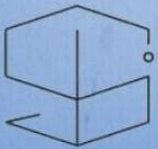


DÜŞÜNCE VE TOPLUM

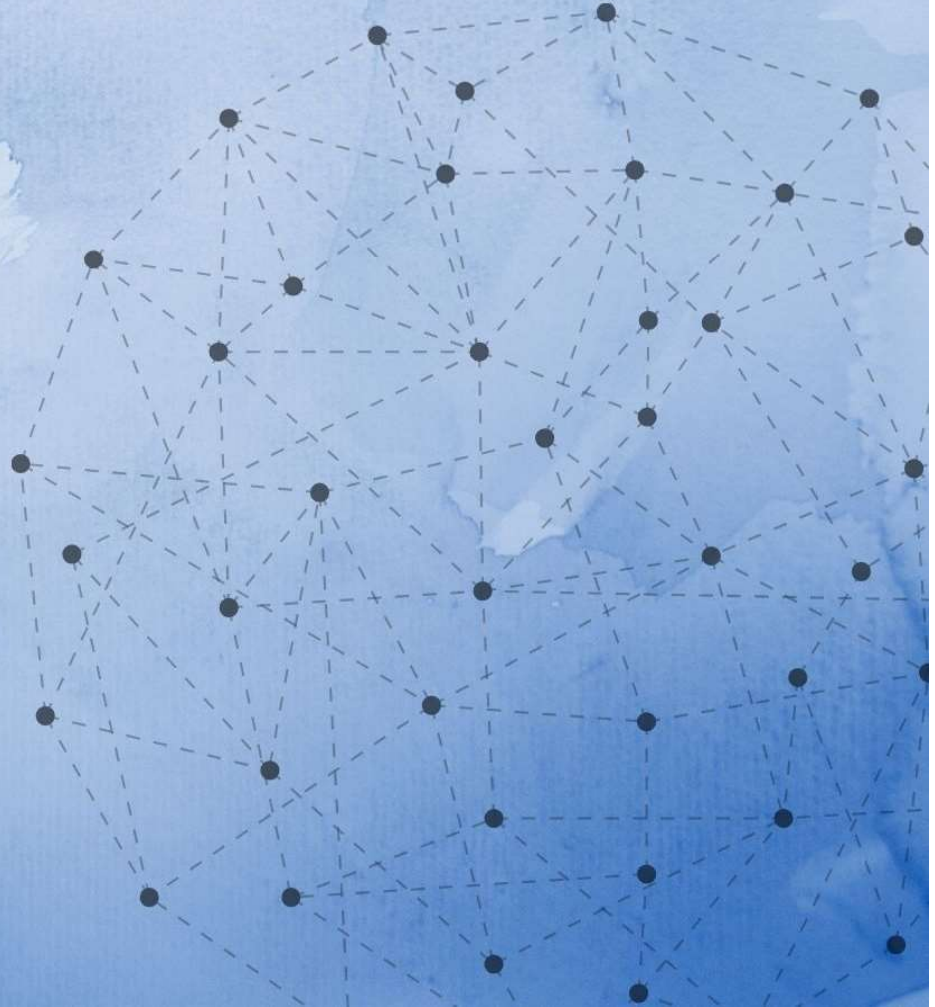
Social Sciences Journal of Thought and Society

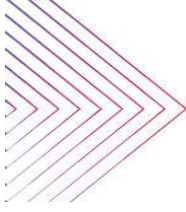
Sosyal Bilimler Dergisi

ISSN: 2687-4946



DÜŞÜNCE ve TOPLUM
sosyal bilimler dergisi





DÜŞÜNCE ve TOPLUM Sosyal Bilimler Dergisi
Social Sciences Journal of **Thought and Society**

CİLT/VOLUME:6 • SAYI/ISSUE:1 • HAZİRAN/JUNE • YIL/YEAR: 2024 • ISSN: 2687-4946

MAKALELER / ARTICLES

AYSUN DUKUL ÖZTÜRK

DİJİTAL MEDYADA KÜLTÜREL İÇERİK ÜRETİCİLİĞİNİN EKONOMİK SERMAYEYE DÖNÜŞÜMÜNDE PATREON MODELİ İNCELEMESİ

A PATREON MODEL INVESTIGATION ON THE TRANSFORMATION OF CULTURAL CONTENT PRODUCTION IN DIGITAL MEDIA TO ECONOMIC CAPITAL

ERSİN KOZAN

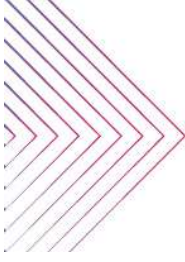
SİNEMA- ÇİZGİ ROMAN İLİŞKİSİNDE MARVEL VE DC SİNEMA EVRENLERİ FİLMLERİNE ELEŞTİREL BAKIŞ

A CRITICAL LOOK AT MARVEL AND DC CINEMATIC UNIVERSE MOVIES IN THE RELATIONSHIP BETWEEN CINEMA AND COMICS

ADEM GÜRBÜZ

FATMA İRFAN SERHAN'IN KARAGÖL ROMANINDA İZLEKSEL KURGU

THEMATIC FICTION IN FATMA İRFAN SERHAN'S KARAGÖL NOVEL



DÜŞÜNCE ve TOPLUM Sosyal Bilimler Dergisi

Social Sciences Journal of **Thought and Society**



HAKKINDA

Düşünce ve Toplum Dergisi edebiyat, tarih, iletişim, iktisadi düşünce, sosyoloji, uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi ve kamu yönetimi alanlarında özgün çalışmalara yer veren bir sosyal bilimler dergisidir. Dünyadaki güncel akademik literatürü ve tartışmaları ıskalamadan Türkiye'nin akademik bilgi birikimine katkı sağlamayı ve sorunlarına ışık tutmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda, nitelikli çalışmaları yayımlamayı amaçlayan Düşünce ve Toplum Dergisi bilim etiğine ve yayın ilkelerine bağlı kalmayı temel düstur edinmiştir.

Düşünce ve Toplum Dergisi yılda iki defa Haziran ve Aralık aylarında elektronik ortamda yayımlanır. Dergide özgün araştırma makaleleri, derleme, kitap incelemesi, olgu sunumu ve sempozyum değerlendirmelerine yer verilir. Çalışmaların yayımlanma süreci, editör kurulunun ön değerlendirmesi, çift taraflı kör hakemlik yöntemiyle en az iki hakem değerlendirmesi ve editör kurulunun onayı şeklinde gerçekleşir.

ABOUT

Thought and Society is a social sciences journal that includes original studies in the fields of literature, history, communication sciences, economics, sociology, international relations, politics and public administration. The journal intends to contribute to Turkish academy and shed light on its problems by taking the current academic literature and debates into consideration. For this reason, Thought and Society, which aims to publish high-quality works, adopts following the ethics of science and remaining faithful to its publication policy as major principles.

Thought and Society is an e-journal published biannually in June and December. It welcomes original research articles, review articles, book reviews, case studies and symposium commentaries. The publication process takes place in the following way: the initial evaluation by the Editorial Board, followed by double blind reviews by at least two reviewers, and the final approval by the Editorial Board.

DÜŞÜNCE VE TOPLUM SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ CİLT/VOLUME:6 SAYI/ISSUE:1 • HAZİRAN/JUNE •
YIL/YEAR: 2024

Sahibi / Publisher

Ahmet GÜVEN

Sunullah Mh. 920. Sk. Nu: 8/5 Bandırma/Balıkesir/Türkiye

İletişim: dusuncevetoplum@gmail.com

Baş Editör / Editor in Chief

Doç. Dr. Ahmet GÜVEN

Editörler / Editors

Doç. Dr. Musa BAYIR

Dr. Öğretim Üyesi Esra TANI

Arş. Gör. İrfan YALÇIN

Alan Editörleri / Field Editors

Edebiyat Alan Editörü

Dr. Öğretim Üyesi İsmail Alperen BİÇER

İletişim Alan Editörü

Doç. Dr. Osman ÇALIŞKAN

İktisadi Düşünce-İktisat Tarihi Alan Editörü

Dr. Öğretim Üyesi Saim Çağrı KOCAKAPLAN

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Alan Editörü

Dr. Öğretim Üyesi Halil Emre DENİŞ

Sosyoloji Alan Editörü

Doç. Dr. Adem BÖLÜKBAŞI

Tarih Alan Editörü

Doç. Dr. Serdar Oğuzhan ÇAYCIOĞLU

İngilizce Dil Editörü

Arş. Gör. Dr. Yasemin YILMAZ SALCI

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Ahmet TABAKOĞLU / Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL / Yeditepe Üniversitesi

Prof. Dr. Akif FARZALİYEV / St. Petersburg Üniversitesi

Prof. Dr. Ali BÜYÜKASLAN / Medipol Üniversitesi

Prof. Dr. Mahmut Hakkı AKIN / Medeniyet Üniversitesi

Prof. Dr. Nihat ÖZTOPRAK / Fatih Sultan Mehmet Üniversitesi

Prof. Dr. Zaza TSURTSUMIA / St. King Tamar Üniversitesi

Prof. Dr. Şükrü SİM / İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. İsmail ŞAHİN / Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Uğur DEMİR / Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Ümran AY SAY / Marmara Üniversitesi

Sayının Hakem Kurulu

Doç. Dr. Feyza DALAYLI / Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Sinan TAM / Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Fatih BARİTCİ / Aksaray Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Hüsnü Çağlar DOĞRU / Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Mehmet BÜYÜKAFŞAR / Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Dr. Erdal BARAN / Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Dr. Kamil PARIN / Kastamonu Üniversitesi

DİJİTAL MEDYADA KÜLTÜREL İÇERİK ÜRETİCİLİĞİNİN EKONOMİK SERMAYEYE DÖNÜŞÜMÜNDE PATREON MODELİ İNCELEMESİ

A PATREON MODEL INVESTIGATION ON THE TRANSFORMATION OF CULTURAL CONTENT PRODUCTION IN DIGITAL MEDIA TO ECONOMIC CAPITAL

 Aysun DUKUL ÖZTÜRK¹

¹Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Medya Ekonomisi ve Basın İşletmeciliği, aysundukul@marun.edu.tr.

ÖZ

Dijitalleşme, medya endüstrisinde ödemeleri, ürünleri ve hizmetleri hızla dönüştürmüştür. Dijital medyadaki dönüşüm ile içerik üreticileri, alternatif gelir modelleri ile emeklerini, zamanlarını, sosyal, kültürel ve simgesel sermayelerini ekonomik sermayeye dönüştürebilmektedir. Geleneksel gelir modellerinden farklı olarak çevrimiçi kitlesel fonlama, dijital medyada farklı projelerin geliştirilmesi ve kaynak yaratmada alternatif bir fonlama türüdür. Dijital ekonominin yükselişi, çevrimiçi kitlesel fonlama platformlarıyla birleştiğinde, geleneksel gelir modellerine bağlılık azalarak medya kullanıcılarıyla bağlantı kurulur. Amerika merkezli Patreon, kültürel içerik üreticileri için aboneliğe dayalı kitlesel fonlama platformlarının en büyüğüdür. Bağışçılar sevdikleri içerik üreticilerini desteklerken özel üyelik avantajları hak eder (Patreon, 2023). Çalışmada Türkiye’de Patreon gelir modeli ile kendini finanse eden dijital kültürel içerik üreticilerinden Evrim Ağacı ve Fularsız Entellik örnek olayında ekonomi-politik bağımsızlık ve sürdürülebilirlik temaları sorgulanmıştır. Kitlesel fonlama davranışını açıklamada Bourdrieu’nun sermaye teorilerinden hareketle Patreon modelinin Türkiye’de sürdürülebilirliği ve medya ekonomisindeki etkileri araştırılmıştır. Keşfedici araştırma stratejisinde Fularsız Entellik ve Evrim Ağacı’nın dijital medyadaki konumları, doküman analizi, katılımcı gözlem yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış görüşmeden alınan yanıtlar içerik analiziyle karşılaştırılmıştır. Örneklemdeki içerik üreticilerinin kendilerini önemli ölçüde finanse edebildikleri, hedeflerinin büyüklüğü doğrultusunda gelir modellerini çeşitlendirmeyi planladıkları anlaşılmıştır. İçerik üreticilerinin ilişkisel emekle bağlantı kurduğu destekçilerin, ülke şartlarının özgün yapısında birçok psikolojik ve toplumsal, ekonomi-politik motivasyon saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya, Kültürel İçerik Üreticiliği, Kitlesel Fonlama, Gelir Modeli, Patreon.

ABSTRACT

Digitalization has rapidly transformed payments, products, and services in the media industry. The transformation in digital media allows content creators to convert their efforts, time, social, cultural, and symbolic capital into economic capital through alternative revenue models. Online crowdfunding, unlike traditional revenue models, is an alternative funding method in developing and resourcing various projects in digital media. The rise of the digital economy, combined with online crowdfunding platforms, diminishes dependence on traditional revenue models, establishing a connection with media users. Patreon, based in the United States, is the largest subscription-based crowdfunding platform for cultural content creators. Donors support their favorite content creators and earn exclusive membership benefits (Patreon, 2023). This study examines the themes of economic-political independence and sustainability in the example case of digital cultural content creators in Turkey, financed through the Patreon revenue model, focusing on Evrim Ağacı and Fularsız Entellik. Investigating the sustainability of the Patreon model in Turkey and its effects on media economics were explored using Bourdieu’s capital theories to explain crowdfunding behavior. Employing an exploratory research strategy, the digital media positions of Fularsız Entellik and Evrim Ağacı were compared through document analysis, participant observation, and content analysis of responses obtained from structured and semi-structured interviews. It was found that the content creators in the sample were able to significantly self-finance, and they planned to diversify their revenue models in line with the magnitude of their goals. Supporters with whom content creators established relational labor exhibited various psychological, social, economic-political motivations unique to the country’s specific context.

Keywords: Digital Media, Cultural Content Production, Crowd Funding, Revenue Model, Patreon.



GİRİŞ

Dijital medya platformları, bağımsız kültürel içerik üreticilerine fırsatlar sunar. Dijital medyada üretilen içerik ve değerler, Bourdieu'nun sosyal, kültürel ve simgesel sermaye olarak adlandırdığı kavramlarla bağlantılıdır. Kullanıcılar dijital medyada sosyal sermaye (toplumsal ilişkiler birikimi) ve kültürel sermayeye (nitelik, eğitim ve bilgi birikimi) ulaşma çabası içindedir (Bourdieu, 2015). Kullanıcıların sermaye türlerini edinmek için harcadığı zaman ile dijital emek sahibi kültürel içerik üreticilerinin ürettiği değerler metalaşarak ekonomik sermayeye dönüşür.

Dijital medyadaki aşırı bolluk içerik üreticilerinin özgünleşerek farklılaşmanın önemini artırmıştır. Rekabetin yoğun olduğu ekosistemde öne çıkmak için üreticiler, kültürel ve sosyal sermayelerini medya alanında (Bourdieu, 2010) kullanmalıdır. Dijital kitlesel fonlamaya yönelimdeki amaç ise ekonomik sermaye edinmenin yanı sıra bağımsızlıktır. Bağımsızlık arayışında, simgesel sermayeyi biriktirme ve kontrol etme çabaları gözardı edilmemelidir. Platformlar ekonomik sermaye dönüşümünü desteklerken mali politikalar, teknik algoritmalar belirlemekte, platform ekonomisi kapsamında hizmet karşılığı komisyon almaktadır. Bu nedenle içerik üreticileri, dijital ekosistemin dinamiklerini ve platformların etkisini dikkate almak zorundadır.

Esneklik, kayıt dışılık ve hızlı kaynak yaratma avantajlarına sahip kitlesel fonlama, hızla ve sürekli gelişen bir gelir modelidir. Ladson ve Lee (2017)'ye göre başarılı bir dijital yayın stratejisi, küçük ama sadık bir grup insana inisiyatif vermeyi hedeflemelidir. Bu yöntemi izleyen dijital medya kültürel içerik üreticileri, yayınlarında bağışçılar ile organik bir bağın kurulmasına özen göstermişlerdir. Kurulmaya çalışılan organik bağa ve etkileşimi odaklayan emeğe ilişkisel emek denmektedir. İlişkisel emekle üreticilerle bağışçılar arasında daha zengin ve özel kamusal iletişim mümkün

kılınmıştır. İlişkisel emek, birkaç dijital platformda kitle iletişimi, grup düzeyi ya da ikili etkileşimle gerçekleşebilir. Nitekim bazı üreticiler, bağışçıların daha yakın olmak istedikleri varsayımından hareketle Discord'da özel bir topluluk (Hair vd., 2022) inşa etmiştir. Bu şekilde içerik üreticisiyle bağışçılar arasında yakınlık geliştirilen ilişkiler kurulmuştur (Nucciarelli vd.,2017; Craig ve Cunningham, 2019 ; Hair, 2021). Tüm finansal işlemlerin sosyal anlam taşıdığını savunanların (Zelizer, 2005, 2011) yanı sıra ilişkisel emeğin ekonomik beklenti içeren doğası gereği "faydacı" olduğu da ileri sürülmektedir (Baym, 2018). İçerik üreticilerinin ekonomik-politik bağımsızlık arayışında verdikleri bir diğer emek türü platform emeğidir. Uсталık ve etkileşim gerektiren platform emeği ile içerik oluşturucular, tek bir platforma güvenmenin belirsizliğine karşı koruma sağlar (Craig ve Cunningham, 2019; Nieborg ve Poell, 2018; Scolere, 2019). İçerik üreticilerinin bugün dijital platformlarda verdiği ilişkisel emek, ekonomik sermayeye ulaşma bakımından değerlidir. Platform emeği harcanan zaman ve ustalığı nitelerken, yakınlık ve bağ kurmayı önceleyen ilişkisel emek bir süreçtir. İlişkisel emek, özgünleşmeyi ve farklılaşmayı sağlayan sosyal ve kültürel sermayeye sahip olmayı zorunlu kılar. İlişkisel emek sosyal sermayenin merkez kavramı olan güvenin destekçilerde oluşturulması kapsamında da kullanılmaktadır. Bu izlekte gerek dijital medya teknolojileri aracılığında ilişkisel emek, gerekse platform emeği içerik üreticilerinin ekonomik sermaye edinmede kültürel ve sosyal sermayelerini kullandığı çalışma biçimleri ve süreçleridir. Bourdieu'nun sermaye kavramları tümbü emek biçimlerini kapsamaktadır. Kültürel ve yaratıcı projelerinde büyüme ivmesi gösteren kitlesel fonlama platformlarının dinamiklerini incelemek için zengin bir literatür bulunmaktadır (Barzilai vd., 2018; Mollick, 2014; Agrawal vd.,2014; James vd. 2020). "bağlantılı hayatlar" düşünce okulu teorisi, aslında tüm finansal işlemlerin sos-

yal anlam taşıdığını savunur (Zelizer, 2005, 2011). Bu bağlamda sermaye dönüşümlerinin dijital kitlesel fonlamadaki karşılığı ise bugün dijital himayedir. Dijital patronaj ya da dijital himaye, bir içerik oluşturucuya çalışmalarını takdir etmenin bir biçimi olarak sürekli mali desteği ifade eder; finansal alışveriş destekleyen sosyoteknik sistemler içinde gerçekleşir (Wohn vd., 2019). Başarılı dijital himaye, uzun vadeli, istikrarlı finansal destek yanında sosyal ve duygusal destek sunmaya istekli sadık bağışçılara dayanır. Dijital himaye motivasyonları arasında güven, akran etkisi, başkalarına yardım etmekten zevk alma ve bağlanma gücü bulunurken, üreticilerle himayeciler arasında sınır, yakınlık, bağlantılılık, mahremiyet sorunları tespit edilmiştir. (Davidson ve Poor, 2015; Guarriello, 2019; Raun, 2018; Arvidsson vd. 2015; Berryman ve Kavka, 2018; Marwick ve Boyd, 2011; Duguay, 2019; Dekavalla, 2020; Jerslev, 2016; García-Rapp ve Roca-Cuberes, 2017).

Dijital himaye, reklama dayalı iş modelinin yerini almıştır. Kültürel üreticilerin platformlarda destekçilerle finansal ilişkilerini geliştirdiği bir gelir modelidir. Kitlesel fonlama platformları, yeni bir iş ve gelir modelidir. Ana akım medyaya göre piyasaya girişin kolaylığı nedeniyle tercih edilmektedir. Diğer yandan dijital himaye, tarihsel patronaj modellerinden farklıdır ve ekonomi-politik bağımsızlık için daha elverişlidir. Ancak kitlesel fonlama Türkiye yayıncılık alanında henüz merkezi gelir modeli olarak görülmemektedir (Demir, 2019) ve kurumsal olmayan kültürel içerik üreticiliğinde ekonomik kaygılar devam etmektedir. Bourdieu'nun kavramları, dijital platformların iş modeli, gelir modeli, kullanıcı etkileşimi ve üretici-fonlayıcı ilişkilerini analiz etmek ve sosyal alanlardaki güç ve ekonomik etkileşimleri anlamak için uygundur. Bu bağlamda çalışmada aboneliğe dayalı kitlesel fonlama platformu Patreon'un gelir kaynağı olarak istikrarı ve sürdürülebilirliği sermaye dönüşümleri ve üretici-des-

tekçi ilişkisi merkezinde incelenmiştir. Farklı ekonomik gelişmişlik düzeylerine sahip ülkeler, küçük ve büyük yerel pazarlar ve çeşitli ulusal kültürel ortamlar, fonlama davranışını etkileyebilir (Shneor vd., 2021, Zheng vd., 2014). Patreon'u kullanan kültürel içerik üreticisi ve destekçilerinin katkı düzeyleri ve motivasyonları farklı ekonomi, politika ve kültür düzeylerinde farklı teorilerle değerlendirilmelidir. Bu nedenle çalışmanın amacı Türkiye'de kitlesel fonlama platformlarından Patreon'un sürdürülebilir bir gelir modeli olma olasılığını sorgulamak, üreticilerin ekonomi politik bağımsızlığı üzerindeki etkisini belirlemek ve içerik üreticileriyle destekçiler arasındaki ilişkilerde sermaye dönüşümünü keşfetmektir. Çalışmanın akışında önce kitlesel fonlamanın tarihsel süreçte gelişimi ve modellerine yer verilerek platform ekonomisini oluşturan kitlesel fonlama platformlarının yapısal şartlarının içerik üreticilerine etkileri ele alınmıştır. Ardından kitlesel fonlamada kültürel içerik üreticisi ve destekçi ilişki dinamikleri ve motivasyonlarına yer verilmiştir. Araştırmadan çıkan bulgulara göre üreticilerin ekonomik sürdürülebilirlik ve politik bağımsızlık beklentilerinin ne ölçüde karşılandığı, destekçi motivasyonları, ilişki ve etkileşimleri içerik analiziyle incelenmiştir.

1.Kitlesel Fonlamanın Gelişimi ve Modelleri

2008 yılında küresel finansal krizin ardından, üreticilerin geleneksel fonlama kaynaklarına erişimde zorluklar yaşaması, onları dijital altyapıda gelişen kitlesel fonlamaya yönlendirmiştir (Ballell, 2017, s.1). Kitlesel fonlamanın hızlı gelişimi dijital teknolojik ilerlemelerin hızına yetişemeyen düzenleyici yasal çerçevelerle ilişkilidir (Cuesta vd., 2015). Türkiye'de bağış ve ödül tabanlı model 2017'de (Vural ve Doğan, 2019), hisse tabanlı model 2019'da, borçlanmaya dayalı model ise 2021'de hukuki çerçevede tanımlanmıştır (resmigazete.gov.tr). Sosyal ağ ekosisteminin büyüklüğü ve dijitalleşme ile tüm dünyaya yayılan (Agrawal vd.,

2011) fonlama pazarının 2027 yılında 25,93 milyar dolara ulaşması öngörülmektedir.¹

Kitlesel fonlama, alternatif bir dış kaynak finansman modelidir. Modeller, destekçilerin katkılarının karşılığında ne kazandığına bağlı olarak belirlenmiştir (Ahlors vd., 2015; Mitra, 2012; Griffin, 2012; Lehner, 2013). Genel olarak, bağış, ödül, öz sermaye ve borç verme temelinde sınıflandırılmıştır (The World Bank, 2013, s.20). Ödül modelinde içsel bir motivasyonla bağış yapmaya eğilimli olan kültürel destekçiler (Fang, 2022) kültürel sermaye ihtiyacı ile hareket etmektedir. Popülerliği artan sembolik ödüller genellikle bir teşekkür mesajı ya da destekçinin adının medyada duyurulmasıdır (Gulati, 2014; Kuppaswamy ve Bayus, 2013; Bœuf vd., 2014, Al Sanyoura ve Anderson 2022). Ödül sayılan iletişim mesajları, (Craig ve Cunningham, 2019) sermaye dönüşümleri noktasında önemlidir. Bağış modeli, herhangi bir zorunluluk duymadan özgeci bir şekilde gerçekleştirilen destekleri ifade etmektedir. (Röthler ve Wenzlaff, 2011, s. 12). Araştırma örneğindeki iki kültürel içerik üreticisi de ödül ve bağış temelli modelleri hibrit bir şekilde kullanmaktadır.

Tüm kitlesel fonlama modellerinde kaynak, internet tabanlı uygulamalarda herkese yapılan açık bir davetle sağlanır (Da Cruz, 2018, s.4). Açık çağrı konusu bir makale, film ya da girişim olabilir. (Gutiérrez vd., 2010, s.13). Platformlar, girişimcilerle dağınık yapıdaki destekçilerin buluşmasını kolaylaştırır (Nielsen ve Ganter, 2018). Kitlesel fonlamayı benzersiz kılan şey, projeleri hayata geçirmek için gerekli ekonomik sermayeyi (Burkett, 2011) ve projelerin kalitesini artırmak için gerekli bilgiyi (Gerber ve Hui, 2013) sağlamasıdır.

Kitlesel fonlama sisteminin etkinliği sosyal sermaye ile yakından ilişkilidir. Sosyal sermaye, grup aidiyetleri, sosyal ilişkiler, güven ve işbirliği gibi unsurları içeren bir kaynak

olarak değerlendirilir. Girişimcilik kültürü, ekonomik koşullar, toplumsal katılım düzeyi, teknolojiye erişim ve kullanım düzeyi gibi faktörler sosyal sermayenin oluşumunu etkiler. Düzenleyici kurumlar, toplumsal katılımı artıran girişimcileri ve yatırımcıları bir araya getiren “kuluçka ve hızlandırıcı merkezler” gibi yapıları destekleyerek sosyal sermayenin etkinliğini artırabilir². Kitlesel fonlama sistemi, sosyal sermayenin etkileşimiyle birlikte girişimcilik faaliyetlerinin büyümesini teşvik ederek daha fazla kaynak sağlar. Fon akışı, sosyal ağlarda ekonomik sermaye arayan üreticinin verdiği sözleri yerine getirmesiyle verimli hale gelir (Onur ve Değirmenci, 2015). Güven, içerik üreticisi ve destekçi arasındaki ilişkide önemli bir faktördür ve dijital medya platformlarında Bourdieu'nun sermaye kavramlarının dönüşümüyle geliştirilmeye çalışılmaktadır.

Etkili bir kitlesel fonlama sisteminde, projenin değerini fonlayıcılara iletmek uzun vadeli çabalar gerektirir (Manning ve Bajano, 2017). Başarılı projelerde, Aristoteles'in üç ikna aracı kullanılarak retorik çağrılarda bulunulur (Mitra ve Gilbert, 2014; Tirdatov, 2014). Başarı, çevrimiçi sosyal sermaye, iş birliğini kolaylaştıran ağlar, karşılıklı fayda için eşgüdüm, normlar ve sosyal güvenle yakından ilişkilidir (Putnam, 1995, s. 1; Buttice vd., 2017; Mollick, 2014; Zheng vd., 2014). Kâr amacı gütmeyen projelerin daha geniş bir ilgi alanına hitap etmesi, projenin kalitesine odaklanması ve sosyal faydanın getirdiği motivasyon (Belleflamme vd., 2014; Liao vd., 2015) ile hedefe daha kolay ulaşılmaktadır. Kitlesel fonlama gelir modelinin yaygınlaşmasına Bourdieu'nun sermaye kavramlarıyla bakıldığında girişimcilerin ekonomik sermaye elde etmek, destekçilerin ise simgesel sermayelerini artırmak ve sosyal sermaye ağlarını genişletmek amacıyla projelere katkıda bulunduğu görülür. Aynı zamanda, kitlesel fonlama fırsatlarına erişim ve projelerin

¹Crowdfunding Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027

²Crowdfunding's Potential for the Developing World, The World Bank.

başarısı da sosyal ve kültürel sermaye ile ilişkilidir. Üreticilerin ve destekçilerin kitlesel fonlamayı benimsemeleri, kişinin sermayelerini nasıl kullandığını ve sosyal dünyada nasıl konumlandığını etkileyen habitusu şekillendirir. Kitlesel fonlama, sosyal ağlar, normlar ve güvenin bir araya geldiği bir mekanizmadır. Üretici ve destekçiler, kitlesel fonlamayı benimseyerek, ekonomik sermayelerini (para), sosyal sermayelerini (destekçi ağları), kültürel sermayelerini (yaratıcı fikirler ve yetenekler) ve sembolik sermayelerini (toplumda itibar) birleştirirler. Bu şekilde habitus, kitlesel fonlamanın sosyal ve ekonomik dinamiklerini kullanarak konumlarını ve başarılarını etkiler.

2.Platform Ekonomisinde Kitlesel Fonla ve Ekonomi Politik Bağımsızlık İlişkisi

Dijital platformlarda hayatın her alanını içeren çok çeşitli sosyal ve ekonomik faaliyet aynı zamanda e-ticaretin önemli bir bölümünü temsil etmektedir (Hesse vd., 2021; Mitterdorf vd., 2019 ; Zimmermann vd., 2018). Patreon, Kickstarter, GoFundMe, Indiegogo kitle finansmanı; PeerBerry, Zopa, Ratesetter, Funding Circle, Auxmoney kitle kredisi veren dijital platformlardır (Dann vd., 2022). Platformların sayısı farklı ülkelerde farklı büyüme oranları göstermiş, farklı ulusal modeller geliştirilmiştir (Dushnitsky vd., 2016).

Çevrimiçi kitlesel fonlama platformlarının genel işleyişi iş modeli ve gelir modeli arasında bir yerdedir. Çevrimiçi pazarda platformlar, bağış toplamak isteyenlerle fonlayıcılar arasındaki aracılıktan ve işlemlerden pay almaktadır (Burkett, 2011; Koch ve C heng, 2016). Platform şirketleri, arama motorlarını yönetme, hukuki gereklilikleri kontrol etme, çevrimiçi ödeme mekanizmaları sağlama ve projelerin kalitesini filtrelemeyi amaçlayan ön tarama hizmetleri sunar. (Löher, 2017). Platformlar, üretici ve tüketicilere proje hakkında bilgi verir, eş zamanlı etkileşim sağlar ve

koordinasyon maliyetlerini azaltır. (García ve Estellés-Arolas, 2015; Gulati, 2014; Agrawal vd.,2014; Crosetto ve Regner, 2014). Fonlayıcılar sürecin ilerleyişiyle ilgili geri bildirim ve önerilerle bilgilendirilir. Platformlarda üretici ve bağışçı kriterleri, seçim ve ödeme şekilleri ise değişkenlik gösterir (De Buysere vd., 2012, s.14). Şirketler, sosyal ve ekonomik sermayeyi bir araya getirerek güç ilişkileri ve ekonomik etkileşimlerin bir örneğini oluştururlar. Üretici ve fonlayıcıların, platformların belirlediği kurallar doğrultusunda davranışlarını şekillendirmeleri ve uyum sağlamaları ise habitus demektir.

Platform şirketlerinin başarısı, bir ihtiyacın keşfedilmesi, ihtiyaca yönelik ürünün ve pazarda bilinirlik sağlama stratejisinin geliştirilmesi, fonlayıcı ve üreticiler arasında rahat erişim ve işlem kolaylığı sunarak bağlantıyı kolaylaştırması, ilgi ve değer üretimini destekleyen akışı sağlamasıyla ilişkilidir (Boncheck ve Choudary, 2013). Şirketler yeni iş modeliyle değer üretmeseler de aracılık işlem ve kesintileriyle küresel medya ekonomisinde dengeleri belirleyen bir konumdadır. Farklı sektörlerde faaliyette bulunan çok büyük küresel teknoloji şirketleri ile onların internet altyapısının kullanarak şirketlere bağımlı tek bir alanda faaliyet gösteren sektörel platformlardaki iki bölümlü görünüm, platformları küresel değerler zincirinin en tepesine yerleştirmektedir (Van Dijck, 2018).

Platformlar güven odaklı aracılık hizmetlerinde teknolojik altyapı, veri analitiğini sağlama ve platform kitlesine ulaşımında çok çeşitli mekanizmalar ve özelliklerden yararlanır (Hesse vd.,2020). Üreticiler, gelir sağlama, algoritmik sistem ve üretici verilerinin yönetimi hakkında tek taraflı kararlar alan platformların karşısında ekonomik politik özerklik sorunu yaşamaktadır (Hair vd., 2022). Platformlar, algoritma ve tasarım seçimleriyle sembolik sermaye oluşturarak sosyal ve ekonomik etkileşimleri yönlendirmekte, üretici-tüketici dinamiklerini belirlemekte,

üretileen değeri etkilemektedir. Platformların stratejik ağırlığının ön plana çıkması, güç ilişkilerinin hakim olduğu medya alanında üreticilerin sınırlamalara tabii olduğunu kanıtlamaktadır.

Kültürel üreticilerin farklılaşan iş ve gelir modellerini birlikte kullanmalarının özünde ekonomi politik bağımsızlık ve güvence arayışı bulunmaktadır (McRobbie, 2002). Çoklu platform uygulamalarında tek bir platformun güvencesizliğine karşı geliri korumak amaçlanır (Craig ve Cunningham, 2019; Hesmondhalgh, 2021; Nieborg ve Poell, 2018; Scolere, 2019). Piyasanın ve platformların sınırlayıcı dayatmalarına karşın geliştirilen çözümlerden birisi YouTube'da ücretsiz içerik üretmeye devam etmektir. Bu şekilde kullanıcıların kitlesel fonlama platformuyla buluşması ve destekçiyeye dönüşmesi hedeflenir.

İçerik üreticileri için her bir platform için ayrı ayrı emek zaman harcanması, birbirine bağlantılı platformlarda kendi medya ekolojisini oluşturması demektir (Scolere, 2019). Çoklu platformlarda çekirdek takipçiler ve destekçiler bulmak, topluluk oluşturmak, bir ortaklık duygusu geliştirmek, gelir modelinin sürekliliği için video, görsel ve yazılı duyurularla iletişim kurmak projenin dikkate değer olduğu göstermek içindir (Vachelard vd.,2016, s.3). Çünkü çoklu platformlarda üreticiye karşı olumlu duygular besleyen kullanıcının Patreon'la bağış yapma olasılığının daha yüksek çıktığı görülmüştür (Davidson ve Poor, 2015). Tüm bu çabalarda üreticilerin hedefi ekonomik sermayeye ulaşmaktır.

