ve kültürel uygulamalar gibi konuları vurgulamaktadır. Terim, 1960’ların en tanınmış Üçüncü Sinema belgesel filmlerinden La Hora De Los Hornos (1968; Kızgın Fırınların Saati) yapımcılarından Arjantinli film yapımcıları Fernando Solanas ve Octavio Getino tarafından “Hacia Un Tercer Cine ”(1969; Üçüncü Sinemaya Doğru) (LeBlanc, 2014) manifestosu ile sinema kuramlarında daha sonra çığır açacak bir özellik kazanacaktır. Her ne kadar tanımlamalarda Üçüncü Sinema’nın Üçüncü Dünya ülkeleri üzerinden tanımlanması söz konusu olsa da sanılanın aksine durum öyle değildir.

Solanas ve Getino’nun yazdığı “Üçüncü Sinemaya Doğru: Üçüncü Dünya’da Özgürleşme Sinemasının Gelişmesi için Deneyimler ve Notlar” (“Towards a Third Cinema: Notes and Experiences for the Development of a Cinema of Liberation in the Third World”) adlı manifesto ilk olarak Ekim 1969’da merkezi Havana’da bulunan Afrika, Asya ve Latin Amerika Halklarının Kardeşliği Organizasyonu (OSP AAL-’nun bir yayın organı olan Tricontinental’de yayınlanmıştır. Manifesto, Kızgın Fırınların Saati filminin prömiyerini yaptığı Avrupa’da olumlu karşılanmasının ardından, Arjantin’de ise gösterime girmesinden önce yayınlanmıştır. Solanas ve Getino, filmin yapımı ile neyi gerçekleştirmek istediklerini açıklığa kavuşturmayı amaçlamışlardır. Bu nedenle manifesto, ilk yayınlanmasında, politik sinemanın gösterim deneyimini çok fazla dikkate almamıştır (Erus, 2013, pp. 110-111).

Erus’a göre (2013), Üçüncü Sinema adı 1950’lerin Soğuk Savaş döneminde başlıca iki büyük ekonomik ve politik blok olan ABD ve Sovyetler Birliği ile onlarla ittifak içinde olan ülkeler dışında kalan ülkeleri tanımlayan Üçüncü Dünya terimini

çağırıştırır. Ne var ki Solanas ve Getino'nun sınıflaması bundan farklılık gösterir. Birinci sinema Hollywood'un başını çektiği emperyalist güçlerin sömürgeleştirilmiş halkları uyutmak için kullandığı eğlence sinemasını, ikinci sinema ise estetik kaygıların peşine düşmüş bireyselliği ön plana çıkaran, Yeni Dalga akımı ile örneklendirilebilecek filmleri içerir. Solanas ve Getino'nun manifestoda tanımlamaya çalıştığı Üçüncü Sinema ise sömürgeciliğe karşı mücadelede bir rol oynayacak, halkı aydınlatmakla kalmayıp harekete geçirecek devrimci ve hatta militan bir sinemadır (2013, p. 93).

Gettino ve Solanas yazdıkları manifestoda tarif edildiği haliyle birinci sinemada izleyicileri pasif ve tüketici olarak konumlandırır. Gettino ve Solanas, ticari sinemayı kapitalist sistemdeki egemen ideolojinin bir formu olarak ele alırlar ve Hollywood Sineması'nı bu formun temel bir örneği olarak gösterirler. Solanas ve Gettino, Sanat Sineması'nı yani İkinci Sinema'yı ticari sinemaya karşı olumlu bir adım olarak değerlendirirler. Solanas ve Gettino'ya göre İkinci Sinema, bireylerin kendi duygu ve düşüncelerini insanlara iletmek için gerçekleştirilen yeni biçim arayışlarının bir ürünüdür. Dolayısıyla yönetmenin etkinliği temel motiftir; sanat sineması yönetmenlere standart olmayan bir dil kullanma olanağı sağlamıştır. Solanas ve Gettino'ya göre Üçüncü Sinema ise hem bir yıkım hem de bir inşa sinemasıdır. Üçüncü Sinema, "hakikati kendi ifadeleri içerisinde yakalayan, canlı, yaşayan bir gerçekliğin kurulmasıdır." Üçüncü Sinema anlatan, belgeleyen ya da pasif bir şekilde bir "olay"ı tanıtan sinema değildir. Aksine o, baskılayacak ve bir doğrultu verecek unsur olarak "olay" a katılmaya çabalar. Başka bir ifadeyle o dönüştürerek keşfeden bir sinemadır." (Gettino & Solanas'tan akt. Acar, 2019, pp. 364-368).