İçerik üreticilerinin birden fazla dijital platformda verdiği platform emeği, platformların teknik, yasal ve algoritmik özelliklerini bilmeyi, estetik ve kültürel normlarına ilişkin farkındalığı (Luka, 2012; Scolere, 2019) ve üreticinin yeni platformları kendi medya ekolojisine entegre etme yeteneğini gerektirir (Duffy, 2020). Platform emeği üreticiler için belli bir kültürel sermayeye ve sosyal sermayeye sahip olmayı zorunlu kılar. Araştırma

örneklemindeki Evrim Ağacı çoklu platform uygulamalarını yoğun olarak kullanmaktadır. Ancak platform çalışmalarına harcanan emek zaman, çoğu gönüllü büyük bir uzman ekiple hareket etmeyi zorunlu kılar. Elbette zorunlu iş bölümü ve uzmanlaşma projenin finansman ihtiyacı ve hedefini de büyütürken ekonomik sermaye ihtiyacını artırmaktadır.

Araştırmanın diğer örneklemini olan Fularsız Entellik bir podcast üreticisidir ve yayınlarının içeriğini beğenenler tarafından fonlanmaktadır. Ancak çoğu podcast üreticisinin düzenli geliri yoktur (Knepper, 2017; Regner, 2021). Sonuç olarak, bugün çoğu içerik oluşturucusu ekonomik anlamda rahat bir yaşam sürdüremediğinden giriş maliyeti düşük olan kitlesel fonlama şirketlerine yönelmekte şirketlerin kurallarına ve şartlarına uymaktadır.

3.Kitlesel Fonlamada Dijital Kültürel İçerik Üreticileri ve Tüketici Dinamikleri

Sosyal ağlarda içerik üretimi, yeni bağlantılar ve topluluklar oluşturarak iletişim ve kültürü dönüştürmektedir. (Manovich, 2001, s. 6, Hoskins, 2009, s. 30). Yeni iletişim formunda üretici ile tüketici, ticari olanla olmayan ayrımı belirsizleşmiştir. Sosyal ağlarda arkadaşlar, bağlantılar, takipçiler birbirinin sermayesi haline gelmiştir. İnternette harcanan emek zaman ve yaratılan değer, tüketici ve üretici dönüşümlü profil oluşturmuştur (Fuchs, 2015). Belirli bir sosyal ve kültürel sermayeye sahip kullanıcılar, girişimci içerik üreticilerine dönüştüğünde medya ekolojisinde yeni iş gücü piyasası gelişmektedir.

İş ve yaşam farkının bulanıklaşmasıyla (Hardt ve Negri, 2008) dijital emeğe dayanan yeni sermaye biçimleri dijital kültür üretmektedir. Dijital medyada üretilen ve tüketilen dijital kültür dijital sermayeye (Park, 2017) yol açmaktadır. Kültürün sosyal medya platformlarında bedelinin ödenerek dağıtılması ve kullanıcıların kendi ürettiği içerikleri tüketime

açma hedefi, kültürel üretim işleyişinin yapısını kökten değiştirmiştir (Ritzer ve Jurgenson, 2010; Caplan ve Gillespie 2020). İnsanlar, topluluklar, kurumlar ve endüstriler arasındaki kültürel ve ekonomik geçişkenlikler, üretilen dijital kültürün finansallaştırılması ve platformlaşmasıyla sonuçlanmıştır. Öyle ki 2022'de OnlyFans ayda 57 milyon üzeri, Discord yaklaşık 44,6 milyon, Shopify yaklaşık 23,3 milyon, OpenSea, 6,6 milyon, Patreon web siteleri ise 6,5 milyon kişi tarafından ziyaret edilmiştir³. Bu bağlamda araştırma deseni kültürün finansallaştırıldığı bir platform olan Patreon'dur. Patreon aynı zamanda kültürel üretim alanında himaye ağlarını düzenleyen kültürel ürünlerin kürasyonuna, değerine, üretimine ve tüketimine katkıda bulunan bir araçtır (Barnett ve Cavanagh, 1995).

İçerik üreticileri, finansal desteğin artırılması için çoklu platform topluluklarında düzenli iletişim ve etkileşim için emek verirler. Üretici ve destekçilerin sosyal ve duygusal yatırımda buldukları uzun vadeli ilişkiler ticari amaçlar üzerine kuruludur (Baym, 2018). Tüketici kültürel destekçilerle "ekonomik yakınlık" ilişkileri geliştirilerek hedeflenen bağlılıkta (Zelizer, 2005) motivasyonlar önemli bir rol oynamaktadır. Destekçi motivasyonları çeşitli faktörlere bağlı olarak şekillenmektedir. Örneğin; ödül ve hisse tabanlı kitlesel fonlamada, hayırseverlik, topluluğa aidiyet duygusu, sosyal tanınma, ekonomik ödüller ve resmi sözleşmelerin sağlanması gibi beş ana motivasyon belirlenmiştir (Gerber ve Hui, 2013; Agrawal vd., 2014). Bağışa dayalı modelde temel rol oynayan özgecilik ve hayırseverlik, memnuniyet duygularıyla bağlantılıdır (Hemer, 2011; Agrawal vd., 2014; Zheng vd., 2014). Topluluk etkileşimlerindeki hayırseverlikte temel motivasyon içsel bir doğaya sahipken (Fang, 2022), kültür, sanat, tasarım, bilim ve habercilikte çoğunlukla takdir etme motivasyonu hareket edilmektedir (Ragner, 2021). Destekçi motivasyonunu artıran

sosyal konumu iyileştirme, itibar kazanımı (Burtch vd., 2016), sosyal tanınma (Agrawal vd., 2014) ve kimlikle uyumlu sosyal amaçlar (Gerber ve Hui, 2013) simgesel sermayeyi işaret etmektedir. Kültürel destekçilerin bağı uzun süre sürdürmesi kitlesel kişisel iletişim modeline uygun dijital teknolojileri içeren bireysel, grupsal ve kitlesel iletişim pratiğine bağlıdır (Q'Sullivan ve Carr, 2018). Tüketici ve fonlayıcı arasındaki geçişkenlik proje, fikir ya da amacın çevrimiçi ağlarda duyurulmasıyla sağlanmaktadır (Li vd., 2022). Tüm bu motivasyonlar ve çabaları içeren sosyal ve simgesel sermaye kavramı kültürel içerik üreticileri ve destekçileri arasındaki etkileşimde önemli rol oynamaktadır.

Sonuç olarak dijital medyada sermaye kavramları, çevrimiçi ve çevrimdışı üretilen kültürel içeriklerle tüketenler arasında karşılıklı ve etkileşimli bir şekilde dönüşmektedir. İçerik üreticileri ekonomik sermayeye dönüşmek üzere kültürel ve sosyal sermayelerini sentezleyerek bir araya getirir. Tüketici tercihlerinde ise sosyal, kültürel ve simgesel sermayelerini artırma motivasyonu etkilidir. Bourdieu'nun sınıfsal ayrımlardaki ölçütlerine göre insanlar, beğeni ve tercihlerini yansıtan kültürel içerik üreticilerine ekonomik sermayelerini yönlendirme eğilimindedir. Aslında durum sınıfsal ayrımların belirlediği içerik tüketiminin sosyal ve kültürel sermaye üretiminde kullanılmasıdır.

4. Kültürel İçerik Üreticilerinin Kullandığı Kitlesel Fonlama Modeli Patreon

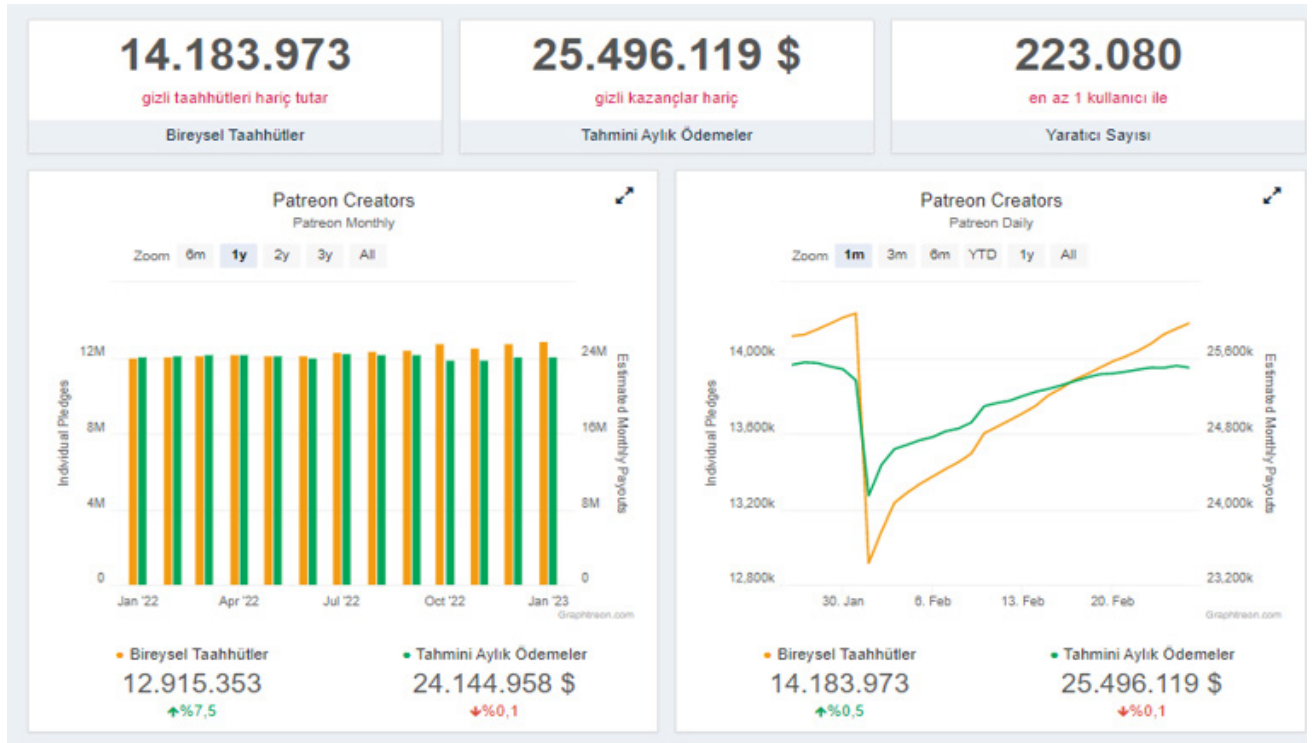
Girişimciler, sanatçılar, podcast üreticileri, video oluşturucular, yazar ve gazeteciler ile sosyal projelere yoğunlaşanlar için önemli bir finansman kanalı olan Patreon, yaratıcı sektörlerde en büyük kitlesel fonlama platformudur. 2023'teki sektör dağılımlarına göre yaratıcı profesyoneller için Patreon en iyi kitlesel fonlama platformu olarak değerlendirilmiştir (investopedia.com). Patreon, niş alt kül-

³<https://www.statista.com/statistics/1357882/creator-economy-company-website-traffic/>

türler için özel bir destekçi tabanı oluşturan «kuluçka makinesi» ya da sanat temelli bir üyelik platformu olarak tanımlanmaktadır (Manjoo, 2017; Bonifacio ve Wohn, 2020). 2013 yılında YouTube müzisyeni Jack Conte ve Sam Yam tarafından ABD’de kurulan şirkette bugüne kadar 250.000’den fazla içerik oluşturucusu 3,5 milyar dolarlık fon toplamıştır. Patreon, kültür, sanat ve yaratıcı endüstrideki içerik üreticileri tarafından “kullanımı kolay” olarak nitelenmiştir. Çünkü Twitch ve YouTube’un ortaklık politikalarının aksine hesap oluşturmak ve az sayıdaki takipçiyle bile gelir edinmek kolaydır (Manjoo, 2017). İş ve gelir modeli içerik oluşturucularla, içeriklere değer veren kişileri bir araya getirme üzerine kuruludur. Finansman modeli aylık ve süreklidir. Uzun vadeli ve istikrarlı destek, içerikten uzun süre keyif alan takipçilere bağlıdır. Platformun ekosistemi içerik üretici ve destekçilerin Google veya Facebook hesabı ile Patreon’a kaydı ile başlamaktadır. İstedığı zaman desteği kesebilen destekçilere ayda bir dolar-dan binlerce dolara kadar farklı abonelik seçenekleri sunulmaktadır (Patreon, 2023).

Aboneliğe dayalı kitlesel fonlamada başkalarının katkıları hakkındaki bilgi, diğer bağışçıların faaliyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (McKenzie vd., 2019). Bu nedenle web sayfasında, içerik üreticiye yaptığı iş için ödeme yapılması gerektiği vurgulanır. Yaratıcı içerik üreticileri fonlanmadığında dünyada bazı kültürlerin ve kültürel üretimlerin yok olacağı vurgulanarak küçük ve düzenli katkıların kültürü kalıcı kılacağı ileri sürülmektedir (Müller, 2021).

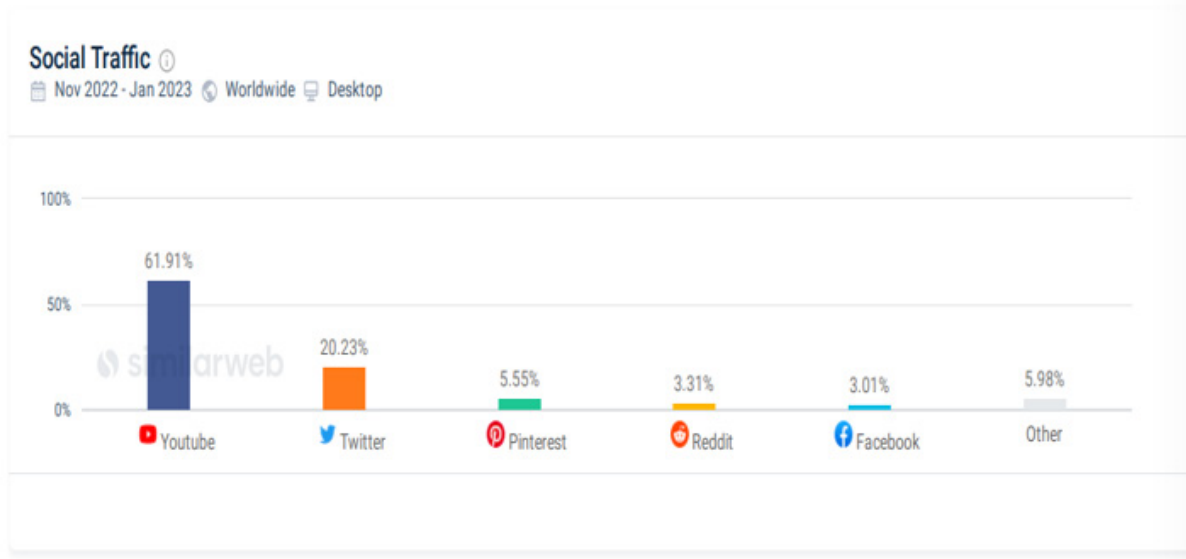
Patreon’un 223 binin üzerinde yaratıcı içerik üreticisi bulunmaktadır. 29 Şubat 2016’da 25 bin 231 olan rakam tüm zamanlarda yüzde 783,3 artmıştır. Son bir ay ve bir yıl değerlendirmelerinde görüldüğü üzere hem bireysel taahhütlerini hem de tahmin edilen aylık ödemeleri yükselmiştir (graphtreon.com). Aylık aboneliklerde “Lite” planı %5, “Pro” seviyesi %8 ve “Premium” planı %12 kesinti alır. Başta Vimeo, MailChimp olmak üzere birçok yazılım entegrasyonu kullanır. Ayrıca şirket, ödeme başına %2,9 işlem ücreti ve 0,30 ABD doları almaktadır. (Patreon, 2023).



Şekil 1. Patreon Verileri (graphtreon.com)

Social

Social makes up 22.29% of website traffic



Şekil 2. Patreon Web Sitesi Trafiği

Bu nedenle Patreon kendini bir üyelik platformu olarak tanımlamaktadır (Conte, 2017).

Patreon web sitesi aylık 94.18 M kişi, Kasım 2022 ile Ocak 2023 tarihleri arasında ise 282,5M kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Ziyaretlerin %59,05'i masaüstü, %40,9'u mobil cihazlarla gerçekleştirilmiştir. Siteye en çok giriş ABD, İngiltere, Kanada, Almanya ve Avustralya'dadır. Dünyada 483, ABD'de 325 ve kitlesel fonlama endüstrisinde 26. sırada en çok ziyaret edilen sitedir. Pazarlamada Patreon'a ulaşım direk site araması, sosyal medya, organik arama ve yönlendirilme ile gerçekleştirilmiştir. En çok linktr.ee sitesinden yönlendirme almaktadır. Patreon'un sosyal medya trafiğinde ise %61,9 YouTube, ardından %20,23 ile Twitter(X) gelmektedir(similarweb.com).

İnsanların günlük hayatlarında ödeme ve ilişki türü arasında "iyi eşleşmeler" oluşturarak ilişkiyi yönetmesi bağlamında (Zelizer, 2005, 2011) Patreon fonlaması, koşulsuz

bağış ile alınan hizmetler için yapılan ödeme arasında bir yerde konumlanmaktadır (Wohn vd.,2019).Birçok kültürel alanda, sosyal sermaye yoksunluğu çeken üretici çeşitliliğine sahiptir. Her ay gelecek düzenli desteği bilen içerik üreticileri için yeni hedefler için çabalamak ve planlama yapmak kolaylaşır.⁴ İçerik üreticilerinin belirlediği avantajlar destekçilere bir tür ödül olarak sunulur.(Wohn, vd., 2019).

Patreon, içerik üreticilere Google Analytics ile entegre verilerle destekçileri hakkında bilgi sağlayarak, uzun vadeli proje yönetimine yardımcı olur. İçerik oluşturucular, destekçilere otomatik hatırlatıcı takip sistemini kullanabilir. Destekçiler, Patreon mesajlarıyla yeni içerikler hakkında bilgi almaktadır. Patreon Merceği üreticilerin 'sahne arkası' içeriği destekçilere sunmalarına yardımcı olurken, Discord, WordPress Entegrasyonu, Crowdcast ile üretici ve destekçi ilişkisi desteklenir (Patreon, 2023).

⁴<https://blog.patreon.com/patreon-kickstarter-indiegogo>

5.Araştırmanın Amacı ve Konusu

Araştırmanın amacı; Bourdrieu'nun sermaye kavramları dönüşümünden hareketle dijital medyada, bağımsız kültürel içerik üreticilerinin kullandığı alternatif gelir modellerinden Patreon modelinin sürdürülebilirliğini, medya ekonomisinde kalıcı dönüşüm ve değişimlere yol açıp açmayacağını sorgulamaktır. Diğer bir amaç da Patreon modelinin kurumsal olmayan içerik üreticiliğinde destekçi motivasyonlarının ekonomi-politik bağımsızlığa etkilerini keşfetmektir. Bu çalışmanın temel olguları ekonomik sürdürülebilirlik ve ekonomi-politik bağımsızlıktır. Çalışmanın odağında dijital medya araçlarını kültürel içerik üretiminde kullanan Fularsız Entellik ve Evrim Ağacı bulunmaktadır. Çalışmada aşağıdaki soruları yanıtlamak amaçlanmıştır.

-Dijital medyada kültürel içerik üretiminde Patreon, alternatif bir gelir modeli olabilir mi?

-Örneklemdaki dijital medya kültürel içerik üreticileri neden kitlesel fonlamaya ihtiyaç duyuyor?

-Patreon gelir ve iş modeli içerik üreticileri tarafından nasıl kullanılıyor?

-Destekçiler neden bu modeli tercih ediyor?

-Destekçilerin motivasyonları nelerdir?

-Destekçi motivasyonları ülke şartlarında ekonomi politik anlamda sürdürülebilir midir?

-Patreon, dijital medyada kültürel içerik üreticilerinin ekonomi politik bağımsızlığını ve sürdürülebilirliğini nasıl etkileyebilir?

6.Araştırma Yöntemi

Araştırmada sosyal bir durum, olay, rol, grup veya etkileşimi anlama yöntemi olan nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır (Creswell, 2021) Çalışma, teori ve araştırmanın sorunlarına ilişkin olarak keşfedici araştırma kapsamına girmektedir. Keşfedici araştırmalar, üzerinde az çalışılmış konuları aydınlatma-

da kullanışlı ve yararlıdır (Neuman, 2012). Keşfedici araştırma derin ve yoğun ve ayrıntılı bir analizi gerektirir. Pek çok nicel ve nitel araştırmada durum çalışmalarında nasıl ve neden soruları, araştırma konusu ve olgunun araştırma nesnesi olarak çözümlenmesinde en uygun sorulardır. Bu bağlamda içerik üreticilerinin Patreon'u nasıl gördükleri, neden gelir modeli olarak kullandıkları; fonlayıcıların ise neden fonlamayı seçtikleri ve nasıl bir motivasyonla hareket ettikleri araştırılmıştır. Çalışmanın tekli durum araştırma deseni, kurumsal olmayan dijital medya kültürel içerik üreticilerinin gelir modeli olarak kullandığı Patreon'dur. Durum araştırması genellikle bir konuyu örneklen-dirmek için araştırmacının bu durumun ortamına dair detaylı bir betimleme sunması nedeniyle tercih edilmiştir (Creswell, 2013). Durum araştırmasında örneklemin büyüklüğü değil, niteliği önemlidir. Araştırma sınırlılığı kapsamında örneklem olarak Türkiye'de kültürel içerik üretiminde Patreon gelir modelini uzun yıllardır kullanan bilimsel kategoride ele alınabilecek içerikleri yayınlamak Türkiye'nin en büyük içerik platformlarından biri olan Evrimağacı ve Podcast yayıncılığıyla kültürel içerik üretiminde bulunan Fularsız Entellik seçilmiştir. Araştırmada biri büyük diğeri küçük iki dijital medya kültürel içerik üreticisinden veriler elde edilmiştir. Araştırmada önce Patreon ve içerik üreticilerine ilişkin doküman analizi yapılmıştır. Patreon bir aracı model olduğundan veri toplama tekniği olarak; içerik üreticileri ile yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilirken, fonlayıcılarla ise katılımcı gözlem, yarı yapılandırılmış görüşme araştırma tekniği birlikte kullanılmıştır. Çünkü durum araştırmasında çoklu veri toplama yöntemlerinin kullanılması, veri tabanı oluşturma ve kanıt zincirini sürdürme önemli ilkelerdir (Yin, 2003).

İçerik analizi metinlerden teorik sonuçlar çıkarılmasına elverişli bir araştırma tekniğidir (Cohen vd., 2007). Birbirlerine benzeyen

verileri, belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek dijital medyada kültürel içerik üreticiliğinde alternatif bir gelir modelinin nasıl uygulandığının detaylı çözümlenebilmesine ve çıkarımlarda bulunulmasına elverişli bir analiz türü olması nedeniyle tercih edilmiştir (Fraenkel vd., 2012; Büyüköztürk vd., 2018). İki içerik üreticisinin dijital medyadaki konumları, içerik analiziyle karşılaştırılarak araştırma problemiyle ilgili örneklemin abone ve takipçi sayıları, web site trafikleri, Patreon desteklerinin niteliği, bağışçıların kitlesel fonlamayı seçim motivasyonları ve görüşleri detaylı bir şekilde çözümlenmiştir. Üreticilerin sosyal medya platformlarındaki içerik üretimi ve üye ilişkisi 2022 Aralık- Mart 2023 tarihleri arasında incelenmiştir. Öte yandan içerik üreticilerinin sermaye dönüşümünde etkin olarak kullandığı çoklu platform uygulaması Discord'da üreticilerin kanalı ne kadar etkin kullandıkları ve ilişkisel emek süreçleri gözlemlenmiştir.

Çevrimiçi grubun katılımcı gözlenmesi, araştırmacıya olayları ve tartışmaları anında gözleme olanağı verdiğinden kayıtlı olduğunda daha sonra çözümleme kullanılabilir (Kleinman, 2004, s. 50-60). Bu bağlamda çalışma ve araştırma kapsamında her iki içerik üreticisi, Patreon'la desteklenerek fonlanmış, anlık mesajlaşma ve iletişimin gerçekleştiği dijital bir platform olan Discord ile her iki içerik üreticisinin topluluklarına katılım sağlanmıştır. Discord'a 2023 Aralık-Nisan aylarında 5 ay süreyle katılımcı gözlemci olunmuştur. İçerik üreticilerini Patreon gelir modelini kullanarak destekleyenlerin bir bölümünün bulunduğu Discord'da her iki içerik üreticisinin fonlayıcılarıyla iletişime geçilmiştir.

Kleinman, çevrimiçi araştırmada etik sorumluluk konusuna vurgu yaparak, grup üyelerinin izninin alınmasına ve anonimliklerinin korunmasına önem verilmesine vurgu yapmaktadır (Kleinman, 2004). Dijital medya çalışmalarında araştırmacının katılımcıları

mümkün olduğunca bilgilendirerek rızalarını alması ayrıca önemli ve gereklidir. Bu bağlamda destekçilere araştırma konusu ve amacı açıklanarak araştırma soruları sorulmuştur. Discord'un gerek dijital oyun gerekse iletişim ve paylaşımda yoğun olarak kullanılmasından dolayı anket formu hazırlanmamıştır. Patreon destekçilerinden 19'u araştırma sorularına yanıt vermiştir. Gerçekleşen yarı yapılandırılmış görüşmede alınan yanıtların ortak kodları oluşturmada yeterli olduğu görüldükten sonra araştırma ana temaları oluşturulmuştur. Destekçilere Patreon modelini tercih ve bağış motivasyonunu anlamak ve anlamlandırmak üzere sorular sorulmuştur. Modelin sürdürülebilirliğini ekonomik politik açıdan değerlendirmek için sorulan sorular şunlardır:

Örneklemdaki içerik üreticisini neden destekliyorsunuz?

-İçerikleri ücretsiz erişebilirken neden Patreon'la destekliyorsunuz?

-Patreon destekçisi olma motivasyonunuz nedir?

-Patreon destekçisi olarak beklentileriniz nedir?

-Patreon desteğini devam ettirmeyi düşünüyor musunuz?

-Patreon ile desteklediğiniz başka içerik üreticileri de var mı?

-Reklam ve sponsorluk modeli sizin desteğinizin devamını ne şekilde ve nasıl etkiler?

-Hangi şart ve durumlarda desteği kesmeyi düşünürsünüz?

-Desteğinizi sürdürmek veya sonlandırmak noktasında içeriklerin önemi nedir?

-Türkiye ekonomik şartlarında hangi gelişmeler gerçekleşirse desteğinizi kesersiniz?

-Gözlem ve alınan yanıtların içerik analizi ile destekçilerin motivasyonları belirlene-

rek kodlanmıştır. Bu şekilde veri tabanı temalara ayrılarak organize edilmiş ve veriler sayısallaştırılmıştır. Araştırma örneklemindeki içerik üreticileri ise araştırma amaç ve kapsamındaki yapılandırılmış sorulara mail üzerinden yanıt vermiştir. Üreticilere Türk medya ekonomisinde Patreon'un sürdürülebilir bir gelir modeli olup olmadığını anlamak üzere sorulan sorular aşağıdadır:

- Dijital medya kültürel içerik üreticileri neden kitlesel fonlamaya ihtiyaç duymaktadır?
- Patreon modeli dijital medyada kültürel içerik üreticilerinin bağımsızlığını ne kadar ve nasıl etkileyebilir?
- Sizce Patreon alternatif bir gelir modeli olabilir mi?
- Patreon modelini sürdürülebilir bir gelir modeli olarak görüyor musunuz?
- Patreon desteği fonlamada istikrar sağlayabilir mi?
- Patreon destekçilerinin motivasyonu sizce nedir?
- Destekçilerin ortalama katkısı kaç dolar?

Araştırmanın sadece iki kültürel içerik üreticisini ele alması ve bazı bilgilerin Patreon'da gizlenmesi nedeniyle son verilerin dikkate alınması araştırmanın sınırlılığını oluşturmuştur. Araştırmanın diğer bir sınırlılığı 2023 Aralık-Nisan tarihleri arasında sadece Discord üzerindeki aktif destekçilerle iletişime geçilebilmesidir. Online çevrimiçi Discord'daki Patreon destekçi sayısının 5 ay süreyle ortalama 30-40 kişi arasında değiştiği saptanmıştır. Sorulara yanıt veren 19 destekçinin bazı soruları birlikte yanıtlaması diğer bir sınırlılığı oluşturmuştur. Çalışma, keşfedici araştırma yapısına uygun şekilde Türkiye'de kültürel içerik üreticisi ve destekçilerin Patreon modelini kullanma neden ve motivasyonlarını anlamayı ayrıca araştırma temel olgularını aydınlatmaya yarayacak sonuçlara

ulaşmayı sağlamıştır.

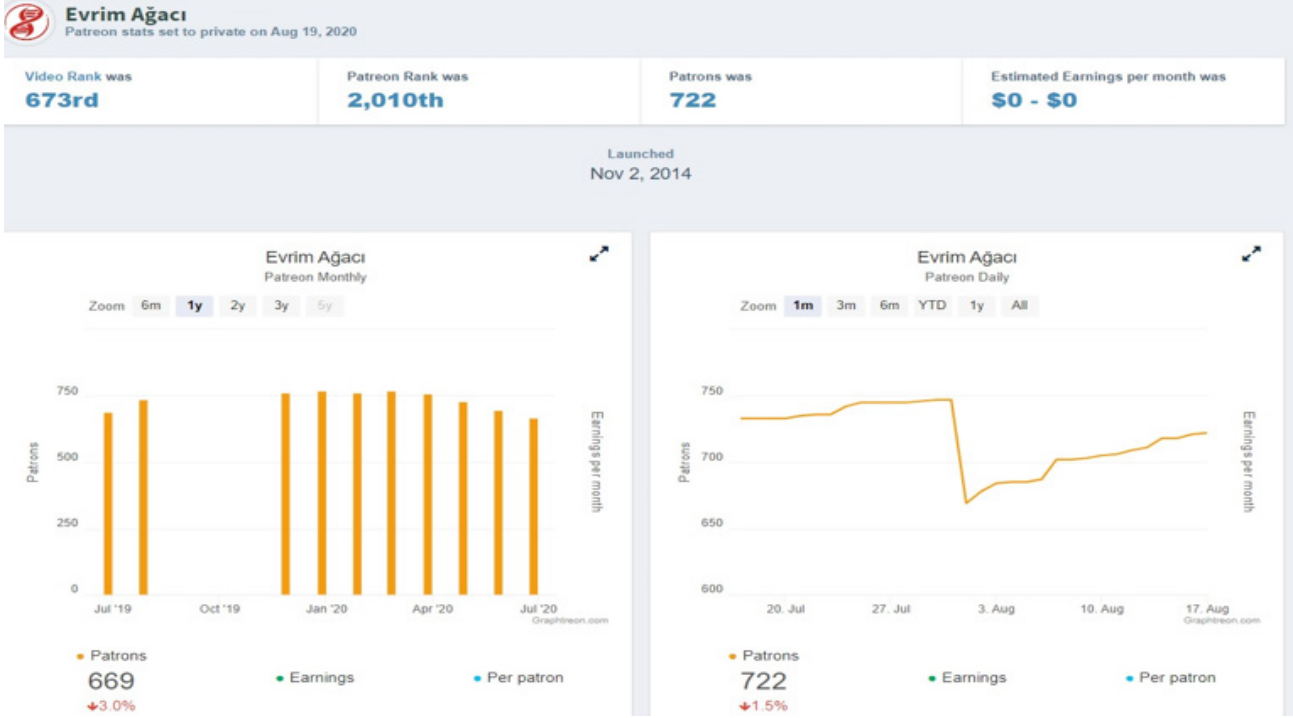
7.Araştırma Bulguları

Kültürel Üretici Evrim Ağacı ve Fularsız Entellik'in Sosyal Medya ve Patreon İlişkisi Analizi

Örneklemindeki iki içerik üreticisinden Evrimağacı'nın 2020 Ağustos tarihinden itibaren verilerini gizlenmesi talebi nedeniyle her iki üreticinin son güncel bilgileri aşağıda sunulmuştur.

5 Kasım 2010'da Çağrı Mert Bakırcı öncülüğünde kurulan Evrim Ağacı, tamamen ücretsiz ve Türkçe bilim içerikleri yayınlamaktadır. 23 Şubat 2018 itibariyle ABD'de "Tree of Evolution" markası ve firması olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Fonlama ve tek meslek olgusu temel alınarak emek-zaman ve gelir ilişkisi kurulu bir söylem kullanmaktadır. Kitlesel fonlamaya duyulan ihtiyaç video ve metinlerle sıkça dile getirilmektedir. 2022 Aralık ayı itibariyle kötüleşen ekonomik atmosferin bağışçılar üzerindeki etkilerine dikkat çekilerek editöryal kaliteyi bozmayacak reklam ve sponsorluk ilkelerine uygun teklifleri kabul edeceklerini açıklamışlardır. 2017 yılından beri Patreon desteği alan Evrim Ağacı, bağışçıların TL ödeme yapabilmesi için 2019'da kendi kitlesel fonlama sistemi Kreosus'u geliştirdi. Hedeflerin yüzde 22'sini gerçekleştirebildikleri belirtilerek aylık 2, 5 ve 15 dolarlık düzenli ödeme seçenekleri sunmaktadır. Kanalın bugüne kadar açıklanan 1881 Kreosus, 772 Patreon ve YouTube üzerinden 4331 bağışçısı bulunmaktadır (evrimağacı.org).

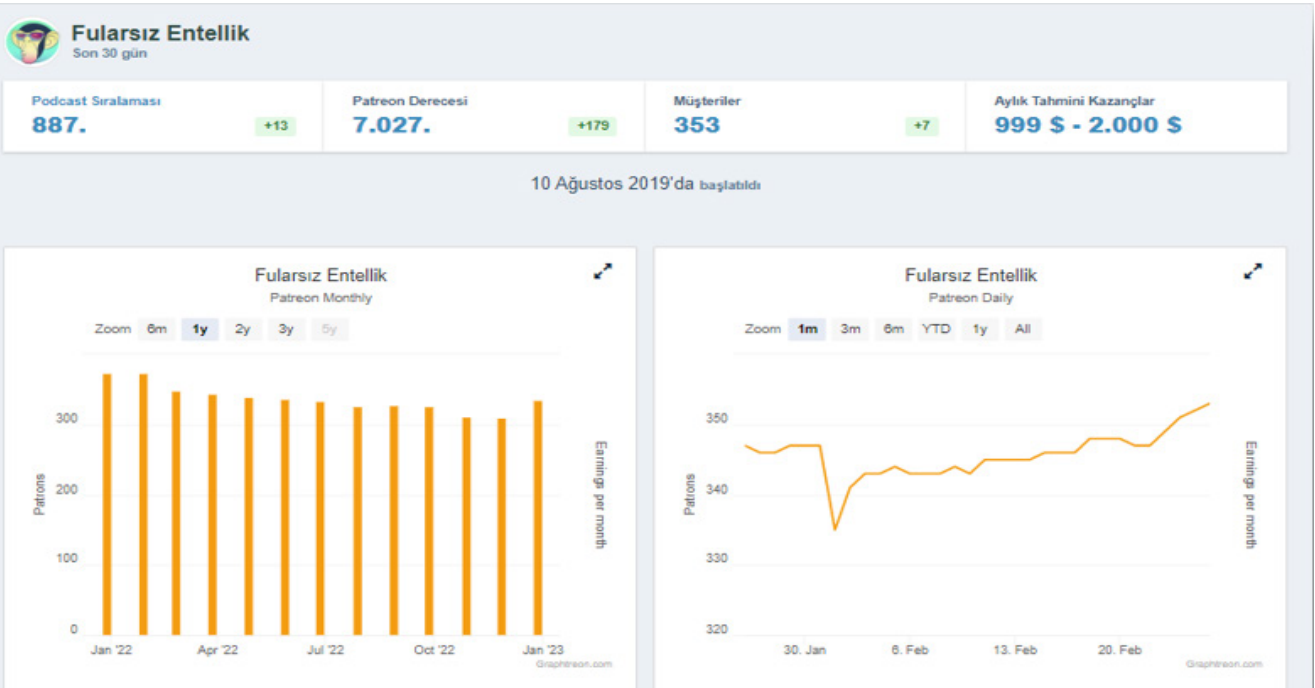
Evrimağacı Patreon'a 2 Kasım 2014'de video üreticisi olarak katılmıştır. İzlenme oranı ile 673. sıradadır. Patreon istatistikleri 19 Ağustos 2020'de gizli olarak ayarlandığından 2017-2020 yılları verileri işlenmiştir ve en düşük Patron sayısı Temmuz 2017'de 280, en yüksek destekçi sayısı 2018 Ocak'ta 974'tür. En son Ağustos 2020 tarihindeki destekçi sayısı ise 722 olarak belirtilmiştir. Tüm Patreon içerik oluşturucuları arasında 2010. sıradadır.



Şekil 3. Evrim Ağacı'nın Patreon İstatistikleri (graphtreon.com)

Fularsız Entellik'in kurucusu ekşi sözlük ve Safsata Ansiklopedileri yazarı "İmmanuel Tolstoyevski" nickini kullanan anonim bir kimliktir. Tolstoyevski, Patreon gelirleri ile sadece içerik üretmeyi hedeflediğini belirtmiştir. Youtube'a 2 Temmuz 2009 tarihinde katılmış, podcast uygulamasına ise 2019 tarihinde

başlamıştır. Fularsız Entellik, YouTube'da en son içeriği 2021'de yayınlamıştır. Daha çok podcast ürettiği bilinen üretici, farklı konularda hazırladığı mini serilerle 2020'de Spotify'da en çok dinlenen ilk 5 podcastten biri olmuştur. YouTube ve web sitesinde "Halk için halka rağmen entellik" şeklinde ironik bir



Şekil 4. Fularsız Entellik'in Patreon İstatistikleri (graphtreon.com)

fade ile yayın felsefesini özetlemiştir(fularsiz-entellik.com).

Fularsız Entellik, 10 Ağustos 2019'da Patron'a katılmış, 19 Ağustos 2019'da 4 Patronla üretimine başlamıştır. Ocak 2023 tarihi itibarıyla 353 destekçisi bulunmaktadır. Podcast içerik üreticisi kategorisinde 887. sıradadır. Sıralamada 543 ile en yüksek seviyeyi Mart 2021'de yakalamıştır. Tüm Patreon içerik oluşturucuları arasında 7027.sırada yer almaktadır. Destekçi sayısı son bir yılda azalırken, son 3ayda yüzde 2,9, son bir ayda 1,7 artmıştır. Üretici, son üç ayda gelir alt limitini 30 Dolar, podcast sıralamasını 24, Patreon derecesini 111, destekçi sayısını 14 kişi artırmıştır. Aylık 2 dolardan bin dolara kadar 9 destek seviyesi bulunmaktadır. Son olarak aylık 999-2000 dolar arasında destek görmektedir. En popüler destek seviyesi 2,71 dolar olan Euler seviyesidir.

2022 Aralık ayı ve Mart 2023 tarihleri arasında genel olarak her iki içerik üreticisinin de sosyal medyada üye ve içerik üretimini artırdığı ortaya çıkmıştır. Türkiye özelinde 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş merkezli büyük depreminin neden olduğu etkiyle rakamların ve içerik üretiminin arttığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu dönemde Evrimağacı YouTube'da yaptığı ortaklaşa yayınlarla abone sayısını yaklaşık 1,6 milyon kişi artırmıştır. Dikkat çeken bir nokta da Instagram'da hesap değişikliği nedeniyle rakamın aşırı düşmesi, resmi site, evrimağacı TV, Evrimağacı Azer-

baycan ve evrim adam adıyla birçok hesabın bulunmasıdır.

Evrim Ağacı üç yönetici, üç proje koordinatörü, 8 moderatör, 13 editör, 17 kıdemli yazar, 105 yazar ve 55 onursal yazarın çalışmasıyla içerik hazırlamaktadır. Fularsız Entellik ise tek başına üretim yapmaktadır. İki içerik üreticisi de tüm içeriklerini sosyal medyada ücretsiz yayınlamaktadır. Bağışçılara desteklerinin seviyesine göre erken erişim, özel videolar vb. birtakım avantajlar mail yoluyla bildirilmektedir. Patreon'da hesabı olan YouTuber'ların daha sık video yüklediğini ve daha fazla abonesi olan YouTube kanallarının daha fazla üyelik platformu geliri elde ettiği savı (Ciechan vd.,2020) Evrim Ağacı'nda abone sayısı ve izlenme oranı ile doğrulanmıştır. Öyle ki 19 Şubat 2023'te son 28 günde 100 bin abone daha kanala eklendiğini duyurmuştur. İki üretici de iletişimsel emek kapsamında herkese açık bir topluluk olan Discord'u kullanmakta Patronlar farklı haklar kazanmaktadır. 2 bin Patreon destekçi sayısını hedefleyen Evrim Ağacı'nın Discord'da 20 bin 913 üyesi bulunurken, Fularsız Entellik'in 2 bin 580 üyesi vardır. Fularsız Entellik'te Patrona özel duyuru, yazı, ses bölümü bulunmaktadır. Yazı yazma, soru sorma, özel belirlenen tarihlerde konuşma avantajları sağlanmıştır. Evrim Ağacı topluluk iletişimini ve çoklu platformlardaki yayınlarındaki geçişkenliği Discord'da sıklıkla kullanmaktadır. Discord'da YouTube ya da Kreosus diğer

	YouTube	Twitter	Podcast	Instagram	Discord
Fularsız Entellik	29,6 B 29,9 B Abone	145,1K 157,3 K Takipçi	100 108	31,1 B 32,3 B Followers	2586 2580 Üye
Evrim Ağacıofficial	2,24 Mn 2,4 Mn Abone	925,6 K 980,1 K Takipçi	352 358	1,3 M 73,8 B Followers	19 bin 666 20 bin 913 Üye

Şekil 5. Evrim Ağacı ve Fularsız Entellik Platform Karşılaştırma Tablosu

gelir modeli destekçileri de sağda nickleriyle gösterilmektedir. Bağışçı olmayan üyeler ise çevrimiçi olarak sınıflandırılmıştır. Ayrıca Evrimağacı, Twitch ve YouTube üzerinden yaptığı 7-12 Şubat tarihleri arasında deprem özel canlı yayınlarında farklı bilim platformlarıyla iş birliği içerisinde topluluk motivasyonunu desteklemiştir. Bir milyondan fazla kişinin izlediği canlı yayınlarda 655 bin 463 dolar bağış toplanmıştır. Çoklu platformlarda desteklenen yayınlar ilişkisel emekle ortaya konulan topluluk ve dayanışma ruhunu yansıtırken, Evrimağacı'nın habitatının ve sosyal sermayesinin büyüklüğüne, bilimsel yayıncılık ekosistemindeki bağlantılarının gücüne işaret etmektedir. Fularsız Entellik ise özel deprem podcast içeriğiyle destekçileriyle eleştirel bir söylemle bağ kurmaya çalışmıştır.

Tabloda görüldüğü üzere Evrimağacı'nın YouTube'u Fularsız Entellik ise Twitter'ı sosyal medya trafiğinde ilk sırada kullanmaktadır. İki içerik üreticisinden Fularsız Entellik organik aramada %42,49, Evrimağacı ise <%1 oranı ile ücretli aramada öndedir. Fularsız Entellik, Immanuel Tolstoyevski adıyla paylaşımda bulunan ve Eksisözlük çıkışlı anonim bir içerik üreticisidir. Bu doğrultuda Fularsız Entellik'in en çok yönlendirildiği site Patreon'un ardından Eksisözlük olmuştur.

% 63.64 ile Eksisözlük Evrimağacı'nın da en çok yönlendirdiği web sitesidir.

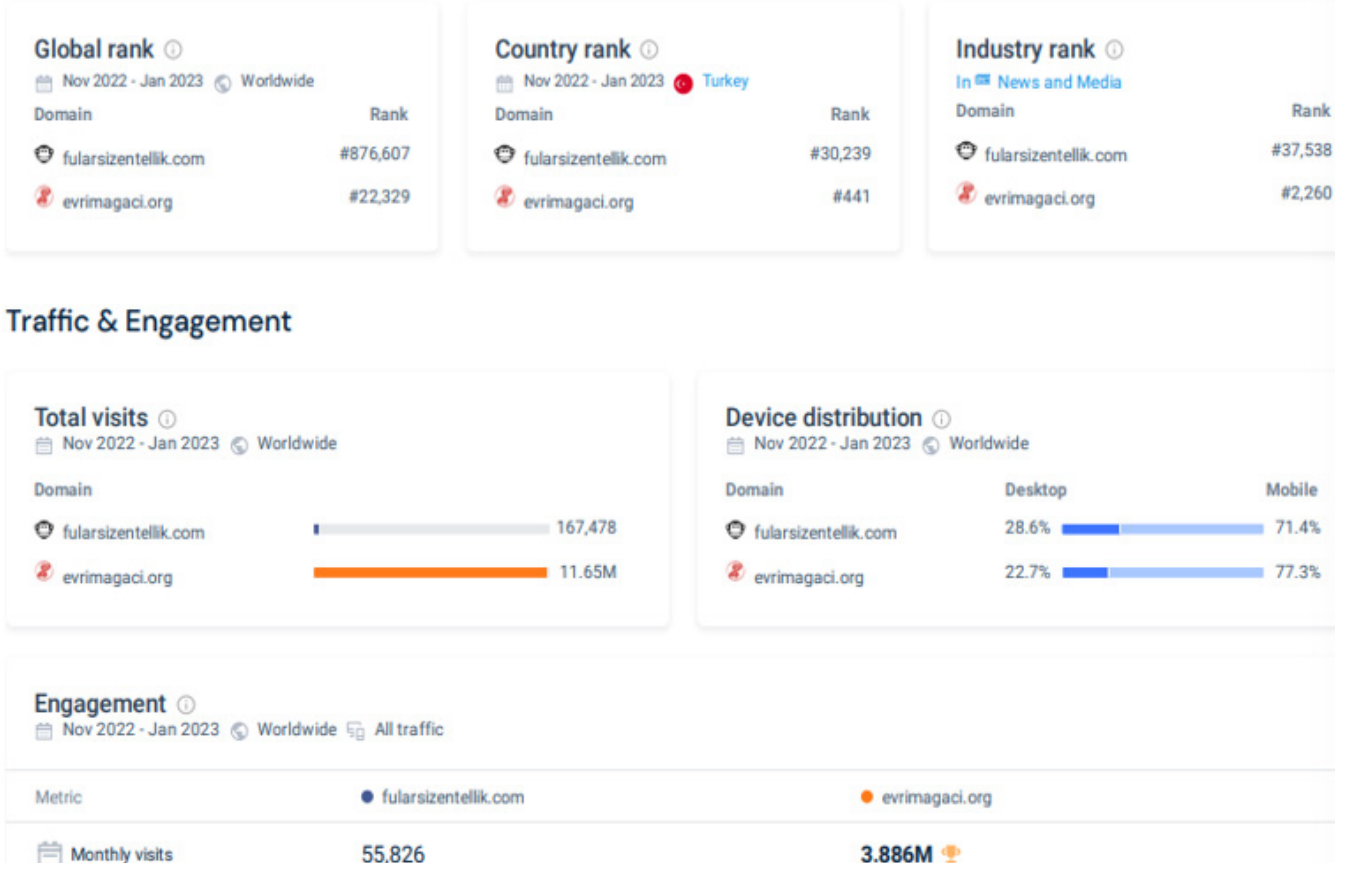
Web site analizinde Kasım 2022 ve Ocak 2023 tarihleri arası dünya sıralamasında Evrimağacı 22,329, Fularsız Entellik 876,607. sırada yer almıştır. Geçen bir ayda Fularsız Entellik 57.9 bin, Evrimağacı, 3,8 milyon kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Ülke sıralamasında Fularsız Entellik 30,239, Evrimağacı ise 444. sıradadır. Medya endüstrisinde web sitesi grafiğinde Fularsız Entellik 37,538, Evrim Ağacı 2,260. sıradadır. Ayrıca Fularsız Entellik %71, Evrimağacı %77 oranında mobil cihazlarla ziyaret edilmiştir. Aylık site ziyareti Fularsız Entellik'te 55,826, Evrimağacı'nda 3.886 milyondur(similarweb.com)

8. Destekçi Motivasyonları ve Sürdürülebilirliğinin Analizi

Discord'da katılımcı gözlemci şeklinde yapılan çalışmada destekçilerin motivasyonları hakkında veriler elde edilmiştir. Bağış modelinde destekçileri harekete geçiren katkının içsel bir doğaya sahip olduğu ve Bourdieu'nun sermaye dönüşümleri teorisinden hareketle psikolojik ve toplumsal ana motivasyonlar belirlenmiştir. Motivasyon ve beklentileriyle ilgili verilen yanıtlar, psikolojik ve toplumsal nedenler, ekonomik politik bağımsızlık ve sürdürülebilirlik temalarını



Şekil 6. 2022 Aralık-2023 Ocak Sosyal Medya Grafiği (similarweb.com)



Şekil 7. Evrimağacı ve Fularsız Entellik Web Sitesi Analiz Grafiği(similarweb.com)

ortaya çıkarmıştır. Ekonomi politik motivasyonlar, bağımsızlık ve sürdürülebilirlik temaları destekçilerin verdikleri yanıtlar, düşünce ve yorumlarından yola çıkılarak oluşturulmuştur.

Psikolojik nedenler ve beklentiler daha çok içerik üzerinedir. İçerikleri beğenmek ve vefa her iki içerik üreticisi için en yüksek orandır. “Destekçi olduğum zaman bana sunulan avantajlar hem daha özel hissettiriyor hem de erken erişmek kullanışlı oluyor, bazen birisine bak ben destek oluyorum, iyi bir insanım demek bile motivasyon olabiliyor.” örneğinde olduğu gibi birçok destekçi motivasyonlarını birkaç başlıkta ifade etmiştir Evrim Ağacı destekçileri, bilime ilgi ve bilimsel içeriklerle bilgilenme ihtiyacını karşılamak, içerikleri beğenmekle ilgili yanıtlar vermiştir. Evrimağacı destekçisi bir kişi “Evrin Ağacı, bilimi herkesin anlayabileceği bir dile indirirken, bilgi verdiği konunun temellerinden uzak-

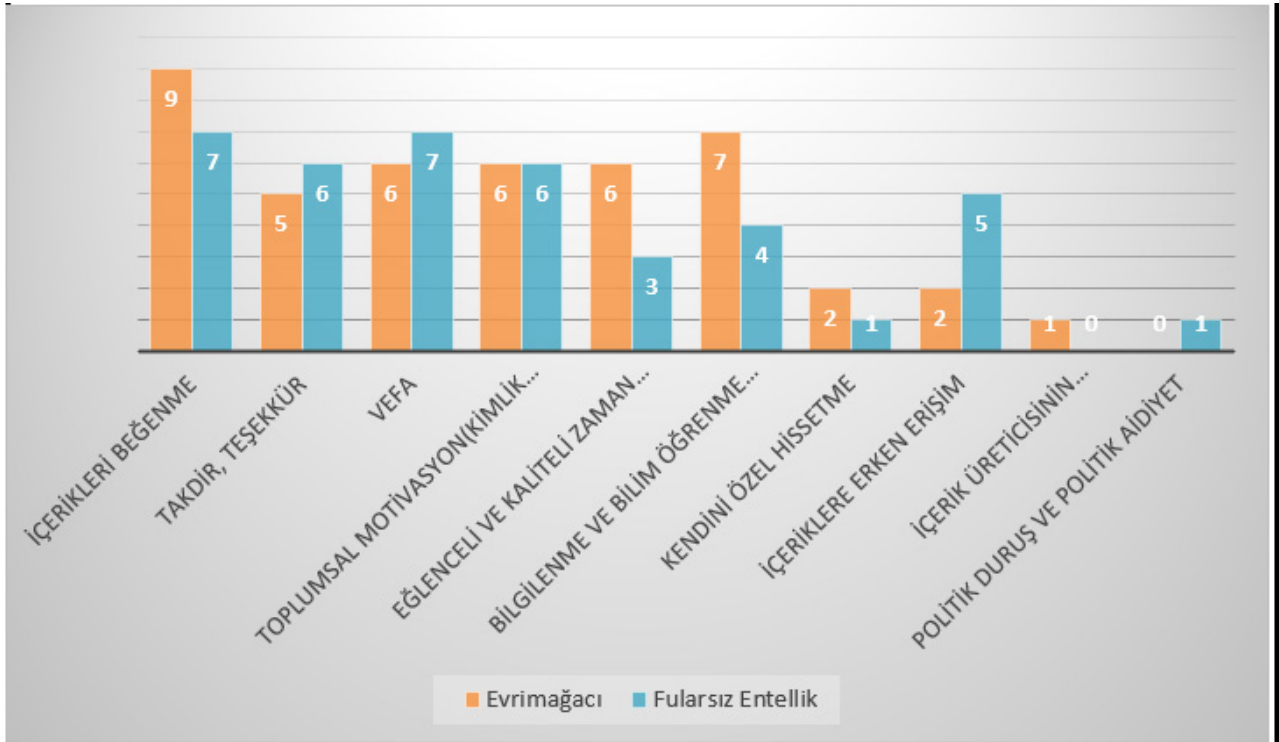
laşmayan bir mecra. Hem kendim sıkı takipçiyim hem de eğitim sistemimizde olması gereken içerikleri itinayla oluşturup paylaşması nedeniyle, hem kendim bir şeyler daha öğrenmekten keyif aldığım için hem de dolaylı olarak ülkemdekilerin bilgilenmesi/öğrenebilmesi adına destek oluyorum.” sözleriyle bireysel kültürel sermaye ihtiyacına işaret ederken toplumsal fayda ve motivasyona da işaret etmektedir. Bilime çok ilgisi olduğunu ve Evrimağacı’nın çok güzel şeyler öğrettiğini söyleyen destekçi de aynı ihtiyaçla hareket etmektedir. Fularsız Entellik destekçilerinde sırasıyla en çok içerikleri beğenme, vefa, takdir ve teşekkür, erken erişim ve toplumsal motivasyon gelmektedir. Bloglarını uzun süre önce takip ettiği içerik üreticisini ilk destekleyenlerden olduğunu belirten bir destekçi, “İçeriklerin devamlılığını istediğim ve çalışmasını sadece bize içerik üretsın istediğim için desteklemeye başladım. Bir süre isim okunması gaza getirmişti. Fark eden arkadaş-

larımla muhabbet sebebi oluyordu. Şimdi sadece ilk motivasyonuma geri dönmüş haldeyim.” şeklindeki ifadeyle birçok motivasyonu ve ardından önceliklerin değişkenliğini bir arada belirtmiştir. Blog günlerinden beri takip ettiği üretici için diğer bir destekçi de “Çok fazla içeriğini tükettim. Kendimce bir vefa gösteriyorum diyebilirim.” sözleriyle blog ve podcast yayıncılığı dahil olmak üzere içeriklere olan beğenisini dile getirmiştir. Patronluğun sağladığı avantajların kendini özel hissettirdiğini söyleyen destekçi sayısı 3 iken içeriklere erken erişimi önemseyen 7 kişi bulunmaktadır. Destekçilerin kitlesel fonlamada sembolik ödül olan teşekkür mesajı ve adlarının duyurulması ayrıca kimlik sunumunu da içerdiğinden ayrı başlıkta içeriklendirilmiştir.

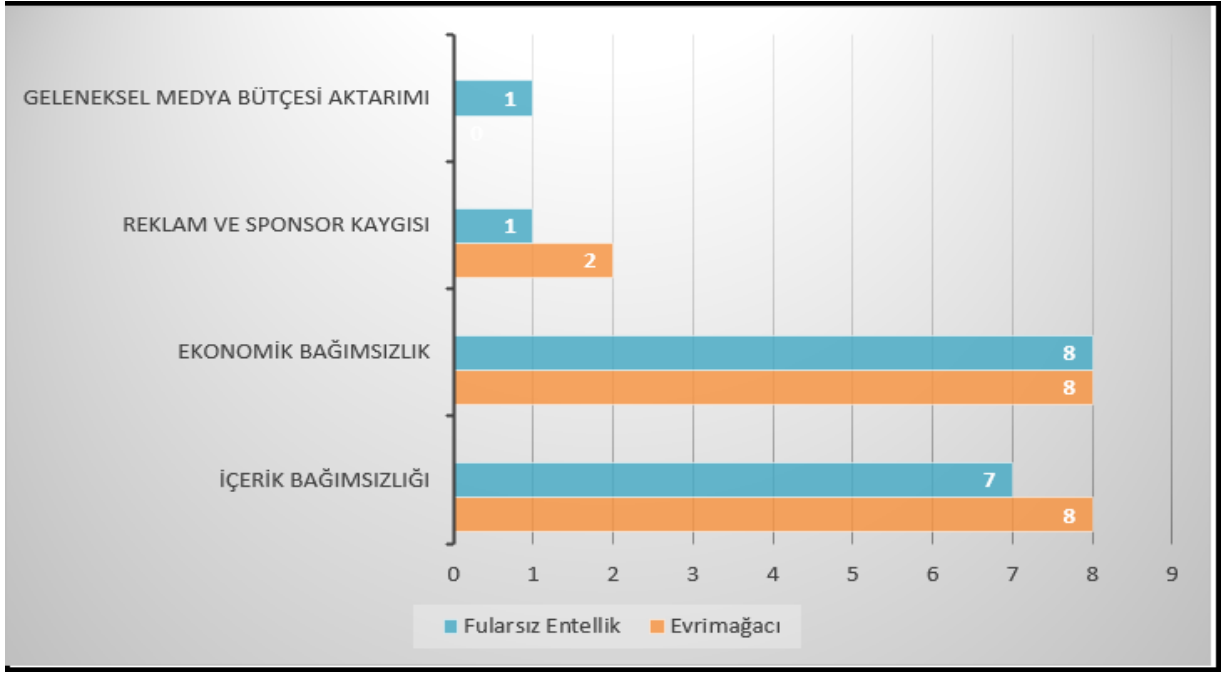
Patronların desteğinde bir diğer ana motivasyon ise içerik üreticisinin ekonomik politik bağımsızlığına katkıda bulunmaktır. “Ben gibiler maddi destek oldukça Evrim Ağacı daha çok gelişir umudu ile destekliyorum.” sözlerinde olduğu gibi destekçilerin çoğu, üreticilerin bağımsız ve özgürce yayın yapmaya devam etmesini önemsedikleri için destekte bulduklarını belirtmiştir. Genel olarak üre-

ticilerin gelişmesi için geleneksel gelir modellerinin içerik üreticilerinin bağımsızlığını olumsuz etkileyebileceğine ilişkin endişeler göze çarpsa da sadece 3 kişi reklam ve sponsorluğun yayın politikasını olumsuz yönde etkilememesi için katkıda bulunduğunu söylemiştir. Bir kişi geleneksel medya bütçesini Patreon’a aktardığını vurgulayarak içeriklerin seçimini kendi yapmak ve üreticiye güven ölçüsünde zamanın önemine dikkat çekmiştir. 4 kişi ise yayın politikası, içerik kalitesi ve niteliği etkilenmedikçe içerik üreticisinin reklam ve sponsorluk almasının kendisi için sorun olmayacağını ifade etmiştir.

Görüşülen tüm Patreon bağışçıları desteği sürdürmeyi düşündüklerini belirtmiştir. İletişime geçilen 19 Patrondan 10’unun farklı içerik üreticilerini de Patreon ya da Youtube üzerinden desteklediği ortaya çıkmıştır. Bir destekçi 7 farklı Patreon içerik üreticisine destek verdiğini belirtmiştir. Bir destekçi ise örnekteki iki içerik üreticisini de desteklemektedir. Bu ifadeler Patreon’un kurumsal anlamda destekçiler üzerindeki etkisini ve güvenini göstermektedir. Destekçilerden biri de Patreon olmasa YouTube üzerinden des-



Şekil 8. Destekçilerin Psikolojik ve Toplumsal Motivasyonları



Şekil 9. Destekçi Ekonomi Politik Motivasyonu

tekleyeceğini ifade etmiştir. Bir destekçinin ise Patreon'da hesabının olması nedeniyle motive olduğunu belirtmesi dikkat çekmiştir.

Üreticilere verilen fonlamanın desteğinin hangi durumlarda ve hangi nedenlerle kesilebileceğine ilişkin sorulara verilen yanıtlara göre desteğin kesilmesinde en önemli gerekçe içerik üreticisinin ekonomi-politik bağımsızlığını kaybetmesi şeklinde gösterilmiştir. İlk sırada

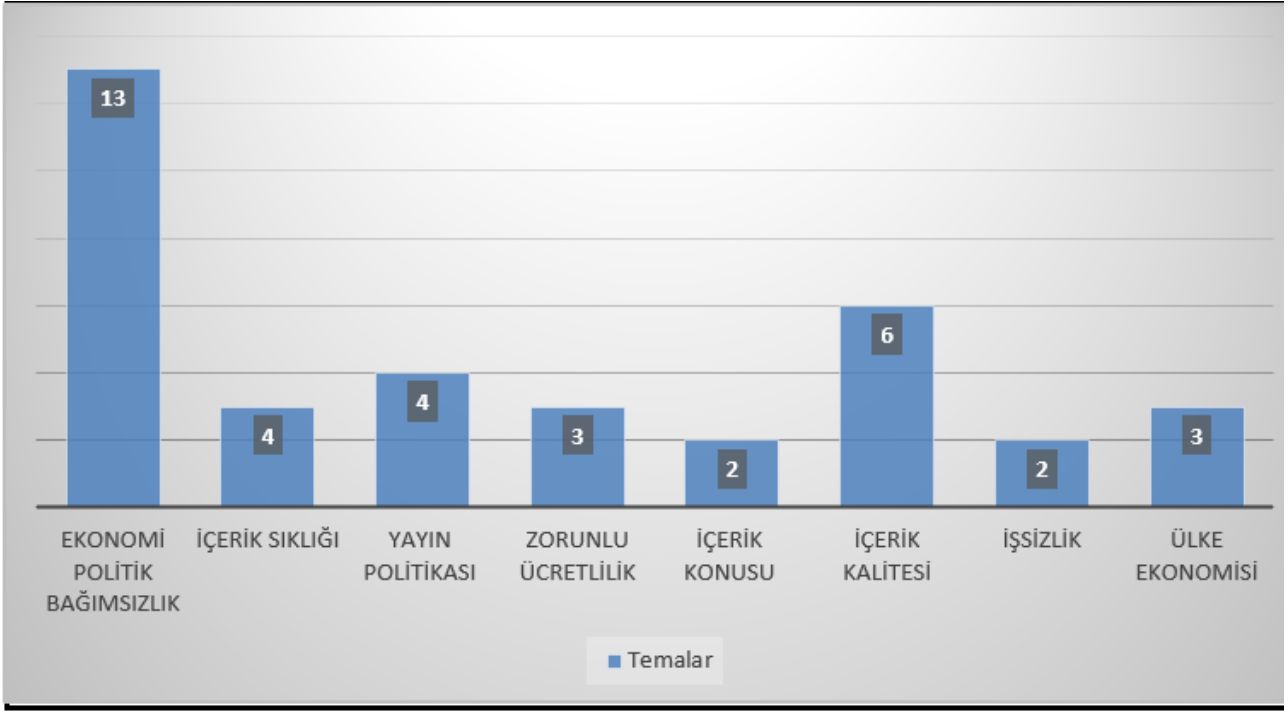
yer alan bağımsızlık teması içerik kalitesi, konusu, yayın politikası temalarını etkileme ve değiştirme açısından da önemlidir. İçerik üreticisinin politik duruşu, destekçinin politik aidiyetini belirlediğinden yayın politikası içine dahil edilmiştir. Yayın politikası aynı zamanda içeriklerin kalitesini ve dolayısıyla psikolojik ve toplumsal beğeniler ve motivasyonu etkilediğinden bireysel ve toplumsal iç içe geçen karşılıklı etkileşimler söz konusudur. İçerik sıklığının azalması durumunda 3 kişi, reklam ya da sponsorluk uygulamasının yayın politikasını etkilemesi durumunda 4 kişi, içerik konularının değişmesi durumunda 2 kişi, içeriklerin kalitesi azaldığında 6 kişi, politik duruş farklılaştığında 1 kişi desteklemeyi bı-

rakmayı düşünebileceğini belirtmiştir. Bir kişi içerik konularına ilgisini kaybettiği için desteği kesmediğini ancak seviyeyi düşürdüğünü ifade etmiştir. Görüşülen destekçilerden üçü içerikler zorunlu olarak ücretlendirildiğinde samimiyetin zarar göreceği, kalitenin düşeceği endişesi, toplumsal bilgilenme ve kamusal faydaya katkının azalacağından hareketle desteği bırakacağını açıklamıştır.

Görüşülen destekçilerin tamamı Patreon desteğini devam ettirmeyi düşündüklerini belirtmiştir. İçerikler dışında hangi ekonomik-politik durum ve şartlarda desteği kesecekleri sorulduğunda ise 1 kişi ülke ekonomisinin temel ihtiyaçların karşılanmasını da zorlaması halinde, 2 kişi işsiz kalma durumunda, bir kişi de üreticinin politik duruşu değişirse desteklemeyi bırakabileceğini ifade etmiştir.

9.Evrim Ağacı ve Fularsız Entellik Patreon Modelini Değerlendirmesi

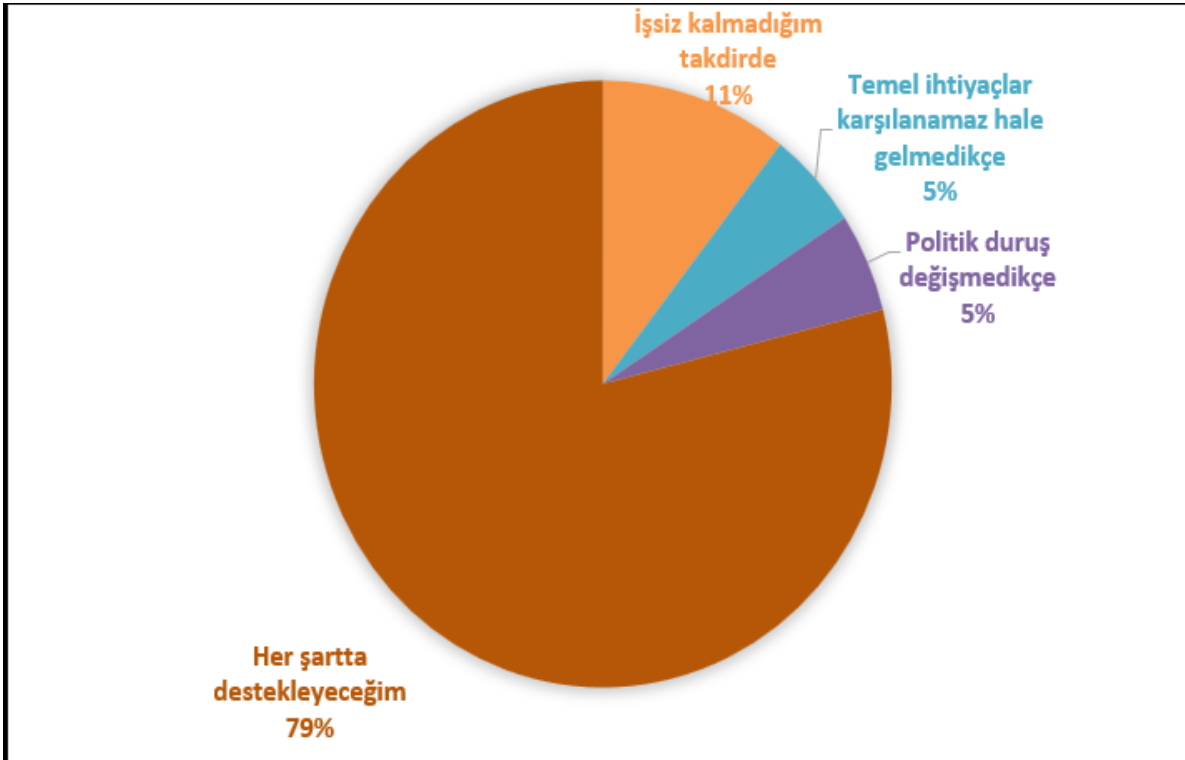
Araştırma konusu hakkında iletişime geçilen iki içerik üreticisi soruları mail üzerinden yanıtlamıştır. Evrim Ağacı, dijital medyada kültürel içerik üretiminde Patreon sisteminin an-



Şekil 10. Destek Sürekliliği Temaları

cak orta büyüklüğe erişmiş içerik üreticileri için alternatif bir gelir modeli olabileceğini belirtmiştir. Küçük üreticilerin kendilerini destekleyecek bir kitleye sahip olmamaları, büyük üreticilerin ise Patreon gibi kitlesel

fonlama desteklerinin iş modelinin kendisiyle aynı hız ve orantıda ölçeklenmemesi sorunu ile karşılaşacağına dikkat çekmiştir. Dijital medya kültürel içerik üreticilerinin neden kitlesel fonlamaya ihtiyaç duyduğu sorusunu Bakırcı, içerik üretmenin emek ve zaman alan



Şekil 11. Destekçi Devamlılığında Ekonomi Politik Şartlar

bir değer üretimi olduğunu belirterek yanıtlamıştır. Patreon'un harcanan zaman ve emeğin ürettiği değerın motivasyonuna olumlu katkısını vurgulamıştır. Büyük bir içerik üreticisi olma noktasına gelene kadar üreticilerin kendi kaynaklarını kullanmaları ve/veya kitlesel fonlamaya başvurmaları dışında fazla bir yöntem olmadığına dikkat çeken Bakırcı, içerik üretiminin bir iş ve gelir modeli olduğuna işaret etmiştir.

Patronların özel görüşme, özel paylaşımlar, anketler, direkt mesajlaşma imkânı vs. gibi çeşitli ayrıcalıklara değinen Bakırcı, destekçilerin çoğunlukla sevdikleri içerik üreticilerinin bu işe devam edebilmesini sağlamak, onlara yardımcı olmak ve daha büyük bir ailenin parçası olduğunu hissetmek vb. sosyal ve psikolojik unsurların ağırlığından söz etmiştir. Patron dünya ortalamasının 12 dolar olduğunu belirten Bakırcı, Türkiye'de ise ortalama 1-2 dolar seviyesinde desteğin daha çok tercih edildiğini söylemiştir.

Patreon modelinin dijital medyada kültürel içerik üreticilerinin bağımsızlığını ne kadar ve nasıl etkileyebileceği sorusu Türkiye'nin ekonomik şartları ve durumu göz önüne alınarak yanıtlanmıştır. Bakırcı, "Türkiye'de pek etkileyemez, çünkü Türkiye'de stabil bir dolar ekonomisi yok. Kimse İngilizce bir siteye dolarla para ödemek istemiyor. Bu nedenle biz Kreosus'u kurduk ve Türkçe bir sitede Türk Lirası ile desteği sağladık." diyerek yanıtlamıştır. Patreon modelinin sürdürülebilir bir gelir modeli olup olmadığı sorusunu içerik üreticisinin hedefinin büyüklüğünü temel alarak yanıtlayan Bakırcı, içerik üreticilerinin çoğu için uzun yıllar boyunca sürdürülebilir olduğunu ifade etmiştir. Fonlamada istikrarın ve artışı için umutlu olan Bakırcı, takipçilere desteğin hatırlatılmasının, teşvik, ayrıcalıklar sağlamanın ve eşsiz içerikler yaratmanın öneme dikkat çekmiştir.