Wayne'e göre sinemanın bugüne kadar ürettiği en spesifik filmler Üçüncü Sinema filmleridir. 1960'lı ve 1970'li yıllarda ortaya çıkan bu sinema, 1980'li yıllarda büyük ölçüde Teshome Gabriel'in Üçüncü Dünyada Üçüncü Sinema kitabıyla film incelemesi derslerinde de kendine yer bulabilmiştir. Ona göre "Üçüncü Sinema coğrafyayla tanımlanan bir sinema değildir; bu öncelikle kendi sosyalist bakış açısıyla tanımlanan bir sinemadır." Üçüncü Sinema, toplumsal ve kültürel özgürleşmeyi savunan bir sinemadır ve bu özgürleşmelerin sadece devlet politikasıyla başarılamayacağına vurgu yapar. Bahsedilen türdeki özgürleşmeler çok daha radikal bir dönüşümü gerektirmektedir. Sinema bu duruma, bir katkıda bulunma amacındaysa, bu sadece filmler aracılığıyla değil; yapım ve algılamada da bu dönüşümün etkinliği duyumsanmalıdır (Wayne'den akt. Sevimli, 2019, p. 19).

Üçüncü sinema birinci ve ikinci sinemaya karşı ortaya çıkan bir kuram ve pratiktir. Birinci sinema tamamen ekonomik kaygılar ile kitleleri tüketici

pozisyonunda gören kapitalist bir araç iken, sanat için yapılma kaygısı olan ikinci sinemada ise yine sanatın ön planda olduğu ve sisteme sanatı kullanarak, tabiri caizse onu “cici” göstererek yine hizmet etme amacı taşımaktadır. Burada Comolli ve Narboni'nin olaya bakışı durumu tespit etmek adına önemlidir. Comolli ve Narboni'nin (2019, p. 91) belirttiği gibi her film ekonomik sistemin bir unsuru olduğu için aynı zamanda ideolojik sistemin de parçasıdır; ‘sinema’ ve ‘sanat’ ideolojik sistemin branşlarıdır.

Kitlesel Fonlama İle Gelişen Üçüncü Sinema Kuramı

Çalışmamızın bu kısmı bir pratik ya da kuram olan Üçüncü Sinema'nın kitlesel fonlama ile nasıl desteklenebildiği ve gelecekte bu fonlama pratiği ile Üçüncü Sinema'nın nerede olacağına dair değerlendirmeler içerecektir. Özellikle bu iki ana konunun birlikte ele alındığı bir çalışmanın olmaması, konunun titizlikle ele alınması gerektiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Yeni medyanın toplumun tüm alanına sirayet etmesiyle beraber sinemada yapım, yönetim ve dağıtım pratiklerini de yeni bir forma sokmuştur. Dijital sinemanın gelişmesiyle beraber setlerde kullanılan kameradan sinema salonundaki göstericiye kadar köklü değişiklikler meydana gelmiştir. Yaşanan teknolojik gelişmeler sinema yapım maliyetlerini düşürmüş ve internet sayesinde geniş alanlara ulaşımını sağlamıştır. Her ne kadar bu teknolojik getiriler maliyetleri düşürmeyi sağlamış olsa da en nihayetinde “sinema yapmak” maliyetli bir iştir ve desteğe ihtiyaç duymaktadır. Erus (2013, p. 94) yaşanan bu teknolojik gelişmelerin maliyete olan katkısından dolayı Üçüncü Sinema kuramının uygulanması için ideal bir ortam yarattığını ve bunun da uluslararası çevrelerde yeniden tartışıldığını ifade etmektedir.

“Film Yapımcıları İçin Kitlesel Fonlama” kitabının yazarı John Trigonis, kitle fonlaması mecralarında film üretimi için açılan kampanyalar ile film yapımcısının herhangi bir kısıtlama olmaksızın, gereken finansman için doğrudan kitlelere çağrı yapabilme olanağı olduğunu belirtir. Kitlesel fonlama sayesinde film yapımcılarının kendilerine destek olacak kitleleri bulabileceklerini ve bunun bir devrim niteliğinde olduğunu vurgular. Bu önermesi ile bağımsız film üretim süreci içerisinde, bir dönemi adlandıracak kadar önemli bulunduğu kitlesel fonlama uygulamasını, film üretimini demokratikleştiren bir araç olarak görmektedir (Trigonis'ten akt. Kırel & Aktaş, 2016, pp. 110-111).