Fularsız Entellik, gelirinin yüzde 50'sinden fazlasını yıllardır alternatif bir gelir modeli

olan Patreon'dan geldiğini, kitlesel fonlamanın dijital medyada kültürel içerik üreticiliğinde uzun zamandır ana akım bir gelir modeli olduğunu ifade etmiştir. Patreon'u tercih etmesinin nedenlerinden birini reklam gelirlerinin tutarsız seyretmesi ve "reklamcılarla uğraşmanın" çok zaman alması şeklinde açıklamıştır. Diğer nedenler ise kaliteli içerik için motivasyon, içeriği biraz romantize edip onun "saf" kalmasını sağlamaktır. Ancak hibrit finans modelleri kullandığından bunun kendisi için tam olarak geçerli olmadığını belirtmiştir. Destekçilerin bağış seviyelerinin orta seviye olmasını tercih eden Fularsız Entellik, yüksek rakamlarla destek veren patronların beklentisinin çok yüksek olabileceğini işaret etmiştir. Üretici destekçilerin finansman motivasyonunu sahibiyet duygusu, komünite hissi, yaptığı yardımın işe yaradığını görmek olarak açıklamıştır. Patreon modelinin kültürel içerik üretiminin bağımsızlığını reklamcılardan daha fazla etkilediğini vurgulayan Fularsız Entellik, "Her şeyin bir etkisi var. Reklamcının etkisinden daha fazla çünkü birebir kimin verdiğini görüyorum, benim için insan onlar, rakam değil. Ama bu etki belli bir yönde olmuyor." diyerek patronların içeriğin sıklığına veya kalitesini artıma şeklinde olumlu etkilerine değinmiştir. Öte yandan az sayıda bağışçı olması durumunda hangi konunun nasıl işleneceği konusunda da bir etki oluşturabileceklerini vurgulamıştır.

Patreon gelir modelinin sürdürülebilir bir gelir modeli olup olmadığı konusunda Fularsız Entellik, bunun zaman ölçüsüne göre değiştiğine dikkat çekmiştir. Üç senedir Patreon modelini kullandığını bir üç sene daha devam edebileceğini düşünen üretici, 10 sene daha devam edip etmeyeceğini ise bilemediğini beyan etmiştir. Ayrıca Patron desteklerinin bir sene önce zirve noktasına ulaştığını belirterek, desteklerin Türkiye'nin ekonomik şartlarından olumsuz etkilendiğine dikkat çekmiştir. "Sonra hem destekçi sayısı düşmeye başladı hem ben kur krizi yüzünden destek

seviyelerini düşürdüm, hem de dolar bazında enflasyon arttı. Yani 3 koldan birden darbe yedik. Bir istikrar olduğunu söyleyemem.” şeklinde konuşarak Patreon modeli fonlamanın istikrara ulaşıp ulaşılamayacağını dünya istatistikleri incelenerek ortaya konulabileceğine işaret etmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmada Fularsız Entellik ve Evrim Ağacı'nın dijital ve sosyal medyadaki konumları, doküman analizi, içerik üreticileriyle yapılandırılmış görüşme; destekçilerle ise katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşmeden alınan yanıtlar içerik analiziyle karşılaştırılarak özgün sonuçlara ulaşılmıştır. Evrim Ağacı, 13 yıl içinde büyük bir ekiple içerik üretirken Fularsız Entellik sadece bir kişinin her aşamada rol aldığı bir içerik üreticisidir. Bu anlamda Evrim Ağacını büyük, Fularsız Entellik'i ise küçük kültürel içerik üreticisi olarak tanımlayabiliriz. Evrim Ağacı, Discord, Twitch ve YouTube canlı yayınlarında topluluk ruhunu ve dayanışmayı canlı tutmaktadır. Çoklu platform emeği ile destekçilerin kültürel ve sosyal sermayelerine katkıyı artırmaya dönük işlevsellikte başarılı olduğu söylenebilir. Podcast yayıncılığı ile popüler olan Fularsız Entellik çoklu platformlarda yoğun bir ilişkisel emek sergilememektedir. Çalışma, daha önce farklı sosyal ağlarda kendini ispatlamış küçük içerik üreticilerinin Patreon gelir modeliyle fonlamada yeterli olabileceği kanısını güçlendirmektedir.

Patreon'un sağladığı algoritmik analiz, alt yapı ve çoklu platform desteğinin yanında komisyon kesintisinin yüksekliği içerik üreticilerini arayışlara yöneltmiştir. Evrim Ağacı kendi kitlesel fonlama sistemini kurarak Patreon'a bağımlılığını sınırlamaya çalışmıştır. Örneklemdeki içerik üreticilerinin Patreon kullanmaya devam edecekleri, kendilerini önemli ölçüde finanse edebildikleri, hedeflerinin büyüklüğü ve niteliği doğrultusunda gelir modellerini çeşitlendirmeyi planladıkları

oları anlaşılmıştır. Ülke ekonomik şartlarından etkilenmeleri ve destek seviyeleri düşürmeyi tercih etme ya da önceleri tercih edilmeyen sponsorluk uygulamasına başladıkları görülmüştür.

Dijital himayede temel motivasyonun içerikleri beğenmek, geleneksel medyada bulamadıklarını düşündükleri kültürel sermaye ihtiyacı karşılamak olduğu ortaya çıkmıştır. Bağımsız üretimin devamına katkıda bulunmak, vefa, destek, yardım etmek güçlü özgecil psikolojik motivasyonlardır. Toplumsal fayda, dayanışma ve kimlik sunumu da dikkat çeken toplumsal motivasyonlardır. Araştırmanın teorisi olan sermaye dönüşümlerinin gerek içerik üreticisi gerekse de bağışçılar açısından büyük oranda karşılandığı sonucuna varılmıştır. Kullanıcılar sosyal, kültürel ve simgesel sermayelerini artırmak için bu arayışları ve ihtiyaçları tatmin eden içerik üreticilerine ekonomik sermayelerini yönlendirmektedir. Destekçilerin ülkenin ekonomik şartlarını da göz önünde bulundurarak içerik üreticilerini fonlamaya devam edeceklerini belirtmesi sadık kitle kavramı ile uyum içindedir. Ekonomik krizlere rağmen desteğin sürdürülmesi noktasındaki destekçi stabilitesi uluslararası destekçi şartlarıyla kıyaslandığında daha değerli görülmelidir. Desteklerin sürdürülebilirliği temasında içerik üreticisinin ekonomi-politik bağımsızlığını koruması, içerik kalitesi, sıklığı, konusu, yayın politikası başlıkları çıkmıştır. Destekçilerin daha çok teknoloji aracılı alternatif kamusal alanlarda içerik üreticilerine ulaştığı, kimlik olarak teknolojik ve araçsal yeterliliğe sahip kullanıcılar olduğu ortaya çıkmıştır. Patreon'un Türkiye özelinde kurumsal güveni kullanıcılara verdiği araştırmadaki birçok destekçinin örneklem dışındaki birçok farklı üreticiye verdiği destekten anlaşılabilir. Kültürel ve sosyal sermaye ihtiyacındaki destekçiler için Patreon bilinen ve faydalanılan bir platform olarak kendini kabul ettirmiştir. Literatürde önceki çalışmalarda bulunan ilişkisel emek kavra-

mını ve bağlantılı hayatlar teorisini destekleyen sonuçlara ulaşılmıştır. Her iki içerik üreticisi de ilişkiyel emeğin uygulandığı platform zenginliğinden yararlanarak topluluk duygusu yaratmış ve ekonomik-sosyal yakınlıklar kurmuştur. Evrim Ağacı'nın YouTube'ta paylaştığı içeriklerle destekçi sayısı arasında olumlu ilişkiler kanıtlanmıştır. Araştırmada YouTube'un içerik üreticileri için ekonomik gelir modeli geliştirmede 'eşik aşma veya zemin bir platform' olduğu kanısı güçlenmiştir. YouTube yayıncılığında aktif görünmeyen Fularsız Entellik, destekçileri daha çok Ekşi Sözlük takipçilerinden sağlamaktadır. Bu durum çoklu platformlardan gelen destekçi sayısını azaltmakta sosyal sermayesini genişletmeyi yavaşlatmaktadır.

Patreon, ülke egemen medya sektörünün ekonomi politik yapısının kendine özgülüğü nedeniyle bağımsız içerik üreticilerinin iş ve gelir modelini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. İçerik üreticisi ve bağışçılardan elde edilen verilere göre Türkiye'de kültürel içerik üreticiliğinde Patreon gelir modelinin medyadaki gelir modellerinin dönüşümünde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Alternatif bir gelir modeli uygulanmasının sonucu olarak içeriklerin ve üreticilerin ekonomi-politik bağımsızlık ve sürdürülebilirlik temaları umut vermektedir. İçerik üreticilerinin sadık küçük bir kitleyi farklı mecralarda oluşturduktan sonra kitlesel fonlamaya geçmesi, ekonomi politik bağımsızlığı sürdürülebilirliğine katkı sunacak gelir modellerini çeşitlendirmesi ve çoklu platformlarda ilişkiyel emek vermesi, içerik üreticilerinin alternatif kitlesel fonlamadan yararlanma olasılığını artırabilecektir. Özellikle küçük kültürel içerik üreticilerinin fonlamayı sürdürülebilir kılmak ve fonlama yolculuk sürecine ikna etmek için güven vermesi, çoklu platformlarda uzun süre emek ve zaman harcayarak kaliteli ve tatmin edici içerikleri düzenli olarak üretmesi farklı kanallarda etkileşimi yüksek ilişkiler kurabilmesi son derece önemli olmaktadır. Türkiye'de kullanıcıların ihtiyaçlarını, taleple-

rini iyi analiz edilerek kaliteli içerikler üretilmesi kitlesel fonlamada başarıyı artıracaktır.

Yaratıcı endüstri ve platform ekonomisini birleştiren uluslararası dijital kitlesel fonlama şirketleri, kullanıcı, tüketici ve fonlayıcı arasındaki geçişkenliği sağlarken aldığı komisyon ve kesintilerle yeni bir iş ve gelir modeli uygulamaktadır. İçerik üreticilerinin, kültürel ve sosyal sermayelerinin ekonomik sermayeye dönüşümünde pay alan küresel şirketler, farklı bir kategoride ve katmanda oluşturdukları aracılık düzeni ile dijital emek sömürsünü akla getirmektedir. Kitlesel fonlama modellerinde komisyon ücretlerinin yüksekliği üreticilerin gelirini azaltırken, tekelleşme olgusu üreticilerin kendi kitlesel fonlama sistemlerini kurması gibi çözüm arayışlarıyla sonuçlanabilmektedir. Dijital yayıncılıktaki tekelleşme sonucu kullanıcı-üreticilerin yerel ya da ulusal fonlama pratiklerine duyduğu ihtiyaç ve arayışlar ekonomik politik çözümlemeyi gerektirmektedir. Bu bağlamda özellikle küçük ya da niş içerik üreticileri, platform emeği kapsamında çalışmalarını artırmalı ve çoklu platformlarda içsel motivasyonları fonlamaya dönüştürecek ilişkiler kurmaları tavsiye edilebilir. Özellikle çekirdek bir destekçi grubuna ulaştıktan sonra güçlenen, sürdürülebilir ve sürekli gelişmesi hedeflenen bir güven ilişkisi oluşturmaya çalışılmalıdır.

Türkiye'de kitlesel fonlama film finansmanı(-Tekeoğlu, 2015), kitlesel fonlama projeleri (Livberber, 2020), kitlesel fonlama platformlarının kültürel aracılık alanındaki rolü (Sankır, 2022), podcast haberciliğinde kitlesel fonlama (Budak, 2021), bilim anlatıcılığı platformlarında kitlesel fonlama (Bedir, 2020)'yı ele alan çalışmalarda kitle fonlamasının üreticilik ve bağımsızlık için önemine ve potansiyeline dikkat çekilmiştir. Özellikle son dönemlerde dijital medyada gazetecilik, alternatif medya ve habercilik uygulamaları ile kitlesel fonlama ilişkisinin etki, neden ve sonuçlarını ele alan çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Yıldız, 2018; Demir, 2019; Duran ve Yeniceler, 2019; İnce,

2020 ; Uzunoğlu ve Uyar, 2021; Ferik ve İnce 2022; Şirvanlı ve Dağtaş, 2022; Bakar ve Karaduman 2023; Çolak ve Zinderen, 2023). Bu araştırma örneğindeki kanaat önderi ya da etkileyiciler olarak gazeteciler dijital medya platformlarında bağış ve destek çağrısı yapmaktadır. YouTuber'lara ise ikinci bir gelir modeli olarak Patreon tavsiye edilmiştir (Mekneşe, 2019). Tüm bu çalışmalar araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Kitlesele fonlamanın potansiyeli olmasına rağmen dijital medyada merkez gelir modeli değildir ve hibrit gelir modelleri tercih edilmektedir. Öte yandan daha önceki çalışmaların araştırma nesnesi, Patreon değildir. Patreon alternatif gelir ve kitle fonlaması modellerinden biri olarak ele alınmıştır. Araştırmalarda içerik üreticileri, haberci, gazeteci, YouTuber ya da diğer etkileyicilerin, destekçi ve takipçilerinin fonlama ve bağış motivasyonu ile ilgili bulgulara rastlanmamıştır. Bu bağlamda araştırmanın bulguları, medya endüstrisi ekosistemindeki kültürel içerik üreticileri ve kitlesele fonlama platformlarındaki destekçi rolünün daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunabilecektir. Bu çalışmanın farklı kültürel ve ekonomik düzeylerdeki toplumlarda ve farklı teorilerle anlamlandırılacak üretici ve destekçi ilişkisindeki dinamiklerin incelenmesine olan ihtiyacı karşılayacağı umulmaktadır. Ancak araştırma Türkiye'de dijital medyada iki kültürel içerik üreticisi ile sınırlıdır. Bu nedenle, habercilik, sanat, kültür ve bilim kategorilerinde içerik üreticileri örneğinin genişletilmesi, gözlem ve veri toplama süresinin uzatılması ve çoklu karşılaştırmalar yapılması literatüre katkıyı artıracaktır. Uzun süreli çalışmalarda elde edilen daha fazla veri ve verinin takibi, içerik üreticilerinin kitlesele fonlamada bağımsızlık ve sürdürülebilirlik, destekçi tercihlerinde ise süreklilik ve değişkenlik faktörlerinin belirlenmesi açısından önemli olgulara ulaşılmasına yardımcı olacaktır. Medya ekonomisi ve kültürel hayattaki sosyal gerçeklerin kavranmasında dijital himayenin merkez model olabilme olanaklarının sorgulanacağı,

üreticilerin kitlesele fonlama modelini mevcut iş akışlarına nasıl entegre edebileceğini anlamak için araştırmalar sürdürülmelidir. Ayrıca, egemen siyasi ve ekonomik anlayışın dayattığı geleneksel medyanın yanı sıra hızla tekelleşen platform yayıncılığına da alternatif bağımsız medya içeriklerinin üretilmesi için verilen çabalar demokratik çoğulculuk açısından önem taşımaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Makalenin hazırlanmasında bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun hareket edilmiştir.

Çıkar Çatışması: Çalışma ile ilgili, yazarlar arasında kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur.

Katkı Oranı Beyanı: Makalenin hazırlanmasında, geliştirilmesinde ve yayınlanmasında yazarların eşit oranda katkısı bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Agrawal, A. K., Catalini, C., ve Goldfarb, A. (2011). The geography of crowdfunding (No. w16820). National bureau of economic research.
- Agrawal, A., Catalini, C., ve Goldfarb, A. (2014). Some simple economics of crowdfunding. *Innovation policy and the economy*, 14(1), 63-97.
- Ahlers, G. K., Cumming, D., Günther, C., ve Schweizer, D. (2015). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(4), 955-980.
- Aitamurto, T. (2011). The impact of crowdfunding on journalism: Case study of Spot. Us, a platform for community-funded reporting. *Journalism practice*, 5(4), 429-445.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179-211
- Arvidsson A, Caliandro A, ve Airolti M. (2015). *Crowds and Value*. Italian Directioners

- on Twitter. *Information, Communication & Society*, 19(7): 921-939.
- De las Heras Ballell, T. R. (2017). The two-sided effect of crowdfunding: the visible effect on capital markets regulation and the unperceived effect on company law. In *Global Capital Markets*, (pp. 145-171). Edward Elgar Publishing.
- Bakar, H. ve Karaduman, M. (2023). Alternatif bir yayıncılık türü olarak kitlesel fonlamalı gazetecilik: Türkiye'deki örnekleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (35), 907-928
- Barnet, JR. ve Cavanagh, J. (1995) *Küresel Düşler*, (G. Şen, Çev.). Sabah Yay.
- Barzilay, O., Geva, H., Goldstein, A., ve Oestreicher-Singer, G. (2018). Equal opportunity for all? The long tail of crowdfunding: Evidence from kickstarter. *The Long Tail of Crowdfunding: Evidence From Kickstart*, (July 17, 2018).
- Baym, N. (2018). *Playing to The Crowd*. New York University Press.
- Bedir, U. (2020). *Yeni Medya Ve Bilim İletişimi: Türkiye'de Çevrimiçi Bilim Anlatıcılığı. Bilim İletişimi: Aktörler, Mecralar ve Sorunlar*. İçinde Yayıncı: Eğitim Yayınevi.
- Belleflamme, P., Lambert, T., ve Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of business venturing*, 29(5), 585-609.
- Berryman, R. ve Kavka, M. (2018). Crying on YouTube: Vlogs, self-exposure and the productivity of negative affect. *Convergence*, 24(1), 85-98.
- Bonifacio, R. ve Wohn, D. Y. (2020, October). Digital patronage platforms. In *Conference companion publication of the 2020 on computer supported cooperative work and social computing* (pp. 221-226).
- Bourdrieu, P. (2010). *Sermaye Biçimleri*. Der: M. M. Şahin ve A. Z. Ünal. Sosyal Sermaye. İstanbul: Değişim.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayırım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. (D.F. Şannan ve A. G. Berkkurt. Çev). Heretik Yayıncılık.
- Burkett, E. (2011). A crowdfunding Exemption-Online investment crowdfunding and US Securities regulation. *Transactions: Tenn. J. Bus. L.*, 13, 63.
- Budak, E. (2021). *Dijital Haberciliğe Farklı Bir Bakış: Podcast Yayınları*. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 9(1), 373-398.
- Burtch, G., Ghose, A., ve Wattal, S. (2016). Secret admirers: An empirical examination of information hiding and contribution dynamics in online crowdfunding. *Information Systems Research*, 27(3), 478-496.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, (24. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Cuesta, C., de Lis, S. F., Roibas, I., Rubio, A., Ruesta, M., Tuesta, D., ve Urbiola, P. (2015). Crowdfunding in 360°: alternative financing for the digital era. *Digital Economy Watch*. BBVA Research, 1-25.
- Caplan R. ve Gillespie T. (2020). Tiered governance and demonetization: the shifting terms of labor and compensation in the platform economy. *Social Media + Society* 6(2): 1-13.
- Cohen, L., Manion, L., ve Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education* (6th Ed.). New York, NY: Routledge.
- Conte, J. (2017). *Creators have made \$100 m on Patreon*. Patreon HQ. Jack Conte. <https://web.archive.org/web/20200405043455/https://>

- patreonhq.com/creators-have-made-100m-on-patreon-ddfcc9338662?-gi=2527502cca27 adresinden Şubat 2023 tarihinde alınmıştır.
- Craig, D. ve Cunningham, S. (2019). *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. NYU Press.
- Creswell, J.W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Bütün M, Demir S.B, Çev.) Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J.W. (2021). *Araştırma Tasarımı: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. (E. Karadağ, Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Crosetto, P. ve Regner, T. (2014). *Crowdfunding: Determinants of success and funding dynamics* (No. 2014-035). Jena Economic Research Papers.
- Crowdfunding's Potential for the Developing World. (2023). The World Bank. <https://documents.worldbank.org/pt/publication/documents-reports/documentdetail/409841468327411701/crowdfundings-potential-for-the-developing-world> adresinden Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Çolak, Y. ve Zinderen, A. (2023). *Youtube Haberciliği Üzerine Dijital Etnografik Bir Araştırma Ve Gazeteci Görüşleri: Cüneyt Özdemir Ve Nevşin Mengü Youtube Haber Kanalları Örneği*. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 11(1), 249-279.
- Da Cruz, J. V. (2018). *Beyond financing: crowdfunding as an informational mechanism*. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 371-393.
- Dann, D., Teubner, T., ve Wattal, S. (2022). *Platform Economy: Beyond the Traveled Paths*. *Business ve Information Systems Engineering*, 1-6.
- Davidson R. ve Poor N. (2015). *The Barriers Facing Artists' Use of Crowdfunding Platforms: Personality, Emotional Labor, and Going to The Well One Too Many Times*. *New Media & Society* 17(2): 289-307.
- De Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., Marrom, D., ve Klaes, M. (2012). *A framework for European crowdfunding*.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (1985). *Self-Determination in Human Behavior*. New York, NY: Plenum Press.
- Dekavalla, M. (2020). *Gaining trust: the articulation of transparency by you tube fashion and beauty content creators*. *Media, Culture & Society* 42(1): 75-92.
- Demir, D. (2019). *Kitlesel Fonlamalı Dijital Gazetecilik*. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi. (12), 44-60.
- Duffy, B. E. (2020). *Algorithmic precarity in cultural work*. *Communication and the Public*, 5(3-4), 103-107.
- Duguay, S. (2019). *"Running The Numbers": Modes of Microcelebrity Labor in Queer Women's Self Representation on Instagram and Vine*. *Social Media + Society* 5(4): 1-11.
- Dushnitsky, G., Guerini, M., Piva, E., ve Rossi-Lamastra, C. (2016). *Crowdfunding in Europe: Determinants of platform creation across countries*. *California management review*, 58(2), 44-71.
- Duran, K. N. ve Yeniceler, İ. (2019). *Gelenek-selden Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde İçerik Üretimi Sürecinin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı*. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3(3), 200-212.
- Fang X. (2022). *Why We Hide Good Deeds? The Selfless and Anonymous Donation Behavior in Crowdfunding*. *Technology*

in Society. 71,102144

Fraenkel, J., Wallen, N., ve Hyun, H.H. (2012). How to Design and Evaluate Research in Education (8th Ed.). Boston: McGraw Hill.

Ferik, F. ve İnce, D. (2022). YouTube'da Alternatif Medya Yaratmak: Flu TV İş Modeli. Sosyal Mucit Academic Review.

Fuchs, C. (2015). Dijital Emek ve Karl Marx. (T. Kalaycı, S. Oğuz, Çev.). Ankara: Nota-Bene Yayınları.

García, J. L. S. ve Estellés-Arolas, E. (2015). Crowdfunding: a study of present creative trends and institutional reaction. International Journal of Business and Economics, 14(2), 131.

García-Rapp, F. ve Roc-Cuberes, C. (2017). Being an online celebrity: Norms and expectations of YouTube's beauty community. First Monday, 22(7).

Gerber, E. M. ve Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI), 20(6), 1-32.

Graphtreon(2023). <https://graphtreon.com/patreon-stats> adresinden Mart 2023 tarihinde alınmıştır.

Griffin, Z. J. (2012). Crowdfunding: fleecing the American masses. Case W. Res. J. Tech. & Internet, 4, 375.

Guarriello, NB. (2019). Never Give up, Never Surrender: Game Live Streaming, Neoliberal Work, and Personalized Media Economies. New Media & Society 21(8): 1750-1769.

Gulati, S. (2014). Crowdfunding: a kick starter for startups, TD Economics, Special Report

Gutiérrez, J. M. R. (2010). Crowdfunding y

Creative Commons: Nuevos modelos de financiación y propiedad intelectual para la producción y distribución de proyectos audiovisuales. CDC Cuadernos de Comunicación, (4), 30-38.

Hair, L. (2021). Friends, not ATMs: Parasocial Relational Work and The Construction of Intimacy By Artists on Patreon. Sociological Spectrum 41: 196-212.

Hair, L., Bonifacio, R., ve Wohn, D. Y. (2022). Multi-platform practices among digital patronage creators. Convergence, 28(5), 1438-1456.

Hemer, J. (2011). A snapshot on crowdfunding (No. R2/2011). Arbeitspapiere Unternehmen und Region.

Hesmondhalgh, D. (2021). Is music streaming bad for musicians? Problems of evidence and argument. New Media & Society, 23(12), 3593-3615.

Hesse, M., Dann, D., Braesemann, F., ve Teubner, T. (2020). Understanding the platform economy: signals, trust, and social interaction.

Hesse, M., Teubner, T., ve Adam, M. T. (2021). In stars we trust—A note on reputation portability between digital platforms. Business & Information Systems Engineering, 1-10.

Hoskins, A. (2009). The Mediatization of Memory. J. Garde-Hansen, A. Hoskins, ve A. Reading (Ed.). Save As... Digital Memories içinde (27-43).

İnce, G. B.(2020). Araştırmacı Gazetecilikte İş Modelleri Ve Fonlama. Mecralar, Deneyimler, Olanaklar. Yayıncı: Kafka.

Investopedia.com(2023).<https://www.investopedia.com/best-crowdfunding-platforms-5079933#toc-how-we-chose-these-crowdfunding-platforms-November-2022> adresinden Şubat 2023

tarihinde alınmıştır.

- James, T. L, Shen, W., Townsend, D. M. Junkunc, M. ve Wallace, L. (2020). Love Can Not Buy You Money: Resource Exchange on Reward- Based Crowdfunding Platforms. *Information Systems Journal*.
- Jerslev, A. (2016). Media Times in The Time of The Microcelebrity: Celebification and The YouTuber Zoella. *International Journal of Communication*. 10: 5233–5251.
- Kleinman, S. S. (2004) “Researching OURNET: A Case Study of a Multiple Methods Approach.” *Online Social Research: Methods, Issues and Ethics*. Mark D. Johns, Shing-Ling Sarina Chen ve G.Jon Hall (der.) içinde. New York: Berg. 47-62.
- Knepper, B. (2017) No one makes a living on Patreon. <https://theoutline.com/post/2571/no-one-makes-a-living-on-patreon> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır
- Koch, J. A. ve Cheng, Q. (2016). The role of qualitative success factors in the analysis of crowdfunding success: Evidence from Kickstarter.
- Kuppaswamy, V. ve B.L. Bayus (2013). “Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Projects Backers”, in *The economics of crowdfunding*, 151-182, Palgrave Macmillan, Cham.
- Ladson, N. ve Lee, A. M. (2017). Persuading to Pay: Exploring The What and Why in Crowdfunded Journalism. *International Journal on Media Management*, 19(2), p.p.144-163.
- Lehner, O.M. (2013). Crowdfunding social ventures: a model and research agenda, *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 15(4), 289- 311.
- Liao, C., Zhu, Y., ve Liao, X. (2015). The role of internal and external social capital in crowdfunding: Evidence from China. *Revista de cercetare si interventie socială*, 49(7), 187-204.
- Livberber, T. (2020). Toplumsal Bir Etkileşim Alanı: Kitleli Fonlama. *International Journal of Social and Humanities Sciences*, 4(1), 115-128.
- Löher, J. (2017). The interaction of equity crowdfunding platforms and ventures: an analysis of the preselection process. *Venture Capital*, 19(1-2), 51-74.
- Luka, M.E. (2012). Media production in flux: crowdfunding to the rescue. *Wi Journal of Mobile Media* 6(3).
- Mollick, E. (2014). The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*. 29(1): 1–16
- Manjoo, F. (2017). How the internet is saving culture, not killing it. *The New York Times*, 15.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Manning, S. ve Bejarano, T. A. (2017). Convincing the crowd: Entrepreneurial storytelling in crowdfunding campaigns. *Strategic Organization*, 15(2), 194-219.
- Menekşe, F. (2019). Bir iş modeli olarak vlogerlik ve YouTube platformunda içerik üretimi [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi].
- McRobbie, A. (2002). Clubs to companies: Notes on the decline of political culture on speeded-up creative worlds. *Cultural Studies*, 16(4), 516–531
- Müller, M. F. (2021). Patreon dentro del ecosistema de plataformas digitales. In *XIV Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

- McKenzie, J., Crosby, P., Cox, J., ve Collins, A. (2019). Experimental evidence on demand for “on-demand” entertainment. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 161, 98-113.
- Mitra, D. (2012). The role of crowdfunding in entrepreneurial finance. *Delhi Business Review*, 13(2), 67-72.
- Mitra, T. ve Gilbert, E. (2014). The language that gets people to give: Phrases that predict success on kickstarter. In *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work and social computing* (pp. 49-61).
- Mittendorf, C., Berente, N., ve Holten, R. (2019). Trust in sharing encounters among millennials. *Information Systems Journal*, 29(5), 1083-1119.
- Hardt, M. ve Negri, A. (2008). *İmparatorluk*. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı. (Original work published in 2001).
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. (Cilt I-II). (S. Özge, Çev.) İstanbul: Yayın Odası.
- Nielsen, R. K. ve Levy, D. A. (2010). The changing business of journalism and its implication for democracy. *The Changing Business of Journalism and Its Implications for Democracy*, 3-15.
- Nielsen, R.K. ve Ganter, S. A. (2018). Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms. *New Media & Society*, 20(4), 1600-1617.
- Nieborg DB. ve Poell T. (2018). The Platformization of Cultural Production: Theorizing The Contingent Cultural Commodity. *New Media & Society* 20(11): 4275-4292.
- Nucciarelli, A., Li, F., Fernandes, K. J., Goumias, N., Cabras, I., Devlin, S., ve Cowling, P. (2017). From Value Chains to Technological Platforms: The Effects of Crowdfunding in The Digital Game Industry. *Journal of Business Research*, 78, 341-352.
- Onur, M. N. ve Değirmenci, Ö. (2015). Crowdfunding-kitle fonlaması. *TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları*, 7, 1-18.
- Park, S. (2017). *Digital capital* (pp. 63-82). London, UK: Palgrave Macmillan UK.
- Patreon, (2023). <https://www.patreon.com/> adresinden Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Raun, T. (2018). Capitalizing intimacy: New subcultural forms of micro-celebrity strategies and affective labour on YouTube. *Convergence*, 24(1), 99-113.
- Regner, T. (2021). Crowdfunding a monthly income: an analysis of the membership platform Patreon. *Journal of Cultural Economics*, 45(1), 133-142.
- Rêsmi Gazete. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/10/20211027-3.htm> adresinden Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Ritzer, G., ve Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital ‘prosumer’. *Journal of consumer culture*, 10(1), 13-36.
- Röthler, D. ve Wenzlaff, K. (2011). Crowdfunding schemes in Europe. *EENC report*, 9, 2011.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America’s Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6, 65-78.
- Sankır, Ş. (2022). Sanat Alanının Simgesel Değer Üreten Kültürel Aracısı Olarak Kültürel Kitlesele Fonlama Platformları. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler*

- Dergisi, (8), 11-28.
- Scolere L. (2019). Brand Yourself, Design Your Future: Portfolio-Building in The Social Media Age. *New Media & Society* 21(9): 1891-1909.
- Shneor, R. ve Vik, A. A. (2020). Crowdfunding Success: A Systematic Literature Review. <https://doi.org/10.1108/BJM-04-2019-0148>. adresinden Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- Shneor, R., Z.H. Munim, H. Zhu, ve I. Alon. (2021). Individualism, Collectivism and Reward Crowdfunding Contribution Intention and Behavior *Electronic Commerce Research and Applications*, 47 (2021), Article 101045, 10.1016/j.elerap.2021.101045.
- Similarweb.com. (2023). <http://ww1.similarweb.com/> adresinden 1 Kasım 2022 ve Ocak 2023 tarihinde alınmıştır.
- Statista.com/. (2022) Monthly traffic to content creator economy support websites in 2022. <https://www.statista.com/statistics/1357882/creator-economy-company-website-traffic/> adresinden 23 Ocak 2023 tarihinde alınmıştır.
- Şirvanlı, T. ve Dağtaş, E. (2022). Yeni Medya Ekseninde Gelişen Alternatif Medya Yayıncılığı: "Medyascope Kanalı" Üzerine Bir Çözümleme. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 4(1), 13-32.
- Tekeoğlu, N. (2015). Kitleli Fonlama ile Alternatif Film Finansmanı Oluşturma ve Bir Film Analizi: Sıradışı İnsanlar. *Akademik Sosyal Bilim Çalışmaları Dergisi*8(Sayı: 38):295-295.
- Tirdatov, I. (2014). Web-based crowd funding: Rhetoric of success. *Technical Communication*, 61(1), 3-24.
- Uzunoğlu, S. ve Uyar, V. (2021). Türkiye'nin dijital haber odalarının gelir modelleri. NewslabTurkey Research Hub.
- Vachelard, J., Gambarra-Soares, T., Augustini, G., Riul, P., ve Maracaja-Coutinho, V. (2016). A guide to scientific crowdfunding. *PLoS biology*, 14(2), e1002373.
- Van Dijck, J., Poell, T., ve De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vural, A. ve Doğan, D.U. (2019). Girişimcilik finansmanında yeni bir model: Kitle fonlaması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 88-100.
- Wohn, D. Y., Jough, P., Eskander, P., Siri, J. S., Shimobayashi, M., ve Desai, P. (2019, October). Understanding digital patronage: why do people subscribe to streamers on twitch?. In *Proceedings of the annual symposium on computer-human interaction in play* (pp. 99-110).
- Yıldız, A. (2018). Gazeteciliğin Geleceği Açısından Türkiye'de "Patronsuz" Gazetecilik. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (47).
- Yin, RK. (2003). Vaka Çalışmaları Tasarlamak. *Nitel Araştırma Yöntemleri*, 5 (14), 359-386.
- Zheng, H., Li, D., Wu, J., ve Xu, Y. (2014). The role of multidimensional social capital in crowdfunding: A comparative study in China and US. *Information & management*, 51(4), 488-496.
- Zelizer, V. (2005) *The Purchase of Intimacy*. Princeton: Princeton University Press.
- Zelizer, V. (2011) *Economic Lives: How Culture Shapes the Economy*. Princeton: Princeton University Press.
- Zimmermann, S., Angerer, P., Provin, D., ve Nault, B. R. (2018). Pricing in C2C sharing platforms. *Journal of the Association for Information Systems*, 19(8), 4.