Kitlesel fonlama tekniği ile sinemanın bağdaştırılması adına rehber niteliği taşıyan ve ilk baskısı 2013 yılında çıkarılan John T. Trigonis'in “Crowdfunding for filmmakers: the way to a successful film campaign” (Film yapımcıları için kitlesel fonlama: başarılı bir film kampanyasına giden yol) (2016) adlı eseri sinema yapımcı ve

yönetmenleri adına önemli bir kaynaktır. Eserde, film finansmanından temel kitlesel fonlamaya, ileri kitlesel fonlamadan fonlama derslerine kadar birçok konu ele alınmaktadır. Trigonis, kendi filmlerinin finansmanında kullandığı yöntemleri kitabında bir rehber niteliğinde anlatmaktadır ve bu alanda birçok etkin adım atmak isteyen genç yönetmen ya da yapımcıya ilham kaynağı olmaktadır.

Trigonis'in kitabının 2. baskısının önsözü "her zaman bir kamera almak ve bir film yapmak isteyen günlük hayalperestlere yönelik bir kitaptır" (2016, p. XV) vurucu cümlesi ile başlıyor ve kitlesel fonlama, film çekme ile ilgili manifesto niteliğinde bilgilere yer veriyor. Yine Trigonis'e göre (2016) kitap film yapımının çok ötesine geçiyor ve görsel sanatçılar, müzisyenler, dansçılar, tiyatro yönetmenleri ve oyun yazarları, iş girişimleri, mucitler ve diğer birçok gelişen alanlarda onların projelerini veya ürünlerini dünyaya duyurmak için ihtiyaç duydukları fonları artırmak için neler yapılabileceğine dair bu kitap yardımcı olabilir.

Kitlesel fonlama geleneksel film finansman yöntemlerine göre en popüler alternatiflerden biri haline geldi. Bu bir tür, bir kişinin para toplama, bir video yükleme, bazı ödüller sunma ve doğrudan kitleye ulaşır e-posta ve sosyal medya aracılığıyla çevrimiçi bir kampanya oluşturduğu şeydir (Trigonis, 2016, p. XVII). Trigonis ve onun kampanya ekibinde bulunan arkadaşları kitlesel fonlama yöntemi ile kısa film çektikleri süreci şöyle anlatmaktadır: "2010 yılının Şubat ayında, kısa filmim olan Cerise (Kiraz/Kiraz Kırmızısı) için kitle fonlaması kampanyası başlattım. Kampanya esnasında ekibim ve ben e-posta, Facebook, Twitter gibi birçok aracı kullanarak Indiegogo kitlesel fonlama platformu aracılığı ile toplamda 6 bin 300 dolar topladık" (2016). Trigonis daha sonra bu başarısını sosyal medya platformlarında nasıl geliştirdiğinden bahsediyor ve sosyal medya ortamında yazmış olduğu yazı ve değerlendirmelerin çok hızlı bir yükselişe ilgi görmesi sonrası kitlesel fonlama ile ilgili kitap yazma fikrinin ortaya çıktığını belirtiyor.

Trigonis'in hikâyesinde olduğu gibi özellikle sosyal medya platformları, günümüzde dünyanın her yerinde genç girişimcilerin hayallerine ulaşma çabalarının bir adresi haline gelmiştir. İşte kitlesel fonlama web siteleri de bu hayallere açılan önemli kapılar olarak görülmekte ve şu an milyarlarca doların dönüşümde olduğu bir pazar haline gelmektedir. Trigonis kitlesel fonlama ile film çekme arasında bağlantıyı Taoizm'deki Yin ve Yang (siyah beyaz zıtlıklar) felsefesi üzerinden anlatır. Kitlesel fonlama ile gerekirse dileniyormuş gibi bir görüntünün ortaya çıkması noktasında bile bunun reddedilerek ortaya çıkacak olan film ya da projelere odaklanmak gerektiğine ve bu fonlama yönteminin öncelikle bireyin zihninde yer etmesinin daha önemli

olabileceğine vurgu yapmaktadır. Bu yönüyle Trigonis'in kitabı gerçek anlamda bir rehber niteliği taşımaktadır.

Comolli ve Narboni (2019, pp. 89-90) yapılan filmlerin, yayımlanan kitapların vb. diğer kültür ürünlerinin çoğunun kapitalist üretim sistemi içerisinde meydana getirildiğini ve egemen ideolojinin taşıyıcısı oldukları ve bunu aşabilmenin bir yolu olmadığını vurgulamaktadırlar. Film özelinde hiçbir film yapımcısının kendi çabası ile film yapım ve dağıtımını belirleyen ekonomik ilişkileri değiştiremeyeceğini belirtmektedirler. Comolli ve Narboni'nin sistem içerisinde üretilen hiçbir filmin bağımsız olamayacağı düşüncesi, yeni medyada yaşanan hızlı gelişmeler ile değiştirebilecek seviyeye ulaşmıştır. Trigonis'in de belirttiği gibi kitlelerin katılımı ile film yapımı demokratik bir hal almaktadır. Kitlesele fonlama sayesinde film yapım ve dağıtım faaliyetleri sistem güçleri tarafından desteklenmediği için sistem karşısında durabilecek ve üretimini bağımsız bir şekilde gerçekleştirebilecektir.

Üçüncü sinema manifestosunda Solanas ve Getino bu konuya değinmiş, film yapım, gösterim ve dağıtım sürecinin yani finansal olarak zor olduğunun bilincinde olarak bu konulara özellikle ağırlık vermişlerdir. Fikirlerinin sadece kuram aşamasında kalmayıp uygulanabilirliğini gerçekleştirmek için bu yolun örgütlenmeden geçtiğine dikkat çekmektedirler (Erus, p. 94).

Koçer'in "Social business in online financing: Crowdfunding narratives of independent documentary producers in Turkey" (2015) isimli makalesi de Türkiye'deki bağımsız belgesel yapımcılarının kitle fonlaması anlatılarına değinmektedir. Koçer çalışmasında çevrimiçi kolektif finansmanı, kültür üreticileri açısından daha geniş toplumsal söylemler içine yerleştirmeye çalışarak kitlesele fonlamaya "üretken söylemsel alan" olarak yaklaşıyor.

Koçer, medya uygulayıcıları kitle fonlaması içine yerleştirilmiş açıklıklar ve sınırlamalar hakkında ne düşünüyor? Bu finansman yöntemini hangi amaçlarla kullanıyorlar? Siyasi gündemlere sahip kültürel üreticiler, toplu finansman yoluyla başardıklarını düşünüyorlar mı? Toplumsal, politik ve tarihi koşullar kitle fonlama hareketlerini nasıl şekillendiriyor? (Koçer, 2015, p. 236) gibi sorularla belgesel film yapımcılarının tartıştığı ve elde ettiği cevaplar noktasında kültürel ve politik bağlamda kitle fonlaması yönteminin etkilerine ulaşmaya çalışmaktadır.

Aktivist medya projeleri için kitle fonlaması projelerinde, fiili medya ve üretimini genişleterek finanse edilen şey, projenin etrafında döndüğü sosyal ve politik nedendir. Kitle fonlaması kampanyaları sosyal medyada dolaştıkça, halkı bu nedenlerin yanı sıra ilgili filmler, videolar ve hikâyeler etrafında şekillendiriyorlar. Kültürel nesnelerin söylemsel karakterizasyonu ve bunların üretilmesi olan kolektif

finansman metakültürünün belirlenmesi, karmaşık toplumsal ve tarihsel söylemler içinde kitle fonlaması bulmayı gerektirir (Koçer, 2015, p. 245).

Koçer'in çalışmasında dikkati çeken öge, kitlesel fonlama yönteminin aktivist medya projelerinde (çalışmada Türkiye'de bağımsız belgesel filmler üzerinden araştırma yapılmıştır) daha yoğun kullanıldığına tespitidir. Türkiye'de 1980 sonrası apolitikleştirilmiş toplumun daha da politikadan uzaklaştırılıp pasif hale getirildiği günümüzde ana akım medya kanallarının bombardımanına maruz kalan toplumun kitlesel fonlama gibi pratiklerle yeniden politik düşünebilme ve üretken bir toplum olma haline geçme olgusunun durum açısından çok önemli olduğu düşünülmektedir. Zira kitlesel fonlama pratiği ile finanse edilen toplumsal bir proje sosyal ve politik öğeler ile birlikte kolektif bir boyut kazanarak topluma önemli katkılarda bulunabilir.

Kendini ana akım Hollywood sinemasından ve bireysellik üzerine kurulmuş olan sanat sinemasından ayıran üçüncü sinema, auteur kuramına karşı çıkarak bireyselliğin karşısına kolektif bir üretim tarzını yerleştirmiştir. Kolektif yapımı sadece yapım aşaması için değil dağıtım ve gösterim aşamalarında da sürdürülmesi gerektiğini savunmuştur. Üçüncü sinema halkın gözüyle bakan, halkı bilinçlendirmek için üretilmesi gerektiğine inanan devrimci bir sinemadır. Üçüncü sinema içerisinde üretilen filmler "kültürel saldırıda bir silah olarak kullanılır" (Erus, 2013, p. 119).

Üçüncü sinemanın devrimci özelliğinin harekete geçirilebilmesinde Koçer'in çalışmasında da değindiği gibi kitlesel fonlama önemli bir dinamik olabilir. Sinema endüstrisi tarafından üretilen ve izleyicileri pasif duruma getiren filmlere karşı üçüncü sinema seyirciyi aktif hale getiren ve eyleme geçirmeye teşvik eden yapımları savunur. Düzen içinde olmayan ve düzene muhalif filmler üretebilmek sistemin istemediği bir yapı sunduğu için bu tarzda çekilecek filmlere kaynak bulmak oldukça güçtür. Üçüncü sinema manifestosunda yapılan filmlerin insanlara ulaşmasının sağlanması ve bu şekilde finansmanın karşılanması öngörülmektedir. Bunun yerini günümüzde herhangi bir aracıya gerek duymadan kitlesel fonlama bu işi yerine getirebilmektedir.