SİNEMA - ÇİZGİ ROMAN İLİŞKİSİNDE MARVEL VE DC SİNEMA EVRENLERİ FİLMLERİNE ELEŞTİREL BAKIŞ

A CRITICAL LOOK AT MARVEL AND DC CINEMATIC UNIVERSE MOVIES IN THE RELATIONSHIP BETWEEN CINEMA AND COMICS

 Ersin KOZAN¹

¹Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, ekozan@bandirma.edu.tr

ÖZ

Popüler kültür ürünlerinin önemli bileşenlerinden birini oluşturan çizgi romanlar, uyarlandıkları sinema filmlerinde oluşturdukları zengin içerikteki fantastik dünya anlatımları ve kahramanları ile günümüz sinema seyircileri tarafından yoğun ilgiyle karşılanmaktadır. Sinema ve çizgi roman sanatının benzer estetik ve teknik anlatım biçimlerini kullanması, her iki sanat dalını birbirine yaklaştırarak ortak projelerin geliştirilmesini olanaklı kılmıştır. Bu ilişkinin başarılı sonuçlar ortaya koymasında iki popüler çizgi roman şirketi, "Marvel Comics" ve "DC Comics" başı çekmektedir. Tabii ki bu şirketlerin eserlerinin beyazperdeye uyarlanmasında ünlü Hollywood film şirketleriyle kurulan ortaklıklar belirleyici rol oynamaktadır. Marvel Comics'in "The Walt Disney Company", DC Comics'in "Warner Bros Discovery" bünyesinde film stüdyolarını kurması kendi kurgusal sinema evrenlerinin günümüze taşınması sonucunu doğurmuştur. Geçmişten günümüze çizgi roman sektöründe birbirlerine rakip olan Marvel Comics ve DC Comics şirketleri, kurgusal sinema evrenlerini yaratırken seyircilerin karşısına birbirinden farklı süper kahraman hikâyeleri ile çıkmayı amaçlamışlardır. Bu çalışmamızda Marvel ve DC Comics'in kurgusal sinema evrenlerini yaratırken, süper kahraman imgesinin film anlatısı içinde kurgulanış biçiminin nasıl olduğu araştırma sorusuna cevap bulmaya çalışılmıştır. Çalışmada örneklem olarak Marvel Comics'in sinema evreninden çıkan "Captain America: The First Avenger" filmi ile DC Comics'in sinema evreninden çıkan "Batman v Superman: Dawn of Justice" filmi seçilmiştir. İki farklı sinema evrenine ait bu filmlerde betimlenen süper kahraman imgesindeki benzerlikler ve farklılıklar, çalışmada göstergibilimsel yöntemle analiz edilerek anlamlı sonuçların ortaya konulması sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Çizgi Roman, Süper Kahraman, Film Anlatısı.

ABSTRACT

Comic books, which constitute one of the important components of popular culture products, are met with great interest by today's cinema audiences with the rich fantasy world narratives and heroes they create in the movies they are adapted from. The fact that cinema and comic art use similar aesthetic and technical forms of expression has brought both branches of art closer together, making it possible to develop joint projects. Two popular comic book companies, "Marvel Comics" and "DC Comics", lead the way in the successful results of this relationship. Of course, partnerships with famous Hollywood film companies play a decisive role in adapting the works of these companies to the big screen. The establishment of film studios by Marvel Comics under "The Walt Disney Company" and by DC Comics under "Warner Bros Discovery" has resulted in their own fictional cinema universes being brought to the present day. Marvel Comics and DC Comics companies, which have been rivals in the comic book industry from past to present, have aimed to present their audiences with different superhero stories while creating their fictional cinema universes. In this study, we tried to find an answer to the research question of how the superhero image is constructed within the film narrative while creating the fictional cinema universes of Marvel and DC Comics. In the study, the movie "Captain America: The First Avenger" from the Marvel Comics cinema universe and the movie "Batman v Superman: Dawn of Justice" from the DC Comics cinema universe were selected as examples. The similarities and differences in the superhero image depicted in these films belonging to two different cinema universes were analyzed with the semiotic method in the study to reveal meaningful results.

Keywords: Cinema, Comic Book, Superhero, Film Narrative.



GİRİŞ

Dünya, dijital teknolojilerin gölgesinde çok hızlı ve kesintisiz bir şekilde değişim ve dönüşüm geçirirken; sinema sanatı da estetik ve teknik özellikleri bakımından daha çok plastik sanatlara dayanan yepyeni bir form kazanmaya başlamıştır. Sinema sanatı daha fazla popüler kültürün kodları ve düşüncesi ekseninde şekil almaya başlarken, tekniğin gölgesinde içerik olarak birbirine benzeyen yapımların seyirci ile buluşması gerçekliğine kapı aralamıştır. Bu süreçte tüm dünya genelinde etkinliğini sürdürmeye devam eden Hollywood sinema endüstrisi, teknoloji ile çok yoğun ilişkide olan yeni tüketici kitlesinin beklentilerini karşılayacak yepyeni enstrümanlar arayışı ve geliştirme çabasına girişmişlerdir. Bu arayışın sonucu olarak geçmişten beri popüler kültürün önemli araçlarından birini oluşturan çizgi romanları, dijital animasyon ve görsel efekt teknolojilerinin gelişmiş imkanları ile buluşturarak, günümüz sinema seyircisinin beğenerek izlediği yapımların ortaya çıkmasını sağlamışlardır.

Sinema ile çizgi romanın ilişkisi her ne kadar çok eski tarihlere dayansa da, yakın dönemde yaşanan güçlü ilişkinin öznelere "Marvel Comics" ve "DC Comics" adlı Amerikan çizgi roman yayın şirketleri olmuştur. Geçmiş dönemlerde bir süper kahramanın tek başına bireysel mücadelelerinin konu edinildiği filmler ile başlangıç yapan sinema - çizgi roman birlikteliği günümüze gelindiğinde, birçok süper kahramanın bir ekip olarak ortak düşmana karşı güçlerini birleştirdiği hikâyelere bırakmıştır. Bu yeni süper kahraman anlatısında Marvel ve DC'nin ayrı ayrı kendilerinin oluşturmuş oldukları kurgusal sinema evrenlerinin hikâyelerinin bir tür devamı şeklinde seyirciye sunulurken film serilerine dönüştürüldükleri görülmektedir. Çizgi roman dergilerinin oluşturdukları kurgusal sinema evrenine ait filmlerde süper kahraman imgesinin kurgulanışı, ilk olarak çizgi roman serisi

şeklinde yayınlandığı dönemdeki koşullardan bağımsız olarak değerlendirilmesi gereken yeni bir anlatım diline kavuşturulduğu görülmektedir. Kurgulanan sinema evrenindeki süper kahraman imgeleri filmdeki anlatının en güçlü unsurları olarak yer almış olsalar da; filmlerin bütünü şekillendiren diğer anlatım unsurları ile değerlendirildiğinde derinlemesine analiz edilmesi gerekliliği kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu konu ile ilgili olarak çalışmamız kapsamında iki farklı kurgusal sinema evrenine ait "Captain America: The First Avenger" ve "Batman v Superman: Dawn of Justice" film örnekleri analiz için belirlenmiştir. Doküman incelemesi ile filmlere dair veriler ilk olarak film izleme sürecinden geçirilerek not edilmiş ve sonrasında çıkan verilerin göstergebilimsel yöntemle analiz edilip anlamlı yorumlara kavuşturulması sağlanmıştır.

Filmlerin göstergebilimsel yöntemle analizinde özellikle film anlatısını oluşturan süper kahraman hikâyesinin çizgi roman anlatısının kalıplarının dışına çıkartıldığı ve sinema dramaturjisinin bileşenleri ile donatıldığı çalışıldığı sonucuna varılmaktadır. Çizgi roman örneklerindeki klişeleşmiş yarı tanrı konumundaki süper kahraman anlatısı yerine bu tür filmlerde süper kahramanların kendileri ile bir tür iç çatışma yolculuğuna çıktığı ve diyalektik bir anlamlandırma sürecinden geçerek gerçek bir süper kahramana doğru evirildikleri gösterilmektedir. Süper kahramanların takındıkları tutum ve davranışlardan dolayı kendilerini sorumlu hisseden bilinçli bireyler olması gerekliliğine iten nedenlerin filmlerde seyirciye sunulması, sinemanın kendine özgü anlatım derinliğinin bir sonucu olarak farklılık yaratmaktadır. Çünkü popüler kültürün bir ürünü olan çizgi romanlardaki anlatılar, hızlı tüketen sıradan bireyleri hedefleyen dar bakış açısı ile hikâyeleştirilmeye çalışılırken; kurgusal sinema evrenine ait bu filmlerde ise, seyircinin ilgi ve dikkatinin eserin kendisine odak-

lamaya dönük dramaturjik çatışma noktaları titizlikle derinlemesine oluşturulmaktadır. Bu doğrultuda incelenen filmlerde süper kahramanların hikâyelerinin dışında diğer süper kahramanların hikâyeleri ile paralellik oluşturabilecek yan hikâyeler seyirciye sunulurken, seyircinin film izleme pratiğinin sürekli kılınması sağlanmaya çalışılmaktadır.

1. Çizgi Roman

Çizgi roman kelime olarak İngiliz dilindeki güncele dair hiciv, taşlama gibi öğeleri içinde barındıran eğlendirme, hoşça vakit geçirme gibi nitelikleri barındıran “comics” teriminden türetilmiştir. Sureli yayınlarda kendisine yer bulduğu için yayınlanmayı belirten “periodicals” kelimesi ile “comics” kelimesi birleşerek “comicals” adlı çizgi roman terimi türetilmiştir” (Öztekin, 2018, s. 43).

Çizgi roman kelimesinin farklı kültürlerde değişik adlarla kullanımına rastlanmak mümkündür. Örneğin, Japonya’da 1814’te “Katsushika Hokusai”nin yayınladığı bir karikatür çalışması olan “Hokusai Manga” serisi daha sonra Japonya’daki çizgi romanları tanımlamak için kullanılan “manga” ifadesine dönüşmüş ve günümüzde popülerlik kazanmıştır (Petersen, 2011).

Çizgi romanın kavramsal çerçevesi derinlemesine ilişkin yaklaşımlar ele alındığında, birbirinden farklılıklar gösterse de salt olarak çizgi romanın bir resim dizilerinin peşi sıra dizilerek anlatılması şeklinde geniş bir tanıma oturtmak da uygun düşmeyecektir. Çünkü çok eski tarihlerde antik dönem resimlerin ve kilise süslemelerin hikâyeleyici anlatımını bu tanımlama ile daraltmış olunabilecektir. Esasında olması gereken şey, çizgi romanın basılı olma zorunluluğunu içinde taşıması ile özgün bir tanıma kavuşturulması gerçeğidir. Bu anlamda çizgi romanları; elle çizilerek hazırlanan birbiri ardı sıra dizilmiş basılı resimlerin belli bir metnin hikâye akışına bağlı kalınarak hazırlanması şeklinde özetlemek mümkün-

dür (Platin, 1985, s. 64).

Çizgi romanlar, sahip oldukları potansiyel yapıları gereği, hem metinlerin hem de görüntülerin ortaklaşa birlikte üretildiği “image-text” diliyle yazılabilmektedir. Bu birleşim, insanların birbirleri ile ortak konuşma dillerindeki çoklu modalitelerle kavramsallaştırmasını ve ifadeye dökme kapasitesini yansıtmaya açısından ayrı bir değer taşımaktadır. Çizgi romanlar, insanların biyolojik ve bilişsel kapasitelerine ilişkin oluşturduğu görsel dilin sosyokültürel bağlamını yansıtmaktadırlar. Yani bir görsel dil olarak çizgi romanı tanımlamak da, tek başına yeterli olamayacaktır (Cohn, 2013, s. 2).

Çizgi romanlar gerçek olayların resim olarak görselleştirilmesinde bir yöntem olarak kullanılabilir gibi, aynı zamanda hayal gücünü gerektiren olayların ve mekânların resmedilmesinde insanlara çözümler sunabilmektedir. Bir tasarım faaliyeti olarak düşünülebilecek olan çizgi romanların bir insan eliyle üretilmiş yapay bir dünyayı okuyucunun karşısına çıkartması mümkün olabilmektedir. Yaşanan dünyanın üzerine yapılan eklemeler ve çıkarmalarla bir çizgi romanın esere dönüşebilmesi kaçınılmaz bir gerçek olarak durmaktadır. Tasarım bilgisi, çizgi romanın bu yapay dünyasının ortaya çıkartılmasında aranan değerleri ve yetenekleri işaret etmesi bakımından önem arz etmektedir (Cross, 2016, s. 137).

Günümüzde çizgi romanların yapım aşamaları üretilen eserlerin yapısı ile sınırlı kalmayıp belirli alanlarda uzman kişilerin kolektif üretimleri ile gerçekleştirilmektedir. Bu hususta ilk olarak senaryoya bağlı kalınarak “pencil-ler” (çizer) tarafından çizimler gerçekleştirilir. Bu çizimler “inker” (mürekkepleyici) tarafından kontur çizgilerin belirgin kılınması ile devam eder. Kontrol hatları belirgin kılınmış çizimler “colorist” (renkçi) tarafından boyanarak renklendirilir. Son olarak ise konuşma balonlarının, yazıların ve yansıma sözcükle-

rin çizimlere eklenmesi için “letterer” (kaligraf) gönderilerek çizim süreci tamamlanmış olur (Doğru, 2020, s. 192).

Çizgi romanların taşıdığı olduğu genel özellikleri kısaca belirtmek gerekirse şunlar ön plana çıkmaktadır:

- Birbirini izleyen resimlerle anlatılan bir öykü.
- Karakterlerin bir maceradan diğerine süregelen özellikleri.
- Konuşma veya metnin resim içinde yer alması.
- Resim ile metin bir bütün oluştururken resmin ağır basması.
- Düzenli aralıklarla yayımlanması (Tuncer, 1993, s. 29).

İnsanlığın ilk zamanlarından itibaren çizgiler ile bir durumun anlatılması ya da bir olayın görselleştirilmesi tarihte sıklıkla başvurulan yöntemlerden biri olmuştur. İlk mağara duvarlarına çizilen resimler ve sonrasında mozaiklere, minyatürlere, ikonalara taşınan görsel anlatım biçimi insanlığın güçlü iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Elbette ki bu araçlar bir konu hakkında bilgi vermenin veya dini yargıların insanlara bir tür aktarımı şeklinde işlevsellik barındırırken; çizgi romanların temellendirildiği dayanak ise eğlence üzerine daha fazla şekil almaktadır (Alsaç, 1994, s.13).

Çizgi romanların tarihsel gelişiminde ilk olarak gazetelerin varlığı önemli yer taşımaktadır. Öncelikle, on dokuzuncu yüzyılın teknolojik imkânları göz önünde bulundurulduğunda gazete haberlerine ilişkin fotoğrafların baskı aşamasında yaşadığı teknik problemler; haberlerin görselleştirilmesi sürecinde çizerlerin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Haberlerin görselleştirilmesinde çizerlerin üretmiş olduğu resimlerin kullanılması, yaygın bir kullanım alanı olarak döneminde kabul görmüştür. 1895 yılında Amerika’da yayımlanan “New York World” adlı gazetede karikatürist olan Richard Outcault’ın “Hogan’s Alley” adlı çizgi

roman şeridi ise, çizgi roman tarihi açısından önemli bir başlangıcın kapısını aralamıştır (Gürata, 2004, s. 53).

New York World adlı gazetede yer verilen şerit halindeki çizgi roman serisinin popüler karakteri olan “The Yellow Kid” ise, çizgi roman tarihinin ilk önemli karakteri olarak dönemde yer bulmuştur. İlerleyen dönemlerde diğer gazeteler ve onların hafta sonu pazar eklerinde güldüren öğelerle donatılarak hazırlanan karakterlerin yer aldığı çizgi roman şeritleri, genel olarak eğitim düzeyi düşük, okuma yazma bilmeyen geniş kitleler tarafından sahiplenilerek etkili bir iletişim aracına dönüşmüştür. ABD merkezli gelişen ve dünya genelinde hâkimiyetini güçlü bir şekilde devam ettiren bu çizgi romanların tarihsel gelişiminde rol oynayan kişi, kurum ve gerçekleştirilen eserler detaylı ve kapsamlı bir şekilde Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Çizgi Romanın Tarihsel Gelişiminde Ön Plana Çıkanlar

Tarih	Çizgi Romanın Tarihsel Gelişiminde Öncü Rol Oynayan Kişiler, Kurumlar ve Eserler
1907	“Mutt and Jeff”, günlük olarak yayınlanan ilk çizgi roman serisi olup 1913 yılından itibaren bir dizi animasyon film olarak da yer almıştır.
1920	“Winnie Winkle”, tüm güçlülere rağmen çalışan bir kadının hikâyesinin ilk defa bir çizgi romanda ön plana çıkartılması bakımından önemlidir.
1929	Hal Foster’ın “Tarzan of the Apes” adlı çizgi roman serisi, macera temalı çizgi roman türünün ilk örneklerinden biri olarak tarihteki yerini almıştır.
1931	Çizer Dick Calkins ve yazar Philip Francis Nowlan tarafından yaratılan “Buck Rogers” çizgi roman serisi bilimkurgu temalı çizgi roman türünün öncü örneklerinden biridir.
1933	“Funnies on Parade”, çizgi roman serilerinin bir kitap olarak modern anlamda basılı hale gelmesi açısından tarihsel öneme sahiptir.

1937 “Detective Comics” şirketinin ilk sayısı olan “Detective Comics” adlı çizgi roman serisi aynı zamanda şirketin “DC Comics” olarak günümüze değin devam edecek marka isminin de kendisi olmuştur.

1938 Action Comics şirketin ilk çizgi roman serisi olan Jerry Siegel ve Joe Shuster’ın yarattığı “Superman” adlı doğaüstü güçlere sahip dünyayı kötülöklere karşı koruyan süper kahraman karakteri, çizgi roman tarihinin altın çağının başlamasında etkili olmuştur.

1939 Çizer Bob Kane ve yazar Bill Finger tarafından yaratılan DC Comics tarafından çizgi roman serisi olarak yayınlanan “Batman” karakteri okuyucu tarafından beğenilerek günümüze kadar gelebilmiştir.

1939 Martin Goodman tarafından kurulan “Timely Comics” şirketi, daha sonrasında Marvel Comics (1961) adlı şirket adına dönüşeceği “Marvel Mystery Comics” adlı ilk çizgi roman serisini yayınlamıştır. “The Human Torch” ve “Sub-Mariner” (Namor) derginin ilk süper kahramanları olarak yerini almıştır.

1940 Yazar Gardner Fox ve çizer Harry Lampert tarafından yaratılan DC Comics tarafından çizgi roman serisi olarak yayınlanan “The Flash” adlı süper kahraman ışık hızından daha hızlı koşabilen özellikleri ile ön plana çıkmıştır.

1940 Yazar Harry Shorten ve çizer Irv Novick tarafından yaratılan “Pep Comics” serisinin önemli süper kahramanlarından “The Shield”, İkinci Dünya Savaşı dönemindeki Amerikan vatansaver süper kahraman figürünün ilk örneği olmuştur.

1940 DC Comics tarafından yayınlanan “All-American Comics” çizgi roman serisinde sihirli yüzüğü takmasıyla doğaüstü güçlere sahip olan “Alan Scott” adındaki karakter, ilerleyen yıllarda “Green Lantern” adıyla popüler bir çizgi roman serisinin başkahramanı olarak yer almıştır.

1941 Timely Comics tarafından yayınlanan “Captain America” çizgi roman serisi, İkinci Dünya Savaşı’nın sosyopolitik ikliminde süper güçlere sahip Amerikan askeri Steve Rogers (Captain America) karakterinin maceraları ile popüler bir kahramana dönüşmüştür.

1941 DC Comics tarafından yayınlanan “Wonder Woman” çizgi roman serisi, mitolojik dünyadan gelen ve Nazilere karşı savaşan doğaüstü güçlere sahip Amazon kadın kahraman figürünün temsili olarak resmedilen önemli bir çizgi roman serisi olarak tarihteki yerini almıştır.

1950 Charles M. Schulz’ın çizdiği “Peanuts” çizgi roman serisi tüm zamanların en karlı çizgi roman serisi olarak tarihteki yerini aldı. Serinin önemli karakterleri olan “Charlie Brown” ve “Snoopy” karakterleri kendi adlarında yayınlanan çizgi roman serilerinin önemli kahramanları olarak etki bırakmıştır.

1954 ABD’de suç ve korku temalı hikâyeleri içeren çizgi romanlardaki artış ve kamuoyunun şikâyetleri üzerine “Comics Code Authority” (CCA) adlı çizgi romanları denetleyen, kontrol eden belirleyici bir örgütlenme oluşturuldu.

1959 DC Comics, Superman’ın biyolojik kuzeni olan “Kara Zor-El” adlı doğaüstü güçlere sahip bir kadın karakterin maceralarını konu alan “Supergirl” adlı popüler çizgi roman serisini yayınladı.

1960 DC Comics yayınladığı “Justice League of America” (JLA) adlı çizgi roman serisinde daha öncesinde yayınladığı “Batman”, “Superman”, “Wonder Woman”, “Flash”, “Aquaman”, “Martian Manhunter”, “Green Lantern” adlarındaki süper kahramanlardan bir takım oluşturarak popüler olan bir macera serisine imza atar.

1961 DC Comics’in çizgi roman piyasasındaki hızlı yükselişine karşı Marvel Comics, yazar Stan Lee ve çizer Jack Kirby tarafından yaratılan “The Fantastic Four” adlı çizgi roman serisini çıkartır. Seride birbirinden farklı süper güçlere sahip “Mister Fantastic”, “Invisible Woman”, “Human Torch” ve “The Thing” adlarındaki süper kahramanlardan oluşan bir takımın maceraları konu edinmektedir.

1962 Marvel Comics süper kahramanlardan oluşan çizgi roman serilerine yeni süper kahramanlar olarak “Spider-Man” ve “The Hulk” adlı çizgi roman serilerini çıkartarak piyasadaki ağırlığını arttırmıştır. “Journey into Mystery” adlı çizgi roman dizisinde “Thor” adlı süper kahramanın “Marvel Comics”e eklenmesi ile “The Avengers” (1963) adlı süper kahraman ekibine giden süreç hızlanmıştır.

1963 Marvel Comics, yazar Stan Lee ve çizer Jack Kirby tarafından yaratılan “Professor X” liderliğindeki doğaüstü güçlere sahip mutant “X-Men” adlı süper kahraman ekibinden oluşan “Uncanny X-Men” adındaki popüler çizgi roman serisini çıkartır.

1963 “Archie Comics” çizer Dan DeCarlo’nun yarattığı “She’s Josie” adında gençlik temalı mizahi popüler çizgi roman serisini çıkartır.

-
- 1964** DC Comics; "Aqualad", "Kid Flash", "Robin" ve "Wonder Girl" den oluşan "Teen Titans" adında çizgi roman serisini çıkartmıştır.
-
- 1964** Marvel Comics, yazar Stan Lee ve çizer Bill Everett tarafından yaratılan "Daredevil" adlı doğüstü güçlere sahip süper kahraman konulu çizgi roman serisini yayınlamıştır.
-
- 1968** Marvel Comics, yazar Stan Lee ile kardeşi Larry Lieber tarafından hikayelendirilen çizer Don Heck tarafından yaratılan "Iron Man" adlı popüler çizgi roman serisini çıkartmıştır.
-
- 1978** United Feature Syndicate, Jim Davis tarafından yaratılan "Garfield" adlı bir kedinin mizahi konulu hikâyelerini temel alan popüler çizgi roman serisini yayınlamıştır.
-
- 1986** DC Comics, süper kahraman ekibinden oluşan çizgi roman serilerine yazar Alan Moore ile çizer Dave Gibbons tarafından yaratılan "Watchmen" adlı çizgi roman serisini ekledi. Serinin süper kahramanları ise; "Doctor Manhattan", "Ozymandias", "Silk Spectre", "The Comedian", "Nite Owl" ve "Rorschach"dır.
-
- 1989** DC Comics, klasik süper kahraman konulu çizgi roman serilerinin dışına çıkarak; mitoloji, korku, fantastik gibi öğelerin yer aldığı Neil Gaiman tarafından yaratılan "The Sandman" adlı çizgi roman serisini çıkartmıştır.
-

2. Sinema – Çizgi Roman İlişkisi

Sinema tarihine bakıldığında şiir, roman, hikâye, tiyatro oyunu gibi edebi eserlerden uyarlanan film örneklerine sıkça rastlandığı görülmektedir. Daha çok günümüze yaklaşıldığında ise; post modern çağın kültür endüstrine ilişkin çizgi roman, bilgisayar oyunu, televizyon programı gibi popüler ürünlerinden uyarlanan sinema filmleri ile karşılaşmak mümkündür. Özellikle çizgi romanlar sahip oldukları biçim ve içerik özellikleri ele alındığında; resim, grafik, fotoğraf gibi görsel sanatlara ilişkin öğelerle yoğun olarak ilişkilendirilmiş olsalar da, sinematografik öğelerin birçoğunu içinde barındırması bakımından sinema sanatı ile anlamlı bir ilişkisi bulunmaktadır.

Çizgi roman ile sinema ilişkisinde birçok çizgi roman sanatçısı eserlerinde sinematografik öğeye yer vererek, eserlerinin bir film şeridini andırarak şekilde güçlü görsellere sahip ol-

masını amaçlamaktadırlar. Bu konu hakkında Üstün Alsaç'ın "Türkiye'de Karikatür, Çizgi Roman ve Çizgi Film" adlı kitabında sinematografik özelliklerin çizgi romanların daha etkili bir anlatıma kavuşturulması hususunda kullanıldığına ilişkin bazı önemli detaylara yer vermektedir:

"Olay akışı içinde geri dönüşler yapmak (flash back), siyah-beyaz karşıtlığını ya da kişi ve nesnelerin göğe vuran izlerini (gölgelelerini, silüetlerini) kullanmak; görüntüyü abartılı bir biçimde yukarıdan aşağıya ya da aşağıdan yukarıya bakılıyormuş gibi düzenlemek; görüntüyü baygınlık, uyku sersemliği, sarhoşluk etkisi altında görülüyormuş gibi bulanık ya da çizgiyle iletme; küçük karelerin tekdüzeliğini kırmak amacıyla birkaç kareyi kapsayan büyük (panoramik) resimler kullanmak gibi şeyler vardır. Ayrıca çizimlerin iç içe geçirilmesi, üst üste bindirilmesi, çizimde yer alan varlıkların çerçeve çizgisinden dışarı taşması gibi anlatımlardan da yararlanılır" (Alsaç, 1994, s. 19).

Çizgi romanları, belirli bir görsel hareketi içerisinde barındırmayan ve ses öğesine yer vermeyen bir sinema türü olarak da ele almak mümkündür. Aynen filmlerde olduğu gibi çizgi romanlarda da, birbiri ardı sıra dizilmiş resimler şeklinde hikâyelerin anlatımı söz konusudur. Ancak sinema filmlerindeki hareketli görüntülerin illüzyonun seyirciye sunulması için hızlı bir şekilde bu görüntülerin gösterilmesi işleminin dışında kalınarak, aynı zaman dilimleri içerisinde sabit duran resim karelerinin sağlamlığı çizgi romanda hazır kılınabilmektedir (Potsch ve Williams, 2012, s. 13).

Diyalog, ses efektleri gibi birçok sese ilişkin

öğenin çizgi romanda bir metin şeklinde resimlere eklenerek, okuyucunun zihninde sesli bir anlatıma dönüştürülebilmesi söz konusudur. Böylece çizgi romanı okuyan bir kişi anlatılan hikâyelerin içerisindeki hareket ve dinamizm unsurunu kendi zihninde canlı kılarak, okuma eylemini sürdürebilmektedir (Potsch ve Williams, 2012, s. 13). Sinemanın çizgi roman ile olan ilişkisinin sadece estetik ve teknik boyutlarda benzeşen öğelerle sınırlı kalmadığı günümüz koşullarında, önemli çizgi roman yayıncısı şirketler küresel film endüstrisinin lider şirketleri ile ticari iş birliklerini geliştirerek sermayelerini de birleştirmişlerdir. Bu işbirliği çizgi roman yayıncısı şirketlerini küresel ölçekte tanınması ve daha fazla tüketici kitlenin kendileri ile tanışmasının kapısını aralamıştır. Bu ilişkide şirketler sadece bir çizgi roman içeriğinin üretim alanı ile faaliyetlerini sınırlandırmayıp; televizyon dizileri, video oyunları, mobil uygulamalar gibi birçok medya kanalına özgün içerikler üretmiş ve bu kanalların içerikleri ile yeni anlatım dillerini keşfetmiştir. Bu yaşanan sinema - çizgi roman ilişkisinin günümüzde en bilinen örneklerini, "The Walt Disney Company" bünyesine katılan "Marvel Comics" ile "Warner Bros. Discovery"e dâhil olan "DC Comics" adlı popüler Amerikan çizgi roman yayın şirketleri oluşturmaktadır.

The Walt Disney Company şirketine bağlı film yapım şirketi "Marvel Studios", dünyanın en popüler çizgi roman serilerine imza atan şirket Marvel Comics'in popüler süper kahraman hikâyelerini sinemaya uyarlayarak "Marvel Cinematic Universe" (MCU) adında kurgusal bir sinema evrenini inşa etmiştir. Bu evrenin ilk film çalışması ise, 2008 yılında sinemalarda gösterime giren "Iron Man" filmi olup seyirciden büyük ilgi ile karşılanmıştır.

Şirketler tüketici kitlenin bu ilgisini yönetmek hususunda bir pazarlama stratejisi olarak bu evrene dair her türlü süper kahraman hikâyesini, bir transmedya hikâye anlatısı kanalı ile televizyon dizisi, bilgisayar oyunu, mobil

uygulama vb. eğlence içerikleri ürünlerine de uyarlamıştır. Marvel Studios, 2008 yılından günümüze değin MCU kapsamında süper kahraman hikâyeleri konulu birçok filmler çekerek sektördeki ağırlığını istikrarlı bir şekilde sürdürmektedir. Marvel Studios bünyesinde çekilen filmler şunlardır (imdb.com, Erişim Tarihi: 21.09.2023):

- ✓ Iron Man (2008)
- ✓ The Incredible Hulk (2008)
- ✓ Iron Man 2 (2010)
- ✓ Thor (2011)
- ✓ Captain America: The First Avenger (2011)
- ✓ Marvel's The Avengers (2012)
- ✓ Iron Man 3 (2013)
- ✓ Thor: The Dark World (2013)
- ✓ Captain America: The Winter Soldier (2014)
- ✓ Guardians of the Galaxy (2014)
- ✓ Avengers: Age of Ultron (2015)
- ✓ Ant-Man (2015)
- ✓ Avengers: Age of Ultron (2015)
- ✓ Captain America: Civil War (2016)
- ✓ Doctor Strange (2016)
- ✓ Guardians of the Galaxy Vol. 2 (2017)
- ✓ Spider-Man: Homecoming (2017)
- ✓ Thor: Ragnarok (2017)
- ✓ Black Panther (2018)
- ✓ Avengers: Infinity War (2018)
- ✓ Ant-Man and the Wasp (2018)
- ✓ Captain Marvel (2019)
- ✓ Avengers: Endgame (2019)
- ✓ Spider-Man: Far From Home (2019)
- ✓ Black Widow (2021)
- ✓ Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings (2021)
- ✓ Eternals (2021)
- ✓ Spider-Man: No Way Home (2021)
- ✓ Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)
- ✓ Thor: Love and Thunder (2022)
- ✓ Black Panther: Wakanda Forever (2022)
- ✓ Ant-Man and the Wasp: Quantumania (2023)

- ✓ Guardians of the Galaxy Vol. 3 (2023)
- ✓ The Marvels (2023)

Warner Bros. Discovery şirketine bağlı olarak faaliyetlerini yürüten “DC Films” ise, dünyanın en popüler çizgi roman serilerine imza atan yan şirketi DC Comics’in popüler süper kahraman hikâyelerini sinemaya uyarlayarak “DC Extended Universe” (DCEU) adında kurgusal bir sinema evrenini yaratmıştır. 2013 yılında “Man of Steel” filmi, bu evrenin ilk önemli sinema filmi olarak tarihteki yerini almıştır. DC Films, 2013 yılından günümüze değin DCEU kapsamında süper kahraman temalı birçok filmler çekerek sinemalarda gişe rekorları kıran Marvel Studios’un mevcut hâkimiyetine alternatif oluşturmuştur. Başlangıcından günümüze DCEU kapsamında çekilen sinema filmleri ise, aşağıdaki şekilde listelenmektedir (imdb.com, Erişim Tarihi: 21.09.2023):

- ✓ Man of Steel (2013)
- ✓ Batman v Superman: Dawn of Justice (2016)
- ✓ Suicide Squad (2016)
- ✓ Wonder Woman (2017)
- ✓ Justice League (2017)
- ✓ Aquaman (2018)
- ✓ Shazam! (2019)
- ✓ Birds of Prey (2020)
- ✓ Wonder Woman 1984 (2020)
- ✓ Zack Snyder’s Justice League (2021)
- ✓ The Suicide Squad (2021)
- ✓ Black Adam (2022)
- ✓ The Batman (2022)
- ✓ Shazam! Fury of the Gods (2023)
- ✓ The Flash (2023)

3. Marvel ve DC Sinema Evrenleri Filmlerinin Analizleri

Tüm dünya sinemalarında Marvel ve DC’nin kurgusal sinema evrenine ait filmlerinin seyirciden yoğun olarak gördüğü ilgi, bu tür filmlerdeki süper kahraman anlatısına hizmet eden her türlü görsel öğenin birçok farklı açıdan incelenmesi gereken bir problem konusunu ortaya çıkarmıştır. Çünkü kurgu-

sal sinema evrenine ait bu filmlerde süper kahraman hikâyesinin yapı taşları senaryoda kurgulanırken, çizgi romanlardaki gibi tek bir boyuta indirgenen efsaneleştirilmiş süper kahraman hikâyeleri seyirciye sunulmamıştır.

Özellikle her iki kurgusal sinema evrenine ait filmlerde amaçlanan şey, sadece süper kahramanların ne kadar güçlü ve yüce kişiler olduklarının vurgulanmasından ziyade onların iç dünyasına dair detayların sunulması ve çevreleri ile kurmuş oldukları ilişkilerde insani değerlerin altının çizilmesi olmuştur. Bu doğrultuda çalışmamız her iki kurgusal sinema evrenine ait filmlerdeki süper kahraman anlatısının nasıl kurgulanmış olduğunu incelemeye dönük hazırlanmıştır. Öncelikle bu araştırma problemine ilişkin çalışmamız kapsamında bir araştırma evreninin ve örnekleminin belirlenmesine geçilmiştir.

Araştırmamızın evrenin oluşturulmasında MCU ve DCEU kapsamında günümüze değin çekilen sinema filmlerinin tümü araştırma evrenine dâhil edilmiştir. Bu evrenin tipik özelliklerini yansıtması ve problem konusu ile ilgili çeşitli açılardan heterojenlik içeren bir örneklem niteliği taşıması noktasında, maksimum çeşitlilik örnekleme başvurulmuştur. Bu örneklem kapsamında her iki kurgusal sinema evreninden bir film çalışma için belirlenmiştir. MCU ile ilgili örnekleme dâhil edilen film, Joe Johnston’ın yönettiği “Captain America: The First Avenger” (2011) filmi olmuştur. DCEU ile ilgili olarak ise, Zack Snyder’in yönettiği “Batman v Superman: Dawn of Justice” (2016) adlı film örneklem için tercih edilmiştir. Her iki filmin örnekleme dâhil edilmesinde belirleyici rol oynayan etmen, bu filmlerin tüm dünya sinemaları genelinde elde etmiş olduğu yüksek gişe başarıları ve her iki evrenin de ilk filmlerinden biri olarak kendilerinden sonra çekilecek filmlere kurgusal olarak altyapı hazırlaması olmuştur.

MCU ve DCEU kapsamında çekilen sinema filmlerindeki süper kahraman anlatısının

kurgulanış biçimine dönük hazırlanan araştırmamız için, nitel veri toplama yöntemi olan doküman incelemesine ilk olarak başvurulmuştur. Doküman incelemesi, belgesel tarama şeklinde ifade edilen bir yöntem olarak elde edilen kayıtlar üzerinden verilerin elde edilip işlenmesini ve bu elde edilen verilerin analizi sürecinde ise, belirli bir amaca dönük kaynakların bulunmasını öncelikle gerçekleştirmektedir. Sonrasında bu seçilen kaynaklar üzerinden okuma, not alma, değerlendirme gibi prosedürel işlemler yapılarak analiz süreci nihayete kavuşturulmaktadır (Karasar, 2016, s. 229-230).