Kırel ve Aktaş'a göre kitlesel fonlama, geleneksel film üretim modellerinden farklı bir model oluşturmakta ve yalnızca profesyonellere değil dileyen tüm bireylere üretime geçme imkânı sağlamakta, üreticiye sunduğu imkânlar ile geniş bir karar ve kontrol alanı oluşturmaktadır. Ancak kampanyaların başarılı olması için gereken unsurlara dikkat edilerek topluluk oluşturma ve oluşan toplulukları üretim sürecine olduğu kadar, filmlerin tanıtım sürecine de dâhil etmek önemlidir (Kırel & Aktaş, 2016, pp. 130-131). Burada ifade edilen görüşte çok açık bir sonucun artık var olduğunu göstermektedir. Kitlesel fonlama ile film üretimi sadece profesyonellerin yapabileceği bir durumdan çıkıp, üretmek isteyen bütün girişimcileri sürecin içine

çekerek geniş bir karar ve kontrol alanı oluşturmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken konu, profesyonellerden teknik desteğin alınmasının zorunlu olmasıdır. Zira film üretimi bu yönüyle profesyonellik gerektirir. Daha öncede belirttiğimiz gibi bu durum ya da geniş katılım ancak kolektif bir çalışma mantığı ile işlerlik kazanabilir.

Kitlesel fonlama üzerinden film yapımının diğer bir aşaması olan post-prodüksiyon kısmında da gerekli desteğin sağlanabilmesi mümkündür. Kitlesel fonlama üzerinden yapılacak olan bir film yapımı, sistem çarklarının içine girmeden bağımsız bir şekilde üretilebilme imkânına sahiptir. Geçmiş dönemler ile mukayese edildiğinde teknolojide yaşanan gelişmelerin film üretim maliyetlerini düşürmesinin yanı sıra, kameranın sokağa inmesi, no-name isimlerin oyuncu olarak kullanılması ve kolektif bir çalışma içerisinde bir film yapmak maliyetleri minimize hale getirmektedir. Kitlesel fonlama sitelerindeki destekler genelde bireysel katılımcılar tarafından oluşturulduğu için maliyetlerin düşük olması hedefe ulaşmayı kolaylaştırmış olacaktır.

Ahmet Dönmez'in "Politik Film: Üçüncü Sinemanın Diyalektiği" kitap incelemesinde Mike Wayne (2018, p. 80) yeryüzündeki kaynakların eşitsiz bir şekilde dağılmış olmasının sanatsal üretimlerde ve dağıtımında da bir eşitsizliğe sebebiyet verdiğini belirtmektedir. Wayne, 1990 yılından sonra üçüncü sinemanın miadını doldurduğu noktasına karşı çıkar. Üçüncü sinemanın ticari kaygılarla üretilmiş olan ve yönetmen odaklı Avrupa Sineması'ndan farkının politik kısmı olduğuna dikkat çeker. Sadece devlet destekleri ile yapılacak olan sanatsal çalışmaların toplu geliştirip özgürleştirmeyeceğini bu bağlamda da üçüncü sinemanın önemli bir işleve sahip olduğunu ifade etmektedir. Devlet desteği ya da yapımcıdan azade bir şekilde kitlesel fonlama üzerinden yaratılmış olan kaynak ile çekilecek film üçüncü sinemanın dayanaklarından olan halkı aktif hale getirmesi ve toplumu özgürleştirmesi bakımından önem arz etmektedir.

TÜİK'in 2019 yılında yayınlamış olduğu "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması"na göre internet kullanan bireylerin oranı yüzde 75,3 ve evde internete erişim imkânı yüzde 88,3 olarak belirlenmiştir (TÜİK, 2019). İnternete ulaşım ve kullanım oranlarının bu denli yüksek olduğu ülkemizde kitlesel fonlamaya yapılacak en küçük katkı ciddi meblağlar meydana getirebilecektir. Kitlesel fonlamaya destek için yapılan başvurularda ilk sıralarda yer alan sinema yapım başvuruları gerekli farkındalığı yaratarak filmlere olan desteği arttırabilirse bağımsız sinema yapımları büyük bir sıçrayış gerçekleştirebilecektir.

Her ne kadar tecimsel sinema üretim ve dağıtım baskısını diğer filmler üzerinde devam ettiriyorsa da, kitlesel fonlama ile üretilecek filmler yeni medyanın imkânlarını

kullanarak altında buldukları baskıdan kurtulma şansı yakalayabileceklerdir. Özellikle son yıllarda Ortadoğu'da ve dünyanın birçok yerinde yaşanan halk hareketlerinin temelinde sosyal paylaşım ağ ve platformları sayesinde kitlelerin bir araya gelme ve taleplerini belirtme motivasyonu giderek artış göstermekte ve yeni medyanın bu anlamda çok önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Bu kadar önemli konumda olan yeni medya ortamında, kitlesel fonlama ile yapılmış bir film bu sayede dağıtım tekellerinden bağımsız bir şekilde tüm dünyaya gösterim yapma şansına sahip olmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Yaşanan teknolojik gelişmelerle beraber film üretim, dağıtım ve izleme alışkanlıkları da değişime uğramıştır. 35mm film kameralarının yerine dijital kameraların gelmesi, stüdyo ve yapımcı baskısından kurtulup sokaklarda küçük ekiplerle film çekilmesi maliyetleri oldukça düşürmüştür ve film üretimini egemenlerin boyunduruğundan kurtarmıştır. Yeni medya ve yeni iletişim sistemlerinin gelişimi toplumun tüm alanına sirayet etmekte bu durum sinemada da yapım, yönetim ve dağıtım pratiklerini yeni bir forma sokmaktadır. Dijital sinema da diyebileceğimiz bu yeni formun gelişmesi ile beraber setlerde kullanılan kameradan sinema salonundaki göstericiye kadar köklü değişiklikler meydana gelmektedir. Sinema yapım maliyetleri yeni teknolojiler ile düşmekte ve internet sayesinde geniş alanlara ulaşımını sağlamaktadır. Her ne kadar bu teknolojik getiriler maliyetleri düşürmeyi sağlamış olsa da en nihayetinde "sinema yapmak" maliyetli bir iştir ve desteğe ihtiyaç duymaktadır.

Belli dönemlerde üçüncü sinema üzerine yapılan tartışmalarda kuramın miadını doldurduğu dile getirilmektedir. Ancak dünyanın dört bir yanında değişen toplumsal yapı ve buna hizmet eden teknoloji bu kuramın uygulanabilirliğini güncel kılmaktadır. Üçüncü sinemanın ortaya çıktığı yıllarda yapım ve dağıtım faaliyetlerinin kolektif olarak yürütülerek yapılması öngörülmekteydi. Geçen zaman diliminde gelişen teknoloji bu faaliyetlerin yapım ve gösterim ortamlarını da değiştirmiştir. Kolektif olma eylemi dijital ortamlarda da yapılabilecek duruma gelmiştir. Comolli ve Narboni her ne kadar sistem içerisinde üretilen hiçbir filmin bağımsız olamayacağı düşüncesine dikkati çekse de, yeni medyada yaşanan hızlı gelişmeler ile bu olumsuz bakış açısının değişebileceği görüşü ortaya çıkmaktadır. Trigonis'in yapmış olduğu çalışmalar bu anlamda önemli bir örnek olarak dikkati çekmektedir. Trigonis'in de belirttiği gibi kitlelerin katılımı ile film yapımı demokratik bir hal alacak ve kitlesel fonlama sayesinde film yapım ve dağıtım faaliyetleri sistem güçleri

tarafından desteklenmediği için sistem karşısında durabilecek ve üretimini bağımsız bir şekilde gerçekleştirebilecektir.

Bir filmin maliyeti ne kadar düşük olursa olsun yine de ciddi rakamlara ihtiyaç duyulmaktadır. Üretilen filmler içinde üretildikleri ideolojilerin taşıyıcıları olarak önemli birer kültürel araçlardır. Hâkim ideolojiler sistemin devamı için kendilerinin istedikleri yapımları desteklerken diğer yapımlara sırt çevirmeleri, sinemada alternatif yapımların önünü kapatmaktadır. Bu nedenle sinemada alternatif yapımlarının kurtarıcısı kitlesel fonlama yöntemidir. Tigonis'in "film yapımına kitlelerin katılımı" düşüncesi üretim sürecinde olan bir filme imece usulü maddi destek vermek demektir ve bu da kitlesel fonlama yöntemi ile mümkündür.

Özellikle Wayne'nin sadece devlet destekleri ile yapılacak filmlerin halkı geliştiremeyeceğini ve bu konuda üçüncü sinema kuramının rolünü vurgulaması önemlidir. Hem devletin hem de yapımcıların mevcut ideolojiye zarar verecek en ufak bir noktada sırtlarını bağımsız yapımlara çevirmesi, kitlesel fonlamanın önemini daha ön plana çıkarmaktadır. İnternet kullanım oranlarının bu kadar yüksek olduğu günümüz dünyasında gerekli dikkatin kitlesel fonlama üzerinden filmlere çekilmesi sağlanabilirse üçüncü sinemanın misyonunu yerine getirebilmesine de ön ayak olacaktır.