Araştırmamızda doküman incelemesi ile elde edilmiş verilerin analiz edilip yorumlanması ilgili olarak ise, göstergebilimsel yönetime başvurulmuştur. Ünlü Amerikalı düşünür, kuramcı Charles Sanders Peirce göstergeyi kendisinin dışında başka anlamı içerisinde barındıran şeyleri gösteren her türlü nesne, varlık ve olgu olarak tanımlamaktadır (Günay, 2002, s. 181).

Göstergebilim ise, yazılı ya da görsel herhangi bir eser ele alındığında ona dair anlama ve anlamlandırma süreçlerini içeren bir disiplin şeklinde ifade bulmaktadır. Eserin bir metin olarak değerlendirilirken, anlam inşasında kültürel kodların izini sürerek analiz edilmesi mümkün kılınabilmektedir (Oswald, 2011, s. 37).

Göstergebilimde metnin incelenmesi “okur” ifadesiyle kişinin etkin rolünü ön plana çıkarırken; okuma eylemi ise, okurun kendi yetiştirdiği kültürel iklimin kodlarını içeren anlam dünyası ile ilişkilendirilmesini tarif etmektedir. Okurun metin karşısında dikkat kesilerek anlamlandırma eylemini etkin bir şekilde yürütmesi, onun kültürel deneyimlerinin bir sonucu olarak öğrenilen bir şey olduğu gerçeğine işaret etmektedir (Fiske, 1996, s. 62). Bu anlamda göstergebilimin bireyin göstergeyi meydana getirme, göstergeler arasında bir iletişim kanalı oluşturma ve bir iletişim biçimi

mi kurma pratiğini inceleme üzerine gelişmiş olduğu söylenebilir (Parsa & Parsa, 2014, s. 2).

Göstergebilim üzerine yürütülen yaklaşım biçimlerinin oluşturulmasında önemli katkıları bulunan ünlü Fransız düşünür Roland Barthes, göstergeleri anlamlandırma sürecinde düz anlam (dénotation) ve yan anlam (connotation) olarak ifade ettiği iki kavrama işaret etmektedir (Geray, 2014: 167).

Barthes, düz anlamın gerçek dünyada var olan nesnelerin bireylerin zihninde oluşturduğu bir tür görsel yansımasından ibaret olduğunu belirtmektedir. Bireylerin ilk olarak duyum-sadıkları en genel bir anlamı içermektedir. Bu anlamda bireye kendisini gösteren şeyin düz anlam kavramı ile sınırlı bir ilişkisinin mevcut olduğu gerçeğine ışık tutan Barthes, göstergedeki yan anlam kavramını ise, düz anlam kavramından farklı olarak bireyin kültürel birikimi ve kendisinde oluşturduğu anlık heyecanı ile şekillenen, derinlikli okumasını gerektiren bir anlamlandırma sürecini içerdiğini belirtmektedir (Barthes, 2016, s. 51).

Barthes’in medya metinlerindeki göstergeler üzerine kurduğu düz anlam ve yan anlam ilişkisi, filmlerin göstergebilimsel yaklaşımla incelenmesini içeren bilimsel çalışmalarda gösteren (düz anlam) ile gösterilen (yan anlam) öğelerin anlamlandırılmasına dönük hazırlanmaktadır. Sinemada seyircilerin filmde ilk olarak gördüğü gerçek görüntüler -Barthes’in çerçevesini çizmiş olduğu gibi- düz anlam kavramı ile sınırlı kalırken; yan anlam kavramı ise, seyircilerin görüntüler karşısında kendi kültürel birikimi ile anlam üretmesi ve onlarla ilişki kurması gibi zihinsel okumalarının sonuçlarını ortaya çıkartmaktadır. Bu anlamda araştırmamız kapsamında incelenen “Captain America: The First Avenger” ve “Batman v Superman: Dawn of Justice” filmlerinde gösteren karşısında gösterilen şeyin gerçekte ne olduğu sorusuna ilişkin detaylı ve kapsamlı analizlere yer verilmesi amaçlanmıştır.

3.1. Captain America: The First Avenger Filminin Göstergebilimsel Yöntem ile Analizi

Çalışmamız kapsamında ilk olarak incelenen “Captain America: The First Avenger” filminde yer alan karakterler ve anlatının kurgulanışına bakıldığında, İkinci Dünya Savaşı yıllarında ABD ve Nazi Almanya’sı arasında geçen amansız mücadelenin bir süper kahraman hikâyesi ile taçlandırılmasını içermektedir. Filmdeki her bir gösterge, özellikle ABD ulusal kimliğinin temellerine dayanak oluşturacak şekilde “Captain America” (Steve Rogers)’nın süper kahramanlık hikâyelerinden örüntülerle desteklendirilirken; Nazi Almanya’sının ise, “Red Skull” (Johann Schmidt) karakterinin merkezinde insanlığa düşman her türlü kötülüğün ana kaynağı olarak karşıt bir güç oluşturmaktadır. Bu karşıtlıklar temelinde Captain Amerika karakterinde gösterilen yan anlam ABD’nin salt kendisi olmakla birlikte vatanseverliğin, kahramanlığın ve iyiliğin temsili şeklinde genel olarak özetlenmektedir. Bu yan anlama ilişkin filmdeki göstergeler incelendiğinde, Steve Rogers karakterinin tutum ve davranışları ile tutarlılık gösteren işaretlere ulaşıldığı görülmektedir.

Filmin ilk başlarında Rogers’ın Captain America adındaki süper kahramana dönüşmeden önce fiziksel olarak yetersiz, zayıf ve hasta bir Amerikalı genç erkek olduğu gösterilmektedir. Bu fiziksel eksikliklerine rağmen Rogers’ın kararlı bir şekilde cesaret ederek Amerikan ordusuna girmek için her türlü başvuru yolunu denediğine, ancak bir türlü testlerden geçemediğine dair sağlık tetkik ve mülakat süreçlerine yer verilmiştir. Ta ki bu süreçlerde karşısına çıkan bir bilim insanı olan Dr. Abraham Erskine’nin onun bu kararlı duruşunu fark etmesi ile Amerikan ordusundaki eğitimlere katılım sürecine dâhil olur. Askeri eğitimle ilgili filmdeki sahnelerde ise; yere atılan el bombasının üzerine tek başına atlaması, hiçbir fiziksel güç kullanmadan pratik zekâsını kullanarak direğe asılı bayrağı

tüm askerlerden önce indirebilmesi gibi durumlara yer verilir. Bu sahnelerle filmde gösterilen yan anlam, Rogers’ın bir süper asker olmaya giden süreçte cesareti ve zekâsı ile ön plana çıktığına ışık tutmak ve Erskine’nin ise Rogers’ı askeri eğitime dahil etmekle ne kadar isabetli bir karar aldığıın altını çizmektir.

Dr. Abraham Erskine’nin askeri eğitim sürecinde cesur ve zeki kişiliğini bir kez daha şahit olduğu Rogers’ı, ABD’nin süper asker yaratma üzerine gerçekleştireceği bilimsel deneye ikna etmesi ile süper kahraman hikâyesinin filmde gerçek anlamda kapısının aralandığı görülmektedir. Bu hususta deney öncesi bir akşam gününde Rogers ve Erskine’nin birbirileri ile yaptıkları görüşmede bunun işaretleri verilmektedir. Erskine, Rogers’ı neden süper asker yapma hususunda seçtiği ile ilgili onun iyi niyetli bir insan olmasına ve gücün esiri olmadan merhametle insanlığa hizmet edeceğine olan güvenini belirtmektedir. Süper kahramanın gerçek anlamda doğuşunun kişinin kendi tavır ve davranışları ile anlamlı kılınabileceğine yönelik yan anlam çıkartılmaktadır. Ta ki Rogers kendisinin ölümü ile sonuçlanabilecek bu riskli deneye gönüllü olarak katılarak, Erskine’nin geliştirdiği güç serumlarını ve Vita-Ray adı verilen elektromanyetik ışın dalgalarıyla gayet fiziksel olarak güçlü ve dayanıklı bir insan formuna kavuşur. Rogers’ın ABD’nin geleceği için bu deney sürecine katılarak göstermiş olduğu cesaret ve fedakârlık, onun bir süper kahraman olma durumunun nedenselliğini oluşturulması bakımından filmde önemli bir kanıt olarak sunulmuştur. Aynı zamanda da ABD ordusunun bilim ve teknolojiye verdiği önemi göstermesi bakımından filmde vurgulanmak istenen yan anlama kapı aralar. Özellikle filmdeki deney sahnesindeki detaylara odaklanıldığında; ABD ordusunun ileri teknoloji ile donatılmış bir laboratuvar ortamını kullanmakta olduğuna ve Amerikan askerlerin bilim insanları ile koordineli bir şekilde başarılı bir deney sürecini yürüttüğüne yer verilmektedir. Filmin

ilerleyen sahnelerinde Rogers'ın Amerikan askerlerini desteklemeye dönük eğlence gösterilerinde "Captain America" sahne adı ile maskot olarak boy gösterdiği sahneler görülmektedir. Deney sonrası elde etmiş olduğu üstün askeri gücünü ve yeteneklerini Rogers'ın, bu teatral sahnelerle bir gösteri malzemesine dönüştürdüğü ve kahramanlık hikâyesinden uzaklaştığına ilişkin kurgulanmış sahneler olarak filmde sunulmuştur. Onun bir süper kahraman olmaya giden süreç içerisindeki bu savrulmalarının temelinde, geçmişte çevresi tarafından pek fark edilemeyen ve dışlanan bir kişi olmasının yeri gösterilebilir. Geçmiş kimliğini geride bırakıp çevresi tarafından beğenilen ve ilgi gören bir karaktere dönüşmesi onun için geçici bir haz alma duygusu ve tatmini oluşturması bakımından yan anlam ortaya çıkartmaktadır. Rogers'ın içinde yaşamış olduğu bu kendi gerçekliğinden kopuş hali, onun bir maskot kostümü ile gizlenen gerçek kimliğine ilişkin bir gönderme taşıması bakımından anlamlı kılındığı ifade edilebilir.

Rogers'ın filmde kendi gerçekliğini keşfetme sürecinde yaşamış olduğu en önemli aşama İtalya'daki cephede yer alan ABD askerlerine moral vermek üzere hazırlanan bir gösteride aldığı tepkilerle gerçekleşmiştir. Bu sahnede cephedeki askerler onun sözlerine karşılık vererek hakaretler etmekte ve üzerine yiyecekler fırlatarak onun sahneyi terk etmesi konusunda ısrarcı ve saldırgan oldukları gösterilmiştir. Rogers bu olay sonrası yaşadığı durumu kendisini işaret eden sirkte dans eden bir maymun çizimi ile anlamlandırmaya çalıştığı gösterilmektedir. Ajan Peggy Carter'ın bu gösteri sonrası yanına gelerek onun bu yaşadığı durumdan kurtulması, gerçek bir asker gibi savaşması konusunda ikna edici olmaya çalıştığı fark edilmektedir. Ancak Rogers'ın gerçek anlamda ABD ordusuna tekrar katılma isteğinin oluşmasında, en yakın arkadaşı James Barnes'in yer aldığı askeri bir birliğin düşman tarafından büyük kayıp verdiği ve esir düştüğüne ilişkin haberlerin

alınması üzerine şekillendiği görülmektedir. Askeri birliğin kayıp verdiği yerde savaşmak konusunda Rogers, General Chester Phillips'i ikna etmeyi çalışsa da bir türlü başaramadığı filmde gösterilir. Rogers'ın düşmanla savaşmaya niyetli bu kararlı tutumunu gören Ajan Peggy Carter onu gizlice Howard Stark'ın uçağına bindirerek düşman bölgesine bırakır. Filmde Rogers'ın gerçek anlamda bir süper kahraman olmaya evrilme süreci de burada başlar. Esir durumdaki Amerikan askerleri ve yakın arkadaşı Barnes'i, Johann Schmidt ve adamlarının elinden tek başına kurtararak bir kahraman olarak General Chester Phillips ve askerleri tarafından kabul görmesini sağlar. Rogers'ın filmde ABD ordusu için kahramanlık ifade edecek bu tür eylemleri gerçekleştirmiş olduğunun gösterilmesindeki yan anlam, onun bir süper kahraman olarak tamamen insani mezziyetleri ile başarmış olduğunun altının çizilmesidir. Diğer süper kahraman temsillerinde olduğu gibi bir tanrısal güce dayanmadan zafere ulaşabilmiştir.

Filmde Rogers'ı Captain America kimliğine kavuşturan bir diğer önemli öğe, diğer süper kahraman örneklerinde olduğu gibi diğer insanlardan onu ayıran özgün bir kostüme sahip olması ile tamamlanmıştır. Daha önce içinde yer aldığı gösterilerde kullandığı abartılı, süslü, eğlenceli sahne kostümleri yerine daha askeri ve milli bir forma kavuşturulmuş kıyafetleri giydiği gösterilmiştir. Bu giydiği süper kahraman kostümünde dikkat çeken en önemli öğe, ABD'nin eyaletlerini simgeleyen yıldızlar ve milli bayraklarının renklerini oluşturan mavi, kırmızı ve beyaz renklerinden oluşmasıdır. Filmde Captain America'nın bu kıyafeti üzerinde ABD'nin milli bayrağına ilişkin detayların yer alması, yan anlam olarak ABD'nin ulusal kimliğini vurgulamaya ilişkin bilinçli bir tercih olarak değerlendirilebilir.

Captain America'nın kostümünü tamamlayan bir diğer önemli öğe ise, vibranyum adı ile filmde belirtilen değerli bir malzemenin

üretmiş yuvarlak bir kalkanını silah olarak taşımaya görülmektedir. Captain America'nın düşmanına karşı kullandığı bu kalkan, ABD bayrağını simgeleyen yıldız ögesine yine yer verildiği gözlemlenmekte ve ayrıca mavi, kırmızı ve beyaz renklerinden oluşan halkalarla kalkanın dış görüntüsünün tamamlandığı fark edilmektedir. Filmde Captain America'yı tamamlayan bu güçlü ve dayanıklı kalkan kullanımı, ABD bayrağını simgeleyen öğelerle de bütünleştirilerek ulusal kimliğin bir tür hatırlatıcısı olarak yan anlam oluşturulduğu görülmektedir.

Captain America'nın düşman saldırılarını püskürtmek için tercih etmiş olduğu bu kalkanın ateşli silahlara karşı mücadelelerde de etkili çözümler üretebilmesinin filmde gösterilmesi ise, askeri savaş tarihine Antik Yunan uygarlığının bir miras olarak dünyaya kazandırdığı yuvarlak metal kalkanı hatırlatması bakımından anlamlıdır. Çünkü Antik Yunan uygarlığı döneminde piyade askerlerinde ilk olarak kullanılmaya başlandığı bilinen bu yuvarlak kalkanlar Captain America'nın yaşadığı daha ileriki bir dönemde işlevsel halde seyircinin karşısına çıkarılmıştır. Bu şekilde filmde işlevsel kılınan kalkanın yarattığı yan anlam, Batı medeniyetinin geçmişten gelen savunma pratiklerinin bir tür mirasçısı ve takipçisi olarak ABD'nin sahiplendiğini ve bunu gerçekleştirecek Captain America gibi kahraman askerlerini içerisinden çıkardığını vurgulamaktadır.

ABD'nin geçmiş ile gelecek arasındaki bir köprü olma durumunu simgeleyen bu tür görsel öğelerin filmde kullanılması dışında, geleceğin dünyasında da ABD'nin etkin bir rol oynayabileceğine ilişkin "1943 Geleceğin Dünya Fuarı" ile adı ile belirtilen teknoloji fuarı sahnelerine yer verilmektedir. ABD'de dönemi itibari ile son derece gelişmiş teknolojik ürünlerin tanıtımının yapıldığı bu fuarda katılımcılar, başarılı işadamları ve mucit kişiler olarak sunulan Howard Stark'ın uçan bir otomobilin

gösterimine şahit tutulur. Bu tür fuar sahnelerinden seçilen gösteri öğeleri ile ABD'nin teknolojik anlamda üstün olduğuna ilişkin yan anlam pekiştirilmek istendiği görülmektedir. Ayrıca, ABD ordusunun askeri savunma araçlarındaki ileri teknoloji kullanımına dair detaylar dışında, bu fuar sahnelerinde sivil ABD vatandaşlarının bilim ve teknoloji alanındaki gelişmelere olan yoğun ilgisinin de gösterilmesi bu yan anlamı desteklemektedir. Filmde Captain America'nın düşmanı olarak gösterilen Nazilerin bilimsel araştırmaların yürütüldüğü olan Hydra'nın başında bulunan Nazi ajanı "Johann Schmidt" ya da çok bilinen takma adı ile "Red Skull" (Kızıl Kafatası) karakteri, bilim ve teknolojiyi kendi kötü amaçlarına hizmet etmek için kullanan, acımasız ve korkunç bir kişi olarak gösterilmektedir. Kızıl renkteki bir kuru kafatasını andıran başı ile filmde korkunç bir görüntü arz eden Red Skull, yeri geldiğinde gerçek insan yüzünü andıran maskeler takarak filmde Johann Schmidt karakterine geçiş yaptığı görülmektedir. Üzerinde taşıdığı kıyafetlerde de yılan motifli kuru kafatası armalarını kullanarak kendi kimliğini bir tür ifşa ettiği söylenebilir. Çünkü kuru kafatası simgesi tehlike uyarısı belirten evrensel bir simge olarak kullanıldığı için yan anlam olarak Red Skull'ın da tehlikeli bir kişi olduğunu işaret etmesi yönünden anlamlıdır.

Red Skull'ın çevresindeki askerlerin yüzlerini kapatan karanlık siyah kıyafetler içindeki uniformalarda da bu benzer armanın kullanımına filmde yer verilmiş olup, aynı kötücül amaçlar doğrultusunda mevzilenmiş askerler olduğu yan anlamı üretilmiştir. Bu askerlerin Red Skull'a bağlılıklarını sunmak için kollarını sert bir şekilde ona doğru kaldırarak yapmış oldukları selamlama hareketleri, aynı Alman Nazilerin lideri Adolf Hitler'in askeri törenlerinde ve parti toplantılarında kolları ile yapmış oldukları selamlama hareketleri ile benzerlik göstermektedir. Askerlerin bu tür selamını içeren jestlerinin filmde gösterilmesindeki yan anlam, Red Skull'ın askerlerinin

de Nazilerin seçmiş olduğu davranış kalıplarını taklit ettiğini ve onlar gibi emirleri sorgulamadan uygulayan mekanik bireyler olduğuna işaret etmektedir.

Filmde Nazilerden bağımsız hareket ederek kendi suç örgütünü kuran Red Skull'ın kendisinde tanrısal bir güç taşıdığını iddia ettiği ve üstün bir insan olarak tüm dünyanın kendisine hizmet edeceği bir düzeni kurmayı hedeflediği filmdeki sahnelerde vurgulanmaktadır. Özellikle kendisinin yanına gelen Nazi ajanlarına bu düşüncelerini belirttiği sahneler filmde gösterilmiş ve onların ikna olmadıklarında hiçbir neden kabul etmeden öldürebildiğine yer verilmiştir. Red Skull'ın bu kötü amaçlarına ulaşma noktasında yardım aldığı bilim adamı ise "Arnim Zola" karakteri gösterilmektedir. Red Skull'ın bilimsel deneylerini yürüten ve organize eden bir bilim adamı olarak konumlanan Arnim Zola, filmde bilimin kötü niyetli insanların elinde bir felakete dönüşebileceğine örnek teşkil etmesi bakımından yerleştirildiği görülmektedir. Bu tür kötü niyetli bilim adamları ile esasında filmde gösterilmek istenen yan anlam, aynı Naziler gibi üstün ırk yaratma gibi niyetlerle bilimsel deneyler yaptıkları ve insanlık dışı uygulamalarla felakete neden olabilecekleri hatırlatılmak istenmiştir. Captain America karakterinin filmdeki hikâyesinde belirleyici rol oynayan karakterlerden bir diğeri ise, Amerikan ordusuna hizmet eden Ajan Peggy Carter karakteri bulunmaktadır. Güzel ve alımlı bir kadın olmasından ziyade iyi silah kullanan, erkek askerlerle dövüşerek onları yenebilecek kadar güçlü ve dayanıklı bir kadın olduğu işaret edilen bir kişidir. Captain America'nın cesur ve zeki kişiliği, Carter'ın ona âşık olmasında etkili bir faktör olarak gösterildiği sahnelere yer verilmiştir. Özellikle Rogers'ın askeri eğitim sırasındaki tutum ve davranışları onun etkilenmesinde belirleyici olmuştur. Rogers için ise, Carter'ın dış görünümünden ziyade kendisi gibi cesur, çevik, kararlı bir kişi olması ve onun üzerine titremesi gibi duygusal tepki-

lere sahip olması etkili rol oynamıştır. Çünkü çevresinde yer alan diğer kadın karakterlere bakıldığında, Ajan Peggy Carter'ın güçlü kişiliğinden ziyade edilgen bir pozisyonda kadınların çevresinde yer aldığı gösterilmektedir.

Rogers'ın etrafında görünen bu kadınlar; erkek askerlerin yanlarında onlarla vakit geçiren, eğlence gösterilerinde çekici dans figürleri yaparak onları eğlendiren ve erkeklerin rahatlıkla elde edilebileceği basit varlıklar olarak yer bulmuştur. Burada gösterilmek istenen yan anlam; vatanseverlik, kahramanlık gibi yüceltilen milli değerlerin sahiplerinin Amerikan ordusuna hizmet eden askerler yani erkekler olabileceği şeklinde erkek egemen hâkim bakış açısını yansıtmaktadır. Ajan Peggy Carter gibi askeri kimliğe sahip kadınlar bu bakış açısının dışında tutularak, güçlü bir birey olarak filmde yer alabilme şansını elde edebildiği vurgulanmıştır.

3.2. Batman v Superman: Dawn of Justice Filminin Göstergebilimsel Yöntem ile Analizi

DC Films, oluşturduğu kurgusal sinema evreni olan DCEU'nin en popüler süper kahramanları Superman ve Batman karakterlerini ilk defa birbirleri ile mücadele edecek bir hikâyenin içine dâhil ederek 2016 yılında "Batman v Superman: Dawn of Justice" adlı filmi seyircinin beğenisine sunmuştur. Film daha sonraki zamanda çekilmiş olan "Justice League" (2017) ile "Zack Snyder's Justice League" (2021) adlı film serilerinin de kurgusal temellerini oluşturması ve popüler birçok süper kahramanın bir arada bulunduğu yeni film anlatısı ile farklılık ortaya koyduğu görülmektedir.

Çalışmamız kapsamında ilk olarak gerçek adı "Bruce Wayne" olan Batman süper kahramanın çocukluk zamanında yaşadığı travmatik bir hikâyesine filmde yer verilmektedir. Filmin başlangıcında anne babasının cenazelerinin defni sırasında üzüntüsünden ormana kaçan bir çocuk olarak gösterilen Bruce Wayne'nin kaçıışı ile paralel bir şekilde anne ve babasının

öldürülmesini içeren cinayet gecesinde yaşananlar seyirciye aktarılmaktadır. Wayne, anne ve babasının ölümü ile sonuçlanan gerçekliği kabullenmekte zorlanan üzgün bir çocuk olarak gösterilirken, yalnız kalmak isteğinin bir karşılığı olarak dipsiz bir ormanın derinliklerine sığınma isteği vurgulanmaktadır. Filmde seçilen bu orman hem tekinsizliği hem de kendini içine çeken yönü ile psikolojik gerilimin yaşandığı bir kaçış mekânı olduğu yan anlamını ortaya çıkartmıştır. Aynı zamanda karakterin iç dünyasında yaşadığı derin izlerin bir tür kapatıcısı olan ve onun hayata tekrar tutunmasını sağlayacak gelişmelere kapı aralayan bir yer olarak işaret edilmiştir.

Wayne'nin ormanın içindeki kaçış sürecinde yaşayacağı bu gelişmelerde en önemli sahne, onun dipsiz bir kuyuya düşmesi ile şekillendirilmektedir. Kaçış esnasında düştüğü bu karanlık kuyu, aslında onun içinden bir türlü çıkamadığı hüznü geçmişi şeklinde yan anlam üretirken; aynı zamanda da onu aydınlığa, hayatın içine dâhil etmesini sağlayacak öğelerle de donatılmış bir yer olarak sunulmuştur. Özellikle filmde karakterin düştüğü kuyunun derinliklerinde, karanlıklarında yaşayan yarasalar bu değişimin belirleyicisi öğeler olarak yer bulmuştur. Bu hususta genellikle insanlardan uzak yaşayan, ürkütücü ve korkutucu bir görünüme sahip olan yarasalar, filmde Wayne'nin düştüğü kuyudan çıkmasını sağlayarak onu karanlıktan aydınlığa çıkaran bir tür kurtarıcı olarak gösterilmiştir. Yarasaların karanlık içerisinden çıkan kurtarıcı varlıklar oldukları yan anlamı üretilmiştir.

Filmin ilerleyen sahnelerinde yetişkin bir birey olarak çıkan Wayne, gerçek dünyada hiç olmayan kurgusal bir şehir olarak sunulan "Metropolis" şehrine helikopterle indiği gösterilmektedir. Metropolis şehri, Superman'in amansız düşmanı olarak bilinen uzaylı "General Zod" karakteri ile savaşında harap olmuş bir durumda kalakalmıştır. Şehirde yaşayan insanlar için bu iki gücün savaşı, kendilerinin

hayatları için bir tehdit konusu haline geldiği izlenimi yaratılarak sunulmak istenmiştir. Bu durumu ifade edecek göstergelerin filmde belirtilmesi hususunda, özellikle yıkılan binalardan üzerine düşen betonun altında bacakları kalan yaralı bir adam sahnesi ve üzerine bir duvarın devrilmesinden son anda kurtarılan bir kız çocuğuna yer verilmiştir. Çaresiz durumda kalan bu kişilerin filmde kurtarılmasında gerçek aktör Bruce Wayne gösterilerek, Superman'e karşı toplumunda yükselen öfkeye karşı bir dengeleyici unsur olarak betimlenmiştir.

Filmde Metropolis şehrinde yaşayan insanların öfkeli ve korkulu bakışlarına konu olan kişinin Superman olduğuna dönük çok şiddetli fiziki saldırı sahnelerine sıklıkla yer verilerek, onun kendi gücünü yönetemeyen ve çevresine zarar veren bir kişi olduğu altı çizilmiştir. Yine Wayne'nin gördüğü rüyalarında şehri tamamen harap eden bir kötü kişi olarak çıkan Superman'in çevresine topladığı karanlık görünümlü savaşçı kişiler ve ürkütücü uçan yaratıklarla onunla savaştığı sahneler filmde yer verilmektedir. Bu sahnelerle Wayne'nin gözünden Superman kimliğinin bir süper kahraman olmaktan ziyade, bütün dünyayı tehdit eden son derece tehlikeli kötü bir kişi olduğu düşüncesi pekiştirilmek istenmiştir.

Wayne'nin Superman ile alakalı aklını meşgul eden bu düşüncelerinde kendisinin hiç de yalnız olmadığını ilişkin filmde bazı önemli göstergelere yer verilmektedir. Bunlardan en önemlisi Amerikan Kongresi tarafından Superman'in kontrolsüz güç kullanımının mağdur insanları ortaya çıkarttığını ilişkin sahneler başı çekmektedir. Filmdeki kongre sahnelerinde başkan konumundaki senatör June Finch'in karşısında Superman tarafından mağdur edildiğini söyleyen tanık savunmaları arada gösterilmektedir. Bu sahnelerdeki tanıkların ifadelerinde kendi yakınlarının kaybindan Superman'i sorumlu tuttuklarına ilişkin detaylar samimi ifadelerle aktarılmak-

tadır. Filmde Superman'in saldırıları sonucu eşini ve çocuğunu kaybettiğini düşünen ve tekerlekli sandalyeye mahkûm bırakılan bir adamın Superman'e olan öfkesine dair sahneler ön planda sunulmuştur. Sakat adamın Superman'in heykelinin bulunduğu parka gidip heykelin üstüne çıkarak spreyle "false god" (sahte tanrı) olduğu ifadesini yazması anlamlı bir göstergedir. Bu yaşananlar ve olayların tanıklarının ifadeleri ile suçlanan Superman'in Amerikan Kongre binasına gelerek hesap vermesi gerekliliği senatör June Finch'in ifadeleri ile de belirtilmiştir. Ta ki filmde bu suç isnat edilen ifadeler karşısında tanrısal özelliklere sahip Superman karakteri, Amerikan Kongre binasına gelerek savunma yapmak için iştirak etmek zorunda kaldığı gösterilmiştir. Bu sahnelerle filmde vurgulanmak istenen yan anlam, Amerikan adaletinin üstünde hiçbir kişinin ayrıcalıklı konum elde edemeyeceği ve yargı önünde herkesin eşit bir şekilde yargılanaacağı şeklinde özetlenmektedir.

Filmdeki bir diğer önemli gösterge Superman'in sevgilisi olan gazeteci Loise Lane'in Afrika'nın Sahra çöllerindeki kurgusal bir şehir olarak gösterilen Nairomi'de yaşanan kargaşaları haberleştirmek için gitmesi esnasında yaşananlarla yer veilmektedir. Bu sahnelerde isyancı taraf olarak gösterilen grup üyeleri sarıkları, takkeleri, sakalları ile Müslüman bir kimliğe sahip olduğu görünen eli silahlı kötü roldeki kişiler olarak gösterilmiştir. Loise Lane'in grup lideri ile röportajında kullanılan ifadelerde bu isyancı kişilerin terörist olduklarına dair sorular sorması ve yanında kendisi ile beraber gelen fotoğrafçının grup üyelerince acımasızca katledilmesine dair detaylar, bilinçli olarak Müslüman kişilerin terörizm ile ilişkilendirildiğine yönelik yan anlam üretildiğini göstermektedir. Bu isyancı grup liderinin elinde tutsak düşen Loise Lane'i kurtaran kişi ise filmde Superman karakteri gösterilerek, filmin başlangıcında kendisi hakkında çizilen kötü imajın bu sahne ile düzeltilmeye çalışıldığı da, filmdeki bir diğer dengeleyici durum

olarak yer almaktadır.

Bruce Wayne, Batman adlı süper kahramana dönüştüğünde yarasayı andıran simsiyah pelerinli bir kostüm giymektedir. Gözleri ve ağzının açık bir şekilde bırakıldığı, yarasa kulaklı maskesi ile çevresinden kendi gerçek kimliğini kamufle etmeye çalıştığı şeklinde bir izlenim yaratmaktadır. Bu gerçeklik Batman kostümünün sadece bir süper kahraman kıyafeti olmaktan ziyade, Wayne'nin o içine kapanık, yalnız kişiliğini örten bir öge olarak da kullanıldığına yan anlam olarak kapı aralamaktadır.

Filmde Batman kostümünün göğsünde siyah bir yarasa silüetini andıran ambleme yer verilmekte olup Batman'in düşmanlarına karşı fırlattığı kesici silahların şeklinde, öldürdüğü kişilerin vücutlarına damga şeklinde bıraktığı izlerde ve gece gökyüzünü aydınlatan spot ışıkların biçiminde de gösterilmektedir. Bu yarasa ambleminin devamlı şekilde ilgili sahnelerle seyirciye hatırlatılması, geçen zamanla birlikte Batman karakteri ile bütünleşen bir kurumsal marka simgesine doğru evrilmesi sonucunu doğurmuştur. Batman simgesi Bruce Wayne'nin kendi kurtarıcı kimliğinin bir tür imzası şeklinde yan anlam üretmiştir.

Bruce Wayne karakterinin filmde bir süper kahraman olarak Batman kimliğine dönüşmesinde en etkili rol oynayan göstergelerin sunulmasında, onun bilim ve teknolojiyi kendine rehber edinen ileri bir zekâyâ sahip mucit bir kişi olduğunun altının çizilmesi örnek olmuştur. Bu hususta filmde tamamen kendi üretimi olan birbirinden farklı türde ateşli silahlar, kesici aletler, zehirli kimyasal ilaçlar, yüksek teknoloji ile donatılmış motorlu uçan araçlar kullandığı gösterilmektedir.

Wayne'nin teknoloji ile barışık, kendini devamlı bir surette geliştiren mucit kişiliğinin oluşmasında; çocukluğundan beri yanında olan ve her konuda kendisine danışabildiği yaşlı Alfred karakterinin varlığı yadsınamaz

bir gerçeklik olarak durmaktadır. Çünkü Alfred karakterine dair filmde yansıtılan onun birçok özelliği incelendiğinde; Wayne gibi bilim ve teknoloji ile gayet ilgili ve yaratıcı zekâya sahip, onun gibi yaptığı işi sonuna kadar bırakmayan görevine adanmış bir kişiliğe sahip olduğu gösterilmektedir. Tabi ki filmde Batman gibi süper kahraman pozisyonundaki bir kişinin Alfred karakterinden yardım alarak düşmanlarına karşı mücadelede başarılı olabildiğinin gösterilmesi de Batman'in kolektif zekâyı önemseyen bir kişi olduğuna yönelik yan anlamı meydana getirmektedir.

Filmde Batman'in ağırlıklı olarak her bir kahramanlık hikâyesi içeren sahnelerde, fiziksel güç ve dayanıklılığını pratik zekâsı ile birleştirdiği ve böylece düşmanını yenebildiği gerçeği vurgulanmaktadır. Bu hususta filmdeki bir sahnede sapık ruhlu bir katil tarafından kaçırılan insanları kurtarmak için Batman'in tanrısal herhangi bir güce başvurmadan sadece dövüş sanatları bilgisi ve sivri zekâsı ile düşmanını yenebilmiş olduğu gösterilmektedir. Bu ve benzeri filmdeki sahnelerle filmde gösterilmek istenen bir diğer yan anlam; Batman karakterinin Superman gibi tanrısal bir güce sahip olmadan tamamen kendi fiziksel gücü ve zihinsel kapasitesini geliştirerek bir süper kahramana dönüştüğüne kapı aralamaktır. Filmde Superman karakteri "Clark Kent" ismi ile bir gazete şirketinde muabir olarak çalıştığı gösterilmiştir. Kendisi ile ilgili medyada çıkan olumsuz haberleri izlemekle yetinen ve herhangi bir şey yapmayan kişi olarak konumlandırıldığı görülmektedir. Superman'in bu duyarsız, üstenci bakışlarla olayları görmezden gelen rahat tavırlarına karşı; aynı gazetede birlikte çalıştığı sevgilisi Lois Lane, Superman'i dikkatli olması hususunda uyarıcı tek kişi olarak gösterilmektedir. Lane'in Superman ile yalnız kaldığı sahnelerde, onun Metropolis için yaptıklarının toplumsal hayatta bir bedelinin de olabileceğini hatırlatarak daha doğru bir çizgiye evrilmesi hususunda tavır geliştirmeye ittiği görülmektedir.