Kitlesel fonlama geleneksel film finansman yöntemlerine göre en popüler alternatiflerden biri haline gelmiştir ve yöntem olarak sosyal medya platformları ya da totalde yeni medya aracılığı ile para toplama, bağış yapma, sponsor olma gibi çevrimiçi kampanyaların tümüdür diyebiliriz. Özellikle sosyal medya platformları, günümüzde dünyanın her yerinde genç girişimcilerin hayallerine ulaşma çabalarının bir adresi haline gelmiştir. Kitlesel fonlama web siteleri bu anlamda hayallere açılan önemli kapılar olarak görülmekte ve şu an milyarlarca doların dönüşümde olduğu bir pazar haline gelmektedir.

Kitlesel fonlama üzerinden film yapımının bir aşaması olan post-produksiyon kısmında gerekli desteğin sağlanabilmesi mümkündür. Kitlesel fonlama üzerinden yapılacak olan bir film yapımı, sistem çarklarının içine girmeden bağımsız bir şekilde üretilebilme imkânına sahiptir. Geçmiş dönemler ile mukayese edildiğinde teknolojiye yaşanan gelişmelerin film üretim maliyetlerini düşürmesinin yanı sıra, kameranın sokağa inmesi, no-name isimlerin oyuncu olarak kullanılması ve kolektif bir çalışma içerisinde bir film yapmak maliyetleri minimize hale getirmektedir. Kitlesel fonlama sitelerindeki destekler genelde bireysel katılımcılar tarafından oluşturulduğu için maliyetlerin düşük olması hedefe ulaşmayı kolaylaştırmış

olacaktır. Böylelikle hem film üretimi gerçekleşmekte hem de “bağımsız bir yapım” ortaya çıkmaktadır.

Yapılan çalışmalarda görüldüğü gibi üçüncü sinemanın devrimci özelliğinin harekete geçirilebilmesinde de kitlesel fonlama önemli bir dinamik olabilir. Sinema endüstrisi tarafından üretilen ve izleyicileri pasif duruma getiren filmlere karşı, üçüncü sinema seyirciyi aktif hale getiren ve onu eyleme geçirmeye teşvik eden yapımları savunur. Düzen içinde olmayan ve düzene muhalif filmler üretebilmek sistemin istemediği bir yapı sunduğu için bu tarzda çekilecek filmlere kaynak bulmak elbette oldukça güçtür. Üçüncü sinema manifestosunda yapılan filmlerin amacına bakıldığında, sinemanın insanlara gerçek manada ulaşmasının sağlanması ve bu şekilde finansmanın karşılanması öngörülmekteydi. Bu nedenle günümüzde herhangi bir aracıya gerek duymadan kitlesel fonlama pratiğinin bu görevi rahatlıkla yerine getirebileceği söylenebilir. Son yıllarda bu yöntemle yapılan filmler gün geçtikte artmakta ve önemli bir pazar haline gelmektedir. Gönüllülük esasından işleyen ve halkın çıkarını gözetmeyen bu tarz yapımların sinemasal etkisi daha da belirgin hale gelecektir. Kitlesel fonlama ile birlikte bağımsız yapımların sayısının artması demek hür ve bağımsız bireylerinde sayısının artması anlamına gelmektedir.

Extended Abstract

Cinema is going through a process of change and transformation with its economic, ideological and sociological domain as in many other fields in today's world order. This change and transformation of cinema in the context of crowdfunding constitutes the main axis of our study in the context of the third cinema theory. Crowdfunding refers to the fact that many small economic subsidiaries merge to invest in a project, to support funding for entrepreneurs under the name of order or donation for R&D.

The third cinema theory is a revolutionary feature that plays a role in the fight against the cultural industry and colonialism, and which will not only enlighten the people but also activate them. The third cinema concept or theory which plays a role in the fight against the cultural industry and colonialism and has a revolutionary feature that will not only enlighten the people but also activates, has been brought into the literature by the Argentine filmmakers. The third cinema was introduced at the end of the 1960s and was at the core of many studies related to cinema.

Considering that making a movie today is a costly job, it seems that there is little chance of making a movie independently. The films made in some way are produced partially without freedom depending on the system or the producer. Cinema which is a commercial activity area by its nature, has recently overcome this aspect with crowdfunding method and has been instrumental in attracting independent productions in real sense. Recently with this method, the number of people actively using crowdfunding web sites and the number of films increased in parallel. For this

reason, this study evaluates how the system we call crowdfunding can contribute to alternative cinema as opposed to those holding a movie monopoly in a technological environment. Also, it is discussed how cinema workers who try to make sense of this sector contribute to the field with crowdfunding in the context of the third cinema theory.