Filmin ilerleyen sahnelerinde Superman'in tanrısal bir güç olarak yaptığı her şeyin insanlar tarafından ilelebet kayıtsız şartsız kabul görmeyeceğini kabul etmesine ve daha duyarlı bir tavır geliştirmesi konusunda aksiyon almaya çabaladığı gösterilmektedir. Superman'in karakterindeki bu değişime ilişkin detayları göstermesi bakımından, ABD Kongresi tarafından yargılanmasını içeren sahnede savunmasını vermek için kongre binasına gelmesine yer verilmektedir. Filmdeki bu sahne Superman'in tanrısal konumdan daha insani bir forma evrilmesini işaret ederken aynı zamanda bir başka yan anlamı da güçlü bir şekilde göstermektedir. Bu gösterilmek istenen filmdeki yan anlam, ABD'de yargının güçlü olduğu, millet karşısında hesap verebilirliğin önemsendiği ve idarecilerin adaletli karar almaları gerekliliğine işaret etmektedir. Filmde dünyayı kendi kötü emelleri için ele geçirme planları yapan iş adamı Lex Luthor'un Superman karakterinin manevi annesi Martha Kent'i kaçırmakla tutsak ettiği gösterilmektedir. Yine Luthor, Superman'in Batman'i öldürmesi karşılığında annesi Martha Kent'i serbest bırakacağı sözünü vererek ona zaman vererek tehdit edebilmektedir. Martha Kent'in işkence edilmiş görüntüsünü Superman'e göstererek de, Batman'i öldürmesi hususunda ani kararlar almaya zorladığı görülmektedir. Superman Luthor'un ölümcül dövüş tehdidinde razı olarak, Batman ile çarpışmayı göze aldığı gösterilmektedir. Filmde her iki süper kahramanın birbiri ile mücadeleye iten nedenlerin farklı anlamlar taşıdığına işaret etmesi bakımından önemlidir. Superman için Batman ile dövüş, annesinin kurtuluşunu sağlayan özel bir neden iken; Batman için Superman ile dövüş ise, insanların hayatını tehdit eden bir kişinin ortadan kaldırılmasına hizmet etmek şeklinde toplumsal gerekçelere dayandırılmaktadır. Filmde her iki süper kahramanın birbirleri ile uzun süren ölümcül dövüşün akabinde Batman, Superman'i fiziksel güç ya da silahları ile yenemeyeceğini fark ederek geliştirmiş olduğu zehirli gazı farklı zaman aralıklarında

iki kere onun üzerine atarak bedenen güçten düşmesini sağlar. Bu sahne ile filmde gösterilmek istenen yan anlam, tanrısal güçleri ve hisleri ile hareket eden Superman'ın, akli ve bilimsel bilgiyi önemseyen Batman'in karşısında mağlup olabileceğini göstermesi bakımından önemlidir. Filmdeki bu sahne tanrısal bir gücün altına sığınmaktan ziyade bireylerin kendi potansiyellerini akıllıca kullandığında başarılı olmasının mümkün olabileceği önermesini taşıması bakımından anlamlıdır.

Filmde Superman karakterinin süper kahramanlığına ilişkin yetersizliğini vurgulayan bir başka göstergeye ise; Lex Luthor'un tekrar canlandırdığı devasa canavar görünümüne süper güçlere sahip Doomsday karakteri başı çekmektedir. Superman, Luthor'un kendisini öldürmesi için elleriyle yarattığı Doomsday karakterine karşı filmde çoğu kez yenik düşmekte, gücünü tam olarak toparlamakta zorlandığı sahneler yer verilmektedir. Ayrıca, Doomsday ile olan mücadelesinde yetersiz kalan Superman'ın yardımına ilk olarak Batman, sonrasında ise "Wonder Woman" karakterinin yardım ettiği gösterilmektedir. Bu sahnelerle vurgulanmak istenen yan anlam, Superman'ın tanrısal güçlerinin elbette ki bir sınırının olabileceği ve çaresiz kaldığı anlarda tıpkı insanlar gibi birilerinden yardım almak zorunda kalabilmesidir. Bu gerçekliğin pekiştirilmek istendiği filmdeki yine bir başka sahne, Martha Kent'in Luthor'un adamlarının elinden kurtarılmasında Batman'in asıl kurtarıcı olarak gösterilmesidir. Filmde Batman ve Superman'ın kişiliğini oluşturan temel yargılara ve düşmanlarına karşı mücadelelerindeki haklılığına ilişkin birçok detaylar seyirci ile paylaşılırken, bir diğer süper kahraman olarak kendisini gösteren Wonder Woman'ın kimliğine ilişkin gerçekler bilakis sınırlı tutulmaktadır. "Diana Prince" adı ile alımlı, güzel bir iş kadını rolünde Batman ile ilk olarak karşılaşan Wonder Woman; esasında geçmişten günümüze gelen insanüstü güçlere sahip bir süper kahraman olarak sunulmakta-

dır. Diana Prince'in gerçek kimliğinin ifşasında Luthor'un bilgisayarında kayıt altına aldığı insanüstü varlıkların yer aldığı "metahuman" adlı klasöründeki 2. Dünya Savaşı'nda çekilmiş kostümlü fotoğrafları yer almaktadır.

Wonder Woman karakterine ilişkin filmdeki göstergeler incelendiğinde; kılıcı, kalkanı, kemendi ile geçmiş zamandan günümüze gelen bir Amazon kadınına benzetilmeye çalışıldığı söylenebilir. Kullandığı savaş malzemeleri her ne kadar eski bir zamandan günümüze gelen savaşçı kadın olduğu imajı yaratsa da, süper güçleri ile düşmanın saldırılarını tek bir hareketi ile durdurabilen insanüstü özelliklere sahiptir. Özellikle Superman'ın filmdeki azılı düşmanı Doomsday'e karşı yürüttüğü mücadelesinde ona yardım ederek, Doomsday'in alt etmesini hazırlayan başlıca kişi olarak gösterilmiştir. Bu şekilde kadın kimliğini savaşçı ve mücadeleci ruhla birleştiren Wonder Woman karakterinin filmde yer verilmiş olunması, yan anlam olarak okunduğunda, kadınların da erkekler gibi güçlü kahramanlar olabileceğini göstermektedir. Filmin en önemli sahnelerinden birisi, Superman karakterinin Doomsday'i yenmesi sırasında ondan aldığı darbe ile hayatının kaybetmiş olduğunun gösterilmesidir. Yine filmde cansız bir şekilde yatan Superman'ın bir tabuta sokularak normal insanlar gibi cenazesinin kaldırılması ve gömülmesi, onun da insanlar gibi fani olduğunun vurgulanması bakımından güçlü bir yan anlam üretmektedir. Ancak, filmin son sahnesinde Superman'ın gerçek anlamda ölüp ölmediği hususunda tabutunun üstünü kaplayan toprakta beliren hareketlilik yan anlam olarak ölümsüz bir insan olduğuna kapı aralamaktadır.

4. SONUÇ

Geçmişten günümüze dünya sinema tarihinin gelişimine bakıldığında gittikçe önemi artan sinema - çizgi roman ilişkisi, günümüzde Marvel ve DC Comics gibi popüler çizgi roman şirketlerinin MCU ile DCEU adında

oluşturdukları kendi kurgusal sinema evrenine ait karakterlerin hikâyelerine bırakmıştır. Bu kurgusal sinema evrenine ait filmlerde süper kahraman imgesinin kurgulanışını açıklamaya dönük hazırladığımız çalışmamızda, araştırma örneğine dâhil edilen filmler tek tek izlenerek çıkan veriler göstergebilimsel yöntemle analiz edilerek yorumlanmıştır. Bu doğrultuda hazırlanan çalışmamız kapsamından ulaşılan sonuçlar değerlendirildiğinde her iki farklı sinema evrenine ait filmlerin kendi içinde çok boyutlu yan anlamları içeren göstergelere sahip olduğuna ulaşılmıştır.

Film analizlerinde ilk olarak MCU kapsamında çekilen *Captain America: The First Avenger* (2011) filminde temsil edilen süper kahraman imgesinin kurgulanışına dair sonuçlar incelendiğinde, öncelikle anlatılan hikâyelerin gerçek hayatta dünyada yaşanmış olayların (İkinci Dünya Savaşı) paralelinde şekillendiği gösterilmiştir. *Captain America*'nın diğer süper kahramanlar gibi doğüstü güçlerinin olmadığını, yetenekleri ve zekâsıyla bir kurtarıcı rolüne evirilebildiklerine işaret edilmiştir. Filmde *Captain America*'nın bu kurtarıcı rolüne dönüşmesinde etkili rol oynayan faktör ise, bilim ve teknoloji ile anlamlı hale getirilmeye çalışıldığı gösterilmiştir.

Captain America'yı canlandıran Steve Rogers, bilimsel bir süper asker yaratma programı kapsamında içtiği serumlarla kendi bedenini fiziksel olarak geliştirebildiği ve daha güçlü, dayanıklı olabildiği gösterilmiştir. Bu göstergelerin filmde ağırlıklı olarak vurgulanmasına yer verilmesi ile aslında DCEU süper kahramanların tanrısal güçlere dayanan kahramanlıkların aksine gerçekçi bir duruş gösterme kaygısı ile açıklanabilir. Gerçek hayatta kazanılan zaferlerin Amerikan toplumu açısından, bilimi ve teknolojiyi önemsemesi ile olabildiği şeklinde milli hassasiyetlerin altı çizilmektedir. *Captain America*'nın giydiği kıyafetten kullandığı silahlara, bulunduğu ABD ordusuna değin her yerde Amerikan milli kimliğinin

işaretleri yer almıştır. Bu şekilde gerçekte olmayan bir zaman diliminden ve mekândan seyirciye seslenen bir süper kahraman imgesi yerine gerçek hayatta karşılaşılabilecek bir süper kahraman imgesi yaratılmıştır.

MCU kurgusal sinema evrenine ait ilk filmlerden biri olarak sunulan *Captain America: The First Avenger* filmindeki anlatının inşasında gerçekçi zemine dayanan göstergeler kullanılırken, kahramanın yolculuğuna ilişkin kırılma noktaları da filmin sürükleyiciliğine hizmet ettiği görülmektedir. Rogers'in bir sahne sanatçısı olarak *Captain America* adını mı yaşatacağı ya da direkt bir asker gibi cephede düşmanlarla savaşarak mı bu adın hakkını vereceği hususunda kendi seçimini yapabileme hakkına sahip olduğu gösterilmiştir. Rogers'in gerçek bir vatansever asker olmayı seçerek *Captain America* efsanesini kendisinin yarattığı filmde vurgulanmıştır. Bu göstergeler esasında DCEU kapsamında çekilen filmlerde ağırlıklı olarak görülen süper kahramanların bu tür bir seçim imkânına sahip olmadığına kapı aralamaktadır. DCEU süper kahramanlarının zaten hep bir kurtarıcı olması beklendiği için, yaptıkları eylemlerin dayandığı nokta *Captain America* gibi bir vatansever bir orijine dayanmamaktadır.

DCEU kapsamında çekilen *Batman v Superman: Dawn of Justice* (2016) filminde yer alan *Batman* ve *Superman* adlı süper kahraman karakterleri ile ilgili sonuçlar incelendiğinde, karakterlerin gerçek hayatta var olmayan bir mekân ve zaman dilimi içerisinde kurgulanarak yansıtılmaktadır. Filmdeki kurgulanmış Metropolis şehrinde bulunan *Batman* ve *Superman* karakterleri, birbiri ile üstünlük mücadelesine giriştirileceği nedenler oluşturularak kavga ettirilmesi sağlanmıştır. DCEU'nin çizgi romanlardan uyarılama daha önceki *Batman* ve *Superman* konulu filmlerden farkı da bu birbiri ile mücadele eden iki büyük süper kahramanın hikâyesine filmde yer verilmiş olunmasıdır. Bu farklılıklar dışın-

da filmi anlamlı kılan bir diğer öge, öncelikle Batman karakteri olmak üzere filmdeki süper kahramanların psikolojik durumlarına ışık tutulması ve süper kahramanların eylemlerinin toplumsal hayatta yarattığı etkilere değinilmesidir.

DC Comics'in en popüler süper kahramanlarından olan Batman karakterinin geçmişte anne ve babasını kaybetmesi dolayısıyla içinde bulunduğu psikolojik durumun anlatıldığı sahnelerdeki göstergeler, filmdeki süper kahraman imgesinin karanlık iç dünyasını ele veren yalnız kişiliğini ortaya çıkartmaktadır. Alfred gibi her daim yanında olan yardımcı kişiler olsa da, tek başına kendi zekâsı ve yetenekleri ile suçlu kişilere karşı mücadele eden kurtarıcı bir insan olarak gösterilmektedir. Bu insani yönü ile DCEU kurgusal sinema evrenin tanrısal güce sahip süper kahramanlarından ayrıksı bir konuma kavuşturulmaya çalışıldığı sonucuna varılmıştır.

Filmdeki Superman karakteri ise, tanrısal güçlere sahip bir varlık olarak yaptığı eylemlerin sonuçlarını düşünmeyen, insanlığın geleceği için kontrolsüz bir güç olarak zarar veren bir süper kahraman olarak gösterilmektedir. Bu özelliği onun insanlar tarafından sorgulanmasını ve yeni yeni düşmanlar kazanmasını sağlamasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sevgilisi Louise Lane'in onun bu davranışlarını değiştirmesi yönündeki telkinleri ve kendisi ile ilgili çıkan haberlerin oluşturduğu yankılara da yer verilmiştir. Superman kendisi hakkında kamuoyunda çıkan aleyhte görüşlere karşın, Amerikan Kongresi tarafından yargılanmayı kabul etmesine filmde yer verildiği görülmüştür. Filmdeki bu göstergeler onun her ne kadar tanrısal bir güce sahip bir kişi olsa da hesap vermeyi önemseydiğine ve adalet önünde cesurca çıkabildiğine işaret etmektedir. Tabi ki bu gücünün salt adli ve idari makamlarca sınanabilir olduğunun bu şekilde gösterilmesi dışında; Batman karşısında giriştiği kavgada Superman'in mağlup olduğunun

verilmesi ise, ilahlaştırılan süper kahraman hikâyesine farklı bir pencere açıldığını göstermektedir. Çünkü Batman Superman'e karşı kavgasında tamamen insani açıdan aklını ve yeteneklerini kullanarak başarılı olabilmıştır. Filmde gösterilen bu yan anlamlar sonuç olarak toplumların bir kurtarıcı beklentisini tanrısal güce dayandırmadan kendi akılları ve yetenekleri ile gerçekleştirebileceklerini işaret etmesi bakımından önemlidir.

Superman konulu film serilerinin çoğunda ilahlaştırılan Superman imgesinin farklılaştığı bu film anlatısında bir diğer farklı gösterge kullanımına, filmin kötü karakterleri Luthor ve Doomsday'e karşı mücadelesinde görülmektedir. Filmde Superman karakteri düşmanlarına karşı mücadelesinde tek başına yetersiz kalmış olduğu gösterilerek, Batman ve Wonder Woman gibi DCEU'nin diğer süper kahramanların desteğiyle ancak düşmanlarını yenebilmiştir. Bu göstergelerle filmde Superman'in insanlar gibi çevresinden yardım alıp birlik olarak düşmanlarını yenebileceği hususunda farklı bir bakış açısı geliştirmiştir. Filmde kurgulanan bu anlatım biçimi gelecek DCEU filmlerinde birçok süper kahramanın bir arada bulunduğu ortak düşmana karşı birlikte savaştıkları hikâyelere öncülük etmesi hususunda anlamlıdır.

Çalışmamız kapsamında göstergebilimsel yöntemle analiz etmiş olduğumuz filmlere ilişkin genel sonuçlar değerlendirildiğinde, çizgi romanlarda efsaneleştirilen ve bir tür tanrı konumuna dahi yükseltelen klişe süper kahraman anlatısının dışında sinemanın zengin dramaturjik anlatım biçimlerinden faydalandığı sonucuna varılmıştır. Süper kahramanların yolculuğunda hikâyeyi destekleyen göstergeler birbirinden farklı yan anlamları oluşturduğuna dair tespitleri güçlendirse de, her iki sinema filmlerinde süper kahraman imgesinin kurgulanışında insani yönlerin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Bu benzerlikler karakterlerin süper kahraman kimli-

ğine kavuşturulmasında etkili öğeler olarak sunulmaktadır. Yine filmlerde süper kahramanların aklın ve bilimin ışığında hareket etmesi gerekliliği, birlik ve dayanışma içinde düşmana karşı zafere ulaşabilecekleri sıklıkla vurgulanmaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Makalenin hazırlanmasında bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun hareket edilmiştir.

Çıkar Çatışması: Çalışma ile ilgili, yazarlar arasında kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur.

Katkı Oranı Beyanı: Makalenin hazırlanmasında, geliştirilmesinde ve yayınlanmasında yazarın katkısı bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

Alsaç, Ü. (1994). Türkiye’de Karikatür, Çizgi Roman ve Çizgi Film, İstanbul: İletişim Yayınları.

Barthes, R. (2016). Göstergibilimsel Serüven, (Çev. Mehmet Rifat & Sema Rifat), 10. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Cohn, Neil. (2013). The Visual Language of Comics, Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images. UK: Bloomsbury Publishing PLC.

Cross, N. (2016), “Bilmenin Tasarımdan Geçen Yolları: Tasarım Disiplini İle Tasarım Bilimi Karşı Karşıya”, Cogito (Yapı Kredi Yayınları), Sayı: 83, Sayfa: 129-138, İstanbul.

“DCEU Films”, <https://www.imdb.com/list/ls097525781/>, Erişim Tarihi: 21.09.2023.

Doğru, H. Ç. (2020). Canlandırma Sinemada Çizgi Roman Estetiği: “Spider-Man: Into The Spider-Verse” Örneği, Journal of Arts, 3 (3), 189-204. DOI: 10.31566/arts.3.014.

Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş,

(Çev. Süleyman İrvan), Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Geray, H. (2014). İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş. Kocaeli, Umuttepe Yayınları.

Günay, V. D. (2002). Göstergibilim Yazıları. İstanbul: Multilingual Yayınevi

Karasar, N. (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

“Marvel Studios Movies”, <https://www.imdb.com/list/ls026690821/> Erişim Tarihi: 21.09.2023.

Oswald, R. L. (2011). Marketing Semiotics: Sings, Strategies and Brand Value. Oxford University Press.

Öztekin, M. Korkut. (2018). Çizgi Roman, Grafik Romana Karşı; Görsel Anlatı Sanatında Türkçe Kavram Sorunsalı Üzerine Düşünceler. Lacivert Öykü ve Şiir Dergisi, Sayı: 80, s.42-48.

Parsa, S. & Parsa, A. F. (2014). Göstergibilim Çözümlemeleri. (C. II). İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.

Petersen, Robert S. (2011). Comics, Manga and Graphic Novels, A History of Graphic Narratives. USA: Praeger.

Potsch, E. & Williams, Robert, F. (2012). “Image Schemas and Conceptual Metaphor in Action Comics”, Linguistics and the Study of Comics, Edt. Frank Bramlett, New York: Palgrave Macmillan, p.13-36.

Platin, A. (1985). Tek Resimden Dizi Resme Geçiş. Hürriyet Gösteri, Sanat-Edebiyat Dergisi, Sayı:61, s.64-65.

Tuncer, N. (1993). Çizgi Roman ve Çocuk. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

FATMA İRFAN SERHAN'IN KARAGÖL ROMANINDA İZLEKSEL KURGU

THEMATIC FICTION IN FATMA İRFAN SERHAN'S KARAGÖL NOVEL

 Adem GÜRBÜZ¹

¹Doç. Dr, Bingöl Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, ademgurbuz@bingol.edu.tr.

ÖZ

1950'li yıllardan itibaren popülerleşmeye başlayan köy romanları özellikle köylü-ağa ve zengin-fakir çatışması, kadın-erkek eşitsizliği, sınıf farklılıkları, gelenek ve görenekler, köy-kent çatışması vb. konular üzerinde durur. Bir dönem romantik bir tarzda köylünün/köylülüğün de yüceltiildiği bu tür eserlerde; modernist, aydın, teknolojiyi ön plana çıkaran, yeniliklere açık ve akılcı bir bakış açısı ortaya konur. Halkın bilinçlendirilmesi, eğitilmesi, değerlerinin farkına varması ve modernist davranış kalıplarına kavuşturulması amaçlanır. Özellikle din, din adamı, yanlış tevekkül anlayışı, taassup vb. unsurlar eleştiriyeye tabi tutulur ve akılcılık ön plana çıkarılır. Cumhuriyet dönemine kadar bakır kalan ve yazarların uzak durduğu coğrafyalar/kültürler ve bunların özellikleri üzerinde durulur. Bu çalışmada, toplumcu gerçekçi bir profil çizen ve özellikle köy romanlarına ilgi duyan Fatma İrfan Serhan'ın Karagöl romanında öne çıkan izlekler ele alınacaktır. Karagöl, köy yaşamının zorluklarını, köylerdeki zenginlik kaynaklarını, çalışıp çabalamanın ve gayret göstermenin önemini, köylülerdeki taassup ve yanlış tevekkül anlayışını, köydeki yaşam koşullarının zorluğunu belli bir kurgu çerçevesinde işleyen bir köy romanıdır. Araştırma sonucunda eserin; çalışkanlık, dil ve taassup, kadın-erkek eşitsizliği, uyumuz evlilikler olmak üzere dört izlek üzerine kurgulandığı tespit edilmiştir. Yazar, bu izleklerde genel olarak toplumsal eleştiride bulunmak yerine köy yaşamının karakteristik özelliklerini yansıtmış, toplumcu gerçekçi öğretileri ön plana çıkarmış, köy yaşamındaki yanlış inanışlara ve taassup anlayışına dikkat çekmiş ve köy yaşamını realist bir şekilde somutlaştırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fatma İrfan Serhan, Karagöl, köy romanı, toplumcu gerçekçilik.

ABSTRACT

Village novels, which have become popular since the 1950s, especially deal with the conflict between peasants and landlords and rich and poor, inequalities between men and women, class differences, traditions and customs, village-city conflict, etc. focuses on issues. In such works, the peasant/peasantry was glorified in a romantic manner for a period of time; A modernist, enlightened, technology-glorifying, innovative and rational perspective is presented. It is aimed to raise the public's awareness, educate them, make them aware of their values and bring them to modernist behavioral patterns. Particularly elements such as religion, clergy, false understanding of trust, bigotry, etc. are criticized and rationality is brought to the fore. Geographies/cultures and their characteristics that remained untouched until the Republic period and that writers stayed away from are emphasized. In this study, the prominent themes in the novel Karagöl by Fatma İrfan Serhan, who draws a social realist profile and is especially interested in village novels, will be discussed. Karagöl is a village novel that deals with the difficulties of village life, the sources of wealth in the villages, the importance of working and striving, the bigotry and false understanding of resignation among the villagers, and the difficulties of living conditions in the village within the framework of a certain fiction. As a result of the research, the work; It has been determined that it is built on four themes: diligence, religion and bigotry, inequality between men and women and disharmony marriages. In these themes, instead of making social criticism in general, the author reflected the characteristic features of village life, highlighted social realistic teachings, drew attention to the false beliefs and understanding of bigotry in village life, and embodied village life in a realistic way.

Keywords: Fatma İrfan Serhan, Karagöl, village novel, social realism.



GİRİŞ

Kemal Tahir'in ilk eşi olan ve hapse girdiği dönemde kocasından boşanan Fatma İrfan Serhan, 1915-1992 yılları arasında yaşamış bir sanatçıdır. Edirne Öğretmen Okulundan sonra Ankara Gazi Eğitim Enstitüsü Edebiyat Bölümünü bitiren yazar, bir süre İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsüne devam eder ve edebiyat öğretmenliğinin yanı sıra gazetecilik de yapar. İlk şiirleri Edirne Öğretmen Okulu son sınıfında öğrenciyken Kemal Tahir'in çıkardığı Geçit dergisinde (1933-34) yayımlanır (Yalçın, 2001, s. 908). Küçük yaşlardan itibaren edebiyata meraklı olan Fatma İrfan'ın hayatında önemli bir nokta, Nâzım Hikmet'in evlerine kiracı olarak taşınmasıdır. Çünkü şairi ve hatta Kemal Tahir'i bu vesileyle tanımış, onların edebiyat, siyaset ve sosyal hayat etrafında gelişen sohbetlerinde bulunmuştur. Gazetelerde, şiirlerinden ziyade makale ve fıkralarını görmek mümkündür. Cumhuriyet, Vatan, Demokrat İzmir gibi gazetelerde yazdıklarıyla dikkat çeker. Sabah Postası'nda "Düşünceler", Demokrat İzmir gazetesinde "Güllü ile Çoban Süllü" ve "Süllü Dayı ile Yörük Ayşe" adlı fıkra köşelerinde kalem oynatır. Vatan gazetesinde 1962 yılında "Gavur Dağı" adlı romanı tefrika edildiyse de yayımlanmaz (Tepedelen, 2020). Bu bağlamda Fatma İrfan Serhan, edebiyatın türlü alanlarında kalem oynatan bir kişilik arz eder.

Marziye ve Karagöl adlarında iki adet yayımlanmış romanı olan yazar, özellikle toplumsal konulara ve köy romanlarına ilgi duyar. Eserlerinde köylünün temel sorunlarına, köy yaşamının zorluklarına, batıl inanışlara vb. vurgu yapar, toplumcu gerçekçi ve halkçı bir duruş sergiler. Bununla birlikte yazarın romanlarında aşk, intihar, kent-köy sorunları, gelecek-modernizm karşıtlığı vb. konulara da yer

verilir. Yine yazar, özellikle köy romanlarını işlediği eserlerinde teknolojiyi yüceltir, teknolojinin insan yaşamına sağladığı katkıları yoğun bir şekilde işler.

Bu çalışmada Fatma İrfan Serhan'ın Karagöl adlı eseri izleksel kurgu bağlamında irdelenecektir. Çalışma kapsamında adı geçen roman tematik olarak okunup fişlenmiş ve elde edilen veriler doküman analizi yöntemiyle tahlil edilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda Karagöl romanında ön plana çıkan izlekler şu şekilde belirlenmiştir: çalışkanlık, din ve taassup, kadın-erkek eşitsizliği, uyumsuz evlilikler.

1. Çalışkanlık

Karagöl romanında alın teriyle çalışıp çabalamak ve ekmeğini çıkarmak için uğraş içerisinde olmak adeta bir ibadet gibi yüceltilirken atalet ise eleştirilir. Romanda toprağın, suyun ve tabiatın gerekli ilgi ve özen gösterildiğinde insanı âbâd edeceği vurgulanır. Eser boyunca çalışıp çabalayanlar hep ödüllendirilir ve zenginleştirilir; atalet içerisinde olanlarsa cezalandırılır ve sefil bir hayata mahkûm edilir.

Roman başkışısı Demir Bey, bir dağ köylüsüdür, askerliğini bitirdikten sonra arkadaşı Süleyman'ın köyü Karagöl'e yerleşir ve hayatını burada sürdürmeye karar verir. Karagöl halkı, çok verimli topraklara sahip olmalarına rağmen refaha erişemeyen, çoğunlukla çalışıp çabalamak yerine kahvede vakit geçiren bir özelliğe sahiptir. Bu yüzden yaşamlarını kıt kanaat bir şekilde sürdürürler. Karagöl'e yeni yerleşen Demir Bey, bunca verimli topraklar içinde insanların sefalet içinde yaşam sür-

dürmelerini anlamlandırmakta güçlük çeke- ve düşüncelerini bir iç monologla şu şekilde dile getirir: “Toprak zengin, zengin ya.. Demek millet tembel. Böyle toprağın üzerindeki çocuklar böyle mi olacaktı hey miskinler” (Serhan, 1979, s. 13). Demir Bey, Karagöl’e yerleşir yerleşmez para kazanmanın yollarını aramaya başlar. Köylünün her perşembe günü iki saat uzaklıktaki bir köyde kurulan pazarda alışveriş yaptığını öğrenir. Bunun üzerine köylünün pazara gitmesine gerek kalmayacak bir sistem kurar. Köyü dolaşır ihtiyaçları tespit eder ve köylünün ürünlerini belli bir komisyon karşılığında pazarda satar. Böylece hem köylü tarafından sevilir hem de kısa süre içerisinde köyün önemli isimlerinden biri haline gelir. Anlatıcı, Demir Bey’in iki yıllık yoğun çabasını şu sözlerle dile getirir:

Az önce paralarını hesaplamıştı. Karagöl’e geleli iki yıla yaklaşıyordu. Durmadan çalışmıştı. Bilmediği, gidip gelmediği köy kalmamıştı. Elli altmış kilometrelik alanda yüzden artık köy vardı ki Demir Bey’in yolunu gözler olmuşlardı. Hepsini bir bir yürüyerek dolaşıyordu. Öteki beriki bir eşek almasını söyleyip duruyordu amma, o bildiğinden şaşmıyordu (Serhan, 1979, s. 24).

Demir Bey, yoğun bir şekilde çalışarak kısa zamanda zenginleşir. Bu arada haram yemez, çevrenin güvenini kazanır ve bu yönüyle Karagöl’ün insanlarına örnek olur. Öyle ki zamanla aranan biri haline gelir. Demir Bey’in çalışkanlığını, azmini ve çabasını gören köy-

deki zengin tüccarlardan biri; işlerini yürütmesi karşılığında ona ortaklık teklif eder. Demir Bey, bundan sonra patronluğa terfi eder, buradan da büyük kazançlar elde eder ve kısa süre sonra kendi zeytinyağı fabrikasını kurar. Fabrikada son teknolojik aletleri kullanır ve oldukça verimli sonuçlar elde eder. Bu süreçte Demir Bey’in davranışlarında, azminde ve çalışma prensiplerinde herhangi bir değişiklik olmaz, artık zengin bir ağa konumuna yükselmesine rağmen işçilerden çok daha fazla çalışır. Sabah en erken o işe gider, akşam fabrikayı kapattıktan sonra evine döner. Yani Demir Bey’in sıradan bir işçi görünümünden hiçbir farkı yoktur. Öyle ki fabrikayı denetlemeye gelen bir müfettiş, Demir Bey’in fabrikatör olduğuna uzun süre inanamaz. Anlatıcı bu sahneyi şu şekilde tasvir eder:

Demir Bey sordu:

“Hayrola birini mi arıyordun?”

Yabancı:

“Evet patronu arıyorum. Avluda dediler ama göremiyorum.”.

“Müfettişim. Nerede şu fabrikatör bey?”

“İşte burdayız. Biziz aradığın adam.”

Yabancı, Demir Bey’e baktı. Elleri çamur içinde, bir avucunda ezik zeytinler, başında tüylü bir kasket. Boynu kravatsız, pantolonu ütüsüz. Ufak tefek bir şey (Serhan, 1979, s. 149).

Alıntıdan anlaşıldığı gibi Demir Bey, kılık kıyafetine ve çalışma temposuna bakıldığında sıradan bir işçiden ayırt edilemeyecek durumdadır ve ömrünün sonuna kadar bu davranış kalıplarını değiştirmez. Onun için asıl olan gayret göstermek, çalışıp çabalamak ve hareket halinde olmaktır. Bu bağlamda boş

durmayı sevmez, zeytinyağı mevsimi geçtiğinde diğer tüccarlar boş durur; fakat o, kuru üzüm işine de girer ve bu işte de bütün köyleri kendisine bağlar. Kendini geliştirmekten de geri durmayan Demir Bey, çeşitli kitaplar okur, tarım borsalarında işlem yapar, dünya gündemini yakından takip eder ve ekonomik olayları öngörmeye başlar. Örneğin zeytinin fiyatının düşeceğini öngörür ve elindeki malı önceden elden çıkararak büyük kazanç sağlar. İkinci Dünya Savaşı'nın olduğu dönemde ise tüm parasıyla mal alır ve yörenin en zenginlerinden biri haline gelir. Çalışmayı bir yaşam biçimi haline getiren Demir Bey, ölümden korkmaz; fakat ölümden sonra varislerinin onun işlerini iyi yürütemeyecek olmasından endişe eder: "Biz ölsek de iş durmamalı bir vakitte, şu değirmen dönmeli. Eğer ölürsek bize ne mevlut sesi ne dua, ille de bu fabrikanın sesi gelmeli" (Serhan, 1979, s. 247). Eşini ve çocuklarını tembel, işe yaramaz ve kendi sırtından geçinen amipler olarak değerlendiren Demir Bey, ölmeden önce çok radikal bir karar alır ve aralarında kan bağı olmayan; fakat çocukluktan beri onun yanında büyüyen Ali'yi kendisine tek varis olarak belirler. Çünkü Ali, adeta Demir Bey'in bir kopyası gibidir, oldukça çalışkan ve başarılıdır, tuttuğunu koparır, her işin üstesinden gelir. Demir Bey, Ali'yi kendine varis yapışını anlık bir karar olarak değil, üzerine uzun uzun düşünerek gerçekleştirir ve bu durumu roman karakterlerinden Hafizoğlu'na şu sözlerle açıklar:

Bu işi düşünmeden yaptık belleme. Çok düşündük. Metelik metelik topladığımız paraların biz öldükten sonra harman edilip savrulmasına razı gelmedi gönlümüz. İyice tarttık işi. Terazinin bir gözüne bizim Katipoğlundaki kadınla dört kızı koyduk. Öbür gözüne de fabrikamızdan karnı doyan olanca

insanı.. Köylüleri, hamalları, kamyoncuları, arabacıları, işçileri, ustaları, foturları, simsarları bindirdik. Katipoğlundakiler havada asılı kaldılar. Bir tabur insan çoluğu çocuğu ile ağlayacağına, şu yandaki beş kadın döğünsün varsın dedik. Ali'yi hiç hesaba almadık. Ali bizim Hafizoğlu. Yetim Ali dediğin Demir Bey'dir aslında (Serhan, 1979, s. 287).

Roman başkişisi Demir Bey, çalışıp çabalamayı ve atalet içerisinde olmamayı kendisi için bir yaşam şekli haline getirmiş ve ölene kadar bu minvalde yaşam sürdürmüş, ölümünden sonra varislerinin ona yaraşır bir şekilde gayret göstermeyeceklerine inandığı için onları mirasından men etmiş ve tüm mal varlığını kendisiyle kan bağı olmayan; fakat çalışkanlığı ve gayretiyle Demir Bey'i büyüleyen bir gence bırakmıştır. Romanda idealist bir karakter olarak çizilen Demir Bey; bu tutumuyla insanları alnının teriyle çalışıp kazanmaya sevk etmeye çalışır. Toplumdaki yanlış inanışları/taassup anlayışını da toplumu zehirleyen ve atalete sürükleyen unsurlar olarak değerlendirir.

2. Din ve Taassup

Türk edebiyatında köy konusunu işleyen romancılar, çoğunlukla dinî kurumlara karşı mesafeli durur, bu tür unsurların toplumu pasifize ettiğine ve atalete sürüklediğine inanır. Çoğunlukla romanlardaki dindar tipler; toplumu sömüren, dini kendi çıkarları için kullanan ve rant/çıkar elde eden, iki yüzlü kimselerden oluşur. İdealize edilen kişiler ise dürüst, herkes tarafından sevilen, çalışkan, dinî konularda ise belirgin bir tutum takınmayan karakterler arasından seçilir. Ramazan Kaplan'ın ifadesiyle köy romanlarında "Dine, din adamına veya dindar insana, dinî kavramlara hücum etme, aşağılama kötüleme

ortak bir tutum halindedir” (Kaplan, 1997, s. 252). Benzer kanaatte olan Ramazan Gülen-dam’a göre ise “Köy romanlarında ve birkaç istisna dışında Kurtuluş savaşı yıllarını anla-tan romanlarda dine, din adamına veya din-dar insana ve dinî değerlere saldırma, onları aşağılayıp kötüleme ortak bir tutum şeklinde karşımıza çıkar” (Gülendam, 2010, s. 311). Bu bağlamda köy romanlarında din adamı-na karşı olumsuz bir bakış açısının ortaya konduğu söylenebilir. Klasik bir köy roma-nı hüviyetinde olan Karagöl romanında dinî inanışların toplumsal yaşamda taassuba yol açtığı ve insanları tembelleğe ittiği tezi işlenir. Roman başkişisi Demir Bey, bir dağ köylüsüdür, dürüsttür, yalan dolan bilmez, kendisine sığınan insanları koruyup kollar ve erdemli bir duruş sergiler. Bununla birlikte dine karşı mesafelidir, Allah’a inanmaz ve kulluk vazifesini yerine getirmez. Demir Bey’in dinden uzaklaşmasında inançlı görünen insanların ikiyüzlülükleri, camide başka dışarıda başka davranmaları, birbirlerinin arkasından iş çevirmeleri, mallarını hileli yollarla satmaları, namus konusunda duyarsız olmaları vb. de etkindir. Ayrıca onun dinden uzak kalmasının temel gerekçesi, dinî kurumların insanları yanlış bir tevekkül anlayışına ittiği ve tembelleştirdiği düşüncesidir. Anlatıcı, Demir Bey’in bu konudaki düşüncelerini şu sözlerle dile getirir:

Demir Bey Allah’a inanmazdı. “Allah’a inanmak iyi değildir,” derdi. “Adamı miskin eder. Tembel eder. Kendine inanacaksın. Allah ne söz.. Hadi bakalım Demir Bey yerinden kıvılcıdamasın da ona has ekmeklen kaşar peynirini yollayıversin. Olmaz öyle şey. Aklına güveneceksin. Aklın sana ne diyor. Git çalış mı diyor. Gidip çalışacaksın. Başkasının malını çalma mı diyor, çalmayacaksın (Serhan, 1979, s. 25-

26).

Görüldüğü gibi Demir Bey, insanların her şeyi Allah’tan beklemesini yanlış bir olgu olarak değerlendirmiş ve bu nedenle Allah’a inanmayı tercih etmiştir. Çünkü o, insanın her şeyi kendi çabasıyla elde edebileceğine inanan biridir ve gayret göstermeyip sadece Allah’tan yardım beklemeyi anlamlandırmakta güçlük çeker. Alnının teriyle çalışıp kazanç sağlamayı bir tür ibadet mesabesinde gören Demir Bey, hiçbir mal varlığı yokken çalışıp çabalamak suretiyle kısa zamanda köyün ileri gelenlerinden biri haline gelir ve bir zeytin fabrikası kurar. Fabrikasında helale harama dikkat etmeye büyük özen gösterir, inançsız bir karakter olmasına rağmen kul hakkı yememeye/yedirmemeye çok dikkat eder ve işçilerini şu sözlerle uyarır: “Bakın oğlum, ne eksik isterim, ne artık. Kantarınız namuslu olacak. Siz o köylerde kantarla benim namusumu tartıp geziyorsunuz. Hile haram istemem” (Serhan, 1979, s. 64).

Roman başkişisi Demir Bey, dine karşı mesafelidir; fakat köyün gelenek göreneklerine ve törelerine karşı durmaz, kendisinin hizmetini gören Emeti’nin ölümü üzerine köyün imamını çağırır, imama yüklü miktarda para verir ve şu direktifleri verir: “Al şu parayı Süleyman. Ali’nin anasının cenazesine harcanacak. Ne gerekiyorsa alınsın. Köyün töresi neyse öyle yapılsın. Parayı harcamaktan çekinme. Varlıklı adamların cenazesi gibi götürülsün... Helvasını karsınlar, lokmasını döksünler, mevludunu okutsunlar. Her iş yolunca görülsün” (Serhan, 1979, s. 229). Görüldüğü gibi Demir Bey, dine karşı mesafeli olmasına rağmen köyün törelerini/inançlarını önemser ve köylüyle benzer davranış kalıpları sergiler. Bu bağlamda o, dine veya inançlara savaş açmayan; fakat taassuba karşı olan bir karakter

olarak tarif edilebilir.

Büyük bir aşkla kendisini çalışmaya veren Demir Bey'in tembelliğe ve atalete tahammülü yoktur. Bu bağlamda susuzluğun baş gösterdiği bir dönemde köylülerin yağmur duasına çıkmasına tepki gösterir. Çünkü köylü, gerekli tedbirleri almamış ve susuzluğa karşı sondaj çalışmasında bulunmamıştır. İnançsız bir karakter olan roman başkışisi Demir Bey, bu süreçte kendisiyle bir tür çelişki içine girer ve Allah'ın insanları terbiye etmek için yağmur göndermediğini, böylece insanların aklını başına devşirmeleri gerektiği mesajını verdiğini düşünür ve bu duygularını şu sözlerle ifade eder: "Hey şaşkın millet. Duadan şimdiye dek ne fayda bulmuşlar ki. Yağmur bu kez de yağmayacak Ali oğlum. Neden dersen köylü milletinin aklı başına gelsin diye" (Serhan, 1979, s. 90). Gerçekten de Demir Bey'in tahminleri tutar, köye yağmur yağmaz ve köylü, çaresiz bir şekilde Demir Bey'den yardım dilenir. Demir Bey ise bunun üzerine köylüdeki yanlış tevekkül anlayışını eleştirir. Çünkü ona göre köylü, Allah'ın kendisine verdiği nimetleri doğru kullanmamış, tembellik yapmış, günübirlik bir yaşam sürdürmüş ve zor zamanlar için herhangi bir tedbir almamıştır. Demir Bey, kahvede köylüye bir tür nutuk çeker ve köylünün her şeyi Allah'tan dilemek yerine kendi vazifesini yapmasını ve çalışıp çabalamasını şu sözlerle salık verir:

Karaoğlan, senin gibi sabahtan akşama domino şakırdatıp, ara sıra yağmur var mı diye aptal aptal gözlerimi göğe kaldırmam. Her şeyi Tanrı'dan bekliyorsun... Biz senin gibi çay başında aşure kaşıklayıp gökten rahmet insin diye duaya durmadık. Ana demedik, vatan demedik, ekmeğin peşi sıra koştuk. Daha da koşmaktayız. Bak burada kahveler ağzına beraber adam dolu... Şu bereketli topraklar

üzerinde aç kalanlara hiçbir vakit acımam ben... Bu yıl yağmur yağmıyormuş, iki kulaç kazıp da bir tulumba çaktın mı, gürül gürül su çıkıyor topraklarınızdan. Gökten düşmeyi, yerden neden çıkarmazsınız? (Serhan, 1979, s. 97-98).

Yazarın sözünü emanet ettiği başkışisi Demir Bey, roman boyunca halktaki yanlış tevekkül anlayışını yıkmaya ve köylüyü gayrete getirmeye çalışır. Yazar, romanda din ile dünya işlerinin birbirine karıştırılmaması gerektiği, kişinin dünyada yapıp ettiklerinin olumlu/olumsuz tüm sorumluluğunun kişiye ait olduğu mesajını verir. İnançları ve dinî kurumları doğrudan hedef almak gibi bir gayret içerisinde olmaz, bunun yerine insanlardaki ataleti kırmayı ve onları elindeki fırsatları en iyi/verimli şekilde kullanmaya yönlendirmeyi arzular. Nitekim romanda idealize edilen başkışisi Demir Bey, hiçbir mal varlığı olmamasına rağmen çalışıp çabalamış ve bölgenin en ileri gelenlerinden biri haline gelerek topluma ve köylülere fayda sağlamıştır. Demir Bey, terakki ederken dinî kimliğinden veya inancından dolayı değil, bireysel çabalarıyla başarılı olmuştur. Bu bağlamda eserde özellikle yanlış tevekkül anlayışı eleştirilir ve bu düşüncede olan köylüler sefil, başarısız, aciz kimseler olarak gösterilir.

3. Kadın-Erkek Eşitsizliği

Ataerki toplumlarda aile reisi çoğunlukla erkeklerden oluşur, mülk erkeklere aittir, ev ekonomisi erkekler tarafından yönetilir. "Erkekler, ataerki ağ içerisinde kadınlar gibi kısıtlanmış değillerdir. Kadınlar her an erkeklerin kontrolü altındadırlar; her kadın genelde an azından bir erkeğin koruması ve kontrolü altındadır" (Demren, 2003, s. 38). Yapılan eylemin suç teşkil edip etmediği ve davranışın

iyi veya kötü olarak tanımlanması, eylemin failine göre de değişebilir. Örneğin erkek egemen toplumlarda gayrimeşru bir eylem içerisine girmek, erkekler için olağan bir durum olarak karşılanabilirken kadınlar için bir tür namussuzluk olarak değerlendirilebilir.

Türk edebiyatında özellikle 1950-1980 yılları arasında köy romanları popülerlik kazanır, köye ve köylüye büyük bir ilgi doğar. Köy romanlarında köylülerin günlük hayatta yaşadıkları zorluklar, geçim sıkıntısı, köylü-ağa çatışması vb. konular üzerinde durulur. Bu tür romanlarda dikkat çekilen bir diğer olgu ise kadın-erkek eşitsizliğidir. Bu tür eserlerde kadın-erkek eşitsizliği zaman zaman erkek egemen toplumsal yapının doğal bir sonucu olarak görülürken zaman zamansa toplumdaki kanayan bir yara olarak gösterilir ve eleştirel bir yaklaşımla işlenir. Örneğin “Şemsettin Sami’nin ‘Taaşuk-ı Talât ve Fitnat’ adlı romanının kahramanı Fitnat, Namık Kemal’in ‘İntibah’ındaki Dilaşup, Ahmet Mithat’ın ‘Felâtun Bey ile Rakım Efendi’ sindeki Canan, Sami Paşazade Sezai’nin ‘Sergüzeşt’indeki Dilber, erkek yazarların ideallerindeki melek huylu, güzel ve erkek egemenliğini severek kabullenmiş kadınlardır” (Moran, 2007, s. 253). Kemal Tahir’in Bir Mülkiyet Kalesi romanında kadınların herhangi bir konu hakkında fikir beyan etmesi, düşünce belirtmesi bile kabullenilmez (Tahir, 2004). Ömer Polat’ın Dilan romanında kadınlar, “kanayak” (Polat, 2011: 30) olarak değerlendirilir ve kadın olmak bir tür eksiklik olarak görülür. Örnekleri arttırmak mümkündür.

Karagöl romanında bir köydeki erkek egemen toplumsal yapı resmedilir. Yazar, eserde herhangi bir eleştirel tutum içerisine girmez, kadın-erkek eşitsizliğini toplumun karakteristik yapısı olarak okuyucuya sunar. Buna

göre romanda erkeklerin kadınlar üzerinde tahakküm kurduğu, ayrıştığı, üstün tutulduğu ve ön plana çıktığı bir yaşam biçimi resmedilir. Eserdeki toplumsal yapıda erkekler, amir; kadınlarsa itaatkâr bir konumdadır. Evin ekonomisi üzerinde kadınların söz söyleme hakkı bulunmaz. Kadınlar, sadece kendilerine sorulduğunda fikir beyan eder, bunun dışında ise fikirlerine itibar edilmez. Erkek çocuk sahibi olmak, kız çocuğu sahibi olmaktan daha çok tercih edilen bir olgudur. Örneğin Karagöl köyünde erkek olarak dünyaya gelmek, daha baştan itibaren kişiye ayrıcalık katan bir unsurdur. Çünkü toplumsal yapıda, erkek olmakla erk ve güç sahibi olmak birbirlerine paralel olgular olarak görülür. Bu bağlamda romanın üzerine kurgulandığı mekânlardan “Gavur Dağında erkek çocuk bey olarak dünyaya gelir. Anasının bile ona fiske vurmaya hakkı yoktur, erkektir o. Yılmayı, korkmayı öğrenmeyecek, dağ adamı gözü pek olacak” (Serhan, 1979, s. 15). Alıntıdan da anlaşıldığı gibi Karagöl romanında erkek çocuk, daha doğumundan itibaren kız çocuğundan üstün tutulur ve bu minvalde yetiştirilir. Öyle ki anne bile erkek çocuk üzerinde herhangi bir tasarrufta bulunmaya çekinir.

Erkek çocuk, kırsal kesimde gücü ve erki temsil eder; evin yükünü alır, geçimi ve güvenliği sağlar, dosta güven düşmana korku salar. Soyun erkek tarafından sürdürüldüğü düşüncesi hâkimdir. Soyun temel belirleyicisi erkek olduğu için gücün sahibi de erkektir. Evin temsil edilmesi ve yönetimiyle ilgili kararları büyük oranda erkek verir. Ekonomik kaynakların denetimi büyük oranda evin sahibi ve reisi olan erkeklere aittir (Ökten, 2009, s. 305). Bu bağlamda romanda “oğlan demek, çalışan kol demek... Yarın öbür gün çaya gidip gündelik getirecek(tir)” (Serhan,

1979, s. 39). Eserde kız çocuğun bir müddet sonra evlenmek suretiyle evinden ayrıldığı ve başka bir eve yerleştiği, bu yüzden misafir olduğu düşüncesi de yaygındır. Erkek çocuk ise bu noktada aileyi gözeten, koruyup kollayan bir rol üstlenir. “Soyun erkek tarafından belirlendiği ataerkil düzen” (Kalay, 2012, s. 156), erkek çocuğu daha da önemli/vazgeçilmez kılar. Bu bağlamda romanda kız çocuğu sahibi olmak, arzulanan bir olgu değildir. Köylüler, erkek çocukları olduğunda bundan kıvanç duyarken kız çocuğu sahibi olduklarında üzüntü duyar. Roman başkişisi Demir de bu zihniyette olan biridir, dört kız çocuğu sahibi olur ve bunların hiçbirine sevinmez. Anlatıcı, Demir Bey’in bir iç monoloğunu şu sözlerle aktarır:

Ah şu çocuklar kız olacaklarına oğlan olaydılar.. Dört taneler.. Dört fabrika daha kurardım. Ne çare.. Müzehher olacak karı doğura doğura dört pasaklı kız doğurdu. Kendisi gibi aptal, kardeşi gibi çirkin dört kız. Bari sonuncu oğlan gelseydi. Cadı karı inadından kız doğuruyordu belki de. Belki de Demir Bey’i çatlatmak için, öyle ya. Şeytan git eve, hepsini kulaklarından tut kapıdan dışarı fırlat bir bir diyordu (Serhan, 1979, s. 134).

Alıntıdan anlaşıldığı gibi Demir Bey, bir erkek evladı olmamasını kendisi için büyük bir dert addetmiş, kız çocuklarına herhangi bir mal-mülk emanet edilemeyeceğini düşünmüş, erkek çocukları olması durumunda her birine fabrikalar açacağını söylemiş; fakat kız çocuklarına mirastan herhangi bir hak bile tayin etmemiştir. Kadınları sadece bir güzellik nesnesi olarak gören Demir Bey, evlilik yaparken kafasında tek bir kriter belirler: Güzellik. Evleneceği kadının güzel olmasını şart koşan Demir Bey, şehrin en güzel kızı olan Müzehher ile evlenir. Fakat Müzehher sadece güzeldir;

Demir Bey’e itaat etmez, ona yeterince değer vermez. Demir Bey, evlenmeden önce kadınların akıl yürütüp yürütmemesini önemsemez ve onları basit objeler olarak görür. Fakat yanlış bir evlilik yaptığı için ömrünü huzursuz bir şekilde geçirir ve bu deneyimden sonra kadınların aklının ne kadar önemli olduğunu idrak eder: “Diyeceksin ki, kadın kısmına akıl ne gerek. Hayvana bile gerekmiş ne bilirim ben” (Serhan, 1979, s. 161).

Demir Bey, eşini belirlerken tek kriter olarak güzelliği belirlemiş, kentli olan eşiyse aralarındaki kültür farkını dikkate almamış ve bu yüzden ömrünü huzursuz bir şekilde tüketmiştir. Çünkü o, erkek egemen bir toplumda doğup büyümüş, eşi Müzehher Hanım ise kentte daha eşitlikçi bir ortamda büyümüştür. Bu bağlamda Müzehher Hanım, Demir Bey’e itaat etmez, saygıda kusur eder ve köylü olan kocasını küçümser. Kırsal kesimde “Kadının eşine karşı ilk görevi, ona hürmet ve itaat etmek, kocasının namus ve haysiyetine dokunacak her türlü hareketten sakınmak ve eşinin sözünden çıkmamasıdır” (Kaya, 2012, s. 489). “Erkek, kadını kendisinin bir uzantısı, bir parçasıymış gibi algılar. Kolunu istediği yöne kaldırdığı gibi, kadına da böyle muamele yapar... Kadının da insan, kendisinden ayrı bir özne ve şahsiyet olduğunu unuttur” (Tarhan, 2014, s. 171). Karagöl köyünde de kadınların erkeklerle itaat etmesi ve onlar karşısında el pençe divan durması esastır. Bunun tersi durumlar ise kabul edilebilir değildir. Fakat kent kızı olan Müzehher, eşine itaat noktasında köylü kızlarla aynı davranış kalıpları içerisinde olmaz ve daha duyarsız kalır. Özellikle romanda Müzehher’in alternatifi olarak gösterilen köydeki dul kadınlardan Emeti; Demir Bey’e büyük bir saygıyla bağlıdır ve onu memnun etmek için elinden gelen her şeyi yapar. Demir

Bey, yanlış bir evlilik yaptığını fark ettiğinde karısını evden kovar; fakat Müzehher onu dinlemez. Erkek egemen bir toplumsal yapının ürünü olan köylüler, Demir Bey'in böyle bir kadına tahammül edemeyeceğini anlayışla karşılar ve kendi aralarında şu minvalde konuşur: "Ama Dünya güzeliymiş.. Ne fayda, itaati yokmuş ağaya.. İyi babam itaati olmayan karyı n'etmeli. Ben olacağım deflemek ne söz, kemiklerini ufalar atarım şu yana" (Serhan, 1979, s. 117).

Kırsal ve erkek egemen bölgelerde "evlilik hayatı süresince kadından beklenen doğurgan olma ve soyun sürekliliğini sağlama, iyi huylu, geçimli, itaatkâr ve çalışkan olma, bereketi arttırma ve sürekli kılma, dayanıklılık ve sağlamlığı arttırma..." (Büyükokutan, 2013, s. 48) gibi özelliklerdir. Romanda erkek egemen bir toplumsal yapının ürünü olan köylüler, bir kadının kocasına itaat etmeyişi bağışlanamaz bir suç olarak görür. Kocasına itaat etmeyen bir kadının evden kovulmasını veya şiddete maruz kalmasını doğal bir olgu olarak kabul eder. Fakat Demir Bey, eşine her türlü hakareti yapmasına rağmen ondan bir türlü boşanamaz. Çocukları olduktan sonra ise karısından kurtulma umudunu kaybeder ve huzursuz bir yaşam sürdürmeye mecbur kalır. Eserde kültür farkının olduğu insanların yaptığı evlilik olumsuzlanır ve bu yolla eşler arasındaki denkleğin önemine dikkat çekilir.

4. Uyumsuz Evlilikler

Eşler arasında kültür, eğitim, zihniyet, yaş, inanç, din, maddi durum vb. bakımlardan uçurumların olduğu ve bu yüzden evliliğin/aile yaşamının sağlıklı bir şekilde tesis edilemediği evlilikler, uyumsuz evlilikler kapsamında değerlendirilebilir. Bu tür evliliklerde eşler arasında çatışma kaçınılmazdır, sevgi-saygı

hukuku işletilemez, zaman zaman sözel/fiziksel şiddetin ortaya çıktığı olumsuzluklar baş gösterir. Çeşitli nedenlerle boşanmaya da varamayan bu tür evlilikler, tüm aile bireylerinin huzursuz olduğu; fakat yine de evliliğin sürdürüldüğü bir evlilik modeli oluşturur.

Karagöl romanında eşler arasındaki kültür ve yaşantı farklılıklarından kaynaklanan uyumsuz bir evlilik dikkat çeker. Roman başkişisi Demir Bey, bir dağ köylüsüdür, erkek egemen bir toplumda büyümüştür. Onun yaşadığı ortamda kadınlar; kocalarına koşulsuz şartsız bir şekilde itaat eder, ömürlerini eşlerini mutlu kılmaya adar ve kendi benliklerini arka planda tutar. Demir Bey, çalışıp çabalayarak fakirlikten zenginliğe erişmiş ve zeytin fabrikası sahibi olmuş biridir ve çok varlıklı birine dönüştüğü için bir köylü kıızıyla evlenmek istemez. Evleneceği kadının şehrin en güzel kadını olmasını arzular, aracılara haber salar ve bir kent kızı olan Müzehher ile evlenir. Fakat bu evlilik, daha ilk günden itibaren Demir Bey'i bedbaht eder. Çünkü Müzehher, kendini beğenmiş, kibirli bir kızdır ve kocasının köylü olmasından utanç duymaktadır. Demir Bey'le sırf onun zenginliğinden yararlanmak için evlenmiştir ve onu her fırsatta hor görür. Demir Bey, evlendiği gün karısının tutumunu fark eder ve onu evden kovar. Fakat Müzehher, kendisine yapılan türlü hakaretlere rağmen evden ayrılmaz ve kocasının malını tüketmeye devam eder. Bir çocuk doğurduktan sonra ise Demir Bey'in ondan kurtulma ümidi tamamen yok olur. Demir Bey, yaptığı bu yanlış evliliği, hayatının en büyük hatası olarak değerlendirir ve bundan dolayı kendisini suçlar. Çünkü evleneceği kadının sadece güzel olmasını öncelemiş, bunun dışında hiçbir şeye önem vermemiştir. Roman başkişisi, Ali ile yaptığı bir konuşmada yaptığı yanlış

evlilikten duyduğu pişmanlığı şu sözlerle dile getirir:

Kadınmış.. tuuh Allah kahretsin seni ulan! Kadın ne demek bir kez. Kadın dediğin adamın çevresinde dolandı mı içine rahatlık gelecek. Bileceksin ki her dolanıp gezdiği yerde bir işi yoluna koyuyor. Senin mallarını koruyor.. Rahatını düzenliyor.. İşlerini döndürüyor. Karı ayağa kalkınca, amanın yine kalktı, acap hangi sersemliği işleyecek diye bekleyip durdun mu, ona kadın mı diyeceğiz. İki sözü yan yana dizip söyleyemezse.. Karşına alıp eşimdir diye halleşemezsen. El yüzüne çıkarılacak bir avrat değilse, ne halt edeceksin. Hele bir de bu çorabı başına kendin ördünse. Güzel olsun yeter bize dedinse. Güzelmiş, buyur bakalım. Yandık oğlum, kurtulmak ne mümkün (Serhan, 1979, s. 121).

Alıntıdan anlaşıldığı gibi Demir Bey, beklentilerini karşılayamayan bir kadınla evlilik yapmıştır. Öyle ki evini/sözünü eşine emanet etmekten korkar olmuş, eşiyile ortak bir dil bulamamış ve evlilik yaptığı için büyük pişmanlık duymuştur. Huzursuz bir evlilik sürdüren Demir Bey, evinde doğru dürüst durmamaya başlar ve yılın sekiz dokuz ayını köyde geçirir. Çünkü şehirdeki evine her geldiğinde, karısıyla her yüzleştiğinde, sinir küpüne döner ve tekrar köyün yolunu tutar. Bu durumda evlilik, eş, aile ve çocuk; Demir Bey için bir tür yüke dönüşür. Zamanla Demir Bey; ailesinin, eşinin, çocuklarının tüm maddi ihtiyaçlarını gideren; fakat onlardan herhangi bir sevgi görmeyen biri haline gelir. Başkışı, geçimini üstlendiği eşi tarafından istenmediğini onun gözlerinden bile anlar ve bu durumu şu sözlerle ifade eder:

Bütün aklındakiler gözünde kadının. Bizi istemediğini, eve geldiğimize canının sıkıldığını

nı bir bir oku yüzünden. Peki ben ne edeyim, orası benim evim değil mi? Hepsini besleyen ben değil miyim. Beni neden istemezler. Suçumuz ne bizim?.. Biz nereye gidelim a Müzehher Hanım? Gözümüz gönlümüz açılsın diye aldık seni.. Bizi sevmedinse bir haftalık gelirken geriye, evine yolladık ya. Ne döndün geldin? İki ay sonra yine defledik. Ne zaman dah etsek dönüp geliyorsun. Bizi istemiyorsun öyle ya, evimize, ekmeğimize muhtaçlığın var (Serhan, 1979, s. 161).

Görüldüğü gibi roman başkışısı Demir Bey, aralarında kültür farkı olan biriyle evlenmiş ve bunun bedelini mutsuz bir aile yaşamı sürdürmekle ödemiştir. Bu evlilikte Müzehher Hanım da mutsuzdur; çünkü bir köylüyle evlenmekten memnun değildir. Fakat ona hep fakirler talip olmuş, o da evleneceği kişinin fakir olmasındansa zengin ama köylü olmasına razı gelmiştir. Müzehher Hanım, evlilik kararı alma sürecini şu sözlerle ifade eder: “Kapımızı çalanlar hep yoksul kişilerdi. İki çıplak hamamda yaraşır diyerekten annem aklımı çeldi. Varlıklı adam diyerekten... Adam köylü, şehir yaşamından hoşlanmıyor” (Serhan, 1979, s. 188). Her iki tarafın da birbiriyle geçinemediği bu evlilik, Müzehher Hanım’ım maddi kaygılarından dolayı sürmeye devam eder. Ama o, yine de her fırsatta kocasını küçümser. Yürüyüşüyle, giyinişiyle, bakışlarıyla kocasının köylülüğünü adeta yüzüne vurur. Demir Bey de durumu fark eder ve eşiyile olan asgari münasebetini bile istemsiz bir şekilde yerine getirir. Anlatıcı, Demir Bey’in hissiyatını ve Müzehher Hanım’la olan karı-koca ilişkisini şu sözlerle dile getirir:

Yatağa baktı. Bu geniş, bembeyaz tertemiz yatakta bir tek gecesi tatlı geçmemiştir. Yatak odasının dışında korkak, uysal davranan kadın buraya girince birden değişir, bambaşka

bir kadın olurdu. Serbest, utanmasız, kendine güvenen, tepeden bakışlı... Çoğu kez Demir Bey onun bakışlarında alaya, küçümsemeye benzer bir gülüş sezerdi. Bu halleri Demir Bey'i çileden çıkarır, kadına karşı kinini artırır, isteğini söndürürdü. Yatağa girer girmez arkasını döner uyurdu (Serhan, 1979, s. 221).

Müzehher Hanım, kocasına karşı hissettiği duyguları çocuklarına da yansıtır ve çocuklar, babalarından nefret eden kişiliklere bürünürler. Öyle ki dört kız çocuğunun tek ortak noktası babalarını beğenmemeleri ve küçümsemeleridir. Örneğin kızlardan Sevginaz, "Hem kendini hem çocuklarını yaktın. Şehirde adam mı kalmamıştı, gittin bir köylüye yamandın" (Serhan, 1979, s. 188) sözleriyle annesine serzenişte bulunur ve babasını küçümsemediğini ifade eder. Çocuklar ve Müzehher Hanım, Demir Bey'e zorunlu olmadıkça herhangi bir saygı duymaz. Hiçbiri, aylar sonra evine dönen Demir Bey'e yakınlık göstermez. Demir Bey ise bunun üzerine çok daha fazla sinirlenir, evde bağırıp çağırır ve eşinden/çocuklarından gittikçe uzaklaşır. Demir Bey, yine huzursuz olduğu bir gün kendi kendisiyle şu minvalde konuşur:

Alinterimizle kurduğumuz eve gitmek gelmiyor içimizden... Köy köy dolaşıp metelik metelik topladıklarımızı oturdukları yerde çıtır çıtır yiyorlar da sen bizim babamızsın diye elimize, eteğimize varmıyorlar. Şeytan diyor topla hepsini, doldur kamyonu al git köye boşalt... İyi olur, iyi olur ya. Yaşatmazlar bizi cadılar. Aşımıza ağı katarlar da bizi zamansız gebertirler... Demek bir dmet düşmanı besleyeceğiz yaşadığımızca (Serhan, 2019, s. 220).

Bu duygular içerisinde olan roman başkisi Demir Bey, şehirden ve ailesinden git-

tikçe uzaklaşır. Günlerinin büyük kısmını köyde ve alışkın olduğu şekilde sürdürür, şehirdeki eşini ve çocuklarını kendisi için bir yük/düşman olarak görür. Öyle ki romanın sonunda tüm mal varlığını köyde kendisine çok benzeyen, çalışkan, onu çok seven Ali'ye bırakır. Böylece anlatı boyunca kendisine yük olarak gördüğü ailesini cezalandırmış olur. Çünkü eşi ve çocukları, sadece mal varlığından dolayı onun etrafında olmuş, hiçbiri onu özgül haliyle sevmemiştir. Ali ise paraya kıymet vermeyen ve uğruna canını verecek kadar Demir Bey'e bağlı olan bir karakterdir. Demir Bey, mal varlığını ailesine ve çocuklarına bıraktığında har vurulup harman savrulacağını bilir, tırnaklarıyla kaza kaza büyüttüğü mal varlığının bir anda yok olmasına razı olmaz. Bu bağlamda ölmeden önce tüm mal varlığını Ali'ye aktararak eşinden/çocuklarından ne kadar uzak bir yaşam sürdürdüğünü bir kez daha ortaya koymuş olur.

SONUÇ

1950-1980'li yıllar arasında popülerlik kazanan köy romanları; özellikle köylünün sorunlarını dile getiren, köylüleri aydınlatmaya/eğitmeye çalışan, toplumdaki sınıf farklılıklarına (ağa, köylü vb.) dikkat çeken, yanlış inançlara/gelenek ve göreneklere karşı duran bir işlev üstlenir. Fatma İrfan Serhan'ın 1979 yılında kaleme aldığı Karagöl adlı eseri, klasik bir köy romanı hüviyeti taşır. Eserde köyün yaşam biçimi, çalışma koşulları, aşk ve evlilikleri, kadın-erkek münasebetleri vb. belli bir kurgu çerçevesinde okura sunulur. Eserin izleksel kurgusu; çalışkanlık, din ve taassup, kadın-erkek eşitsizliği, uyumsuz evlilikler şeklinde sıralanabilir.

Romanın temel izleği; çalışıp çabalama, gayret gösterme, her şeyi Allah'tan beklemek yerine

kendi irade ve azmiyle bir şeyler elde etme olarak tespit edilebilir. Romanda çalışmak ve gayret göstermek, adeta bir ibadet mesabesine yükseltilir ve yüceltilir. Çalışan kişilerin hem kendilerine hem de topluma fayda sağladıklarına dikkat çekilir ve okurlar, çalışıp terakki etmeye yöneltilir. Bu bağlamda romanın idealist başkişisi, okura örneklik teşkil eder. Eserin ikinci önemli temel izleği olan din ve taassup; ilk temel izlek olan “çalışma”nın doğal bir sonucu olarak kurgu içinde yer alır. Çünkü yazar; insanın kendi gayretiyle bir şeyler elde etmesi ve her şeyi Allah’tan beklenmemesi gerektiği fikrini işlerken doğal olarak toplum içindeki yanlış tevekkül anlayışına dikkat çeker. Eserde yanlış dini inanışların köylüyü tembelleştirdiği, atalete sürüklediği, insanların sorunlarını Allah’a havale etmek suretiyle kendilerini pasifize ettikleri vurgulanır. Anlatıda bir yandan yanlış inançlara meyleden, tembel ve mutaassıp kişiler eleştirilirken öbür yandan dindar görünen; fakat insanları dolandıran, ahlaksızlık yapan ve ahlaksızlığa göz yuman, ikiyüzlü tipler eleştirilir.

Eserde dikkat çekilen bir diğer olgu kadın-erkek eşitsizliğidir. Kırsal kesimin bir gerçekliği olan ve erkeğin üstün tutulduğu bu anlayış, günümüzde gittikçe azalmakta ve anomali haline gelmektedir. Romanda ise bu durum sıradan bir olgu olarak gösterilir ve herhangi bir eleştiriye tabi tutulmaz. Kırsal kesimde erkek çocuğun kız çocuktan üstün tutulması, kız çocuğun mirastan mahrum bırakılması, kadının kocaya mutlak bir şekilde itaat etmesinin gerekliliği vb. unsurlar; romanda dikkat çekilen kadın-erkek eşitsizliği örnekleridir. Romanda öne çıkan son izlek ise uyumsuz evliliklerdir. Yazar, evlilikte kadın-erkek arasındaki denkleğin önemine dikkat çeker ve aralarında kültürel fark olan başkişi ile karısı arasındaki

geçimsizliği gün yüzüne çıkarır. Bir dağ köylüsü olan ve şehirli bir kız ile evlenen roman başkişisi, eserin sonuna kadar eşiyle çatışma içerisinde olur ve tüm çabasına rağmen bu evlilikten kurtulamaz. Böylece mutlu ve huzurlu bir ailenin tesis edilmesinde yaşam biçiminin, gelenek ve göreneklerin, inançların vb. birinci derece önemli olduğunu vurgulamış olur.

KAYNAKÇA

- Büyükokutan, A. T. (2013). Yapısal ve İşlevsel Özellikleriyle “Gelin Göçürme” (Muğla İli Örneği). *Türklük Bilimi Araştırmaları Dergisi*, (XXXIV), 35-56.
- Demren, Ç. (2003). Erkeklik, Ataerkillik ve İktidar İlişkileri. *Toplumsal Cinsiyet, Sağlık ve Kadın*, 33-44.
- Gülendam, R. (2010). Türk Romanında Dine ve Din Adamına Bakış. *Hece (Türk Romanı Özel Sayısı)*, (65-66-67), 310-319.
- Kalav, A. (2012). Namus ve Toplumsal Cinsiyet. *Mediterranean Journal of Humanities*, (11/2), 151-163. <https://doi.org/10.13114/MJH/20122743>
- Kaplan, R. (1997). Cumhuriyet Dönemi Türk Romanında Köy. Akçağ Yayınları.
- Kaya, U. (2012). Osmanlı’da Aile Bireylerinin Görevleri ve Sorumlulukları. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (XVI / 2), 477-513.
- Moran, B. (2007). Edebiyat Kuramları ve Eleştiri. İletişim Yayınları.
- Polat, Ö. (2011). Dilan. Evrensel Basım Yayın.
- Ökten, Ş. (2009). Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin Toplumsal Cinsiyet Düzeni. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2/8), 302-

312.

Serhan, F. İ. (1979). Karagöl. Hürriyet Yayınları.

Tahir, K. (2004). Bir Mülkiyet Kalesi. Tekin Yayınevi.

Tarhan, N. (2014). Bilinçli Aile Olmak. Timaş Yayınları.

Tepedelen, H. (2020). Fatma İrfan Serhan. <https://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/fatma-irfan-serhan> adresinden 23 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.

Yalçın, M. (Ed.). (2001). Tanzimat'tan Bugüne Edebiyatçılar Ansiklopedisi, C. 2. Yapı Kredi Yayınları. Toplumsal Cinsiyet Düzeni. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, (2/8), 302-312.

Serhan, F. İ. (1979). Karagöl. Hürriyet Yayınları.

Tahir, K. (2004). Bir Mülkiyet Kalesi. Tekin Yayınevi.

Tarhan, N. (2014). Bilinçli Aile Olmak. Timaş Yayınları.

Tepedelen, H. (2020). Fatma İrfan Serhan. <https://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/fatma-irfan-serhan> adresinden 23 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.

Yalçın, M. (Ed.). (2001). Tanzimat'tan Bugüne Edebiyatçılar Ansiklopedisi, C. 2. Yapı Kredi Yayınları.