The third cinema advocates productions that activate the audience and encourage its to act. Being able to produce movies that are not in order and opposed to the order is something the system does not want. For this reason, it is of course very difficult to find a source about dissident films or productions in this environment. Today financing can be easily accomplished with crowdfunding practice without any intermediaries. Movies made with this method in recent years are increasing day by day and become an important market. With crowdfunding it becomes possible to increase the number of independent productions and is expressed as an important step for the sector.

Against movies produced by the cinema industry that make viewers passive the third cinema advocates productions that activate the audience and encourage action. Films that are not in order and opposed to order being able to produce is something the system does not want. It is very difficult to find a source for the films to be shot in this style. It was envisaged that the films made even in the third cinema manifesto would reach people and thus funding would be met. From this point of view, crowdfunding can fulfill this task without needing any intermediary.

When we look at the academic studies on the subject, it is seen that there is no study dealing with these two main topics related to crowdfunding or third cinema together. For this reason in our study, a comprehensive evaluation is made up to what crowdfunding, when it came out and for what purpose. And also how the third cinema theory can develop with crowdfunding is discussed.

Kaynakça

Acar, F. O. (2019). Üçüncü Sinema Hareketi'nde Öznellik Üretimi, SineFilozofi Dergisi, 2019 Özel Sayısı, pp: 352-373.

Cambridge Dictionary, (2020). Crowdfunding, Retrieved from: https://dictionary.cambridge.org/tr/sozluk/ingi_lizce/crowdfunding

Ceylan, E. (2019). Girişimcilikte Finansmanın Yeni Yüzü: Kitlesele Fonlama, Retrieved from: http://bigpara.hurriyet.com.tr/bigpara-yazarlari/emrah-ceylan/giri_simcilikte-finansma_nin-yeni-yuzu-kitlesele-fonlama_ID986245/

Comolli, J. L. & Narboni, P. (2019). Sinema İdeoloji Eleştiri (Çev: Mustafa Temiztaş), *Sinema: Tarih-Kuram Eleştiri* kitabı içinde, (Eds.) Seçil Büker ve Y. Gürhan Topçu), 1.Baskı, İstanbul: İthaki Yayınları.

Çağlar, M. T. (2019). Yeni Nesil Alternatif Finansman Yöntemi Olarak Kitlese Fonlama: Dünya ve Türkiye Uygulaması, *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2, pp: 18-34.

Çubukçu, C. (2017). Kitlese Fonlama: Türkiye'deki Kitlese Fonlama Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi (Journal of Entrepreneurship and Innovation Management)*, Cilt/Volume 6, Sayı/Issue 2, Aralık/December 2017, pp: 155-172.

Dönmez, A. (2018). Politik Film: Üçüncü Sinemanın Diyalektiği – Mike Wayne İnceleyen: Ahmet Dönmez, *Sinefilozofi Dergisi*, Vol/Cilt:3, No/Sayı:5, 2018, pp: 180-182.

Erus, Ç. Z. (2013). Üçüncü Sinema Kuramı ve Pratiği, *Sinema Kuramları 2* Kitabı içinde (Ed.: Zeynep Özarlan), 1.baskı, İstanbul: Su Yayınları.

İstfonbul, (2020), Kitlese Fonlama Tanıtım, Retrieved from: <http://istfonbul.iu.edu.tr/Home/What>

Kırel, S. ve Aktaş, S. (2016). Seyirci ve Film Üretim İlişkisinde Yeni Yaklaşımlar: Kitlese Fonlama Uygulamaları ve Türkiye'deki Deneyimler. *sinecine*, 7(1), pp: 103-137.

Koçer, S. (2015). Social business in online financing: Crowdfunding narratives of independent documentary producers in Turkey, *new media & society* 2015, Vol. 17(2) pp: 231 –248.

LeBlanc, J. (2014), Third Cinema, Retrieved from: <https://www.britannica.com/art/Third-Cinema>

Sakarya, Ş. & Bezirgan, E. (2018). Kitlese Fonlama Platformları: Türkiye ve Yurtdışı Karşılaştırması. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 2, pp: 18-33.

Sevimli, M. A. (2019). Üçüncü Sinema'ya Erden Kıral Filmleri Üzerinden Bir Bakış: Kanal ve Bereketli Topraklar Üzerinde, *Konya Sanat Dergisi*, 2019; Sayı 2: pp: 15-32.

Trigonis, J. T. (2016). *Crowdfunding for filmmakers : the way to a successful film campaign*, 2nd. Ed., California: Michael Wiese Productions.

Tüik, (2019). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, Retrieved from: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30574>